



**ENCUENTRO DE DEFINICIÓN DE PROYECTO DE
FORTALECIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES
AGRÍCOLAS DE CENTROAMÉRICA FRENTE A LA
COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS**

El Salvador, 7-10 de abril de 2008

Informe del encuentro

UPA Desarrollo Internacional

Abril 2008

**UPA Desarrollo Internacional
555, boul. Roland-Therrien
Longueuil (Québec) J4H 3Y9
Tél. : (450) 679-0540, poste 7560
Fax : (450) 463-5202
Courriel : upadi@upa.qc.ca**

PREÁMBULO

El sector campesino de Centroamérica necesita hoy día impulsar la idea de un «agricultor de tercera generación», agricultores que sean emprendedores y que estén dispuestos a asumir riesgos y a hacerse responsables de lo que desean para su futuro.

Como agricultores, necesitamos participar en la cadena pero contando primeramente con la propiedad de los recursos de producción y la capacidad de influir y negociar con los actores del mercado de productos agrícolas.

Por otra parte, la inserción nacional, regional e internacional de nuestras organizaciones agrícolas es fundamental, para construir alianzas y fortalecer el poder del campesino en frente del mercado. Debemos aprovechar las herramientas que algunas organizaciones internacionales nos ofrecen. Pero nada podremos realizar sino por nosotros mismos. Primeramente, debemos ser capaces de generar y fortalecer nuestras propias redes. Debemos organizar los proyectos económicos de nuestros campesinos miembros de nuestras OPA's.

Índice

1.	CONTEXTO.....	1
2.	ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA DE ENCUENTRO.....	1
2.1	Meta y objetivos del encuentro	2
3.	DESARROLLO DEL ENCUENTRO	2
3.1	Etapa I - Los problemas principales de comercialización de productos agrícolas en centro américa	2
3.1.1	Trabajo en grupos	2
3.1.2	Plenaria	2
3.1.3	Resumen	4
3.2	Etapa II - Los esfuerzos que desarrollan actualmente las organizaciones.....	6
3.2.1	Trabajo en grupos	6
3.2.2	Plenaria	6
3.2.3	¿Las acciones llevadas adelante por las organización campesinas permiten responder a las dificultades presentes?, ¿si, en qué?, ¿no, por qué?	10
3.2.4	¿Los apoyos de las agri-agencias permiten efectivamente a soportar y con eficacia las acciones de las organizaciones agrícolas?, ¿si, en qué?, ¿no, en qué?.....	11
3.3	Etapa III - Interés y voluntad a trabajar en conjunto en un proyecto común.....	12
3.4	Etapa IV - Elaboración de un proyecto común	13
3.4.1	Trabajo en grupos	15
3.4.2	Plenaria	15
3.4.3	Trabajo en grupos	15
3.4.4	Plenaria	15
3.4.5	Síntesis de las actividades propuestas	17
3.5	Etapa V – Selección de los participantes al proyecto común	18
3.5.1	Selección de las OPA's	18
3.5.2	Representación de hombres y mujeres en el proyecto	20
3.6	Etapa VI - Expectativas de las OPA's y agri-agencias frente a su implicación en el proyecto	21
3.6.1	Trabajo en grupos	21
3.6.2	Plenaria	21
3.7	Etapa VII - Discusión sobre una propuesta de un plan de operacionalización de actividades del proyecto	23
3.8	Etapa VIII – Evaluación del encuentro.....	26
3.8.1	La ficha de evaluación.....	26
3.8.2	La evaluación del encuentro en algunas palabras	28
3.9	Etapa IX – Seguimiento al encuentro de definición de un proyecto común.....	28
3.9.1	Elaboración de un informe del encuentro.....	28
3.9.2	Elaboración de una propuesta más detallada	28
3.9.3	Invitación a algunas OPA's a integrar el proyecto.....	29
3.9.4	Depósito de una propuesta final y seguimiento de la relación con Agricord	29

1. CONTEXTO

Desde algunos años, se habla entre agri-agencias presentes en Centroamérica, la idea a iniciar un esfuerzo común para fortalecer alianzas entre organizaciones de productores agrícolas (OPA) colaboradores.

En octubre 2007, UPADI propuso en este sentido un proyecto sobre el tema de comercialización de los productos agrícolas en Centroamérica. Un documento preliminar fue circulando entre algunas agri-agencias y OPA's. En febrero 2008, fue depositada a Agricord una propuesta que desea iniciar una primera actividad, reuniendo un grupo de OPA's y agri-agencias para definir con mas detalles el proyecto común que sería arraigado en la realidad regional.

Así fue aprobado por Agricord la realización de este Encuentro de definición de un proyecto de Fortalecimiento de las organizaciones agrícolas de Centroamérica en frente al comercio de productos agrícolas.

2. ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA DE ENCUENTRO

La Central Cooperativa Agropecuaria (CCA), colaborador de UPADI en El Salvador, fue implicada en la organización del encuentro, tomando la carga logística del evento.

Fue decidido después de consultar, la realización del encuentro entre el 7 y el 10 de abril 2008 en el departamento de La Paz, en El Salvador.

Se invito a la actividad las cuatro (4) agri-agencias presentes en Centroamérica y un cierto numero de sus OPA's colaboradores. El cuadro siguiente lista las organizaciones invitadas.

Organización	País
Central Cooperativa Agropecuaria (CCA)	El Salvador
Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria Salvadoreña (CONFRAS)	El Salvador
Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos (UNAG)	Nicaragua
Coordinadoras de Mujeres Campesinas (CMC)	Costa Rica
Asociación de Microempresarios y Productores Agrícolas del Occidente de Honduras (AMPRO)	Honduras
Federación de las Cooperativas de la Reforma Agraria de Honduras (FECORAH)	Honduras
Asociación de Productores Orgánicos para el Desarrollo Integral del Polochic (APODIP)	Guatemala
Federación internacional de los productores agrícolas (FIPA)	Colombia/Francia
SCC	Costa Rica
TRIAS	El Salvador
Agriterra	Holanda
UPA Développement international (UPA DI)	Canada (Québec)

2.1 Meta y objetivos del encuentro

UPADI tomo el mandato de elaborar un Programa de trabajo para el encuentro. Se definió la meta general y los objetivos siguientes:

Meta general	Objetivos específicos
Fortalecimiento de las organizaciones campesinas y desafíos de la comercialización de los productos agrícolas «Del campo a las políticas, de las políticas al campo.»	<ul style="list-style-type: none">- Identificar, del punto de vista de las organizaciones campesinas (OP), las dificultades principales encontradas en frente a la comercialización de los productos agrícolas.- Compartir las acciones principales en desarrollo o realizadas por las OP para confrontar las dificultades encontradas.- Presentar el tipo de apoyo llevado por las agri-agencias a sus colaboradores al nivel de la comercialización de los productos agrícolas.- Definir colectivamente un proyecto pudiendo responder a las necesidades de las OP de América central frente a la comercialización y permitiendo a las agri-agencias a mejorar su apoyo a las OP en este tema.- Elaborar juntos un plan de trabajo para la realización del primer año del proyecto.

El adjunto I presenta el programa detallado de trabajo de los cuatro (4) días de encuentro.

3. DESARROLLO DEL ENCUENTRO

Al inicio del encuentro, se dio la bienvenida y se presentaron los participantes presentes. El adjunto II presenta la lista completa de los participantes con sus direcciones respectivas.

Se presento los objetivos y el programa de trabajo del taller y se discutió algunos detalles de funcionamiento del grupo.

3.1 Etapa I - Los problemas principales de comercialización de productos agrícolas en centro america

La primera etapa del taller tenia que identificar en conjunto las dificultades principales encontradas por las campesinas y campesinos en cuanto a la comercialización de sus productos agrícolas.

3.1.1 Trabajo en grupos

Se separo el grupo en cuatro (4) grupos. Cada grupo tenia que identificar los cinco (5) problemas principales en cuanto a la comercialización de productos agrícolas.

3.1.2 Plenaria

En plenaria, se presento las dificultades identificadas por cada grupo.

Presentaciones grupales:

GRUPO # 01

- Monopolio en el comercio (especialmente café, azúcar para El Salvador; e importaciones desde USA, TLC)
- Difícil acceso al financiamiento (banca privatizada y desde entonces es muy difícil acceder al financiamiento, ausencia de apoyo del gobierno)
- Falta de capacidades y conocimientos de la comercialización (falta de valor agregado)
- Debilidades organizativas (falta la unión, división interna del sector agrícola)
- Ausencia de políticas públicas de apoyo al pequeño productor (reglas sanitarias más complejas)

GRUPO # 02

- Poder desequilibrado frente a los intermediarios ("El coyote" compra y paga al momento aún cuando paga un mal precio)
- Falta de políticas de apoyo del Estado (tema de comercialización ausente, no continuidad)
- Infraestructura para la comercialización (acopio, servicios, facilitadores)
- Falta de conocimiento y acceso a mercados
- La cadena de comercialización (Exportación, transformación, distribución) no es transparente (comerciantes usando pretextos de calidad para descalificar).
- Falta acceso a fuentes de financiamiento para la comercialización (acceso a créditos blandos de cosecha)

GRUPO # 03

- Se produce sin conocer el mercado (calidad, tamaño, volumen, tipos de productos, presentación, permanencia)
- Precios distorsionados por mercado (intermediarios, manipulación, falta de información actualizada)
- Falta de infraestructura por los productores (acopios, procesamiento, caminos, transporte, equipos)
- Falta de lealtad a procesos colectivos de comercialización (conciencia, voluntad)
- Falta de asistencia técnica y servicios financieros, tecnología (se retiró el Gobierno, fin del Estado de bienestar; sumado a bajo nivel de educación, falta de capacidades de los agricultores)

GRUPO # 04

- Falta organización inteligente para obtener un mejor provecho de la producción
- Falta de recursos financieros
- Falta de tecnología e información
- Ausencia de marco político-legal
- Entorno global – Globalización, liberalización, TLC
- Deterioro ambiental

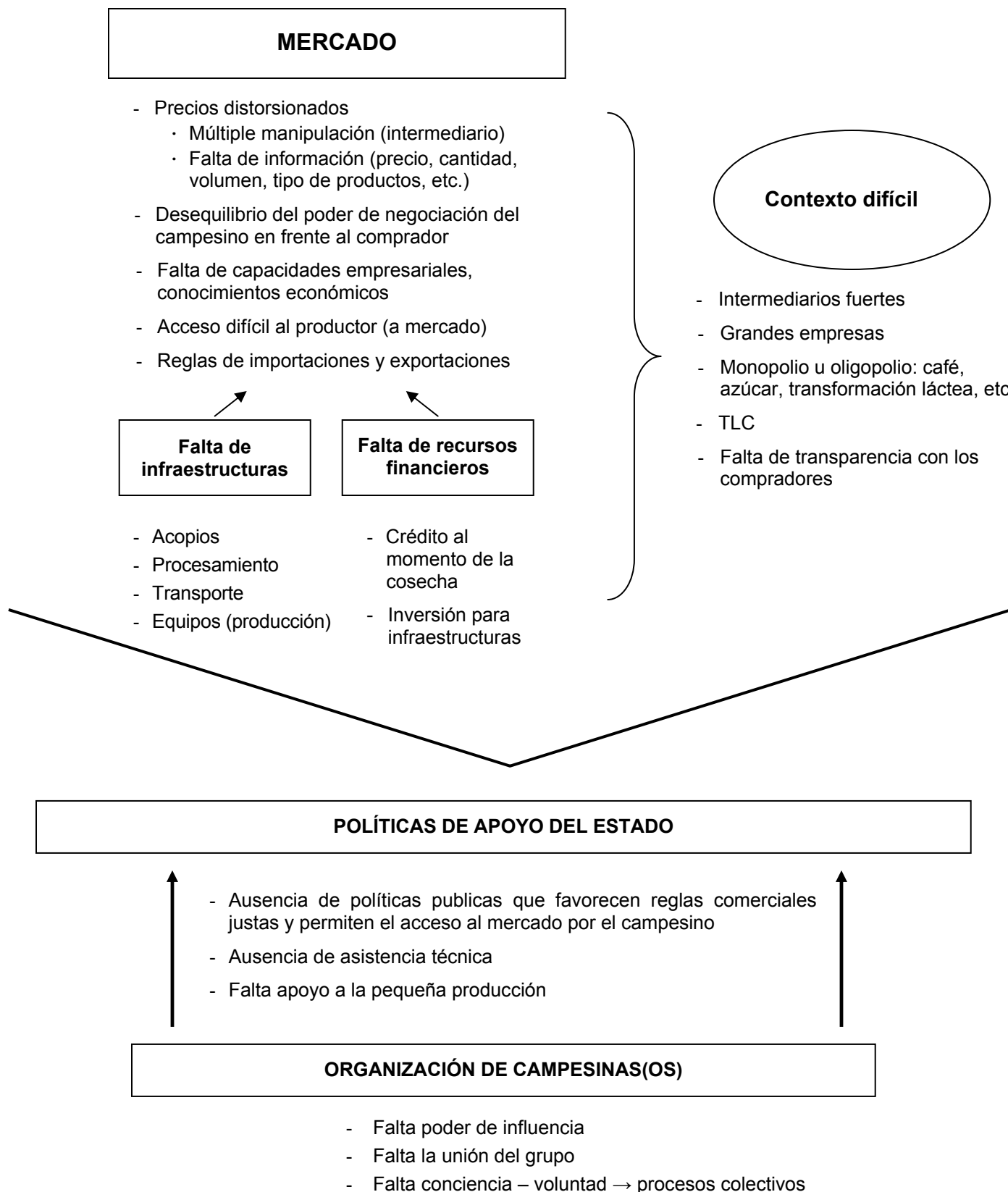
3.1.3 Resumen

Se identificó a partir de las presentaciones seis grupos de factores que se puede presentar en el esquema 1 (ver pagina siguiente) para visualizar globalmente las dificultades que encuentran los campesinos de Centroamérica en cuanto a la comercialización de sus productos agrícolas.

Para acceder al mercado, el campesino necesita a conocer y entender mejor su funcionamiento, para contornear sus dificultades y posicionarse de manera a obtener mejores condiciones de venta de su producto. Sin embargo, el contexto propio en Centroamérica no facilita el acceso por el campesino al mercado nacional, tampoco regional o internacional. Los campesinos faltan infraestructuras de comercialización y recursos financieros para invertir en actividades comerciales. Además, la ausencia de políticas públicas que puedan favorecer las capacidades organizacionales y económicas de los pequeños campesinos a ir al mercado para negociar condiciones de venta de sus productos, representa una limitación fuerte. Sin un reagrupamiento de los campesinos a dentro de organizaciones agrícolas fuertes, hay poco posibilidad a influir la realidad y provocar cambios de políticas de la parte del Estado, para que cambia el poder de negociación del campesino en frente al mercado.

La idea fuerte que sale del esquema es que cualquier proyecto que queramos discutir y desarrollar en conjunto, tiene que arraigarse en estas dificultades identificadas, tratando de minimizar o corregir esta realidad. Así, hemos identificado la base común sobre la cual se puede construir un proyecto de fortalecimiento de las capacidades de las OPA's en cuanto a la comercialización de los productos agrícolas.

Esquema 1 - Las dificultades de comercialización de productos agrícolas en Centroamérica



3.2 Etapa II - Los esfuerzos que desarrollan actualmente las organizaciones

La segunda etapa del taller tenía que identificar en conjunto los esfuerzos hecho por las organizaciones campesinas y las agri-agencias presentes en Centroamérica para confrontar las dificultades principales en cuanto a la comercialización de productos agrícolas.

3.2.1 Trabajo en grupos

Se separo el grupo en dos (2) grupos. El grupo 1, compuesto de las OPA's, tenía el mandato de identificar las principales acciones pendientes o realizadas por las organizaciones campesinas. El grupo 2, compuesto de las agri-agencias, tenía por su lado identificar los apoyos aportados por las agri-agencias a las OPA's en cuanto al tema de comercialización de productos agrícolas.

3.2.2 Plenaria

En plenaria, se presento por cada grupo los resultados de las discusiones.

Grupo 1 - Acciones al nivel de las OPA's

Las OPA's diseñaron un cuadro señalando las acciones realizadas o pendientes en cuanto a diferentes tipos: producción, información, capacitación, defensa de intereses y venta colectiva

Producción	Información	Capacitación	Defensa de intereses	Venta colectiva	Otras
APODIP Recuperación de plantaciones abandonadas x crisis Uso de secadores solares de café (tecnología sencilla) Estandarización de la calidad de microproductores esparcidos en toda la sierra.	Interna : Mantenimiento de estructura organizativa Externo : Contacto por medio de correo electrónico Participación en RED Nacional de FLO y CLAC Intercambio con productores de otras organizaciones	Grupal o individual Talleres para sistematizar la capacitación	Ante ANACAFE : Reconocimiento para apoyo	30 grupos/1300 familias 5000 qq/año de café exportados Control de calidad Certificado orgánico Comercio justo Participación en Convención Internacional de Café especial SCCA	
CONFRAS Selección de semillas de granos para Mercado nacional Caña : Ingenios controlan : Monopolio Se produce café, arroz, hortalizas, maíz, etc	Dos centros de capacitación : teórico y práctico Se dan seminarios hasta economía política, se capacita a la producción de abono orgánico, etc.		Gestionan ante el legislativo ley para precio del azúcar	Venta colectiva por cooperativas 60 tiendas a nivel nac. Planta de frutales Venta de pollo mejorado.	
FECORAH Tiene viveros propios Banano : Aplican buenas practicas agrícolas (BPA)		Visita a Trasnacional en USA Intercambios Internos y externos	Lograron adjudicación de la planta de transformación propia.	Marcas exclusivas : Exquisita, medalla oro y claves	
CCA Alimentación no es estandarizada Producción de leche Caña, granos básicos Peces, hortalizas, aves para engorde	Integración de las bases de las cooperativa		Forma parte en la comisión nacional de ganaderos	Ventas a procesadores Venta de cereales y pollo son individuales	
CMC ???					

Grupo 2 - Apoyo por las agri-agencias

Las agri-agencias diseñaron un cuadro señalando los esfuerzos de apoyo realizados o pendientes en cuanto a diferentes tipos de apoyo: experiencia de comercialización colectiva, desarrollo de políticas, capacitación, intercambios, otros.

Agri-agencia	Experiencia de comercialización colectiva	Desarrollo de Políticas	Capacitación	Intercambios	Otros
SCC	Café: coop. de segundo grado Papa: coop. regional, coop. medianas, centro de acopio Mercados, ferias Comercialización de insumos Procesamiento: mediano, artesanal	Actividades de formación e información Movimiento campesino	Capacitación Asistencia técnica Certificación, marca, requisitos	Intercambios S/S y CA	
TRIAS	Café		Fortalecimiento organizacional Formación en incidencia para procesos de DEL Fortalecimiento institucional (alianzas)	Intercambios entre movimientos S-S y S-N	MFI (desempeño social) Infraestructura productiva DEL (desarrollo económico local)
UPADI	Granos básicos (arroz, mil, maíz, trigo)/África del oeste Flor de Bissap y cebollinas (mujeres)/África del oeste Leche/El Salvador	Al lado de esfuerzos de comercialización colectiva, desarrollo de políticas agrícolas. Proyecto PADCLA desde 2003, (20 OPA's, 7 países África del Oeste) con 3 ejes de trabajo: capacitación, divulgación y construcción de diálogo con gobierno	Elaboración de módulos de capacitación: comercio internacional y sistema colectivo de comercialización	Intercambios S/S y N/S sobre el tema de comercialización colectiva	Compras colectivas de insumos

Agri-agencia	Experiencia de comercialización colectiva	Desarrollo de Políticas	Capacitación	Intercambios	Otros
Agriterra	Pocas experiencias No muy exitosas Nivel base	Tema fuerte porque se trabaja con organizaciones nacionales Defensa de intereses, política pública	Capacitación a nivel de desarrollo organizativo, institucional y empresarial	Intercambios S/S y N/S Cada contraparte tiene una relación con una organización en Holanda	Agroturismo Servicios financieros Trabajo de género
FIPA		Generación de políticas agrícolas globales para lobby's nacionales, regionales e internacionales Fortalecimiento de los agricultores en la cadena de valor: uno de ocho ejes estratégicos de trabajo			

3.2.3 ¿Las acciones llevadas adelante por las organización campesinas permiten responder a las dificultades presentes?, ¿sí, en qué?, ¿no, por qué?

En plenaria, se puso esta pregunta. Se resume las repuestas siguientes.

APODIP: Se responde de alguna manera, pero no en todos los campos, por ejemplo en el financiamiento de las actividades de acopio, infraestructura para facilitar la comercialización, capacitación para los dirigentes

CMC: Se ha trabajado mucho en la parte más de incidencia y organizacional, y no tanto en la comercialización con las mujeres, que los esfuerzos son todavía muy individuales, necesitan hacerlo más colectivamente.

CCA: Se ha hecho iniciativas dentro de la organización sobre la comercialización, pero les hace falta mucho más. Se ha iniciado un proceso de reagrupamiento de la leche. En la parte financiera hace falta fondo para acopios. En la parte negociación, necesita construir mejor poder para buscar un mejor precio. Quisieran ampliar conocimientos de la estructura productiva nacional. Al nivel político, ponen presión a que la industria ponga sus precios. Falta políticas que les permita vender de una forma garantizada.

AMPRO: Se fortalecido la parte organizativa que es la base para lograr cualquier esfuerzo. Pero la comercialización sí es algo que todavía se hace de una forma muy individual. Necesitan apoyos en la parte financiera. Se han hecho algunas ventas de exportación, pero se necesita un acopio y fondo para el pago de inmediato a los agricultores mientras viene el pago de la exportación. Los grupos con los que trabajan están distanciados geográficamente, entonces eso les genera diferentes costos de traslado y costos extras para el acopio de la producción

CONFRAS: Se ha logrado la lucha por el pago del valor actual de las tierras de las cooperativas y los lotes de vivienda de los asociados. A nivel local se abastecen a 60 tiendas a nivel nacional, con productos de primera necesidad. En el mercado se logro entrar al comercio justo, en algunos años las cooperativas vendido café, luego hubieron problemas por no comunicar a la base del sobre precio.

FECORAH: Se ha fortalecido las organizaciones de base en lo organizativo y empresarial, a través del componente de capacitación para que la gente sienta que las organizaciones son de ellas. Por el mercado los productos que producimos no tienen problemas con la palma africana, pero no así con los cereales y las hortalizas. Se ha tenido un fondo para acompañar las actividades, pero siempre es insuficiente para atenderlas a todas, hace falta también acopios. Se debe explorar los nichos de nuevos mercados.

UPA-DI: Es claro que debemos trabajar en el aspecto productivo y la calidad de un buen producto, pero a la vez es importante desarrollar un dialogo con los representantes del Estado para que – junto con los agricultores – se pueda presionar para obtener reglas justas de mercado.

En resumen

Globalmente, se han realizado muchas iniciativas en los temas productivos y organizativos. De una cierta manera, la capacidad empresarial también nos pareció un tema nuevamente apoyado. Sin embargo, pareció claro que iniciativas concretas de comercialización están globalmente poco presentes y que las pocas experiencias fueron difíciles y no han dado tanto éxito.

3.2.4 ¿Los apoyos de las agri-agencias permiten efectivamente a soportar y con eficacia las acciones de las organizaciones agrícolas?, ¿sí, en qué?, ¿no, en qué?

TRIAS: Se desarrolla el tema empresarial, dando capacidades a microempresarios y productores. Se apoya en el fortalecimiento institucional y organizacional, también los intercambios y con un nuevo tema DEL, bajo el enfoque de vinculación de actores dentro de una región. También apoya el tema de trabajo de mujeres y jóvenes dentro de la región. En el tema de las microfinanzas, se trabaja con las contrapartes, con el objeto de potenciarlas y vincularlas y prestar servicios a los miembros de base.

FIPA: Se hace muy bien en estudiar en la vinculación entra las contrapartes dentro de esta región.

Se debe buscar y analizar los roles de cada una de las OPA's, ya existen varios temas, que muchas ocasiones no competen a la organización, pero si al Estado, como por ejemplo el caso de APODIP (con el tema de alfabetización de adultos). Entonces debemos hacer esfuerzos de incidir a nivel nacional e internacional para atacar los temas de cómo el de alfabetizar. La FIPA es un espacio donde se puede hacer incidencia internacional.

Las agri-agencias deben jugar un papel de hacer y dar recursos a las contrapartes para que sean autosostenibles.

Dentro de cada contraparte, debe jugarse un rol específico de cada uno de sus miembros:

- las agri-agencias deben comenzar a pensar articuladamente, generar un marco de coordinación-especialización
- riqueza de agri-agencias en distintos niveles: locales, nacionales, regionales
- defender qué intereses y dónde... ejemplo de la alfabetización. Las OPA's no pueden encargarse de todo, es preciso negociar y hacer lobby donde corresponde para que este tema sea atendido
- es preciso investigar, ir a fondo en la temática de la comercialización

SCC: Nos parece un tema muy importante el de la comercialización sobre los diferentes aspectos. Necesitamos a fortalecer mucho mejor este tema.

En resumen

Se analizó que son cuatro (4) organizaciones haciendo muchas iniciativas de apoyo, pero sin coordinación entre ellas, sin conocer qué hace cada una y cómo lo hace. Se podría ordenar y clarificar mejor la experiencia de trabajo. Se considera que una forma para ello es hacer algo en conjunto y ese proyecto representa una buena oportunidad.

3.3 Etapa III - Interés y voluntad a trabajar en conjunto en un proyecto común

A principio, siempre cuando se habla de trabajar en conjunto, siempre se dice que si, vale la pena, hay que hacerlo. Pero en la realidad, hay limitaciones y preocupaciones reales que existen y explican por que las organizaciones no trabajan en conjunto más frecuentemente.

Esta tercera etapa permitió evaluar las ventajas a iniciar un esfuerzo común, pero también identificar las preocupaciones o temores que las organizaciones tienen en cuanto a una eventual implicación a dentro de un proyecto común.

En plenaria, se compartió intereses y preocupaciones de cada organización.

Interés y voluntad Sí, he aquí por qué...	Interés y voluntad Sí, sin embargo...
Es la necesidad de la mayoría de las organizaciones	Necesitamos OPAS bien organizadas y transparentes, respeto a su compromiso
Podría traer beneficios económicos, capital financiero y humano (social)	Necesitamos que el plan de negocios sea practico y realista (no un catálogo de deseos)
Permite intercambio de conocimientos, capacidades, herramientas	¿Estamos bien preparados? ¿Nos conocemos suficientemente?
Para cortar la cadena	¿Cómo se operacionalizará un proyecto común desde las agri-agencias?, Son 4 agri-agencias y cada una tiene su mandato, su formato de proyectos, su plan de monitoreo y evaluación.
Permite una integración regional (fuerza del grupo)	Tanto para las OPA's como para las agri-agencias, como anticipar la idea poco contradictoria de <u>diversidad vs. cohesión</u> y <u>especificidad vs. complementariedad</u> .
Para desarrollar un agenda política común	¿Como asegurar una continuidad y un seguimiento al esfuerzo?
Para representar un volumen de productos	Tenemos que enfocar esfuerzos de comercio con resultados concretos
Para evitar duplicaciones de esfuerzos	
Para conocer mejor los mercados regionales	
Para elaborar un papel común del reto Comercio vs. Pobreza	

En resumen

Hemos concluido que existe mucha voluntad e interés a trabajar en conjunto, pero que en la realización de un proyecto común, tenemos que anticipar algunas preocupaciones para que el esfuerzo colectivo obtenga un éxito.

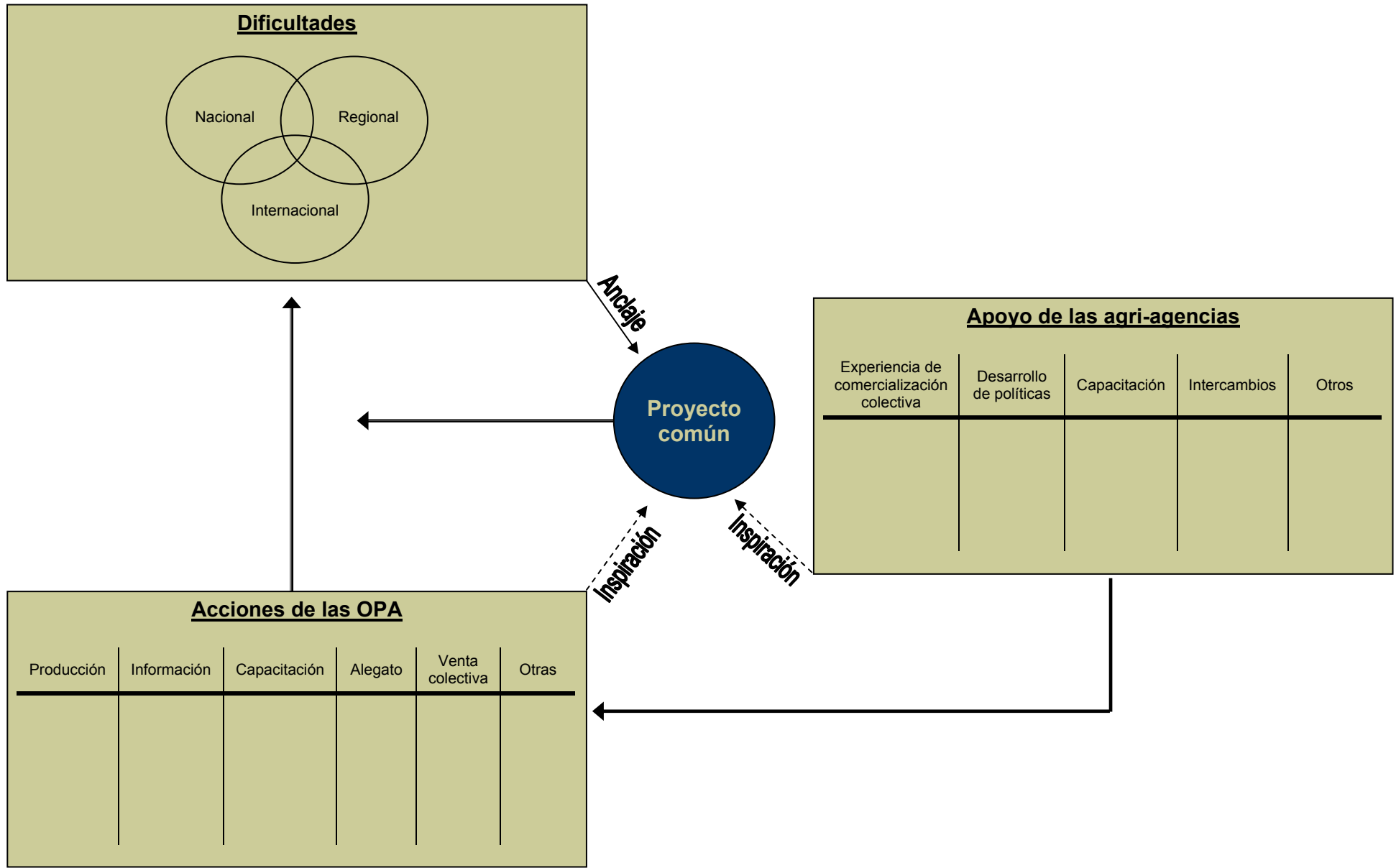
3.4 Etapa IV - Elaboración de un proyecto común

Aquí se inició una otra etapa que es la de construir el proyecto común.

En las etapas precedentes, se identificó las dificultades comunes que encuentran los campesinos de Centroamérica en frente a la comercialización de sus productos agrícolas (Etapa I). Además, hemos compartido experiencias y esfuerzos hechos para confrontar estas dificultades de comercialización e identifico debilidades (Etapa II).

El esquema siguiente trato a resumir estas etapas y presentar la próxima etapa de elaboración de un proyecto común.

Esquema 2 - Dificultades – acciones – apoyos



Se concluye en la necesidad que este proyecto común fortalezca las debilidades identificadas. Particularmente es preciso que ello tenga un anclaje fuerte en las dificultades de comercialización identificadas. Pero también es preciso visualizar que sí tenemos experiencias positivas entre las OPA's y las agri-agencias, y eso es una oportunidad de compartir y fortalecer.

Para iniciar esta etapa, se presento un resumen de la primera propuesta de proyecto elaborada por la UPADI y que fue mandada a cada participante como un documento preeliminaría de proyecto (Adjunto III).

3.4.1 Trabajo en grupos

Se formaron tres (3) grupos con objetivo que cada grupo analiza primeramente los objetivos presentados y aporta sugerencias para mejorarla.

3.4.2 Plenaria

En la plenaria que siguió, cada grupo presento su propuesta.

Después muchas discusiones, se decidió de manera consensual, la definición siguiente de los objetivos del proyecto común:

Objetivo general:
Fortalecer las capacidades de las OPA's de Centroamérica frente al comercio de productos agropecuarios. <i>Nota: Se utilizo la palabra «productos agropecuarios» que engloba todos productos agrícolas, que sean frescos o transformados, de manera artesanal o industrial.</i>
Objetivos específicos:
<ul style="list-style-type: none">- Recopilar, analizar y socializar información crítica relativa a la comercialización de productos agropecuarios en el mercado nacional, regional e internacional- Fortalecer la capacidad de propuesta e incidencia de las OPA's, para un diálogo continuo con las instancias gubernamentales- Fortalecer la capacidad empresarial de las OPA's, para desarrollar oportunidades de comercialización colectiva de productos agropecuarios- Identificar fuentes de financiamiento para apoyar acciones concretas de comercialización de las OPA's

3.4.3 Trabajo en grupos

Se hizo una lluvia de ideas de actividades posibles para lograr resultados concretos por cada objetivo específico identificado.

Así, se formaron cuatro (4) grupos, cada grupo tomando un objetivo específico y tratando a identificar actividades posibles a iniciar a dentro de los 3 años de proyecto.

3.4.4 Plenaria

En plenaria, se presento por grupo las ideas aportadas de actividades. Además, se las clarifico y se discutió globalmente de las propuestas.

Presentación por grupo de las actividades aportadas.

	Actividades
Objetivo específico 1	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación y vinculación de documentación (universidades, institutos, Bancos, internet) - Selección de documentos claves. <ul style="list-style-type: none"> · Reglas comerciales · Políticas comerciales · Políticas agrícolas · TLC · En todo caso será información necesaria y precisa para el desarrollo del proyecto; evitar lo general y llegar a lo específico. - Realización de análisis de la información recopilada, mediante talleres, foros, seminarios. - Creación de una base de datos en un portal informático. - Elaboración de material divulgativo educativo para las organizaciones de base. - Realización de talleres y jornadas de capacitación, a nivel de las OPAS. - Identificación de rubros de interés
Objetivo específico 2	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación, capacitación, incidencia política - Identificación y vinculación de alianzas de incidencia con gremios locales, nacional, regional e internacional. - Elaboración de plan de incidencia. - Seminario de intercambios de experiencias nacionales e internacionales. - Recopilación de información para incidir. - Determinación de momentos precisos de dialogo con gobierno (mesa mensual o trimestral) - Talleres de generación de propuestas con miembros de base OPAS. - Aprovechamiento de medios de comunicación (radio, prensa, TV)
Objetivo específico 3	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación sobre la elaboración de plan de negocios. - Elaboración de un plan de negocios, incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> · Capacitación de líderes campesinos de RRHH requerido. · Socialización de las características del plan de negocios al conjunto de los socios. · Monitoreo de la variación de los costos de producción y los factores determinando precios. · Identificación y capacitación en la logística requerida para la realización de negocios. · Conocimientos de las demandas del consumidor. · Establecimiento de relaciones con el sistema financiero que realiza los negocios. · Establecimiento de un sistema contable y actualizado. · Desarrollo de conocimiento del régimen tributario y la arancelaria mínima. · Desarrollo de conocimiento sobre la legislación nacional sobre el funcionamiento de las empresas. · Promoción permanentemente de la participación en ruedas de negocios a nivel nacional e internacional. · Fortalecimiento de los intercambios de experiencias.

	Actividades
Objetivo específico 4	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de las necesidades de financiamiento. - Análisis de posibles fuentes de financiamiento. - Elaboración de propuesta de fondo de financiamiento. - Gestión de la propuesta - Financiamiento puente (equipos, procesamiento, empaques, registro, marcas, infraestructura, transporte).

3.4.5 Síntesis de las actividades propuestas

Se hizo un esfuerzo de síntesis de las propuestas de actividades identificadas en esta lluvia de ideas, tratando a operacionalizar cada uno de los objetivos específicos en: resultados esperados y actividades a realizar.

Además, se obligo a guardar en perspectiva un presupuesto limitado, del orden de 100 000 euros por año.

Los objetivos específicos, resultados logrados y actividades a realizar

Objetivos específicos	Resultados logrados al 31 de diciembre 2010	Actividades
1. Recopilar, analizar y socializar información crítica relativa a la comercialización de productos agropecuarios en el mercado nacional, regional e internacional.	Las OPAS son competentes para identificar las principales problemáticas al nivel de política pública ligadas a la comercialización de sus productos agrícolas	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboración e implementación de un plan de comunicación: tema, forma, investigación, medio, difusión, etc. <ul style="list-style-type: none"> · Determinación de los temas prioritarios a tratar: historia del CAFTA y ADA y OMC, reglas comerciales e impactos, políticas agrícolas, etc. · Elección del medio para la divulgación de información: documento de divulgación, estudio detallado, boletín de noticias breves, etc. · Precisar las herramientas de difusión a privilegiar: envió por Internet, foro electrónico, material papel, radio, etc. - Elaboración de módulos y realización de actividades de apropiación por las OPAS (taller, foro, capacitación, material educativo, etc.)
2. Fortalecer la capacidad de propuesta e incidencia de las OPAS, para un dialogo continuo con las instancias gubernamentales	Las OPAS inciden en la formulación de políticas e instrumentos que favorecen el dialogo continuo con los representantes gubernamentales	<ul style="list-style-type: none"> - Seminarios de capacitación al nivel regional sobre: elaboración de propuestas y estrategia de incidencia. - Intercambios de experiencias a través Seminarios regionales sobre diferentes realizaciones de actividades de incidencia exitosa y sobre el dialogo Estado-OPAS. - Capacitación de las OPAS en el uso de la metodología de propuesta e incidencia, por ejemplo PIPGA.

Objetivos específicos	Resultados logrados al 31 de diciembre 2010	Actividades
		<ul style="list-style-type: none"> - Al nivel nacional, apoyo a unas actividades de concertación de las OPAS sobre propuesta a promover e identificación de estrategias de defensa de interés común.
<p>3. Fortalecer la capacidad empresarial de las OPAS, para desarrollar oportunidades de comercialización colectiva de productos agropecuarios</p>	<p>Las OPAS mejoran la capacidad para brindar servicios de comercialización colectiva a sus miembros</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación para identificar las necesidades de los miembros e implementar los servicios apropiados. Por ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> · Reagrupamiento de la oferta y negociación de las condiciones de venta · Acondicionamiento y almacenamiento · Organización en conjunto del transporte · Compras colectivas · Información continua sobre los mercados (precio, demanda, etc.) · Etc. - Capacitación para la elaboración de Plan de negocios (ver detalles) - Sistematización e intercambios de experiencias a través Seminarios regionales sobre diferentes realizaciones de actividades de comercialización colectiva.
<p>4. Identificar fuentes de financiamiento para apoyar acciones concretas de comercialización de las OPAS</p>	<p>Propuestas elaboradas a presentar a diferentes fuentes de financiamiento identificadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de necesidades de financiamiento - Identificación y análisis de fuentes de financiamiento - Elaboración de propuesta - Gestión de la propuesta

En resumen

Las discusiones que siguieron la propuesta precedente de Objetivos-Resultados-Actividades nos llevaron a clarificar y modificar algunos detalles hasta que se obtenga un consenso entre los participantes.

3.5 Etapa V – Selección de los participantes al proyecto común

3.5.1 Selección de las OPA's

Inicialmente, se había pensado en un máximo de 15 organizaciones agrícolas (OPA) bajo un criterio de 3 organizaciones por 5 países de Centroamérica. Fue importante resaltar que las organizaciones del mismo país, deben estar preparadas también a coordinar entre ellas.

En plenaria se hizo una lluvia de ideas sobre los criterios para seleccionar participantes en el proyecto.

Se identifico algunos criterios que podrían permitir a identificar las OPA's eventualmente invitadas a integrar el grupo actual:

- OPA organizada y transparente
- OPA con referencias (por ejemplo de las propias OPA's que ya están en el proyecto, de las agri-agencias, de FIPA, etc.)
- OPA's con misma visión
- OPA's con experiencias en el tema

Además, se menciona que el grupo de OPA's integrando el proyecto deberían por lo mejor permitir a reflejar una variedad de productos agrícolas, con un cierto volumen y diferentes tipos de mercado presentes en Centroamérica.

Después discusiones, finalmente se puso de acuerdo a sostener primeramente el grupo actual de 6 OPA's presentes al taller.

Base de membresía de las OPA's presentes al taller:

OPA	Cobertura	Membresía
CCA	Local-regional/El Salvador	13 cooperativas socias 1300 miembros afiliados
CONFRAS	Nacional/El Salvador	131 cooperativas 8500 afiliados directos
AMPRO	Local-regional/Honduras	5 filiales/sedes 84 grupos 1300 socios
FECORAH	Nacional/Honduras	140 organizaciones (cooperativas y empresas asociativas) 4600 miembros afiliados
CMC	Local-regional/Costa-Rica	114 grupos afiliados 1700 mujeres miembros
APODIP	Local-regional/Guatemala	5 fincas colectivas 25 comunidades de base 1300 miembros afiliados
TOTAL	4 países	Aproximadamente 18,700 agricultores

Además, se decidió a invitar algunas más organizaciones agrícolas para tratar si posible de tener una representación de dos (2) OPA's por los cinco (5) países de Centroamérica, una al nivel regional, otra al nivel nacional.

En resumen

Así, se acordó un mínimo de 8 organizaciones y un máximo de 10 organizaciones para participar del proyecto. Por eso, se identificó algunas OPA's a invitar para integrar el grupo:

- En Costa Rica: FECOOPA (Carlos/FIPA y SCC tiene que hacer el contacto)
- En Guatemala: APODIP, TRIAS y SCC tiene que consultarse para identificar una organización de nivel nacional.
- En Nicaragua: FEMUPROCAN (SCC tiene que hacer el contacto) y UNAG Chontales (Agriterra tiene que hacer el contacto).

La fecha limita para definir las OPA's participantes debería ser a fines de mayo.

Se espera que a mediados-fines de mayo estará lista la propuesta de proyecto definitiva (el presupuesto se calculará en base a 10 OPA's). No obstante, antes un documento borrador estará listo y podría servir para presentar el proyecto a estas nuevas OPA's para invitarles a integrar el grupo.

3.5.2 Representación de hombres y mujeres en el proyecto

En plenaria, se discutió de la meta que se da cada organización en cuanto a la representación de la mujer en las actividades apoyadas:

- FIPA – AGRICORD han asumido un 30% de participación de mujeres en sus actividades.
- SCC acaba de aprobar un 50% de participación de mujeres.
- TRIAS también tiene el reto de un 50% de participación de mujeres.
- UPADI siempre integra a mínimo 25% de participación de mujeres en sus proyectos.

En resumen

A partir de esta información general, estamos viendo que quizás sería bueno incorporar más organizaciones nacionales de mujeres para participar en el proyecto. FEMUPROCAN, identificada como una nueva organización a invitar, esta una organización nacional de mujeres en Nicaragua. Se mencionó que sería interesante a ver la posibilidad a invitar también una organización de mujeres en Guatemala.

Al fin, nos acordamos que el proyecto tiene que buscar una representación:

- por lo menos 2 OPA's de mujeres, o más...
- logrando adentro de las otras OPA's, un 35% de participación de mujeres.

3.6 Etapa VI - Expectativas de las OPA's y agri-agencias frente a su implicación en el proyecto

3.6.1 Trabajo en grupos

Se separo en dos (2) grupos, las OPA's de un lado y agri-agencias del otro.

El grupo de OPA's tuvieron que discutir y ponerse de acuerdo sobre:

- El rol de las OPA's
- Las expectativas frente al rol de las agri-agencias
- Las expectativas frente al rol de la FIPA

A mismo tiempo, las agri-agencias tuvieron que discutir y ponerse de acuerdo sobre:

- El rol de las agri-agencias
- Las expectativas frente al rol de las OPA's
- Las expectativas frente al rol de la FIPA

3.6.2 Plenaria

En plenaria, se presentó y discutió los resultados de la reflexión:

Punto de vista de las OPA's	Punto de vista de las agri-agencias
<p>Rol de las OPA's:</p> <ul style="list-style-type: none"> - comprometerse en la aflicción de la propuesta - participar activamente en acciones de capacitación - replicar de la información antes bases de cada OP - compromiso de producción con calidad, permanencia, volumen - gerenciar la OP y el proyecto y responder por ello - compromiso mejora continua - administración responsable y transparente de los recursos - cumplir con compromisos y acuerdos pactados en seno del proyecto - propiciar alianzas y vincularse con el sector productivo de cada país para lograr el máximo beneficio - garantizar al productor un sistema de pagos eficiente y oportuno - garantizar el cumplimiento de enfoque de género en el desarrollo del proyecto - incentiva la producción limpia y con respeto del medio ambiente 	<p>Expectativas ante las OPA's:</p> <ul style="list-style-type: none"> - que se logre comercializar mejor - dejar capacidad instalada; apropiación de herramientas que les fortalezcan (dirigentes + funcionarios) - generar enfoque empresarial - participación de la mujer - que se apropien del proceso - selección de participantes adecuados - continuidad con los liderazgos

Punto de vista de las OPA's	Punto de vista de las agri-agencias
<p>Expectativas ante las agri-agencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - que sean eficientes gestores para lograr los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto - ser facilitadores del proceso en sus diferentes fases: intercambio de experiencias exitosas; talleres de capacitación (ej: expertos en los temas, como plan de negocios); desarrollo en la aplicación de metodología participativa - coadyuvar en el proceso de conocimiento e identificación del mercado (ej: clientes potenciales y nichos de mercados, etc.) 	<p>Rol de las agri-agencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Coordinación general en concertación con las 4 agri-agencias - Repartición de responsabilidades para la implementación de actividades - Favorecer la comunicación entre los actores (internos y externos) - Seguimiento y evaluación - Informes y administración
<p>Expectativas ante la FIPA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - que contribuya con sus estudios e información al conocimiento de las reglas de funcionamiento del comercio regional y mundial - promueva acciones de incidencia ante los organismos multilaterales y gobiernos nacionales para la obtención de recursos que financien políticas públicas relacionadas con el proyecto: infraestructura, capital de trabajo, fondo de garantía, capacitación, intercambios - que desarrolle procesos de discusión de políticas con los agricultores en temas como: comercio, cambio climático, bioenergías, ambiente, tierra y agua - obtener más información del papel y funcionamiento de la FIPA (a las OPA's les interesaría conocer más a la FIPA) 	<p>Expectativas ante la FIPA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - defensa/aval del proyecto ante el comité de proyectos de AgriCord - facilitar insumos al proyecto (documentos de política agrícola, etc.) - apoyo desde el comité de FIPA para ALyC - participación de OPA's en otros eventos regional / internacional - sugerencias sobre metodologías - convenio FIPA-IICA - fuentes de financiamiento (AgriCord, fondos FIPA, Banco Mundial, etc.)

En resumen

Durante la presentación en plenaria, no hubo mucha discusión, considerando que había poco contradicción entre los roles y responsabilidades que cada grupo se acuerda y los que se espera ante de sus colaboradores.

Pero dentro del grupo de agri-agencias, hubo más dificultades con precisar el compartir las responsabilidades. ¿Quién va coordinar el proyecto? ¿Cómo serán implicadas las agri-agencias en la realización de actividades? ¿Cómo serán compartidos los recursos financieros entre las agri-agencias, y entre las OPA's?

Se identificó algunas pistas de solución:

- La coordinación

Primeramente, el proyecto va necesitar una coordinación única, es decir debajo de la responsabilidad de una sola agri-agencia. Ella será responsable a construir un Plan de trabajo anual. Por seguro, ella consultará las otras agri-agencias, para que sea un proyecto común, pero va tener la responsabilidad en frente a AgriCord de su implementación y seguimiento.

- La operacionalización

El Plan de trabajo deberá identificar la implicación de las agri-agencias en la realización de actividades. Se mencionó la necesidad de identificar bloques de actividades a compartir entre agri-agencias para su implementación concreta, para facilitar la gestión logística y administrativa.

Algunos ejemplos fueron mencionados para visualizar concretamente esta idea de compartir las responsabilidades por bloque de actividades:

- el objetivo específico # 4, ligado a la identificación de fuentes de financiamiento;
- la elaboración del plan de comunicación;
- la implementación del mismo plan;
- la organización de un taller regional sobre un tema particular;
- la elaboración de módulos de capacitación.

- El compartir las responsabilidades

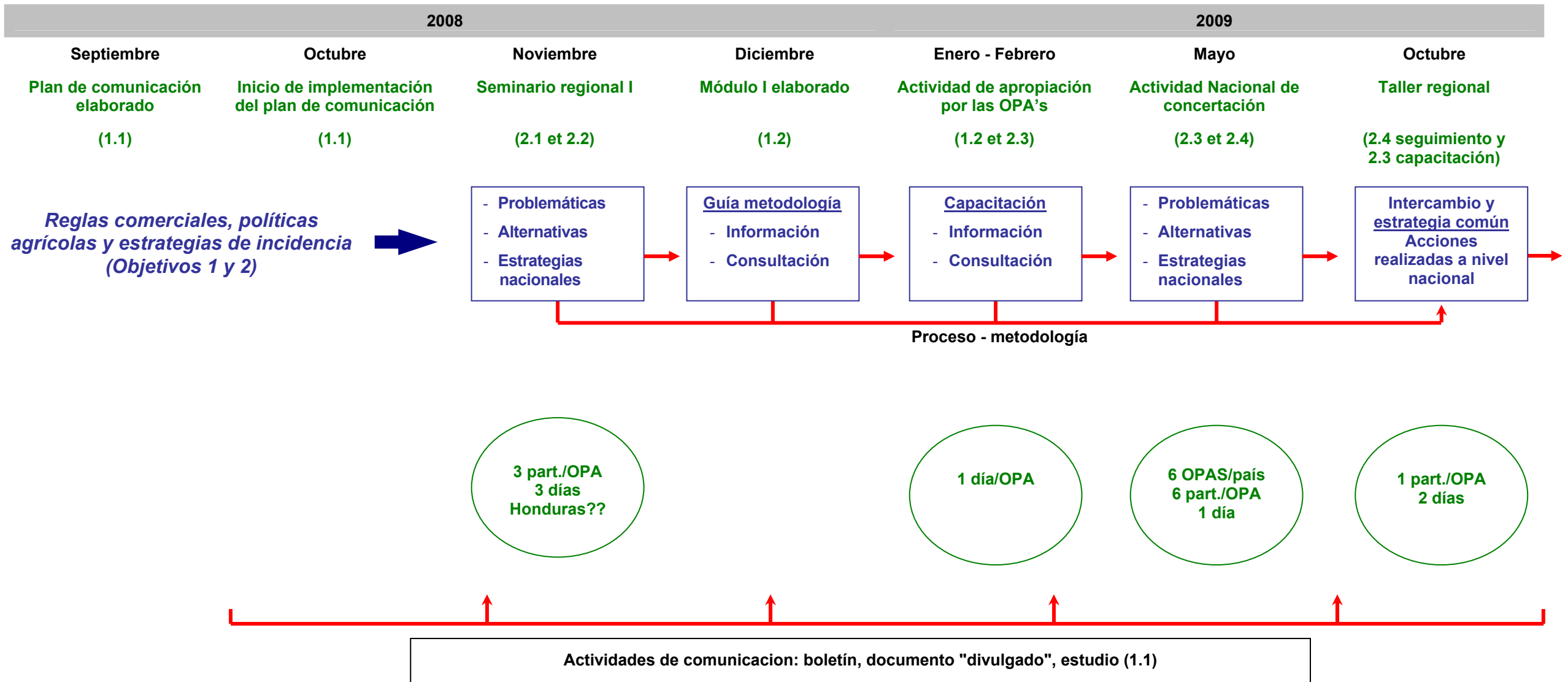
A partir de la propuesta de Plan de trabajo detallado que seguirá este primer encuentro, las agri-agencias necesitarán a expresar su interés a implicarse en una o la otra de las actividades, según su peritaje. Después de las discusiones, necesitaremos a elegir la estrategia más eficiente para concretizar el plan de trabajo definido en conjunto.

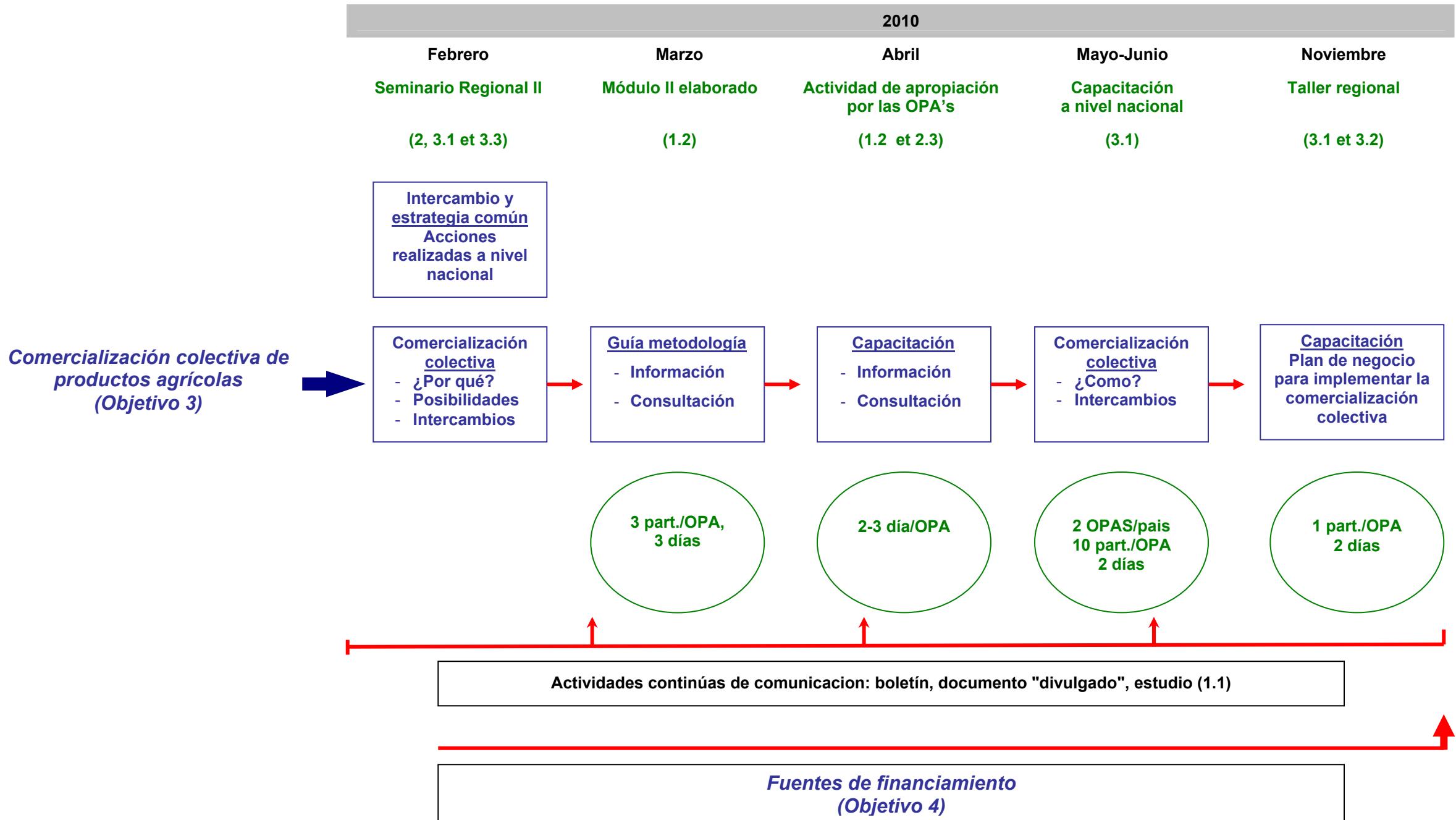
3.7 Etapa VII - Discusión sobre una propuesta de un plan de operacionalización de actividades del proyecto

El último día del taller, se hizo un esfuerzo para visualizar en conjunto lo que podría estar concretamente el proyecto discutido.

Así se presentó la propuesta siguiente de un plan de trabajo anual para los tres años del proyecto, es decir 2008, 2009 y 2010 (Esquema 3). Esta primera propuesta trató a integrar a dentro de un cronograma las actividades identificadas por consenso durante los días precedentes. Además, se tomó en consideración el factor financiero que obliga a quedarse a dentro de un presupuesto del orden de 100 000 euros por año.

Esquema 3 - Primera propuesta de un cronograma general de operacionalización de actividades del proyecto para los años 2008-2009-2010





Las discusiones en cuanto a un plan concreto de actividades a iniciar para lograr los objetivos del proyecto definidos en conjunto no fueron fáciles. Éstas demostraron algunos puntos de vista divergentes, más que todo entre las agri-agencias, en cuanto a la definición del proceso necesario para que una OPA pueda llevar sus miembros a implementar concretamente un sistema de comercialización colectiva, entrampando la discusión sobre lo que se llama el Plan de negocios.

La falta de tiempo para profundizar más la visión de cada organización de los diferentes sistemas de comercialización reagrupada no permitió a llegar a una visión común de la metodología a seguir a dentro de este proyecto. Efectivamente, no hubo consenso sobre la estrategia para acompañar la implementación por las OPA's de sistema de comercialización colectiva.

Sin embargo, se mencionó una serie de comentarios y sugerencias para ajustar el Plan de operacionalización propuesto. Las principales sugerencias o modificaciones presentadas fueron:

- ✓ Poner mas esfuerzo (en cuanto a numero de días) para las actividades de capacitación y de apropiación por las OPA's. Al lugar de 1 día por OPA, se propuso 2 o 3 días por OPA.
- ✓ Iniciar más temprano actividades ligadas al objetivo 3 sobre la comercialización colectiva. Esta idea fue aceptada como principio general, pero el calendario no fue reorganizado en consecuencia.
- ✓ Iniciar el tema de comercialización colectiva con actividades de capacitación y elaboración de Plan de negocios por cada OPA's. Aquí también, no fue bien claro a que momento introducir esta actividad en un calendario definido.
- ✓ Introducir en los primeros meses del proyecto una evaluación de la oferta de los productos agrícolas de las OPA's participantes, y siguiente esta primera etapa, seguir con un estudio de la demanda del mercado. La idea fue mencionada así, pero hubo poco detalle para clarificar un tal mandato, para que productos, al nivel nacional, regional, internacional, etc.
- ✓ Iniciar más temprano actividades ligadas al objetivo 4 sobre la identificación de fuentes de financiamiento.

El esfuerzo a integrar estos comentarios y sugerencias aportados, ajustando el calendario e integrando las responsabilidades de cada actor en la realización de las actividades, tiene que estar finalizado. Además, la propuesta final del proyecto va necesitar un presupuesto detallado que acompañe el Plan de actividades 2008-2010 ajustado.

3.8 Etapa VIII – Evaluación del encuentro

La evaluación del encuentro se hizo en dos etapas: la primera a partir de una vuelta de mesa para compartir los comentarios y opiniones de los participantes, la segunda a partir de una ficha de evaluación (cuestionario) completada por cada participante.

3.8.1 La ficha de evaluación

El cuadro siguiente resume el análisis hecho de las fichas individuales de evaluación.

Resume de las evaluaciones

A - LOS RESULTADOS

¿Según usted, los objetivos apuntados por el taller fueron alcanzados?

	Muy insatisfactorio	Insatisfactorio	Satisfactorio	Muy satisfactorio
Identificar, del punto de vista de las organizaciones campesinas (OP), las dificultades principales encontradas en frente a la comercialización de los productos agrícolas.	0 %	7 %	53 %	33 %
Compartir las acciones principales en desarrollo o realizadas por las OP para confrontar las dificultades encontradas.	0 %	7 %	47 %	40 %
Presentar el tipo de apoyo llevado por las agri-agencias a sus colaboradores al nivel de la comercialización de los productos agrícolas.	0 %	20 %	47 %	27 %
Definir colectivamente un proyecto pudiendo responder a las necesidades de las OP de América central frente a la comercialización y permitiendo a las agri-agencias a mejorar su apoyo a las OP en este tema.	0 %	0 %	73 %	20 %
Elaborar juntos un plan de trabajo para la realización del primer año del proyecto.	0 %	33 %	40 %	20 %

B - LAS ACTIVIDADES

¿Que es su nivel de apreciación del desarrollo del taller?

El proceso de manera general y su ilustración con el esquema	0 %	7 %	47 %	33 %
Los ejercicios pedagógicos utilizados : juego de los manos, juego de rol sobre los objetivos del proyecto, le tormenta de ideas sobre las hojas grandes, etc.	0 %	7 %	33 %	53 %
Las discusiones en pequeños grupos : su pertinencia y su interés	0 %	0 %	47 %	47 %
Las discusiones en plenaria	0 %	7 %	53 %	27 %
La calidad de la animación	0 %	7 %	47 %	33 %
El tiempo libre para las discusiones informales	0 %	7 %	53 %	27 %

C – EL MEDIO AMBIENTE

¿Que es su nivel de apreciación en cuanto a los puntos siguientes?

El lugar : Pimental, El Salvador	0 %	0 %	33 %	60 %
La calidad de la sala de reunión	0 %	0 %	27 %	67 %
La calidad del alojamiento	0 %	13 %	27 %	53 %
La calidad de la comida	0 %	0 %	40 %	47 %
La logística, es decir la reservación de los billetes de avión, las informaciones recibidas, la acogida, etc.	0 %	0 %	40 %	33 %

3.8.2 La evaluación del encuentro en algunas palabras

Por turno, cada participante opinó de la evaluación global del encuentro. De los comentarios entendidos, se puede mencionar entre otras cosas:

- Luego muchas intenciones, este taller fue un primer intento serio a trabajar en conjunto. Hemos pasado de un sueño a acción concreta. Esta sola realización representa un éxito.
- Claramente la comercialización representa un problema serio para los campesinos en Centroamérica y hasta hoy existe poca experiencia de comercialización colectiva exitosa
- Se aprendió a conocer mejor las otras organizaciones, que sean OPA's o agri-agencias
- Hubo intercambios de experiencias, de visiones y a vez lucha de ideas. No todo esta desacuerdo, tampoco acuerdo. Pero siempre las discusiones fueron positivas, y de este intercambio podría nacer un proyecto común
- Hay una voluntad fuerte a seguir el proceso y sacar el mejor de este esfuerzo
- Tenemos que seguir a construir un Plan de trabajo común que podía servir nuestros pueblos primeramente
- La presencia de la FIPA trabajando con agri-agencias y OPA's fue muy positiva
- El ejercicio no fue tan fácil pero seguramente muy rica de aprendizaje

3.9 Etapa IX – Seguimiento al encuentro de definición de un proyecto común

Se discutió de las etapas para asegurar un seguimiento eficiente a este primer esfuerzo a construir un proyecto en conjunto.

3.9.1 Elaboración de un informe del encuentro

UPADI se comprometió a elaborar un informe del encuentro que podrá resumir los elementos esenciales de nuestras discusiones.

Se comprometió también a mandar por correo electrónico el informe a cada participante antes el fin de abril 2008.

3.9.2 Elaboración de una propuesta más detallada

Luego ultimas discusiones entre agri-agencias, se propuso que SCC tome el mandato de finalizar la elaboración de una propuesta mas detallada en colaboración con las agri-agencias, integrando el formato de proyecto (marco lógico) utilizado por Agricord y incluyendo un presupuesto. Los representantes de SCC aceptaron a verificar con su autoridad la factibilidad de una implicación de la organización para realizar esta próxima etapa. Al momento a finalizar este informe, SCC confirmo su interés y disponibilidad a impulsar el próximo paso.

Después consultación con los participantes del encuentro, una propuesta final sería mandado a Agricord para aprobación.

3.9.3 Invitación a algunas OPA's a integrar el proyecto

Para completar el grupo de OPA's que serian participantes al proyecto eventual, se comprometieron:

- Carlos/FIPA y SCC a invitar FECOOPA de Costa Rica;
- APODIP, TRIAS y SCC a consultarse para identificar una organización de nivel nacional de Guatemala y invitarla;
- SCC a invitar FEMUPROCAN de Nicaragua;
- UPADI a pedir a Agriterra a invitar UNAG Chontales de Nicaragua (si se considera oportuno).

Se mencionó la idea a utilizar una propuesta mas detallada del proyecto, sin estar la versión final, para presentar a estas OPA's al momento de una invitación. En mayo, tenemos que finalizar la lista de las OPA's participantes del proyecto para integrarles en la propuesta final.

3.9.4 Depósito de una propuesta final y seguimiento de la relación con Agricord

Se espera un depósito a Agricord en junio. En el proceso de elaboración de la propuesta final, será identificada la agri-agencia que tomará la coordinación del proyecto, dará el seguimiento con Agricord y mantendrá las comunicaciones con las agri-agencias y OPA's, informando los participantes del avance del proceso de aprobación del proyecto.

ADJUNTO I

Programa

Programa

1. TEMA DEL PROYECTO

Fortalecimiento de las organizaciones campesinas y desafíos de la comercialización de los productos agrícolas «Del campo a las políticas, de las políticas al campo.»

2. OBJETIVOS DEL ENCUENTRO DE ABRIL 2008

- Identificar, del punto de vista de las organizaciones campesinas (OP), las dificultades principales encontradas en frente a la comercialización de los productos agrícolas.
- Compartir las acciones principales en desarrollo o realizadas por las OP para confrontar las dificultades encontradas.
- Presentar el tipo de apoyo llevado por las agri-agencias a sus colaboradores al nivel de la comercialización de los productos agrícolas.
- Definir colectivamente un proyecto pudiendo responder a las necesidades de las OP de América central frente a la comercialización y permitiendo a las agri-agencias a mejorar su apoyo a las OP en este tema.
- Elaborar juntos un plan de trabajo para la realización del primer año del proyecto.

3. PROGRAMA PREELIMINARIO

- Domingo 6 de abril 2008
 - Llegada de los participantes
 - Cena animada para encontrarse
- Lunes 7 de abril 2008
 - Presentación de los objetivos del encuentro, del programa, y horario
 - Establecimiento de reglas de funcionamiento
 - Dificultades principales encontradas por las campesinas y campesinos en la comercialización de sus productos agrícolas
 - Acciones de las organizaciones campesinas y apoyos de las agri-agencias en cuanto a los problemas de comercialización
- Martes 8 de abril 2008
 - Interés y voluntad a trabajar en conjunto
 - Objetivo del proyecto
 - Proyecto: ¿con quien y como (las actividades)?
 - Situación deseada al 31 de diciembre 2010 (resultados)

- Miércoles 9 de abril 2008
 - Finalización de las discusiones del día anterior
 - Roles y responsabilidades para la realización del proyecto
 - Elaboración de un plan de trabajo detallado
- Jueves 10 de abril 2008
 - Finalización de un plan de trabajo detallado
 - Evaluación del encuentro
- Viernes 11 de abril 2008
 - Salida de los participantes

Pierre Jobin, Paul Langelier, UPADI
Versión del 6 de marzo 2008

ADJUNTO II

Lista participantes

Lista participantes

PAÍS	ORGANIZACIÓN	NOMBRE	DIRECCIÓN
El Salvador	Central Cooperativa Agropecuaria (CCA)	Pedro MARTINEZ	ccaderl@yahoo.es
El Salvador	Central Cooperativa Agropecuaria (CCA)	Santos Guidos LOPEZ	ccaderl@yahoo.es
El Salvador	Confederación de Federaciones de la Reforma Agraria Salvadoreña (CONFRAS)	Miguel ALEMÁN	confras@integra.com.sv
Honduras	Federación de las Cooperativas de la Reforma Agraria de Honduras (FECORAH)	Rigoberto DUARTE	fecorah@cablecolor.hn
Honduras	Asociación de Microempresarios y Productores Agrícolas del Occidente de Honduras (AMPRO)		
Guatemala	Asociación de Productores Organicos para el Desarrollo Integral del Polochic (APODIP)	Emilio QUIM Marvin LOPEZ	apodip@yahoo.com
Costa Rica	Coordinadora de Mujeres Campesinas (CMC)	Shirlene CHAVEZ	cmc@ice.co.cr shirlenechaves@yahoo.com
Colombia	Federación internacional de los productores agrícolas (FIPA)	Carlos SIMANCAS	kasimancas@gmail.com
France	Federación internacional de los productores agrícolas (FIPA)	Gabriela QUIROGA	gabriela.quiroga@ifap.org
Costa Rica	SCC	Ricardo QUIROS	rqz@sccorla.org
Honduras	SCC	Alfredo ALONSO	aae@sccorla.org
El Salvador	TRIAS	Marjolein GROENEWEGEN	Marjolein.groenwegen@triasngo.be astrid.vreys@triasngo.be
	TRIAS	Tasso HETTERSCHIJT	Tasso.hetterschijt@triasngo.be
Canada (Québec)	UPA Développement international (UPA DI)	Pierre JOBIN	jo_bino@hotmail.com
Canada (Québec)	UPA Développement international (UPA DI)	Paul LANGELIER	plangelier@upa.qc.ca

ADJUNTO III

Propuesta de un proyecto de fortalecimiento de las organizaciones agrícolas en américa central frente al comercio de productos agricolas

Propuesta de un proyecto de fortalecimiento de las organizaciones agrícolas en América Central frente al comercio de productos agrícolas

1. CONTEXTO

Desde la conclusión de la ronda de negociación de Uruguay y la creación de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 1995, las poblaciones de América Central se beneficiaron poco de la supuesta apertura de los mercados y del incremento de los intercambios.

Recientemente, un Tratado regional de libre comercio (TLC) entre los Estados Unidos de América y la mayoría de los países de América Central está en proceso de implementación en Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y más recientemente Costa Rica. Además, otro tratado con la Unión Europea y algunos países de la región latinoamericana está siendo discutido actualmente. Con sus 30 millones de habitantes, la región central de América representa un mercado de varios billones \$US por año para los productos de consumo. Esas negociaciones están en varios casos difíciles, y los acuerdos obtenidos o para obtener llevan poco entusiasmo en la población, la cual entiende muy poco del contenido y sobre todo las consecuencias a corto y medio plazo.

Sin embargo muchas preocupaciones están llevadas por múltiples ONG y movimientos sociales de los países respectivos, que se inquietan por las repercusiones negativas que resultaron de este acuerdo respecto de las poblaciones, particularmente las más desfavorecidas. El tema agrícola ha sido uno de los sectores más sencillos porque, según los datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la agricultura es el único ingreso del 32% de los 14 millones de personas que constituyen la población activa en América Central. Además, esta parte de la población está fuertemente marginada y representa un alto porcentaje de las familias más pobres. Con las políticas comerciales actuales, preconizando la apertura de los mercados, las organizaciones agrícolas temen que los agricultores americanos inundan el mercado con su producción subvencionada.

Las actividades ligadas a la finca agrícola son la fuente principal de ingresos para la familia campesina. Pero estas fincas son mayormente de pequeños tamaños, poco capitalizadas y que se benefician de poco apoyo técnico y financiero y tampoco de servicios del Estado. Por eso resulta de ellos una producción y una productividad débiles, y por consecuencia, una capacidad limitada de ingresos. Los desafíos a los cuales está confrontada la familia agrícola son muy grandes: a) alimentar una población creciente y cada vez más urbana, b) confrontar la degradación de los recursos naturales, c) responder a unos mercados en los cuales las exigencias son cada vez más marcadas, para mencionar solamente algunos de los desafíos.

2. ORGANIZACIONES EN MARCHA

En el contexto de la mundialización del comercio, los agricultores de los países de América central son cada vez más conscientes de que la mejora de su situación económica está ampliamente ligada a su capacidad de mantener y desarrollar un acceso a los mercados domésticos e internacionales, y a obtener en ellos mejores condiciones comerciales. Frente a esta constatación, desde algunos años, campesinas y campesinos se reagrupan en organizaciones profesionales agrícolas (OPA) para una defensa de sus intereses comunes. En cambio, hay que reconocer que a las OPA de los países de América central les faltan todavía herramientas para defender sus intereses, particularmente ligados a las reglas comerciales justas, más aun cuando los procesos de negociaciones se vuelven cada vez más complejos y su poder de negociación se debilita. De ahí, la importancia de que los principales actores de estas organizaciones agrícolas sean apoyados en su esfuerzo por comprender y defender reglas comerciales equitativas para el mantenimiento y el desarrollo de la agricultura familiar en América central. Por otra parte, el rol que juegan los gobiernos en la puesta en práctica de políticas agrícolas nacionales y en los procesos de negociaciones bi-laterales y multilaterales para unas reglas comerciales comunes, obliga las OPA a acentuar sus esfuerzos de dialogo con los representantes elegidos de sus países respectivos. Sin eso, siempre será difícil procurar que la voz del campesino sea entendida en los lugares de decisión.

Sin duda, las negociaciones comerciales regionales e internacionales actuales y los acuerdos que resulten, tendrán un impacto sobre las condiciones de vida de la mayoría de la población americana-latina, entre ella las familias agrícolas. Por consecuencia, es primordial que las OPA puedan informar a sus miembros de las discusiones pendientes y capacitarles con el fin de poder dialogar con sus representantes de los gobiernos y hacer valer sus puntos de vista y opiniones para influir el curso de decisiones que marcan el futuro agropecuario de sus países y sus poblaciones. Se trata de hecho de contribuir a reequilibrar una relación de negociación que, muy frecuentemente, se establece en detrimento de los países en desarrollo (PED), y en particular de las comunidades agrícolas.

Ligado al contexto anterior y a las organizaciones en marcha en los niveles nacionales, existe también una organización mundial de los agricultores: la Federación Internacional de Productores Agrícolas (FIPA). Esta organización trabaja al nivel global pero también tiene áreas de acción en las regiones. Precisamente, el Comité de FIPA para América Latina y el Caribe ha definido recientemente su plan estratégico para la región, de lo cual se resalta especialmente:

- Estratégicamente se ha definido trabajar en cuatro políticas agrícolas¹: fortalecimiento de los agricultores en la cadena agroalimentaria; las negociaciones comerciales internacionales y la renovación de políticas agrícolas; fortalecimiento de la participación de mujeres y jóvenes, haciendo énfasis de que las propias organizaciones nacionales también deberán atender fuertemente este punto; y recursos ambientales y naturales (con especial énfasis en los temas de acceso a la tierra).

¹ *Nótese que FIPA trabaja con las siguientes políticas agrícolas: 1- negociaciones comerciales y la reforma de la política agrícola; 2- fortalecer la posición de los agricultores en la cadena agroalimentaria; 3- los recursos ambientales y naturales; 4- salud humana y sanidad animal; 5- investigación; 6- la pobreza rural y el hambre; 7- reconocimiento de la aportación de las mujeres en la agricultura; y 8- facilitar el acceso de los jóvenes a la agricultura. Esta región ha priorizado 4 lo que no quiere decir que no trabajará con las restantes.*

- Se destacó la relevancia de atender la sostenibilidad y fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones de agricultores, especialmente al nivel nacional pero también en vistas a fortalecer y sostener su membresía a FIPA. Por un lado, es necesario fortalecer la participación de los miembros actuales y por otro lado, buscar alternativas para acercar organizaciones nuevas. En este sentido, especialmente se priorizó fortalecer vínculos en las sub-regiones Centroamérica y Caribe.

A partir de dichas definiciones estratégicas, se concretó un taller² sobre “Comercio y Bioenergías” como forma de atender específicamente algunas de las políticas priorizadas por el grupo regional. El taller, llamado “El Diálogo de Montevideo”, sobre la temática de Comercio, aportó – entre otras- la conclusión de que las organizaciones de agricultores tienen un rol claro frente a las negociaciones comerciales, es preciso continuar fortaleciendo y potenciando estas capacidades. En este sentido, se realizaron acuerdos para continuar trabajando en la temática:

- facilitar a los agricultores el acceso a información sobre temas de comercio: IICA a través de su red puede facilitar información y documentos a las organizaciones de agricultores miembros de FIPA en América Latina y el Caribe. Esta información puede ser general sobre los temas de comercio, pero también específica o sectorial para cada sub-región y productos concretos.
- generar actividades de capacitación sobre temas de comercio para dos grupos focales: agricultores dirigentes de las organizaciones y técnicos de las organizaciones de agricultores. Se sugiere la concreción de cuatro talleres sub-regionales: Sur, Andino, Centroamérica y Caribe.
- realizar estudios específicos en temas de comercio del interés de FIPA a nivel regional hemisférico.

La región está involucrada entonces en una serie de acciones que entre otras, prioriza la atención de la temática de “Comercio” especialmente en las sub-regiones de Centroamérica y Caribe (ya que en el sur se han realizado acciones al respecto). En este sentido, esta propuesta concreta de trabajar los temas de comercio en Centroamérica y Caribe son parte del plan regional que resulta más abarcativo en tanto es para toda América Latina y el Caribe y abarca otra multiplicidad de temáticas.

3. META Y OBJETIVOS DEL PROYECTO

Con una perspectiva de reducción de la pobreza y de incremento de la soberanía alimentaria, el proyecto ambiciona a un fortalecimiento de las posiciones de negociación de las OPA en frente de los gobiernos de los países de América central en beneficio de sus intereses comerciales agrícolas en el contexto de la apertura cada vez más grande de los mercados regionales e internacionales.

La meta del proyecto busca permitir a los productores agrícolas de cinco (5) países de América central (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica) y a sus organizaciones profesionales a iniciar una participación entera y activa en el proceso de alegato en materia de comercialización de los productos agrícolas y de negociaciones de diversos acuerdos comerciales concernidos.

² Fue realizado 10 y 11 de Diciembre con el apoyo del IICA. Contó con la participación de 13 representantes de organizaciones de agricultores miembros de FIPA de Argentina, Brasil, Colombia, El Salvador, Perú y Uruguay.

Necesariamente que al discutir de los retos del comercio internacional de los productos agrícolas conlleva el riesgo de tratar otros retos periféricos, estrechamente ligados al primero: acceso a la tierra por los productores, acceso a los recursos productivos y financieros, protección del medio ambiente, etc.

Más específicamente, el proyecto tiene a:

- Vulgarizar a los campesinos y campesinas la información relativa a los retos de la mundialización y a las negociaciones pendientes a la OMC.
- Aumentar las capacidades de análisis de los líderes agrícolas con respecto a las cuestiones relativas al comercio de los productos agrícolas.
- Apoyar la colocación de un dialogo continuo entre los líderes de las OPA y los representantes de los gobiernos.
- Fortalecer el funcionamiento organizacional de las OPA, más particularmente a través de una democratización de estos retos al seno de sus organizaciones.
- Acentuar las actividades de red regional entre las OPA de los diversos países, especialmente fortaleciendo una estructura o plataforma agrícola existente o en el proceso de ser creada.

Nota: Los representantes de los gobiernos que serían implicados en el objetivo 3 serían también involucrados en los objetivos 1 y 2 particularmente por el aspecto de comunicación del proyecto para lo cual se pondrán disponibles documentos.

4. COLABORADORES DEL PROYECTO

La FIPA colabora con el proyecto a nivel de la definición de agendas y a través de la participación directa de su Presidente Regional, el Sr. Carlos Simancas. A nivel de planificación y definición metodológica de las actividades, FIPA participa a través de la coordinadora regional.

4.1 Organizaciones de agricultores participantes del proyecto (actualmente colaboradores de las agri-agencias)

- CCA, El Salvador/colaborador de UPADI y de TRIAS
- UNAG, Nicaragua/colaborador de Agriterra
- AMPRO, Honduras/colaborador de PILARH
- CMC, Costa Rica/colaborador de Agriterra
- APODIP – ACDIJ, Guatemala / colaboradoras de ADP?? (a partir de 2008)
- OP colaboradores de SCC

4.2 Agri-agencias colaboradoras del Proyecto:

- UPADI
- Agriterra
- IVA a través TRIAS
- SCC

Se invitarán un máximo de 15 organizaciones (máximo de 3 por país) para participar del proyecto y además de las listadas arriba será preciso preparar una propuesta de otras organizaciones de agricultores a ser invitadas (ya sean miembros de FIPA u organizaciones identificadas y que eventualmente ya colaboren con las agri-agencias). En todo caso, será la Directiva³ del Comité Regional de FIPA para América Latina y el Caribe en consulta con las agri-agencias participantes quienes acordarán sobre el listado definitivo de organizaciones invitadas a participar en este proyecto. Será relevante analizar en conjunto el panorama de las OPAs existentes en los países, ver qué organizaciones existen, su perfil y capacidades.

5. ACTIVIDADES PREVISTAS

Actividad	Periodo
Encuentro con un pequeño grupo de colaboradores locales, 4 o 6 OPA entre ellas los 4 colaboradores actuales, con el fin de definir el plan de trabajo detallando las actividades de capacitación y de intercambio previstas en los 3 años del proyecto. Representantes de las agri-agencias participan. FIPA participará de dicha reunión de coordinación, planificación y ajuste (metodológico y de agenda) representada por el Presidente Regional del Comité y la Coordinadora Regional de FIPA. Los costos son cubiertos por el proyecto.	Abril 2008
Selección de aproximadamente quince (15) OPA participantes (máximo de 3 por país) (se debería comprobar la factibilidad del número 15, a la vez al nivel financiero y al nivel de la dinámica de las OPA en la región.	Mayo-junio 2008
Contactos a establecer con los representantes de los ministerios encargados de las cuestiones de agricultura y de comercio doméstico y internacional.	Desde mayo hasta septiembre 2008
Realización de una serie de actividades de capacitación a los retos comerciales ligados a la mundialización (seminarios, encuentros, visitas y estancias de intercambio entre países participantes y/o en Canadá, eventualmente en Brasil también donde TRIAS cuenta con experiencia).	Entre septiembre 2008 y diciembre 2010
Durante el año 2008, realizar dos talleres (a definir cuándo en el año) donde participan las organizaciones acordadas a ser invitadas (un máximo de 15) sobre la base de ser miembros de FIPA, de colaborar con las agri-agencias o bien de haber sido propuestos para ser invitados en acuerdo entre FIPA y agri-agencias.	
FIPA invitará a los participantes del proyecto a su actividad del último trimestre del año (evaluación de actividades y tratamiento en taller de un tema a definir prontamente) posiblemente alrededor de Septiembre de 2008.	Septiembre de 2008
Apoyo a unas iniciativas de dialogo al nivel nacional y regional.	Entre septiembre 2008 y diciembre 2010
Elaboración de documentos de vulgarización.	Entre septiembre 2008 y diciembre 2010
Colocación de mecanismos de información y de intercambio (red).	Entre septiembre 2008 y diciembre 2010

³ La Directiva incluye a su Presidente y los tres Vice Presidentes Regionales.

6. DURACION DEL PROYECTO

Las actividades del proyecto se desarrollan durante 3 años, entre abril 2008 y diciembre 2010. El presupuesto sería alrededor de 300 000 euros, sea 100 000 euros por año.