

Universidad de Costa Rica
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio
Sistema de Estudios de Posgrado
Maestría en Evaluación de Programas y Proyectos de Desarrollo

Evaluación de efectos en las condiciones de vida de las y los productores orgánicos de la Feria El Trueque, a doce años de su formación.

Trabajo final de investigación aplicada sometido a la consideración de la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Evaluación de Programas y Proyectos de Desarrollo, para optar al grado y título de Maestría Profesional en Evaluación de Programas y Proyectos de Desarrollo.

Andrea Meneses Rojas

San José, Costa Rica
2012

*A las y los productores de la Feria El Trueque,
por mostrarnos la posibilidad de otros caminos.*

Agradecimientos

Agradezco a todas y todos los integrantes de la Feria El Trueque que hicieron posible esta evaluación, por su participación y por su tiempo e interés dedicados a este esfuerzo introspectivo.

A mi familia, por todo el apoyo y la confianza que he recibido siempre.

A la guía de Kemly Camacho, Hari Alejandro Calvo y Paula León, por el tiempo y la disposición. Por su participación que ha enriquecido, sin duda, el trabajo realizado.

A la Cooperativa Sulá Batsú por los espacios que hicieron posible la finalización de este proceso.

Índice

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA: LA FERIA EL TRUEQUE.....	2
1. Estructura del programa.....	7
a) Problema que trata de resolver el proyecto La Feria El Trueque.....	7
b) Objetivo de la Feria El Trueque.....	8
c) Población meta de la Feria El Trueque.....	9
d) Actividades.....	10
e) Gestión.....	11
CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL	13
a) Organizaciones del tercer sector: la economía social y solidaria	13
1. Emprendimiento social.....	18
2. Organización autogestionaria:.....	19
3. Rentabilidad/Utilidad social.....	20
4. Sostenibilidad.....	20
5. Empoderamiento:.....	21
6. Condiciones de Vida.....	21
b) Sobre la Agricultura Orgánica y Sostenible.....	23
c) Mercados locales: ferias orgánicas.....	26
d) Contexto: Una mirada al estado de la cuestión de la agricultura orgánica en la región	28
1. Europa, Latinoamérica y Centroamérica.....	28
2. El desarrollo de los mercados locales.....	30
3. Situación de la Agricultura Orgánica en América Latina.....	32
4. El desarrollo de la Agricultura Orgánica en Centroamérica.....	34
5. La Agricultura Orgánica en Costa Rica.....	35
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL PROGRAMA	44
a) Árbol de Problemas y Soluciones.....	47
b) Línea de Intención.....	51
c) Mapeo de Actores.....	56
CAPÍTULO IV: DISEÑO DE LA EVALUACIÓN.....	57
a) Antecedentes de la evaluación.....	57

b) Condiciones que favorecen / limitan la evaluación	60
c) Delimitación del problema y objeto de evaluación.....	61
1. Tema.....	61
2. Problema de la evaluación.....	61
3. Objeto de Evaluación	63
4. Criterios de la evaluación	64
5. Participantes y destinatarios de la evaluación	64
6. Delimitación espacio temporal de la evaluación.....	65
7. Interrogantes de la evaluación.....	65
8. Objetivo general de la evaluación	66
d) Modelo de evaluación	66
1. La evaluación en el ciclo del proyecto	66
2. Tipo de evaluación	66
3. Enfoque de evaluación	67
4. Acercamiento Metodológico	72
5. Marco Evaluativo	78
CAPÍTULO V: HALLAZGOS.....	87
Interrogante 1. ¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?	89
1. La Feria El Trueque como Organización.....	89
a) Estructura y funcionamiento organizacional: La Feria El Trueque una necesidad compartida	89
b) Beneficios de la formación de la Feria El Trueque en Asociación:	93
c) Mecanismos de toma de decisiones.....	97
d) Cohesión grupal: sentido de pertenencia y motivaciones compartidas.....	97
e) Rupturas internas: la Feria de Aranjuez	101
f) Relaciones entre productores y consumidores.....	102
g) Aspectos por mejorar	106
2. La Feria El Trueque como empresa.....	109
a) Gestión de APROCO.....	109
b) Fortalezas y debilidades de la gestión de APROCO.....	110

c) Los retos de la autogestión: la sostenibilidad económica de la Feria El Trueque.....	112
d) Participación de las y los consumidores en APROCO.....	113
e) Procesos administrativos y financieros	114
f) La competencia interna.....	115
g) Sobre el Mercadeo y Ventas de la Feria El Trueque.....	116
h) Perfil del consumidor de la Feria El Trueque	117
Interrogante 2: ¿Cómo la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las dinámicas productivas y familiares de las y los productores orgánicos?	126
a) Perfil de las personas participantes de la Feria El Trueque	127
b) Transformaciones productivas: de lo convencional a lo orgánico.....	128
c. Las fincas orgánicas en la comunidad: de la distancia al vínculo	131
d) Visión de Mundo: representación y significados de la agricultura orgánica y la Feria El Trueque.....	133
f) Razones principales para producir orgánicamente	134
g) El proyecto orgánico: una ruptura con lo convencional	137
h) La dimensión familiar	138
i) Ellas en la Feria El Trueque.....	140
j) Retos sin resolver: El cambio generacional	142
Interrogante 3. ¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?	146
a) Oportunidades de trabajo y de generación de nuevos conocimientos	147
b) Sobre los ingresos de las y los participantes de la Feria El Trueque	150
c) Percepciones sobre la situación económica	152
d) Medio ambiente y salud: dos beneficios que mejoran la calidad de vida.....	156
e) La producción de las fincas orgánicas	157
f) La Feria motor de emprendimientos	158
g) Satisfacción y proyectos de vida.....	159
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	163
Recomendaciones.....	175
Aprendizajes personales.....	183
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	189
ANEXOS	193

Nombres de las personas entrevistadas y fechas de las entrevistas y las observaciones, del trabajo de campo	194
INSTRUMENTO N°1.....	195
Cuestionario para las y los consumidores de la Feria El Trueque	195
INSTRUMENTOS N°2	199
Cuestionario para las y los productores de la Feria El Trueque.....	199
INSTRUMENTO N°3.....	203
Entrevista semi estructura sobre las condiciones socio organizativas y administrativas.....	203
INSTRUMENTO N°4.....	205
Guía Entrevistas a profundidad.....	205
INSTRUMENTO N°5.....	207
Guía para las observaciones	207

RESUMEN

La presente evaluación tiene como objetivo conocer los efectos en las condiciones de vida de las y los productores que integran la Feria El Trueque, a doce años de su creación. La Feria es una iniciativa colectiva que se crea en 1999 para formar un espacio ferial de intercambio solidario de productos orgánicos en el país. A lo largo del tiempo ha pasado de ser una iniciativa apoyada por diversas organizaciones que promueven la agricultura orgánica en el país a ser hoy un emprendimiento autogestionario.

Para conocer los efectos que se han generado en las condiciones de vida de esta población, se realizó una evaluación cualitativa enfocada en generar información útil para potenciar el desarrollo de este emprendimiento; los principales participantes de la evaluación son las y los productores de la Feria, enfatizando sus percepciones y las representaciones de sus realidades.

En el proceso evaluativo se indagó sobre las condiciones de vida de las y los productores de El Trueque, centrando el análisis en tres dimensiones: las capacidades organizativas, las dinámicas familiares y productivas y las condiciones socioeconómicas. Para el análisis de estos elementos se parte desde el referente teórico de la economía social y solidaria, entendiendo la Feria El Trueque como un proyecto dentro de esta nueva economía que busca construir un desarrollo alternativo y que propone nuevas prácticas de reproducción del capital y de la vida, promoviendo una racionalidad económica distinta a la racionalidad convencional de mercado.

La evaluación evidencia que la participación en este espacio ha incidido de diversas formas en las y los productores de la Feria. Se han desarrollado una serie de capacidades organizativas que hacen de su forma de organización un modelo sostenible, sin embargo deben de enfrentar a una serie de retos para poder consolidarse como un emprendimiento autogestionario. Por otro lado, la participación de la familia en los procesos de producción y comercialización así como el empoderamiento de sus integrantes, especialmente el rol de la mujer, ha sido un efecto positivo de la permanencia en dicho espacio ferial. La consolidación de las fincas orgánicas al tener un espacio de intercambio solidario de los productos ha generado mucha satisfacción así como la promoción de nuevos emprendimientos en sus integrantes. Otros efectos que han surgido son la generación y el intercambio de conocimientos así como otras oportunidades de trabajo, fomentadas por la conformación de redes y vínculos con las y los consumidores.

Se identifican una serie de retos que se deben de considerar para la sostenibilidad de la Feria, entre ellos el cambio generacional en el movimiento de la agricultura natural y orgánica, así como el desarrollo de capacidades de gestión y administrativas dentro de la Feria y mejorar la promoción y divulgación de este espacio. La evaluación propone una serie de recomendaciones, orientadas a generar un proceso de discusión y revisión por parte de las y los participantes de la Feria El Trueque para mejorar y potenciar este espacio, e incidir de manera positiva en la calidad de vida de ellos(as) y la sostenibilidad de este emprendimiento.

Palabras clave: evaluación, investigación cualitativa, agricultura, agricultura orgánica, ferias orgánicas, economía social y solidaria, sostenibilidad, desarrollo sostenible, agricultura sostenible, condiciones de vida, economía alternativa.

Lista de Cuadros

CUADRO N° 1: Participantes de la Feria El Trueque según productos, procedencia y tiempo de participación. Datos para el 2011.....	6
CUADRO N° 2: Crecimiento porcentual de hectáreas certificadas en Costa Rica	37
CUADRO N° 3: Nombre de algunas organizaciones involucradas en la producción y comercialización de productos orgánicos en Costa Rica.....	42
CUADRO N° 4: Nombres de organizaciones que promueven el desarrollo de la agricultura orgánica en Costa Rica.....	43
CUADRO N°5: Línea de Intención	49
CUADRO N°6: Mapeo de Actores.....	54
CUADRO N° 7: Interrogantes de la evaluación	65
CUADRO N°8: Resumen de técnicas aplicadas.....	77
CUADRO N°9: Marco Evaluativo Cualitativo	81
CUADRO N°10: Marco Evaluativo Cuantitativo	83
CUADRO N° 11: Evolución de la Feria El Trueque.....	90
CUADRO N°12: Ventajas y desventajas de producir orgánicamente, según los productores de la Feria El Trueque. Año 2011.....	99
CUADRO N°13: Caracterización de la relación entre productores y consumidores de la Feria El Trueque	104
CUADRO N°14: Aspectos por Mejorar de la Feria El Trueque, según sus productores y consumidores. Año 2011	108
CUADRO N°15: Fortalezas y Debilidades en la Gestión de APROCO según Productores de la Feria El Trueque. Año 2011.....	110
CUADRO N° 16: Ventas mensuales, número de consumidores y compra promedio por consumidor. Un trimestre de 2002.....	117
CUADRO N°17: Perfil del consumidor orgánico de la Feria El Trueque. Año 2011	118
CUADRO N°18: Perfil de las y los productores orgánicos de la Feria El Trueque. Año 2011 .	127
CUADRO N°19: Razones principales para ser productores/as orgánicos, según las y los productores de la Feria El Trueque. Año 2011	136
CUADRO N°20: Medios de generación de ingresos generados a partir de la participación en El Trueque, según sus productores. Año 2011	148
CUADRO N°21: Otras fuentes de ingresos para las y los productores de la Feria El Trueque, según la naturaleza de su actividad. Año 2011	151

CUADRO N°22: Percepciones sobre la situación económica de las y los productores entrevistados de la Feria El Trueque. Año 2011	153
CUADRO N°23: Nivel de Satisfacción e Ingresos de las y los participantes de la Feria El Trueque, datos porcentuales. Año 2011	160
CUADRO N°24: Fortalezas y Retos de la Feria El Trueque. Año 2011	166

Lista de Gráficos

GRÁFICO N°1: Aspectos por Mejorar de la Feria El Trueque, según Productores y Consumidores. Año 2011.....	107
GRÁFICO N°2: Nivel de Satisfacción de las y los consumidores de la Feria El Trueque. Año 2011.....	119
GRÁFICO N°3: Tiempo de ser consumidores de la Feria El Trueque. Año 2011.....	120
GRÁFICO N°4: Principales razones para preferir la Feria El Trueque, según sus consumidores. Año 2011.....	121
GRÁFICO N°5: Otros puntos de compra de productos orgánicos de las y los consumidores de la Feria El Trueque. Año 2011.....	122
GRÁFICO N°6: Principales medios de información para conocer la Feria El Trueque, según sus consumidores. Año 2011	124
GRÁFICO N°7: Porcentaje de agricultores orgánicos de la Feria El Trueque que se dedicaban anteriormente a la agricultura convencional. Año 2011	128
GRÁFICO N°8: Razones principales para producir orgánicamente, según productores de la Feria El Trueque. Año 2011	135
GRÁFICO N°9: Porcentaje de productores que a partir de su participación en la Feria El Trueque han tenido nuevas oportunidades de trabajo. Año 2011	147
GRÁFICO N°10: Porcentaje de productores de la Feria El Trueque según sus niveles de ingresos semanales, datos en colones. Año 2011	150
GRÁFICO N°11: Porcentaje de productores según niveles de su producción a partir de la participación en la Feria El Trueque. Año 2011	157
GRÁFICO N°12: Porcentaje de productores según su nivel de satisfacción con la Feria El Trueque. Año 2011	159

Lista de Figuras

FIGURA N°1: Árbol de problemas	45
FIGURA N°2: Árbol de Soluciones	46
FIGURA N°3: Enfoques de Evaluación	72
FIGURA N°4: Significados de la Feria El Trueque, según sus participantes.	100

Lista de Abreviaturas

ANAPAO, Asociación Nacional de Pequeños Agricultores Orgánicos.

APODAR, Asociación de Productores Orgánicos de Alfaro Ruiz.

APPTA, Asociación de Pequeños Productores de Talamanca.

APROCO, Asociación de Productores y Consumidores Orgánicos de la Feria El Trueque.

BREAD FOR THE WORLD, Pan Para el Mundo.

CEDECO, Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense.

COPROALDE, Coordinadora de Organismos No Gubernamentales con Proyectos Alternativos de Desarrollo.

EZE, Agencia Evangélica de Cooperación para el Desarrollo.

FECOPA, Federación de Cooperativas de Producción Agropecuaria.

FOMIC, Fondo de Microproyectos Costarricenses.

HIVOS, Humanistisch Instituut voor Ontwikkelingssamenwerking (Instituto Humanista para el Desarrollo, de la Cooperación Internacional del Reino de los Países Bajos).

JAICA, Japan International Cooperation Agency (Agencia Japonesa de Cooperación Internacional).

MAG, Ministerio de Agricultura.

MAOCO, Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense.

SCC, Centro Cooperativo Sueco.

UCR, Universidad de Costa Rica.

UNA, Universidad Nacional de Costa Rica.

UNED, Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.

VECO, Vredeseilanden (Organización No Gubernamental Belga de Cooperación al Desarrollo).



Cap. 1 Descripción del Programa: La Feria El Trueque



CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA: LA FERIA EL TRUEQUE

El proceso de generación de oferta de productos orgánicos en el país inicia aproximadamente en los ochenta cuando se articulan esfuerzos entre organizaciones no gubernamentales, privadas y asociaciones de productores para iniciar con la oferta de productos orgánicos en el mercado nacional.

Dentro de estos esfuerzos, se encuentran la creación de ferias de productos orgánicos en el país. Es así como el 15 de mayo de 1999, se crea la Feria El Trueque como producto de un proceso largo y sostenido de varias organizaciones, entre ellas: FOMIC, ANAPAO, COPROALDE conformado por TEPROCA, CICDDA, Fundación Guilombé, CODECE, El Productor, CEDECO, ANAPAO Y CENAP, y por FECOPA.

La importancia de la Feria El Trueque como una empresa de carácter social que provee de un espacio alternativo de desarrollo es definida por CEDECO (2003) como: “...un espacio social, un acontecimiento de encuentro entre productores convencidos y practicantes de una nueva agricultura y un nuevo tipo de consumidores (as) cada vez más conscientes, más solidarios, más dispuestos a entender su consumo como parte de la tarea común de conservar el ambiente.” (CEDECO, 2003, p.42).

Originalmente la Feria El Trueque fue creada con el objetivo de que fuese “un lugar de encuentro entre consumidores y productores orgánicos que trasciende un mero encuentro comercial de compra y venta y contribuye a crear una relación más personal, solidaria, en donde hay un involucramiento de consumidores en los proyectos de los productores” (CEDECO, 2003, p23).

La Feria inició en Moravia en el año 1999 con el apoyo de la Administración y Junta Directiva del Centro Comercial Los Colegios, esta primera experiencia convocó a un grupo importante de agricultores y consumidores que con el apoyo de CEDECO y las Asociaciones decidieron seguir reuniéndose. Es a partir de este momento que la Feria se forma como un espacio exclusivo para el comercio de productos orgánicos.

La organización CEDECO interesada en celebrar el día del agricultor reunió a un grupo de conocidos, amigos, productores interesados en la promoción de la agricultura orgánica. A partir de esta reunión se desarrolló una encuesta para conocer la disposición de compra de productos orgánicos y se realizó una valoración sobre la posibilidad de hacer una feria periódica. De esta manera y ante una muy buena aceptación de la idea se constituye El Trueque.

En cuanto a la oferta inicial de productos, surgieron al inicio varias limitantes, ya que la producción orgánica del país aunque estaba aumentando se centraba sobre todo en la exportación de productos; la producción para el consumo interno era baja y muy poco planificada. Por otra parte las familias que producían de manera orgánica tenían la limitante del transporte de sus productos, lo que hacía que en muchos casos se pagara a intermediarios costos altos por este. A pesar de estos problemas la Feria poco a poco empezó a surgir y fortalecerse, tanto en la oferta y demanda de productos como en su organización interna. Los organismos involucrados en el inicio de la experiencia fueron:

- El Fondo de Micro Proyectos Costarricense (FOMIC)
- La Asociación Nacional de Pequeños Productores Orgánicos. (ANAPAO)
- La Coordinadora de Organismos No Gubernamentales con Proyectos Alternativos de Desarrollo COPROALDE, conformado por TEPROCA, CICDDA, CODECE, El Productor, CEDECO, ANAPAO y CENAP.
- La Federación de Cooperativas de Autogestión (FECOPA)

La Feria de Moravia, que se puede decir es la constitución de lo que es hoy la Feria El Trueque, se orientó a cerrar un ciclo que se venía trabajando con las y los productores orgánicos. Nació como una prolongación del trabajo que se venía realizando de promoción de una forma alternativa de agricultura: organización, producción, procesamiento, comercialización dentro del marco de la agroecología y el manejo familiar de pequeños sistemas.

De esta manera la Feria empezó desde su principio con una visión de concluir un ciclo de agricultura orgánica más afín con el concepto de agroecología y manejo familiar de pequeños sistemas; tal y como lo afirma CEDECO (2003) por tanto debe ser entendida y analizada a partir de estas determinaciones estructurales: la feria crece al ritmo de sus protagonistas las y los productores y consumidores, en la medida que esta relación se consolida la feria también lo hace.

Para que se diera una apertura comercial de los productos orgánicos era importante un contexto propicio para su desarrollo, algunas de las tareas realizadas previamente a la primera experiencia realizada en 1994 fueron generadas por COPROALDE, resaltando las siguientes(CEDECO, 2003):

- 1989: Se realizó el Primer Simposio Nacional de Tecnología Apropiada y Agricultura Biológica para un desarrollo rural alternativo. COPROALDE, CICDDA, UCR.
- 1990: La elaboración de una guía de experiencias en tecnología apropiada agropecuaria realizada por COPROALDE Y CEDECO.
- 1992: Se constituye ANAPAO. Se da la primera experiencia de comercialización de productos orgánicos.
- 1993: Se realizó el primer curso de agricultura orgánica. UNA, AGROECO. Existe una participación activa en la elaboración del decreto de agricultura orgánica.
- Se realizan diversos intercambios entre productores con el desarrollo de técnicas de producción orgánica.
- Se empezaba a notar una demanda creciente de productos orgánicos y cobra mayor relevancia al tema en los medios de divulgación. A la vez de que existía una demanda para que los pequeños agricultores colocaran sus productos en el mercado.
- Se da un fuerte trabajo de promoción de la agricultura por parte de muchas organizaciones.

Lo anterior , sumado a otras condiciones, generó las condiciones propicias para que se gestara la primera iniciativa, en 1994, de una feria exclusivamente de productos orgánicos, proponiéndose una etapa de prueba de cuatro o cinco sábados, la cual fue muy exitosa forjando la idea de continuar con la experiencia de manera más sostenida y formal.

El primer antecedente como ya se mencionó, es la experiencia de la feria en Desamparados en 1994, para participar en dicho espacio se debía de tener al menos seis meses de trabajo en producción orgánica y las y los productores debían estar asesorados por algunas de las organizaciones que impulsaban la iniciativa. No existían mecanismos de supervisión ni control para las fincas, sino que cada organización mandaba una carta de compromiso a modo de respaldo institucional por sus productores asesorados. (CEDECO, 2003).

En esta experiencia no hubo una planificación formal ya que se pensaba que era una prueba que tenía una corta duración. Algunas de las conclusiones que CEDECO se ha planteó a raíz de esta primera experiencia, fue la importancia de la participación y la construcción de relaciones entre consumidores y productores.

Otro antecedente de la Feria fue la participación de las y los productores de la Feria de Desamparados en la Feria Convencional de dicho cantón, es esta se ubicaron en un espacio separado con precios diferentes, al tratarse de productos orgánicos. Este espacio se mantuvo durante un año a pesar de que el grupo de participantes se redujo de manera importante. Es a partir de ese momento que el proceso fue liderado por las y los productores con apoyos puntuales de algunas instituciones como CEDECO, la cual contribuyó a desarrollar la iniciativa.

Del proceso de trabajo de campo de este proceso evaluativo se recopiló la siguiente información, sobre la conformación actual de la Feria El Trueque, a doce años de sus inicios:

CUADRO N° 1
Participantes de la Feria El Trueque según productos, procedencia y tiempo de participación. Datos para el 2011.

N°	Nombre del Participante	Productos que aporta (varía según temporada del año)	Lugar de Procedencia	Años de participar en la Feria El Trueque
1	Francisco Sibaja Aguilar	Cítricos (naranja, limones dulces y ácidos, mandarinas), bananos criollos, flor de Itabo, yuca, aguacate, guineos, chile picante, cas, plátano y frijoles.	Toledo de Acosta, San José.	12
2	Rafael Guerrero y familia	Variedad de hortalizas, tubérculos, frutas.	Zarcelero, Alajuela.	12
3	María Julia Bertoriori y familia	Mangos, piña, marañón, caimito, aguacate, tamales, pollo, huevos orgánicos.	Orotina, Alajuela.	12
4	Patricia Rodríguez	Queso, natilla, yogur, mantequilla, abono Lombricompost, leche, carne orgánica, tomate, guineos, bananos, ayote, plátanos, puerro, papa, maíz, culantro, cebollino, chayotes, limón.	San Jerónimo de Moravia, San José.	12
5	Rosaura Camacho y familia	Subproductos del maíz. Tamales vegetarianos, cerdo y pollo, tamal asado, pan casero integral dulce y salado, mermelada de piña, mora, chilero, frijoles y frijol tierno. Lechuga,	La Legua de Aserrí, San José.	12
6	Mayra López	Productos orgánicos elaborados: salsas de tomate, mermeladas, aceite de oliva, desinfectante, jabón, frijoles, dulce, café especias, vinagre, línea de cuidado personal.	San Francisco de Dos Ríos, San José	12
7	Carlos Mora Cortés	Piña, camote, pipas, mamón chino, guaba, cas, maracuyá, manzana de agua, yuca y plátano.	Río Cuarto de Grecia, Alajuela.	11
8	Tomás Echeverría	Ropa, artesanías, miel de abeja, mantequilla de maní, quichua, maíz de Perú, noni, mate y té de coca, uña de gato, maca, triple ajo, medicina natural, entre otros.	Desamparados, San José.	10
9	María Cristina Rodríguez	Huevos orgánicos, legumbres, chayotes, guineo, banano criollo.	San Pedro de Coronado, San José	8
10	Román Corrales	Naranjas, cítricos, banano, jocotes, mangos, flor de itabo, aguacate, miel de abeja, pipas, cases, guanábanas.	Jocotal de Aserrí, San José.	7
11	Martín Gómez	Moras, fresas, granadilla, zuquini, uchúa, alberja, frijol, cebolla, tomate pequeño.	La cima de Santa María de Dota,	7
12	Rodolfo Zamora y Hannia Villalobos	Hortalizas tradicionales y no tradicionales, mini vegetales, berenjena.	Potrero Cerrado, Oreamuno de Cartago.	6
13	Pedro Echeverría	Ropa peruana, zapatos, cuero, monedero, billeteras, artesanías, tejidos.	Desamparados, San José.	5
14	Roderick Sell	Hortalizas, raíces, granos, frutas, abonos	Puente Salas en Barva, Heredia.	5
15	Gerardo Solís	Chocolates orgánicos	Heredia	5
16	Oscar Salazar	Plantas orgánicas, medicinales, ornamentales, árboles frutales, repelente y abonos orgánicos, tubérculos.	San Josecito de Alajuelita, San José	5
17	Marco González	Vendedor de quesos, yogurt y mermeladas.	Cascajal de Coronado, San José	3

N°	Nombre del Participante	Productos que aporta (varía según temporada del año)	Lugar de Procedencia	Años de participar en la Feria El Trueque
18	Katia González	Hongos	Llano Grande, Cartago	2
19	Teresa Fernández	Produce jugos naturales con frutas orgánicas.	San Rafael Arriba de Desamparados, San José	2
20	Susy Gómez	Productos naturales procesados, productos de belleza, productos macrobióticos, semillas y caramelos.	Guadalupe, San José	1

Fuente: Elaboración propia.

1. Estructura del programa¹

a) Problema que trata de resolver el proyecto La Feria El Trueque

La constitución de ferias orgánicas ha sido un proceso lento pero importante en la región. Costa Rica no es la excepción a esta dinámica, para poder cubrir con esa oferta y demanda local de productos orgánicos, diversas organizaciones e instituciones han promovido desde los años noventa la formación y capacitación de miles de agricultores/as que creen en la agricultura orgánica como un modelo de vida alternativo y sostenible.

Es así como a través de los años y desde distintos esfuerzos también se ha concientizado a las y los consumidores sobre las ventajas de consumir orgánicamente, todos estos esfuerzos han sido apoyados por una creciente demanda a nivel internacional de productos orgánicos, debido a los efectos en la salud y en el ambiente de prácticas agroalimentarias que no han pensando en la sostenibilidad de los recursos animales, naturales y humanos.

Al principio de los años noventa, en Costa Rica, se empieza a promover la agricultura orgánica, dándose la creación de muchas organizaciones, asociaciones, cooperativas que trabajan el tema, formulan leyes y reglamentos y se crean espacios dentro de instituciones estatales para regular y apoyar este tipo alternativo de agricultura. Es dentro de este panorama, que en 1994 gracias al

¹Existe poca información escrita sobre la Feria El Trueque, la información recopilada en este apartado titulado *Estructura del Programa*, se recolectó en gran parte por medio de entrevistas realizadas a algunos/as participantes de la Feria El Trueque y personas involucradas en el proceso.

esfuerzo de muchas organizaciones se plantea la necesidad de incentivar el mercado local de productos por medio de la creación de una feria exclusivamente orgánica, así nace la iniciativa de construir la Feria el Trueque, visión que se consolida años más tarde en 1999.

Según un diagnóstico realizado por CEDECO en 1999, en Costa Rica existían aproximadamente 4000 productores que vendían en los mercados locales, también se observó que en el país se continuaban realizando desde organizaciones e instituciones de diversa naturaleza (ONG's, privadas, estatales) esfuerzos dirigidos al fortalecimiento y desarrollo de estos mercados locales y de la producción orgánica.

Por medio de la constitución de la Feria El Trueque como un espacio comercial en donde se construye tejido social y se fomenta la solidaridad y las relaciones a largo plazo, se quiere fortalecer este sector fomentando el desarrollo de la agricultura orgánica para el mercado interno en el país. Todo ello con la finalidad última de mejorar las condiciones de vida de las y los agricultores y consumidores orgánicos en Costa Rica.

b) Objetivo de la Feria El Trueque

Según CEDECO (2003), el objetivo primordial con que inició la Feria fue “poner en contacto directo a consumidores(as) con productores(as) de agricultura orgánica, de manera que los primeros obtengan un buen precio y calidad y los segundos incrementen sus ingresos al vender directamente al consumidor y obtengan reconocimiento social por su esfuerzo.”(p.19).

En la entrevista realizada a una integrante de APROCO, se comenta que el objetivo actual de la Feria después de doce años de existencia es llegar a un mayor mercado e ir creciendo cada vez más:

...nuestro objetivo es dar a conocer nuestros productos, productos que no perjudican la salud tanto la de nosotros como productores como la de los consumidores...El único objetivo es seguir adelante y no dejar decaer la feria, más bien cada día seguir adelante y darla a conocer cada día más, como hemos tenido mucho cliente nuevo entonces lo hemos ido logrando poco a poco. (Ex presidenta de APROCO).

Cuando se empezó a gestar la idea de una feria orgánica, no se planteó como objetivo el enfocarse en un comercio masivo de productos, primero por la insuficiente oferta de productos

orgánicos que existía en su momento, y segundo, porque se buscaba establecer un trato directo y más particular con el cliente; en donde las y los consumidores se involucraran con el modelo de la Feria, con una producción más acorde con el medio ambiente y en la promoción de una forma alternativa de desarrollo sostenible. (CEDECO, 2003).

c) **Población meta de la Feria El Trueque**

La Feria El Trueque está dirigida a potenciar a las y los productores orgánicos del país. Durante sus trece años de existencia esta Feria ha llegado a muchas familias y personas que por distintas razones se ven atraídas a consumir productos orgánicos aunque tengan que pagar un precio mayor por ellos que en una feria de productos convencionales.

El número de productores (as) involucrados con la Feria ha ido creciendo, en principio se conformaban por cinco o seis familias pero actualmente en la feria participan de 20 a 25 familias dependiendo de la oferta de productos y artesanía que varía según la temporada del año en que se encuentren.

En cuanto al perfil del consumidor orgánico, para la ex presidenta de APROCO, éste ha ido cambiando con los años, al principio comenta que existía mucho consumidor extranjero y poco nacional, sin embargo, actualmente cada vez hay más personas nacionales informadas e interesadas en consumir orgánicamente:

Nosotros empezamos con mucho consumidor extranjero y ahora ha aumentado el nacional, nos parece que es de clase media a alta, y es un consumidor que tiene conciencia en sí de lo que es consumir productos orgánicos, hay mucha gente que cree que comprar productos orgánicos es muy caro o es una cochinada, nos ha costado mucho trabajar con ellos en realidad, pero si ha aumentado el consumidor nacional a pesar de esto. (Ex presidenta de APROCO).

Otras poblaciones que de manera indirecta se han beneficiado de este proyecto son las comunidades de donde provienen las y los participantes de la Feria, las cuales se han interesado por conocer y acercarse al proyecto alternativo de la agricultura orgánica.

d) Actividades

Actualmente la Feria El Trueque se reúne todos los sábados del mes, en Paso Ancho, en un horario de 5 am a 11 md. Dentro de su espacio físico confluye no solo la comercialización de productos orgánicos, sino también existen espacios para que artesanos, músicos, artistas que comparten los valores de la Feria, muestren su arte y sus productos.

Según un sondeo de opinión que realizó CEDECO en el 2003, tanto para consumidores como para productores, existen algunos elementos que contribuyen significativamente a potenciar la Feria, a continuación resaltamos los principales:

- La Feria es un espacio de construcción de tejido social lo cual contribuye a la sostenibilidad de la misma.
- Las giras a las fincas de las familias productoras: se dice que es una de las actividades más significativas para los consumidores y productores ya que genera relaciones, compromiso y solidaridad. Se garantiza de esta manera la calidad de los productos y se da una certificación de confianza, además se valora el esfuerzo de las y los productores.
- Las tertulias: en la Feria se abren espacios para que la gente se alimente mientras conversa y disfruta, a la vez que se produce un espacio de interacción entre productores y consumidores.

Sobre la tertulia, que se genera alrededor de la soda, se han recopilado varias opiniones en la sistematización realizada por CEDECO (2003) entre ellas se destacan las siguientes:

El espacio de “tertulia”, como lo llaman algunos consumidores (Cabal, García 2002) pasa de ser un simple espacio de una mesa con café, a un espacio en el cual el consumidor puede sentarse a conversar y pasarla bien un rato. De alguna manera se integra la cocina y la provisión ocasional de algunos productos para la degustación. Lo importante aquí es poder apuntalar más este espacio creado un poco por la feria, un poco por los mismos (as) consumidores (as). (p.40).

Otras actividades que se han llevado a cabo con las y los agricultores son los intercambios por medio de la participación en Conferencias, Simposios, Encuentros, Cursos dentro y fuera del

país, con el objetivo de desarrollar capacidades e intercambiar conocimientos para generar una visión a largo plazo e integral de la agricultura orgánica.

También se han realizado intercambios con otras ferias que promueven la agricultura orgánica como la Feria de Pérez Zeledón, giras a México y visitas a ferias orgánicas de Brasil. Estos intercambios han sido financiados por organismos e instituciones que apoyan la promoción de la agricultura orgánica, entre ellos CEDECO.

e) **Gestión**

En los inicios de la Feria se recibía mucha cooperación de organizaciones e instituciones interesadas en el proyecto, de esta manera la Feria fue bastante subsidiada. Sin embargo, poco a poco se fueron desarrollando los vínculos necesarios y capacidades entre productores fortaleciéndose la gestión interna de la Feria. Con ello las organizaciones se fueron retirando para dar paso a un proceso de autogestión por parte de las y los productores de la Feria. Al respecto se comenta que:

El avance en términos de autogestión alcanza niveles bastante altos. ... al principio CEDECO tenía una participación muy alta en toda la logística y ahora los y las productoras vienen asumiendo ellos (as) mismos (as) todos los elementos de la logística. Si bien antes sin la intervención de CEDECO no se hacía nada, ahora los y las productoras se han apropiado poco a poco de la feria hasta llegar al punto, como se ha dicho, de consolidarse como sociedad anónima. (CEDECO, 2003, p.25.).

Un hecho de importancia para en el traslado de modelo organizativo fue la formalización legal de la iniciativa, conformándose en la Asociación de productores(as) y consumidores(as) orgánicos de la Feria El Trueque (APROCO), adquiriendo personería jurídica y constituyéndose como Asociación de la Sociedad Civil. Según la ex presidenta de APROCO, una de las razones principales para la formación de dicha Asociación fue dotar de mayor estabilidad organizativa a El Trueque.

Algunos de los primeros esfuerzos de organización interna que se dieron fue la organización de las y los participantes para gestionar un crédito con FOMIC para la compra de toldos y estructuras y se conformó una junta directiva para mejorar la administración de la Feria.

En el año 2001, CEDECO reconociendo la capacidad de autogestión de la Feria decide retirarse de manera paulatina del proceso y a partir de ese momento se enfoca en “acompañar el proceso especialmente en las áreas en las que aquellos no tienen posibilidades de hacer frente, como es la tarea de promoción, logística para la complementar la oferta y en alguna medida acompañamiento en las negociaciones.” (CEDECO, 2003, p.23). Este proceso se extendió desde el 2001 al 2005, actualmente la Asociación de productores y consumidores de la Feria El Trueque es una agrupación independiente.

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL

En el presente apartado nos referiremos al marco conceptual en el que se enmarca la evaluación propuesta. Como primer acápite se describe lo que se entiende como la crisis actual del modelo de desarrollo económico hegemónico, el cual tiene como consecuencias la búsqueda de formas alternativas de desarrollo, entre ellas la corriente de la economía social y solidaria referente del que parte la evaluadora para comprender una iniciativa colectiva como lo es la Feria El Trueque.

En un segundo apartado, se expone la crisis del modelo de agricultura industrial, sus principales repercusiones y el surgimiento de la agricultura orgánica como una alternativa agroecológica ante el agotamiento del modelo agrario industrializado.

En el tercer apartado se presenta el contexto de la agricultura orgánica y el surgimiento de mercados locales, con la finalidad de entender de manera más global la aparición de ferias exclusivas de productos orgánicos en la región.

a) **Organizaciones del tercer sector: la economía social y solidaria**

La Feria El Trueque surge en un contexto dominado por un modelo de desarrollo caracterizado por la inversión extranjera, las grandes transnacionales y la globalización del capital. Sin embargo, la crisis económica y social producida por este modelo liberal de desarrollo ha promovido la creación de nuevas formas y dinámicas organizacionales, que buscan nuevas visiones de desarrollo alternativo más humano y más sostenible. A estas organizaciones que no pertenecen al sector público ni al sector tradicional privado con fines de lucro, se le ha conocido como el tercer sector: la economía social y solidaria.

En este apartado nos referiremos a este tercer sector, en donde surgen propuestas como las asociaciones de productores orgánicos que constituyen una empresa de carácter social con una idea de desarrollo distinta, sostenible y orgánica. Dichas asociaciones y cooperativas son las formas de organización más comunes en el campo de la agricultura orgánica.

Para Coraggio (2011) la economía social y solidaria: “es un proyecto de acción colectiva (incluyendo prácticas estratégicas de transformación y cotidianas de reproducción) dirigido a

contrarrestar las tendencias socialmente negativas del sistema existente, con la perspectiva actual o potencial- de construir un sistema económico alternativo”. (p.12)

Es así como la economía social y solidaria se vuelve un proyecto socio político y cultural de transformación, un movimiento social que propone nuevas prácticas y una racionalidad económica distinta a la imperante dominada por el principio de mercado.

Para este autor los principios económicos de esta economía social y solidaria se presentan en diverso grado y combinación en las diversas manifestaciones actuales de esta otra economía, pero en éstos se reflejan sus principales características. A continuación se presentan éstos principios de manera resumida (Coraggio, 2011, pp. 14-15):

En la producción:

- Trabajo para todos, digno y emancipador, autogestionario realizado solidariamente con autonomía.
- El acceso de las y los trabajadores a todas las formas de conocimiento.
- El acceso a las y los trabajadores a los medios de producción.
- La cooperación solidaria, la competencia está subordinada a este principio.
- La producción socialmente responsable, preservando el medio ambiente y la biodiversidad.
- La inserción económica de los excluidos de la economía.
- La igualdad de contribución de recursos, la no explotación y discriminación de personas o comunidades.

En la circulación:

- La autosuficiencia, desarrollando capacidades para satisfacer las necesidades con el trabajo propio.
- La reciprocidad, generando relaciones solidarias y de trueque.
- La apropiación y distribución colectiva del excedente dentro de cada unidad económica.
- El comercio justo según la situación de las partes, reduciendo los costos de intermediación.
- La regulación de los mercados.

- El dinero como medio y no como fin.

En el consumo:

- Un consumo responsable, en equilibrio con la naturaleza.
- Se favorece el acceso y autogestión como medios de vida colectivos.

Para entender el marco contextual de la economía social, se debe de comprender los procesos sociales y económicos que se desarrollaron en el marco de un modelo de desarrollo liberal, actualmente en crisis. Las políticas neoliberales aplicadas en los ochenta en América Latina han dado como consecuencias el aumento en las desigualdades sociales en la región, de la pobreza para algunos países, y el crecimiento desigual para otros. El estado de bienestar que caracterizaba décadas anteriores se debilitó y lo social fue sustituido por lo económico.

En los años noventa se da una reconfiguración de los mercados laborales, el Estado pierde centralidad, las políticas neoliberales impulsan la inversión extranjera y la presencia de empresas de carácter multinacional. Todo este panorama conlleva a una nueva configuración de las relaciones laborales, fenómenos como la flexibilización del trabajo, el desempleo, el sector informal, la desregulación del empleo formal, aumentan y generan nuevas dinámicas. Se gestan dentro de este panorama nuevas formas de organización del mundo del trabajo provocando algunas tendencias generales para las distintas regiones económicas de esta fase de modernización globalizada.

Para el caso de Costa Rica, como otros países latinoamericanos, actualmente están sometidos a un cúmulo de transformaciones sociales y económicas de gran envergadura. A partir de la década de los ochenta, y como consecuencia de la crisis del Estado Benefactor, se empiezan a dar cambios importantes en la reconfiguración del modelo de desarrollo. La globalización, las políticas neoliberales y de apertura del mercado junto con la reducción del aparato estatal son el nuevo paradigma que, con muchas especificidades según el país donde se de, empieza a dominar en Costa Rica.

Con respecto a este fenómeno los sociólogos Juan Pablo Sáinz y Allen Cordero argumentan lo siguiente:

La crisis de los 80 ha mostrado los límites históricos del modelo acumulativo primario-exportador (...) posteriormente los programas de ajuste estructural (...) están profundizando las transformaciones (...) están emergiendo un nuevo sector de transables que se inserta dentro de la dinámica de la globalización.(Pérez Sáinz y Cordero, 1994, p.6)

Es en este panorama que se empiezan a gestar esfuerzos para promover otro tipo de desarrollo: la economía social.

Las organizaciones de la economía social, basadas en la ayuda mutua y la solidaridad, adquieren una nueva vigencia...al lado de las organizaciones más institucionalizadas, como las cooperativas y mutuales, se desarrollan nuevas olas de cooperativas, por ejemplo de cooperativas de trabajo, para hacer frente al creciente desempleo, y también aparecen nuevas iniciativas asociativas, que surgen para aportar soluciones a necesidades no satisfechas por el mercado ni por el Estado. (Bastidas, 2007, p.6)

Es de esta manera que las organizaciones y asociaciones que caracterizan a este sector se empiezan a articular y unen sus esfuerzos para humanizar una especie de capitalismo que ha dejado mayores brechas sociales y un ejército de personas sin trabajo, pobres y cada día más vulnerables.

En 1992, se realizaron distintos esfuerzos por caracterizar este concepto de economía social, Oscar Bastidas (2001) comenta que las condiciones principales de esta economía solidaria son las siguientes:

1. La realización de una actividad económica, es decir de producción o distribución de bienes o servicios, incluyendo las actividades financieras. Son organizaciones orientadas al bienestar humano en su dimensión económica.
2. Son organizaciones jurídicamente constituidas. Este criterio nos hace excluir las organizaciones informales.
3. Son organizaciones autónomas, libres de todo control directo estatal o de la empresa privada. Pueden recibir financiamiento público, o de empresas privadas, pero tienen autonomía de gestión.

4. El compromiso organizativo primordial es prestar servicios a los miembros o a la comunidad.
5. La gestión interna de la organización tiene un carácter democrático y participativo. Existe un compromiso por fomentar la participación de los diferentes actores involucrados: socios, empleados, usuarios, voluntarios.
6. Existe primacía de las personas sobre el capital en el reparto de los excedentes o beneficios
7. Estas organizaciones tienen una orientación social externa que es solidaria, democrática, y cooperativista. (Bastidas, 2001, pp.8-9).

Lo importante según el autor de destacar, es que las organizaciones pertenecientes a esta economía social y solidaria a pesar de tener actividad económica reconocen las dimensiones sociales de estas actividades, y son éstas las que dirigen el rumbo de sus acciones. Este sector cada día es más fuerte y existen más organizaciones y Estados interesados en fomentar la economía social.

En síntesis se puede decir que éstas formas de organización alternativas tienen en común el unir a un conjunto de personas que se organizan y toman acciones para mejorar sus condiciones de vida, logrando en muchos casos incidir positivamente en la comunidad donde se desarrollan.

Para Razeto (1990b), en éstas organizaciones se ponen en común: “recursos materiales, fuerza de trabajo, conocimientos técnicos y capacidades varias de los asociados, y, de su combinación y gestión comunitaria, se producen efectos positivos en cuanto a producción, ingresos y bienestar, para cada uno de los participantes, y también para la colectividad.” (Razeto, 1990b, capítulo 12, párr. 2).

La Feria se inserta dentro de este referente, en donde surgen estas formas de desarrollo alternativo, con una racionalidad económica distinta, social y sostenible con el medio ambiente.

Es desde este referente teórico que se propone sus objetivos, su misión, sus factores de éxitos, riesgos y sostenibilidad.

Desde la perspectiva teórica de la economía social y solidaria, se derivan una serie de conceptos relevantes en el desarrollo de la presente evaluación:

1. Emprendimiento social

Se entiende por emprendimiento social:

Diversas modalidades de organización económica, originadas en la libre asociación de los trabajadores, en las cuales la cooperación funciona como base de su eficiencia y viabilidad...estos emprendimientos adoptan arreglos colectivos de la posesión de los medios de producción, en el proceso de trabajo y en la gestión del emprendimiento...se representan en forma de grupos de producción, asociaciones, cooperativas y empresas de autogestión y combinan sus actividades económicas con acciones de índole educativa y cultural, valorando el sentido de la comunidad de trabajo y el compromiso con la colectividad social en la cual se insertan.(Cattani A., Coraggio J. y Laville J, 2009, pp184-185)

Su racionalidad productiva es diferente a la racionalidad capitalista, en ésta nueva racionalidad la solidaridad se convierte en un sostén de las iniciativas ya que generan resultados materiales efectivo y ganancias extra-económicas.

Razeto (1990b) explica esta racionalidad alternativa donde la solidaridad se vuelve un factor económico esencial denominándolo el Factor C, haciendo referencia con la letra C a las acciones de cooperación, comunidad, colectividad, coordinación y colaboración que integran esta nueva racionalidad económica. En los emprendimientos sociales o empresas alternativas el Factor C es indispensable y caracteriza todas las estrategias de desarrollo alternativo. El Factor C se encuentra presente en las siguientes manifestaciones:

- La cooperación en el trabajo que aumenta el rendimiento de los integrantes así como la eficiencia.
- El uso compartido de información y conocimientos tanto en la producción, comercialización y administración.
- Adopción colectiva de decisiones y una planificación colectiva de las actividades.

- Una equitativa y mejor distribución de los beneficios logrados por la unidad económica.
- Incentivos psicológicos que derivan de ciertos rituales propios del trabajo en equipo y comunitario, la creación de clima social favorable.
- El grupo organizado se constituye como parte integrante de las estrategias de subsistencia, modo de vida y estilos de desarrollo.
- Los beneficios de la acción comunitaria y colectiva sobre la comunidad más amplia la sociedad global. (Razeto, 1990b, capítulo 12).

2. Organización autogestionaria:

Características de las organizaciones o emprendimientos autogestionarios. (Razeto, 2009):

- El objetivo de estas organizaciones es enfrentar unidamente un conjunto de necesidades humanas, individuales y sociales, necesidades de subsistencia, de convivencia, de capacitación, desarrollo cultural, de crecimiento personal y de identidad social, de autonomía y de integración crítica a la sociedad. Por lo tanto son organizaciones económicas pero no economicistas.
- La participación de las personas no implica solamente trabajar, producir, vender y comprar, sino todo un modo de vida, una práctica social y grupal compleja que tiende a ser más integral, más que de estrategias de sobrevivencia se habla de estrategias de vida.
- El elemento económico fundamental es el ingreso que los trabajadores obtienen como resultado de su trabajo, este ingreso es apreciado desde el punto de vista de las necesidades de consumo que permita satisfacer, pudiendo ser escaso, suficiente o abundante.
- Lo que los trabajadores invierten en la unidad económica es su propia fuerza de trabajo y su tiempo, ocupados en distintos grados posibles de intensidad y duración, esta inversión es medida desde el punto de vista de la satisfacción que proporcione a los trabajadores.

3. Rentabilidad/Utilidad social

Según Razeto (1990a) las organizaciones de economía social ofrecen a sus integrantes un conjunto de beneficios y satisfacciones extraeconómicas que se suman a la cuenta o apreciación global que cada miembro realiza. Cuando se mide el producto generado por estas organizaciones, se ha de considerar no solamente la producción física sino también un conjunto de servicios que, si no hubieran sido generados en la misma organización, las personas habrían tenido que adquirir en el mercado.

Según esta perspectiva: "la evaluación de la eficiencia suele ser un proceso de apreciación que los integrantes de la unidad hacen sobre el logro de sus objetivos complejos y el uso de los medios disponibles, apreciación que incluye aspectos cuantitativos y cualitativos, elementos objetivos y subjetivos." (Razeto, 1990a, capítulo 3, párr. 7).

Es por esta racionalidad distinta de las organizaciones de la economía social que no es posible aplicar a su gestión, procedimientos, y factores los criterios tradicionales de eficiencia que se aplican con organizaciones cuyo objetivo es la maximización de ganancias. Es así como se habla de rentabilidad o utilidad social.

4. Sostenibilidad

En la presente evaluación no se habla de sostenibilidad en términos económicos, es decir, como la sostenibilidad financiera de contar con recursos, flujos económicos y con saldos monetarios favorables o ganancias. El problema de la sostenibilidad no se limita a un análisis de costo e ingreso, o una medida de la rentabilidad económica, va a depender también de una serie de factores sociales, contextuales, de redes y cooperación.

Se entenderá por sostenibilidad desde el marco de la economía social:

...cuando los emprendimientos pueden poder cubrir sus gastos monetarios efectivos y lograr su objetivo de lograr la reproducción de sus miembros o comunidades de referencia. Condiciones de la sostenibilidad desde ese enfoque son: las relaciones asociativas solidarias que se establezcan, la voluntad y consistencia de las acciones sociales, políticas y económicas de los trabajadores, el acceso a bienes públicos, acceso a educación, desarrollo de capacidades de emprendimiento, al conocimiento

científico-tecnológico, condiciones de salud y de seguridad social, la justicia y el derecho a la apropiación legítima de medios esenciales de vida, la disposición de los trabajadores y el derecho a participar en la gestión. (Cattani A et al, 2009, pp. 356-357).

5. Empoderamiento:

Por empoderamiento se entenderá el proceso de “aumentar la autoridad y el poder del individuo sobre los recursos y las decisiones que afectan su vida, la expansión de la libertad de escoger y actuar sobre las circunstancias socioeconómicas y políticas que le afectan.” (Polo, 2006, p 72).

6. Condiciones de Vida

Desde el enfoque de la economía social las condiciones de vida son aquellas que requieren todas las personas para su pleno desarrollo, las condiciones que permiten un nivel de calidad de vida que genere la autorrealización y la satisfacción plena de sus necesidades.

La calidad de vida no se reduce únicamente como las posibilidades que tengan las personas para satisfacer sus necesidades fundamentales de subsistencia, sino que incluye además de éstas las necesidades antropológicas como necesidades materiales, culturales y espirituales ; es así como la satisfacción de la vida humana va a depender tanto de las necesidades de subsistencia como de las antropológicas. (Hinkelammert y Mora, 2008, p39).

Siguiendo a los autores Hinkelammert y Mora (2008, p40), se citan a continuación nueve categorías de clasificación de las necesidades humanas desde este enfoque, las necesidades de:

1. Subsistencia: salud, alimentación, trabajo, procreación
2. Protección: cuidado, seguridad social, familia
3. Afecto: autoestima, amistades, pareja
4. Entendimiento: conciencia críticas, estudios
5. Participación: adaptabilidad, derechos, responsabilidades, cooperación
6. Ocio: diversión, tiempo libre
7. Identidad: pertenencia, hábitos compromiso
8. Libertad: autonomía, determinación, igualdad de derechos

Otras necesidades desde un punto de vista existencial:

- La necesidad de ser: atributos personales o colectivos
- La necesidad de tener: instituciones, normas, mecanismos
- La necesidad de hacer: acciones personales y colectivas
- La necesidad de estar: espacios y ambientes

Algunas de estas necesidades son también necesidades básicas para la reproducción de la vida, como la vivienda, la salud, la educación y que se garantizan a través del sistema económico, social y político. Pero también se encuentran las otras necesidades que se logran mediante *la relación subjetiva entre sujetos que comparten solidariamente la comunidad de bienes, haberes y saberes*. (p 40-41).

Las condiciones de vida van a estar determinadas por la satisfacción de todas estas necesidades. Para el alcance de estas condiciones de vida se debe de considerar el marco social y contextual de los individuos y sus subjetividades, sus deseos, preferencias y satisfacciones.

Para Razeto (2001) la calidad de vida de las personas no depende únicamente los bienes y servicios económicos que se producen y se consumen para ese objetivo, las necesidades y la satisfacción de éstas están muy relacionadas con:

... los comportamientos y las prácticas sociales, con las formas de organización de la vida, con los modelos políticos, con los valores éticos prevalecientes, con los modos de convivencia social e intersubjetiva, con la cultura y las artes, con el medio ambiente natural, etc. Todo ello repercute directa o indirectamente sobre las formas en que las necesidades y deseos se expresan y satisfacen, y en consecuencia sobre la calidad de vida que alcancen las personas y la sociedad en su conjunto. (Razeto, 2001, capítulo 4, párr.36)

Desde este marco conceptual es que la presente evaluación tiene como objetivo conocer los efectos sobre las condiciones de vida de las y los productores de la Feria El Trueque. Para ello se enfoca en conocer tres dimensiones de sus condiciones de vida. La primera relacionada con sus capacidades de organización ya que entre todos conforman un emprendimiento social y colectivo; la segunda sus dinámicas familiares y productivas enfocándose en conocer sus representaciones y significados, su visión de mundo, sus necesidades familiares y productivas,

los vínculos comunitarios y las redes. Y una tercera dimensión la de sus realidades sociales y económicas las oportunidades de trabajo, el desarrollo de conocimientos, la rentabilidad, las satisfacciones y sus expectativas de su participación en el Trueque.

b) Sobre la Agricultura Orgánica y Sostenible

La agricultura orgánica debe entenderse desde el contexto actual de la crisis que enfrentan las sociedades rurales y el sector agrícola mundial. Es la crisis de la agricultura convencional moderna, que afecta tanto a países del primer mundo como del tercer mundo.

La tecnología productivista, utilizada sin reparo en la era de la agricultura industrial es responsable de varios factores que caracterizan la crisis actual, entre ellos la sobreproducción, los altos costos de producción y la monopolización de la comercialización por transnacionales. Esta crisis es también una crisis ecológica, que tiene sus principales consecuencias en la degradación de las tierras a causa de la erosión, la compactación, la disminución de materia orgánica, el agotamiento de las aguas y la deforestación, la aparición de plagas por la práctica del monocultivo y el uso de plaguicidas. (Rosset, 1997, p.2).

La ciencia agrícola moderna tenía como objetivo aumentar la productividad de la mano de obra. De esta manera se produce la mecanización temprana de las prácticas agrícolas que condujo al monocultivo, enfocándose en producir fertilizantes químicos para reemplazar las prácticas más laboriosas de fertilización tradicional como la rotación de cultivos o el uso de materiales orgánicos. Rosset (1997) comenta:

Los fertilizantes favorecían la especialización, es decir, la separación en el espacio de ganado y cultivos-, lo cual se acentuarán más tarde por la enorme inversión en maquinaria necesaria para cosechar un solo cultivo. El monocultivo extensivo, con su práctica de sembrar plantas básicamente en soluciones de nutrientes, engendró brotes de plagas que serían contrarrestadas con insecticidas sintéticos también economizadores de mano de obra. (p.4)

Todo esto provocó a largo plazo una crisis económica en los sectores rurales, que entre los costos de maquinaria, los productos químicos y los precios estacionarios provocaron la quiebra de muchos agricultores pequeños y medianos, favoreciendo a grandes grupos de corporaciones agrarias. Según Martínez (2005) este modelo de desarrollo agrícola no permitió la recuperación

de las capacidades regenerativas del entorno natural y social, que ha provocado entre otras cosas la migración de poblaciones rurales a las urbes en busca de empleo y sustento para vivir. Para este autor:

La agricultura industrializada moderna se define como aquella forma de manejo acelerado del agroecosistema, que genera un proceso de artificialización del ecosistema, en el que el capital realiza apropiaciones de los distintos procesos de trabajo rural, para incorporarlos después del manejo como factores de producción mercantilizados. Aquí el rasgo central constituye la desaparición de la “agricultura (tradicional) como una forma de vida” y la sustitución por “agricultura como negocio”. (Martínez, 2005, p.64)

Es así como la agricultura convencional ha generado efectos negativos en los agroecosistemas y en el sistema alimentario global; en las últimas décadas este modelo ha sido acompañado por un desarrollo tecnológico y un aumento de la biotecnología agrícola, la cual ha sido motivada por criterios económicos más que por las necesidades de las sociedades, provocando una crisis en la soberanía alimentaria mundial. Se resaltan tres problemas principales de la crisis agroalimentaria: a) la inseguridad alimentaria, b) la distribución alimentaria desigual e injusta y los hábitos de sobre consumo y c) la degradación ambiental, disminuyendo la misma capacidad agroproductiva. (Martínez, 2005, p.66).

La crisis en la agricultura tiene dos dimensiones, no solo la dimensión ecológica sino también la socio-económica. Dentro de este contexto surgen numerosas alternativas para sacar a la agricultura de la crisis en que se encuentra. Entre estas alternativas por propiciar un desarrollo alternativo está la agroecología como una posibilidad de enfrentar la crisis desde un enfoque ambiental, económico y social. La agroecología, “en lugar de enfocarse en un componente particular del agroecosistema, enfatiza la interrelación de todos los componentes del mismo, así como las complejas dinámicas de los procesos ecológicos”. (Rosset, 1997, p.6). La agroecología promueve una agricultura más diversificada, en armonía con el medio ambiente y que hace uso del conocimiento local y ancestral de las prácticas agrícolas.

La agricultura orgánica se integra en este referente mundial, desde el enfoque agroecológico y como se verá más adelante es hoy una alternativa que ha fomentado la creación de políticas agrarias nacionales para su promoción y consolidación, que tiene una demanda creciente mundial

de productos, y que integra cada vez mayores esfuerzos desde diversos sectores (sociedad, organismos internacionales, gobierno) para su consolidación.

Esta agricultura se entiende como: “todo sistema de producción agropecuaria sostenible que prescindiendo del uso de insumos de síntesis química, artificial, brinde productos sanos y competitivos para el productor, promoviendo la conservación y el mejoramiento del ambiente y la biodiversidad del ecosistema”. (Reglamento sobre la Agricultura Orgánica, capítulo II, tomado de Aguirre, 2009).

A continuación se presentan algunos de los principios fundamentales de la agricultura orgánica, definidos por la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM):

- Ayudar en la conservación de los suelos y agua.
- Trabajar en lo posible con materiales y sustancias que se puedan ser reusadas y recicladas en la finca y fuera de ella.
- Dar a todas las especies de animales y aves condiciones de vida que les permitan desarrollar los aspectos básicos de sus patrones de comportamiento.
- Permitir a todos los involucrados en la producción y procesamiento orgánico una calidad de vida de acuerdo a la Carta de derechos humanos, cubrir sus necesidades básicas y obtener un retorno satisfactorio de su trabajo.
- Incentivar la asociatividad en la agricultura orgánica y que esta funcione democráticamente y dentro de los principios de la división de poderes.
- Moverse en dirección de la obtención de una cadena de producción orgánica que sea social y ecológicamente responsable. (Aguirre, 2009, pp. 14-15).

Actualmente se habla también de la agricultura sostenible, dicho concepto se entiende desde una perspectiva más amplia que engloba la agricultura orgánica, se habla por lo tanto de agricultura sostenible cuando se da un:

...sistema integrado de prácticas de producción animal y vegetal que posee su propio espacio y tiempo y que en el largo plazo: satisface las necesidades humanas de alimentos y fibras, mejora la calidad ambiental y de los recursos naturales de los cuales depende la economía agrícola del sitio, emplea de la forma más eficiente posible los recursos no

renovables de la finca, integra los ciclos biológicos de control naturales, sostiene la viabilidad económica de las operaciones de la finca y mejora la calidad de vida de los agricultores y de la sociedad como un todo. (Aguirre, 2009, p11.)

Para Aguirre (2009), los principios de la agricultura sostenible y la agricultura orgánica están estrechamente relacionados, la comparación de ambos permite ofrecer una visión holística de sostenibilidad de la agricultura orgánica. Con la agricultura orgánica se ejecuta de manera operativa los conceptos de agricultura sostenible, fusión que se materializa en beneficios sobre el medio ambiente, mejorando la salud y el bienestar de las y los agricultores.

c) Mercados locales: ferias orgánicas.

El desarrollo de mercados locales de productos orgánicos, ha sido un proceso que se viene dando en América Latina desde los años ochenta. La construcción de estas iniciativas no han reproducido los canales comunes de comercialización, según Amador (S.f.) este proceso ha sido complicado debido a las distorsiones del crecimiento de la oferta y la demanda, es una actividad que ha emergido con características propias, según el contexto y los distintos escenarios donde se han dado.

Sin embargo, según investigaciones realizadas en distintos países de Latinoamérica, existe mucha similitud en los diseños, procesos, y resultados de experiencias de mercados locales: “a excepción de Brasil, donde el proceso ha sido más ordenado, los productores orgánicos emergieron en contraposición al uso de los productos químicos y la agricultura diversificada para contrarrestar el monocultivo”. (Amador, S.f, p4).

A partir de esta investigación, se determinaron las similitudes de las experiencias, características que pueden definir el perfil de los mercados locales de productos orgánicos, en la región (Amador, S.f., p 4):

- El productor es visto dentro del entorno familiar, de su finca y región como un actor que promueve el desarrollo y que propicia el trabajo comunitario.
- El interés de la producción y consumo orgánico tiene como causa la conciencia que se generó como resultado de los problemas de salud ocasionados por los agroquímicos y los costos de éstos.

- La oferta de consumo no ha crecido ordenadamente, siempre hay faltantes, la oferta se sustenta en el origen de la pequeña producción de las fincas cuyo tamaño no supera las 10 hectáreas, el promedio de extensión de estas propiedades es menor a las 5 hectáreas.
- En muchos casos la promoción rebasa la demanda posterior, la promoción es limitada y depende muchas veces de los fondos de las agencias de cooperación y criterios de los organismos no gubernamentales que apoyan.
- Se da una búsqueda continua para acortar las cadenas productivas, es decir, acercar a productores con los consumidores.
- Esta cercanía entre productores y consumidores, ha propiciado formas de certificación alternativas a los modelos tradicionales, que lleva implícita una crítica hacia los obstáculos que presentan la certificación convencional.
- En procesos regionales es común encontrar el uso de una marca distintiva sobre el origen de los productos y los principios que unen al grupo que respalda.
- Se da una valoración del trabajo de la mujer que en muchos casos incide en una apropiación de la mujer de los ingresos de la venta.
- Las ferias orgánicas intentan mantener los precios normales (de mercado o menores que éstos) excepto los casos de productos que son difíciles de manejar.
- La filosofía para la gestión de los mercados representa un ingreso directo para las y los pequeños productores, eliminando intermediarios.

Es importante destacar que la mayoría de las experiencias que se analizaron iniciaron con pequeños y asilados puntos de venta para ir conformando una red que aumentara la oferta, el número de consumidores y la demanda. Sin embargo, la venta en supermercados son los sitios con mayor volumen de venta, las ferias específicas de productos orgánicos todavía están en desarrollo.

Se habla de la constitución formal de puntos de venta en los mercados locales a partir de 1995, para Amador (S.f.) no se puede decir que existan mercados como tales, “la mayoría de las veces, existe una cantidad identificable de productores, consumidores, una demanda creciente y una oferta que se orienta en función del crecimiento de los mercados... la producción de productos orgánicos ha evolucionado de forma espontánea hacia la exportación, no así a los mercados nacionales.” (p.1).

Para el Movimiento Agroecológico Latinoamericano, el desarrollo de la agricultura orgánica en el continente no solo se debe de concentrar en su capacidad exportadora, ya que esto solo se enfocaría en los grandes productores orgánicos de la región, excluyendo a los millones de productores pequeños que no han tenido un apoyo importante. (Ahumada, 2002). Por ello la importancia de fortalecer los mercados locales por medio de la constitución de ferias orgánicas, e inserciones en mercados de agricultores tradicionales en los distintos países.

El desarrollo y consolidación de los mercados locales, desde esta perspectiva, debe pasar por la articulación de diversas organizaciones y asociaciones en cadenas de agregación de valor y comercialización, donde se potencie la relación entre productores y consumidores, se construya confianza y compromiso con una forma alternativa de desarrollo sostenible.

En el siguiente acápite se describirá de manera general el contexto de la agricultura orgánica en la región latinoamericana, centroamericana y finalmente en Costa Rica.

d) Contexto: Una mirada al estado de la cuestión de la agricultura orgánica en la región

1. Europa, Latinoamérica y Centroamérica

La expansión durante la década de 1990 de la agricultura orgánica estuvo motivada fundamentalmente por las preocupaciones de los consumidores ante los riesgos de la salud y el mayor conocimiento sobre la calidad de los productos. También los productores apostaron por un sistema diferente al convencional, este último sustentado en químicos sintéticos.

“El incremento se ve reflejado en el hecho de que en el año 1998 el área total era menor a 10 millones de hectáreas y en el 2006 sobrepasó los 30 millones, es decir, un incremento superior al 200% en ocho años”. (IICA, 2009, p. 24).

Las mayores superficies bajo agricultura orgánica certificada están dedicadas a pastos y cereales, generalmente en países de clima templado, donde la ganadería orgánica de bovinos, ovinos, caprinos y porcinos, entre otros, ha tenido éxito. Las áreas de cereales son considerables, incluyéndose la avena, trigo, olivos o el café en países en vías de desarrollo ubicados en la franja

tropical. Todavía faltan por incluir las colmenas y la reciente entrada de la piscicultura orgánica. (Ibíd., p. 25)

La agricultura orgánica tiene un gran potencial debido a su creciente demanda en el mercado internacional. En el año 2001 el valor del mercado orgánico mundial era de 20,000 millones de dólares; en el 2007 se ha incrementado a 40,000 millones. Este comportamiento sugiere un incremento anual entre 10 y 20%, uno de los mayores en el mercado de alimentos. (IICA, 2009, p. 27).

La tendencia a un mercado con sobreprecio es una característica propia del sector donde los vegetales reciben un porcentaje mayor, seguido por las frutas. En general, estos sobreprecios han decrecido por el incremento de la oferta en el mercado internacional de productos frescos y procesados. Además, en algunos tipos de mercado al por mayor no se hace una diferenciación, por lo que los orgánicos se comercializan como convencionales.

En lo tocante a los fomentos e incentivos al desarrollo de la agricultura orgánica, algunos países ya implementan planes nacionales, donde se definen claramente los objetivos como país. El enfoque cambia dependiendo de las prioridades que se identifiquen en el sector, pero pueden ser integrales conteniendo aspectos de estándares, regulaciones, desarrollo de mercados, investigación, producción, capacitación, etc. En la mayoría de los países de la Unión Europea ya se han desarrollado estos planes de acción, como Austria, República Checa, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Holanda, Noruega, Suecia, Suiza y algunas regiones de Irlanda, Italia, España y el Reino Unido. Una parte de estos países se han trazado metas de mediano plazo en agricultura orgánica, como Alemania, que se ha fijado alcanzar un 20 % de su superficie agrícola para el 2010.

Los años 2005 - 2007, fueron muy dinámicos en lo que se refiere al desarrollo de un marco institucional regulatorio para la agricultura orgánica mundial. El proceso de revisión de la regulación europea 2092/91, recibió atención internacional dado que Europa es uno de los principales importadores y exportadores. El resultado de este proceso es que a partir del primero de enero de 2009 la Unión Europea acordó la implementación de la regulación revisada, que deberá ser implementada por sus países y los demás que tienen relaciones comerciales con el continente.

Actualmente más de 69 países tienen regulaciones y normativas implementadas para la producción orgánica. Entre los principales están: Austria, Bélgica, Bulgaria, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Rumania, República Eslovaca, España, Croacia, Noruega, Moldavia, Serbia, Suiza, China, Japón, Corea del Sur, Taiwán, Tailandia, Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, Costa Rica, EE.UU. y otros.

El número de organismos de certificación ha crecido considerablemente a nivel mundial en los últimos años, pasando de 364 en el año 2003 a 420 en el año 2005. La mayoría de estos organismos se concentran en Europa, Asia y América del Norte. Los países que más tienen son los Estados Unidos, Alemania, Japón y China. El resto utiliza regularmente los estándares y regulaciones de la Unión Europea, Norte América y Japón. (IICA, 2009, p. 31)

Finalmente, en lo que se refiere a la organización de movimientos orgánicos, hay que resaltar fundamentalmente el caso de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM por sus siglas en inglés). Esta federación privada, que la aglutinan más de 750 organizaciones en más de 108 países, se encarga de analizar e investigar sobre temas estructurales relacionados con las regulaciones y normativas. Los miembros que la componen son movimientos orgánicos, grupos de productores, consumidores, universidades, laboratorios, instituciones, entre otros.

2. El desarrollo de los mercados locales

Según la Conferencia Internacional sobre agricultura orgánica y seguridad alimentaria, realizada en mayo del 2007:

La agricultura orgánica pone el énfasis en las medidas de prevención (y no en las de control) cuyo resultado es la estabilidad del agroecosistema, especialmente de los suelos que disponen de mayores cantidades de materia orgánica y biomasa microbiana. La estructura del suelo orgánico se traduce en una percolación y un drenaje del agua más eficientes y en una retención del agua más elevada (entre un 20 % y un 40 %), con lo cual disminuyen las necesidades de irrigación y aumentan los rendimientos de los cultivos. Se logra un mejor equilibrio ecológico mediante las rotaciones obligatorias de cultivos, el

empleo de semillas o razas adaptadas y la rehabilitación de la biodiversidad funcional. (p.7).

Se ha determinado que uno de los desafíos de la agricultura orgánica es la creación de redes de productores para aumentar la participación y las cadenas de valor. Una de las conclusiones importantes de la Conferencia fue analizar que los mercados de productos orgánicos no se dirigen a un mercado de una clase alta sino más bien a una *elite concienciada* que de alguna u otra manera paga precios más altos.

La producción orgánica actual depende del desarrollo de la oferta y la demanda en sus mercados de destino, las organizaciones de productores locales deben insertarse en las cadenas de comercialización, donde el productor orgánico puede llegar sin intermediarios a los consumidores finales, esto se realiza solo en escalas locales. (Ahumada, 2002).

Actualmente la superficie mundial de productos orgánicos no se puede estimar ya que no hay estadísticas que den cuenta de la situación de la producción de millones de pequeños productores o familias campesinas que viven de la agricultura orgánica. Al respecto, Ahumada (2002) comenta las siguientes cifras:

Sólo se conocen antecedentes parciales, referidos principalmente a exportaciones, que dicen que la superficie mundial estimada de producción orgánica es de 5,5 millones de hectáreas y que tiene una tasa de crecimiento anual de 20 a 25%. Bajo estas mismas condiciones, la superficie en producción orgánica, en Latinoamérica, el año 2001 fue de 700 mil hectáreas, donde Argentina (420 mil has) y Brasil (200 mil has) reúnen casi el 88% de la superficie total. (Ahumada, 2002, p.4).

Cuando se habla de agricultura orgánica el desarrollo de los mercados locales es un componente esencial, el sector público como el privado debe unir sus esfuerzos y fortalecer los mercados locales de comercialización de productos orgánicos, de manera sostenible. Ahumada (2002) comenta sobre la importancia de que, unido a estos esfuerzos, se orienten también a la “educación de los consumidores como al fortalecimiento de sus recursos y de las organizaciones e instituciones que son fundamentales para el desarrollo de una agricultura sostenible.” (Ahumada, 2002, p.4).

3. Situación de la Agricultura Orgánica en América Latina

América Latina es la tercera región con mayor cantidad de área certificada orgánica en el mundo, con el 16%. Alrededor de 23 países tienen registros de la superficie certificada como orgánica, entre los que destacan Argentina, Brasil, Uruguay y México, que concentran el 90% de la actividad.

El mayor porcentaje de la agricultura orgánica certificada de América Latina está orientada al mercado internacional. Entre los productos que se comercializan se encuentran: hortalizas, legumbres, aceites, cereales, oleaginosas, frutas, especias, productos agrícolas industrializados, carnes, huevos, leche, vinos, hierbas aromáticas y medicinales.

El producto de la región que se destaca en los mercados es el café. México es el principal productor y exportador de café orgánico en el mundo, proveniente de pequeños productores indígenas organizados en cooperativas y asociaciones, que alcanzaron supermercados y grandes tiendas especializadas de todo el mundo. En Centroamérica el café orgánico se ha convertido en una alternativa económica para muchos pequeños productores, que manejan su café de manera natural y que son fácilmente certificables.

También sobresale el caso de la carne orgánica en Argentina, principal país productor y mayor exportador de esta especialidad. Este país dedica más de un millón de hectáreas a pasturas (carne y lana); también exporta carne avícola. Recientemente otros países latinoamericanos han comenzado a producir carne orgánica para exportación.

Los mercados locales de productos orgánicos en América Latina son incipientes y se caracterizan por 'puntos de venta' con poca capacidad para recibir una oferta sostenida y diversificada. Éstos son ferias, supermercados, tiendas especializadas y sistemas de distribución, que de alguna manera juegan un papel importante en el desarrollo de la demanda. Cabe decir que muchos de estos puntos de venta desempeñan un rol importante como medios de promoción, de información y educación del consumidor. (IICA. 2009, P.34.)

Algunos países latinoamericanos ya han establecido sus marcos legales, que norman y reglamentan los procesos de certificación de la producción, transporte, procesamiento,

etiquetado, comercialización y acreditación de los organismos o agencias de certificación. Este tipo de institucionalidad se refiere a las autoridades competentes públicas, que cuentan con leyes y normativas para el registro, control y acreditación de la agricultura orgánica. Los países latinoamericanos en su mayoría han trabajado en la implementación y fortalecimiento de la autoridad competente establecida por las regulaciones nacionales. Desde el 2007 se tiene un respaldo interregional a través de la Red de Autoridades Competentes de Agricultura Orgánica de Latinoamérica, iniciativa facilitada por el IICA a través del Programa Hemisférico en Agricultura Orgánica (PHAO).

Los consumidores europeos y norteamericanos colocan a sus certificadoras en el deber de certificar y regular los productos que ellos consumen. Es por esta razón que existe en Latinoamérica una mayor cantidad de agencias certificadoras internacionales que regionales.

De 1992 al 2002 la producción mundial de productos orgánicos se incrementó de un 25 a un 30% por año y de 1998 al 2002 el mercado global se ha duplicado, se dice que actualmente existen alrededor de 18 millones de hectáreas manejadas orgánicamente en 139 países y los cuales 34 son latinoamericanos. (García, 2002, p116). A pesar de que no se dispone de muchos datos y estadísticas para esta región, se dice que se están realizando esfuerzos para mejorar la situación en Costa Rica, Uruguay y Guatemala, en cambio los países industrializados si poseen estadísticas sobre agricultura orgánica desde hace algunos años. (García, 2002, p.117).

Es importante destacar que a pesar de que la mayoría de certificadoras de productos orgánicos en Latinoamérica son empresas europeas y americanas, con el tiempo se han ido creando también empresas latinoamericanas. (García, 2002, p.117).

En cuanto a la demanda y oferta de esta región, se dice que existe una demanda no satisfecha a pesar de que la producción orgánica ha ido en aumento, sin embargo también ha ido en aumento los consumidores; la principal demanda proviene de los mercados de EEUU, Canadá y países europeos.

4. El desarrollo de la Agricultura Orgánica en Centroamérica

En la región Centroamericana la mayor parte de quienes producen agricultura orgánica son pequeños y medianos productores, organizados alrededor de cooperativas y asociaciones; son los principales proveedores y los encargados de dinamizar la agricultura orgánica con los procesadores y comercializadores. Muy pocos entregan directamente su producto al mercado, habitualmente venden a intermediarios nacionales y compradores externos, que se encargan de procesar y transar con los distribuidores de los mercados en los países importadores.

Las fincas certificadas en la región comprenden las 125 685 hectáreas. Según datos del IICA los principales productos se exportan con poco o ningún valor agregado debido a barreras arancelarias y la poca capacidad para la transformación local y los pocos mercados locales son aun incipientes. (IICA, 2009, p.39).

Los principales productos se exportan con poco o ningún valor agregado debido a barreras arancelarias que afectan especialmente al café, y a la escasa capacidad de transformación local, en rubros como cacao, ajonjolí y frutas. Otros productos se comercializan en menor volumen en el mercado internacional, entre los que se mencionan añil, marañón, piña, banano, mango, hortalizas, mora, azúcar morena. Algunos granos básicos, vegetales, raíces y tubérculos se venden en el mercado nacional como productos convencionales, debido a que estos mercados son incipientes en la mayoría de los casos. (IICA, 2009, p. 39).

El desarrollo de las Ferias orgánicas es un fenómeno que va en crecimiento, sobre esto el IICA argumenta que “si bien la mayoría de rubros orgánicos en Centroamérica se orientan hacia la exportación, existe un marcado interés por desarrollar los incipientes mercados locales, tales como puntos de venta alentados por organizaciones de agricultores, ONG y algunas empresas.”(IICA, 2009, p.40).

En cuanto a la organización según el IICA (2009) a pesar de que existe una dinámica de las diferentes organizaciones del sector privado que están trabajando en la promoción de la actividad orgánica, solo en Costa Rica existen organizaciones nacionales legalmente constituidas. Según esto, la conformación de movimientos orgánicos en Centroamérica es liderada por Costa Rica y el Salvador.

5. La Agricultura Orgánica en Costa Rica

Para hablar de la agricultura orgánica en el país, siguiendo a Lizano et al (2007), se debe de mencionar dos etapas, la primera etapa de una agricultura más rupestre, y la segunda etapa la que se adoptó desde los cincuenta, caracterizado por el desarrollo de nuevas tecnologías que han generado consecuencias negativas tanto ambientales como en la salud. Para las autoras:

(...)este sistema de producción ha mostrado serios problemas de sostenibilidad en veinte o treinta años de uso intensivo en zonas como las bananeras de la zona atlántica, en nuestro país, donde no solo ocasionó la destrucción de los recursos naturales y del paisaje, sino la desaparición de pequeños productores y productoras; asimismo, creó una agricultura de subsistencia y de autoconsumo. (Lizano et al, 2007, p.10).

Otras condiciones señaladas que impactaron negativamente la agricultura del país fue la adopción de los programas de ajustes estructurales que se dieron en los ochenta en Costa Rica, en donde se estableció como único medio de fijar precios al mercado: más producción, menor precio y, a menor producción, más precio. Los productores quedaban en manos de los intermediarios, el Consejo Nacional de Producción (CNP), cuya función era apoyar a los productores en la comercialización sobre todo aquellos productores de granos básicos y la regulación de precios, fue eliminado por la Administración Arias. (Lizano et al, 2007).

Con el propósito de buscar vías alternativas, sostenibles con los recursos naturales, muchos productores se han convertido de la agricultura convencional a la orgánica, con el objetivo de producir de una manera más respetuosa con el medio ambiente.

Como ya se mencionó en los acápites anteriores, el aumento en la demanda internacional de productos orgánicos también ha impulsado a la conversión de los agricultores a la producción orgánica.

Según la investigación realizada por las autoras Lizano et al (2007) la unión de agricultores (as) en asociaciones ha sido un tipo de organización muy utilizada en el país que se caracteriza por los siguientes elementos:

A través de éste tipo de organización, se pueden obtener beneficios sociales, económicos, líneas de crédito, mano de obra familiar y ayuda de organizaciones nacionales e

internacionales, pero, básicamente, priman la voluntad de transferir entre los agricultores el deber de proteger la naturaleza, derecho a producir y de vivir dignamente. (Lizano et al, 2007, p.15)

En setiembre del 2006, en Costa Rica se aprueba la Ley para el desarrollo, promoción y fomento de la agricultura orgánica nacional para personas definidas como micro, pequeñas y medianas agricultoras orgánicas, es por medio de esta ley que se exige y se hace vinculante la importancia de promover la agricultura orgánica en el mercado nacional e internacional, apoyando el mercado local, así como otras actividades relacionadas como la educación y la investigación.

Según datos citados por las autoras en su investigación existen fuentes que hablan que en el país hay alrededor de 9000 productores/as orgánicos, de ellos la tercera parte están certificadas. Según datos del 2002, que se manejan sobre el terreno utilizado para producir orgánicamente se tiene que se habían registrado un área total de:

... 14 560 hectáreas de producción orgánica en el país, que comprende 8000 ha debidamente certificadas por un organismo acreditado internacionalmente, 1200 ha en transición registrada, 5000 ha orgánicas sin certificación y 360 ha que están en transición, sin registro oficial; en general se estima que un 24,6% de las fincas orgánicas están certificadas, y un 75,4% en proceso de gestión, transición o producción orgánica no certificada (CEDECO 1999 y 2003, citado por Lizano et al, 2007).

Según Lizano et al (2007) actualmente más agricultores se trasladan a la agricultura orgánica, para disminuir los impactos del ambiente, Al respecto comentan que:

(...) Aunque exista el mito de que la agricultura orgánica es menos productiva y rentable que la convencional, esto ha sido invalidado por investigadores estadounidenses desde los años 70. En nuestro país, sólo a finales de la década de los 80 y 90 se realizan análisis económicos en diversos cultivos, confirmando los resultados anteriores realizados en otros países. (Lizano et al, 2007, p.23)

Según estas autoras por la creciente demanda de productos orgánicos tanto nacional como internacional se espera que la producción orgánica aumente y resaltan la importancia de la organización comunitaria o por medio de asociaciones para obtener beneficios no solo sociales

también económicos, crediticios, y la promoción de la colaboración de organizaciones internacionales, entre otros.

Se dice que en Costa Rica existe información acerca de que la producción orgánica involucra a más de 4000 personas directamente y a otras 20 000 de forma indirecta, también se dice que existen unos 9000 productores/as dedicados a la agricultura orgánica, de las cuales cerca de la tercera parte están certificados. (Lizano et al, 2007, pp. 34-38).

Por medio de estos datos se ha podido realizar un perfil de la conformación general de las y los productores orgánicos en el país, la cual se encuentra prioritariamente conformada por micro, pequeños y medianos productores, con fincas entre 2 y 5 hectáreas, los productos que mayormente se producen son café, caña de azúcar, naranja, arroz, banano, piña y mora. Accesibles para el mercado local. (Lizano et al, 2007, p18).

A continuación se presenta un cuadro tomado de Lizano et al (2007), en donde se puede observar el crecimiento de las áreas certificadas para la producción orgánica en el país:

CUADRO N° 2

Crecimiento porcentual de hectáreas certificadas en Costa Rica

Años	Crecimiento	Porcentaje
2000-2001	8606-8870	3.0%
2001-2002	8870-9003	1.5.0%
2002-2003	9003-9100	1.1.0%
2003-2004	9100-10682	17.4.0%

Fuente: Programa Nacional de Agricultura Orgánica. (Tomado de Lizano et al, 2007, p18)

En el 2002 en Costa Rica existían:

- 182 organizaciones de productores orgánicos
- 40 organizaciones de apoyo entre ONG's, organismos privados, 13 instituciones públicas, 4 universidades que colaboraban con la promoción y desarrollo de la agricultura orgánica.

- 2 agencias certificadoras nacionales y 4 internacionales.
- 23 agencias de cooperación colaborando con el tema.
- Un 54% de la producción orgánica nacional sufrió procesos de intermediación, un 21% se vendía directamente por los productores en el mercado nacional y un 12% se dedicaba al autoconsumo, un 9% era exportado directamente por los productores, un 3% está todavía sin cosechar y un 1% se encontraba en áreas de investigación. (CEDECO, 1999 citado en Lizano et al, 200, p.20).

Lizano et al, comentan que: “además de la incorporación de nuevos grupos campesinos, es especialmente relevante la participación de las mujeres y de comunidades indígenas en la actividad agropecuaria orgánica, igual que en otras experiencias de producción sustentable”. (Lizano et al, 2007, p.19).

La demanda creciente a nivel nacional de estos productos también ha favorecido el establecimiento de zonas feriales estables de productos orgánicos:

En 2005 se ha logrado consolidar espacios de venta de productos orgánicos dentro de ferias convencionales en lugares como Guápiles, San Ramón, Pérez Zeledón y Coronado, así como ferias orgánicas en Nicoya, Santa Cruz, Turrialba y una feria mensual en finca en San Luis de Grecia, además del Centro Ferial El Trueque en la región sur de San José (Paso Ancho). (Lizano et al, 2007, p.21)

Sobre la legislación existente como se mencionó anteriormente, en el 2006 se aprobó una ley para formalizar el sector, sin embargo hay que destacar que esta legislación se ha enfatizado en la producción y comercialización hacia el mercado internacional, como el banano, café, y la mora.

En el 2007, se realizaron esfuerzos desde el gobierno para fortalecer ese sector de la agricultura un ejemplo de ello fue la aprobación de la Ley para el desarrollo, promoción y fomento de la actividad agropecuaria orgánica, al respecto un artículo de noticias comenta que:

Esta ley...dotará al país de un marco jurídico que regule y fomente al sector a través del Ministerio de Agricultura. Tras dar su apoyo a la norma, los diputados resaltaron en la víspera que el objetivo es convertir a los orgánicos en una alternativa clara de desarrollo,

que involucra hoy a unos 9.000 productores, de los cuales una tercera parte están certificados y exportan.(La Nación, 13 de junio del 2007).

Otros reglamentos y leyes que desde las autoridades gubernamentales, se crearon para el desarrollo y promoción de la agricultura orgánica son:

- ✓ El reglamento sobre la Agricultura Orgánica, el cual establece las directrices para regular la actividad, entre sus consideraciones fundamentales, establece que “es necesario desarrollar formas de producción agropecuarias armónicas con el ambiente que conserven los recursos naturales a largo plazo, que contribuyan a preservar la biodiversidad y que no utilicen o generen contaminantes del ambiente, lo cual contribuye al desarrollo sostenible que busca el país.” (García, 1999, p 15).
- ✓ Se crea a partir de este reglamento y por medio de la Ley Orgánica del Ambiente, la Comisión Nacional de Agricultura Orgánica, cuyo órgano regulador es el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG).

Para Lizano et al (2007), es esencial el involucramiento e identificación de instituciones, ONG y organizaciones locales y regionales para que asuman el tema de los mercados locales y la certificación participativa, visualizando la agricultura orgánica como una ventana para la exportación y una oportunidad para el acceso a los mercados locales de la pequeña y mediana producción.

Para mejorar la viabilidad técnica las autoras consideran esencial realizar estudios, diagnósticos, para detectar las experiencias, visibilizar las relaciones y dinámicas sociales que se dan entre productor y consumidor, recolectar datos, todo esto para potencializar los mercados locales y lograr que se reconozca la producción orgánica no certificada. (Lizano et al, año, p).

En cuanto a las y los consumidores, se dice que existen dos grupos de consumidores, claramente diferenciados: los que compran directamente en las ferias orgánicas del país, cuyas relaciones de fidelidad son fuertes, hay lazos comerciales duraderos y por otro lado otra forma es “ acercarse a una agrupación de consumidores/as (que son muy pocas) para hacer un trabajo de formación crítica y educativa, con el fin de potencializar este sector; tal es el caso, en nuestro país, del Consejo de Consumidores y Usuarios”. (Lizano et al, 2007, p.40)

Sobre la certificación: certificación formal y certificación participativa

Para el investigador Juan Aguirre (2009), la certificación es un elemento clave para que la agricultura orgánica se desarrolle en el mercado nacional e internacional. Sin embargo un obstáculo que se presenta en muchos países son los costos elevados de este proceso que muchas veces excluye a los pequeños y medianos productores. Con respecto a esto, menciona que “los problemas reales de la certificación radican y han radicado en la exigencia de los países importadores de que sean sus agencias las que certifiquen las exportaciones que ellos recibirán”. (Aguirre, 2009, p63).

El autor resalta la importancia a nivel mundial que se le ha dado a la certificación como la forma de garantizar que un producto sea orgánico o no, desde su posición la certificación es necesaria y el futuro del consumo local y de la exportación en el país no se va a consolidar si no se enfatiza en dicho proceso. Una alternativa, que está siendo tomada por varios países, es la certificación por parte de empresas nacionales/locales, haciendo más accesible económicamente el proceso de certificación para todas y todos los productores. En el caso de Costa Rica, para el 2009, el país contaba con dos certificadoras nacionales y cuatro extranjeras acreditadas. (Ibíd.).

La certificación tradicional desde otra perspectiva, presenta algunos obstáculos para las y los agricultores campesinos, pequeños, con producción limitada de productos, a pequeña escala. El alto costo que muchas veces implica el proceso de certificación internacional ha generado en América Latina que miles de productores orgánicos queden fuera de este mercado y sus productos no se certifiquen como orgánicos, teniendo consecuencias negativas para la expansión y comercialización de los mismos. Sobre esto Ahumada (2002) comenta que:

... las exigencias de las normas de certificación en poco o nada consideran la realidad y las posibilidades de la agricultura campesina, en especial en lo que dice relación con el periodo de transición. En la práctica, ello significa que si no existe algún tipo de subsidio (sea público o privado), es casi imposible que el sector campesino pueda adecuarse a esta normativa. (Ahumada, 2002, p 6).

Es por estas razones que desde hace algunos años se ha venido hablando de otra alternativa de certificación es la mencionada en párrafos anteriores: la certificación participativa. Se entiende por certificación participativa un sistema sencillo que “parte de valorar la participación de

agricultores y consumidores, intenta disminuir costos y busca el reconocimiento o acreditación del Estado.” (Lizano et al, 2007, p5).

La certificación participativa apoya el desarrollo de los mercados locales, propicia el conocimiento mutuo y credibilidad productor-consumidor, no se requiere un organismo externo que certifique que los productos son orgánicos:

El proceso consiste en que los productores den a conocer a los consumidores, organizados o no, como se produce agroecológicamente, haciendo visitas a los predios, enseñando y explicando la forma como se cultiva. Es decir, que los consumidores entiendan y conozcan la lógica del sistema. De esta forma la relación de confianza y credibilidad que se establece en el proceso y entre los actores es la que avala y certifica socialmente que el producto es agroecológico. (Ahumada, 2002, p6).

La certificación participativa permite por lo tanto que muchos productores que no tienen los recursos económicos para una certificación formal puedan entrar en el mercado local e internacional.

A continuación se presentan un listado de algunas de las organizaciones involucradas en la producción y comercialización de productos orgánicos en el país, es dentro de este contexto donde se inserta la Feria El Trueque.

CUADRO N° 3
Nombre de algunas organizaciones involucradas en la producción y comercialización de productos orgánicos en Costa Rica

<p>ABACO, Asociación de Bordon para la Agricultura Conservacionista y Orgánica. ACAPRO, Asociación de Campesinos de Productos Orgánicos de Home Creek. Agricultores Orgánicos de Chirripó. APOETAR, Asociación de Productores Ecológicos de Tapezco de Alfaro Ruiz. APROMISAN, Asociación de Productores de Miramar-Santa Rosa y San Martín. ARAO, Asociación de Apicultores Orgánicos de la Región Huertar Norte. Asociación de Agricultores Orgánicos de San Juan de Puriscal. Asociación de Agricultores Orgánicos de Tapezco, en Alfaro Ruiz. Asociación Cotobruceña de Productores Orgánicos. Asociación Cultural Indígena de los Pueblos Ngobegue. ANAPAO, Asociación Nacional de Pequeños Agricultores Orgánicos. ASACOSIX, Asociación de Agricultores Conservacionistas de Sixaola. Asociación de Productores de Santa Cruz de León Cortés. Asociación Indígena de Orochico (JENEHÜ), en la Reserva Indígena de Talamanca. ASOPROOULCE, Asociación de Productores Orgánicos de Dulce de Jaris de Mora. APROCAM, Asociación de Productores Orgánicos de Mora. APROZONOC, Asociación de Productores Orgánicos de la Zona Norte de Cartago. Asociación de Productores de San Diego de Pocosol. Asociación de Productores de San Buenaventura de la Península de Osa. Beneficio Tres Volcanes. Café Britt, por medio del beneficio Tierra Madre. Comisión de Salud de Tierra Blanca (Cartago). Coope Santa Elena (Monteverde). Coope Tierra Blanca (Cartago). Coopebrisas R.L. de Alfaro Ruiz. Jugar del Valle S.A., en Laguna de Alfaro Ruiz. MUSA, Asociación de Mujeres Unidas de Sarapiquí. APPTA, Asociación de Pequeños Productores de Talamanca. Productos Kábata, en Río Segundo de Alajuela. Servicios Agrícolas Vallavi S.A. TEPROCA, Taller Experimental de Producción y Comercialización Agrícola Alternativa R.L. Vanilla Planifolia de Costa Rica S.A. UCANEHIJ, Sociedad de Comercialización de Productos Orgánicos de Talamanca S.A.</p>
--

Fuente: Tomado de (García, 1999, p 37)

En el siguiente cuadro se visualizan las organizaciones que de alguna u otra manera promueven y apoyan el desarrollo de la agricultura orgánica en el país.

CUADRO N° 4
Nombres de organizaciones que promueven el desarrollo de la agricultura orgánica en Costa Rica

ACAO, Asociación Cotobruseña de Agricultura Orgánica.
 ANAO, Asociación Nacional de Agricultura Orgánica.
 ANAPAO, Asociación Nacional de Pequeños Agricultores Orgánicos.
 Asociación ANAI
 ACAIPADE, Asociación Costarricense de Asistencia Integral para el Desarrollo.
 CODECE, Asociación para la Conservación y el Desarrollo de los Cerros de Escazú.
 Centro de Capacitación en Agricultura Orgánica de Jugar del Valle S.A.
 CEGESTI, Centro de Gestión Tecnológica.
 CENAP, Centro Nacional de Acción Pastoral, por medio de su Programa Campesino.
 CONAO, Comisión Nacional de Producción Orgánica del Consejo Nacional de Organizaciones No Gubernamentales y Organizaciones Sociales.
 CICDRA, Consultoría de Investigación y Capacitación para un Desarrollo Rural Alternativo.
 CEDECO, Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense.
 EACA, Empresas Ambientales de Centroamérica S.A.
 Fundación Agroecológica Cotobruseña.
 FEDEAGUA, Fundación Ecuménica para el Desarrollo Integral Sostenible de Guanacaste.
 Fundación Güilombé para la Agricultura Biológica y la Comunicación.
 FIA, Fundación Interamericana.
 PECALA, Grupo Interdisciplinario de Producción Ecológica de Cultivos Anuales en Laderas, del Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza (CATIE).
 INA, Instituto Nacional de Aprendizaje, por medio del Programa de Agricultura Orgánica del Departamento Agropecuario.
 IDEAS, Instituto para el Desarrollo y la Acción Social.
 ITCR, Instituto Tecnológico de Costa Rica por medio de los Departamentos de Ingeniería Agrícola y Agronomía.
 PIT, Organización Internacional del Trabajo, por medio del Proyecto “Promoción de la Seguridad y la Salud del Trabajo en la Agricultura en América Central”.
 PNAO, Programa Nacional de Agricultura Orgánica del Ministerio de Agricultura y Ganadería Proyecto IICA-GTZ “Ventanas de Desarrollo Sostenible”.
 BUN, Biomass Users Network (Red de Usuarios de la Biomasa), por medio de su Programa de Agricultura Orgánica.
 Servicios Profesionales y Técnicos El Productor R.L.
 JOCV, Servicio de Voluntarios Japoneses para la Cooperación con el Extranjero.
 TEPROCA, Taller Experimental de Producción y Comercialización Agrícola Alternativa R.L.
 UCR, Universidad de Costa Rica, por medio del Programa de Agricultura Orgánica de la Facultad de Agronomía.
 UNED, Universidad Estatal a Distancia, por medio de la Oficina de Extensión Comunitaria y Conservación del Medio Ambiente (OECyCMA) y el Servicio de Información sobre Agroecología y Agricultura Orgánica (SIAAO) del Centro de Documentación e Información Ambientales (CEDIA).
 UNA, Universidad Nacional, por medio de Facultad de Ciencias de la Tierra y el Mar.

Fuente: Tomado de (García, 1999, pp. 38-39).

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL PROGRAMA

Para la construcción de la teoría del programa, se presentan tres herramientas descritas a continuación, los árboles de problemas y soluciones, la línea de intención y el mapeo de actores. Estas herramientas se utilizaron para clarificar el contexto y los objetivos por los cuales se impulsó la creación de ferias orgánicas como la Feria El Trueque en el país.

La Feria El Trueque no cuenta con documentación que describa los propósitos y objetivos por la que fue creada, de esta manera los instrumentos presentados se construyeron con la colaboración de personas que estuvieron en todo el proceso de gestión y desarrollo de la feria y sobre revisión bibliográfica.

La presentación, de estas herramientas se enfocan en los factores que originaron la creación de mercados locales en Costa Rica, la constitución de la Feria El Trueque se visualiza como un logro de todas estas estrategias, y conocer su contexto así como los principales actores que apoyaron y tienen actualmente una vinculación es primordial para analizar el proyecto La Feria El Trueque.

FIGURA N°1
Árbol de problemas

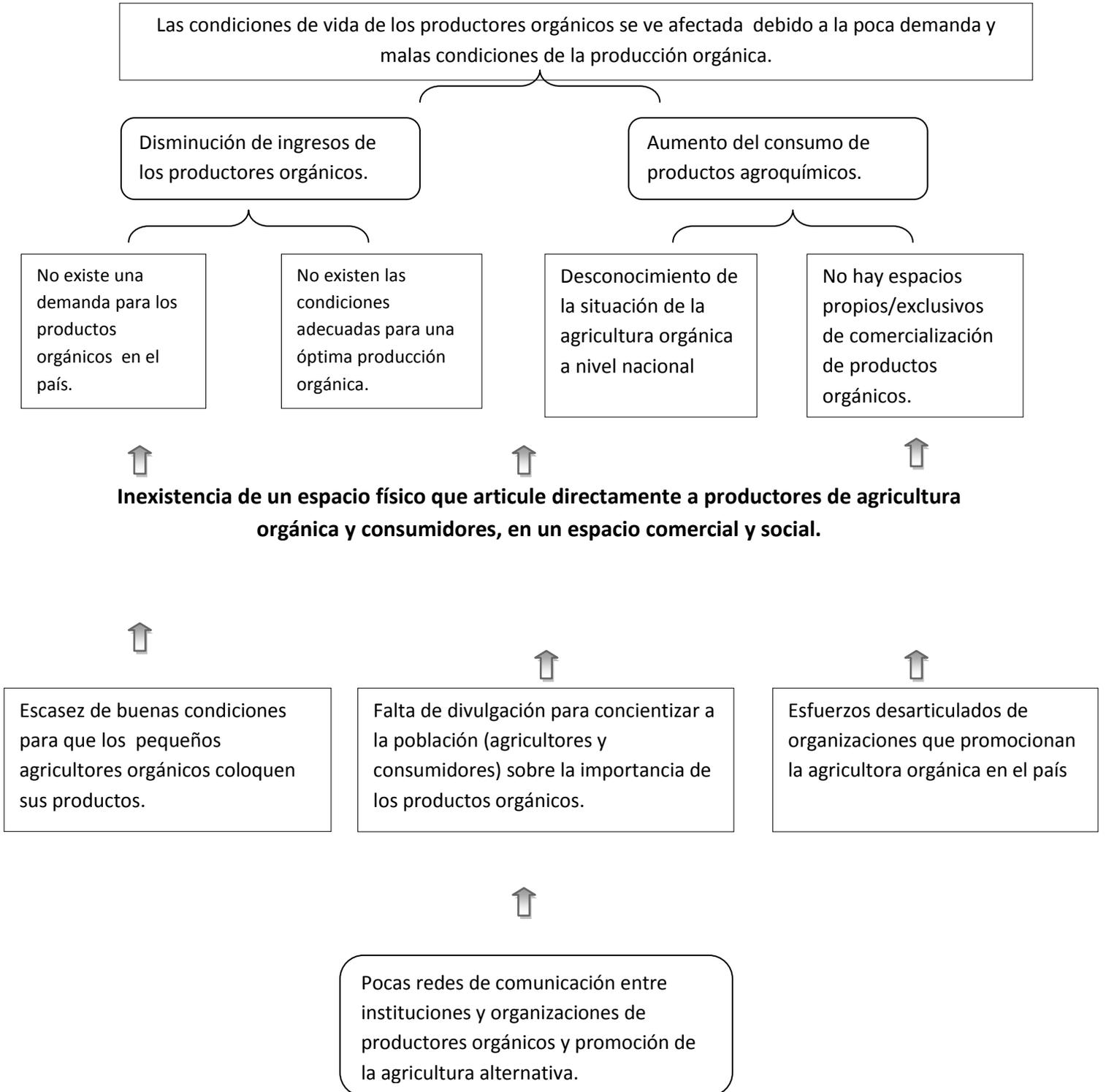
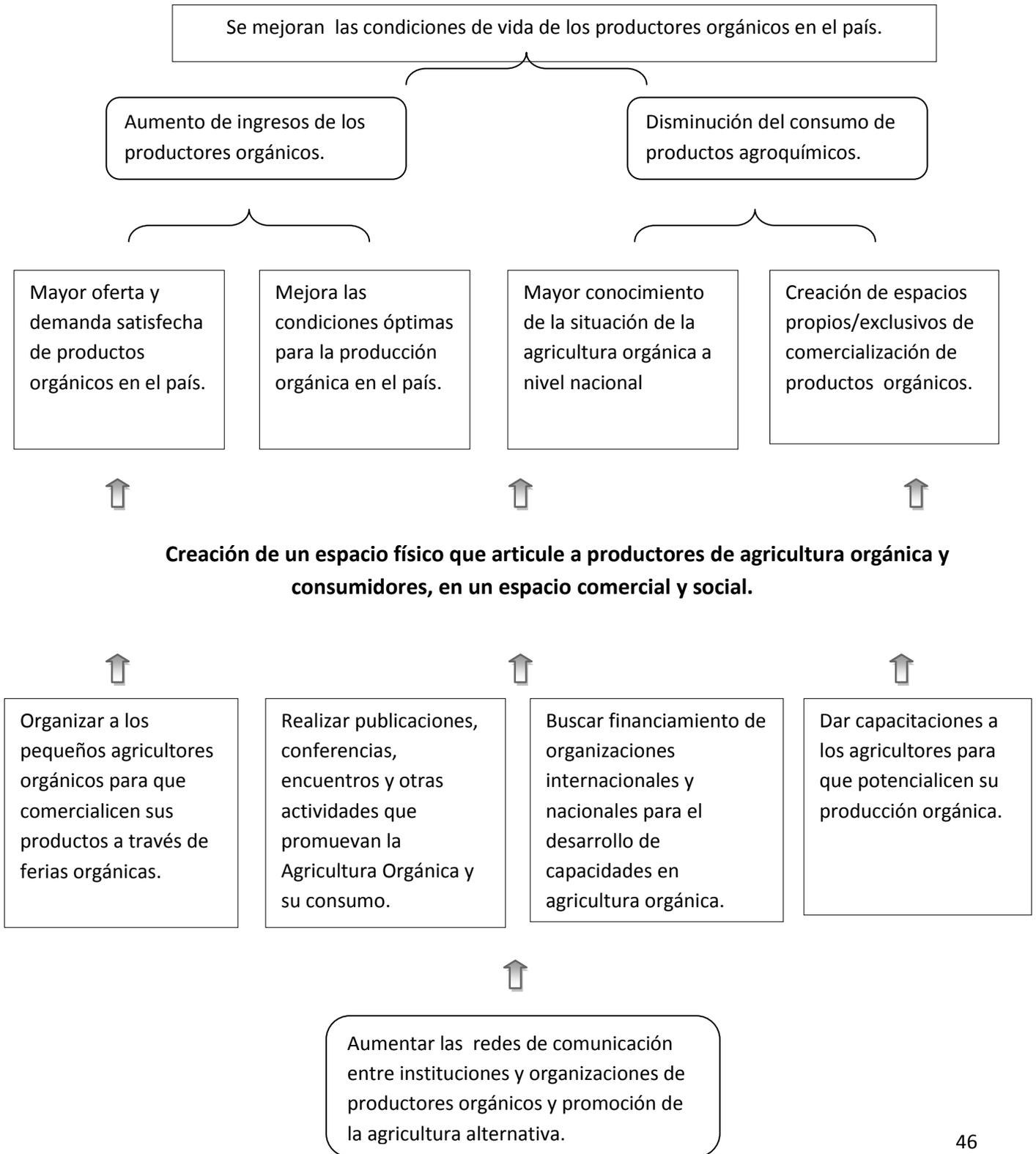


FIGURA N°2
Árbol de Soluciones



a) Árbol de Problemas y Soluciones: En 1999, año en que se formó la Feria El Trueque, distintas organizaciones e instituciones articularon sus esfuerzos alrededor del desarrollo de la agricultura orgánica en el país, lo que propició la consolidación de mercados locales de productos orgánicos. Actualmente existen en nuestro país varias experiencias de ferias orgánicas, y el desarrollo de esta alternativa de agricultura ha crecido a un ritmo sostenido.

A principios de los noventa, cuando se empieza a gestar los distintos proyectos para fortalecer y potenciar el sector de la agricultura orgánica, entre ellos la apertura de Ferias Orgánicas, se detecta un problema principal: la inexistencia de espacios físicos que articularan directamente a productores y consumidores de productos orgánicos en un espacio que además de comercial potenciara las relaciones comerciales creando un tejido social fuerte y asegurando el éxito del proyecto. La inexistencia de estos espacios en los noventa, se puede explicar por la escasez de buenas condiciones para que los pequeños agricultores orgánicos colocaran sus productos, eran muy pocos los esfuerzos para concientizar a la población, tanto a la interesada en producir como consumir, no existían muchos conocimientos divulgados acerca de los productos orgánicos como una forma alternativa y un modelo de agricultura sostenible.

Como se mencionó anteriormente, aunque existían organizaciones e instituciones que trabajaban el tema, los esfuerzos eran desarticulados y existían pocas redes de comunicación entre ellas a lo interno del país y con instituciones y organismos internacionales relacionados, por lo que no generaban grandes impactos y cambios en el mercado de la Agricultura Orgánica en Costa Rica.

A raíz de esta coyuntura, no existían en el país las condiciones propicias para la producción orgánica ni para que se desarrollara una demanda significativa de productos orgánicos, los productores orgánicos no tenían ingresos suficientes para permanecer en el mercado. Existía un ambiente de desconocimiento sobre la situación de la agricultura orgánica en el país, ante la falta de alternativas y mercados exclusivos de comercialización orgánica, las y los consumidores continúan asistiendo a las ferias de productos orgánicos tradicionales.

A partir de los años noventa se da un fuerte apoyo de Organizaciones No Gubernamentales, Internacionales y Nacionales, así como otras instituciones, asociaciones, cooperativas para la

promoción y el fortalecimiento de la agricultura orgánica en el país, es así como se empiezan a aumentar las redes de comunicación entre distintos sectores y se articulan los esfuerzos para buscar financiamiento, realizar capacitaciones, conferencias, encuentros. Se fortalece las capacidades de producción, gestión y comercialización de las y los agricultores orgánicos.

Es en el marco de este contexto es que distintas instituciones involucradas en la formación de la Feria El Trueque, concibieron el proyecto con el objetivo de crear un espacio físico que articulara a los productores y consumidores orgánicos en un espacio alternativo, comercial y social.

A raíz de las distintas iniciativas que se empezaron a gestar, se han mejorado las condiciones tanto de la demanda como oferta de productos orgánicos, se incentivó el cambio en el tipo de agricultura promoviendo que muchos pequeños productores optaran por la agricultura sostenible. Además la divulgación y promoción de las ventajas del consumo orgánico así como las campañas sobre formas de desarrollo sostenible en armonía con la naturaleza, propiciaron que un número cada vez mayor de consumidores informados escogieran productos orgánicos antes que tradicionales.

Con la presente evaluación se quiere conocer y valorar los efectos que la participación en la feria ha tenido en las condiciones de vida de sus participantes, con el objetivo de que las recomendaciones ayuden a potenciar el desarrollo y crecimiento de la misma.

CUADRO N°5 Línea de Intención

Acciones	Resultados	Efectos primarios	Efectos secundarios	Impactos
Creación de un espacio físico que articule a productores de agricultura orgánica y consumidores, en un espacio comercial y social.	-Establecida al menos una feria orgánica en el país.	-Mayor oferta y demanda satisfecha de productos orgánicos en el país. -Aumenta la producción de las fincas. -Mejora en las condiciones sociales y económicas.	-Aumento de ingresos en las familias productoras orgánicas. - Compras de terreno para las huertas orgánicas.	Transformación en las condiciones sociales y económicas de vida de los productores orgánicos.
Organizar a los pequeños agricultores orgánicos para que comercialicen sus productos a través de ferias orgánicas.	-Creada al menos una asociación que articule agricultores orgánicos en el país. -Al menos en un establecimiento comercial venta de productos orgánicos.	-Mejoradas las condiciones de organización para la producción orgánica en el país. -Se mejoran las capacidades empresariales de las y los AO (Agricultores/as Orgánicos)	-Mayor número de agricultores orgánicos organizados en el país. - Se forman empresas que comercian productos orgánicos.	Se mejora la sostenibilidad de producir orgánicamente. Creación en distintas regiones del país y Centroamérica de Ferias Orgánicas exitosas.
Realizar publicaciones, conferencias, y otras actividades que promuevan la Agricultura Orgánica y su consumo.	-Impartidas charlas sobre agricultura orgánica en el país. -Realizadas capacitaciones para producir orgánicamente. -Al menos dos agricultores capacitados en el exterior.	-Mayor conocimiento de la situación de la agricultura orgánica a nivel nacional -Creación de espacios propios/exclusivos de comercialización de productos orgánicos.	-Disminución del consumo de productos agroquímicos. -Mayor número de agricultores orgánicos en el país	Mejoramiento de las condiciones de salud de las familias que consumen productos orgánicos. Se crean empresas sociales como cooperativas exitosas formadas por AO.

Acciones	Resultados	Efectos primarios	Efectos secundarios	Impactos
<p>Dar capacitaciones a los agricultores para que potencialicen su producción orgánica.</p> <p>Buscar financiamiento de organizaciones internacionales y nacionales para el desarrollo de capacidades en agricultura orgánica.</p>	<p>-Realizadas reuniones, seminarios, simposios, capacitaciones, de las distintas organizaciones que promueven la agricultura orgánica.</p> <p>-Traer al país especialistas internacionales en el tema.</p> <p>Producidos al menos un libro que sistematiza las experiencias de agric. Orgánica en el país.</p>	<p>-Aumenta los fondos económicos para impulsar el desarrollo de la AO.</p> <p>-Aumenta el número de intermediarios, supermercados que venden productos orgánicos.</p> <p>- Realización de Encuentros Internacionales de AO en Costa Rica.</p> <p>-Mayor participación de los agricultores orgánicos en talleres, encuentros.</p>	<p>- Aumenta el sector de la población: académicos, investigadores, productores y consumidores más informados sobre la AO.</p> <p>-Se conozca a nivel internacional las acciones de AO realizadas en el país.</p> <p>-Se da un desarrollo institucional educativo sobre la agricultura orgánica.</p>	<p>Creación de políticas públicas que regulen y promuevan el desarrollo de la agricultura orgánica</p>

b) Línea de Intención

La línea de intención presenta las acciones que se han llevado a cabo para incentivar la promoción y el desarrollo de la agricultura orgánica en el país, uno de los resultados de estas acciones fue la creación de ferias orgánicas, entre ellas la Feria El Trueque, en el año 1999.

Actualmente los esfuerzos por consolidar la producción y comercialización orgánica en el país, siguen vigentes, la creación de mercados locales que articulen a consumidores con productores orgánicos es una de las principales estrategias que diversas organizaciones y asociaciones llevan a cabo. Entre las principales acciones que distintos actores han realizado para promover la agricultura orgánica en el país, están: la organización y capacitación de pequeños agricultores orgánicos para que comercialicen sus productos a través de ferias orgánicas o en distintos espacios , incentivar la investigación y publicaciones sobre el tema, realizar conferencias y otras actividades que promuevan la Agricultura Orgánica y su consumo , buscar financiamiento de organizaciones internacionales y nacionales para el desarrollo de capacidades en agricultura orgánica.

Todas estas acciones han tenido resultados positivos, como la creación de ferias orgánicas en el país, la inclusión de agricultores orgánicos en distintos espacios de comercialización. También a través de los años se han creado diversas asociaciones de productores orgánicos, y organizaciones que promueven la agricultura orgánica. La formación y capacitación ha sido un resultado muy importante, existen experiencias de productores orgánicos que con la ayuda de diversas organizaciones se han capacitado en el exterior. (CEDECO, 2003).

La publicación de distintos libros apoyados por las universidades estatales, ha sido un logro fundamental para que tanto dentro como fuera del país se conozca la situación de la agricultura orgánica en Costa Rica, entre ellos se encuentra el libro *La Agricultura Orgánica en Costa Rica* del ingeniero Jaime García, publicado en el año 1999. Otra publicación más reciente, se da en el año 2009, se trata de una investigación llevada a cabo por el economista Juan Antonio Aguirre, cuyo libro se titula *Mercados Orgánicos de Costa Rica*. Se han realizado también, seminarios,

simposios y distintas capacitaciones sobre el tema, llevadas a cabo por organizaciones nacionales e internacionales.

Los efectos primarios y secundarios han sido muchos, las condiciones tanto de la oferta como la demanda de productos orgánicos ha aumentado, se han mejorado las condiciones organizativas de las y los productores, así como las capacidades empresariales por ende el establecimiento de distintas asociaciones y organizaciones de productores/as en todo el país.

El número de ferias orgánicas en el país ha aumentado, así como la presencia de productos orgánicos en mercados y establecimientos comerciales. Se han formado empresas certificadoras de producción orgánica nacionales, así como de comercialización, cada vez son más el número de consumidores y productores que deciden optar por este medio alternativo. Distintas universidades han creado programas y cursos especiales sobre agricultura orgánica fortaleciendo la investigación y la promoción de dicha actividad.

Las acciones que desde distintas instituciones se han realizado han tenido a lo largo de los años muchos impactos y los seguirá teniendo en la medida que se sigan impulsando y apoyando las acciones aquí descritas. Entre los efectos se encuentran los cambios en las condiciones socio económicas de las y los agricultores orgánicos, después de más de una década de desarrollarse el sector, así como las transformaciones en sus dinámicas familiares y capacidades organizativas. Otra repercusión ha sido la expansión de iniciativas de ferias orgánicas a nivel local y regional, impulsada por muchas organizaciones costarricenses y articulándose con organizaciones de países de la región.

La creación de empresas sociales como cooperativas exitosas formadas por agricultores orgánicos y la mejora de las condiciones de salud en las familias que consumen productos orgánicos, son dos impactos esperados con la creación de espacios como la Feria El Trueque

También la promoción y desarrollo de la agricultura orgánica en el país ha tenido un impacto relevante desde la formulación de normativa, se han creado políticas públicas para regular y promover el desarrollo de la agricultura orgánica en el país.

CUADRO N°6
Mapeo de Actores

Actores/ Acciones	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Acción 4	Acción 5	Acción 6
	Creación de espacios	Organización y comercialización	Promoción.	Capacitación y formación	Financiamiento	Redes de comunicación
Sector gubernamental:						
Ministerio de Agricultura	4	3	3	3	4	4
UCR, UNED, UNA	3	3	4	4	2	4
Sector de organismos nacionales						
CEDECO	3	4	4	4	3	4
FOMIC	3	2	2	2	3	4
ANAPAO, APODAR, APPTA, otras asociaciones de productores orgánicos	4	4	4	3	2	4
MAOCO	4	4	4	3	2	4
COPROALDE	3	4	4	4	3	3
FECOPA	3	4	4	4	3	3
Sector de organismos internacionales						
HIVOS	4	3	4	4	4	4
VECO	4	3	4	4	4	4
EZE	4	3	4	4	4	4
Centro cooperativo sueco	4	3	4	4	4	4
Jaica	4	3	4	4	4	4
Pan para el mundo	4	3	4	4	4	4
Sector Empresarial						
Agencias Certificadoras	3	2	2	3	2	4

Empresas: Oro Verde, Automercado, otras	2	2	3	1	3	3
Intermediarios comerciales	2	3	2	1	3	4
Sectores de la población						
Agricultores/as de la Feria El Trueque	4	2	3	2	2	4
Agricultores/as tradicionales	2	2	2	3	2	3
Comunidades rurales y urbanas	2	3	1	3	1	3
Consumidores directos	4	2	3	1	4	4
Consumidores indirectos	3	2	2	1	3	3

Fuente: Elaboración propia a partir de revisión de bibliografía y entrevistas con participantes de la Feria El Trueque.

Nivel de relación:

1. Poca relación
2. Alguna Relación.
3. Relación directa
4. Relación indispensable

c) Mapeo de Actores

Para efectos de la presente evaluación, se consideran actores, a todas las organizaciones, instituciones, asociaciones, organismos, sectores de la población que de alguna u otra forma han estado involucrados en el desarrollo de la Feria El Trueque, visto desde un contexto amplio es decir, todos aquellos actores que se han vinculado con la promoción, desarrollo y consolidación de la agricultura orgánica en el país. Este mapeo de actores, se realiza desde una perspectiva más amplia ya que consideramos que es muy importante evaluar el contexto del programa que se va a investigar.

La promoción de la agricultura orgánica en el país ha propiciado en los últimos años la creación de espacios de comercialización local e internacional, clarificar quiénes han sido los actores protagonistas en este contexto ayuda a visualizar la complejidad y vínculos que tienen efectos sobre el desarrollo, permanencia y éxito de programas como la Feria El Trueque.

Es así como se visualizan los actores, relacionando el nivel de relación/vinculación con las distintas acciones desarrolladas en la línea de intención.

Los participantes directos de la evaluación son específicamente dos sectores (resaltados en **negrita** en el mapeo de actores): las y los productores orgánicos de la Feria El Trueque y las y los consumidores directos de este espacio ferial. Aunque en la evaluación existen otros actores como los descritos en el mapeo, los participantes directos en la evaluación son los dos actores mencionados.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE LA EVALUACIÓN

a) Antecedentes de la evaluación

Por la importancia creciente de la agricultura orgánica, muchas organizaciones internacionales y regionales se han sumado en la tarea de promover, educar e investigar sobre este tema. La agricultura orgánica es vista como un modelo alternativo de desarrollo, y desde esta visión se han realizado muchas investigaciones y estudios de caso.

El Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), realizó un estudio tomando casos de organizaciones de pequeños agricultores que han tenido éxito adoptando la producción orgánica y comercializando los productos. Este estudio se realizó en diversos países de América Latina y el Caribe.

Algunos de los países fueron: México con producción de café y miel, Costa Rica con cacao y banano en Talamanca, Guatemala con café, Argentina con azúcar, el Salvador con producción de hortalizas y República Dominicana con bananos. Según el FIDA (2007) para el estudio se investigaron en total 12 organizaciones, 5 150 productores y aproximadamente 9. 800 hectáreas de cultivo orgánico.

Algunas de las conclusiones principales de este estudio fue que la producción orgánica tuvo consecuencias positivas en los ingresos en todos los casos estudiados, es decir, hubo una mejora en sus ingresos con la adopción de tecnologías orgánicas. Las y los productores orgánicos, obtuvieron mayores precios por los productos que productores convencionales que se localizaban en las mismas regiones.

Con respecto a esto, el estudio arroja un dato interesante que dice mucho sobre la particularidad del comercio directo orgánico, elemento que se puede encontrar en la Feria El Trueque:

Si bien los mayores precios se debieron en parte a la naturaleza orgánica de los productos, el tipo de relación que los productores establecieron con los compradores también resultó fundamental en los precios obtenidos, siendo mayores los precios cuando

las organizaciones de productores establecieron relaciones de largo plazo con los compradores. (FIDA, 2007, p.2)

Otro antecedente importante para la presente evaluación son las investigaciones realizadas por CEDECO. En el año 2003, CEDECO realizó una sistematización de la Feria El Trueque, este documento forma parte de una serie que se llama Avances de Investigación. El objetivo de dicho documento fue sistematizar la experiencia para ofrecer información sobre el proceso realizado para la construcción de una feria orgánica. Con ello CEDECO se propuso realizar un aporte a la gestión de los mercados locales orgánicos en el país. Para esta sistematización se entrevistó a agricultores de la Feria El Trueque, consumidores y personal de las organizaciones que históricamente colaboraron con el proyecto de la Feria.

Este documento se llama *Las ferias orgánicas una oportunidad de construir tejido social*, y se refiere en un primer apartado a la secuencia de experiencias que se vivieron durante la gestación de lo que es hoy la Feria El Trueque. Ellos parten de la premisa que las ferias orgánicas, además de ofrecer un espacio físico para la comercialización, es un espacio significativo para productores y compradores donde se construye un desarrollo alternativo. (CEDECO, 2003, p7).

En esta sistematización, se describe el establecimiento de la Feria así como los principales aprendizajes obtenidos y el último apartado del documento se presenta algunas recomendaciones y conclusiones que creemos pertinentes de resaltar, ya que marcan un antecedente relevante para la presente evaluación.

CEDECO destaca la autoestima y el crecimiento personal como un proceso que las y los agricultores de la Feria han vivido. Estas características se potencian con la relación directa que existe entre consumidores-productores, generándose lazos de confianza en el producto. Esta relación entre ambos también genera tejido social: “ambos se sienten parte de un mismo esfuerzo de colaboración por la salud propia y la salud de la tierra”. (p 47). Otro aspecto que se recomienda continuar son las giras de los consumidores a las fincas orgánicas ya que refuerza y consolida la sostenibilidad de la feria, se desarrollan mayores vínculos, confianza y compromisos comunes. El espacio de tertulia, el cual es una especie de soda donde se vende desayunos y café, se vuelve un espacio para socializar dentro de la feria, por lo que se recomienda enriquecerlo con

elementos de carácter cultural, como exposiciones de fotografía de las fincas, música, teatro, entre otros.

El otro elemento que se destaca ha sido la creciente capacidad de gestión de los propios agricultores, estas capacidades se sugiere desarrollarlas. Se habla también de la importancia de visualizar la rentabilidad de la feria más allá de los elementos contables económicos, ya que para medir su rentabilidad deben comprenderse elementos como los sentidos, significados, y elementos de la relación social que deben ser potenciados y desarrollados. (CEDECO, 2003, p52).

Existen también otros acercamientos por parte de CEDECO para recopilar las experiencias de las y los agricultores. Dentro de estos esfuerzos se encuentran las series de sistematización de experiencias en agricultura orgánica. Entre ellos se destaca los documentos sobre el caso de dos familias: Finca Orgánica Integral Armonía Familia Sibaja-Quirós y Finca Orgánica Integral la Amistad Familia Chávez Herrera, donde se documenta como fue el proceso de organización productiva orgánica para estas familias.

En estos documentos se realiza un análisis económico de las familias, también se utiliza un análisis FODA para determinar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas y se describe el liderazgo de las familias Sibaja y Chávez en su propuesta productiva.

En el año 2009, se publicó una investigación realizada por Juan Antonio Aguirre González titulada *Mercados Orgánicos en Costa Rica*, esta investigación es de mucha relevancia para la evaluación ya que la Feria El Trueque fue una de las ferias participantes en dicho trabajo. Esta investigación se realizó durante cinco años, y se enfocó en investigar el consumo y la estimación de la demanda y el mercadeo de los productos agrícolas orgánicos en Costa Rica.

La investigación parte de la premisa de que uno de los mayores retos de los mercados locales orgánicos en el país es la sobre importancia que se le ha dado al papel del estado y de las regulaciones, subvalorándose las relaciones consumidor-productor y la racionalidad de ambos, por un lado el por qué se produce y por otro el por qué se compra orgánicamente. Es por esta ausencia de información que el autor se propone con dicha investigación: “implementar y aplicar un modelo a partir del cual se facilite la comprensión de los requisitos para desarrollar y mantener un mercado local a partir del entendimiento del que consume.” (Aguirre, 2009, pp. 23, 24, 25.)

Consideramos que todas estas investigaciones y sistematizaciones brindan información muy relevante sobre el panorama general, aspectos específicos, características y elementos de análisis de los mercados orgánicos en el país y específicamente de la Feria El Trueque. Sin embargo, ésta es la primera oportunidad que se realiza una evaluación sobre dicha feria, se espera que la misma enriquezca el acervo de conocimientos que se tiene sobre las ferias orgánicas y los efectos que éstas tienen para las condiciones de vida de las y los agricultores del país.

b) Condiciones que favorecen / limitan la evaluación

Existe un interés de conocer los efectos en las condiciones de vida para las y los productores que participan en ella. Actualmente en la Feria se da una coyuntura especial: las y los productores quieren analizar la viabilidad de expandirse y comprar un terreno propio para el campo ferial. Desde el 2005 la Feria alquila un local en Paso Ancho; sin embargo, están evaluando la posibilidad de tener un espacio propio. Dentro de esta coyuntura, la evaluación es de gran utilidad ya que con esta información se darán a conocer fortalezas y debilidades que podrían potenciar el desarrollo de El Trueque. A su vez tiene la utilidad de ser un documento para presentar ante instituciones y organizaciones que podrían colaborar logística y financieramente con el proyecto de expansión de la Feria.

En mayo del 2010 se creó otra feria orgánica ubicada en el barrio de Aranjuez en San José, esta feria se formó con la colaboración del Grupo Armonía, organización no gubernamental sin fines de lucro que promueve la unión y la armonía entre personas y comunidades, posibilitando modos de vida sustentables en el tiempo y el espacio.²

Esta feria, denominada: *Feria Verde de Aranjuez* tiene como objetivo principal crear espacios para la agricultura y alimentación orgánica, el comercio justo, la educación consciente, el rescate de las tradiciones, y otras actividades comprometidas con el ambiente. El horario de dicha feria, se encuentra en la misma franja horaria que la Feria El Trueque, sábados en la mañana, sin embargo, la feria de Aranjuez también ofrece un horario hasta las 2 pm.

Aunque la creación de esta feria fomenta el desarrollo de mercados locales orgánicos en el país, es probable que sea una limitante de la evaluación ya que algunos productores que se encontraban participando en la Feria El Trueque se han trasladado a este nuevo campo ferial. Es

² Información tomada de: http://www.grupoarmonia.org/Grupo_Armonia/Inicio.html

por este acontecimiento que el número de agricultores/as orgánicos que participaban en la Feria El Trueque ha disminuido, lo que podría limitar los alcances de la evaluación al ser ellos los participantes y actores principales de la misma.

c) Delimitación del problema y objeto de evaluación

1. Tema:

Evaluación de efectos en las condiciones de vida de las y los productores orgánicos de la Feria El Trueque, a doce años de su formación.

2. Problema de la evaluación:

La agricultura orgánica es una alternativa productiva para una parte cada vez más significativa de productores y consumidores. En los últimos 20 años ha venido creciendo especialmente en los países desarrollados, sin embargo en América Latina en el último decenio se ha venido gestando y desarrollando como una alternativa fuerte y Costa Rica no ha sido la excepción.

Una de las principales causas que se apuntan para este creciente interés en los procesos de producción orgánicos ha sido el conocimiento de las poblaciones sobre “las amenazas relacionados con la salud y los problemas de degradación ambiental que durante la última década han tenido alrededor del mundo, han generado conciencia en las sociedades sobre la necesidad de considerar opciones productivas que den tranquilidad y paz mental a los consumidores.” (Aguirre, 2009, p13).

El desarrollo de mercados locales exclusivos de productos orgánicos, a nivel centroamericano, ha sido un reto. Actualmente se dan dos tendencias en la comercialización de productos orgánicos: la primera tiene que ver con una presencia cada vez mayor de productores(as) orgánicos en ferias de agricultores convencionales, y la segunda tendencia es el porcentaje de productos orgánicos en crecimiento en las cadenas de supermercados.

Para Aguirre (2009) ambas tendencias han generado distintas reacciones, los que se encuentran en desacuerdo argumentan que los productos orgánicos y su filosofía se desnaturaliza cuando se permite y se facilita que los productores orgánicos vendan en ferias convencionales y supermercados, pero también están los que responden diciendo que estas tendencias abren

oportunidades para agricultores orgánicos, de no ser así, éstos no tendrían un mercado estable para la comercialización.

En este contexto, se han dado muchos esfuerzos desde instituciones no gubernamentales, organizaciones, movimientos sociales y asociaciones para fortalecer y promover la comercialización de productos orgánicos por medio de mercados locales y las figuras de Ferias, en toda la región.

En Costa Rica, algunos de estos mercados son: el mercado orgánico de Guadalupe, la feria orgánica de Plaza Víquez, el mercado ecológico el Guayabo en Nicoya, Feria de Turrialba, la Feria de Finca Grecia, más recientemente la Feria de Aranjuez y la Feria El Trueque, además de la existencia de puestos orgánicos dentro de ferias tradicionales y mercados agrícolas.

El sector de organizaciones, instituciones y otros que apoyan y promueven la creación de estos espacios, consideran las ferias orgánicas como una alternativa sostenible y viable para las y los agricultores orgánicos. Existen algunas investigaciones³ y sistematizaciones al respecto de estas ferias y sobre los mercados locales en el país, además se han realizado esfuerzos para caracterizar a los consumidores y diagnosticar el desarrollo y mantenimiento de estos mercados locales. Sin embargo, no se han encontrado evaluaciones que valoren los efectos y repercusiones en las condiciones de vida, a partir de la participación de las y los agricultores en dichas ferias orgánicas.

Entre el sector de organizaciones que apoyan la agricultura orgánica, se encuentra la Corporación Educativa para el Desarrollo Costarricense (CEDECO), cuya misión es promover procesos de agricultura ecológica en organizaciones de pequeños (as) agricultores (as) en Centroamérica con un enfoque de empresariedad social, CEDECO ha apoyado desde su formación y desarrollo la constitución de la Feria El Trueque.

La Asociación conformada por las familias agricultoras y consumidores que participan en la Feria El Trueque (APROCO) les interesa la evaluación como un instrumento que les pueda ayudar para mejorar y potenciar la Feria, es ésta organización la cliente de la evaluación.

³ Descritas en el acápite Antecedentes de la evaluación.

Dicha evaluación es también relevante para CEDECO como organización gestora y promotora de iniciativas de mercados orgánicos. El proceso evaluativo además de realizar un esfuerzo de sistematización de la experiencia también es muy valioso porque permite generar un acervo de conocimientos sobre los efectos de este programa en las condiciones de vida de las y los productores orgánicos. Se espera que estos conocimientos puedan servir de apoyo en la creación de otras iniciativas de mercados locales como las ferias a nivel local y regional.

En el caso de las y los agricultores orgánicos que participan en la Feria, a éstos les interesa tener un documento que sistematice las experiencias vividas, así como una evaluación de referencia para presentar a instituciones, bancos, otras y también es de su interés conocer en qué aspectos pueden mejorar para potenciar El Trueque.

Se considera que los beneficiarios/as últimos de la evaluación van a ser las y los productores orgánicos. Al analizar la manera en que la participación en la Feria ha incidido las condiciones de vida, la evaluación va a propiciar información muy útil para que ellas y ellos tomen acciones informadas que mejoren y potencien la feria, mejorando así sus condiciones de vida.

3. Objeto de Evaluación:

Existe un interés por conocer los efectos que la participación en dicha Feria ha tenido en las condiciones de vida de las y los agricultores orgánicos. Para ello se va a realizar una evaluación de efectos, con un enfoque cualitativo, en las condiciones de vida de las y los agricultores orgánicos de la Feria El Trueque.

Por condiciones de vida, se va a entender: el desarrollo organizativo, las dinámicas familiares y productivas de las familias agricultoras y las condiciones socio económicas de ellos. Estas dimensiones se expondrán con mayor amplitud en acápite posteriores.

El propósito de dicha evaluación es generar conocimientos útiles, recomendaciones y observaciones, para que las y los productores mejoren sus prácticas y potencien los aspectos evaluados. Así mismo, con la presente evaluación se busca enriquecer el acervo de conocimientos que se tienen sobre los programas para promover mercados locales orgánicos, como son las ferias, colaborando a fomentar y desarrollar la agricultura orgánica en el país.

4. Criterios de la evaluación

Los criterios que van a orientar la evaluación son los siguientes:

- **Efectos:** la evaluación quiere valorar los efectos en las condiciones de vida que se han obtenido por la participación en la Feria El Trueque. La percepción de los propios involucrados en el programa, es decir las y los productores orgánicos, es desde el enfoque cualitativo indispensable para poder comprender los cambios que se han generado a partir de la participación en la Feria, haciendo referencia a sus propias expectativas, satisfacciones, concepciones y prácticas cotidianas, basándose en sus significados y valores de la realidad y del programa.
- **Sostenibilidad:** este criterio permite analizar si la Feria El Trueque, con su organización actual y doce años después de su formación, es un programa sostenible, que posibilite el bienestar social y económico de las y los productores, satisfaciendo sus necesidades a lo largo del tiempo. Entendiendo sostenibilidad como la permanencia en el tiempo de la satisfacción de las principales necesidades de las y los productores orgánicos.
- **Relevancia:** con este criterio se busca conocer si a través del tiempo el programa, en este caso la feria, ha logrado adecuarse a las necesidades, aspiraciones y deseos de las y los agricultores así como al contexto en que se sitúa.

5. Participantes y destinatarios de la evaluación

Se definen dos participantes claves en la evaluación:

- Las y los productores de la Feria El Trueque, los cuales están constituidos en Asociación desde el 2003 cuyo nombre es APROCO, dicha asociación es a su vez participante y destinataria de la evaluación. Se espera que con la presente evaluación las y los productores obtengan una herramienta valiosa para mejorar sus acciones, con el objetivo de potenciar la Feria. Es por medio de la participación de estos actores que se logrará conocer en qué medida se han afectado sus condiciones de vida.

- Un segundo participante de la evaluación son las y los consumidores de la Feria El Trueque, sus opiniones y percepciones van a permitir determinar distintos elementos para evaluar la incidencia de la Feria en sus aspectos organizativos y empresariales.

6. Delimitación espacio temporal de la evaluación

La presente evaluación al definirse como una evaluación de efectos, abarca el periodo desde inicios de la Feria El Trueque, en el año 1999, hasta la actualidad. La evaluación se enfoca en valorar los efectos en las condiciones de vida de las y los productores a doce años después de que la Feria inició sus actividades.

7. Interrogantes de la evaluación

La principal interrogantes que orienta la evaluación es: ¿De qué manera la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las condiciones de vida de las y los productores orgánicos?

Por condiciones de vida se entiende en la presente evaluación tres dimensiones principales: desarrollo organizativo, dinámicas familiares y productivas y condiciones socio-económicas.

Para cada dimensión de análisis se establece una interrogante, en el siguiente cuadro se exponen las principales interrogantes de la evaluación:

CUADRO N° 7

Interrogantes de la evaluación

¿De qué manera la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las condiciones de vida de las y los productores orgánicos?	
Categorías de análisis	Interrogante
Desarrollo Organizativo	¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?
Dinámicas Productivas y Familiares	¿Cómo la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las dinámicas productivas y familiares de las y los productores orgánicos?
Condiciones socio-económicas	¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?

Fuente: Elaboración propia

8. Objetivo general de la evaluación

Evaluar los efectos en las condiciones de vida de las y los productores de la Feria El Trueque, a doce años de su formación.

Objetivos específicos:

1. Analizar de qué manera el desarrollo organizativo que ha tenido la Feria durante doce años ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad de la iniciativa.
2. Determinar el efecto de la participación en la Feria El Trueque en las dinámicas familiares y productivas de las familias agricultoras orgánicas.
3. Establecer la incidencia de la Feria El Trueque en las condiciones socio-económicas de las y los productores.

d) Modelo de evaluación

1. La evaluación en el ciclo del proyecto:

La Feria El Trueque se empieza a ejecutar en el año 1999, como vimos en el año 2003 se realiza una sistematización del proceso, sin embargo, nunca se ha realizado una evaluación propiamente. El programa por ser una propuesta de mercado local orgánico, es continuo, en el tanto que se realice una interacción y comercialización beneficiosa para consumidores y productores.

Actualmente la Feria tiene doce años de existir, por lo que se puede hablar de una evaluación de efectos. A pesar de que el proyecto continúa ha transcurrido suficiente tiempo entre el periodo de ejecución y la actual propuesta de evaluación, por lo tanto se puede valorar los efectos que la Feria ha tenido en las condiciones de vida de las y los productores que la integran.

2. Tipo de evaluación

- Según el que realiza la evaluación, es externa, ya que la evaluadora no participa en la Feria ni ha tenido relación con su desarrollo.
- Según los propósitos de la evaluación, es sumativa ya que tiene como finalidad proporcionar información útil luego de doce años de su funcionamiento, para las y los

actores de la Feria. El objetivo es mejorar la gestión de este espacio ferial y contribuir a que las y los agricultores propiamente tomen decisiones importantes sobre su futuro, potenciando aquellas áreas débiles y las fortalezas que la evaluación logre identificar.

- Según el momento del programa, es una evaluación de efectos que centra su atención en los cambios observables en los destinatarios a raíz de las actividades realizadas por el programa, en este caso El Trueque. (Neiremberg, 2000, pp. 152).
- Según el enfoque metodológico es cualitativa, sin embargo también se van a combinar técnicas cuantitativas y cualitativas.

3. Enfoque de evaluación:

La evaluación de efectos desde un acercamiento cualitativo es relevante en la medida que se valoran los significados y perspectivas de las y los beneficiarios del programa sobre el efecto generado.

Se utilizarán tres enfoques de la evaluación como teoría evaluativa para la misma: la evaluación cualitativa, la evaluación participativa-responsiva de Robert Stake y la evaluación para la transformación de Olga Neiremberg.

Evaluación cualitativa:

Para el presente proceso evaluativo consideramos pertinente desarrollar la evaluación desde un enfoque cualitativo. La mirada cualitativa de nuestro modelo es valiosa en la medida que aporta conocimientos sobre las construcciones y representaciones que las y los agricultores orgánicos formulan alrededor de la Feria, cuyo espacio permite no solo la comercialización de sus productos sino también el fortalecimiento de un tejido social entre personas que comparten una visión de desarrollo alternativo.

Entendemos por evaluación cualitativa:

La Indagación rigurosa y sistemática de información, que una vez descrita de manera detallada, comprendida e interpretada, desde el papel mediador del evaluador, permita establecer los méritos de un programa o proyecto, y brindar la información necesaria para la toma de decisiones oportunas, con el propósito de contribuir con la transformaciones

sociales planeadas o requeridas en los programas y proyectos formulados y/o ejecutados. (Picado, 2006, p9).

La evaluación cualitativa es por lo tanto “inductiva, integral y comprensiva” de las reflexiones, creencias, actitudes de los participantes y audiencias de los programas y proyectos evaluados.

A su vez el enfoque cualitativo de la evaluación nos acerca al conocimiento de los significados y procesos de apropiación e identidad que se construye alrededor de la agricultura orgánica, entendiendo ésta como una práctica de producción llena de significados y valores que se fundan en una concepción nueva de agricultura y de respeto hacia lo natural, y que relaciona una forma alternativa de desarrollo.

En cualquier proceso cualitativo es indispensable el análisis de las representaciones sociales que tienen, para nuestro caso, las y los productores sobre la Feria y lo que este espacio ha significado para sus condiciones de vida. “La representación social es un proceso de construcción de la realidad...las representaciones sociales forman parte de la realidad social, contribuyen a configurarla y como parte sustancial de la realidad, producen en ella una serie de efectos específicos. (Araya, 2001, p.56).

Entendemos por representaciones sociales:

Sistemas de valores, ideas y prácticas con una función doble: primero, establecer un orden que permita a los individuo orientarse en su mundo material y social y dominarlo, segundo, posibilitar la comunicación entre los miembros de una comunidad proporcionándoles un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar sin ambigüedades los diversos aspectos de su mundo y de su historia individual y grupal. (Araya, 2001, p34).

Desde el enfoque cualitativo, la comprensión de una realidad desde el marco de referencia de quién la actúa es indispensable. Los conocimientos se construyen en el diálogo entre el evaluador y las/os participantes de la evaluación.

Como comenta Picado (2006) en la evaluación cualitativa la presencia de valores en las experiencias evaluadas se reconocen y se aceptan, ya que desde esta perspectiva los procesos evaluativos van a estar influidos por los valores sociales y culturales de las personas que

intervienen en ella. “La información y el conocimiento que se alcanza en la evaluación cualitativa no se descubre sino que se produce, se construye entre todos los actores.” (Picado, 2006, p11).

Al reconocer la evaluación cualitativa como un enfoque primordial para evaluar los efectos en las condiciones de vida que ha propiciado la participación en la Feria El Trueque, nos posicionamos ontológica, epistemológica y metodológicamente de una manera específica ante la realidad evaluada. En cuanto al acercamiento ontológico, reconocemos que las realidades se construyen socialmente, son complejas y holísticas, epistemológicamente nos acercamos a estas realidades mediante la relación entre el evaluador y los beneficiarios del programa reconociendo que esta relación está influida por valores intersubjetivos entre ambos. En cuanto a la metodología, es inductiva y los conocimientos son holísticos se toma en cuenta para su análisis el contexto y la complejidad del programa.

Evaluación participativa-responsiva de Robert Stake:

El enfoque cualitativo de la evaluación que proponemos, se nutre de otro enfoque que nos parece relevante y acorde con los criterios de evaluación propuestos, hablamos del enfoque de Robert Stake: la evaluación como un ejercicio participativo-responsivo.⁴

Para Robert Stake, uno de los principales exponentes de las evaluaciones cualitativas, el papel del evaluador es captar, entender y analizar el programa evaluado e interpretar la realidad que observa. Por lo tanto, la evaluación debe orientarse a identificar la complejidad del programa, en su contexto social y político.

En este enfoque, la evaluación debe de emerger de la observación y de las vivencias propias de las y los participantes, para ello promueve la utilización de diversas técnicas y métodos ya que para Stake no hay una forma correcta de hacer las evaluaciones. La evaluación es vista como un servicio y el evaluador como un facilitador de un proceso de mejoramiento de los programas. (Picado, 2006, pp. 44-45). Estos conceptos son claves para la presente evaluación ya que el posicionamiento de la evaluadora va a ser de facilitadora en un proceso que mediante el

⁴ Al enfoque propuesto por este autor, se le ha llamado de varias maneras: Xinia Picado (2006) le llama la evaluación como ejercicio participativo, al no encontrar una traducción precisa del término *responsive evaluation*, por lo tanto en el campo de la evaluación a dicho enfoque también se le conoce como: evaluación participativa o evaluación responsiva de Stake.

acercamiento cualitativo con las y los participantes, busca identificar áreas para el mejoramiento de la Feria El Trueque.

Stake, citado por Xinia Picado (2006), considera que deben ser los clientes y usuarios del programa y no el evaluador los que deben de valorar el programa o identificar el mérito de éste. Para ello el evaluador contribuye en su papel de facilitador a que los usuarios reflexionen sobre sus valores, descubran y reconstruyan las soluciones a sus problemas y de esta manera fortalecer el poder local, el poder comunal y el poder organizacional.

La evaluación participativa-responsiva de Stake, se ajusta muy bien a las necesidades y criterios de la evaluación de la Feria El Trueque, las y los productores de la Feria son además de los usuarios, los destinatarios de esta evaluación, su participación en la evaluación no solo tiene el objetivo de recopilar la información necesaria, sino que partiendo desde este enfoque, es por medio de esta participación que se busca que ellos y ellas reflexionen sobre la Feria, sobre cómo ha incidido en sus condiciones de vida y que identifiquen aquellos aspectos que podrían mejorar sobre la misma.

Desde este enfoque, la evaluación debe de centrarse en los requerimientos de información de las audiencias, y retratar las diferentes perspectivas valorativas al informar sobre los éxitos y fracasos del programa, la evaluación es un reflejo de los valores de los distintos usuarios, en ningún momento debe el evaluador juzgar esos valores. (Picado, 2006. p45).

Es por lo tanto una evaluación participativa-responsiva desde el enfoque de Stake, en el sentido de que la evaluación debe de incorporar los valores, y las necesidades de los usuarios del programa; respondiendo a los intereses de sus participantes, las recomendaciones del proceso evaluativo surgen desde este enfoque de las propias vivencias y el análisis crítico, facilitado por la evaluadora, de las y los participantes de El Trueque.

La evaluación para la transformación:

El propósito de realizar un modelo de evaluación de efectos con enfoque cualitativo es valorar la incidencia que ha tenido la participación en la Feria El Trueque en las condiciones de vida para mejorar la práctica futura, es decir, para que con dicho conocimiento APROCO puedan

optimizar y potenciar la Feria El Trueque desde el establecimiento de nuevas prácticas o mejoramiento de las existentes, en distintas aristas.

Desde esta línea, utilizaremos elementos de un tercer enfoque para la presente evaluación. Este enfoque es el propuesto por las autoras Neiremberg, Brawerman y Ruiz (2000): Evaluar para la Transformación. Coincidiendo con estas autoras la evaluación persigue varios propósitos pero se destaca uno en general: “se trata de pensar sobre el hacer, para identificar errores y problemas que dificultan la acción, para perfeccionar la gestión de un proyecto, para aprender de lo hecho... para introducir correcciones, para conocer efectos no deseados... sistematizar las lecciones aprendidas y brindar a partir de ellas, las recomendaciones pertinentes....” (p.35).

Para este enfoque el evaluador no tiene una figura tradicional, ejecutiva o vertical. Lejos de esa concepción el evaluador es un facilitador del proceso, el cual conserva una mirada con suficiente distancia aunque involucrada con los beneficiarios: “desencadenando procesos de reflexión, brindando una perspectiva preguntona y crítica, involucrando a todo los actores posibles en espacios de reflexión conjunta y de debate.” (Neiremberg, 2000, pp. 46-47).

Por su parte, las autoras, nos recuerdan que el evaluador también está aprendiendo, la evaluación por lo tanto es vista como un proceso de aprendizaje circular donde el evaluador no enseña sino que provoca y estimula el aprendizaje conjunto.

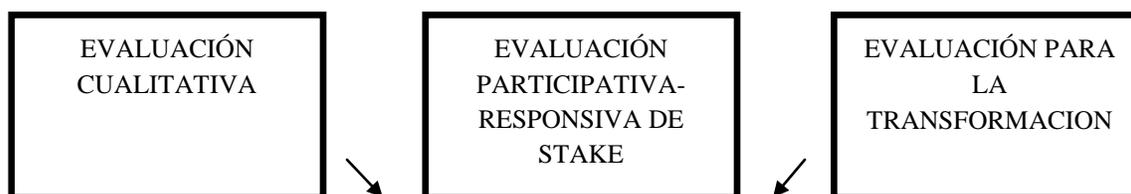
De este enfoque, tomamos tres puntos esenciales que se plantean como requisitos para que una evaluación logre aportar elementos para la transformación (p 48):

- Debe ser útil para todas aquellas personas comprometidas y que participan en la Feria El Trueque.
- Debe ser viable, en cuanto realizable en un tiempo alcanzable.
- Debe de respetar los valores de las y los agricultores orgánicos, con procedimientos adecuados que provean información confiable.

Para que se de una evaluación para la transformación, la evaluación debe ser capacitadora e iluminadora buscando en la teoría, la experiencia y el conocimiento, las argumentaciones que mejor expliquen los resultados, en este caso los efectos con el objetivo de facilitar el crecimiento, desarrollo y perfeccionamiento de las prácticas que conforman la Feria El Trueque.

En la siguiente figura se muestra de manera gráfica los elementos esenciales que rescatamos de los tres enfoques expuestos, para construir el modelo evaluativo:

FIGURA N°3
Enfoques de Evaluación



Rol del evaluador/a: facilitador del proceso evaluativo, observa y analiza la complejidad del programa, debe de centrarse en los requerimientos de información de las audiencias, y retratar las diferentes perspectivas valorativas al informar sobre los éxitos y fracasos del programa.

Rol de los/as participantes: son los actores principales para los cuales debe estar dirigida la evaluación, es desde la percepción de sus vivencias que parte la evaluación, desencadenando procesos de reflexión, brindando una perspectiva crítica, involucrando a todos los actores posibles en espacios de reflexión conjunta y de debate. Los participantes deben de reflexionar sobre sus valores, para que descubran y reconstruyan las soluciones a sus problemas, de esta manera se fortalece el poder local.

Fin de la evaluación: debe de incorporar los valores, y las necesidades de los usuarios del programa, es vista como un proceso de aprendizaje circular, el evaluador no enseña sino que provoca y estimula el aprendizaje conjunto, la evaluación identifica errores y problemas para mejorarlos y que se den las transformaciones necesarias para mejorar la calidad de vida de los participantes.

Acercamiento ontológico: las realidades se construyen socialmente, son complejas, holísticas.

Acercamiento epistemológico: la relación entre el evaluador y los beneficiarios del programa está influida por los valores subjetivos, se da una interrelación entre ambos.

Acercamiento metodológico: los conocimientos son construidos por medio de una metodología cualitativa, tomando en cuenta el contexto y la complejidad del programa.

Fuente: Elaboración propia.

4. Acercamiento Metodológico

Siguiendo a Neiremberg (2000), la evaluación de efectos se enfoca en determinar el valor del desempeño actual del proyecto, el cumplimiento de las actividades que se han previsto y los resultados y efectos que se van alcanzando, procurando también identificar problemas que van surgiendo para revisar oportunamente en la marcha del proyecto.

En la presente evaluación, ontológica y epistemológicamente se parte desde un paradigma cualitativo y constructivista, donde las realidades son múltiples, complejas y socialmente

construidas, y se enfatiza en la participación interactiva entre las personas interesadas de la evaluación y la evaluadora.

Tomando en cuenta estos lineamientos, entendemos que la evaluación de efectos se basa en la valoración de los resultados y repercusiones de un programa; sin embargo, éstas son generadas por múltiples factores, no solo va a depender del programa específico sino también de las condiciones externas (sociales, económicas, ambientales, políticas) que lo rodean. Sobre esto, Roche (2004) enfatiza que “dada la naturaleza de los proyectos de desarrollo y de la organizaciones... que implican a personas que tienen sus propias ideas, sueños e interés, es esencialmente importante que se reconozca la naturaleza variable del cambio” (p 41). Es decir, se entienden los efectos como un cambio que no es lineal ni progresivo, ni estable y predecible, sino repentino y discontinuo.

Los efectos y repercusiones significativas que se han llevado a cabo en las condiciones de vida de las y los productores, desde este modelo debe valorarse desde una interpretación de la perspectiva de ellos mismos y de cómo el programa, en este caso la Feria, ha afectado sus vidas.

Para ello se utilizaron técnicas de evaluación e investigación social mixtas, tanto técnicas cualitativas como cuantitativas con el objetivo de triangular la información y llegar a profundizar en el análisis de la información.

Una de las técnicas que se utilizaron son las entrevistas a profundidad. Por entrevistas a profundidad entendemos las entrevistas que:

Están orientadas hacia un tema fijado previamente y propuesto por el entrevistador...está centrada sobre las relaciones entre la persona y algún tema investigado...el desarrollo de la entrevista es no directivo, las intervenciones del encuestador estarán en función del curso de la entrevista teniendo por finalidad el mantener dicha entrevista dentro de los límites fijados y de profundizar las respuestas dadas. (Camacho, 2002, p 68)

Por medio de este tipo de entrevistas se logra obtener descripciones complejas y holísticas sobre lo que se desea evaluar, centrándose en la percepción y el conocimiento que los involucrados tienen sobre sus propias realidades y vivencias.

El objetivo de realizar las entrevistas a profundidad es comprender los procesos, los significados y las condiciones de vida como las perciben los individuos. Una ventaja de utilizar esta técnica para la evaluación es que proporciona un acercamiento a la comprensión de las percepciones y prioridades de las y los productores que tienen sobre El Trueque después de doce años de su existencia, y también las condiciones y procesos que pueden haber afectado las repercusiones de la Feria en sus condiciones de vida.

Estas entrevistas se realizaron con seis familias agricultoras orgánicas, las cuales tienen diversos tiempos de permanencia en la Feria. Cinco de ellas se desarrollaron en las visitas realizadas en sus hogares en las fincas orgánicas y una de ellas en el campus ferial de otra feria donde también participan. La dinámica fue libre y se entrevistó a la persona de la familia que más tenía relación con la Feria el Trueque, en dos casos se realizó la entrevista con la pareja (hombre y mujer) de productores orgánicos porque así lo decidieron. Los nombres de las personas entrevistadas no se detallan en los hallazgos para guardar la confidencialidad de la información obtenida.

Otra técnica que se desarrolló fueron las entrevistas semi estructuradas, a este tipo de entrevista Camacho (2002) las denomina entrevistas con preguntas abiertas, en éstas la acción se centra en el objetivo de la entrevista y la libertad del que entrevista como del entrevistado es reducida. Se redacta con anterioridad un cuestionario con preguntas abiertas.

Esta técnica se utilizó con miembros actuales y ex integrantes de las Juntas Directiva de APROCO con la finalidad de obtener información y reconstruir procesos históricos de la Feria, además de información para ahondar en el análisis del desarrollo organizativo. Se llevaron a cabo cuatro entrevistas semi estructuradas.

La observación fue una técnica que se desarrolló durante la evaluación, el tipo de observación fue no participante, entendiéndola como la observación donde el observador es extranjero al grupo, él penetra en el grupo que sabe en general quién es y con qué objetivos se encuentra ahí, pero este no participa en la actividad del grupo.(Camacho, 2009)

La observación se realizó en tres escenarios: el campus ferial enfatizando en la observación de las relaciones sociales que se desarrollaban entre productores y consumidores así como la dinámica social del espacio de la soda de la Feria. También se estuvo presente y se observó en

las asambleas generales y extra ordinarias de APROCO, centrando la atención en la participación, el interés y las actitudes de sus integrantes.

Otra fuente de información recopilada mediante observación fueron las visitas a las fincas orgánicas de las familias agricultoras entrevistadas. En estas visitas se observó la relación del productor con su entorno, se profundizó en los conocimientos sobre agricultura orgánica y se enfatizó la observación en las dinámicas familiares que se desarrollaban en las fincas.

En el proceso evaluativo se realizó una observación participante, entendiendo ésta como la observación donde el evaluador se inserta en la vida de un grupo y participa en ella. En este caso se realizó una observación participante de una gira de consumidores a una finca orgánica, la evaluadora fue en el papel de consumidora de la Feria y participó activamente en la gira junto con otros consumidores.

Dentro de la metodología planteada también se utilizaron técnicas cuantitativas como el uso de cuestionarios que nos ayudaron a validar e interpretar la información recopilada por otras técnicas y obtener otro tipo de información indispensable para el desarrollo de los objetivos de la evaluación. Estos cuestionarios se dirigieron a toda la población participante de la Feria y a las y los consumidores/as orgánicos de este espacio.

El número de participantes de la Feria varía según la temporada del año en que se encuentren y los niveles de producción de cada finca. En el momento de pasar los cuestionarios para las y los productores, se encontraban participando de manera regular veinte productores, los cuales participaron en el cuestionario.

En el caso del cuestionario dirigido a consumidores de la Feria, este se desarrolló entre los meses de noviembre del 2010 a junio del 2011, con el fin de abarcar a diversos tipos de consumidores se realizaron en distintas horas de la mañana entre las 5 am y las 11 am. El número de cuestionarios a aplicar estuvo dado por un criterio de saturación en la frecuencia de las respuestas, es así como al final del proceso participaron noventa personas.

La Feria el Truque al ser una iniciativa social que surge del interés de diversas instituciones y agricultores, no cuenta con documentación formal del desarrollo de un programa tal cual, por lo que fue necesario realizar una revisión documental de lo que se había producido desde diversos

actores de la Feria El Trueque: recopilación de historias, entrevistas y sistematizaciones; la mayoría de CEDECO. Para construir la teoría del programa también se efectuó entrevistas a productores fundadores de la Feria para reconstruir con ellos su desarrollo.

El contenido que se expone en el marco evaluativo de las distintas técnicas que se utilizaron en la presente evaluación fue variando conforme se identificaron nuevas necesidades y fueron emergiendo dimensiones de análisis. Al tratarse de una evaluación con un enfoque cualitativo, la metodología está sujeta a las dinámicas que se vayan presentando en el transcurso de la evaluación, en el acercamiento con las y los productores y en el cambio constante de sus realidades.

Otro aspecto metodológico a considerar fue la triangulación de datos, la cual se realizó con el objetivo de complementar los datos cualitativos y cuantitativos, comparando y contrastando resultados, buscando tendencias y divergencias, para obtener una visión más integral de los efectos que ha tenido la participación en El Trueque en sus participantes.

De esta manera se cruzó la información obtenida de las entrevistas a profundidad realizadas a las familias agricultoras, las entrevistas semi estructuradas, las observaciones realizadas y los cuestionarios donde participaron todas las personas participantes de la Feria y noventa consumidores.

Para los datos cualitativos se procedió a realizar técnicas de análisis de la información textual recopilada en las entrevistas y observaciones. El análisis siguió las siguientes fases:

- Transcripción textual de la información recopilada en las entrevistas y observaciones realizadas.
- La reducción de los datos obtenidos, es decir, de las transcripciones realizadas de las entrevistas y notas de observación se realizó una categorización de la información; los datos se ordenaron siguiendo las categorías de análisis previamente establecidas. De esta manera se consolidaron algunas categorías, otras se modificaron y otras se suprimieron a partir de la comparación de los datos obtenidos con las categorías provisionales que se tenían.

- Se incluyó en el análisis categorías emergentes, como resultado del análisis de los datos cualitativos, ya que se encontraron nueva temáticas de interés en la evaluación
- La categorización de los datos se ordenaron en cuadros comparativos de acuerdo a las preguntas de la evaluación. En los cuadros comparativos se cruzaba la información cualitativa ya procesada con los datos obtenidos cuantitativos.
- En el caso de los datos cuantitativos se procesó la información recopilada por medio del paquete estadístico SPSS, se realizaron cruces de variables y se obtuvieron porcentajes. Esta información se cruzó en los cuadros comparativos señalados, ordenándose según las preguntas de la evaluación y las categorías de análisis.
- Finalmente, se procedió a realizar el análisis correspondiente, ilustrando los hallazgos con citas textuales, presentación de cuadros resumen y gráficos estadísticos.

En el siguiente cuadro se resumen las técnicas desarrolladas en el trabajo de campo:

CUADRO N°8
Resumen de técnicas aplicadas

Técnica	Población	Cantidad
Entrevistas a profundidad	Familias agricultoras orgánicas	6
Entrevistas semi estructuradas	Miembros y ex integrantes de las Juntas Directivas de APROCO	4
Cuestionarios	Población participante de la Feria El Trueque.	20
Cuestionarios	Consumidores de la Feria El Trueque	90
Observación no participante	Observación en las visitas de las fincas orgánicas.	5
	Observación del campus ferial	6
	Observación en las Asambleas ordinarias y extra ordinarias de APROCO	4
Observación participante	Gira de consumidores a fincas orgánicas	1

Fuente: Elaboración propia.

5. Marco Evaluativo

La principal interrogante que orienta la evaluación es:

¿De qué manera la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las condiciones de vida de las y los productores orgánicos?

Por condiciones de vida se entiende en la presente evaluación tres dimensiones principales: desarrollo organizativo, dinámicas familiares y productivas y condiciones socio-económicas.

Desarrollo Organizativo

El desarrollo organizativo, es un elemento relevante en la evaluación, ya que a través de los doce años de existencia de la Feria El Trueque su organización ha variado. Como explicamos en capítulos anteriores, el programa inició con la colaboración de organizaciones y asociaciones tanto en la parte financiera, logística como administrativa. Sin embargo, poco a poco las instituciones se han ido retirando, dando paso a un proceso de autogestión por parte de las y los productores; en el 2003 la Feria se constituye jurídicamente como asociación de la sociedad civil.

El desarrollo organizativo es un componente esencial para que las iniciativas de empresas sociales como la Feria El Trueque sean sostenibles, desarrollando capacidades organizativas, administrativas y de comercialización.

Las capacidades organizativas, implican el desarrollo de ciertas condiciones internas para la gestión de la Feria El Trueque como una organización social: el sentido de pertenencia al proyecto de la Feria por parte de sus participantes, los niveles de participación deben ser adecuados así como la motivación de sus integrantes, agricultores y consumidores. Las relaciones sociales que se generan en la Feria así como la creación de valores asociativos y las estrategias que se generan para hacer frente al contexto son variables indispensables para acercarse al conocimiento de las capacidades organizativas que se han generado en el tiempo en la Feria El Trueque.

Otro componente para valorar el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque son las capacidades administrativas, y con ellos nos referimos a la gestión gerencial que lleva a cabo APROCO desde que se conformó en asociación, así como las capacidades de mercadeo como la

divulgación y promoción. La gestión de los recursos financieros así como la planificación, la formulación y ejecución de sus objetivos y principales metas son aspectos que deben de tomarse en cuenta para evaluar las capacidades administrativas. Al valorar El Trueque como una empresa, se deben de considerar aspectos como las ventas, las relaciones que se desarrollan entre consumidor-productor así como la percepción de éstos sobre la Feria El Trueque y la capacidad para satisfacer sus necesidades.

La interrogante que guía la evaluación de dicha categoría es:

¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?

Dinámicas Productivas y Familiares

La agricultura orgánica, requiere como muchas otras prácticas de producción, una postura reflexiva y crítica que transforma actitudes y conocimientos, internalizándose un proyecto de vida asociado a la producción orgánica y a elementos sociales y culturales definidos por dicha práctica. Se parte por lo tanto de entender la agricultura orgánica como un proceso de transformación que va más allá de las prácticas productivas, transformando la visión y concepción de mundo, de las relaciones sociales y de percibir el medio y su propio papel del agricultor/a.

La Feria El Trueque está conformada mayoritariamente por familias productoras, en donde cada uno de los miembros cumple un papel esencial en el ciclo de participación y producción orgánica. Interesa en esta evaluación conocer la manera en que la participación en la Feria a lo largo del tiempo ha incidido en las dinámicas de estas familias: la cosmovisión del mundo, la auto percepción como familia agricultora orgánica, la distribución del trabajo, el aporte de recursos, trabajo y tiempo, la participación en la toma de decisiones, los planes a futuro de cada miembro de la familia y sus costumbres familiares, así como las transformaciones que se han suscitado en las dinámicas productivas con el paso de tiempo.

Para evaluar dicha categoría la interrogante es la siguiente:

¿Cómo la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las dinámicas productivas y familiares de las y los productores orgánicos?

Condiciones socio-económicas

Los mercados locales de productos orgánicos, son una alternativa de comercialización y de desarrollo de iniciativas productivas que está en crecimiento en América Latina, como se señaló en el acápite de contexto.

En Costa Rica como en Centroamérica, la apertura de ferias orgánicas es apoyada por distintas instituciones y organismos. Conocer y analizar como la participación en dichas ferias incide en las condiciones socioeconómicas de las y los participantes, es un elemento indispensable para apoyar la creación de estos mercados y la promoción de la agricultura orgánica como una alternativa ecológica y sostenible.

Por condiciones socioeconómicas entenderemos la percepción que tienen las y los agricultores sobre su ingreso, las expectativas de formación y educación, las condiciones futuras, las oportunidades laborales, acceso a la salud y su satisfacción con sus proyectos de vida.

La interrogante para esta valorar las condiciones socioeconómicas es:

¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socioeconómicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?

A continuación se presenta el marco evaluativo, el cual está compuesto de dos enfoques metodológicos: el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo.

CUADRO N°9
Marco Evaluativo Cualitativo

Enfoque Cualitativo					
Interrogante: ¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?					
Categorías	Dimensiones de análisis	Sub-dimensiones	Técnicas	Estrategia de análisis	Fuentes
DESARROLLO ORGANIZATIVO	La Feria como organización social	Estructura y funcionamiento Misión y Valores compartidos Beneficios de la participación Motivación e incentivos. Cohesión y vínculos Aspectos a Mejorar	Entrevistas semi estructuradas Observación no participante	Análisis de contenido Análisis de la información recopilada	Miembros Junta Directiva de APROCO Agricultores/as de la Feria El Trueque que tengan más de 5 años de participar Observación del Campo ferial Observación de las Reuniones de la Junta Directiva
	La Feria como empresa	Perfil del consumidor orgánico Gestión de la Asociación. Procesos administrativos y financieros Mecanismos de planificación Retos en la planificación Capacidades de mercadeo y ventas Percepción del consumidor: Satisfacción de las y los consumidores orgánicos	Entrevistas semi estructuradas Observación participante Observación no participante	Análisis de contenido Análisis de la información recopilada	Las y los participantes de las Juntas Directivas de APROCO. Observación del Campo ferial Gira de consumidores a las fincas orgánicas

Enfoque Cualitativo					
Interrogante: ¿Cómo la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las dinámicas productivas y familiares de las y los productores orgánicos?					
Categorías	Dimensiones de análisis	Sub-dimensiones	Técnicas	Estrategia de análisis	Fuentes
DINÁMICAS FAMILIARES Y PRODUCTIVAS	Dinámicas de las familias Cambios en las dinámicas productivas	Perfil del participante Cosmovisión del mundo Auto percepción como familia agricultora orgánica. Distribución del trabajo Proyecto de familia Retos familiares y productivos Transformaciones en las dinámicas productivas: traslado de agricultura convencional a orgánica	Entrevistas a profundidad Observación no participante	Análisis de contenido	Familias agricultoras de la Feria El Trueque. Visitas a las fincas orgánicas
Interrogante: ¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?					
Categorías	Dimensiones de análisis	Sub-dimensiones	Técnicas	Estrategia de análisis	Fuentes
CONDICIONES SOCIO ECONÓMICAS	Percepción en las condiciones socio económicas (Antes y después del proyecto)	Percepción de las condiciones de vida Situación económica de su participación en la Feria El Trueque Satisfacción de su proyecto de vida de su participación en la Feria El Trueque Percepción de sus condiciones de ingresos, laborales, educativas, familiares y de seguridad. Retos y dificultades percibidas.	Entrevistas a profundidad Observación no participante	Análisis de contenido	Familias agricultoras de la Feria El Trueque Visitas a las fincas orgánicas

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO N°10
Marco Evaluativo Cuantitativo

Enfoque Cuantitativo						
Interrogante: ¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?						
Dimensiones de análisis	Variables	Indicadores	Ítems	Técnicas	Estrategias de análisis	Fuentes
DESARROLLO ORGANIZATIVO	Perfil del consumidor	Perfil del consumidor (sexo, edad, nivel de ingresos, nivel educativo, residencia, ocupación, familia, gastos en productos orgánicos)	Femenino Masculino Edad Lugar de residencia Nivel educativo Número de miembros de la familia Ocupación de miembros de la familia Nivel de ingresos Nivel de gastos promedio mensuales en productos orgánicos y no orgánicos Frecuencia de compra mensual	Encuesta	Triangulación de la información con el enfoque cualitativo	Consumidores/as de la Feria El Trueque
	Preferencia del consumo orgánico	Principales razones para consumir productos orgánicos	Abierta		Procesamiento de la información en SPSS :	
	Capacidades de comercialización	Capacidad de la Asociación de desarrollar las actividades productivas de acuerdo a las necesidades del mercado	Abierta		Análisis de frecuencia Análisis de variables Análisis de contingencia	
		Necesidades del consumidor	Nivel de cumplimiento de la Feria El Trueque de las necesidades. Escala Likert.			
		Antigüedad del consumidor	Número de años de comprar productos en la Feria El Trueque.			
Satisfacción de las/os consumidores		Nivel de satisfacción con la Feria El Trueque. Escala de Likert.				

Enfoque Cuantitativo						
Interrogante: ¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?						
Dimensiones de análisis	VARIABLES	Indicadores	Ítems	Técnicas	Estrategias de análisis	Fuentes
DESARROLLO ORGANIZATIVO	Capacidades de comercialización	Nivel de fidelidad	Otros lugares donde compra productos orgánicos 1. Supermercados 2. Feria Aran Juez 3. Feria del agricultor 4. Otros	Encuesta	Triangulación de la información con el enfoque cualitativo	Consumidores/as De la Feria el Trueque
		Mercadeo	Medio por el que se enteró de la Feria El Trueque 1. Prensa escrita 2. Radio 3. Medios en Internet 4. Por referencia de conocidos 5. Otros		Procesamiento de la información en SPSS : Análisis de frecuencia	
		Expectativas a futuro de las/os consumidores para la Feria	Abierta		Análisis de variables	
		Participación de las y los consumidores en APROCO	Conocimiento de la existencia de APROCO 1. Si 2. No Nivel de participación en APROCO 1. Nada 2. Poco 3. Mucho		Análisis de contingencia	

Fuente: Elaboración propia.

Enfoque Cuantitativo						
Interrogante: ¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?						
Dimensiones de análisis	VARIABLES	Indicadores	Ítems	Técnicas	Estrategias de análisis	Fuentes
CONDICIONES SOCIO ECONÓMICAS	Percepción de la Condiciones socio económicas	Aspectos generales (sexo , edad, estado civil, nivel educativo productos, tamaño de la familia)	Femenino Masculino Edad Soltero/a Casado/a Divorciado/a Otro Nivel educativo Productos que comercia Número de miembros de la familia Ocupación de miembros de la familia	Encuestas	Triangulación de la información con el enfoque cualitativo Procesamiento de la información en SPSS : Análisis de frecuencia Análisis de variables Análisis de contingencia	Todos/as los/as participantes de la Feria el Trueque.
		Razones para producir orgánicamente	Abierta			
		Años de participar en la Feria El Trueque	Menos de 3 años De 4 a 6 años Más de 6 años			
		Nivel de incidencia en las condiciones de vida de la participación en la Feria El Trueque.	Escala Lickert Nada importante Importante Muy Importante			
		Mejoras en el ingreso individual y familiar	Individual Si No Familiar Si No Escala ordinal			
		Nivel de ingreso actual	1.100 000 colones o menos 2.Entre 100 000 y 300 000 colones 3.Entre 300 000 y 600 000 colones 4.600 000 colones o más			
		Niveles de producción	Escala Likert Escala Ordinal			

Enfoque Cuantitativo						
Interrogante: ¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?						
Dimensiones de análisis	VARIABLES	Indicadores	Ítems	Técnicas	Estrategias de análisis	Fuentes
CONDICIONES SOCIO ECONÓMICAS	Percepción de la Condiciones socio económicas	Oportunidades laborales	A partir de la participación en la Feria sus oportunidades laborales han aumentado Si No Por qué	Encuestas	Triangulación de la información con el enfoque cualitativo	Todos/as los/as participantes de la Feria el Trueque.
		Expectativas de formación	Abierta		Procesamiento de la información en SPSS :	
		Condiciones futuras	Abierta		Análisis de frecuencia	
		Proyecto de vida individual/colectivo	Abierta		Análisis de variables Análisis de contingencia	

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V HALLAZGOS

En el presente capítulo se exponen los hallazgos principales obtenidos del trabajo de campo y del proceso de triangulación de resultados cualitativos y cuantitativos. Los hallazgos se encuentran descritos según las interrogantes de evaluación:

1. ¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?
2. ¿Cómo la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las dinámicas familiares y productivas de las y los productores orgánicos?
3. ¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?

Para cada interrogante y sus respectivas categorías de análisis surgieron, en el transcurso del trabajo de campo, nuevas variables que lo enriquecieron además de las consideradas en el marco evaluativo previamente.

Los hallazgos se obtuvieron de la triangulación de información de diversas fuentes:

- a) El proceso cualitativo donde se realizaron seis entrevistas a profundidad a familias agricultoras de la Feria; cuatro entrevistas estructuradas a integrantes y ex integrantes de la Junta Directiva de APROCO; observaciones realizadas en tres espacios diferentes: el campus ferial en Paso Ancho, las reuniones ordinarias y extraordinarias de APROCO y las visitas a las fincas orgánicas.
- b) El proceso cuantitativo donde se aplicaron 20 encuestas realizadas a todas/os los/as productores/as de la Feria El Trueque, y 90 encuestas aplicadas a consumidores entre los meses de noviembre del 2010 y junio del 2011.
- c) Revisión de los documentos existentes sobre la Feria El Trueque.

Como parte de los hallazgos del proceso evaluativo se construyó un perfil del consumidor orgánico de la Feria El Trueque y un perfil del productor orgánico, ambos perfiles se encuentran en el presente capítulo.



Cap. 5: Hallazgos Desarrollo Organizativo



Interrogante 1. ¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?

Por su naturaleza la Feria El Trueque es una iniciativa de emprendimiento colectivo. En este caso se trata de un grupo de productores y productoras que se unen para formar una Feria de productos orgánicos y se constituyen en asociación. Es por la naturaleza asociativa de este emprendimiento que sus objetivos y valores son distintos a los de una iniciativa de empresa privada -cuya finalidad suele ser el lucro- o una entidad pública.

Tomando en cuenta esta naturaleza consideramos que la evaluación de una iniciativa así debe incluir ciertos parámetros y variables que representen todo su marco de acción de manera integral. Es por esto que hemos separado el análisis de la categoría *desarrollo organizativo* en dos temáticas⁵: a. la Feria El Trueque como una organización social, es decir, como una entidad que reúne de manera democrática a personas que comparten ciertos valores y que tiene como objetivo común una misión social; b. la Feria El Trueque como empresa, entendiendo también la Feria como una actividad económica que produce y vende bienes dirigidos a consumidores y que es esta funcionalidad la que le permite lograr su misión social.

1. La Feria El Trueque como Organización

a) Estructura y funcionamiento organizacional: La Feria El Trueque una necesidad compartida.

A lo largo de doce años de existencia, la Feria ha experimentado algunos cambios según ha ido creciendo y desarrollándose. A continuación se exponen de manera cronológica los principales cambios que han suscitado una mayor organización y capacidad de autogestión por parte de las y los participantes de la Feria:

⁵ Esta forma de análisis es propuesta por Polo, Martha Isabel. (2006).

CUADRO N° 11
Evolución de la Feria El Trueque

Año	Lugar	Organizaciones involucradas
1994	Se da la primera experiencia en Desamparados, en las instalaciones de FECOPA. Luego se traslada a la Feria Convencional de Desamparados en donde dura aproximadamente un año y los productos se venden como orgánicos junto con los no orgánicos. Por varios factores el número de participantes se reduce.	FOMIC ANAPAO COPROALDE FECOPA CEDECO OTROS
1995	Se crea un centro de acopio con la idea de ofrecer un lugar para ayudar en la planificación de la producción y distribución. Por diversas razones no funciona.	ANAPAO COPROALDE
1999	CEDECO venía realizando talleres y capacitaciones. Como parte de su ciclo (organización-producción-procesamiento-comercialización) se propone crear una experiencia de comercialización. Esta experiencia se da en Moravia, en el parqueo del centro Los Colegios.	CEDECO
2000 – 2001	Se traslada al Parque Recreativo del Este, donde dura aproximadamente un año.	CEDECO
2003	Se establece en Paso Ancho en donde se encuentra en la actualidad.	Se constituye en una asociación (APROCO) y se retiran las organizaciones padrinas ya que se establece que hay bases sólidas para la autogestión.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados

En el año 2003 y como parte del proceso de consolidar la autogestión de la Feria El Trueque y su organización, las y los productores toman la decisión de consolidarse jurídicamente por medio de la figura de asociación. Es así como se crea, el 29 de marzo del 2003, la Asociación de Productores y Consumidores Orgánicos de Costa Rica (APROCO).

La consolidación de la Feria El Trueque como una organización que se ha sostenido a lo largo de 12 años tiene que ver con el seguimiento, motivación y desarrollo de capacidades que CEDECO formó en sus integrantes.

En las entrevistas a profundidad realizadas las y los productores resaltan la importancia del éxito y surgimiento de la Feria El Trueque por el acompañamiento realizado por CEDECO. La mayoría de los productores entrevistados fueron apoyados por dicha institución para realizar el cambio de producción convencional a orgánica; resaltan el acompañamiento, la información, el financiamiento y el desarrollo de capacidades que recibieron de parte del organismo padrino.

Un productor nos comenta que:

... digamos ahí [antes de CEDECO] todavía no había producción acá, estábamos aprendiendo con CEDECO primero a formar grupos organizativos, comités, producción de huevos de granja, unas plantas de chayote... Lo que CEDECO buscaba era que los campesinos se unieran y se quedaran acá, que no se fueran de la comunidad. Así aprendimos a formar un pequeño grupo de campesinos... (Productor 5 entrevistado de la Feria El Trueque⁶).

La importancia del acompañamiento de esta organización se ilustra en el siguiente comentario:

Empezó CEDECO a hablarnos de medio ambiente, de protección, del agua, de los suelos, y que había una nueva forma de producir que no era tan necesariamente utilizando químicos, sino que era agricultura orgánica. A mí eso me llamó la atención desde el principio... Entonces empezó CEDECO a traer material escrito de allá [Nicaragua] y ellos mismos estaban aprendiendo, y nosotros nos lanzamos a la aventura de la agricultura orgánica. (Productor 7).

Como se describió en el CUADRO N°11, CEDECO acompañó a la Feria hasta el año 2005. Según información de esta misma institución esta salida se dio al establecer que había bases sólidas para la autogestión en las y los productores integrantes de la Feria.

Aunque la Feria El Trueque actualmente tiene 7 años de ser una organización independiente y ha salido adelante, en las entrevistas realizadas las y los productores se encuentra una tendencia a percibir como un proceso difícil para todos el retiro de CEDECO:

⁶ Para garantizar la confidencialidad de las y los informantes en adelante para hacer referencia a la cita textual de un productor de la Feria El Trueque, se citará como Productor/a y su número respectivo.

A como vemos sí necesitamos un administrador, porque antes el administrador que teníamos era de CEDECO; él se encargaba de administrarnos, promocionarnos, nos daba todo, CEDECO le paga[ba] a él, pero ellos abandonaron lo que eran las ferias orgánicas y se dedicaron a otras cosas... Bueno entonces ya quedamos solos como sin rienda, y como asociación nos ha costado mucho... (Productora 1).

El cambio en la Feria El Trueque, de ser una iniciativa acompañada por diversas organizaciones a constituirse formalmente como una asociación autogestionaria, generó muchos retos internos. Entre ellos: el reacomodo de la organización interna, el surgimiento de liderazgos, la sostenibilidad administrativa y logística; todos éstos retos que perciben muy bien las y los integrantes de la Feria y que se presentarán más adelante.

En cuanto a la organización interna, al constituirse en una asociación la estructura organizacional pasó a componerse por los siguientes órganos:

- La Asamblea General
- La Junta Directiva (compuesta por los puestos de Presidencia, Vicepresidencia, Secretaría, Tesorería y Vocal)
- La Fiscalía

La Junta Directiva y la Fiscalía se eligen cada dos años y sus miembros pueden ser reelectos, si así lo decide la mayoría en Asamblea General. Según información recopilada en las entrevistas realizadas a ex miembros de la Junta Directiva de APROCO y las observaciones realizadas en las reuniones ordinarias y extraordinarias, se observó que existe un grupo de personas dentro de la Feria que son identificados por los demás como “los líderes” y que se han rotado puestos en la Junta Directiva a través de los años.

El surgimiento de un grupo de líderes dentro de la organización de la Feria es un factor esencial para evaluar el desarrollo organizativo. Si bien es cierto que es por este grupo de personas líderes que la gestión de la Feria se ha mantenido funcionando hasta la actualidad, también esto denota que su estructura organizativa está ligada al liderazgo de unas pocas personas. La mayoría de productoras y productores de la Feria El Trueque se concentra en las actividades de producción, siendo muy pocas personas las que se vinculan en los procesos organizacionales.

Al respecto, un ex miembro de la Junta Directiva comenta que “la organización es casi la misma, casi que nos mantenemos las mismas personas y los que están ahí al frente casi que son los mismos. Esos son los líderes para mí, que coordinan esto.”(Productor 8).

Como una organización social la Feria responde a ciertos valores y objetivos que constituyen su misión social. Cuando se constituyó APROCO se formalizaron estos ideales, que se resumen a continuación:

- Consolidar la Asociación de Productores y Consumidores Orgánicos de Costa Rica (APROCO) con la implementación de proyectos organizativos, productivos y de comercialización que contribuyan a mejorar la Feria de productos orgánicos y artesanías de San José, filiales que surjan y a sus participantes.
- Fomentar la integralidad y diversificación de los productos que se ofrecen en agricultura orgánica, artesanía nacional y procesos artesanales.
- Contribuir mediante la oferta de productos orgánicos y alternativos al mejoramiento del medio ambiente y la salud de productores y productoras.
- Velar por la capacitación y formación de los integrantes de la asociación y sus familias.
- Promover actividades culturales y eventos especiales que hagan más agradable el espacio de la feria orgánica de San José y sus filiales.
- Dotar de equipo e infraestructura necesaria a la Feria para un adecuado funcionamiento en San José y sus filiales.
- Proveer de los productos básicos necesarios a un adecuado precio y con calidad para aglutinar y mantener más consumidores.
- Divulgar los beneficios de la producción orgánica para la salud humana y ambiental.

b) Beneficios de la formación de la Feria El Trueque en Asociación:

Al constituirse en Asociación El Trueque ha generado alianzas con otras asociaciones y organizaciones que promueven la agricultura orgánica en diversas regiones del país. La mayoría

de productores/as orgánicos de la Feria El Trueque también colaboran -vendiendo o ayudando- en otras asociaciones de agricultores orgánicos dependiendo de la región donde vivan. Estas organizaciones que se encuentran representadas en El Trueque por medio de sus participantes son: MAOPAC, APODAR, APROSONOC, AFAORCA y APROCAM.

Un dato relevante sobre la situación jurídica de la Feria, es que entre los años 2008 y 2010 la personería jurídica de APROCO estuvo vencida, como consecuencia de un contexto organizativo difícil y la poca actividad y participación de la Junta Directiva en ese entonces. Sin embargo actualmente, y conscientes de este error, APROCO se encuentra al día en su aval jurídico.

La constitución de la Feria en una figura jurídica, además de proveerles de una estructura y funcionamiento organizacional formal, es ventajosa para sus participantes en lo referente a la certificación de sus fincas. Actualmente una parte de las y los productores de la Feria pertenecen a los grupos de agricultores orgánicos detallados más arriba -según su región-, y por medio de ellos gestionan la certificación de sus fincas. Sin embargo existen productores que no son miembros de dichas agrupaciones, pero que pueden conseguir su certificación por medio de APROCO. Para ello existe un sistema de control interno en la Feria que vigila la certificación pero también ayuda a estos productores con el costo de la misma.

Según datos recopilados por medio de la entrevista a miembros actuales de la Junta Directiva de APROCO, el sistema de control interno de las fincas productoras con el que cuenta la Feria El Trueque implica hacer visitas regulares por parte de técnicos voluntarios y realizar recomendaciones a las cuales se les da seguimiento. Otro beneficio es el apoyo financiero para las certificaciones donde se han dado casos en que APROCO le otorga al productor el 50% del costo de la certificación. Esta práctica no se ha mantenido con regularidad ya que depende de los fondos económicos con los que cuenta la asociación y cuya disponibilidad y monto han variado durante los años.

La certificación orgánica es un proceso complejo y costoso; es por ello que actualmente no todos las y los participantes de la Feria cuentan con ella. Algunos de sus integrantes se encuentran en un proceso de transición de sus fincas y otros no tienen los recursos para realizarla. En las entrevistas a profundidad realizadas, las y los productores manifestaron algunas de sus

preocupaciones con respecto al tema de la certificación dentro de la Feria y la necesidad de que se regule y formalice:

Una de las solicitudes que ha realizado APROCO a sus integrantes para fortalecer la confianza en el consumidor, es visibilizar por medio de un rótulo en sus puestos de venta el estado de certificación de sus productos. Esta regla ha generado un poco de disconformidad con un grupo de integrantes que no poseen dicha certificación orgánica:

Se empezó a decir que tenemos que llevar los certificados de los productos que llevamos, y que lo tengamos ahí a mano, y que la gente que tiene certificación tiene que poner un rótulo con eso, y los que estamos en transición tenemos que ponerlo en transición; los que vienen con productos procesados tienen que venir con el registro del Ministerio de Salud, si no, no los van a poder vender, y más bien lo que hicieron fue joder a todo el mundo... (Productora 1).

Actualmente APROCO no cuenta con un reglamento que normalice la situación de la certificación dentro de la Feria. En distintas Juntas Directivas se han tomado acuerdos sobre este asunto que, aunque obtienen el voto de la mayoría en el momento, luego son difíciles de acatar por ellos mismos. Situación que fue comprobada por medio de las observaciones realizadas en el campus ferial.

Existen diferencias de opiniones sobre este tema en las y los integrantes de la Feria, un grupo de productores que cuentan con dicha certificación les parece correcto que esta se muestre visiblemente en los puestos, mientras que otro grupo de agricultores considera que sería una práctica poco solidaria con aquellas personas que por motivos económicos o de transición de las fincas no cuentan con la certificación.

La capacitación es otro beneficio que el desarrollo organizativo de la Feria ha ofrecido a sus participantes. Se han realizado intercambios de experiencias entre las y los agricultores; además se coordinan visitas entre fincas para conocer diversas técnicas y aprender del conocimiento mutuo. De esta manera se da una transferencia de conocimientos y experiencias que permite obtener una mayor formación y capacidades.

La Feria El Trueque también ha impulsado por medio del vínculo con instituciones educativas - como universidades- que estudiantes del área de agronómicas realicen sus prácticas o trabajos finales en las fincas de algunos de los productores de la Feria, lo que ha permitido un intercambio de conocimientos valioso para ellos.

Sobre estas experiencias, se comenta que:

...parte importante también es no quedarse acá, con lo que hacemos aquí solamente, [sino] transmitir más allá, y eso nos ha permitido conocer amigos de otras partes, de otros lados del país. Si acá nos visita gente de todas partes, de todo el planeta, son visitas marcadas de una vez al año; de la Universidad para la Paz tenemos visitas de estudiantes, que vienen para venir a aprender... (Productora 12).

También algunos productores han participado en capacitaciones realizadas por expertos internacionales y se ha incentivado intercambios en el extranjero en colaboración con diversas organizaciones. De esta manera algunos miembros de la Feria han participado en talleres, conferencias y congresos en países como Brasil, Cuba, Italia, Panamá, México y otros de Centroamérica. Estas experiencias han reforzado el proceso de autogestión, satisfacción y desarrollo de capacidades.

En el caso de un productor de la Feria que es miembro fundador, éstos intercambios le han permitido desarrollar ciertos conocimientos y capacidades esenciales que no se limitan a aprendizajes en agricultura orgánica, sino se amplían a varias temáticas como cooperativismo, relaciones humanas, presentación de proyectos. Al respecto él comenta:

Yo siento que aprendí muchísimo. Empezamos a hacer trabajo más en la comunidad, me fortalecí mucho. Al principio éramos 7 y llegamos a ser 28 miembros trabajando en la finca; también la parte contable, administración, contabilidad básica... Ya hemos venido participando en diferentes eventos, invitaciones a dar capacitaciones. Yo quiero lograr eso, siempre me he visto como un educador de la feria orgánica, formador de agricultores, y quisiera el día de mañana, no sé, fundar una escuela... (Productor 5).

Un beneficio comunitario y social de la actividad de la Feria es la donación de algunos de sus productos a hogares de niños y niñas en situación de vulnerabilidad. Se realizan donaciones todas las semanas de todos los productos perecederos que no se venden los sábados. Estas donaciones se realizan a las y los niños de las Casas Abiertas en las localidades de Tejarcillos de Alajuelita y La Carpio por medio de la Iglesia Luterana Costarricense. Esta contribución es percibida por las y los productores como una muy buena práctica que les gustaría que se sostuviera.

c) Mecanismos de toma de decisiones

Las decisiones dentro de la Feria El Trueque son tomadas por la Junta Directiva y las Asambleas ordinarias y extraordinarias. Las asambleas se convocan a lo largo del año para discutir temas de relevancia para todas y todos.

Por medio de las entrevistas realizadas se identificó que en ocasiones existe un cierto malestar cuando algunas decisiones importantes las ha tomado únicamente la Presidencia sin previa consulta. Es por esto que, con el tiempo, se han mejorado éstos mecanismos y en el presente se realizan asambleas extraordinarias de manera más frecuente.

En las observaciones realizadas en el campus ferial y en las reuniones de APROCO, se encontró que se da poca participación por parte de todas y todos los integrantes. Las iniciativas casi siempre son propuestas por un grupo reducido de personas, promover la participación y el interés de la mayoría siempre es un reto en las reuniones.

d) Cohesión grupal: sentido de pertenencia y motivaciones compartidas

Según una entrevista realizada a la ex Presidenta de la Asociación de la Feria El Trueque, al principio (cuando inició el emprendimiento) eran aproximadamente seis productores y productoras; este número ha ido creciendo. Actualmente participan aproximadamente⁷ veinte familias con distintos productos, los cuales también se han diversificado conforme la Feria crece y se da a conocer.

⁷ El número de productores oscila entre 18 y 22 dependiendo de la temporada del año y los productos que se ofrezcan.

Muchos de estos productores y productoras se han ido convirtiendo de la agricultura convencional a la orgánica; otros han iniciado su experiencia con la producción orgánica. Según comenta CEDECO (2003), las y los productores de la Feria son personas que no solo quieren comercializar sus productos, sino que también tienen muy presente el objetivo social y ambiental de su trabajo, y es esto lo que los impulsa a seguir siendo parte de la misma.

Cuando se habla de organización y sostenibilidad dentro de una iniciativa económica y social es indispensable analizar la cohesión grupal de sus participantes ya que mucho de su éxito recae en los valores de solidaridad, sentido de pertenencia y compañerismo que se generan en las dinámicas internas de una organización.

Algunos de los productores que se han ido incorporando recientemente a la Feria comentan que la cohesión grupal es uno de los aspectos que más les interesó de la iniciativa: "... Después yo empecé a conocer a la gente, a la dinámica de la feria, entonces me gustó más, porque en la Feria había mucha convivencia, confraternidad, convivencia, se compartía mucho, se ayudaba uno al otro, entonces decidí participar..." (Productor 2).

El convencimiento por la agricultura orgánica es un motivo que comparten los productores y que fortalece la unidad de grupo. Uno de ellos manifiesta lo siguiente: "... yo siento que para mí una de las motivaciones más grandes es que tenemos la misma manera de pensar. Los que producimos porque hay como una conexión, todos vamos por lo mismo, entonces esa es mi motivación más grande..." (Productor 6).

La Feria El Trueque fue la primera feria de productos orgánicos en el país. En el transcurso de los años ha colaborado con el desarrollo de otros puntos de venta dentro del territorio nacional. La Presidenta de la Feria comenta que actualmente los puntos de venta orgánicos en las ferias de Turrialba, Guápiles, San Ramón y Upala son de alguna manera apadrinamientos de la Feria El Trueque.

El sentido de pertenencia que tengan las y los integrantes hacia el proyecto colectivo que representa la Feria El Trueque es un eje primordial para evaluar la cohesión y los vínculos que se generan. Algunos de sus integrantes, como ya hemos visto, se expresan sobre la Feria como "una gran familia"; otros hablan de "una comunidad".

Un punto en común que tienen las y los participantes de la Feria es su convencimiento con la agricultura orgánica y los beneficios que esta tiene para el consumidor. A continuación se presentan las ventajas y desventajas que para las y los productores de El Trueque conlleva producir orgánicamente.

CUADRO N°12

Ventajas y desventajas de producir orgánicamente, según los productores de la Feria El Trueque. Año 2011.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Comercializar productos que no hacen daño a la salud. • Preservación del medio ambiente. • Colocar productos de pequeños productores orgánicos que no pueden ir a la Feria. • Satisfacción de saber que no se está envenenando con químicos dañinos. • Mejores precios de los productos. • Se puede comercializar en ferias especiales. • Poder heredar a los hijos buenas prácticas agrícolas. • Ofrecer un excelente producto a los clientes. • Se deja de contaminar y destruir: “somos parte de la tierra y si esta está enferma nos vamos a enfermar.” • Utilizar los medios naturales como el agua de lluvia. • No gastar recursos y dinero en agroquímicos. • Promover la biodiversidad y una filosofía de vida. • La cercanía con el cliente, relación de amistad y confianza y el compañerismo. • Se produce más a menor costo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios más altos por lo que no se vende tanto; no son accesibles para personas con limitaciones económicas. • Mercado reducido. • Competencia desleal • Falta de información. • La poca clientela que se tiene, la gente sigue prefiriendo los químicos porque son más baratos. • Los que producen orgánico muchas veces se aprovechan y suben los precios. • Poco apoyo por parte del gobierno. • Es un poco más difícil la lucha contra plagas, se debe de ser creativos con nuevas estrategias. • Menos producción y el clima influye mucho. • Transporte del producto. • El mercado es muy cerrado. • Convencer a las personas: a las familias de agricultores convencionales y a los consumidores. • Si se ha sembrado con químicos la transición es dura. • El costo elevado de la certificación. • Al ser un proceso de aprendizaje de prueba y error es más lento el proceso de producción.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Se puede observar el convencimiento por la labor que realizan en tanto que promueven un estilo de vida más sano para ellos mismos, para sus familias y para las y los consumidores. La contribución al medio ambiente y las ganancias de la actividad productiva son dos de las ventajas más citadas.

En cuanto a desventajas, las que más se mencionan son el poco apoyo por parte del Gobierno para promocionar y fortalecer el sector orgánico; el hecho de que el proceso de producción suele ser más vulnerable y lento que el convencional; y la dificultad para convencer y sensibilizar sobre la agricultura orgánica a los y las consumidores.

Compartir estas creencias y sentirse parte de un grupo que tiene valores y dificultades compartidos, es uno de los hallazgos encontrados tanto en las entrevistas a profundidad que se realizaron como en la encuesta realizada a las y los integrantes de la Feria.

En la siguiente figura se muestran frases textuales de algunos productores de la Feria, donde se evidencia el compromiso y significado que El Trueque tiene para ellos.

FIGURA N°4

Significados de la Feria El Trueque, según sus participantes.

“Yo digo que si a mí me quitan la Feria seguro me muero rápido; entonces mientras esté alentado, Dios me tenga alentado, ahí sigo hasta que Dios quiera.” (Productor 7).

“... Eso es algo extraño, cuando yo llegué yo me sentí extraño, sinceramente, y poco a poco me fui ganando el cariño y la confianza de las personas que aquí estaban y de nosotros. Como en términos de seis meses ya éramos los tesoreros de la Feria...” (Productor 8).

“Esta feria es como una familia donde todos nos conocemos; más [que] ser un compra y venta hay como una relación más estrecha con la gente. Yo he visitado un montón de ferias en mi vida desde niño, y nunca había conocido una feria como ésta, donde yo me siento en casa sinceramente.” (Productor 6).

e) Rupturas internas: la Feria de Aranjuez

Por medio de las entrevistas y las encuestas realizadas a las y los productores de la Feria, se puede decir que existe una percepción de El Trueque como un proyecto colectivo, con un grupo de personas consolidado, que a través de los años han formado relaciones de amistad y compañerismo.

Sin embargo, como toda dinámica social, no está exenta de conflictos internos, según las entrevistas realizadas, en la Feria El Trueque se han dado algunos problemas con participantes que no asisten a las reuniones de APROCO, ni se interesan por la toma de decisiones dentro de la Feria. Estos casos han sido muy poco frecuentes; sin embargo, según las entrevistas y las encuestas realizadas, se identifican como un reto organizacional.

En el año 2009 surgió una ruptura organizacional en APROCO ocasionada por un grupo de consumidores y productores disconformes con el desarrollo y administración de la Feria. Este grupo se retiró y formó una nueva organización; posteriormente participaron en la construcción de un campo ferial de productos naturales y orgánicos llamado Feria Verde de Aranjuez.

Esta coyuntura es percibida por las y los productores como un momento organizacional crítico que generó muchos roces internos y enfrentamientos. A pesar de esto la Feria El Trueque no se desintegró y se sostuvo. Debido a la creación de una segunda feria orgánica en San José -la de Aranjuez-, las y los productores de El Trueque tuvieron que tomar decisiones respecto a sus posibilidades de producción y de participación en aquel otro campo ferial. Actualmente existen opiniones diversas -y a veces encontradas- a lo interno de El Trueque sobre la existencia de la Feria Verde.

Por medio de las entrevistas realizadas y el sondeo de opinión de todas las personas participantes de la Feria, se identificó tres posiciones con respecto a la conformación de la Feria de Aranjuez:

a) Un grupo que afirma que el surgimiento de esta Feria es un acontecimiento positivo para la agricultura orgánica, pero no participa en este espacio.

b) Un grupo que está de acuerdo con la apertura de este espacio y abrieron un nuevo puesto ferial en Aranjuez lo que les ha permitido aumentar la producción aunque también les ha ocasionado

mayores costos de producción y de transporte. Este grupo está compuesto por 7 productores, actualmente envían a sus hijos e hijas como responsables -o a algún otro familiar o conocido- para poder ellos/as atender su puesto en la Feria El Trueque.

c) Un grupo de productores que está insatisfecho de cómo se dio el proceso y considera que la apertura de la Feria de Aranjuez tuvo un impacto negativo en El Trueque bajando el número de ventas y de consumidores que habitualmente tenían.

De esta manera y a partir de esta *crisis* -como ellos le llaman- algunos productores se trasladaron a la Feria Verde de Aranjuez; otro grupo lo que hizo fue extender su producción y seguir con el puesto dentro de la Feria El Trueque y por medio de la colaboración de un familiar instalaron otro puesto. Un tercer grupo de participantes se quedó con su puesto en El Trueque y no tienen interés de participar en el otro espacio.

Sin embargo la percepción que se tiene de este acontecimiento por parte de la mayoría es negativa, y algunos aseguran que a partir de la apertura de esta otra feria la cantidad de consumidores bajó, aunque las y los consumidores más fieles se quedaron con El Trueque. Al respecto un productor realiza el siguiente comentario “la Feria yo creo que ha bajado porque el consumidor también ha visto que hay una suerte de desintegración de la familia que es APROCO...” (Productor 9).

La coyuntura de la Feria Verde generó disconformidades dentro de la organización de El Trueque y las relaciones entre las y los productores; sin embargo actualmente se han adaptado a este nuevo contexto de comercialización.

f) Relaciones entre productores y consumidores

Para hablar de las y los consumidores de la Feria El Trueque debemos señalar que la Feria fue establecida para dirigirse a un público selecto, que es consciente de las ventajas de la agricultura orgánica como medio alternativo de desarrollo sostenible con el medio ambiente. (CEDECO, 2003, p.41).

Según CEDECO estos consumidores tienen actitudes muy particulares hacia la Feria; en su argumentación aflora un fuerte sentimiento de solidaridad y de compromiso. Citan textualmente la siguiente afirmación de un consumidor: “Yo pasé del estado de entender que no había de todo

-con un poco de dolor- hasta que me di cuenta que no es posible tenerlo todo. Cuando tuvimos clara conciencia de que la falta de algún producto no es algo egoísta, sino que es una cuestión de convergencia de esfuerzos, nos decidimos a disfrutar el espacio.” (Cabal, 2002 en CEDECO, 2003, pp.27-28).

Existe una diferencia sustancial entre las relaciones comerciales de una feria orgánica con ferias convencionales. En la feria orgánica el productor y el consumidor se encuentran directamente y este elemento hace una diferencia con respecto a la actividad mercantil de productos orgánicos en supermercados. Un productor hace referencia a esta dinámica:

El espíritu fundamental, y por lo que nació [la Feria], era lograr una ventana de comunicación directa entre consumidores y productores para una ganancia compartida entre uno y otro. El productor elimina la intermediación y puede tener un mejor precio y el consumidor elimina las manos de la intermediación y puede tener un producto más fresco, más sano. (Productora 10)

Para CEDECO (2003) una de las particularidades de la relación entre consumidor y productor que se da en la Feria es la de la complicidad, que hace a ambos de sentirse parte del mismo esfuerzo de promover un consumo distinto, más saludable con el ambiente y las personas. Al respecto comentan:

El o la productora no es, entonces, un mero proveedor anónimo y menos aún un campesino desconocido, sino una especie de socio en un proyecto común, con capacidad y palabra propia, con acciones que admiran y que apoyan. Los y las productoras sienten que su trabajo es útil y necesario y que son reconocidos(as) y apreciados(as) por eso. Los y las productoras orgánicas, no aplican recetas ajenas, sino [que] desarrollan un tipo de producción a partir de su propia iniciativa, son dueños de su proceso. (CEDECO, 2003, p.39).

Periódicamente en la Feria se realizaban giras de consumidores (as) a las huertas orgánicas, donde se promueve una certificación de confianza y participativa, ya que las y los consumidores conocen la forma en que se producen los alimentos que semana a semana consumen.

De las observaciones realizadas en las fincas y el campus ferial así como de las entrevistas con agricultores, se puede decir que esta práctica ya no se realiza con frecuencia, la falta de organización es el aspecto que más ha incidido para que disminuyera la práctica de la certificación participativa.

La relación que se construye entre productores y consumidores es un pilar fundamental para el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque. Según la encuesta realizada a 90 consumidores orgánicos, esta relación presenta fundamentalmente tres características-que fueron las más citadas-: la solidaridad, la confianza y la amistad.

Para la presente evaluación se consultó tanto a las y los productores como a los y las consumidores de la Feria sobre la relación entre ellos; en el siguiente cuadro se exponen frases textuales tomadas de las preguntas abiertas de las encuestas realizadas a ambas poblaciones:

CUADRO N°13

Caracterización de la relación entre productores y consumidores de la Feria El Trueque.

Percepción de Productores(as)	Percepción de Consumidores(as)
<p><i>La relación humana es muy buena, compenetración de ambos, solidaridad.</i></p> <p><i>Amistad, solidaridad, integración social.</i></p> <p><i>Solidaridad, confianza, tejido social.</i></p> <p><i>Muy buena, mucha comunicación, se hace mucha amistad.</i></p> <p><i>Muy buen acercamiento con el consumidor, hemos ido conociendo a la gente y nos hemos adaptado a pesar de la cultura diferente de las personas que vienen acá.</i></p> <p><i>Confianza en los consumidores por la calidad del producto, amistad, respeto.</i></p> <p><i>Cordialidad, satisfacción, amistad.</i></p> <p><i>La gente es muy noble y educada, nunca ha recibido una queja de nadie, comunicación, honestidad, confianza, lealtad, respeto.</i></p> <p><i>Comunicación, familiaridad, confianza</i></p>	<p><i>Se da un ambiente familiar de armonía.</i></p> <p><i>Una relación muy buena, se puede conversar, de confianza y muy cercana.</i></p> <p><i>Los productores son amigos, se da un comercio justo, se reconoce el esfuerzo, es una relación muy distinta a otros comercios y ferias.</i></p> <p><i>Los agricultores son muy amables, atentos, abiertos a dudas y consultas, se toman el tiempo con el consumidor.</i></p> <p><i>La relación que se da es excelente, a pesar de que venden siguen siendo agricultores no comerciantes, ellos mantienen los precios, ellos mantienen el espíritu.</i></p> <p><i>Más que venir a comprar es una actividad social.</i></p>

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Como se visualiza en la tabla anterior, la relación que se da en la Feria El Trueque está caracterizada por una relación social que va más allá de una transacción económica. Se trata más bien de un intercambio donde se generan vínculos afectivos, solidarios y de amistad que a largo plazo generan sostenibilidad dentro de la lógica de la agricultura orgánica y en donde el consumidor paga un precio más alto por un producto orgánico en el que confía.

Un productor describe este proceso de generación de tejido social de la siguiente manera:

... el consumidor tienen un rostro, tienen una familia, tiene un nombre, tienen un sentimiento, una conciencia, eso es lo que se da en la feria, un encuentro familiar todas las semanas, inclusive a veces le cuentan a uno cosas íntimas de la familia: que la esposa tiene cáncer, etc., todas esas cosas que no se dan en otro mercado. (Productor 5).

La familiaridad entre las y los productores y el interés del consumidor por los procesos orgánicos y las familias que le dan un rostro a sus productos, son dos aspectos que resaltan en la interacción social de la Feria El Trueque. Comparando su experiencia en una feria convencional con respecto a la Feria El Trueque una productora expresa lo siguiente: “... de ahí salía afónica prácticamente; es muy diferente que acá, allá a ellos no les importa cómo se llama usted ni al compañero que está a la par, puede pasar un año y usted no sabe ni quién es ese...”. (Productora 1).

Con respecto a los vínculos de solidaridad con la producción orgánica, un productor comenta la importancia de haber integrado a los consumidores como parte de la Asociación APROCO. Dice “para nosotros ellos hacen el 50% de trabajo de promoción, de constancia, de compromiso... Sí hay un nivel alto de conciencia, sobre todo de compromiso y solidaridad, hay gente que nos ha seguido durante los 12 años.” (Productor 5).

La Feria es para sus consumidores no solo un espacio comercial para obtener sus productos orgánicos sino también un espacio social, en donde interactúan entre ellos y comparten alimentos y recreación con su familia. A estos procesos se les ha llamado tradicionalmente en la feria como espacios de “tertulia”. Respecto a esto un productor comenta:

...llegan a hacer tertulia profesionales, profesores universitarios, médicos, ingenieros y así... hay mucha gente profesional, y gente de otros países: brasileños, colombianos, venezolanos. Hay una especie de intercambio cultural y hay grupitos que se unen para hacer la tertulia, participan del desayuno, de las comidas, a veces compran la fruta y dicen que les preparen tal cosa”. (Productor 2)

g) Aspectos por mejorar

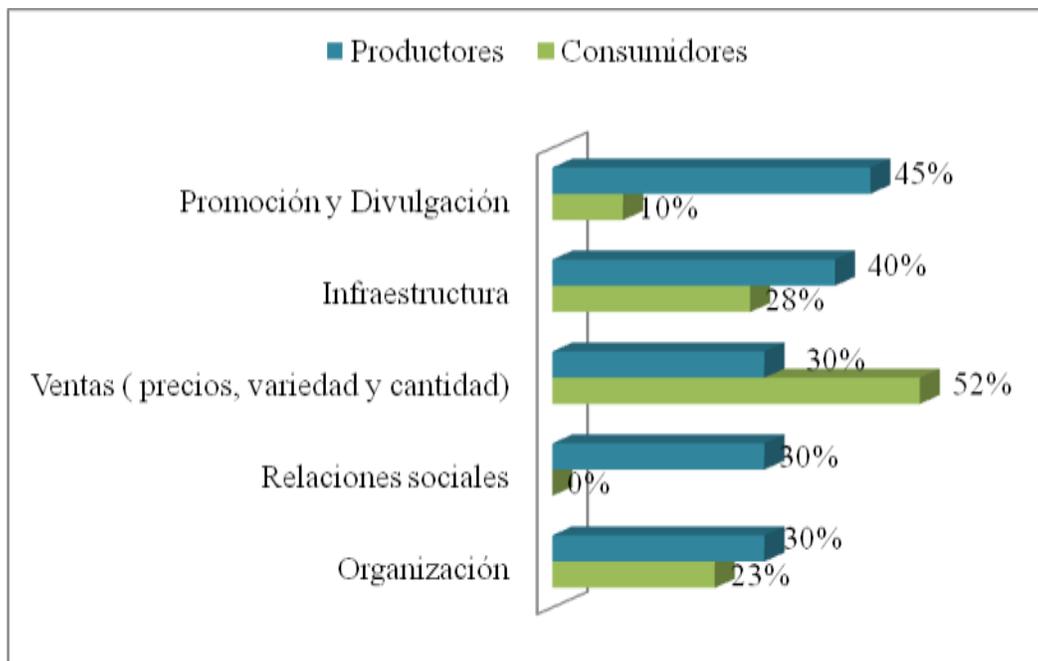
Con base en la información recopilada por medio la encuesta a las y los productores así como la encuesta a las y los consumidores de la Feria El Trueque sobre los aspectos a mejorar, se observa que existe una similitud en varios aspectos que ambos grupos identifican como mejorables. Estos se agrupan de la siguiente manera:

- Fortalecer la organización de la Feria.
- Mejorar los procesos de promoción y divulgación de la Feria.
- Mejorar las ventas: oferta de productos, precios y variedad.
- Mejorar la infraestructura de la Feria El Trueque.
- Promover la sinceridad y las buenas relaciones.

En el siguiente gráfico se exponen con más detalle los aspectos por mejorar que señalaron ambas poblaciones consultadas, agrupados en las categorías más frecuentes.

GRÁFICO N°1

Aspectos por Mejorar de la Feria El Trueque, según Productores y Consumidores. Año 2011



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Para las y los productores de la Feria el aspecto más citado -por el 45% de ellos(as)- es el de mejorar la promoción y divulgación de la Feria El Trueque para aumentar el número de consumidores y de esta manera mejorar las ventas. El siguiente aspecto más citado fue mejorar según los productores fue la infraestructura: toldos, tarimas, espacio, y en el futuro conseguir un terreno propio. La mejora de las ventas, de las relaciones sociales -como la honestidad y la confianza- así como fortalecer la organización, fueron aspectos citados por el 30% de los productores.

En cambio, para las y los consumidores se puede visualizar que el aspecto más citado tiene que ver con las ventas, especialmente la variedad y cantidad de productos así como el precio, el cual es considerado como elevado por un grupo de consumidores. En segundo lugar también aparece -coincidiendo con los(as) productores(as)- la infraestructura, seguido por la organización y con ella la apertura a nuevos productores, la ampliación del horario y la oferta de actividades. Por último las y los consumidores mencionaron mejorar la promoción y divulgación de la Feria. Con respecto a las relaciones sociales no identificaron nada que deba mejorarse, lo que pone en relieve la muy buena percepción que tienen los consumidores de las relaciones que se dan entre

ellos y los mismos productores. En el siguiente cuadro se resumen los aspectos identificados por ambas poblaciones para cada categoría.

CUADRO N°14

Aspectos por Mejorar de la Feria El Trueque, según sus productores y consumidores.

Año 2011.

	Percepción de Productores	Percepción de Consumidores
Infraestructura	Mejora de toldos. Mejora de tarimas. Iluminación y rotulación. Conseguir un terreno propio.	Mejorar toldos. Lodo en época de lluvia. Parqueo peligroso para niños y niñas.
Planificación Organizacional	Mejorar relaciones con la Feria Verde de Aranjuez. Contratar un administrador. Hacer un plan anual de trabajo. Prolongar la Feria después de las 9am. Mejorar el tema de la competitividad entre las y los productores.	Más apoyo gubernamental. Ampliar horario de la Feria. Precios visibles en los puestos. Realizar actividades culturales y artísticas en el campus ferial. Apertura a nuevos productores.
Promoción y Divulgación	Mayor promoción y divulgación de la Feria. Atraer a más consumidores por medio de la publicidad de la Feria. Divulgación en televisión, periódicos y revistas como <i>Perfil</i> .	Mayor promoción y divulgación de la Feria. Promover información a los consumidores sobre los beneficios de la agricultura orgánica y otros temas relacionados.
Relaciones Sociales	Lealtad de los productores. Ser honestos con los consumidores, en precio, calidad y trato. Sinceridad entre productores. Aumentar la confianza de los consumidores en cuanto a la certificación orgánica del producto.	No se encontraron comentarios.
Ventas	Aumentar las ventas puesto que sobra producto. Aumentar la cantidad de clientes nuevos.	Mayor oferta de productos, cantidad y variedad. Bajar los precios. Analizar el problema de que los productos se acaban temprano.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Otras actividades que se sugieren se pueden realizar dentro de la Feria son: actividades culturales, conferencias sobre hábitos sanos de alimentación, promoción de APROCO e información sobre cómo se puede formar parte de esta asociación, más divulgación de los beneficios de los alimentos orgánicos, información sobre las consecuencias negativas de los agroquímicos y sobre la certificación participativa.

2. La Feria El Trueque como empresa

a) Gestión de APROCO

En cuanto a la administración y gestión de la Asociación las y los participantes consideran que aunque ha sido buena y ha logrado sostener la Feria en los últimos años, todavía hay aspectos que se pueden mejorar y también retos organizacionales que superar.

Un aspecto para analizar en la gestión de APROCO es el contexto geográfico donde viven las y los productores de la Feria. Sus fincas se encuentran en zonas diversas y muchas veces alejadas de San José, por lo que la comunicación se complejiza ya que únicamente los días sábados se reúnen para la venta de productos en el campo ferial. La Junta Directiva aprovecha este día para realizar sus reuniones, discutir temas importantes, celebrar Asambleas, capacitaciones o talleres. La gran mayoría de participantes de la Feria deben desplazarse desde sus fincas hasta Paso Ancho en horas de la madrugada, y los puestos deben estar listos a las 5 a.m. Es por esto que es muy frecuente observar a las y los productores cansados cuando la Feria se cierra aproximadamente a las 11 a.m., y es luego de esta hora que generalmente se realizan las asambleas u otras actividades programadas, con peso considerable de fatiga encima que les afecta en algunas ocasiones la voluntad de participar en las discusiones, tomar decisiones y asumir responsabilidades.

Al respecto una productora de la Feria dice lo siguiente:

Es una comunidad de cada ocho días, no local, que está dispersa. A las 4 a.m. usted ve que es una comunidad, pero es una comunidad que se monta y se desmonta cada 8 días Si usted habla con Patricia, o los otros en Acosta, o en Orotina, todos hablan de la Feria y replican cosas, pero no tenemos un territorio... (Productora 11).

Al verse únicamente un día a la semana en dichas condiciones, la gestión de APROCO se complejiza y la participación no siempre es tan activa en las diversas tareas de gestión que APROCO organiza.

En la actualidad las y los miembros de las Juntas Directivas de la Asociación también participan como productores de la Feria, por lo que sus labores de producción siempre son prioritarias con respecto a sus responsabilidades de administración.

b) Fortalezas y debilidades de la gestión de APROCO

En el siguiente cuadro se resumen las principales fortalezas y debilidades de la gestión de APROCO percibidas por las y los participantes de la Feria, las cuales se recopilaron por medio de las entrevistas a miembros y ex miembros de varias Juntas Directivas y al sondeo realizado a todos los participantes en general.

CUADRO N°15

Fortalezas y Debilidades en la Gestión de APROCO según Productores de la Feria El Trueque. Año 2011.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad de parte de la tesorería de cobrar las cuotas de forma permanente. Siempre se ha pagado puntualmente. • La administración ha sido buena, algunas cosas se han ido trabajando lentamente pero se han logrado, uno de los mayores logros es que el grupo sigue unido y creyendo que sí se pueden seguir adelante. • Se cuentan con más reglas, más normas, desde el principio siempre ha sido buena la organización y somos las mismas personas antes y después de APROCO. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de diálogo y muchas veces de compañerismo, otra debilidad es el punto de ubicación de la Feria que no es estratégico. • El pago del alquiler ya que no se ha podido gestionar un lote propio. • El dilema de que antes de las 10 a.m. no se puede hacer una reunión porque todos estamos ocupados vendiendo. • Falta de divulgación y propaganda. • En muchos casos los productos no se venden en su totalidad: <i>Siempre cubrir la demanda de necesidad de productos que hay en la Feria es un reto, no hemos podido terminar de consolidar la producción a nivel grupal, no estamos cubriendo toda la necesidad.</i>

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • El hecho de que se haya mantenido el puesto ferial durante los años, es un resultado de que sí se ha ido logrando, de que se logra conseguir un crecimiento en las fincas, que haya producción, que puedan comercializarlo, de una forma adecuada para que tengan un ingreso que les permita mantener su familia, crecer. • Se han capacitado a través de la Asociación. • Se ha logrado consolidar la Feria con un nombre, un espacio ferial, con reconocimiento internacional. • El espacio de la Feria como un lugar de aprendizaje. • <i>La fortaleza de la Feria somos los productores y también los consumidores que nos respaldan.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tener más accesibles la información y documentación sobre la administración de la Feria. Realizar reuniones más seguidas para mejorar la comunicación. • No se cuenta con una persona administradora. • Poca clientela, por lo que el producto no se vende y eso produce insatisfacción sobre todo para los nuevos productores que se terminan yendo porque no le es rentable. • Abrir el espacio a nuevos productores.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

La gestión de APROCO desde la salida de CEDECO ha ido mejorando, y constantemente se realizan acciones para formalizar y tener un mayor control y mejor administración de los asuntos de la Feria. Su sostenibilidad por más de doce años es la fortaleza que más señalan sus participantes.

Entre las preocupaciones más citadas por las y los productores se encuentran la dificultad de no poder estimar la demanda y la oferta de productos, de ahí que es frecuente que no se vendan todos los productos que se ofertan en la Feria y que a la vez para ciertos productos no se cubra con la cantidad que demandan las y los consumidores. Para muchos productores en este momento la Feria podría atender a una mayor cantidad de consumidores, sin embargo, al no contar con un control en la producción temen no lograr cubrir la demanda si en poco tiempo la Feria atrae a un mayor número de consumidores.

Otra debilidad que es percibida por sus participantes es la falta de un terreno propio para el campo ferial. En los 12 años que la Feria ha existido ha tenido que trasladarse de ubicación en varias ocasiones; al día de hoy tienen seis años de alquilar el local en Paso Ancho. Se considera que la falta de este terreno afecta la motivación y la gestión de las y los productores, ya que no tienen la independencia para tomar ciertas decisiones, formar un centro de acopio, contar con cierta estructura que facilitaría la venta e interacción dentro de la Feria, y otros inconvenientes.

A partir del 2011 y conversando sobre los retos organizacionales que tienen se ha discutido en las Asambleas la necesidad de contratar a una persona que se encargue de la parte administrativa. En el mes de setiembre se nombró a un integrante de la Feria para ejercer dicho papel, sin embargo, por razones personales, se tuvo que retirar y el cargo lo asumió otro integrante de la Feria mientras finalizaba el periodo.

Las funciones que ejerció la persona en el cargo administrativo, según su propio Informe de Labores, se enfocaron en velar por el orden y buen funcionamiento de la Feria; la atención permanente a la consulta y demanda de los productores y consumidores; el apoyo en la promoción, organización y ejecución de actividades culturales y formativas; y la coordinación de una comisión para elaborar un Plan Estratégico así como también el intento de ejecutar una lista de control de ventas en la Feria.

La necesidad de un administrador fue un aspecto que se constató en las entrevistas y encuestas realizadas; sin embargo actualmente no se ha contratado formalmente a ninguna persona y se encuentran en discusión aspectos como la retribución económica, el perfil del administrador y sus responsabilidades.

c) Los retos de la autogestión: la sostenibilidad económica de la Feria El Trueque

A través de los años de existencia de la Feria la organización así como la obtención de recursos ha variado significativamente como se detalló en la interrogante sobre el desarrollo organizativo. En sus inicios, CEDECO apoyaba a la Feria con sus gastos, colaboraba con aproximadamente del 50 al 100% de los gastos de traslado de los productos, pero como se señaló poco a poco esta organización se fue retirando ya que los mismos productores(as) fueron gestionando esos gastos. (CEDECO, 2003).

Para una productora integrante de la Junta Directiva, el costo de alquiler de los locales donde ha estado situada la Feria ha sido un punto importante para la toma de decisiones, y fue en su momento uno de los motivos principales para que se trasladaran a Paso Ancho. Actualmente el local donde se encuentran se alquila en 165 mil colones mensuales. Cada puesto debe de pagar una cuota semanal de 5 mil colones aproximadamente, ya que dependiendo del puesto esta cuota varía, considerando la cantidad de productos que se ofertan.

La Junta Directiva está analizando la posibilidad de subir un poco las cuotas con el objetivo de disponer de fondos para el mejoramiento de la infraestructura como las tarimas, contratar a una administración, la promoción y publicidad de la feria así como actividades de índole social.

Existen dos retos principales, señalados por las y los participantes, tanto en las entrevistas como en las encuestas realizadas, de la Feria sobre la sostenibilidad del proyecto desde que se retiraron las organizaciones que lo acompañaban:

1. La falta de ayuda por parte del gobierno, ya sea para promocionar, fortalecer y consolidar el sector orgánico del país, y específicamente no han recibido apoyo para el desarrollo de la Feria.
2. La competencia generada por productos que se colocan en cadenas de supermercados es otro reto identificado por las y los agricultores.

d) Participación de las y los consumidores en APROCO

APROCO -tal y como lo indica su nombre al ser una Asociación de productores y consumidores de Costa Rica - permite que tanto productores como consumidores de la Feria sean asociados y participen activamente en su gestión. Sin embargo según la encuesta realizada a las y los consumidores así como información proporcionada por miembros y ex miembros de la Junta Directiva, la participación de los consumidores dentro de la asociación es muy pasiva.

En la encuesta realizada a las y los consumidores de la Feria, se les consultó sobre su conocimiento de APROCO. La mayoría de las y los consumidores consultados sabían de la existencia de APROCO (62%); aunque de ellos únicamente un 32% conocía que podía formar parte de esta asociación, de este grupo de personas solamente tres pertenecían en calidad de consumidores a dicha asociación. El 68% de las personas consultadas desconocían esta posibilidad.

El 62% de las personas que sabían de APROCO dijeron conocerla puesto que en algún momento algún productor les comentó que la Feria El Trueque se encontraba organizada en una asociación. Un 38% de los consultados no conocían la existencia de APROCO.

En las observaciones realizadas durante algunas Asambleas de APROCO resaltaba la ausencia de consumidores; únicamente se encontraban presentes productores y productoras de la Feria.

e) Procesos administrativos y financieros

Como una organización de naturaleza social que responde a una dinámica distinta a la acumulación de capital, APROCO ha tenido algunas dificultades para aplicar principios y técnicas de la administración tradicional de una empresa. Como asociación, su objetivo no es capitalizar sus ingresos, por lo que siempre tiene un flujo de ingresos bajo. Actualmente lo que solicitan a sus participantes mensualmente es la cuota para pagar el alquiler del campo ferial, por lo que no poseen un capital acumulado.

Desde que se organizaron como una asociación autogestionaria han tenido dificultades para conseguir crédito o posibles vías de financiamiento con otras organizaciones e instituciones.

En algunos casos se han recolectado cuotas especiales entre todos, y con la ayuda de otras organizaciones se ha podido apoyar a compañeros que han viajado al exterior a talleres, encuentros o conversatorios sobre agricultura orgánica.

Las técnicas de contabilidad y administración que se utilizan en APROCO son muy básicas. En años pasados la recolección de datos financieros ha sido muy inestable; sobre esto un ex miembro de la Junta Directiva comentaba que “falta mucho por mejorar. A pesar de que hay fiscalización no está completa, en cuanto a [los registros del] ingreso los informes no están todavía bien presentados como debería de ser; a veces hay dudas [sobre los datos que se presentan]. (Productor 7).

La Junta Directiva actual ha querido reactivar el control de los precios y de la oferta de productos, sin embargo, no se ha podido concretar. Actualmente no cuentan con información sobre los ingresos de cada puesto, los productos que se ofrecen y los precios. Al igual que el control de precios tampoco se entregaban con regularidad los informes de tesorería. Para contrarrestar estas faltas la Junta Directiva contrató en el 2010 un auxiliar de contabilidad.

A pesar de esto se están realizando esfuerzos para fortalecer la recopilación de información dentro de la Feria. Otros procesos formales en donde no existe un consenso actualmente es sobre los requerimientos para que un nuevo participante se integre a la Feria. Algunas de las personas entrevistadas consideran que no deben de ser tan estrictos para facilitar la apertura y de esta manera ofrecerle al consumidor una variedad de productos; pero existe otro grupo de personas que opinan que la Feria debería de aceptar las solicitudes únicamente de agricultores certificados orgánicamente.

Es importante señalar que actualmente dentro de la Feria existen puestos de productos que se encuentran en transición (tiempo que toma los suelos para recuperarse de agroquímicos y poder ser usador en agricultura orgánica) y también puestos de productos como artesanías y mercaderías de productos naturales.

f) La competencia interna

Un reto interno que la administración de la Feria debe de resolver es el tema de la competencia interna entre las y los productores. En las entrevistas y las encuestas realizadas se ha encontrado que existe gran disconformidad y criterios encontrados acerca de este tema.

En los primeros años de la Feria los productores-fundadores tenían el acuerdo de no hacer competencia entre ellos; es decir, si un productor cultivaba hortalizas, solo él tenía permiso de llevar este producto, lo mismo con quesos, cítricos, etc. Sin embargo, conforme la Feria fue creciendo y su demanda también, las y los productores tomaron la iniciativa de diversificar su oferta y permitieron el ingreso a la Feria de otros productores orgánicos que vendían los mismos productos.

Según un grupo de productores que estuvo en dicho proceso hubo tres razones fundamentales para realizar la apertura:

1. La agricultura orgánica es una práctica integrada, no se puede exigir a un productor que cultive un producto; eso está en contra de su misma naturaleza, que promueve la diversidad de cultivos.
2. Hay zonas donde se produce mejor ciertos cultivos que en otras.

3. El derecho del consumidor de elegir, ya que no siempre se tiene la misma empatía con algún productor que con otro.

Es así como se fue generando la competencia interna entre ellos. Actualmente no existe ninguna regulación formal al respecto, lo que origina descontento y preocupación por parte de algunos productores

Sin embargo, se encontró que un grupo de integrantes de la Feria están de acuerdo en que haya competencia, ya que esto genera mayor diversidad y le permite al consumidor escoger el producto que más le favorezca. Se enfatiza la necesidad de tener una regulación de precios y un control de los permisos de productos certificados.

Se supone que debe de haber competencia para que el cliente tenga donde escoger; entonces no es mala la competencia en una feria, no es mala... Pero digamos, tienen que ser dos productores de los cuales estén inscritos, que vos sabes que ese productor va a traer, digamos, queso de vaca, pero con los mismos parámetros y las mismas sugerencias que se le pidieron a otros , con todas las de ley.(Productora 10).

El tema de la competencia interna es una problemática aun sin resolver.

g) Sobre el Mercadeo y Ventas de la Feria El Trueque

Actualmente El Trueque no cuenta con ningún registro formalmente establecido para conocer la oferta y la demanda de sus productos; tampoco cuenta con ningún método sistemático de recolección del nivel de ventas que se dan en la Feria todos los sábados.

El control de precios que se lleva en la Feria es muy incipiente, y la dinámica que existe es un acuerdo colectivo verbal y a veces tácito sobre el precio que se va a ofrecer sobre tal o cual producto. Aunque los precios varían de un puesto a otro esta variación siempre es por un monto pequeño.

En el siguiente cuadro se muestran las ventas anuales, el número de consumidores y compra promedio por consumidor para el año 2002.Único dato que se logró recopilar sobre las ventas de la Feria.

CUADRO N° 16**Ventas mensuales, número de consumidores y compra promedio por consumidor.****Un trimestre de 2002.**

Mes	Venta Total (en colones)	Aumento de Venta (en colones) (en relación al mes anterior)	Número Promedio de Consumidores	Compra Promedio por Consumidor (en colones)
Marzo	1.866.173		267	7,000
Abril	1.971.155	104.982	282	7,000
Mayo	2.672.540	701.385	382	7,000

Fuente: CEDECO, 2003.

La información se encuentra desactualizada y es necesario que se le dé un seguimiento y control a las decisiones que se tomen para la recopilación de dicha información.

h) Perfil del consumidor de la Feria El Trueque

Para enriquecer la evaluación del desarrollo organizativo de la Feria se buscó triangular la percepción de las y los productores con la percepción de las y los consumidores. Uno de los aportes de realizar esta encuesta fue la recolección de información sobre el perfil del consumidor orgánico:

CUADRO N°17
Perfil del consumidor orgánico de la Feria El Trueque. Año 2011.

- **Nacionalidad:** El 81% de las y los consumidores de la Feria son costarricenses, mientras que el 19% de las personas encuestadas son extranjeras.
- **Nivel Educativo:** El 80% de las y los consumidores tienen un nivel educativo universitario o estudios de posgrado, un 16% tiene nivel de secundaria (colegio), mientras que un 4% de primaria (escuela).
- **Edad:** El porcentaje más significativo de las y los consumidores de El Trueque se encuentran entre los 51 y los 60 años de edad. En el siguiente cuadro se presenta con detalle la distribución de las edades de las y los consumidores:

Edades	Porcentajes
De 20 a 30 años	12%
De 31 a 40 años	16%
De 41 a 50 años	17%
De 51 a 60 años	37%
Más de 60 años	16%

- **Familia:** En cuanto a su grupo familiar, el 44% convive con una familia compuesta de dos a cuatro miembros, el 34% de dos miembros o menos, el 14% de más de cuatro miembros y un 7% de las personas consultadas viven solas.
- **Trabajo:** El 42% siendo el porcentaje más alto de las y los encuestados tienen un trabajo profesional, mientras que un 35% mencionó tener un trabajo por cuenta propia. El 9% manifestó estar pensionado o pensionada. Las otras personas consultadas comentaron ser estudiantes (4%), dedicarse a labores del hogar (3%) u otros trabajos (7%).
- **Nivel de ingresos:** La mayoría de las y los consumidores tienen un ingreso mensual familiar mayor de 600 mil colones mensuales. Un 21% mencionó que su ingreso familiar está entre 300 mil y 600 mil colones. Un 7% de las personas consultadas tiene un ingreso de entre 100 mil y 300 mil colones.
- **Nivel de gastos mensuales en productos orgánicos:** Un 37% manifestó que gastaba mensualmente en productos orgánicos entre 50 mil y 100 mil colones, un 32% dijo que más de 100 mil colones mientras que un 31% dijo gastar 50 mil colones o menos.
- **Nivel de gastos mensuales en productos convencionales en otros espacios comerciales:** Un 48% de encuestados mencionó gastar más de 100 mil colones por mes en la Feria. El 23% de las y los encuestados gastan entre 50 mil y 100 mil colones, y el 21% dijo que 50 mil colones o menos. Un 8% no respondió esta pregunta.

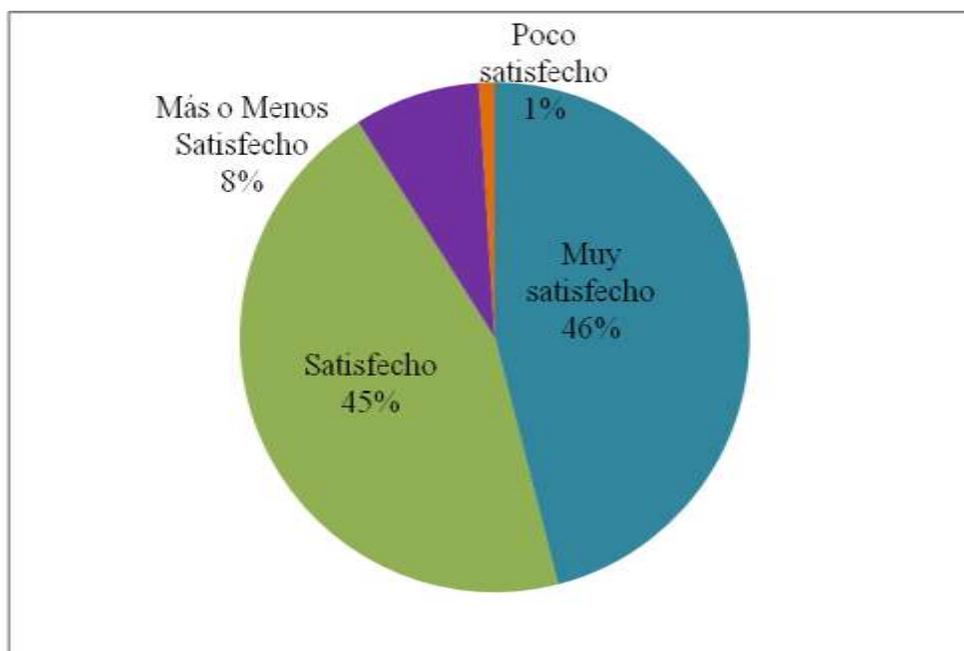
Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

1. Satisfacción del consumidor

El porcentaje más significativo de consumidores tienen un alto nivel de satisfacción hacia la Feria. El 46% dijo encontrarse muy satisfecho mientras que un 44% mencionó estar satisfecho; únicamente un 8% dijo estar más o menos satisfecho y un 1% se encuentra poco satisfecho.

GRÁFICO N°2

Nivel de Satisfacción de las y los consumidores de la Feria El Trueque. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

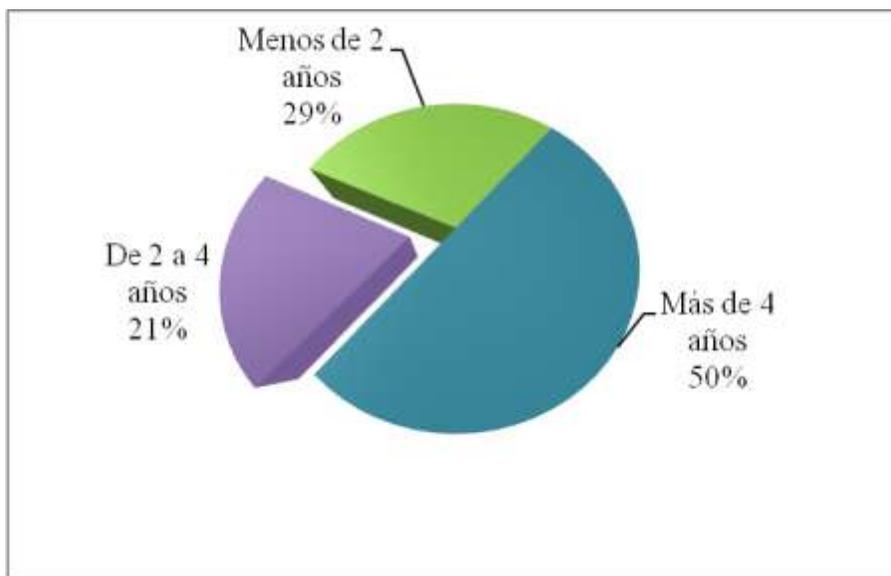
2. Fidelidad del consumidor

El 50% de las personas consultadas han sido clientes de la Feria El Trueque por más de 4 años, mientras que un 29% tiene menos de dos años de participar como consumidores en la Feria y un 21% tiene entre 2 y 4 años de ser clientes frecuentes⁸. Es decir que la mayoría de consumidores de la Feria son consumidores fieles, que establecen relaciones fuertes con El Trueque que permanecen en el tiempo, tal cual se muestra en el siguiente gráfico:

⁸ Un 4% no contestó la pregunta.

GRÁFICO N°3

Tiempo de ser consumidores de la Feria El Trueque. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

La percepción que tienen algunos productores de la Feria El Trueque es que el número de consumidores bajó un poco luego de que se abriera el punto de venta de la Feria Verde de Aranjuez. Sobre esto dicen: “hay solidaridad, hay confraternidad, lástima que hay un grupo grande que se fue a Aranjuez, de consumidores”. (Productor 2).

El 55% de las y los consumidores visita la Feria El Trueque entre tres y cuatro veces al mes, mientras que un 32% lo hace dos veces al mes. Un 6% asiste a la Feria una única vez al mes y un 7% dice ir algunas veces al año solamente.

Es importante resaltar que aunque la mayoría de consumidores se encuentran satisfechos con la Feria, el 60% manifestó no encontrar todo lo que necesitan en la Feria.

A continuación se presenta la información de los productos y servicios que las y los consumidores dijeron no encontrar en la Feria El Trueque habitualmente y que les gustaría que se ofrecieran: mayor variedad de frutas y verduras, mayor variedad de lácteos, pastas integrales, mayor variedad de productos procesados naturales y orgánicos, productos de limpieza orgánicos y para tratar aguas, carne de cerdo y de res.

También mencionaron la necesidad de mayor información sobre los procesos orgánicos, por ejemplo: ventajas de consumir orgánicamente, mitos sobre la agricultura orgánica, etc. Aprovechar el espacio de cada agricultor para educar, informar y capacitar a los consumidores, con el objetivo de trascender como un punto de venta y ser un espacio más opcional donde el eje central sea la salud.

Un hallazgo muy importante es la necesidad de información que tienen las y los consumidores de la Feria El Trueque. Entre más informada estén las personas se desarrollan mayores vínculos de confianza y solidaridad hacia la producción orgánica. Este aspecto también se resaltó desde la percepción de algunos productores que confirmaban la relevancia de propiciar un espacio de aprendizaje y educación sobre los procesos orgánicos para estimular la solidaridad.

3. Razones para preferir comprar en El Trueque

Se les consultó a las y los consumidores sobre sus principales razones para comprar productos orgánicos en la Feria El Trueque. En el gráfico se muestran las respuestas más frecuentes:

GRÁFICO N°4

Principales razones para preferir la Feria El Trueque, según sus consumidores. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

La principal razón es por la cercanía de la Feria El Trueque al lugar de residencia, mientras que un 19% mencionó que asiste a ella porque la prefiere a otros puntos de venta orgánicos. Un 17% expresó que es la relación con los productores lo que hace que se mantenga vinculado con este

campo ferial. Otras razones fueron por desconocimiento de otros puntos de venta orgánicos, por los precios y por recomendación de otras personas.

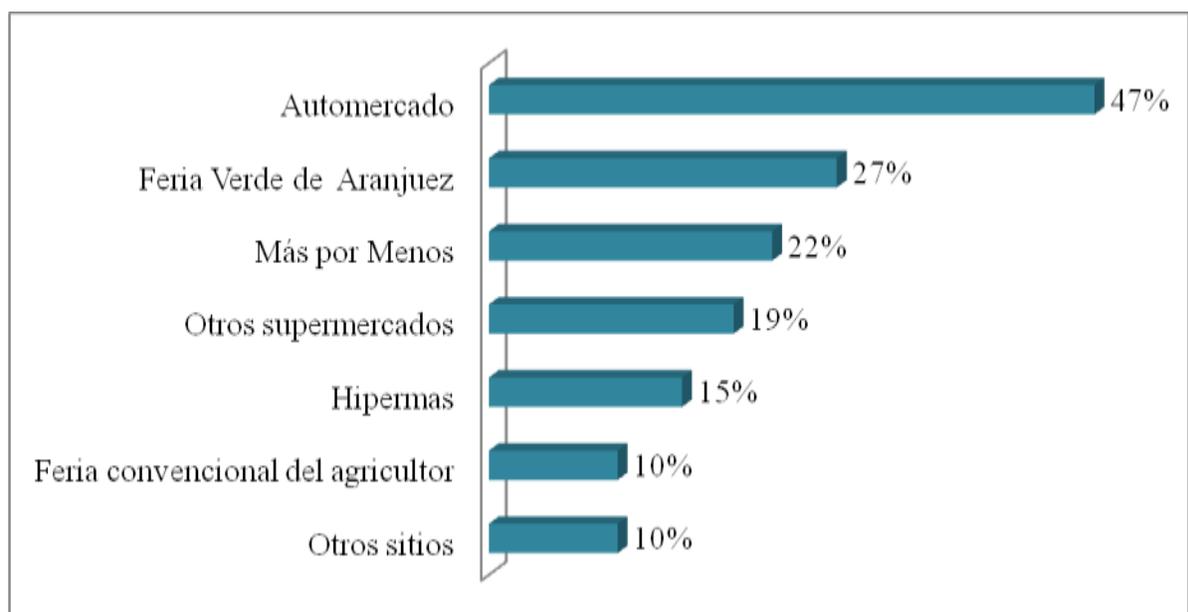
Algunas razones expresadas con menos frecuencia son: por costumbre, por la variedad de productos, por la oferta de productos, porque es más rural, porque es la más grande de productos orgánicos.

4. Puntos de compra de productos orgánicos de las y los consumidores

El 73% de las y los consumidores compran productos orgánicos en otros lugares además de El Trueque. En el siguiente gráfico se visualiza por orden de frecuencia los otros puntos de compra de productos orgánicos de las y los consumidores.

GRÁFICO N°5

Otros puntos de compra de productos orgánicos de las y los consumidores de la Feria El Trueque. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

La mayoría de consumidores también compran productos orgánicos en Automercado; un 27% dice comprar productos en la Feria Verde de Aranjuez; otro 22% en Más por Menos. Un 19% compra productos orgánicos en otros sitios como tiendas macrobióticas, mientras que el 15%

compra orgánico en Hiper más. Únicamente un 10% compra productos orgánicos en las ferias convencionales del agricultor.

5. Promoción y divulgación

Uno de los aspectos a mejorar, identificados tanto por consumidores como por productores, es la promoción y divulgación de la Feria. Se comenta que el número de consumidores no ha aumentado desde hace algunos años y que, por el contrario, ha disminuido. Esta es la percepción general de las y los productores.

Una de las cosas que queremos es poder proyectarnos, para tener nuestros clientes y aumentar el nivel de clientela. Es cierto que con la nueva feria alguna clientela se fue, pero es como divertido porque, hasta donde yo entiendo, son como dos perfiles diferentes, las ferias y los clientes son diferentes; los clientes que se fueron responden más a esa otra dinámica, nosotros necesitamos promoción. (Productora 10).

Hasta el momento la Feria El Trueque ha utilizado en ciertas ocasiones medios de comunicación masivos como la televisión, la radio y el periódico para darse a conocer. Sin embargo la última vez que se promocionaron por estos medios fue hace dos años.

Entre las estrategias que han utilizado se encuentran:

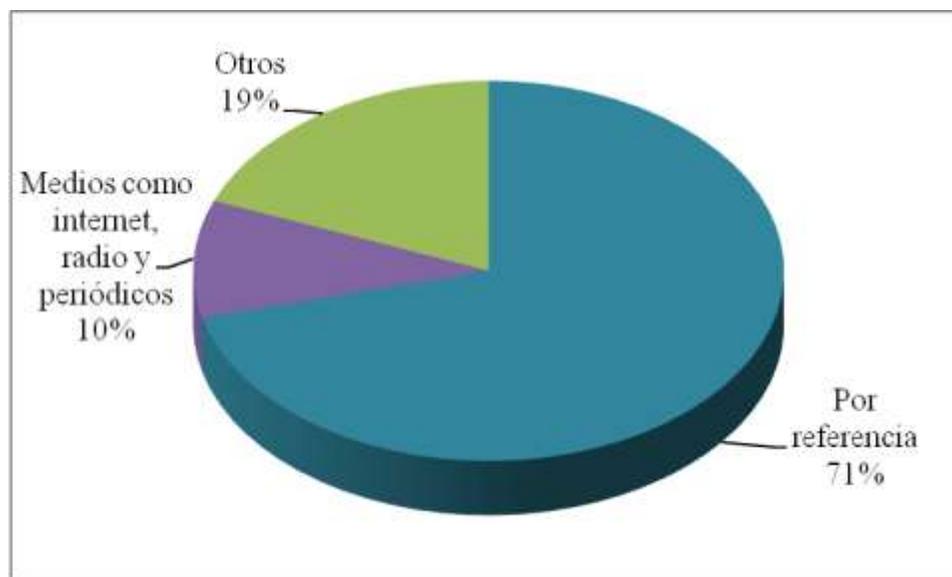
- Reportaje de televisión en Buen día, Canal 7, Canal 13, Canal 11.
- Artículo en la Revista Sabores.
- Periódicos como La Prensa Libre, La República, La Nación.
- Programas de Radio como Amelia Rueda y Radio Monumental.
- Campos pagados en el Semanario Universidad y el Periódico Ambientalico.

La Feria El Trueque actualmente no cuenta con presencia en Internet, no tiene página web ni tampoco utiliza estratégicamente las redes sociales.

Se les consultó a las y los consumidores sobre el medio por el cual conocieron la Feria, la mayor parte de consumidores mencionó haber sido por referencia, es decir algún amigo, familiar o conocido les contó sobre esta iniciativa. En el siguiente gráfico se muestran los porcentajes:

GRÁFICO N°6

Principales medios de información para conocer la Feria El Trueque, según sus consumidores. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

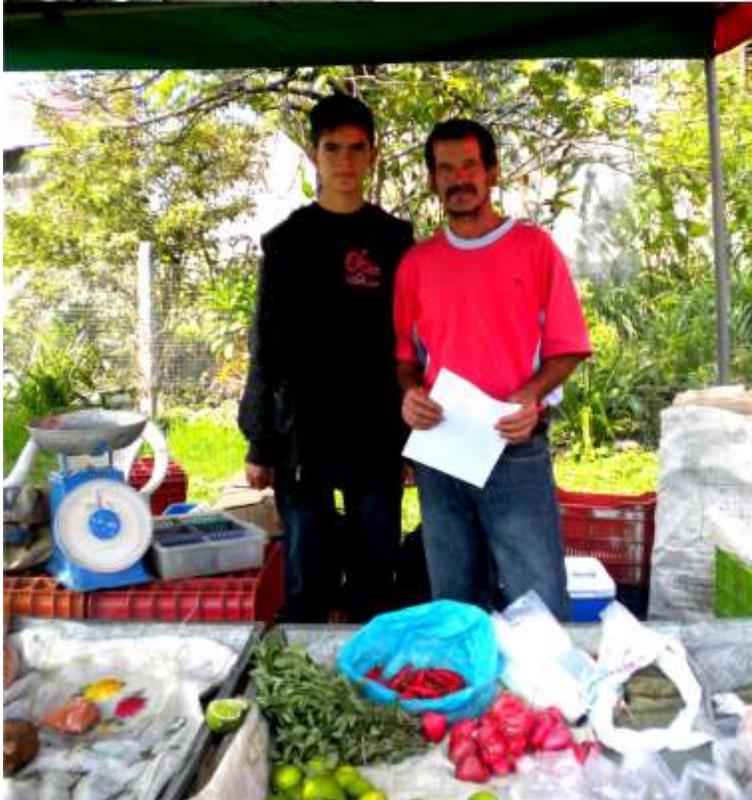
El 71% de las personas consultadas conocieron de la Feria El Trueque por medio de referencias; pocas personas manifestaron haberse enterado de la Feria por radio, internet o prensa escrita (periódicos). Un 19% se refirió a otros medios, como la visita a alguna actividad universitaria o de agricultura donde se enteraron de la Feria, porque pasaron por el lugar del campo ferial y la vieron, porque tienen algún familiar o conocido trabajando en la Feria, entre otros.

La promoción y divulgación de la Feria están ligadas al reto de atraer más consumidores, por lo que es muy importante analizar lo que se está haciendo actualmente y como se podría mejorar.



Cap. 5: Hallazgos

Dinámicas Productivas y Familiares



Interrogante 2: ¿Cómo la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las dinámicas productivas y familiares de las y los productores orgánicos?

En los hallazgos encontrados para esta interrogante, se describen una serie de variables que inciden en la manera en que se configuran las dinámicas familiares y productivas a partir de la participación en el proyecto de El Trueque.

En un primer acápite se encuentra un cuadro resumen sobre el perfil del participante de la Feria El Trueque, formulado a partir de la información recopilada en la encuesta realizada a toda la población de la Feria para el año 2011.

En cuanto a las dinámicas productivas, la elección de producir orgánicamente es un elemento en común que plantea representaciones esenciales sobre las motivaciones e intereses que llevan a este grupo de agricultores a participar de este espacio ferial. Se encontraron hallazgos significativos al respecto, que se describen en los acápites: Transformaciones productivas: de lo convencional a lo orgánico y Visión de mundo: representación y significados de la agricultura orgánica y la Feria El Trueque.

El cambio en las dinámicas productivas tiene efectos en la configuración de las actividades familiares, se da una mayor participación de los integrantes de la familia en los espacios de producción y comercialización. Estos hallazgos se describen en los apartados: La dimensión familiar, ELLAS en la Feria El Trueque y Retos sin resolver: el cambio generacional.

La información que se muestra en los hallazgos fue recopilada mediante las entrevistas a profundidad realizadas a seis familias de agricultores que participan en la Feria, las observaciones realizadas tanto en el campo ferial como en las visitas a las fincas y la encuesta a todas y todos los integrantes de la Feria.

a) **Perfil de las personas participantes de la Feria El Trueque**

En la encuesta realizada a 20 integrantes de El Trueque, se recolectó información sobre el perfil socio demográfico de éste grupo de personas. A continuación se presentan los resultados:

CUADRO N°18

Perfil de las y los productores orgánicos de la Feria El Trueque. Año 2011.

Edad promedio: La edad promedio se encuentra alrededor de los 49 años, siendo el más joven un productor de 32 años y la persona de mayor edad de 67 años.

En el campo ferial aproximadamente el 59% de participantes son hombres mientras que el 41% son mujeres; sin embargo la participación de las mujeres en las fincas orgánicas aumenta y muchas veces las mujeres acompañan a sus esposos los sábados a la Feria. Es por eso que este dato es un aproximado de la dinámica que se da en términos generales.

Estado civil: Del total de participantes de la Feria El Trueque el 70% se encuentran casados/as y un 15% dice estar divorciado/a. Un 5% se encuentra soltero/a, otro 5% en unión libre y el mismo porcentaje viudo/a.

Nivel educativo: El porcentaje más significativo de las y los productores de la Feria, osea el 40%, tienen un nivel educativo de secundaria, mientras que para un 30% su nivel es universitario. El 20% tiene una escolaridad básica de nivel de primaria. Un 5% realizó estudios de posgrado y otro 5% menciona haber tenido una educación informal.

Composición familiar: El 45% de las y los productores de la Feria viven en una familia compuesta entre dos y cuatro miembros; un 35% mencionaron que el número de personas de su hogar son dos; el 15% vive en una familia compuesta de cuatro a seis miembros y un 5% afirmó vivir solo/a.

Años de ser agricultores orgánicos: En promedio las y los participantes de la Feria tienen 15 años de ser productores orgánicos. El productor con menos tiempo tiene 5 años y el de mayor experiencia tiene 26 años. El 38% de las y los participantes tienen cinco años o menos de participar, mientras que el 24% es integrante de la Feria desde hace seis a diez años; un 38% tiene más de diez años y en este último grupo la mayoría, exceptuando un caso, se encuentran en la Feria desde que esta nació, hace aproximadamente 12 años.

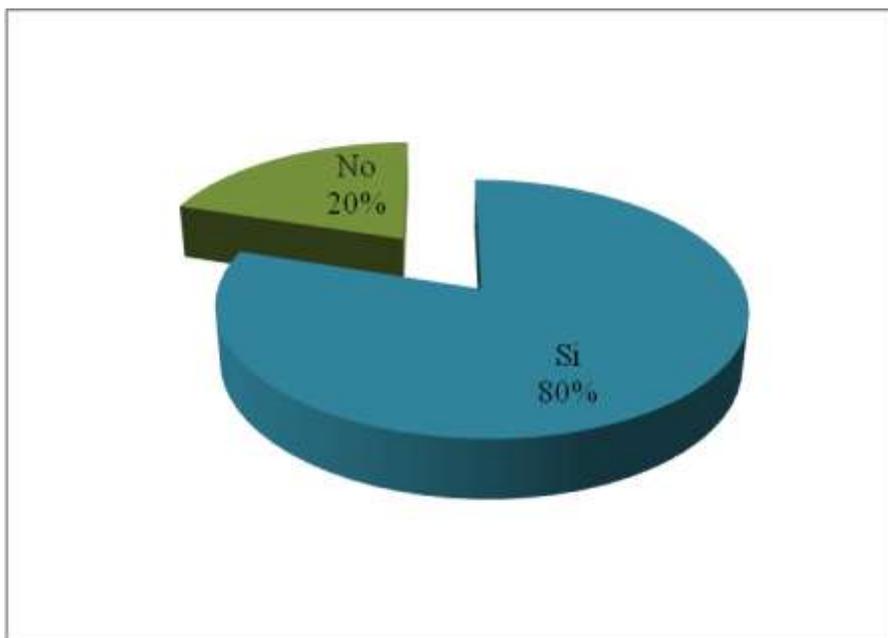
Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

b) Transformaciones productivas: de lo convencional a lo orgánico.

Según la encuesta realizada el 80% de las y los participantes de la Feria se trasladaron de la agricultura tradicional a la orgánica. Mientras que un 20 % optaron desde el comienzo por una opción alternativa, orgánica y/o natural.

GRÁFICO N°7

Porcentaje de agricultores orgánicos de la Feria El Trueque que se dedicaban anteriormente a la agricultura convencional. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

En el momento de realizar la presente encuesta, de los veinte participantes, cinco tienen puestos en la Feria de productos alternativos, como artesanías, productos macrobióticos, productos orgánicos, naturales, ecológicos y procesados importados y nacionales.

Según los relatos de las familias agricultoras, se destacan dos tendencias principales de transformaciones productivas relacionadas con su participación en la Feria El Trueque:

1. La opción de trasladarse de la agricultura convencional a la orgánica se da antes de ingresar a la Feria El Trueque, y se consolida su producción una vez que se integran al desarrollo de la Feria.

2. La opción de vender y producir productos alternativos y orgánicos se da a partir de la oportunidad de ingresar a la Feria El Trueque.

En el primer caso (productores que se convencen de transformar su producción tradicional en orgánica), se resalta en los testimonios la importancia -como razón para promover la transición- del uso de agroquímicos y sus consecuencias negativas en la salud. También es relevante el hecho de que esta decisión rompe con las tradiciones familiares en la manera de cultivar y en la variedad del producto.

Para el caso de una familia productora, el uso de los agroquímicos significó la erosión de los suelos, provocando temporadas de muy baja producción de cítricos, lo que trajo como consecuencia que integrantes de la comunidad se marcharan en busca de otro tipo de trabajos y suelos más fértiles para cosechar. Al respecto comentan:

... pocos años después en los '80, con 10 años de aplicación de agroquímicos empezamos a ver suelos erosionados totalmente, ya plantaciones que si no eran con fertilizantes no producían nada, mucha plantaciones enfermas en el caso del cítrico, del café, desarrollo de plagas y enfermedades con más intensidad, empezaron muchas familias de acá de la zona a emigrar a otras zonas como Pérez Zeledón, porque la tierra no servía para nada. Ha cambiado la cultura, la dinámica de la comunidad. (Productor 5).

Siendo parte de este proceso de transformación de la comunidad y de los suelos, a lo que se sumó la ayuda de CEDECO, es que esta familia decide trasladarse a la agricultura orgánica.

Varias familias enfrentaron momentos económicos difíciles que tuvieron que enfrentar:

En el cambio [de convencional a orgánico] la producción se vino abajo, y nosotros llegamos a un momento en que la parte económica estaba bien afectada; yo me tuve que ir a trabajar en limpieza a una casa. El problema económico se dio más que todo porque que era un solo cultivo que se estaba trabajando; una vez que empezó la diversificación ya habían más productos, más variedad para llevar, un poquito de cada cosa y entonces se empezaron a generar más ingresos al hogar. (Productora 12).

Para otra familia agricultora el proceso de empezar la agricultura orgánica fue motivado igualmente por CEDECO y fue paralelo al inicio de la Feria, ya que ellos, junto con otros fundadores, empezaron la iniciativa de la Feria y su producción ha aumentado conforme la Feria se ha consolidado.

Según el testimonio de la Productora 4, su relación con la tierra empieza a partir del cambio de agricultura convencional a orgánica, ya que antes se encargaban su papá y su esposo. Pero una vez que como pareja deciden realizar el cambio ella se involucra en la producción y empieza a contribuir directamente con la siembra y la recolección. Uno de los motivos que los impulsaron a realizar el cambio es que en el caso del agricultor, en temporadas de baja producción, debía salir a San José a buscar trabajo. El ambiente de la ciudad no les satisfacía y no se encontraban satisfechos con esta dinámica.

Otro agricultor comenta sobre el proceso de traslado de la siguiente manera:

...Vieras en agricultura orgánica cómo hay que luchar, nosotros tuvimos diez años, que bueno nos llamaban los locos, porque solo los locos pueden hacer eso, de tener una finca convencional donde usted se está manteniendo, donde se cogían 100 fanegas de café, y entrar a un proceso como este. Todo el mundo nos decía: ¿pero por qué no regresan a donde estaban? ¿qué están haciendo?, y diay, situaciones difíciles, económicas y todo eso. Nosotros empezamos con esta loquera como dicen, en 1997 ahí mi hermano y yo nos pusimos pensar en no echar más venenos, no contaminar más, no hacer más incendios en la finca, actuar en trabajar en armonía. (Productor 6).

El cambio de producción convencional a orgánica fue una transformación que no solo se limitó a la actividad productiva, sino que trajo cambios en las dinámicas familiares y comunitarias. Al respecto un productor comenta: “yo le decía a mi esposa, qué lástima me da ver a mis chiquillos detrás de mí recibiendo toda esa contaminación; le decía yo como para que Diosito nos escuche y algún día llegue alguien y nos enseñe a trabajar diferente”. (Productor 7). Años más tarde y con la ayuda de un especialista en agricultura orgánica y bio fertilizantes japonés que llegó a la zona, esta familia y varias de la comunidad se trasladaron a lo orgánico, consolidándose luego en una de las asociaciones más fuertes de agricultura orgánica en el país: APODAR.

Para este grupo de agricultores la Feria El Trueque representó la iniciativa que podía hacer sostenible su decisión de trasladarse a la agricultura orgánica, conformando un punto de venta de sus productos y un nicho de mercado, con la colaboración de diversas instituciones.

El segundo proceso de transformación productiva que se identificó en un grupo de productores se dio cuando a partir de su involucramiento en la Feria El Trueque se consolida su decisión de producir orgánicamente y/o comercializar productos alternativos.

Un ejemplo de este proceso es la experiencia de una productora; ella empezó su participación en la Feria colaborándole en la venta a un familiar que vendía productos orgánicos. Mientras más iba relacionándose con este mundo orgánico se fue convenciendo de que quería que este fuera su proyecto de vida. Luego de algunos años de participación en la Feria, decidió que quería que este fuera su proyecto familiar por lo que se dedicó exclusivamente a la siembra de productos orgánicos.

Otra familia inició vendiendo en la Feria mora silvestre, ya que en la zona donde viven el cultivo de mora es un muy común. Una vez que participaron de la Feria se fueron involucrando más con la agricultura orgánica; comentan: “cuando llegamos a la Feria no había fresas, no había arvejas, no había zuquinis, entonces dijimos: qué bonito producir todo eso”. (Productor 8).

A partir de esto, empezaron a producir fresas orgánicas y actualmente cuentan ya con 7 años de participación; han diversificado la variedad de sus productos y tienen un mercado sostenible de fresas dentro de la Feria.

Dos integrantes de la Feria que venden artesanías y productos orgánicos procesados, se vincularon a la Feria primero como consumidores. Al establecer vínculos con las y los otros integrantes y comprometerse con el proyecto de la Feria se fueron involucrando con la venta de este tipo de productos, siendo actualmente una actividad que realizan con mucha satisfacción y consolidando su apoyo al proyecto.

c. Las fincas orgánicas en la comunidad: de la distancia al vínculo

Una vivencia en común de las familias agricultoras orgánicas participantes de El Trueque, fue el proceso de aceptación comunitaria de sus proyectos agrícolas alternativos. La opción por lo orgánico como forma de sustento y producción en las fincas conllevó en muchas ocasiones a que

dentro de las comunidades donde se encontraban se les percibiera de manera distinta, muchas veces con asombro y otras con incredulidad.

En muchos casos la comunidad tenía un pasado del monocultivo de algún producto por lo que consideraban un gran riesgo iniciar la siembra de otro tipo de productos, además por la falta de información sobre la agricultura orgánica se consideraba que era un proceso muy costoso y con pocas oportunidades de que fuera sostenible económicamente.

Para el caso de un agricultor, este proceso de incredulidad hacia el proyecto también se ha dado con su familia la cual vive en la misma comunidad. Al respecto comenta:

Yo tengo tres hermanos agricultores también y no ellos no, no lo intentan, siguen con la producción química, piensan que si no aplican químicos no se puede producir y, sin embargo, ahora me decían: ‘¿todavía tiene naranjas?’, porque a veces a mí me salen dos mil naranjas y ya en la comunidad no hay naranjas, solo acá. Pero todavía se resisten, hay una resistencia muy fuerte, yo siento que es cultural. (Productor 5).

Sin embargo, en los últimos años a raíz de que las fincas orgánicas han sido proyectos exitosos y viables, la comunidad se ha empezado a interesar y las comunidades han empezado a acercarse para conocer más e informarse sobre esta alternativa de producción.

Para dos productores, en los últimos años su comunidad ha reconocido la labor que realizan y se les ha invitado a participar en la escuela -donde estudian sus hijos- colaborando en algún proyecto escolar, ya sea dando charlas o encargándose de la huerta escolar. Comenta: “la maestra nos tomó en cuenta para que le ayudáramos a diseñar un invernadero para tener hortalizas orgánicas para los chiquillos; de todas las comunidades solo a nosotros nos dieron esa [oportunidad] en la escuela.” (Productor 8).

Para otro productor, el interés que en los últimos años ha suscitado en su comunidad el caso de éxito de su finca, ha sido una oportunidad para que jóvenes de la comunidad se interesaran y trabajaran con él en las actividades productivas. Comenta: “acá trabajan por épocas, contrato vecinos de acá de la comunidad, me interesa mucho los jóvenes para irles transmitiendo, ya hay algunos que dicen ‘qué bonito trabajar acá’”. (Productor 5).

d) Visión de Mundo: representación y significados de la agricultura orgánica y la Feria El Trueque

Para evaluar de qué manera la participación en la Feria El Trueque ha influido en las dinámicas de las y los agricultores, es indispensable indagar sobre las representaciones y significados que ellos y ellos tienen sobre la agricultura orgánica.

Por representaciones y significados estamos entendiendo la manera en que las y los productores aprehenden los acontecimientos de su vida, a partir de sus experiencias, de los conocimientos e informaciones que reciben según su entorno, educación y contexto económico y social.

Se encontró, como un elemento común, que dentro de las familias agricultoras está el compromiso y el convencimiento por el mundo orgánico. La agricultura orgánica, para estas familias, no es solo una actividad productiva sino también una filosofía de vida que determina valores y actitudes específicas. Al ser la Feria un espacio seguro que les ha generado estabilidad a lo largo de los años, su convencimiento por lo que hacen se ha acentuado con los años, confiando plenamente en su elección por producir de manera orgánica.

Un productor se expresa de esta manera sobre su elección por producir orgánicamente:

Mantenemos una relación muy bonita con la naturaleza; en el caso mío, a mí me gusta mucho sembrar, contemplar, analizar. De alguna manera sentimos una conexión espiritual con todo lo que se mueve dentro de la finca. El proceso de agricultura nos ha ido moldeando, haciéndonos más sensibles, más conservadores; si hay un ruido les ponemos más atención, porque el ruido, porque los pájaros, porque los insectos, porque las plantas, las semillas, las flores, eso nos ha hecho mucho más sensibles y hemos sentido esa necesidad de una conexión: de ellas es que nos alimentamos. (Productor 5).

La relación con la naturaleza es un elemento que se resalta en la manera de auto percibirse como agricultores orgánicos. Valores como la sensibilidad con los seres vivos, el equilibrio ecológico y el impacto ambiental son comunes en su concepción del mundo. Una productora comenta: “Mi esposo vive diciendo que ahí arriba [en la finca] el vive en contacto con Dios, con la espiritualidad... con una paz espiritual de verse ahí en la naturaleza, y tranquilo... Uno siente la

confianza de que lo que está haciendo lo está haciendo bien, por uno y por los demás.” (Productora 4).

Otro aspecto que se resalta en el testimonio de las familias agricultoras es la ventaja que ofrece su oficio para la salud de las personas, tanto de ellos mismos como de sus consumidores. La salud es una de las razones fundamentales de ser productores orgánicos y de haberse trasladado de la agricultura convencional a la orgánica, dándole sentido a su actividad a pesar de los retos a los que se enfrentan, retos sociales, ambientales y económicos.

El factor de sembrar sin el uso de agroquímicos representa mayores retos agrícolas en cuanto al control de plagas, manejo de suelos, el conocimiento que hay que tener sobre los procesos orgánicos y los bio fertilizantes, la adecuación de la producción a factores externos como el ambiente, las temporadas y otros. Sin embargo, en el relato de las y los productores se observa que están y han estado dispuestos a asumir todos esos riesgos por tener y ofrecer una mayor calidad de vida a sus familias y a sus consumidores.

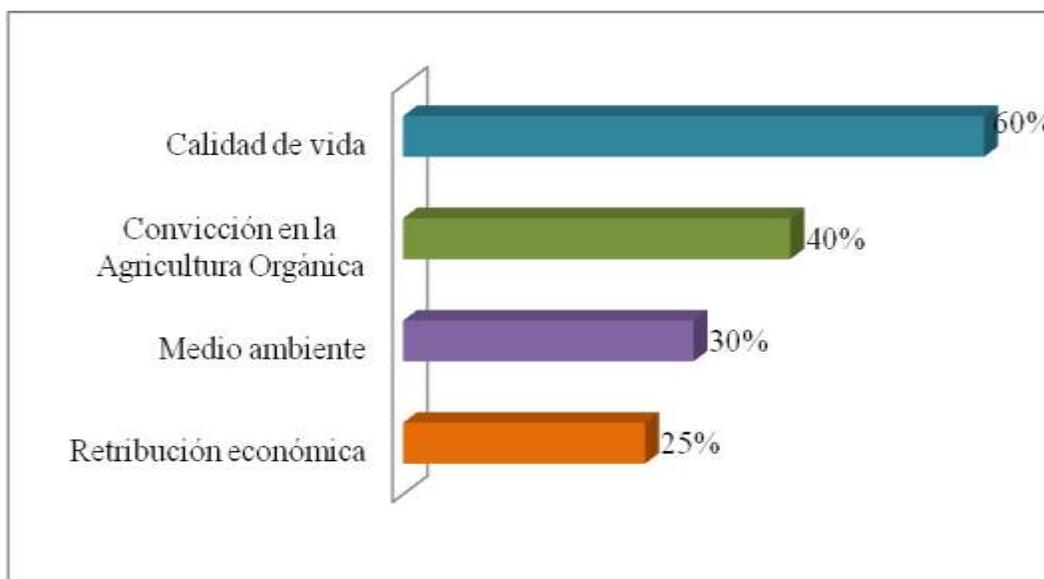
f) Razones principales para producir orgánicamente

Para conocer sobre la visión y el convencimiento de producir orgánicamente se indagó por medio de la encuesta realizada y las entrevistas a familias agricultoras, las razones principales para haber escogido esta opción de producción.

En el siguiente gráfico se presentan las principales razones que esgrimen las y los productores de la Feria El Trueque como fundamento para producir orgánicamente:

GRÁFICO N°8

Razones principales para producir orgánicamente, según productores de la Feria El Trueque. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

El 60% de las y los productores comentaron que la razón principal por la cual utilizan la agricultura orgánica es para mejorar la calidad de vida de sus familias y de las y los consumidores, en vista de que se logra un producto sano y libre de agroquímicos. Un 40% mencionó que es su convicción por los procesos orgánicos lo que hizo que se dedicaran actualmente a este tipo de agricultura y sus malas experiencias con la agricultura tradicional. Para el 30% de las personas consultadas realizar una práctica agrícola que sea sostenible con el medio ambiente es una de las razones para ser productores orgánicos; y por último el 25% manifestó que al producir orgánicamente obtenían una retribución económica mayor, ya sea porque los costos de producir son menores y porque los productos se costean a un mejor precio.

En el siguiente cuadro se agrupan las razones principales para producir orgánicamente, recogidas a través de la encuesta a todas y todos los participantes de la Feria El Trueque.

CUADRO N°19

Razones principales para ser productores/as orgánicos, según las y los productores de la Feria El Trueque. Año 2011.

Razones	Comentarios Textuales de productores de El Trueque
Calidad de vida	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la buena salud de las personas. • Mejor calidad de vida de nuestra familia. • La verdad nunca estuve muy de acuerdo en el sistema de agroquímicos, nos enfermábamos demasiado, no usábamos protección, quemaduras, dolores de cabeza, vómito. • Por problemas de salud. • Ofrecer un producto de calidad para mis clientes.
Convicción en la agricultura orgánica	<ul style="list-style-type: none"> • Por la convicción antroposófica ya que la agricultura tradicional colapsa a corto plazo. • Origen natural del ser humano, forma en la cual Dios quiere que vivamos. • Nunca me han gustado los químicos, soy agricultor orgánico por vocación. • Por la dedicación a la tierra y el amor al trabajo. • La finca era de mi papá, mi abuelo y bisabuelo, ellos nunca le pusieron agroquímicos. • Empezamos a cambiar de mentalidad, no es fácil porque la familia [de nosotros son de agricultura] tradicional. • Convenciéndonos por experiencia propia de los buenos resultados de productos naturales hechos por Dios.
Retribución económica	<ul style="list-style-type: none"> • Económicamente nos servía. • Por el mercado y el tipo de cliente de la Feria. • Por la oportunidad del mercado es mucha la gente que solicita por la gran necesidad de alimentarse sanamente. • Los costos altos de agroquímicos. • Para producir más económicamente y aprovechar mejor los recursos de la finca.
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar al planeta. • Para ayudar con el medio ambiente que es muy importante. • Mantener la finca limpia de contaminación, está rodeado de linderos naturales. • Por el respeto hacia toda forma de vida, y los beneficios hacia la salud humana, animal y medio ambiente.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Un productor se refiere a sus razones de la siguiente manera: “primero porque ya uno se ha dado cuenta que para la salud consumir orgánico y así ofrecerle al consumidor un producto sano, y también porque parte de eso se vende un poquito mejor y uno se beneficia también.” (Productor 8).

La elección que se hace de producir orgánicamente, no solamente condiciona sus productos sino también condiciona su alimentación; las familias consultadas expresaron su elección de consumir de manera más sana y orgánicamente a partir de que empezaron en la agricultura orgánica.

Para estas familias el autoabastecimiento es una forma de sostenibilidad alimentaria; sin embargo, lo que no cultivan en sus fincas lo intercambian o lo compran dentro de la Feria en acuerdo con los otros integrantes. Es de esta manera que la El Trueque no solo es su espacio comercial sino también de intercambio de productos para el consumo de sus familias. Una productora comenta: “Como familia solo consumimos orgánico, lo que no tengo aquí lo compro en la feria, es rara vez que se compre algo. El arroz es lo único que se compraba, ahora compro arroz a Juan que lleva arroz orgánico de una cooperativa”. (Productora 4).

Para otra productora de El Trueque el hecho de producir orgánicamente y tener hábitos alimenticios convencionales (es decir, consumir alimentos producidos con agroquímicos) representaría una contradicción, es por ello que se abastece de los productos que llevan sus compañeras y compañeros.

g) El proyecto orgánico: una ruptura con lo convencional

Sobre la visión de mundo existe un patrón en las y los agricultores entrevistados, en el reconocimiento de su proyecto productivo como una iniciativa que rompe con la visión más tradicional de concebir el mundo agrícola, teniendo implicaciones socio-económicas en sus contextos. Se percibe la dificultad que representa ser una persona agricultora orgánica en el contexto actual del país y de los sistemas hegemónicos de producción mundial.

Una tendencia en común encontrada es que las y los agricultores orgánicos en su visión sobre la agricultura convencional, coinciden en afirmar que a pesar de que produce mayor volumen a corto plazo, es más agresiva y destructiva y no asegura el sustento sano y productivo en el futuro:

Costa Rica es el país a nivel mundial que más agroquímicos utiliza. Es el primer país en el mundo que utiliza más agroquímicos por hectárea. O sea Costa Rica es un país que todo lo que habla sobre recursos naturales realmente es todo una mentira.. (Productor 9).

Para otro agricultor de la Feria ha sido una satisfacción personal que su finca haya sido certificada como una Finca Integral a pesar de los parámetros convencionales que se tienen en la academia sobre lo que es la producción orgánica:

Los técnicos que han venido más bien se han sorprendido, me han dicho: lo que usted está haciendo es fantástico, está demostrando que sí es posible; sí chocan un poquito con los datos, no tienen muchos parámetros con respecto a qué tanto estamos aplicando de potasio, de magnesio, pero no puedo medir lo que produce el monte, aunque yo sé que el monte está recogiendo de la energía solar lo que necesita pero no lo puedo medir , pero ellos al ver la producción y la calidad le certifican la producción. (Productor 5).

En el caso de un productor joven de la Feria, desde que se interesó en la agricultura orgánica como un medio de subsistencia tuvo problemas para incorporarse en diversas instituciones de enseñanza ya que no cumplía con los requisitos académicos necesarios para optar por becas económicas. Es por esto que empezó a aprender de la experiencia de otros agricultores, y comenta al respecto: “la capacitación agricultor-agricultor para mí es la mejor. Es la que más sustento tiene, porque la hace quien practica, quien tiene la capacidad real de hablar sobre ese tema; es quien lo ha vivido, quien lo respira, quien lo come, quien lo duerme, quien lo suda.” (Productor 9). Actualmente en su finca realiza capacitaciones a otros jóvenes que como él estuvieron interesados en aprender de la producción orgánica y no tenían los recursos necesarios para hacerlo en la academia.

h) La dimensión familiar

Como ya se mencionó, la agricultura orgánica no solo transformó las actividades productivas sino también la cosmovisión del mundo y las dinámicas sociales y familiares. La Feria El Trueque al ser un emprendimiento colectivo, impulsado e iniciado por familias agricultoras

orgánicas también ha incidido en la participación y distribución de las tareas productivas a lo interno de las familias que la integran.

Un rasgo en común de las familias que trasladaron su modelo de producción de convencional a orgánico, a partir de no usar agroquímicos, fue una mayor participación de los integrantes de la familia, muchas veces la inclusión de sus hijos e hijas en la producción puesto que ya no existían riesgos para su salud. Al respecto un productor comenta:

Esto es un proyecto donde puede participar toda la familia, no es lo mismo con la otra agricultura convencional. Antes uno les decía a los chicos ‘no pasen de cierto punto ¿verdad?’, porque de ahí para adentro estaban aplicando químicos, el temor de una intoxicación; y luego que ya se dejaron los químicos más bien todos pueden participar, ya no hay riesgo, entonces sí se convierte en un proyecto familiar. (Productor 5).

Según la observación realizada en el campo ferial, así como en las fincas orgánicas y los relatos de sus participantes, El Trueque es un proyecto familiar donde participan y colaboran activamente los miembros de las familias en las tareas cotidianas de la producción orgánica y en el intercambio con las y los consumidores.

Una productora describe el involucramiento de toda la familia así: “todos se van incorporando, tal vez unos por convencimiento de la agricultura orgánica, y otros por lo que hace uno; que ya uno ven que es diferente, que puede obtener un ingreso a veces tal vez igual o mejor que trabajando todo un día en una oficina.” (Productora 4).

Para otra productora-fundadora la Feria ha sido el espacio donde han crecido sus hijas y se han ido involucrando y colaborando con las tareas. Con respecto a la participación de sus hijos e hijas comenta:

... por mínimo que sea todos aportan, por mínimo que sea algo se aporta, por lo menos el tiempo que se saca para ir a la Feria, porque algunos no pueden porque tienen otras preocupaciones o obligaciones; por lo menos Laura [su hija] prepara los panes, yo preparo lo de la soda. El lunes hay que empezar otra vez a lavar todo lo del

sábado porque el sábado no queda nadie, aquí todos nos vamos a la Feria. (Productora 4).

En el campo ferial es muy común ver las y los hijos de las familias productoras vendiendo y colaborando con las tareas, a pesar de que muchos de ellos y ellas han elegido otra clase de profesiones en su vida, lo que representa un gran reto generacional para la Feria (aspecto que se aborda en el apartado Retos sin resolver: el cambio generacional).

i) **Ellas en la Feria El Trueque**

La participación en la Feria El Trueque ha potenciado emprendimientos individuales que han tenido un impacto positivo en las condiciones económicas y en la satisfacción personal de dichas personas.

Este proceso ha sido especialmente importante para algunas de las mujeres participantes de la Feria, dicho espacio les ha dado oportunidades para que ellas puedan generarse ingresos y participar de manera más activa en el ciclo de producción y comercialización.

Para una productora, la Feria ha representado una oportunidad para que ella como mujer pueda tener sus ingresos; comenta: “yo encontré un punto de venta para mis productos ahí en la Feria; con eso me empecé a financiar, con lo poquito que hacía ya se pagaba el ICE y otras cosas y ya quedaba para otros gastos.” (Productora 4).

Se resalta el papel que como mujer ha podido desempeñar desde que empezó a participar en la Feria:

Ahora que se habla tanto de que la mujer tienen que estudiar, que tiene que salir adelante-, yo lo considero que en mi caso que yo no tengo estudio a parte del sexto de la escuela. Yo llegaba a tener un ingreso que me ayude, que uno se lo ha ganado con el trabajo, y yo ya tengo un ingreso de, no sé, tal vez como un profesional... (Productora 4).

La Feria ha contribuido a que las mujeres de las familias participen de alguna forma en la producción y comercialización orgánica, generando algún ingreso pero además siendo parte del vínculo social que se genera en el campus con otros productores y con las y los consumidores.

La participación de las parejas de los productores una vez que se realiza el traslado a lo orgánico es un elemento clave; la mujer asume un papel mucho más activo en la producción orgánica. Sobre esto, dice una productora:

... hay algunos cultivos donde nosotros participamos [hijos/as y ella] como es la recolección de la Jamaica, en esa podemos participar todos [las y los hijos]; también lo que es la Jamaica la cortamos y le sacamos semilla, la ponemos a secar. Hay otros donde los asumo solo yo, como la elaboración de las chileras por los riesgos, y después en la elaboración de productos acabados. (Productora 12).

Este papel de la mujer, es un elemento que se pudo observar en la dinámica del campus ferial y de la asociación APROCO. En la Junta Directiva, la presidencia y vice presidencias las asume ambas mujeres que a su vez son identificadas como lideresas y siempre han estado involucradas activamente en las tomas de decisiones de El Trueque.

Igualmente para una familia agricultora la Feria significó que la mujer agricultora empezara a tener ingresos además de los que generaba la finca, donde anteriormente a El Trueque participaba muy poco en el proceso productivo. Con la Feria, ella abrió una venta de comidas que actualmente es la soda del campus ferial, donde las y los consumidores pueden desayunar y tomar café, este espacio es clave para la interacción y las relaciones sociales que se dan dentro de la Feria. A partir de esto la han contratado para que cocine en varios eventos y han podido generar un ingreso significativo.

Con la producción de sus fincas, dos mujeres participantes han desarrollado productos elaborados que venden dentro del campus ferial y también en sus comunidades. Esto además de representar un ingreso es una motivación importante para estas productoras para continuar con el proyecto orgánico.

Hay un pequeño porcentaje de ventas a nivel de la casa, de gente que viene acá y necesita una chilera, una mermelada, achiote, naranjas, productos procesados... En la mermelada siempre hay pedidos especiales, en Semana Santa, a través de llamadas nos hacen un pedido y lo dejamos en Desamparados en una tienda. (Productora 12).

j) Retos sin resolver: El cambio generacional

Uno de los retos que deben de enfrentar, en los próximos años, las y los agricultores es el cambio generacional. Si bien los hallazgos demuestran que existe un involucramiento por parte de todas y todos los integrantes de la familia en el proyecto de la Feria El Trueque y las actividades productivas, existen muchas familias cuyas hijos e hijas han elegido otras profesiones u oficios.

Una productora de la Feria comenta que en el caso de su familia, a pesar de que son muchos hijos, la mayoría se ha dedicado a otros oficios aunque siempre han estado involucrados con El Trueque:

En años pasados que estábamos todos los hijos, todos trabajaban allá con él [esposo productor]; son siete, unos de una manera y otros de otra. Ahora que se han ido casando, que se han ido a trabajar, otros a estudiar, prácticamente queda él solo y yo que le voy a ayudar... Tengo hombres y mujeres: tres y cuatro mujeres; tenemos una relación con la finca en ir a la Feria, van a vender, me ayudan a preparar, los hombres nos llevan. (Productora 4).

Para dos familias que participan de la Feria el proyecto de agricultura orgánica es una actividad que desean heredar a sus hijos/as y la participación de éstos en las fincas actualmente es esencial para el sostenimiento familiar. El mayor de los hijos, de 17 años, comenta sobre su futuro “yo pienso seguir igual, trabajar propio lo orgánico, y seguir vendiendo igual, que todo siga igual, crecer más.” (Hijo de Productor 8).

Sin embargo, también se encontraron casos en que las y los productores buscan que sus hijos e hijas tengan la oportunidad de ingresar a la Universidad y profesionalizarse. Este es el caso de una productora cuyo proyecto familiar es que sus hijos ingresen a la universidad, y considera que su proyecto de cultivar orgánicamente acabaría si la Feria El Trueque se cierra.

Igualmente, otro productor expresa lo siguiente:

En el caso mío personal es terminar la carrera profesional de los muchachos, eso para nosotros es prioridad, les hemos dado el apoyo durante 18 años, o 21 que tiene la mayor, y nosotros queremos verlos ya con la carrera, consolidarles esa parte... Una prioridad es esa, que se consoliden, que tengan como profesionales en el futuro;

guardarles esto como un tesoro para ellos, la casa, la finca, un lugar donde descansar. (Productor 5).

La hija mayor de esta familia se encuentra estudiando administración, al respecto los padres comentan que lo que a ella le gusta es una profesión más relacionada con el ambiente; dicen: “el deseo de ella es estudiar una ingeniería forestal, o ambiental, turismo ecológico, todo lo que se refiere al ambiente, pero ahorita está llevando esa carrera para ponerse a trabajar y poder pagarse la que quiere llevar.” (Productora 12).

La preocupación por el cambio generacional está presente en los relatos de las familias entrevistadas. Al respecto comenta un productor: “Tiene que haber un cambio generacional de agricultores orgánicos porque sino esto no tiene futuro; ya lo hemos tocado, tiene que haber una juventud agricultora que se dedique a esto, ese es el mayor reto que hay en este momento, cómo sostenerse a nivel mundial.” (Productor 9).

Otro agricultor comenta sobre la experiencia que tuvo en la Isla Chira en donde tuvo la oportunidad de dar algunas capacitaciones. En esta localidad viven más de tres mil personas, pero agricultores y pescadores quedan aproximadamente 20, ya que las y los jóvenes se van de la isla para estudiar o buscar algún trabajo. Reflexionando sobre este fenómeno, el productor comenta los planes que está realizando para el futuro de su finca, ya que él desea que sus hijos obtengan una profesión universitaria:

Por eso [la situación de la Isla de Chira] el proyecto de maderas que hay en la finca, porque si yo no puedo trabajar y Marco [su hijo] tiene una profesión que le permita vivir pero no cultivar la tierra, diay, que la finca se convierta en un bosque de maderas preciosas, hay más de 2500 árboles ahí... (Productor 5).

Al respecto el agricultor más joven de la Feria expresa que:

Está mal, la agricultura orgánica ahorita muere, porque cuando mueren los viejos muere la agricultura orgánica... Yo me quise dedicar a la agricultura porque ya no hay nadie joven, los jóvenes no ven en la agricultura una profesión digna, de grado académico alto, especializado, yo quiero transformar ese mito... (Productor 9).

Una posible solución que se menciona por varios productores es la de la capacitación de las y los productores de pequeña escala, así como el incentivo y promoción de la agricultura orgánica como una forma digna y sostenible de vida, que genera ingresos y permite una calidad de vida digna.



Cap. 5: Hallazgos

Condiciones Socio-Económicas



Interrogante 3. ¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos/as?

La participación en la Feria El Trueque ha tenido efectos importantes en las condiciones sociales y económicas de sus participantes. Según los hallazgos descritos en este apartado estos efectos han incidido en la calidad de vida de las y los productores de diversas maneras.

En el primer acápite se describe una tendencia en común que han tenido las y los productores: las nuevas oportunidades de trabajo, conocimientos y capacidades que han obtenido a partir de la participación en El Trueque.

En un segundo apartado se abarca la situación económica de las personas integrantes de esta iniciativa así como los ingresos que se generan y los niveles de producción. El surgimiento de nuevos emprendimientos a partir de los vínculos y capacidades que se forman en la Feria es otro hallazgo que se relaciona con los efectos en las condiciones de vida, igualmente se aborda el tema de la satisfacción y la expectativas a futuro de este grupo de personas.

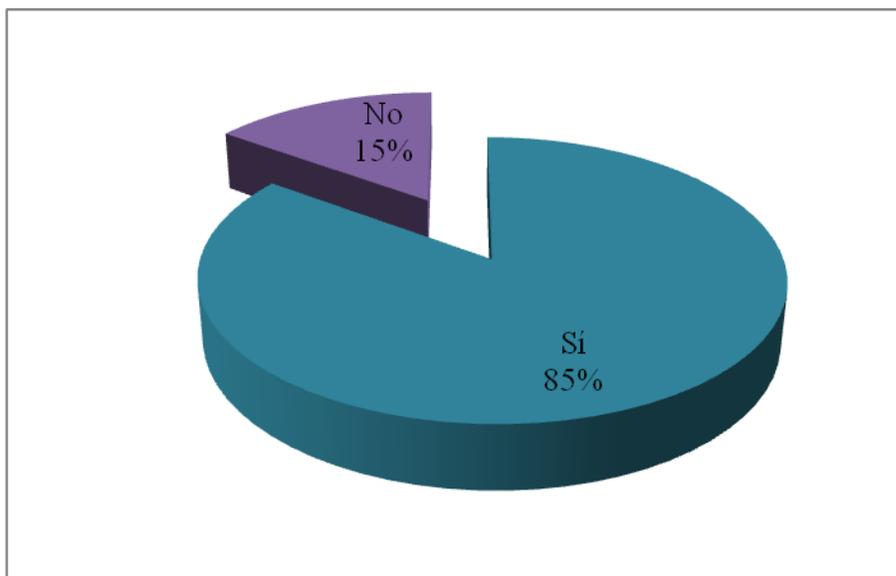
Los datos presentados se obtuvieron de la triangulación de datos cualitativos y cuantitativos obtenidos de las encuestas aplicadas a las y los participantes de la Feria, las entrevistas a profundidad con las y los agricultores orgánicos y las observaciones realizadas.

a) **Oportunidades de trabajo y de generación de nuevos conocimientos**

La participación en la Feria El Trueque ha generado oportunidades de otros espacios de trabajo para un grupo de productores/as; a continuación se presenta el gráfico que describe lo anterior:

GRÁFICO N°9

Porcentaje de productores que a partir de su participación en la Feria El Trueque han tenido nuevas oportunidades de trabajo. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

El 85% de las y los participantes de la Feria expresaron que desde su participación en este espacio se les han generado nuevas oportunidades de trabajo, mientras que para un 15% no. Es muy importante resaltar que para una gran mayoría de personas su participación en la Feria de alguna manera les ha generado espacios donde se vinculan con otras personas y generan redes, de ahí que surjan nuevas oportunidades de trabajo que les permiten de algún ingreso adicional, además de satisfacción y motivación por lo que hacen.

A continuación se presenta un cuadro resumen sobre las oportunidades laborales que se han generado:

CUADRO N°20

Medios de generación de ingresos generados a partir de la participación en El Trueque, según sus productores. Año 2011.

<ul style="list-style-type: none"> • Oportunidad de vender en la Feria artesanías y ropa de Perú. • Visitas de las y los consumidores a las fincas por las que se cobra un monto por la visita y la comida. • Trabajos especiales en otras fincas o con instituciones interesadas en tener huertas orgánicas. • Creación de emprendimientos para la venta de productos procesados orgánicos, impulsado por la experiencia y desarrollo de capacidades al participar en El Trueque. • Vinculación con las y los consumidores generando contactos y redes que en ocasiones los han sugerido para charlas, capacitaciones, creación de huertas, producción de ciertos productos. • Se abrieron nuevos mercados para comercializar los productos orgánicos que se vendían en la Feria. • Al tener un campo ferial consolidado con un grupo sostenido de consumidores lograron diversificar sus productos, lo que a largo plazo generó nuevos mercados para estos productos. • Contactos para vender el producto en restaurantes de comida vegetariana y orgánica. • Al lograr colocar sus productos artesanales e importados en la Feria, crecieron y actualmente tienen tiendas. • Oportunidades en las Universidades, para dar charlas y programas. • Se han podido contactar con más consumidores y personas exclusivas, como una comunidad específica de personas que solo consumen orgánico. • Oportunidades de participar en otros espacios y ser expositores en diversos congresos y lugares.
--

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Como se ha mencionado, gracias a la participación en la Feria El Trueque algunos agricultores han podido participar en congresos y encuentros internacionales como expositores de sus experiencias como agricultores orgánicos. Entre los países a los que han asistido están Italia, Brasil, Nicaragua y Panamá.

Además de nuevas oportunidades de trabajo, la participación en la Feria también ha generado que productores y productoras se capaciten en distintos temas y aumenten sus conocimientos en agricultura orgánica; estas capacitaciones se han realizado con diversas instituciones como el

Ministerio de Agricultura y Ganadería de Costa Rica, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, y CEDECO.

Algunas de las capacitaciones que se han recibido son:

- Manipulación de Alimentos
- Inocuidad Agroalimentaria
- Nutrición
- Capacitaciones en agricultura orgánica

Se identificaron cuatro participantes de la Feria que intercambian los conocimientos obtenidos de su práctica orgánica y realizan capacitaciones y formaciones a diversas poblaciones. Para uno de estos productores la capacitación desde el agricultor es uno de los mejores aprendizajes; él ha desarrollado una serie de capacidades que ha aprendido desde el intercambio con compañeros/as de la Feria El Trueque y desde su experiencia y que le han permitido dar cursos de agricultura orgánica en su finca, con lo que se encuentra muy satisfecho. Al respecto comenta:

Yo he ido a capacitar gente que ha ido al INA a llevar cursos y que no saben hacer un abono orgánico, o que no saben hacer esto o aquello, yo les digo tienen que ver la diferencia en un profesor y un maestro, una cosa son aulas y otra cosa es una finca, la agricultura se hace de día, entonces no es igual, la agricultura se prostituye, porque entonces las personas quieren ir a clases en el INA gratis y no a la finca de uno y pagar un poquito para un taller de un día y ayudarlo y aprender haciendo. Vieras que yo hago esos cursos básicos de agricultura orgánica y esos cursos básicos míos son prácticos; yo pongo a la gente a cansarse, eso me ha traído oportunidades de que me recomienden con otra gente y eso me ha traído trabajos, huertas en empresas. (Productor 9).

Un aspecto en común que motiva a los agricultores orgánicos es el intercambio de experiencias que tienen frecuentemente con estudiantes y profesionales extranjeros que vienen a Costa Rica a especializarse o realizar sus prácticas educativas. Este contacto no solo les ha generado mayores conocimientos sino también les refuerza positivamente su proyecto orgánico, estimulando la autoestima y seguridad en el trabajo que han realizado y las decisiones productivas que han tomado en sus fincas.

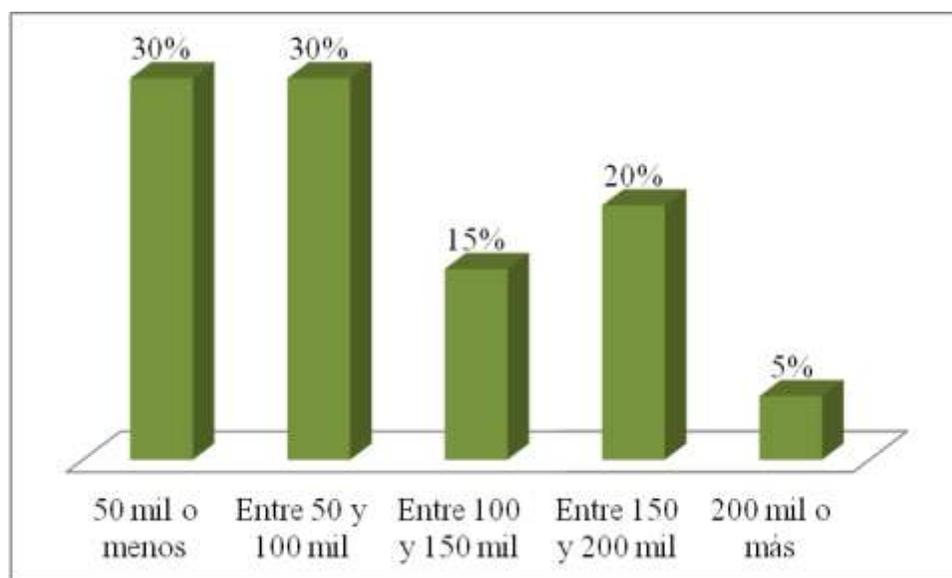
Las oportunidades de capacitación y fuentes diversas de ingresos a partir de la participación en la Feria, así como la generación de nuevos conocimientos por la práctica orgánica, constituyen un mejoramiento de las condiciones educativas y sociales entre las familias participantes de la Feria El Trueque.

b) Sobre los ingresos de las y los participantes de la Feria El Trueque

Los ingresos que cada productor genera por la venta de sus productos es una variable muy importante para analizar su situación económica, aunque como vimos no es la única variable que se contempla en el estudio. A continuación se presenta un gráfico con el nivel de ingresos semanales por ventas de las y los productores.

GRÁFICO N°10

Porcentaje de productores de la Feria El Trueque según sus niveles de ingresos semanales, datos en colones. Año 2011



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Un 60 % de las y los productores de la Feria tienen un ingreso de 100 mil colones o menos semanalmente, mientras que un 20% gana entre 150 y 200 mil colones y un 15% ingresa a la semana entre 100 y 150 mil colones; sólo un 5 % manifestó ganar más de 200 mil colones.

El dato de los ingresos se refiere exclusivamente a los ingresos que perciben por las ventas que realizan en la Feria semanalmente. Dichos montos son ingresos brutos, es decir, no contemplan

los costos de producción y los gastos corrientes de las y los productores y sus familias. Es relevante destacar que según la encuesta realizada los ingresos que se perciben varían según la temporada del año y el producto que se venda.

Al respecto del ingreso se encontraron tres hallazgos relevantes en el análisis de la rentabilidad de la Feria El Trueque:

1. El 80% de las personas que participan de la Feria considera que los ingresos que perciben de su participación no son suficientes para sus necesidades y las de su familia. Un 20% expresó que sí eran suficientes para sus necesidades
2. El ingreso que perciben en El Trueque representa para la mayoría de participantes el ingreso más significativo. Para las familias agricultores orgánicas el ingreso en la Feria es el más importante. Lo anterior es un indicador esencial de sostenibilidad y de una buena rentabilidad.
3. El 95% de los y las participantes de la Feria El Trueque tienen otras fuentes de ingresos, mientras que el 5% se mantiene únicamente con los ingresos que genera en la Feria.

Las actividades que también les generan ingresos son las siguientes:

CUADRO N°21

Otras fuentes de ingresos para las y los productores de la Feria El Trueque, según la naturaleza de su actividad. Año 2011.

Naturaleza de la actividad	Otras fuentes de ingresos
Vendedores de artesanías y productos orgánicos procesados	<ul style="list-style-type: none"> • Tiene otro trabajo tiempo completo y una tienda de productos orgánicos. • Tiene tiendas de productos similares. • En su localidad tiene producción y venta de flores. • Trabaja realizando consultoría y tiene una empresa propia en línea de productos orgánicos procesados.

Naturaleza de la actividad	Otras fuentes de ingresos
Agricultores/as orgánicos	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres, cursos, trabajos privados en huertas. • Se mantiene en parte por una pensión. • Comercializa en su localidad huevos. • Vende tierra abonada. • Venden en supermercados. • Trabaja en la zona norte con productos convencionales. • Hace intermediación con otra Asociación. • Venden también en la Finca. • Participación en otras ferias orgánicas. • Venden sus productos a restaurantes. • Venta de fletes. • Ventas de servicios turísticos con la finca. • Asesorías a diferentes instituciones. • Ingresos de parte de las y los hijos. • Venta de leche y carnes orgánicas en la finca.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Como se observa las y los productores tienen otras fuentes de ingreso. Para quienes cultivan productos -es decir, agricultores- estas otras fuentes se vinculan con la producción de su finca. Como vimos en el acápite de oportunidades laborales existen muchos de estos otros ingresos que están relacionados con trabajos que surgieron a partir de la participación de la Feria, ya sea por contactos, vínculos, redes que se forjaron con consumidores, referencias u otros motivos. Para la mayor parte de los casos las otras fuentes de trabajo no son permanentes, sino que dependen de las temporadas y del contacto y oportunidades con otras redes.

c) **Percepciones sobre la situación económica**

A continuación se presenta un cuadro resumen con las apreciaciones sobre la situación económica que tienen las y los agricultores que participaron en las entrevistas a profundidad. Es importante resaltar que esta apreciación se refuerza en las encuestas realizadas a las y los

participantes de la Feria así como las observaciones hechas por la evaluadora en las visitas a las fincas.

CUADRO N°22

Percepciones sobre la situación económica de las y los productores entrevistados de la Feria El Trueque. Año 2011.

“Tenemos una entrada semanal asegurada que nos aseguran ciertas condiciones permanentes, hay una estabilidad económica en la familia a través de tener un mercado permanente en la feria, y a base de un proyecto como éste.” (Productor 5).

“Todo el mundo [en la familia] gana algo, todos tenemos un ingreso de ahí, yo he pensado no es que uno tenga que hacerse millonaria de las cosas sino para ir avanzando y que todos tengamos una entrada.” (Productora 4).

“Ha sido un proceso bueno porque hemos podido mantener a los chiquillos, creciendo a la par de uno, haciendo el trabajo, produciendo para la feria verdad. Si nos hemos mantenido siempre unidos, porque se produce para la feria y en el campo de lo económico ha ido bien el asunto porque hemos podido tener chance a hacer inversiones, para seguir y mejorar el proyecto, para agrandararlo mejor dicho.” (Productor 8).

“Ahorita en lo económico estamos pasando por una crisis, que para nadie es un secreto, las ventas no han estado como en los años atrás, que se vendía más o le quedaba a uno más ganancia, ahora es que apenas como dicen vulgarmente pellejeando apenas para ir viviendo.” (Productor 7).

“...yo veo que nosotros vivimos bien, no tenemos lujos, porque así es, me da igual andar unas tenis rajadas que unas tenis carísimas ... a nosotros nunca nos falta plata, por lo general llega el fin de semana y por lo menos tenemos para la gasolina, entonces yo digo vivimos, la hija mayor está en un colegio privado bueno ella tiene pensión del papá y el resto se lo damos nosotros, entonces yo veo que no nos va tan mal, yo digo que vivimos bien a comparación de la gente que tiene sus grandes mangales” (Productora 1).

“... yo me quise dedicar a la agricultura porque ya no hay nadie joven, los jóvenes no ven en la agricultura una profesión digna...yo quiero transformar ese mito, me va bien, me da para vivir, tal vez no me gano millones de colones al mes como fulanito que trabaja para una transnacional pero lo que yo no me gano en plata me lo gano en calidad de vida...” (Productor 9).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

La tendencia que se encuentra en la información recopilada tanto en las entrevistas como en las encuestas realizadas a todas y todos los participantes de la Feria así como de las observaciones realizadas en las fincas y hogares de las familias agricultoras, es que la situación económica presenta para la mayoría las siguientes características:

- Estabilidad laboral que actualmente el agricultor convencional no tiene.
- Ingresos suficientes para vivir bien.
- Satisfacción de tener un proyecto propio y en crecimiento.
- Satisfacción de participar en un proyecto colectivo que mejora la calidad de vida de las personas, productores y consumidores.

Para todas las familias agricultoras orgánicas entrevistadas la situación económica ha mejorado desde que participan en el proyecto de la Feria, ya que les ha permitido tener un ingreso estable semanalmente y desarrollar vínculos con personas que les han generado otras fuentes de trabajo.

Un productor se refiere a esto:

El Trueque es lo único que me da de comer, yo solo vendo ahí. Yo en El Trueque empecé ganándome 40 mil colones por semana y ahora me gano 80 0 90 mil...antes de la Feria tenía un trabajo de medio tiempo en una empresa, con un pickup que tengo ahí repartiendo mercadería, y ellos me pagaban clientes y también tenía clientes de café fijo. (Productor 9).

Según el testimonio del Productor 7, él en su puesto también vende productos orgánicos de otros agricultores de su zona, es decir tiene un rol también de proveedor y la Feria también ha tenido un impacto económico para dichas familias, comenta:

El nivel de ingresos de la feria si es importante porque hay varios proveedores, entonces se están beneficiando un montón de familias, no solo yo o mi hijo, sino que hay varias familias que están viendo los logros de la feria, entre más cosas echen más plata reciben, es muy importante, hay proveedores que yo les tengo que dar más de cien mil colones. (Productor 7).

Sobre la situación económica de la Feria, la presidenta de APROCO nos comenta: “Para que [los agricultores] no se hayan ido es que el ingreso es significativo, es lo que yo digo; Mario⁹ es el único ingreso que tiene y él de tener una casita sin piso de madera, ahora ya tienen una casa sin deudas con puros ahorros.”

La situación económica no siempre ha sido estable, y varias familias han tenido que enfrentar momentos difíciles.

Para una productora, un reto muy difícil para ella y su familia fue las dificultades económicas que tuvieron que enfrentar cuando ella se enfermó. Sin embargo, comenta que fueron los ingresos de la Feria El Trueque lo que permitió que le compraran los medicamentos, esta situación se prolongó por tres años: “lo más difícil fue cuando yo me enfermé, cuando me dio un derrame, y la feria sostuvo la enfermedad mía, tenía que sostener el tratamiento que era carísimos, pase dos o tres años enferma...la plata se gastaba en el tratamiento todo lo que se hacía en la feria, fue uno de los tiempos más difíciles” (Productor 4).

Para otros productores los retos que deben de enfrentar tienen que ver con la administración de la finca y los ingresos, en muchas ocasiones los ingresos que se generan de la Feria se utilizan para reinvertir en la finca por lo que no han tenido la oportunidad para invertirlos en bienes como transportes o materiales de construcción para mejorar sus viviendas.

Otro reto que se menciona es con respecto al conocimiento que se debe de tener para que una finca orgánica sea exitosa y sostenible, le llaman un proceso de “prueba y error” que muchos han tenido que pasar para lograr el punto de equilibrio. Un productor comenta al respecto: “no pudimos abarcar todo [los productos que querían] y se nos vino la finca abajo, gracias a dios ya venimos en alzada, yo tengo muchas esperanzas de que todo va bien, ya sé en los errores que no debo caer, ya siento que voy sobre ruedas, la misma finca se abastece sola, da sombra no teníamos sombra y eso fue algo fatal.” (Productor 6).

La agricultura orgánica, al no ocupar agroquímicos, se trabaja en pleno conocimiento de las limitaciones de agua, clima, suelo, según la zona donde se encuentre. Esto representa un reto de aprendizaje para cada agricultor.

⁹ Nombres ficticios.

El costo de trasladarse de un modelo convencional a orgánico es muy significativo, no solo se considera un costo económico sino también de tiempo y de aprendizaje. Una vez superada esta etapa las familias agricultoras se sientan más estables y seguras de sus modelos productivos.

d) Medio ambiente y salud: dos beneficios que mejoran la calidad de vida

Otras variables que se hallaron en el proceso de evaluación y que remiten al mejoramiento de las condiciones de vida desde la percepción de las y los agricultores son la salud y la promoción del ambiente. Como se analizó en la interrogante sobre las dinámicas familiares y productivas, una de las razones principales para ser agricultores/as orgánicos es el equilibrio con el ambiente.

Según la observación realizada en las fincas visitadas y los testimonios de las y los agricultores se puede decir que existe una percepción de tener una vida con mucho más calidad una vez que decidieron ser agricultores orgánicos y que parte de esto se debe a tener una relación de armonía con el ambiente.

Al respecto un productor comenta: “...para mí una es la protección de medio ambiente esa es una de las razones más fuertes porque hemos visto y sentido que el suelo a partir del cuidado se recupera naturalmente y responde muy bien el tema del medio ambiente el otro tema principal es la salud, la salud personal...” (Productor 5).

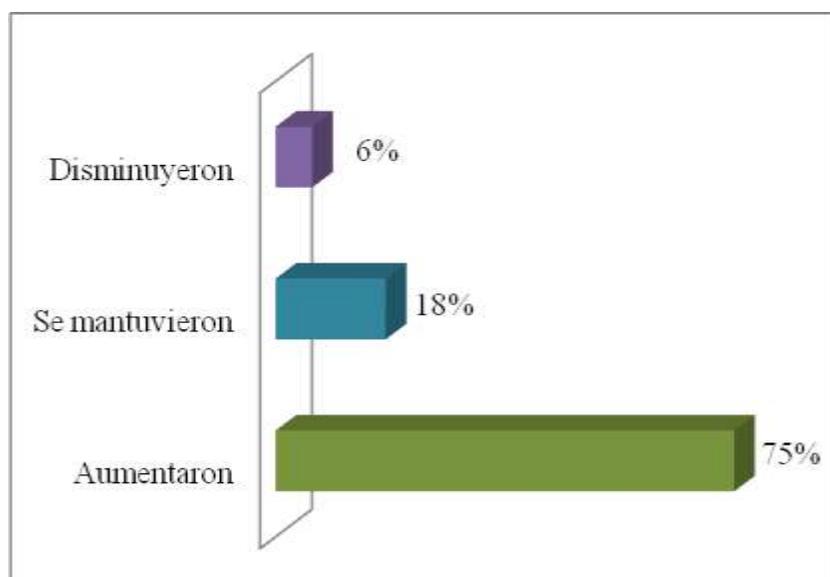
Para la mayoría de familias el ser parte de un proyecto orgánico les cambió su alimentación, no solamente han dejado de consumir productos con agroquímicos, sino también han podido diversificar su dieta al tener mayores ingresos y mayores posibilidades de intercambiar sus productos con agricultores de regiones distintas que cultivan diversos productos. Esto a lo largo de los años ha impactado positivamente la salud de sus familias. Al respecto una productora comenta: “Para nosotros ha sido muy satisfactorio desde que iniciamos, a partir del cuarto año, cuando aquí lo que había era un poquito de arroz, frijoles, y tortilla empezó a ver pastas, frutas, ensaladas, un pedacito de carne, empezamos a mezclar, empezó la dieta a cambiar.” (Productora 12).

e) **La producción de las fincas orgánicas**

Los niveles de producción es una variable que nos acerca al conocimiento sobre el efecto que ha tenido la Feria para sus participantes. Se les consultó si los niveles de su producción han aumentado o no desde que participan en la Feria, a continuación se presentan los resultados:

GRÁFICO N°11

Porcentaje de productores según niveles de su producción a partir de la participación en la Feria El Trueque. Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Para el 76% de las y los agricultores sus niveles de producción han aumentado a partir de que participan de la Feria, para un 18% se mantuvieron mientras que para un 6% han disminuido.

La Feria al ser un mercado donde productores y consumidores intercambian sus productos y se forman vínculos, ha fomentado la diversificación de los productos de las fincas y ha incentivado que las y los agricultores generen formas de sembrar y estrategias para producir una mayor variedad de productos.

En cuanto a los ingresos, se considera que una ventaja de producir orgánicamente es que pueden costear a un precio más alto que los productos convencionales y al participar en una feria

exclusiva el consumidor generalmente lo paga ya que se encuentran conscientes de los retos de las prácticas productivas orgánicas. Para la mayoría de familias agricultores entrevistadas las condiciones de producción han mejorado desde la participación en la Feria, porque ha habido muy buena aceptación del producto y ha crecido la demanda lo que les ha permitido aumentar la producción y generar mayores ingresos y empleo para todos los miembros de la familia.

f) La Feria motor de emprendimientos

Uno de las categorías de análisis que surgieron en el proceso de investigación en el campo, como producto de un acercamiento cualitativo hacia la realidad de las y los agricultores fue la promoción de emprendimientos. Al realizar las entrevistas a profundidad surgió un hallazgo muy interesante: la Feria El Trueque, además de ser una plataforma de intercambio comercial que permite unas ciertas condiciones de vida para sus participantes, ha promovido durante años la formación de emprendimientos individuales; ya sea por los vínculos que se forman con otros agricultores, los aprendizajes compartidos o las posibilidades de iniciativas con las y los consumidores. Un productor nos relata cómo se iniciaron nuevos proyectos para él a partir de la participación en la Feria El Trueque:

Para mí ir a vender ahí era como estar integrado en un núcleo que respiraba mi mismo aire, al mismo tiempo se me abrían las puertas para nuevos negocios, porque la Feria El Trueque me dio la oportunidad de hacer algo de negocios con los tours y visitas; me ha traído contactos con otras organizaciones como el Programa de Estudios Latinoamericanos, como la Universidad Global College, y que tiene sede en Costa Rica; ellos traen gringos a experiencias de trabajo de una o dos semanas. Me han venido también, por ejemplo, negocios como capacitaciones, talleres, elaboraciones de huertas en lugares privados, y ese tipo de cosas. (Productor 9).

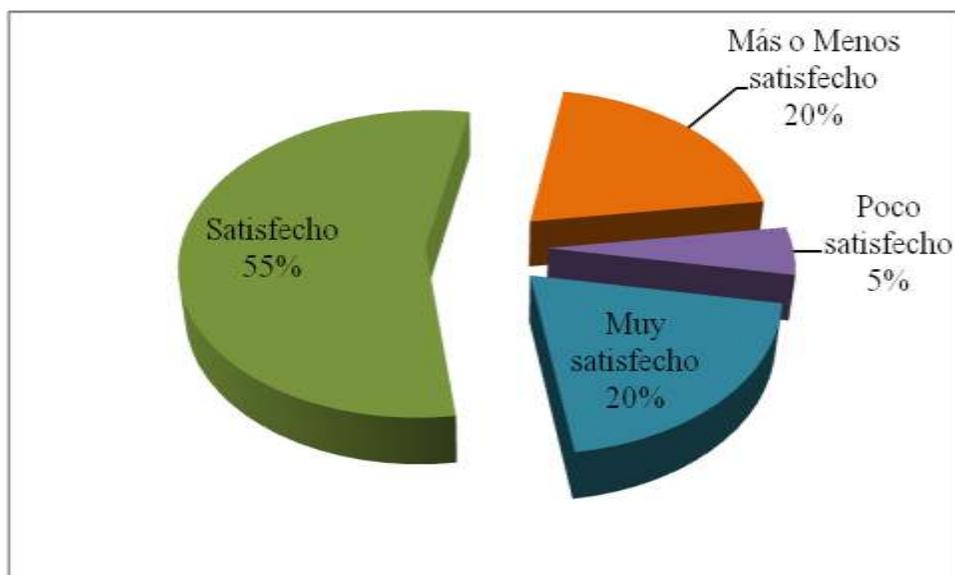
Para otro participante, estando en la Feria y observando la relación con el consumidor y la buena acogida y demanda que tienen los productos orgánicos empezó a gestar para la idea de abrir un restaurante orgánico en la zona donde vive, donde se consuman productos de su finca y espera lograrlo asegurándose los ingresos semanales para su familia.

La demanda y el vínculo que se ha desarrollado con los consumidores así como la generación de nuevos conocimientos y capacidades ha motivado a que varios agricultores conviertan sus fincas en un proyecto de emprendimiento eco turístico, donde se realicen giras informadas para promover la agricultura orgánica. Para una de las familias agricultoras orgánicas, esta iniciativa les permitió ganar en el año 2011 un reconocimiento por parte de una entidad financiera otorgándole el premio “Mejor Proyecto Amigable con el Medio Ambiente” así como 2 600 dólares en efectivo.

g) Satisfacción y proyectos de vida

Según la encuesta realizada a las y los productores de la Feria, la mayor parte de las personas dicen estar satisfechas con este espacio. A continuación se presentan los porcentajes obtenidos:

GRÁFICO N°12
Porcentaje de productores según su nivel de satisfacción con la Feria El Trueque.
Año 2011.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

El 55% de las personas participantes de la Feria se encuentran satisfechos con el proyecto, mientras que un 20% manifestó estar muy satisfecho y otro 20% más o menos satisfecho. Únicamente un 5 % que equivale a una persona consultada manifestó encontrarse poco satisfecho, ya que sus ventas (plantas ornamentales) han bajado mucho en los últimos años y no sabe si podrá continuar.

En el siguiente cuadro, se relaciona el nivel de satisfacción con los ingresos percibidos por la participación en la Feria El Trueque:

CUADRO N°23

Nivel de Satisfacción e Ingresos de las y los participantes de la Feria El Trueque, datos porcentuales. Año 2011.

Nivel de satisfacción	Ingresos en colones que reciben a partir de la participación en la Feria El Trueque				
	50 mil o menos	Entre 50 mil y 100 mil	Entre 100 mil y 150 mil	Entre 150 mil y 200 mil	200 mil o más
Muy satisfecho	5%	10%	5%	-	-
Satisfecho	15%	15%	5%	20%	-
Más o Menos satisfecho	5%	5%	5%	-	5%
Poco satisfecho	5%	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Como se presenta en el cuadro anterior, se puede observar que no existe una relación directa entre el nivel de satisfacción y los ingresos que se perciben. El 20% de las personas que mencionaron estar muy satisfechas con la Feria El Trueque no tienen los ingresos más altos; mientras que el 55% que manifestó estar satisfechas tienen ingresos muy diversos, desde el nivel más bajo al medio alto. Se puede analizar que no existe una relación directa entre el nivel de satisfacción con El Trueque por el nivel de ingresos que genera, es decir, el ingreso económico no es una variable determinante en el nivel de satisfacción que tienen las y los productores de la Feria.

A pesar de que todas y todos los integrantes de la Feria resaltan aspectos que se deben de mejorar de la Feria para que siga siendo un proyectos sostenible, la mayoría se encuentra en alguna medida satisfecha y quieren seguir participando del proyecto.

El 90% manifestó que seguirá participando de la Feria, mientras que un 5% mencionó que dependía si mejoraban las ventas en los próximos meses y el otro 5% comentó que no iba a continuar participando del espacio.

Algunas de las razones para continuar participando de la Feria El Trueque, hacen alusión al compromiso generado con los consumidores, al buen ambiente entre agricultores y a niveles buenos de venta.

Los conocimientos adquiridos así como buenos ingresos económicos son dos razones para estar satisfecho con su proyecto de vida, como lo ilustra el siguiente comentario:

Para mí ha sido muy positivo en el sentido que el rumbo que llevábamos en la agricultura tradicional había llegado al punto final, o buscábamos un trabajo en San José y nos íbamos de acá ya no teníamos opciones, unos 10 o 15 años nos duró el volver a recuperar toda esta sabiduría y experiencia acumulada de la agricultura orgánica, de indígenas, siento que dimos un paso muy positivo empezamos a generar mucha confianza, y económicamente súper bien. (Productor 5).

Sobre los proyectos a futuro, se encontraron dos tendencias, un grupo mayoritario que tiene un panorama positivo señalando como expectativas a futuro: una mayor variedad de productos para ofrecer en la Feria El Trueque, un terreno ferial propio, mayores conocimientos y experiencias en la producción orgánica, desarrollos de iniciativas empresariales propias de productos orgánicos y visualizan una población cada vez más consciente de la importancia de este tipo de cultivos.

Otro grupo minoritario, considera que el futuro en el sector de la agricultura orgánica es incierto y muy difícil ya que no se cuenta con apoyo gubernamental ni se tiene claridad sobre el relevo generacional.

La mayoría de participantes de la Feria visualizan que en 10 años se encontrarán en mejores condiciones por la experiencia adquirida, porque tendrán un terreno propio para su campo ferial, con proyectos personales y familiares de emprendimientos en sus fincas y con un consumidor más sensible e informado que podría representar mayores ventas.



Cap. 6: Conclusiones y Recomendaciones



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Interrogante 1: ¿De qué manera el desarrollo organizativo de la Feria El Trueque ha contribuido a crear condiciones de sostenibilidad?

Analizando los resultados obtenidos sobre desarrollo organizativo, la Feria El Trueque tiene las condiciones necesarias para ser un proyecto sostenible, condiciones que le han permitido cumplir doce años de existencia y siete años de ser un proceso autogestionado por sus integrantes. Estas condiciones que dotan de sostenibilidad a este emprendimiento colectivo son las siguientes:

1. Las relaciones solidarias con las y los consumidores que permiten mantener los precios y una demanda estable semanal de productos, se dan relaciones de amistad entre productores y consumidores que generan confianza en el producto a pesar de que no todos los participantes cuenten con una certificación formal orgánica.
2. El sentido de pertenencia de grupo, la Feria es vista como un proyecto colectivo en el que todos forman parte. Estos vínculos generados dentro de la Feria son fuertes y van más allá de un espacio de intercambio económico. La iniciativa de la Feria El Trueque es vista por las y los productores como un proyecto de vida, donde se forman lazos de amistad y de compañerismo; una comunidad, una “familia” -retomando las palabras de ellos(as)-, que comparten valores y retos en común por su opción a favor del trabajo en la agricultura y producción orgánica.
3. El desarrollo de capacidades a lo largo de los años por el intercambio de conocimientos entre agricultores, las experiencias con las fincas orgánicas y la posibilidad de asistir a cursos, talleres, conferencias, a nivel nacional e internacional.
4. La gestión realizada por un grupo de líderes que se han encargado de la organización y administración del campus ferial, desde el retiro de las organizaciones que apoyaban financieramente y logísticamente la iniciativa.
5. La conformación de un grupo de consumidores fieles, informados, que han apoyado desde el inicio. Los vínculos formados entre consumidores y productores han hecho

de El Trueque una experiencia muy distinta a otros campos feriales. La satisfacción y el sentido de solidaridad que las y los consumidores sienten por la Feria es un aspecto que ha permitido la sostenibilidad. Al compartir valores e intereses las y los consumidores de la Feria establecen con este espacio más que una simple relación de transacción comercial; la Feria es utilizada también como un espacio de tertulia y de entretenimiento familiar.

6. Valores en común. Su historia y desarrollo demuestran que ésta surge como una necesidad colectiva que conlleva a productoras y productores de diversas zonas del país a agruparse y organizarse para reunirse cada sábado en una feria exclusiva de productos orgánicos.

Sin embargo, la Feria enfrenta una serie de retos y de aspectos a mejorar que deben ser atendidos, de lo contrario se resquebrajará la sostenibilidad y los beneficios que ha venido generando a sus participantes. Desde la perspectiva de la Feria El Trueque como una empresa, es decir, como una iniciativa que se basa en realizar actividades económicas en un mercado regido por la oferta y la demanda, su desarrollo es aún incipiente, aunque ha mejorado y se están realizando acciones para fortalecer dichas capacidades.

Los retos que se señalan del proceso evaluativo son los siguientes:

- a) El traslado del modelo organizativo financiado al autogestionario ha supuesto varios retos. Uno de ellos es la centralización de la toma de decisiones, las cuales están sujetas al liderazgo de pocas personas. Por la misma dinámica de la Feria la mayoría de familias participantes se concentran en las actividades productivas y no cuentan con el tiempo necesario para invertir en gestión y administración.
- b) Sobre la base de los hallazgos recopilados se puede decir que las capacidades organizativas de las y los productores han ido creciendo; sin embargo existía una fuerte dependencia de CEDECO al momento del retiro de su apoyo, lo que originó dificultades para que la Feria como empresa se proyectase y creciera. En la parte organizativa aunque surgen liderazgos importantes dentro de la Feria los cuales ingresan en puestos de la Junta Directiva de APROCO, la toma de decisiones se concentra en este grupo reducido de participantes.

- c) Mejorar la planificación organizacional, en especial en lo referente al tema de mercadeo y ventas:
- a. En cuanto a la promoción y divulgación, para los productores es indispensable que se realicen mayores esfuerzos para dar a conocer la Feria, ya que perciben que el número de consumidores no ha aumentado en los años pasados y siempre son los mismos. Para las y los consumidores la Feria debe de fortalecer la promoción y difundir información en el campo ferial sobre los beneficios de la agricultura orgánica así como temas relacionados con la salud y el ambiente.
 - b. En lo referente a ventas, las y los consumidores subrayan la importancia de tener una mayor variedad y cantidad de productos. Algunos enfatizan en los precios altos, aunque el porcentaje de consumidores disconforme con este aspecto es minoría. Para los productores es necesario aumentar las ventas ya que cuentan con la capacidad para producir más; de ahí la importancia de promocionar la Feria y darla a conocer para aumentar la cantidad de consumidores. Formalizar los procesos de certificación orgánica y hacer visible en cada puesto tanto el precio como la condición de certificación de sus productos (naturales, orgánicos, o en transición).
- d) Una vez que CEDECO se retiró, apareció un reto importante para la gestión de APROCO: la búsqueda de medios para fortalecer la Feria. Mucho de esto se debe a que las y los integrantes de las juntas directivas también son productores que no pueden descuidar sus actividades productivas, las cuales para muchos son su principal sustento económico.
- e) Se observó que los acuerdos que se dan en las asambleas ordinarias y extraordinarias no se formalizan y muy pocas veces se les da seguimiento, lo que genera confusión y un proceso lento para gestionar los cambios solicitados. Este es el caso de la certificación, la visibilidad de los precios en los puestos, la recopilación de información sobre las ventas semanales y las condiciones para que un nuevo productor ingrese a la Feria.
- f) No hay una formalización de los procesos financieros y contables y no se cuentan con datos actuales sobre el nivel de ventas, consumidores y precios. Los precios se fijan por

el intercambio de información entre productores, y no se sigue ninguna regla ni sistema establecido. Esto provoca en algunas ocasiones disconformidades en algunos productores y poca transparencia, para otros.

Actualmente la Junta Directiva está realizando acciones para formalizar un poco sus procesos dentro de la Feria, como por ejemplo la recopilación de información sobre las ventas y los productos que se ofrecen. Se encuentra además gestionando el pago de un puesto de administración. Recientemente se han comprado toldos nuevos que mejoran la imagen y funcionalidad de la Feria y se han realizando diversos esfuerzos para mantener un estado adecuado del terreno donde opera el campo ferial.

El desarrollo organizativo de la Feria ha creado condiciones de sostenibilidad y ha permitido que la Feria se mantenga por doce años, sin embargo se deben de mejorar muchos aspectos sobre todo los relacionados con la Feria vista como empresa, como una iniciativa económica; deben potenciarse sus procesos de búsqueda de financiamiento y vínculos estratégicos, promoción y divulgación e inserción en el mercado.

En el siguiente cuadro se resumen las fortalezas y los retos de la Feria El Trueque, desde sus dos pilares, la feria como una organización social y como empresa:

CUADRO N°24
Fortalezas y Retos de la Feria El Trueque. Año 2011.

Organización	Empresa
Fortalezas	
<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos y valores comunes. • Cohesión grupal. • Solidaridad. • Sostenibilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vínculos fuertes con el consumidor/a. • Se están realizando acciones para mejorar los procesos administrativos. • Satisfacción de las y los consumidores • Fidelidad de parte de las y los consumidores.
Retos	
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar el modelo autogestionario. • Promover liderazgos y empoderamiento de todo/as los/as integrantes de la Feria. • Promover la confianza y las buenas relaciones entre el grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los procesos de planificación y administración. • Mejorar las Ventas: equilibrio entre la oferta y la demanda. • Mejorar la infraestructura. • Mayor promoción y divulgación de la Feria.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recolectados.

Interrogante 2. ¿Cómo la participación en la Feria El Trueque ha incidido en las dinámicas productivas y familiares de las y los productores orgánicos?

Las dinámicas productivas y familiares de las y los participantes de la Feria han tenido cambios significativos desde que participan en este espacio.

En cuanto a dinámicas productivas el traslado de una producción convencional a orgánica modificó prácticas de trabajo con la tierra, y la participación en el proyecto de la Feria generó las condiciones de comercialización propicias, para hacer de su decisión de traslado de modelo un proyecto exitoso.

Según los hallazgos obtenidos se destacan dos procesos diferentes de cambio en las formas de producir de las y los productores de la Feria El Trueque. El primero, se caracteriza por el hecho de que el traslado de una producción convencional a una orgánica se realiza antes de participar en la Feria, y es este traslado seguido de un proceso de acompañamiento, apoyo y fortalecimiento de capacidades por parte de CEDECO, que da como fruto que las y los agricultores se organizaran en una feria exclusiva y formaran lo que es hoy la Feria El Trueque. Es a partir de contar con este espacio para la comercialización de los productos, que se consolida su producción orgánica y se diversifican los productos. Estos productores se reconocen entre ellos como parte del grupo de fundadores de la Feria y tienen un vínculo fuerte con la Feria como su proyecto de vida, el cual les ha garantizado ciertas condiciones de vida a ellos(as) y sus familias a lo largo de 12 años.

El segundo proceso de transformación que se identificó, se da en otro grupo de productores, los cuales empiezan su participación en la Feria de manera indirecta y es a partir de que encuentran este espacio que optan por vender y/o producir productos alternativos y orgánicos. Este grupo de productores tiene menos años de participar en este espacio que el primero; durante estos años la Feria ha permitido que sus productos se comercialicen de manera exitosa y han generado vínculos de amistad así como de pertenencia fuertes con las y los participantes y el proyecto de El Trueque.

Este cambio de modelo productivo no se reduce a un cambio en la manera de cultivar, sino que viene acompañado por convicciones y significados de lo que es y representa para ellos y ellas la

agricultura orgánica. Al incorporarse en un proyecto colectivo como la Feria estas representaciones y visiones de mundo son compartidas y reforzadas.

La transformación productiva de cultivar orgánicamente implicó muchos retos sociales y económicos para estas familias, ya que en muchas ocasiones tuvieron que romper con la tradición familiar de producir de manera convencional y de producir ciertos productos que históricamente las familias no habían producido. Dentro de sus comunidades el proyecto orgánico fue percibido como una decisión riesgosa, sin embargo, con los años se logró demostrar una sostenibilidad y crecimiento de la finca, lo cual genera en la actualidad satisfacción en sus productores y va generando interés en las redes comunitarias por el proyecto orgánico.

Dentro de esta visión de mundo y significados que otorgan a su práctica productiva, se definen razones en común para elegir la práctica orgánica como un proyecto de vida: la calidad de vida que esta actividad les genera, el convencimiento por la agricultura orgánica, la relación que se forma con el medio ambiente y la retribución económica recibida por sus productos. Los daños causados en la salud por los agroquímicos y la búsqueda por obtener una mayor calidad de vida fueron los aspectos que más pesaron en la decisión de producir orgánicamente. La razón fundamental por la que se realiza el cambio de producción es la salud que ofrecen para sus consumidores así como los beneficios para su propia salud y el de toda la familia.

De esta manera, la agricultura orgánica se representa para este grupo de personas, más que una actividad productiva laboral, una filosofía de vida que determina valores, visiones de mundo y actitudes específicas con su entorno humano y natural.

Es por medio de la participación en la Feria El Trueque, las y los productores se encuentran satisfechos con su proyecto productivo que según su percepción es también un proyecto familiar y de vida sostenible.

Parte de los vínculos que unen al grupo de productores/as de la Feria es su reconocimiento como proyectos productivos alternativos, que se separan de lo ordinario y que esto representa una serie de retos compartidos, como el reconocimiento por parte del gobierno y de las personas de la agricultura orgánica como un sistema de producción sostenible, rentable y beneficioso y como una alternativa de desarrollo sostenible.

Con respecto a las dinámicas familiares, la Feria El Trueque ha incidido de diversas maneras. Con el cambio de producción y el sostenimiento del proyecto por parte de la Feria, se ha dado una reorganización de la cotidianeidad de las familias agricultoras consultadas, se da una mayor participación de los integrantes de las familias en las labores de comercialización en El Trueque. La participación de las y los integrantes de las familias en las labores productivas se vuelve indispensable para el sostenimiento de la actividad. La Feria ha logrado generar la colaboración no solo del productor/a sino también la colaboración de toda la familia, reafirmando como proyecto colectivo.

La integración familiar a partir de las tareas, labores y responsabilidades asumidas para participar en El Trueque es un elemento en común; además de los hijos e hijas, se ven también involucradas las parejas de éstos, hermanos, padres, y familiares cercanos.

La mujer asume un rol importante en las actividades productivas y de comercialización, aunque no participe directamente en el trabajo con la tierra, papel que asume el hombre en la mayoría de casos, se involucra con el empaquetamiento, gestión, venta y participación en el campo ferial. Para ellas El Trueque también ha representado la oportunidad de producir y vender alimentos procesados con lo que obtienen de sus fincas, generándose un ingreso significativo y contribuyendo a su autoestima y empoderamiento en la toma de decisiones a lo interno del hogar y de la Feria.

Otro efecto relevante de la participación en la Feria en el interior de las familias es la generación de nuevas oportunidades para ellos y ellas; la Feria ha sido un motor de emprendimientos familiares e individuales. Desde convertir sus fincas en proyectos eco turísticos, emprender en la venta de productos orgánicos procesados, aprovechar el espacio de la Feria para vender artesanías, dar charlas y capacitaciones sobre agricultura orgánica y construir para el sector privado y público huertas orgánicas.

Existe un reto grande que las familias de El Trueque deben de enfrentar en el mediano plazo, que es el relevo generacional de su actividad. Es interesante analizar que si bien existe mucha participación familiar en el proyecto de la Feria, las y los hijos de muchos productores han optado por otro tipo de profesiones u oficios, lo que representa un reto generacional para el sostenimiento de la Feria.

Debido a la crisis del modelo de agricultura industrializada, el reto del relevo generacional en las sociedades rurales se vuelve más problemático en todo el sector de la agricultura. Martínez (2005) comenta que esta crisis “no es un simple resultado de malas prácticas en el manejo de tierras, sino, que es todo el resultado de un estilo o modo de vida hegemónico que se impone” (p.64). Es así como la agricultura industrializada se refleja en la organización económica a cargo de transnacionales, normas, valores, conductas que solo han beneficiado a los grandes agricultores, pero que ha sumido en la pobreza y degradado los ingresos de los pequeños agricultores destruyendo las economías locales. En este panorama es muy difícil concebir un relevo generacional, los jóvenes migran a las ciudades en busca de mejores oportunidades ya que no visualizan una estabilidad futura en el campo.

El relevo generacional en el sector de lo agro es un reto de dimensiones mundiales, las y los jóvenes relacionan una vida rural con la falta de oportunidades de desarrollo. En la agricultura orgánica, igualmente, es un reto quebrar con esta concepción que es reforzada por la realidad del mundo rural actual. En la Feria El Trueque, es interesante analizar que si bien las y los agricultores tienen una representación de la agricultura orgánica que se concreta en una filosofía de vida, un convencimiento por su labor y una alta satisfacción por su proyecto como productores orgánicos, no en todo los casos esto se traduce como un deseo para traspasar estos valores a sus hijos e hijas.

Se encontraron dos tendencias al respecto, un grupo de agricultores que han educado a sus hijos para que hereden el proyecto orgánico, traspasando sus conocimientos y experiencias desde temprano. Y otro grupo de agricultores que desean que sus hijos e hijas finalicen sus estudios e ingresen a alguna universidad a estudiar una carrera profesional. Para este grupo de agricultores las condiciones de vida que les ha permitido tener el proyecto orgánico y la participación en El Trueque, les ha permitido darles a sus hijos educación y oportunidades que ellos no tuvieron.

La apropiación del proyecto de finca orgánica y el proyecto colectivo de la Feria El Trueque por parte de las y los hijos de las familias agricultoras es importante para el relevo generacional. Por otro lado, se analiza que surge una contradicción en algunas familias, que manifiestan tener condiciones de vida bastante satisfactorias sin embargo no visualizan para sus hijos e hijas un proyecto de vida rural.

En resumen, la participación en la Feria ha traído efectos en las dinámicas familiares y productivas, se destacan una mayor participación de las y los integrantes de éstas en la producción y comercialización, la promoción de emprendimientos familiares e individuales y el empoderamiento tanto de hombres como mujeres al concretarse de manera exitosa sus proyectos como productores orgánicos.

Interrogante 3. ¿En qué medida la participación en la Feria El Trueque ha afectado las condiciones socio-económicas de sus participantes, desde la percepción de ellos(as)?

Las condiciones socio-económicas de los participantes de la Feria El Trueque han mejorado producto de su participación en este espacio. En sus doce años de existencia la Feria ha incidido positivamente en una serie de aspectos que han contribuido a mejorar las condiciones de vida de sus participantes.

El nivel de incidencia varía según la actividad del productor, los años de participar en el espacio y las características particulares y contextos específicos de cada familia, sin embargo, se encontraron en común varios aspectos que generan la autorrealización y la satisfacción de las necesidades de éstos. Necesidades que siguiendo a Hickelammert y Mora (2008), van desde las necesidades de subsistencia (salud, alimentación, trabajo, procreación) a necesidades de protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, identidad y libertad. Como lo llaman los autores, se habla de necesidades de subsistencia pero también de necesidades antropológicas: materiales, culturales y espirituales.

Estas variables que permiten mejores condiciones socio-económicas se resumen en los siguientes aspectos:

- La participación en la Feria El Trueque ha generado una serie de nuevas oportunidades de trabajo para una gran mayoría, lo que les ha permitido además de obtener otra fuente de ingresos participar en diversas redes y fortalecer vínculos sociales. Estas oportunidades se han generado a través de las relaciones con los consumidores, que en muchos casos se traducen en nuevas oportunidades de trabajo.
- La generación e intercambio de conocimientos ha sido un aspecto importante que han obtenido por medio de capacitaciones y experiencias en cursos, conferencias, simposios,

talleres a nivel nacional e internacional. Además de los intercambios cotidianos entre productores dentro del campus ferial, desarrollándose procesos de aprendizaje para mejorar las estrategias agroecológicas en sus fincas.

- Salud para la familia, generada por la ausencia de agroquímicos en sus procesos de producción y por las prácticas alimenticias sanas y orgánicas.
- Por medio de la comercialización sostenida en la Feria se han logrado desarrollar emprendimientos ya sea individuales o familiares, dándose procesos de empoderamiento. Se resalta el papel de las mujeres y su participación activa en la Feria.
- La Feria ha incidido también en el proyecto de sus fincas orgánicas, la mayoría ha logrado mejorar y desarrollar sus fincas en el transcurso de los años, aumentando su producción. Este espacio les ha permitido conformarse en un mercado orgánico con una demanda de sus productos sostenible en el tiempo y una red de apoyo que se forma entre los integrantes de la Feria; son factores esenciales para que sus fincas orgánicas sean un proyecto exitoso de agricultura orgánica.
- Ingresos económicos sostenidos que les han permitido en muchos casos la inversión en las fincas y en la mejora de las condiciones de sus hogares.

Sobre los ingresos económicos, se puede analizar que a pesar que el 80% de participantes comentaron que los ingresos que perciben de la Feria no son suficientes para todas sus necesidades y las de su familia, el 75% se encuentra satisfecho o muy satisfecho con la participación en este espacio, señalando otra serie de beneficios que les ha traído a lo largo de los años; beneficios resaltados en párrafos anteriores.

Para la mayoría de las y los participantes la participación en la Feria El Trueque satisface sus necesidades. A pesar de que el dato de sus ingresos no les parece suficiente, este no es determinante en su percepción de satisfacción con el proyecto. La calidad de vida que ellos perciben tener por participar en este proyecto no depende únicamente de su situación económica; para éstas personas ser parte de un grupo de productores orgánicos que comparten los mismos retos, valores y visiones es para la mayoría un valor fundamental que genera redes de apoyo importantes así como la satisfacción de sus deseos y necesidades.

Para hacer sostenible la satisfacción y autorrealización de las condiciones socio-económicas que las y los participantes de la Feria expresan es fundamental retomar las conclusiones generadas en el análisis del desarrollo organizativo y de las dinámicas familiares y productivas.

Algunas consideraciones finales:

Retomando a Razeto (1990a) y con base a los hallazgos encontrados, enfatizamos que las organizaciones como la Feria el Trueque además de propiciar algún tipo de acumulación de capital para realizar inversiones que mejoren su productividad, deben de promover en sus participantes el desarrollo de valores, capacidades, conocimientos, “energías creadoras” como las llama el autor.

Es así como se deben de mejorar las capacidades de gestión, capacitación, intercambio de experiencias, promoción y una mayor capitalización de los ingresos de APROCO para obtener ciertos recursos indispensables como un terreno propio, que consolide las iniciativas y proyectos familiares y colectivos de las y los productores.

El Trueque ha logrado mantenerse durante 12 años siendo un punto de referencia importante en la comercialización de productos orgánicos en el país. Sin embargo, esta iniciativa debe de mejorar los factores señalados de otra manera el nivel de ingresos y las condiciones de vida que ha propiciado durante este tiempo podrían disminuir.

La consolidación como una asociación autogestionaria, la planificación organizacional y la promoción deben de fortalecerse y crecer para que la Feria pueda hacerle frente a los requerimientos sociales y económicos de sus participantes en el futuro.

Otro aspecto importante de tomar en cuenta cuando se habla de la sostenibilidad de un emprendimiento como El Trueque es su contexto, social y político. El desarrollo y consolidación de los mercados locales orgánicos debe de promoverse desde dos espacios: el espacio de la sociedad civil y el espacio gubernamental.

En Costa Rica todavía es un reto la articulación de las diferentes iniciativas que apoyan el desarrollo de un modelo agroecológico y alternativo, las diversas organizaciones y asociaciones deben de promover cadenas de comercialización solidaria y estrategias de acompañamiento que promuevan prácticas entre consumidores y agricultores sostenibles. Por otro lado, el gobierno es

un pilar fundamental para la formulación de regulaciones que promocionen este sector. Sobre esto, en los últimos años en el país se han promovido una serie de Leyes y Reglamentos¹⁰ para la promoción de la agricultura orgánica, sin embargo, todavía son pocos los estímulos hacia el sector, entre ellos acciones para sensibilizar a las poblaciones sobre el consumo orgánico.

En este sentido, la administración de la Feria El Trueque debe de propiciar mayores redes de apoyo con estos sectores, se deben de estimular las relaciones y formas de cooperación tanto con el Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense (MAOCO) y organizaciones de la sociedad civil como con el Gobierno, aprovechando un contexto centroamericano de auge y promoción del sector orgánico.

En general, retomando el objetivo del presente proceso evaluativo y desde una perspectiva de la Feria El Trueque como una organización de la economía social, se puede decir que, para las y los participantes la Feria como un emprendimiento colectivo ha incidido positivamente en las condiciones de vida de éstos; en tanto les ha asegurado además de un espacio para el intercambio de sus productos generando ingresos sostenidos, el desarrollo de relaciones sociales y vínculos solidarios entre ellos y con consumidores, el desarrollo de capacidades y la generación e intercambio de conocimientos, variables con las que cuentan actualmente para enfrentar nuevas necesidades y retos en el futuro.

¹⁰ Descritos en el apartado de Contexto, acápite: La Agricultura Orgánica en Costa Rica.

Recomendaciones

La Feria El Trueque ha sido una iniciativa sostenible y exitosa, logrando una serie de condiciones de vida satisfactorias para sus participantes. En mayo del presente año se cumplen 13 años desde que inició. En todo ese tiempo la Feria ha tenido que enfrentar retos y dificultades, sin embargo ha podido sostenerse y mantener una clientela estable de consumidores, se han desarrollado vínculos solidarios con éstos y entre las familias, garantizando un sentido de pertenencia y cohesión grupal necesaria para la consolidación del proyecto.

Las recomendaciones que se realizan en este acápite se formularon desde el análisis de los hallazgos encontrados y hacen referencia a recomendaciones que durante todo el proceso evaluativo externaron productores como consumidores de la Feria El Trueque y a los juicios valorativos de la evaluadora.

Estas recomendaciones van dirigidas a APROCO: Junta Directiva y a todas y todos los integrantes de la Feria. Consideramos que deben de implementarse en el marco de un proceso participativo y de consulta, en donde se propicie la discusión de las mismas y el análisis crítico de éstas por medio de la reflexión colectiva de las y los participantes de la Feria. Las recomendaciones son una guía de acción que tienen como objetivo promover transformaciones positivas para el desarrollo y la sostenibilidad de la Feria El Trueque.

Sobre el desarrollo organizativo:

- Es necesario que la Feria El Trueque desarrolle más su autogestión y autonomía, ya que de otra manera su sostenibilidad y crecimiento dependerá en el futuro de la regularidad con la que puedan obtener financiamiento o ayuda de otras organizaciones generando mayor vulnerabilidad ante cualquier situación externa o interna que se dé.
- Es relevante que se dé un proceso de fortalecimiento de la organización, que permita desarrollar capacidades para la gestión en las y los asociados de la Feria El Trueque, de otra manera es muy poco probable que la Feria se consolide como un proyecto autogestionario.
- Actualmente aunque se dan mecanismos democráticos para la toma de decisiones, como las asambleas ordinarias, extraordinarias y las votaciones, el liderazgo y las iniciativas

organizacionales se concentran en pocas personas. Es por esto que es recomendable promover el empoderamiento de las y los asociados, para que éstos incrementen su interés, autoestima y poder sobre la Feria El Trueque, posibilitando una toma de acciones mucho más informada y adquiriendo mayores responsabilidades como integrantes de un emprendimiento autogestionario.

- Las y los productores deben fortalecer su capacidad gerencial en dos vías: para la administración de sus fincas y de la oferta de sus productos y para la toma de decisiones y desarrollo de la Feria como organización, generando un mayor sistema de alianzas y redes entre ellos.
- Como se analizó a partir de los hallazgos un beneficio de participar en la Feria es la generación y desarrollo de conocimientos, se recomienda explotar más esta ventaja y crear espacios para el intercambio de conocimientos entre las y los agricultores, aprovechando el conocimiento que tienen y compartiéndolo con los demás para mejorar sus prácticas productivas. Estos espacios también se pueden ampliar para la participación de consumidores interesados en aprender y conocer sobre la agricultura orgánica, fortaleciendo a la vez las relaciones sociales y los niveles de confianza hacia los productos orgánicos.
- Se pueden promover cursos, talleres, capacitaciones para las y los consumidores en el mismo espacio ferial, cobrando una cuota que permita además un ingreso adicional para la Feria. Es importante resaltar que se detectó el interés de muchos productores por guiar procesos educativos.
- La Junta Directiva debe continuar promoviendo y creando más espacios de integración social, entre todas y todos los participantes de la Feria. Como lo recomienda Martha Polo (2006) la consolidación de los emprendimientos permiten la posibilidad de avanzar en el proyecto de vida de sus participantes y que se articulen en un proyecto grupal en la organización, mucho más consolidado, para enfrentar los retos internos y externos.

Sobre los procesos de planificación y fortalecimiento organizacional:

- Como se expuso en las conclusiones la administración de la Feria es todavía incipiente, actualmente se están realizando acciones desde la Junta Directiva para formalizar algunos procesos. Es esencial que la Feria cuente con información clave para la toma de decisiones como es conocer su oferta y demanda, para ello se recomienda recopilar información sistemática todos los sábados sobre la oferta de productos por puesto, los precios, los ingresos y las ventas que se realizan. Junto a esto se deben de llevar al día la contabilidad y los estados financieros de la Feria, esta información debe de comunicarse cada periodo de tiempo determinado a todas y todos los participantes de la Feria ya que se deben de mejorar los procesos de transparencia e información.
- Para que la Feria El Trueque siga siendo una iniciativa sostenible, debe de ir mejorando los aspectos que las y los participantes señalaron con el fin de lograr una mayor satisfacción y cumplimiento de sus objetivos. Actualmente un reto que deben de enfrentar es llegar a un equilibrio entre la demanda y la oferta. Para muchos puestos actuales la oferta es mayor que la demanda de productos originando que en muchas ocasiones no se venda todo lo que se produce. Por otro lado para las y los consumidores una debilidad de la Feria es la poca variedad de los productos, que se podría resolver con la participación de un mayor número de agricultores de diversas zonas del país.
- Se recomienda analizar que la incorporación de nuevos productores puede significar un aumento en la variedad de los productos que se ofrecen lo que puede implicar en algunos casos una disminución de los ingresos que los productores reciben, ya que el consumidor tiene más opciones para distribuir su capital. Por otro lado la incorporación de nuevos participantes aporta sostenibilidad al proyecto en cuanto éstos traen consigo experiencias y pueden aportar al colectivo ideas, valores y cualidades diferentes.
- Una de las recomendaciones que externaron las y los productores es la creación de un puesto administrativo dentro de la Feria, es decir una persona encargada de la gestión y administración de la Feria ya que como se ha analizado, existen muchos aspectos por mejorar en este ámbito y por la falta de tiempo disponible de las y los productores no se ha podido avanzar.

- Según el análisis de los hallazgos se recomienda la creación de este puesto, sin embargo no se debe priorizar este en detrimento del desarrollo de capacidades de gestión y empoderamiento por parte de todos sus participantes; la toma de decisiones debe ser un proceso democrático y la operacionalización de éstas decisiones sería la labor de la administración.
- El puesto administrativo debe ser asignado a una persona con conocimientos administrativos o gestionar la capacitación adecuada a la persona asignada. Algunas de las funciones que se recomiendan para el puesto administrativo son las siguientes:
 - Recopilación sistemática de la información sobre los productos y las ventas. A partir de ésta realizar un análisis sobre la demanda y la oferta actual de la feria y proyectar escenarios para la búsqueda de un equilibrio sostenible.
 - Formalizar los estados financieros y contables de la Feria.
 - Reestructurar y desarrollar mecanismos formales para el control de precios y la incorporación de nuevos integrantes a la Feria, de manera participativa, es decir incorporando las opiniones y perspectivas del grupo.
 - Búsqueda de alianzas y redes para el fortalecimiento de la feria: capacitaciones, cursos, espacios para compartir las experiencias de las y los agricultores, proyectos para la promoción y divulgación de la Feria, entre otros.
 - Gestionar la viabilidad y búsqueda de un lote propio para la Feria.
 - Promover el intercambio de conocimientos entre agricultores y con las y los consumidores.
 - Velar por el cumplimiento de los acuerdos tomados en las Asambleas de APROCO.
- Creación de un Plan Estratégico Anual: se recomienda que la Junta Directiva en colaboración con participantes interesados construyan una mirada a largo plazo sobre la Feria El Trueque, que considere los hallazgos encontrados en el presente documento

sobre el desarrollo organizativo de la Feria. Este plan debe de construirse de manera colectiva, y resumir lo que se quiere lograr a mediano y largo plazo como asociación y las acciones que se deben de dar para lograrlo. Integrando las necesidades y demandas de la Feria como organización y como empresa, desde sus participantes y consumidores. Se recomienda realizar talleres y ejercicios para promover la integración de grupo. Al final del periodo se debe de hacer un análisis sobre los logros cumplidos, los obstáculos y las acciones pendientes.

- Evaluar entre todas y todos la situación financiera de APROCO para establecer posibles estrategias de colaboración y de búsqueda de financiamiento para la compra de un terreno propio, el cual no solo es importante para contar con un espacio estable para el campus ferial sino que esto ayudará a mejorar el sentido de pertenencia y compromiso del grupo.

Sobre la promoción y divulgación:

- Enfatizar en la promoción por medio de las redes de consumidores ya existentes y la divulgación de la Feria por medio de otras redes organizadas como asociaciones de desarrollo, iglesias, organizaciones comunales, comités locales, entre otras fuerzas vivas de las comunidades. Enfatizando en comunidades vecinas de la zona donde se encuentra localizada actualmente la Feria, promoviendo la proyección comunitaria de la Feria El Trueque.
- Impulsar la propaganda persona a persona por medio de boletines, panfletos informativos, que se reparten en el mismo campo ferial con el objetivo de que las y los consumidores los lleven a sus comunidades, espacios laborales y grupos sociales donde participen.
- El uso de las tecnologías de información y comunicación para difundir sobre iniciativas alternativas de desarrollo como lo son las ferias de productos orgánicos, ha sido una estrategia exitosa para diversas organizaciones. Se recomienda que la Feria El Trueque mejore y fortalezca su presencia en el espacio virtual, por medio del uso de las redes sociales como Facebook, y como un objetivo de mediano a largo plazo se desarrolle un sitio en internet de la Feria donde se informe de este espacio, de su desarrollo histórico, sobre sus participantes, productos, eventos, beneficios de la agricultura orgánica, entre

otros. Para el desarrollo de este sitio es necesario contar con recursos económicos y alianzas estratégicas.

- Complementar el intercambio de productos con actividades informativas, culturales y artísticas. Es importante retomar las ferias de la salud y otras iniciativas que antes se realizaban, la ausencia de estos espacios fue un aspecto de mejora mencionado por las y los consumidores. Con ello se busca fortalecer el tejido social que ha sido una característica desde la creación de la Feria y que es un punto de sostenibilidad indispensable de la misma, ya que se desarrollan vínculos solidarios fuertes.

Se considera que para la difusión y expansión de la agricultura orgánica en el país se debe de dar un apoyo, desde distintas instituciones tanto organizaciones como desde el gobierno, apoyo no solo en lo económico sino también en formación, concientización al consumidor, educación desde las escuelas y apoyo en investigación. En ese sentido se recomienda lo siguiente:

- La Feria El Trueque debe de aprovechar la coyuntura actual de la región que se describió en el apartado de contexto, se deben de crear vínculos con otros mercados locales regionales y locales de productos orgánicos para buscar un mayor impacto en el sector.
- Mejorar los vínculos con asociaciones y organizaciones no gubernamentales e internacionales interesadas en el tema de la agricultura orgánica para establecer formas de colaboración, que promuevan el fortalecimiento de la Feria como colectivo y del desarrollo de las fincas orgánicas de sus agricultores, así como en los procesos de certificación orgánica.
- Lograr una mejor comunicación con la Feria de Aranjuez, para promover acciones en conjunto que beneficien a ambas organizaciones y se analicen posibles alianzas estratégicas para la comercialización y fortalecimiento del sector.

Sobre el reto del relevo generacional, indispensable para la sostenibilidad a largo plazo de la Feria El Trueque se recomienda:

- Promocionar espacios de comunicación dentro de la dinámica de la Feria donde participen las y los hijos de los productores, para conocer sus deseos y expectativas. También se recomienda seguir involucrando a los mismos en los procesos de producción

y comercialización, en las actividades sociales y educativas que se dan en El Trueque como charlas y capacitaciones.

- Es importante que la Feria El Trueque como un colectivo propicie espacios de formación y relacionamiento con jóvenes agricultores orgánicos, para ello se recomienda realizar intercambios y actividades con esta población; ya sea por medio de la coordinación con instituciones que imparten cursos de agricultura orgánica como el INA o la UNED, o por medio de otras redes como organizaciones sociales que promueven el tema, entre esas se destaca el Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense (MAOCO) La inclusión de personas jóvenes en la Feria El Trueque que se interesen por la agricultura orgánica es una alternativa viable de relevo generacional, a la vez que contribuye a formar a personas agricultoras orgánicas que no cuentan con mucha experiencia o que están iniciando con sus proyectos de finas agroecológicas.
- El traslado generacional en la agricultura orgánica es un reto a nivel nacional donde se vuelve indispensable las alianzas y acciones concretas entre entes gubernamentales como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y organizaciones civiles, se recomienda ser más proactivo y propiciar espacios de discusión sobre la temática generacional en las reuniones de APROCO.

Sobre las relaciones entre productores y los consumidores:

- Discutir con todas y todo los miembros de APROCO sobre el interés y la relevancia de la participación activa de las y los consumidores en dicho espacio. Actualmente, en teoría, este grupo puede formar parte del colectivo, sin embargo no forman parte de manera activa. Se recomienda estimular su participación ya que de esta forma las y los consumidores podrían aportar experiencias, capacidades de organización, administración, redes, contactos y se podrían articular mayores prácticas solidarias entre consumidores y productores que mejoren el proceso de oferta y demanda, aspecto señalado como una debilidad en los hallazgos.
- Según el perfil del consumidor hallado, la mayoría de consumidores de la Feria El Trueque tienen un poder adquisitivo alto y pertenecen a un grupo etario mayor de 50 años. Para promover y crear una mayor apertura de la Feria hacia otros tipos de población

se recomienda además de mejorar la promoción y divulgación del espacio, analizar la posibilidad de establecer prácticas solidarias entre consumidores y productores que permita una mayor accesibilidad a otros sectores de la población.

- Seguir incentivando las relaciones de amistad entre consumidores y productores, ya que éstas han sido unos de los principales factores de éxito para la sostenibilidad de El Trueque. Entre más fuerte sean los vínculos más compromiso y sensibilización de todos hacia el proyecto de la Feria, gestándose apoyos y relaciones de solidaridad necesarias para el éxito de los emprendimientos individuales.

Sobre las dinámicas familiares:

- Incentivar la participación de las y los integrantes de las familias en la Feria El Trueque, de esta manera se genera una mayor colaboración y vínculos importantes con el proyecto. Según los hallazgos, la Feria ha sido significativa para la promoción de emprendimientos individuales muchos de ellos liderados por mujeres, contribuyendo a su empoderamiento y su condición económica. Estas buenas prácticas se deben de continuar y estimular desde acciones más planificadas, motivando la participación de toda la familia en la Feria y en su ciclo de producción y comercialización. Promocionando el modelo agroecológico familiar.

Aprendizajes personales

La presente evaluación fue un ejercicio académico que generó muchos aprendizajes, tanto a nivel personal como a nivel profesional, en este acápite se expresan dichos aprendizajes, observaciones e inquietudes que fueron surgiendo a lo largo del tiempo. El propósito es sin duda plasmar experiencias y dudas que puedan ser útiles para personas interesadas en desarrollar procesos evaluativos similares y concretamente recomendaciones a la Maestría de Evaluación de Programas y Proyectos de Desarrollo, para que con estos y otros aportes generados de sus estudiantes puedan fortalecer cada vez más su proyección y calidad.

Sobre el proceso evaluativo

- Un aprendizaje del proceso evaluativo son los retos que implicó una metodología cualitativa. El reconocimiento de la evaluadora como una persona que lleva a su práctica evaluativa, como todo sujeto, una serie de valores, creencias, intereses que impregnan de diversos sentidos la realidad que evalúo. Y es a partir de esta postura que se elaboró y construyó con las y los productores un proceso inter subjetivo que llevó a ciertos hallazgos y recomendaciones. Construir desde esta perspectiva epistemológica los efectos que según la percepción de sus protagonistas ha tenido la participación en la Feria el Treque, fue un reto metodológico muy enriquecedor al enfrentar los significados y representaciones que ellos(as) tienen de sus realidades con nuestra perspectiva y valoraciones.
- Para el campo de la evaluación valorar los efectos que un programa o proyecto haya realizado en una determinada realidad implica varios retos epistemológicos y metodológicos importantes. Esta evaluación no parte de la búsqueda lineal entre la causa y el efecto, ya que se considera que las realidades son complejas y múltiples, donde los conocimientos se construyen colectivamente en un contexto determinado. Es así como en la evaluación se lograron determinar una serie de efectos según las reflexiones, percepciones y experiencias que las y los participantes de la Feria consideran de su participación en este espacio; por medio del análisis riguroso de la información obtenida en el trabajo de campo.

- La presente evaluación inició con el requerimiento por parte de APROCO y el interés de CEDECO de conocer los impactos que la Feria El Trueque ha generado en las familias agricultoras, sin embargo la presente evaluación logró identificar y ahondar en los diversos efectos, ya que para conocer los impactos se considera, desde la evaluadora, que debe de pasar un tiempo adecuado para lograr transformaciones de la vida derivadas de la participación en la Feria. Aunque la Feria es una experiencia de 12 años de existencia, ésta ha evolucionado bastante desde una iniciativa impulsada por muchas organizaciones a un emprendimiento colectivo autogestionado teniendo efectos diversos e incorporando a productores/as a lo largo de éstos años. La Feria no es un proyecto consolidado, sino que está en crecimiento y su modelo organizativo actual es aún incipiente y se debe de fortalecer.
- Una experiencia significativa del proceso fue aprender sobre el papel del evaluador, la percepción más tradicional del papel del evaluador es ver a esta persona como un experto que llega a realizar valoraciones según sus criterios relacionado muchas veces como mecanismo de control y fiscalización. Según la posición epistemológica y ontológica con la que se desarrolló esta evaluación, el papel fundamental que se intentó tener fue de canalizador de las preocupaciones y criterios de los destinatarios de la evaluación, siendo sobre todo una facilitadora del proceso. Sin embargo, este papel implicó muchas veces una serie de retos al trabajar con las y los agricultores, cuya visión de la evaluadora en muchos casos fue de una persona técnica o experta con amplios conocimientos en las técnicas de la agricultura orgánica.
- En un proceso cualitativo el rapport¹¹ que se construya con las y los participantes es esencial para la recolección de información, que generará la toma de decisiones para la transformación social del proyecto o programa. Un reto importante en la evaluación es lograr este rapport, ya que se necesita disposición de tiempo (tanto de parte del sujeto que evalúa como del participante) y de mucha audacia por parte del evaluador(a) para desarrollar una relación armoniosa con el participante. Como una recomendación para futuras evaluaciones que se basan en técnicas cualitativas es muy importante considerar,

¹¹ Se entiende por rapport la relación que se construye con el o la participante para que ambos se sientan cómodos/as y la información logre fluir.

como una actividad dentro del plan de trabajo, un tiempo razonable para generar rapport con la población meta.

- Un aspecto importante que a partir de la presente experiencia se debe de tomar en cuenta en el momento de decidir las técnicas metodológicas que se van a utilizar, es la disposición de tiempo de las y los participantes de la evaluación. Este es un aspecto que en evaluación no se le da la debida importancia, en cualquier proceso donde el sujeto que investiga se acerca a una realidad específica debe de estar muy consciente que su presencia va a provocar cambios en la cotidianidad de la población meta. En la presente evaluación cuando se definió las técnicas como un ejercicio “desde las aulas”, se había escogido realizar relatos de vida para poder profundizar con cada participante sobre sus condiciones de vida, sin embargo al llegar al campo nos dimos cuenta que la disposición de tiempo que tenía cada productor era muy diferente a la que se había programado y cada caso fue muy particular. Al participar poblaciones meta en la evaluación es fundamental analizar la viabilidad y disposición de tiempo que tengan, desde el marco del respeto y la comprensión mutua.
- Estrategia de divulgación de la evaluación. Partiendo desde un enfoque de la evaluación para la transformación es indispensable elaborar una estrategia de comunicación del presente proceso evaluativo, es decir, formular de qué manera la información recopilada en la evaluación va a llegar a sus destinatarios, con el objetivo de que se discuta y analice la información para que puedan tomar decisiones que mejoren la Feria El Trueque.
 - En meses pasados se realizó una primera devolución de los resultados a todos(as) los(as) productores de la Feria El Trueque. Esta primera devolución se enfocó en los resultados obtenidos de la aplicación de los cuestionarios para las y los consumidores de la Feria. Se realizó en el espacio de una asamblea general y se discutieron dichos resultados, teniendo una aceptación positiva e interés por parte del grupo.
 - Una segunda devolución para la validación de resultados se hizo en el mes de mayo, por medio de una presentación de resultados ante la Junta Directiva de APROCO.
 - Una vez finalizada la evaluación, se procederá a realizar una tercera devolución esta vez de los hallazgos generales, las conclusiones y recomendaciones del proceso. Para

ello la evaluadora entregará un documento resumen a cada uno de los integrantes de la Feria, con la información de mayor relevancia para la toma de decisiones, con un formato atractivo y ejecutivo que permita una lectura práctica y efectiva por parte de las y los productores, también se hará una copia del presente documento para la Junta Directiva de APROCO. Para esta devolución sería importante que se haga participe a personas interesadas en el proceso como CEDECO u otras organizaciones e instituciones, sin embargo esto quedará a criterio de las y los miembros de la Feria El Trueque.

→ En el mes de abril del presente año, se participó en el Programa Nuevas Voces de las Ciencias Sociales, iniciativa del Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad de Costa Rica, que tiene como objetivo crear un espacio de reflexión e intercambio con las propuestas de investigación de jóvenes en diferentes áreas del conocimiento. En el marco de este espacio se realizó una ponencia sobre la presente evaluación, generando un proceso muy enriquecedor de discusión y reflexión.

Recomendaciones para trabajos finales de graduación de la MEPPD

- Aunque el trabajo final de graduación representa un crecimiento académico se debe de resaltar que está muy lejos de ser un ejercicio realista a la labor del evaluador(a). En el mundo de los proyectos y programas de desarrollo las demandas suelen ser muy concretas, con términos de referencia específicos que limitan la amplitud y duración de la evaluación; en la mayoría de los casos con un tiempo establecido corto por la urgencia de los informes y la dinámica de las organizaciones sociales. En este contexto la presente evaluación no sería factible ni viable, ya que el tiempo de desarrollo para llegar a un producto como este toma más tiempo del que regularmente se solicitan en las evaluaciones profesionales.
- Los informes de evaluación, como el producto final que el cliente espera, son muy diferentes a lo que se realiza como trabajo final de graduación, deben ser muy puntuales, ejecutivos y directos, ya que su destinatario son personas que se encuentran en la toma de decisiones, directivos, presidentes, juntas, contrapartes, lo cual siempre es un reto para la

persona que evalúa. Esa experiencia se pierde al seguir una lógica de estructura de una tesis académica.

- Sería recomendable desde mi experiencia, que el proyecto final de graduación fuese un ejercicio mucho más allegado a la realidad de esta disciplina, de esta manera el o la estudiante lograría finalizar sus estudios con la experiencia real de haber realizado una evaluación mucho más realista, situación que seguramente le dotará de confianza para encontrarse en su labor profesional con términos de referencia y la exigencias propias de éstos.
- Una de las riquezas de la evaluación es su interdisciplinariedad, durante los dos años del plan de estudios las y los estudiantes nos enfrentamos con esta realidad al ser parte de un grupo multidisciplinario, el intercambio de conocimientos a raíz de esto es una de los mayores beneficios de cursar la maestría. Por otro lado y citando de nuevo el tema de la “realidad de la evaluación”, es muy frecuente que las organizaciones soliciten un equipo de evaluación que tengan diversos conocimientos y experiencias entre ellos para realizar el proceso evaluativo. Esta práctica dota a las evaluaciones de un alto nivel de análisis y un mayor entendimiento de la realidad que se evalúa. Por requerimientos del MEPPD¹² los trabajos finales de graduación deben ser individuales, según mi propia experiencia con la presente evaluación el proceso hubiese sido más rico si se hubiera realizado con otros profesionales de áreas como las ciencias agrícolas.
- El presente proceso evaluativo se cierra con mucha satisfacción de parte de la evaluadora, ya que se logró propiciar un proceso de reflexión y de auto análisis en las y los participantes de la Feria El Trueque sobre su proyecto colectivo, planteándose muchas dudas pero también reconociendo muchas ventajas y oportunidades, así como retos que deben de enfrentar para seguir siendo una iniciativa de agricultura alternativa y exitosa.

¹² Maestría en Evaluación de Programas y Proyectos de Desarrollo de la Universidad de Costa Rica.

Una reflexión final

La Feria el Trueque es un ejemplo de las posibilidades y alternativas de agrupación económica con lógicas distintas a las empresas de capital. Como vimos este emprendimiento se caracteriza por desarrollar relaciones de solidaridad entre sus participantes, fomentando la apropiación del proyecto y la sostenibilidad del mismo.

Consideramos relevante visibilizar estas iniciativas de economía social y solidaria en el país, como un aporte a la discusión sobre otras formas de desarrollo y otras economías posibles. Son muchos retos a los cuales se enfrentan, retos internos a nivel de organización discutidos aquí pero también retos externos, entre ellos el entorno económico y político donde impera la corriente dominante de la economía que restringe la visión de la “empresa exitosa”, así como la ausencia de apoyo estatal e incentivos para este sector de la economía que cada día toma más relevancia.

La economía social y solidaria es un movimiento social de transformación de paradigmas, para su expansión es esencial la conformación de redes solidarias así como el intercambio de experiencias y conocimientos. Paralelo a esto el apoyo de los gobiernos y la elaboración de políticas públicas que promuevan el sector es esencial para poder construir entre todas y todos otras alternativas y caminos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguirre, Juan Antonio. (2009). Mercados orgánicos en Costa Rica. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Ahumada, Mario. (2002). Mercados locales, una alternativa indispensable para la producción agroecológica. Citado el día 4 de febrero, 2010. Tomado de: <http://www.cedeco.or.cr/documentos/Mercados%20locales.pdf>

Amador, Manuel (S.f.) Mercados Locales Productos orgánicos. Revista: Aportes para la educación, N° 131, p 3-6. CEDECO, San José, Costa Rica.

Araya, Sandra. (2001). La equidad de género desde la representación social de los formadores del profesorado de segunda enseñanza. Tesis no publicada para optar por el título de Doctora en Educación. Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Arce Durán, Rocío. (2002). Efectos de Intercosta en las condiciones de vida de los productores de raíces y tubérculos de Coope San Carlos R.L. Tesis no publicada para optar por el título de Magister en Evaluación de Programas y Proyectos de desarrollo. Universidad de Costa Rica. Sistema de Estudios de Posgrado. San José, Costa Rica.

Bastidas, Delgado Oscar. (2001). Economía social y economía solidaria: Intento de definición. Revista Venezolana de Economía Social, No.1, Año 1, mayo. Escuela de Administración, Universidad Central de Venezuela, Caracas. Citado el 26 de marzo, 2010. Tomado de: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/18604/1/articulo1-1.pdf>

Camacho, José. (2022). Perspectivas etnográficas: la observación y la entrevista. Revista: Cuadernos de Antropología N°12, 51-73. San José, Costa Rica.

Cardozo, M. (2006). La evaluación de políticas y programas públicos. Editorial Porrúa.

Cattani A., Coraggio J. y Laville J. (2009). *Diccionario de la otra economía*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Altamira.

CEDECO, (2003). Las Feria Orgánicas, una oportunidad de construir tejido social. Avances de investigación. San José, Costa Rica: Editor: Corporación Educativa para el desarrollo costarricense.

CEDECO, (2004). Finca Orgánica Integral La Amistad: Familia Chavez Herrera. Revista: Aportes para la educación, Serie sistematización de experiencias de Agricultura Orgánica, N° 2. San José, Costa Rica.

CEDECO, (2005). Finca Orgánica Integral Armonía: Familia Sibaja Quirós. Revista: Aportes para la educación, Serie sistematización de experiencias de Agricultura Orgánica, N° 1. San José, Costa Rica.

Coraggio, José. (2001). Principios, Instituciones y Prácticas de la Economía Social y Soidaria. Quito, Ecuador: Abya Ayala.

FIDA, (2007) La adopción de la agricultura orgánica por parte de los pequeños agricultores de América Latina y el Caribe. Citado el 26 de marzo, 2010. Tomado de: <http://www.agrochiapas.gob.mx/tmp/organicos/archivos/articulos/adopciondelaagricultura.pdf>

García, Jaime. (1999). *Agricultura Orgánica en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia,

García, Jaime. (2002). Situación actual y perspectivas de la agricultura orgánica y su relación con América Latina. Revista: Manejo Integrado de Plagas y agroecología. (64), p 116-124.

Gurdián, Alicia. (2007). *El paradigma cualitativo en la investigación socio-educativa*. San José, Costa Rica: Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana y Agencia Española de Cooperación Internacional.

Hinkelammert, Franz y Mora, Henry. (2008). *Hacia una economía para la vida: Preludio a una reconstrucción de la economía*. Cartago, Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

IICA. (2009). *Propuestas para el Fomento y Desarrollo de la Agricultura Orgánica en Nicaragua. Sistematización del proceso de consulta con el Movimiento Orgánico de Nicaragua 2007- 2008*. San José, Costa Rica: IICA.

La Nación, *Costa Rica apuesta a futuro para productos orgánicos*, 13 de junio del 2007. (Tomado de: http://www.nacion.com/ln_ee/2007/junio/13/ultima-sr1131834.html).

Lizano et al, (2007). La certificación participativa y el acceso de los mercados locales en Costa Rica. Citado el 4 de febrero, 2010. Tomado de: http://www.cedeco.or.cr/documentos/Certificacion_participativa.pdf

Martínez, Róger. (2005). Crisis del modelo convencional global: caso agrario. Revista: Comunicación, N°001, vol.14 enero-julio. Instituto Tecnológico de Costa Rica, Cartago, Costa Rica.

Morales, Ivannia y Obando, Carlos Manuel. (2000). *De la agricultura convencional a la agricultura orgánica: representaciones sociales de los agricultores de la asociación María Auxiliadora de Cot de Cartago*. Tesis no publicada para optar por el título de Licenciatura en Sociología, Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.

Pérez Sáinz JP y Cordero, A. (1994) Los Nuevos escenarios laborales en Centroamérica: Una propuesta de análisis. *Anuario de Estudios Centroamericanos*. Vol.20, No2.Pp 5-14.Citado abril 13, 2008 de <http://cariari.ucr.ac.cr/~anuario/perez.pdf>

Picado Gattgens, Xinia. (2006). *Criterios clave para realizar evaluaciones de calidad: Introducción a la evaluación*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Picado Mesén, Marta. (2006). *Un acercamiento a la evaluación cualitativa a partir de algunas de sus aristas metodológicas*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Polo, Martha Isabel. (2006). *Fortalecimiento socio-empresarial en empresas asociativas rurales- EMARS: Guía Metodológica*. Quito, Ecuador: Editorial Proyecto Emprender, COSUDE. Recuperado de: http://www.asocam.org/biblioteca/DEL_240.pdf

Razeto, Luis. (1990a). *Economía Popular de Solidaridad. Identidad y proyecto en una visión integradora. Capítulo III: Racionalidad económica y lógica operacional de la economía popular de solidaridad*. Santiago, Chile. Recuperado de: <http://www.luisrazeto.net/content/economia-popular-de-solidaridad-identidad-y-proyecto-en-una-visi%C3%B3n-integradora>

Razeto, Luis. (1990b). Las empresas alternativas. Décima Segunda Unidad: El factor C y la economía de solidaridad. Santiago, Chile. Recuperado de: <http://www.luisrazeto.net/content/decimo-segunda-unidad-el-%E2%80%9Cfactor-c%E2%80%9D-y-la-econom%C3%ADa-de-solidaridad>

Razeto, Luis. (2001). Desarrollo, transformación y perfeccionamiento de la economía en el tiempo. Capítulo IV: ¿Más Y peor? El dilema de la calidad de vida. Santiago, Chile. Recuperado de: <http://www.luisrazeto.net/content/iv-%C3%A1m%C3%A1s-y-peor-el-dilema-de-la-calidad-de-vida>

Roche, Chris. (2004). Evaluación de impacto para agencias de desarrollo: Aprendiendo a valorar el cambio. Barcelona, España: Intermón Oxfam.

Rosset, Peter. (1997). La crisis de la agricultura convencional, la sustitución de insumos y el enfoque agroecológico. Revista: Agroecología y Desarrollo, N° especial 11/12. Tomado de: <http://www.valsalice.edu.co/articulos/La%20crisis%20de%20la%20agricultura%20convencional.pdf>

Shaw, Ian. (1999). La evaluación cualitativa. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

ANEXOS

Nombres de las personas entrevistadas y fechas de las entrevistas y las observaciones, del trabajo de campo

Nombre	Fecha de las entrevistas	Lugar
Entrevistas semi estructuradas		
Mayra López.	18 de octubre, 2010. 29 de Marzo, 2011.	Campus Feria El Trueque Casa de la entrevistada, San Francisco.
Patricia Rodríguez.	6 de noviembre, 2010. 2 de abril, 2011.	Campus Feria El Trueque.
Tomás Echeverría.	30 de marzo, 2011.	Trabajo del entrevistado, Desamparados.
Román Corrales.	9 de abril, 2011.	Campus de la Feria El Trueque.
Entrevistas a profundidad		
Franciso Sibaja y Lucía Quirós.	28 de marzo, 2011.	Finca Armonía, Toledo de Acosta.
Martín Gómez y Juanita Segura.	29 de marzo, 2011.	Finca El Bosque, La Cima de Santa María de Dota.
Rafael Guerrero.	31 de marzo, 2011.	Finca Guerrero, Tapesco, Zarcelero.
Rosaura Camacho.	18 de abril, 2011.	Finca La Amistad, La Legua de Aserrí.
Roderick Sell.	21 de abril, 2011.	Finca Los Warumos, Puente Salas de Barva.
María Julia Bertoriori.	18 de mayo, 2011.	Campus Feria Escazú.
Observaciones		
Observación participante Gira de consumidores Finca Orgánica La Esperanza.	27 de marzo, 2011.	Finca La Esperanza, San Jerónimo de Moravia.
Observación Asambleas APROCO	19 de febrero, 2011. 2 de abril, 2011. 16 de abril, 2011. 28 de enero, 2012.	Campus Feria El Trueque
Observaciones del campus ferial	20 de noviembre, 2010. 26 de febrero, 2011. 26 de marzo, 2011. 16 y 30 de abril, 2011. 14 de mayo, 2011.	Campus Feria El Trueque.

INSTRUMENTO N°1
Cuestionario para las y los consumidores de la Feria El Trueque

Buenas tardes, estamos realizando una investigación a once años de la formación de la Feria, con el objetivo de evaluar la incidencia de la Feria en las condiciones de vida de las y los agricultores que la integran. Toda la información que se recopile es confidencial y será de mucha importancia para nuestra investigación. Muchísimas gracias por su participación.

1. La persona entrevistada es:

1.1 Hombre ()

1.2 Mujer ()

1.3 Nacionalidad:

1.3.1 Costarricense ()

1.3.2 Extranjero ()

2. Edad _____

3. Lugar de residencia _____

4. Nivel educativo

4.1 Primaria completa ()

4.2 Secundaria completa ()

4.3 Universidad completa ()

4.4 Estudios superiores ()

4.5 Otro ()

9. NS /NR ()

5. Número de miembros de la familia

5.1 Dos miembros o menos ()

5.2 Dos a cuatro miembros ()

5.3 Más de cuatro miembros ()

9. NS/NR ()

6. Ocupación del entrevistado

6.1 Estudiante ()

6.2 Trabajo profesional ()

6.3 Por cuenta propia ()

6.4 Otro trabajo () Especifique _____

9. NS/NR ()

7. Nivel de ingresos mensuales de la familia

7.1 **100 000 colones o menos** ()

7.2 Entre 100 000 y 300 000 colones ()

7.3 Entre 300 000 y 600 000 colones ()

7.4 **600 000 colones o más** ()

9. NS/NR ()

8. Nivel de gastos promedio mensuales en productos orgánicos

- 8.1 **50 000 colones** o menos ()
- 8.2 De 50 000 a 100 000 colones ()
- 8.3 Más de 100 000 ()
- 9. NS/NR ()

9. Nivel de gastos promedio mensuales en productos que **NO** son orgánicos

- 9.1 **50 000 colones** o menos ()
- 9.2 De 50 000 a 100 000 colones ()
- 9.3 Más de 100 000 ()
- 9. NS/NR ()

10. ¿Cuáles son sus principales razones para consumir productos orgánicos?

11. ¿Cada cuánto compra productos en la Feria El Trueque?

- 11.1 Una vez al mes ()
- 11.2 Dos veces al mes ()
- 11.3 Entre 3 y 4 veces al mes ()
- 11.4 Algunos meses del año ()
- 11.5 Primera vez que visita la Feria () **PASE A LA PREGUNTA 14**
- 9. NS/NR ()

12. ¿Por cuánto tiempo ha comprado regularmente productos en la Feria El Trueque?

- 12.1 Menos de 1 año ()
- 12.2 De un 1 año a 2 años ()
- 12.3 De 2 años a 4 años ()
- 12.4 Más de 4 años ()
- 9. NS/NR ()

13. ¿Generalmente es usted el que visita la Feria?

- 13.1 Si () 13.2 ¿Viene solo? ()
- 13.3 Acompañado () ¿Por quienes?

13.4 No () ¿Quién es el que viene regularmente? _____

14. ¿Por cuál medio se enteró de la existencia de la Feria El Trueque?

- 14.1 Prensa escrita ()
- 14.2 Radio ()
- 14.3 Medios en Internet ()
- 14.4 Por referencia/conocidos ()
- 14.5 Otros () ¿Cuáles? _____
- 9. NS/NR ()

15. ¿Consumen solo usted o también su familia los productos orgánicos?

- 15.1. Solo él o ella ()
 15.1. También la familia ()

16. ¿Por qué razón viene usted a esta Feria a comprar productos orgánicos?

- 16.1 Por cercanía ()
 16.2 Porque no conocen otra Feria orgánica ()
 16.3 Porque la prefieren a otras Ferias orgánicas ()
 16.4 Por los precios ()
 16.5 Por la relación consumidor-productor ()
 16.6 Por recomendación de otra persona ()
 16.7 Otros. Cuál? _____ -

9. NS/NR

17. Usted como consumidor/a orgánico, encuentra todo lo que necesita en esta Feria?

17.1 SI () **PASE A LA PREGUNTA 18**

17.2 NO () 17.3 ¿Qué otras cosas (servicios, información, productos, etc) le gustaría encontrar? _____

18.1 ¿Cuál diría que es su nivel de satisfacción con la Feria El Trueque?

- 18.1 Nada satisfecho ()
 18.2 Poco satisfecho ()
 18.3 Más o menos satisfecho ()
 18.4 Satisfecho ()
 18.5 Muy satisfecho ()
 9. NS/NR ()

19. ¿Existen otros lugares donde usted compra productos orgánicos? ()

- 19.1 Automercado ()
 19.2 Hipermas ()
 19.3 Más por menos ()
 19.4 Otros supermercados ()
 19.5 Feria Orgánica Aranjuez ()
 19.6 Productos orgánicos que venden en la Feria del agricultor ()
 19.7 Otros () ¿Cuáles? _____
 19.8 **No compra en otros lugares** ()
 9. NS/NR ()

20. Usted sabe que la Feria El Trueque está organizada en una Asociación llamada APROCO (Asociación de agricultores y consumidores de la Feria El Trueque).

20.1 Si sabe ()	20.2 No sabe ()
20.3 ¿Cómo se informó?	PASE A LA PREG 21

20.4 En esta Asociación las y los consumidores pueden formar parte de ella ¿Usted sabe al respecto?	
20.5 Si sabe ()	20.6 No sabe () PASE A LA PREG 21
20.7 ¿Es usted miembro?	
20.8 Si	20.9 No ¿por qué? (PASE A LA PREGUNTA 21)
20.10 Cómo calificaría su nivel de participación en APROCO 20.11 Nada () 20.12 Poco () 20.13 Mucho ()	

21. ¿Cómo describiría la relación entre agricultores y los consumidores de la Feria El Trueque?

22. ¿Qué aspectos, cree usted, que se deben mejorar en la Feria El Trueque?

23. Otras recomendaciones o comentarios

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

INSTRUMENTOS N°2

Cuestionario para las y los productores de la Feria El Trueque

Buenas, como parte del trabajo que estamos realizando sobre la Feria el Trueque, agradecemos su colaboración con la información que nos puedan brindar en este cuestionario. Con este cuestionario se recolectará información relevante sobre las y los agricultores de la feria. Toda la información que se recopile es confidencial y será de mucha importancia para nuestra investigación.

Muchísimas gracias por su participación.

1. Nombre: _____

2. Teléfono: _____

3. Lugar de residencia: _____

4. Nombre de la finca: _____

5. Edad: _____

6. Número de años de ser agricultor/a orgánico: _____

7. Número de años de participación en la Feria El Trueque: _____

8. Estado civil:

8.1 Soltero ()

8.2 Casado ()

8.3 Unión libre ()

8.4 Divorciado ()

8.5 Viudo ()

9. Nivel educativo:

9.1 Primaria ()

9.2 Secundaria ()

9.3 Universidad ()

9.4 Estudios superiores ()

9.5 Otro ()

10. En el siguiente cuadro, escriba el nombre de las personas que viven en su hogar, el parentesco que tienen con usted, la edad, la ocupación de éstas y si participan en la producción orgánica.

Nombre de las personas que viven en su hogar	Parentesco (pareja, hijo/a, nieto/a, padre, madre, etc)	Edad	Ocupación	Participa en la producción orgánica (Si, No)

11. Por favor haga una lista de los productos orgánicos, no orgánicos y otros tipos de productos que usted ofrece en la Feria El Trueque a lo largo del año, indicar si son productos propios o de otros agricultores.

Productos orgánicos	Productos no orgánicos	Otro tipo de productos

12. Antes de producir orgánicamente ¿se dedicaba a la agricultura tradicional?

12.1 Si () 12.2 ¿Por qué se trasladó de la agricultura tradicional a la orgánica?

12.3 No () 13. ¿Cuáles son sus principales razones para producir orgánicamente?

14. ¿Cuáles serían las principales ventajas y desventajas de producir orgánicamente? Escriba al menos tres en cada una.

14.1 Ventajas	14.2 Desventajas

15. ¿Los Ingresos que usted genera son exclusivos de su participación en la Feria El Trueque?

15.1 Si ()

15.2 No () 15.3 ¿Qué otras actividades le generan ingresos?

16. ¿Cuáles son sus ingresos semanales por la venta de productos orgánicos en la Feria El Trueque?

17. Según su opinión los ingresos que usted obtiene por participar en la Feria El Trueque, ¿son suficientes para todas sus necesidades y las de su familia?

17.1 Si ()

17.2 No ()

18. A partir de su participación en la Feria, ¿se le han generado nuevas oportunidades de trabajo?

18.1 Si () ¿Cuáles?

18.2 No ()

19. Para los productos orgánicos: los niveles de su producción a partir de la participación en la Feria El Trueque:

19.1 Disminuyeron ()

19.2 Se mantuvieron ()

19.3 Aumentaron ()

20. ¿Cómo calificaría su nivel de satisfacción con la Feria?

20.1 Nada satisfecho ()

20.2 Poco satisfecho ()

20.3 Más o menos satisfecho ()

20.4 Satisfecho ()

20.5 Muy satisfecho ()

21. ¿Cómo observa la relación que se da entre productores y consumidores en la Feria?

22. Según lo que usted ha vivido, la participación en la Feria Orgánica el Trueque, ¿ha incidido en sus condiciones de vida?

22.1 Si () 22.2 ¿Cómo?

22.3 No () **PASE A LA PREGUNTA 24**

23. ¿Cuáles han sido las principales ventajas para usted y su familia de participar en la Feria?

24. Según su vivencia, ¿cuáles han sido los principales retos que ha tenido que afrontar desde su participación en la Feria El Trueque?

25. ¿Cuáles aspectos de la feria le gustaría que se mejoraran y cómo deberían mejorarse?

26. ¿Cómo se visualiza usted como agricultor orgánico dentro de diez años?

27. Durante los últimos dos años, ¿sabe usted de agricultores que han dejado de participar en la Feria El Trueque?

27.1 Si () 28. ¿Por qué motivos considera que éstos agricultores se han ido de la Feria?

27.2 No ()

30. En el futuro, ¿considera usted que seguirá participando en la Feria El Trueque?

30.1. Si ()

30.2 No ()

30.3 ¿Por qué?

INSTRUMENTO N°3

Entrevista semi estructura sobre las condiciones socio organizativas y administrativas

Dirigida a:

- Agricultores/as de la Feria El Trueque que tengan más de 5 años de participar
- Ex integrantes y miembros de la Junta Directiva

Primera parte:

Temas introductorios:

- Sobre motivaciones para participar en la Feria El Trueque
- Tiempo de permanencia en la Feria y periodo en APROCO

Desarrollo de la entrevista:

1. Según lo que usted ha vivido, ¿Cómo ha cambiado la forma de organización de la Feria?
2. ¿Usted se siente parte de la Feria El Trueque? ¿Por qué?
3. ¿Cómo funciona la toma de decisiones importante sobre la Feria en la Asociación?
4. ¿Cómo considera usted la participación de las y los consumidores dentro de la Asociación?
5. ¿Cuáles serían para usted, los principales motivos por lo que un agricultor/a quisiera participar en la Feria El Trueque? Y por el contrario ¿cuáles serían las razones para que un agricultor orgánico no quisiera participar en la Feria El Trueque?
6. Según su experiencia ¿Cuáles son las fortalezas de la Feria El Trueque para los agricultores y consumidores que participan en ella?
7. ¿Cuáles serían las debilidades o áreas de mejora en la organización de la Feria El Trueque?
8. ¿Cree usted que la Feria El Trueque impulsa o promueve actitudes diferentes entre sus participantes? ¿Cómo cuáles?
9. ¿Cómo describiría la forma en que se relacionan los consumidores y agricultores de la Feria?
10. Principales retos que ha tenido que enfrentar la feria y estrategias de supervivencia

Segunda parte: Consultar si han sido miembros de la Junta Directiva de APROCO

(Solo para entrevistados/as que han sido parte de la junta directiva de APROCO)

Sobre la Asociación APROCO

- Año de fundación
 - Forma de elección de los integrantes,
 - Rotación de junta directiva,
 - Forma de reunirse, cantidad de sesiones, organización de las sesiones
 - Procedimiento para un agricultor/a y consumidor/a que desea ingresar a participar en la Feria El Trueque
1. Percepción sobre la gestión administrativa de la Asociación a lo largo de los años.

 2. Sobre las estrategias de Mercadeo que gestiona APROCO

 3. Sobre la administración de los recursos financieros
 - Recolección y organización
 - Distribución de los ingresos
 - Gestión de los recursos

 4. Sobre el proceso de planificación, delimitación de objetivos y metas.
 - Satisfacción con la planificación llevado a cabo
 - Percepción del cumplimiento de los objetivos

 5. Identificar fortalezas y debilidades administrativas

INSTRUMENTO N°4

Guía Entrevistas a profundidad

Sobre la vida como agricultor/a

1. ¿Cuándo comenzó su relación con el campo y la producción? ¿Cómo? ¿Por qué?
 - Edad y año en que empezó a trabajar en agricultura.
2. Recopilar un poco sobre esta etapa inicial productiva:
 - Familia, los padres,
 - Lugar donde cultivaba,
 - Condiciones socio económicas,
 - Sobre el uso de agroquímicos.
 - Principales experiencias productivas
 - Conocimientos adquiridos
 - Experiencias en organizaciones productivas
3. Recopilar información sobre el traslado de la agricultura tradicional a la orgánica.
 - Sobre las razones para cultivar orgánicamente.
 - Como fue la transición a agricultura orgánica, si se dio antes de la Feria El Trueque o después de la feria, participación de la familia, capacitaciones, redes de apoyo.
4. Año en que empezó a participar en la Feria, ¿cómo fue el proceso?
5. Razones que los llevaron a participar en la Feria El Trueque.
6. Percepción de la Feria hoy.
 - Problemas/dificultades que enfrentan
 - Sobre otras ferias orgánicas en San José como la Feria de Aranjuez
 - Sobre la organización de la Feria, participación de las y los agricultores y consumidores.

Percepción en las condiciones socio económicas (Antes y después del proyecto)

1. Percepción de las condiciones de vida antes y después de participar en la Feria.
 - Condiciones familiares
 - Condiciones laborales
 - Condiciones educativas
 - Condiciones de seguridad y salud
 - Condiciones organizativas
2. Situación económica desde su participación en la Feria El Trueque.
 - Nivel de ingresos antes y después de la Feria
 - Cambios en la productividad de la finca antes y después de la Feria
3. Satisfacción con su proyecto de vida como agricultor/a orgánico.

Dinámicas familiares asociadas a las producción, antes y después del proyecto

1. Cosmovisión del mundo
 - Importancia de la agricultura orgánica en sus vidas.
 - Sobre la agricultura orgánica en Costa Rica.
 - Creencias, religión, política.
2. Auto percepción como familia agricultora orgánica.
 - Éxitos, dificultades y retos que han tenido como agricultores orgánicos de la Feria
3. Distribución del trabajo productivo
 - Aporte de recursos trabajo y tiempo de los miembros de la familia antes y después de la feria
 - Participación en la toma de decisiones productivas
 - Descripción de un día en la vida del entrevistado/a antes de participar en la feria y después
4. Costumbres familiares
 - Transformaciones en las costumbres, tradiciones, en la cotidianidad de la familia.

En el Futuro

Planes a futuro de cada miembro familia (tratar de hablar con cada miembro de la familia)

1. Proyecto de familia
2. Como se visualizan como familia agricultora orgánica dentro de 10 años
3. Cómo visualizan la Feria El Trueque dentro de 10 años
4. Motivos por los cuáles otros agricultores se han ido de la Feria.

INSTRUMENTO N°5
Guía para las observaciones

<p align="center">Observación en el campus ferial</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil consumidores: vestuario, vehículos, actitudes, si se acompañan de familia • Relación entre consumidores y productores • Interacciones sociales entre consumidores • Interacciones dentro del espacio de la sodida • Transacción del producto, negociación o aceptación de precio • Cantidad de consumidores y comportamiento por horas • Productores: actitudes, dinámica de venta, si se acompaña por familiares • Productos que se ofrecen, preferencia de productos, la dinámica de venta • Disposición de información sobre agricultura orgánica
<p align="center">Observación en las Asambleas de APROCO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia/Ausencia de las y los productores • Nivel de Participación • Proceso para la toma de decisiones • Interés de las y los participantes • Presencia de consumidores • Duración • Frecuencia de participación • Presencia de líderes en el grupo • Temas que se discuten • Problemas de comunicación
<p align="center">Observación en las visitas a las fincas orgánicas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Observación general de la comunidad, zona rural-urbana, presencia de casas cercanas o alejadas, • Acceso a escuela, colegios y centros de salud • Accesibilidad a la finca • Presencia de la familia • Estado físico y estructural del hogar • Estado de la finca, desarrollo, tamaño, producción, presencia de animales, de otros trabajadores • Relación entre las parejas, hijos, hijas • Relación la finca, naturaleza, animales • Información sobre agricultura orgánica • Satisfacción con la finca • Interés en enseñar la finca y sus procesos • Motivación de la familia