

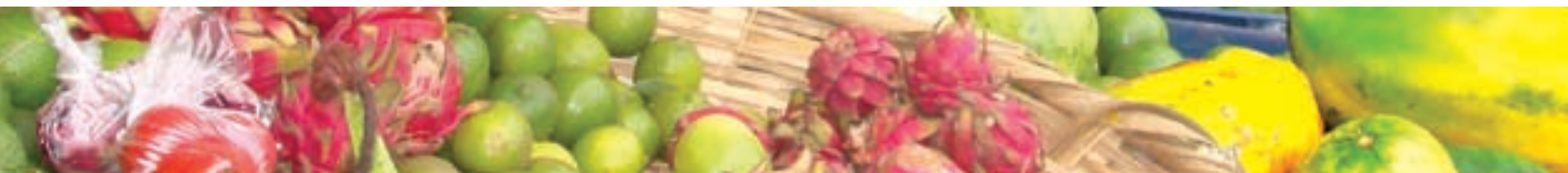
**VECO MA**



¿Cuáles fueron los avances en el año 2008?

## **Informe de los cambios más significativos**

del Programa VECO MA en Centroamérica



**VECO  MA**



# Empoderamiento Campesino

hacia la Equidad en Cadenas Productivas de Agricultura Sostenible

Vredeseilanden ([www.vredeseilanden.be](http://www.vredeseilanden.be)) es una organización no gubernamental de cooperación al desarrollo localizada en Bélgica. Actualmente trabaja en cuatro continentes con organizaciones campesinas gremiales y/o económicas. Estas reciben apoyo técnico, metodológico y financiero para el Desarrollo de Cadenas productivas en Agricultura Sostenible, en Incidencia Política a favor de la Soberanía y Seguridad Alimentaria, y en Consumo Responsable. VECO Mesoamérica ([www.vecoma.org](http://www.vecoma.org)) es el programa regional de Vredeseilanden.

encadenamiento - horizontal y vertical de las organizaciones campesinas.

## 2. Incidencia Política hacia Actores Públicos y Privados

VECO MA apoya organizaciones y movimientos campesinos y de consumidores/as que inciden en programas, políticas y leyes en función de Acceso a Mercados y la Agroecología, a nivel supralocal, nacional y regional - Mesoamericano. VECO MA apoya movimientos y organizaciones campesinas sólidas, que luchan por condiciones equitativas de acceso a factores de producción y, especialmente, a los mercados de sus productos.

## TEMAS ESTRATÉGICOS

VECO MA se concentra en tres temas estratégicos y toma un papel de facilitador - innovador:

### 1. Relaciones Equitativas en Cadenas de Producción Sostenible y Orgánica

VECO MA se enfoca en influir en el ámbito económico para cambiar las condiciones que actualmente predominan en el mercado de productos agropecuarios de origen campesino (agricultura orgánica y sostenible). Promueve mercados alternativos y de comercio solidario, fortaleciendo el

### 3. Consumo Responsable en las Dimensiones Económica y Política

VECO MA apoya organizaciones y movimientos que realizan acciones de sensibilización hacia los y las consumidoras, sobre los productos que deciden comprar: en cuáles condiciones sociales y agroecológicas fueron producidos y elaborados. VECO MA promueve la movilización y cabildeo a favor del respeto del derecho ciudadano a optar y promover una alimentación adecuada, sana y producida localmente.





## INFORME DE AVANCES

### TEMA 1: EN EL CAMPO ECONÓMICO: ABRIENDO CAMINO PARA LOGRAR MÁS EQUIDAD EN LAS CADENAS PRODUCTIVAS

En el año 2008, todos los 18 socios nacionales en cadenas productivas seleccionadas: Hortalizas, Marañón, Panela y Frijol. En Nicaragua, se trabajó con 8 socios, con 5 en Honduras y con 6 en Costa Rica, y los programas regionales PROAMO y PECOSOL. En cada país se trabajó con una organización de comercialización o procesamiento, pero la mayoría fue con organizaciones de pequeños productores y productoras.

Año con año, las organizaciones socias y VECO MA hacen un balance de los avances, prestando atención a las mejoras en los ingresos de las familias, si hay más equidad en el comercio de frijol, panela, hortalizas y las demás cadenas, si va aumentando las áreas de siembra, la producción y las ventas. Hay una atención especial para saber si las mujeres están consiguiendo una mejor posición y mejores condiciones en cuanto al acceso y control de recursos en las cadenas productivas.



## LA CADENA DE FRIJOL

### **Nicaragua: más y mejor acceso al mercado de frijol rojo y negro**

VECO MA trabaja con UNAG-Carazo, UNAG-Nueva Segovia y FENACCOOP en la cadena de frijol rojo y negro, tanto para consumo como para semilla.

En el departamento de Carazo, la Mesa de Frijol está integrada por 7 organizaciones de productores y productoras. En 2008, se construyó una línea de base con los datos más importantes de 189 familias. Se realizó un análisis participativo de la cadena, cerrando con 3 planes de negocios. Esto permitió facilitar canales de comercialización del frijol de las organizaciones con el Estado y con empresas privadas, así como capacitación y asistencia técnica a más de 2000 productores y productoras de frijol. También, FENACCOOP tiene logros muy importantes en 2008. Más de 370 productores y productoras lograron la venta de frijol al vacío, frijol de consumo y de semilla.

Hubo avances parecidos en el departamento de Nueva Segovia. Ahora, 400 productores y productoras afiliados a UNAG, cuentan con una red de acopiadores de frijol, que facilitó el acopio de más de 1500 quintales de frijol, en conjunto con el Gobierno.

Además hubo avances en exportaciones y en el mercado nacional de frijol. NICARAOCOOP facilitó planes de negocios a tres de sus socios, y les brindó un sistema de información de mercado en el Sauce UCASA. NICARAOCOOP ha facilitado el acopio y consolidación de oferta de casi 17 mil quintales de frijol negro, durante la cosecha de postrera 2007-2008 y apante 2008. Participaron más de 40 cooperativas miembros y aliadas de NICARAOCOOP.

El grano fue destinado en parte a exportación y en parte al mercado nacional. En el marco del ALBA, NICARAOCOOP procesó y exportó 30 contenedores de frijol negro a la República Bolivariana de Venezuela. Por otra parte NICARAOCOOP suscribió negocios con la empresa privada: con los supermercados La Colonia y Wal Mart. En comercio solidario se expresó en 37 puntos de venta en los barrios populares de Managua.

Otros números reflejan los avances. Las ventas anuales de frijol aumentaron más de 20% y los ingresos de las familias en este rubro crecieron en por lo menos un 5% en el año, en promedio.

## **Honduras: en el camino hacia una producción sostenible de frijol**

VECO MA trabaja con los socios ARSAGRO y UMCAH en la cadena de frijol. En 2008, los efectos de las tormentas tropicales trajeron pérdidas de cultivo que afectaron sus rendimientos.

En el campo comercial, el socio RED COMAL facilitó el proceso de producción, acopio, distribución y de la comercialización del frijol y panela, así como otros rubros producidos por familias afiliadas a sus organizaciones miembros.

Dicho en números, en 2008 hubo un aumento entre 3 y 6% de los ingresos familiares, gracias a la cosecha de más de 500 manzanas de primera y casi 900 manzanas de postrera según ARSAGRO.

## **Costa Rica: se abren nuevos canales de comercialización y nuevos mercados para el frijol**

En 2008, 5 organizaciones socias (MAOCO, UNAG, CMC, CCCS, COPROALDE, Oro Verde) facilitaron diferentes actividades de capacitación, canalización de crédito, mercadeo (gestión de mercados) y comercialización en la cadena de frijol.

El cambio más destacado en 2008, fue el hecho de que varios grupos organizados entraron a nuevos canales de comercialización y nuevos mercados. Por ejemplo, el frijol es un alimento indispensable en el sistema de canastas alimenticias y un sistema de ventas parroquiales. En ambos sistemas, el frijol y otros productos está identificado con

un sello como “producto de la economía solidaria” lanzado por el Consorcio Coomercados Solidarios.

En el caso de productores/as indígenas de frijol orgánico, rojo y negro, lograron acceso a la venta en la Feria Orgánica el Trueque y ventas a un restaurante en la capital, por gestión de MAOCO / Oro Verde.

También se pueden dar números. En el caso de la empresa Oro Verde, por ejemplo, logró comercializar una parte de la cosecha frijolera orgánica de los productores/a indígenas, a un precio por quintal duplicado al que pagan los intermediarios tradicionales en las fincas de los productores/as.



## **LA CADENA DE MARAÑÓN**

### **NICARAGUA: el análisis de cadena y plan de negocios en marcha, lleva a ampliar la comercialización nacional de la nuez de marañón**

La comercialización de la semilla o nuez de marañón, facilitada por Nicaraocoop con la Cooperativa “Carolina Osejo”, incluyó un análisis de la cadena, un sistema de información de producción y precios, un plan de producción y de negocios, fortaleciendo el sistema interno de control de la organización de productores. Para esta cadena, el

mercado justo es muy importante, con 60% de las ventas. Pero los productores/as no dependen solamente de él, porque en 2008 se destinó el 40% del producto para el circuito de supermercados.

### **HONDURAS: concertando en la cadena, se mejoran los precios a productoras y productores y se aumenta el volumen procesado para el mercado**

En la zona sur del país, VECO MA trabaja con el Conglomerado de Marañón, que

integra Crepaimasul, ACAN, UTC, AHMUC, CNTC, UNC (Extravalle y Extrasur), EGL y Red de productores de Apacilagua.

Actualmente hay más áreas de producción de marañón orgánico (más de 300 manzanas certificadas), porque las procesadoras del Conglomerado reconocen la calidad y condición orgánica con mejor precio, mientras los intermediarios pagan la nuez al mismo precio que el producto convencional.

Dentro del Conglomerado, en 2008 se logró un acuerdo comercial entre productores/as y comercializadoras, que mejoró el precio de la nuez a los productores/as.

Se logró mejorar el precio que inicialmente estaba en promedio aproximado de USD 18.3/qq a USD 21.5/qq de nuez en bruto; esto permitió que de un 30% de los productores de la zona que vendían su producción a las organizaciones miembros del

conglomerado, se incrementara a un 60%, en respuesta a los nuevos precios ofrecidos que les permitieron mejorar sus ingresos.

Es importante destacar que se realizó un análisis de la cadena de marañón lo que derivó un plan de acción del rubro, el cual está siendo retomado por el Conglomerado de Marañón.



## LA CADENA DE HORTALIZAS

### Nicaragua: apoyando el control de la comercialización en cinco departamentos

VECO MA contribuye con FEMUPROCAM, Alianza Agroecológica y UNAG reforzando el acceso al mercado de hortalizas en los departamentos de Nueva Segovia, Madriz, Matagalpa, Carazo y Managua.

En 2008, se realizó un estudio para la comercialización hortícola en el mercado local, y un plan de negocios con 57 mujeres y sus familias, y también

se reforzaron 7 puntos de ventas permanentes facilitados por UNAG Nueva Segovia. Un punto de venta en el mercadito vial, facilitado por FEMUPROCAM. Igualmente, se reforzaron los canales de comercio alternativo de hortalizas de la Alianza Agroecológica: el punto de venta permanente, las ferias semanales y la proveeduría de “canastas solidarias” con la Red de Defensa del Consumidor en un barrio popular de Managua. También se reforzó la venta de hortalizas en pulperías y directamente al consumidor/a, en seis puntos de venta. Se cuantifican más de 30 tipos de hortalizas

comercializados y aumentos en los ingresos familiares por estas ventas han sido variables, según el desarrollo de los mercados: desde 1% hasta 20% anual.

### Honduras: impulsando la inserción de mercados hortícolas

Trabajando con Las Mujeres de Langué, se logró establecer mecanismos productivos que permiten, a las mujeres y sus familias, una producción de hortalizas más constante y de mejor calidad. A su vez, se logró fortalecer la producción orgánica en Langué y Santa Bárbara aunque en pequeña escala.

En Langué con las Mujeres de la zona, se impulsó el comercio de los productos que producían a través de un puesto dominical en el mercado local.

Cabe destacar que la mayoría de consumidores son del área docente, que está conciente del valor de consumir productos agroecológicos, y se está ampliando a nuevos clientes. De igual manera, en la zona sur se abrieron espacios para el comercio hortícola directo en ferias del agricultor.

### **Costa Rica: apertura y consolidación de mercados locales para hortalizas**

La opción de VECO MA es reforzar los mercados locales y cadenas cortas, en los cuales las hortalizas son muy importantes, para atraer consumidores/as por la variedad productos que se ofrecen, lográndose mayores ventas. En 2008, lo más significativo fue el crecimiento de ferias y la implementación del sistema de canastas (nueva modalidad de venta) con lo cual se tiene acceso a nuevos

clientes. A la par se están consolidando otros puestos de venta de hortalizas en mercados locales.

En supermercados, Oro Verde es una marca posicionada en hortalizas orgánicas, por lo cual se mantiene alianza comercial (alquiler de marca, servicio de negociación de precios y condiciones) de esta empresa con APODAR, que es la principal organización de productores/as hortícolas orgánicos. Ésta, a su vez, diversificó sus mercados a nivel nacional y en su zona de influencia.



## **LA CADENA DE PANELA**

### **Nicaragua: planes de negocios, certificación orgánica, encuentros y articulación en la cadena**

La organización de productores/as de caña y panela de Nueva Segovia, con afiliación a UNAG en el 2007, contó con la asesoría de la agencia certificadora Eco-lógica y CEDECO, para preparar el proceso de certificación orgánica, incluyendo levantamiento de línea de base. Igualmente, el proceso continuó con la elaboración de un Plan de Negocios para instalar hornos mejorados

que utilizan el bagazo, y para garantizar la calidad e higiene en la elaboración de la panela; el Plan será implementado con recursos que se gestionan con el Gobierno de Nicaragua.

### **Honduras: incremento en la producción de azúcar granulada**

En 2008, colaborando con la organización socia RED COMAL, se logró una producción de 420 quintales de azúcar, con un crecimiento de 52% sobre la zafra anterior.



## TESTIMONIO

### DE UN PRODUCTOR DE CREPAIMASUL EN HONDURAS

**Nombre: Acisclo Tercero Najar**

**Organización: CREPAIMASUL**

*En el campo del conglomerado de marañón, todos los productores hemos buscado la salida de organizarnos, para ver que hacemos por nuestras vidas y la de nuestras familias. Aquí yo soy miembro y fundador de la Unión Nacional de Campesinos (UNC), y a la vez miembro de CREPAIMASUL, pensando de que los productores de marañón tenemos que organizarnos para ser beneficiarios tanto de nuestro trabajo como de lo que producimos.*



*Cuando escuché hablar del Conglomerado por primera vez, lo vi como algo positivo, todas las luchas van por etapas, nunca se concluyen de un solo. Según veo, nuestro Conglomerado lleva un ritmo más diferente que lo que pensábamos antes. Pienso que en vez de bajar vamos para adelante, con toda la formación que estamos recibiendo y lo importante es el diálogo que tenemos en cada reunión, donde nos vamos conociendo, con más confianza.*

*De aquí a unos 3 años veo al Conglomerado luchando, porque queremos ver un Conglomerado diferente, que actúe bajo su autonomía y con medios económicos, en pocos años bien organizados, no vamos a necesitar de nadie porque nosotros mismos, haciendo actividades y capitalizando nuestra propia empresa, vamos a tener fondos disponibles; ya no vamos a estar esperanzados a que otras instituciones nos apoyen de pie, si no en una mediana parte. Eso es lo importante, no hay trabajo en el que se miren avances si no hay una buena coordinación y administración. En el término de 3 años, si no tenemos conciencia crítica podemos fracasar, y si tenemos una conciencia crítica vamos a triunfar, se sabe que es a largo plazo porque vamos por etapas.*

*Los cambios que hemos visto en CREPAIMASUL, después de pertenecer al Conglomerado, es que la gente se siente parte, hay más relación de amigos entre los miembros del Conglomerado y si esto se sigue será un éxito, se han cambiado muchas cosas el equipo de trabajo (gabachas), la forma de trabajo, ha habido muchos cambios.*



## TEMA 2: En el campo de incidencia política: hacemos camino al andar

VECO MA colabora con organizaciones campesinas gremiales, movimientos y redes agroecológicas, contribuyendo a la consolidación democrática y la ampliación de los derechos ciudadanos en Centroamérica. En específico, el objetivo es que estas organizaciones sociales, al relacionarse con actores públicos y privados, se logre una adaptación y modificación de las políticas agrarias y comerciales de estos últimos, tomando en cuenta las necesidades y propuestas de familias campesinas organizadas.

Varias temáticas fueron relevantes en 2008: la negociación del Acuerdo de Asociación entre Unión Europea y Centroamérica (ADA UECA), el fomento de la agricultura orgánica desde políticas públicas, el posicionamiento del rol de las mujeres en el contexto social y político, el diálogo para políticas nacionales ante la crisis agroalimentaria y la concreción de medidas de políticas en cadenas seleccionadas a nivel nacional y municipal.

### **Hacia un ADA UECA que toma en cuenta al sector campesino centroamericano.**

Las organizaciones socias en los tres países donde VECO MA opera, comparten espacios de articulación y debate a nivel nacional y centroamericano.

Respecto al tema ADA UECA, estuvo presente en la agenda permanente de estas plataformas y espacios gremiales, con los siguientes resultados:

- Presencia en varias rondas de negociación, en Bruselas y en Centroamérica, informándose de primera mano sobre las bases de la negociación comercial, y coordinando posiciones con la red CIFCA, de la sociedad civil europea,
- Elaboración y presentación de un posicionamiento técnico ante autoridades gubernamentales en algunos países, así como en foros de discusión pública y social en cada país y en eventos regionales.



### **Agricultura orgánica: gestionando movimiento social y políticas de fomento**

En la región centroamericana, la agroecología y agricultura orgánica está avanzando desde la producción hasta políticas públicas de fomento, pasando por la organización y movilización de productores/as y organizaciones aliadas. Los avances más destacados:

- Presentación de una propuesta para el fomento de la agricultura agroecológica, mediante los fondos de la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), por parte de COCOCH en Honduras,
- Realización de eventos de consulta nacional en cinco departamentos de Nicaragua, más dos regiones autónomas RAAS y RAAN, para definir los contenidos estratégicos de la Propuesta de Ley, Política y la organización del Movimiento Orgánico Nicaragüense (MONICA),
- Posicionamiento de la agricultura orgánica como alternativa a la crisis agroalimentaria, y la reglamentación de la Ley de Fomento y Promoción de la Agricultura Orgánica, por parte de MAOCO.

### **Posicionamiento de las mujeres rurales en la sociedad y las políticas públicas**

Trabajando con diferentes organizaciones socias, VECO MA refuerza la visibilización y reconocimiento social y político del papel de las mujeres del campo. Las organizaciones FEMUPROCAM, UMCAH, Red de Mujeres de Langue y CMC tuvieron un rol más destacado en 2008.

### **Buscando concertación de políticas ante la crisis agroalimentaria.**

En 2008, las organizaciones campesinas estuvieron presentes, en diversos espacios de diálogo y concertación política. Los avances relevantes de estos procesos son los siguientes:

- En Costa Rica a nivel legislativo, gestión de la aprobación de Ley de Registro de Genéricos, posicionamiento de propuestas de: ley de Seguro Agropecuario y Banca de Desarrollo, transformación del Instituto de Desarrollo Agrario, sello de comercialización del Consejo Nacional de Producción, Política Agropecuaria Centroamericana (PACA),
- En Honduras, firma de acuerdos con el Gobierno para financiamiento a la producción campesina, así como la aprobación en la cámara legislativa de un Decreto de Ley para solventar la problemática de tierra.
- En Nicaragua, aportes para la formulación del Programa Nacional de Semillas, Programa Nacional de Seguridad y Soberanía Alimentaria, adecuación de políticas en el marco del PRORURAL, cabildeo para la implementación del Banco de Fomento, participación en comisiones nacionales para mejoramiento de semilla de frijol rojo y para mejorar la infraestructura de caminos y carreteras, precios justo para la venta de novillos y vaquillas, promoción del sistema de crédito agrícola del ALBA, Política Agropecuaria Centroamericana.

## Las redes nacionales de agroecología y seguridad / soberanía alimentaria también estuvieron activas, presentando propuestas frente a la crisis alimentaria, ante los poderes públicos a nivel nacional y local

- En Nicaragua, las organizaciones campesinas y redes como GISSAN plantearon las propuestas de ley de Seguridad y Soberanía Alimentaria, con amplia participación de los productores/as. Un punto crítico es la contradicción entre el sector privado y organizaciones sociales, en cuanto a permitir el ingreso de productos transgénicos.
- En Honduras, ANAF AE desarrolló una Campaña de Consumo Responsable, para visualizar la calidad agroecológica, incluyendo la recuperación de comidas y platos tradicionales.

## Estableciendo logros concretos para las familias, en las cadenas productivas

VECO MA apoya organizaciones campesinas socias no solo para buscar concertación de un ambiente macroeconómico favorable a la

agricultura, sino también para logros concretos, según el contexto de cada país.

- En la cadena de frijol, en Nicaragua, los y las beneficiarias de UNAG lograron acceso a crédito y asistencia técnica para 200 manzanas frijol semilla y 100 manzanas frijol comercial, con financiamiento IDR y Nicaraocoop. La cadena de frijol se ha dinamizado económicamente en sus distintos circuitos (frijol de consumo negro y rojo, semilla y procesados al vacío) en Carazo, por acción coordinada de los diferentes agentes de la cadena en la Mesa de frijol.
- En la cadena de marañón, un ejemplo concreto es la gestión de una propuesta ante PRONADEL y otra ante el INA en Honduras, para el fortalecimiento de liderazgos en el Conglomerado de Marañón.
- En la cadena de hortalizas, en Costa Rica el MAOCO logró un acuerdo de alto nivel gubernamental, que muestra voluntad política de instituciones agrícolas para incentivar la producción hortícola orgánica dentro del plan nacional de reactivación alimentaria. El acuerdo político habrá de formularse y llevarse a cabo en planes específicos, en 2009.

- En la cadena de panela, en Nicaragua, a través del programa del IDR y PRORURUAL, UNAG Nueva Segovia aplicó un proyecto para el financiamiento del plan de negocios de la panela orgánica, contemplando la compra de tres trapiches para cumplir con BPM.

## Inciendiando en espacios locales

Según las condiciones del contexto, las redes agroecológicas también despliegan acciones a nivel municipal. Mencionamos algunos ejemplos:

- En Honduras, mediante las organizaciones miembros de ANAF AE y otras similares, hay coordinación con las alcaldías municipales para promover los mercados locales mediante ferias e impulsar la agroecología. De la misma manera, las mujeres de Langu concertaron con la Alcaldía para el acceso a fondos de la Estrategia de Reducción de la Pobreza,
- En Costa Rica la red COPROALDE participó en la campaña internacional "Semillas de Identidad", con otras organizaciones sociales nacionales y locales e intercambios centroamericanos. Como logro concreto, dos municipios del país se sumaron a otros cuatro que previamente habían hecho declaratoria de municipios ecológicos y libres de transgénicos.



## TESTIMONIO

INFORME DE PARTICIPACION, COMO DELGADO DE UNAG NICARAGUA, EN OCASIÓN DE LA RONDA DE NEGOCIACIONES DE UNION EUROPEA Y CENTROAMERICA, EN BRUSELAS, JULIO 2008

**Nombre: Gustavo Toruño**

**Organización: UNAG**

*La participación de mi persona como delgado de UNAG, en la ronda de de negociaciones, en Bruselas la he considerado de importante, por un lado por la oportunidad que se tiene para intercambiar experiencias e información y hacer incidencia en las redes europeas, en las redes centroamericanas y en los órganos de consulta, y por otro lado, por la comunicación que se tuvo con la comisión representante de nuestro gobierno en las negociaciones y los espacios para discutir con confianza algunos temas de interés para el agro y que pueden ser retomados por la comisión.*

*En términos globales debemos concluir expresando que, las redes sociales, tanto las europeas como las centroamericanas, hasta ahora no tienen el suficiente posicionamiento para ejercer una mayor presión, a fin de obtener mejores resultados en las negociaciones de asociación. Si los gremios mejoran sus actividades, después de las reuniones en Bruselas, donde salimos fortalecidos, podemos esperar mejores reacciones en las comisiones. Por lo que se maneja en las redes europeas, la Unión Europea va a seguir presionando, creando condiciones para obtener mejores espacios y ventajas de negociación y para ello están tomando medidas institucionales, legales y ante las mismas redes europeas.*

*A pesar de eso es notoria la flexibilización que ha tenido la comisión negociadora europea, en los últimos días de la cuarta ronda. Una tendencia muy importante son las posiciones de consenso que están asumiendo las comisiones nacionales de negociación, especialmente en esta cuarta ronda, ante la comisión europea, lo cual muestra una perspectiva futurista en los resultados de la negociación.*





### **TEMA 3: Consumo responsable es un tema tiernito, pero los logros nos inspiran adelante**

VECO MA aporta su grano de arena para que las y los consumidores vayan cambiando sus patrones de consumo hacia una alimentación adecuada, saludable y producida localmente, reconociendo un precio justo.

VECO MA trabaja del lado de organizaciones de productores/as, apoyando sus iniciativas de mercadeo y convocatoria a consumidores/as, apelando a la sensibilidad social y de mutuo beneficio mediante iniciativas de comercio solidario, venta directa y cadenas cortas. Del lado de las organizaciones de consumidores/as, VECO MA les apoya en sus actividades de promoción del concepto y la práctica de la economía solidaria y el consumo responsable.

En la práctica, una estrategia se concentró en la formación de capacidades, concientización y sensibilización al público y autoridades político-administrativas; otra estrategia se enfocó en la participación conjunta de organizaciones de productores/as y consumidores/as en iniciativas específicas de consumo responsable. Las mujeres tuvieron mayor participación en todas las acciones de consumo responsable y solidario, ya sea como consumidoras o como pequeñas productoras, coherente con la responsabilidad que ellas ostentan en las formas de consumo familiar.

#### **Acciones de incidencia: con propuestas**

En el contexto de crisis agroalimentaria, los consumidores/as organizados también alzaron su voz. Por ejemplo, el CODECOH

formuló pronunciamientos, distribución de información sobre derechos de los consumidores, capacitaciones en escuelas reuniones de alto nivel. El planteamiento es reducir la intermediación que perjudica a productores y consumidores, creando o reforzando ferias del agricultor, cooperativas de consumo, y otras formas organizativas de estrecha vinculación entre ambas partes.

#### **Las certificaciones y la comunicación son un factor de cambio en el comercio responsable**

Las organizaciones de productores/as y comercializadoras, han tomado en cuenta que los y las consumidoras finales cada vez están más informados/as acerca de los alimentos, como las certificaciones sanitarias y comerciales. Proactivamente, estas organizaciones también refuerzan acciones comunicativas en ese sentido.

Se ha estimulado un acercamiento entre productores y consumidores bajo una lógica de apoyo mutuo. La coordinación entre la Red Nacional de Defensa del Consumidor y la Liga de Consumidores de Nicaragua, con UCOOPSO y La Alianza Carazo, son ejemplo de ello. El GPAE lo ha trabajado desde los 5 mercaditos verdes a nivel departamental, donde asisten un promedio de 200 consumidores cada semana en total.

El concepto y práctica de consumo responsable y comercio solidario, se está posicionando y se refleja, también, en logros económicos en las cadenas de frijol y hortalizas en Nicaragua:

- en el Mercado Cooperativo de FENACOOOP con la Unión de Cooperativas de Carazo (UCAAC) y el punto de venta a la organización de jubilados/as de Carazo, las ventas de



frijoles con valor agregado llamados “frijoles al vacío”, involucraron a más de 200 consumidores mensuales,

- UNAG de Nueva Segovia y de Carazo vendieron a los CPC /ENABAS (expendios de los barrios populares) a más de 10,000 consumidores/as,
- NICARAOOCOOP, distribuye las “Canastas Populares”. Las ventas implicaron a más de 8000 consumidores de frijoles,
- Crecieron las ventas de hortalizas variadas en ferias, sistema de “canastas solidarias” y puestos de venta permanentes apoyados por FENACOOP, Alianza Agroecológica,

UNAG y FEMUPROCAN, atendiendo un promedio de 100 a 200 consumidores/as semanalmente.

### El importante involucramiento de redes agroecológicas

Cada vez más, estas redes están activas en la defensa de derechos y la promoción de consumo responsable y economía solidaria. A manera de ejemplo:

- El GPAE promovió la organización departamental de consumidores, desarrolló talleres e intercambios de sensibilización con consumidores/as por el consumo responsable y

principios de la agricultura orgánica, etc.

- Una alianza entre Red COMAL y CHAAC, promotores de derechos humanos, organizaciones de mujeres, de pobladores/as y productores/as, así como autoridades nacionales y locales relacionados con los temas de producción y consumo. En la feria campesina de Siquiatepeque, por ejemplo, se promovió el consumo de productos campesinos, se distribuyeron trífolios, hojas volantes y asistieron medios radiales y televisivos.

## VECO MA en la casa interna

Durante todo el año 2008, VECO MA estuvo afinando su modelo de intervención regionalizado. Para mantener la coordinación regional, realizó 5 “reuniones regionales”, mantuvo comunicación interna frecuente con boletines electrónicos y visitas a las oficinas, socios y organizaciones aliadas en los tres países.

En abril de 2008, se realizó en VECO MA una consultoría internacional llamada OCA, para evaluar la capacidad organizacional de VECO MA ante los cambios políticos y de planificación global de la organización. Las recomendaciones se pusieron en práctica desde mitad del año, tales como cambios y capacitación al personal, y se realizaron los primeros estudios de análisis de cadenas priorizadas (frijol, panela, marañón y hortalizas) y líneas de base a nivel de grupo meta.

En 2008, el equipo regional amplió con una persona responsable del programa en Honduras y dos personas para la coordinación regional agronegocios –cadenas productivas y sistema PLA (planificación, aprendizaje y rendición de cuentas).

2008 fue un año de término de apoyo financiero de VECO MA para algunos socios, con la expectativa de mantener

relación de cooperación no-financiera a partir de 2009, en la modalidad de consultoría y/ o de socios estratégicos. Igualmente, VECO MA apoyó a varios de estos socios, mediante la facilitación externa para identificar pistas de sostenibilidad financiera institucional, así como las posibilidades de fuentes de financiamiento alternativas.

VECO MA consolidó su política de alianzas y sinergias. En 2008 se formó el consorcio PECOSOL (Programa de Economía Solidaria, administrado por VECO MA) que integra colaboración financiera y técnica de MS Dinamarca, VOLENS, Centro Cooperativo Sueco, OXFAM Gran Bretaña, Federación Luterana Mundial y VECO MA.

El año 2008 para VECO MA fue un año de campaña de sensibilización y de recolecta de fondos, enfocada en el cultivo de frijol en Nicaragua. Se realizó un panel de discusión sobre la cadena de frijol en Nicaragua, en el marco de la crisis alimentaria. La campaña también convocó muchas visitas de Bélgica a la región: periodistas, camarógrafo para filmar materiales educativos en Bélgica, voluntarios/os de comités de Vredeseilanden en Bélgica, pasantías de estudiantes de pedagogía universitaria. En enero 2009, se efectuó la visita hacia Bélgica de dos productores frijoleros del departamento de Carazo, afiliados a UNAG y FENACOOP.

## TESTIMONIO

ORGANIZACIONES MIEMBRO DEL GPAE CONSUMEN LO QUE LAS FAMILIAS PRODUCTORAS OFERTAN DESDE SUS TERRITORIOS

**Nombre: Lourdes García**

**Organización: coordinadora GPAE**

Las organizaciones miembro del GPAE en Nicaragua (Grupo de Promoción a la Agro ecología) se abastecen de productos, procedentes de las familias campesinas con las que trabajan. Un caso ejemplar es el Servicio de Información Mesoamericana de Agricultura Sostenible -SIMAS-, en cuyas instalaciones opera la Facilitación Nacional del GPAE desde el año 2003.

SIMAS inició pláticas con algunas organizaciones miembros del GPAE localizadas en Matagalpa, Jinotega, Carazo y Managua, con el fin de abastecer de productos sanos, libre de químicos, al personal del SIMAS y a las organizaciones que comparten el edificio.

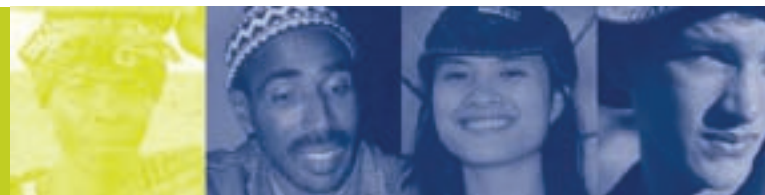
Los productos provienen, en su mayoría, de La Finca Santa Julia, comarca Los Briones del departamento de Managua. Por la cercanía, somos abastecidos cada quince días en los siguientes productos: limón criollo, plátano verde, papaya, pepino, rábano, frijoles, naranja agria, piña, aguacate, elotes, nancite, guayaba, ayote, grocea y guineo. Esta finca tiene un área de 5 manzanas, trabajada por tres hermanas, quienes también son las que comercializan los productos en el mercado de la capital. De las organizaciones del Norte, como es el caso de La Cuculmecca, nos abastecen de café y miel; ADDAC rosa de jamaica, y de la zona Sur, La Finca Santa Clara, productos procesados como es el chimichurri, berenjena y mermelada.

Con esta modalidad, nos hemos beneficiado de ambos lados. Las familias campesinas, cuentan con la demanda cada quince días de sus productos, los que directamente se van a retirar de la finca; y el personal del SIMAS, Fundación Luciérnaga y EDISA, están consumiendo productos sanos, frescos y en sus manos. Los productos que nos ofertan, y los precios de los mismos, varían según la temporada.





# VECO MA



## ORGANIZACIONES SOCIAS EN EL 2009



Empresa Cooperativa de Servicios Agropecuarios. NICARAOOCOOP R.L.



Federación Agropecuaria de Cooperativas de Mujeres Productoras del Campo de Nicaragua. FEMUPROCAN



Unión Nacional de Agricultores y Ganaderos. UNAG Nacional



Cooperativa de Proyectos Agropecuarios de Carazo. COOPPAD



Liga de Defensa del Consumidor de Nicaragua. LIDECONIC



Federación Nacional de Cooperativas. FENACOOOP R.L.



Red Nacional de Defensa de los Consumidores. RNDC



Grupo de Promoción de la Agricultura Ecológica. GPAE



Asociación Regional de Servicios Agropecuarios de Oriente. ARSAGRO



Red de Comercialización Comunitaria Alternativa. Red COMAL



Consejo Coordinador de Organizaciones Campesinas de Honduras. COCOCH



Comité para la Defensa del Consumidor Hondureño. CODECOH



UMCAH  
Unión de Mujeres Campesinas Hondureñas. UMCAH



Coalición hondureña de Acción Ciudadana. CHAAC



Asociación Campesina Nacional. ACAN



Movimiento de Agricultura Orgánica Costarricense. MAOCO



Consorcio Cooperativo de Mercados Locales Campesinos e Indígenas R.L.



Programa de Apoyo a Mercados Orgánicos



Programa de Economía Solidaria



# VECO MA

### CONTACTO

**VECO Mesoamérica (VECO MA)**  
**Oficina Regional**

Telefax: (505) 278-2458, 278-3775 • P. O. Box: 3709 Managua, Nicaragua  
E-mail: [vecoma@vecoma.org](mailto:vecoma@vecoma.org) • Sitio web: [www.vecoma.org](http://www.vecoma.org)  
Dirección: Colonial Los Robles, del Hotel Colón 1/2c. abajo, Managua Nicaragua