

**UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE
POSGRADO**

**UNIVERSIDAD NACIONAL
SISTEMA DE ESTUDIOS DE
POSGRADO**

**FORTALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES EN SEGURIDAD ALIMENTARIA Y
NUTRICIONAL DE LOS ACTORES ESTRATÉGICOS Y PARTICIPANTES EN LAS
FERIAS DEL AGRICULTOR DE TRES RÍOS Y DE LA VILLA OLÍMPICA DE
DESAMPARADOS. COSTA RICA 2012.**

Trabajo final de investigación aplicada sometido a la consideración de la Comisión Académica Administrativa Interinstitucional del Programa de Maestría en Gerencia de la Seguridad Alimentaria y Nutricional para optar al grado y título de Maestría Profesional en Gerencia de la Seguridad Alimentaria y Nutricional

MARIANELA ZÚÑIGA ESCOBAR

Costa Rica

2012

Dedicatoria

“Este documento es el producto de un esfuerzo logrado a través de muchas personas quienes han participado de su proceso y a quienes dedico cada minuto empleado para su finalización. Que Dios los bendiga y recompense porque gracias a su guía, motivación, apoyo, cariño, energía, paciencia, conocimientos, confianza en mí, tolerancia y demás sentimientos, ha sido posible que yo llegue a esta meta que me impulsa al inicio de la siguiente!”

Agradecimientos

Gracias a mi querida familia, a mi esposo Jose, mi mamá Marielos, mi papá Javier y mis hermanas Ros y Myr, por la fuerza y motivación que me ofrecieron para enfrentar momentos de mucho estudio y trabajo hasta el día de hoy!. También especial agradecimiento a mis amigos que estuvieron siempre atentos de mi avance en este proceso. Con todos ellos quiero aprovechar al máximo cada segundo de mi vida.

Gracias a mis profesores y compañeros, quienes permitieron dos años de aprendizaje académico y experiencias para la vida que van conmigo en este camino. De mi parte seguiré aprendiendo de ustedes y espero tener futuras experiencias de trabajo en equipo, durante nuestras vidas como profesionales y amigos.

Hoja de aprobación

“Este trabajo final de investigación aplicada fue aceptado por la Comisión Académica Administrativa Interinstitucional de la Universidad de Costa Rica y de la Universidad Nacional, como requisito parcial para optar al grado y título de Maestría Profesional en Gerencia de la Seguridad Alimentaria y Nutricional”.

Dra. Marcela Dumani Echandi, Representante de Decana
Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad de Costa Rica

MSc. José Rodríguez Zelaya
Decano del Sistema de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional

PhD. Xinia. Fernández Rojas
Profesor Guía

MSc. Miguel Rosales Rodríguez
Lector

MSc. Shirley Rodríguez González
Coordinadora de la Maestría en Gerencia de la Seguridad Alimentaria y Nutricional

Marianela Zúñiga Escobar
Sustentante

RESUMEN

Zúñiga, M. (2012). *Fortalecimiento de las capacidades en Seguridad Alimentaria y Nutricional de actores estratégicos y productores participantes de las ferias del agricultor de Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados, 2012*. Trabajo Final de Investigación Aplicada para optar por el grado académico de Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Universidad de Costa Rica y Universidad Nacional. San José, Costa Rica.

Palabras Claves: Ferias del agricultor, mercados locales, Seguridad Alimentaria y Nutricional, capacitación, organización, promoción.

Directora: PhD. Xinia Fernández Rojas

En Costa Rica, un país de gran trayectoria agrícola y agropecuaria han ocurrido y siguen ocurriendo diferentes circunstancias que hacen del sector agrícola el menos beneficiado en términos de desarrollo y de ingreso, aún siendo éste el que aporta el grueso de la seguridad alimentaria nacional (ESFIM, 2009). Una de estas circunstancias es la que afecta a los pequeños y medianos productores por el debilitamiento de los mercados locales, uno de los más importantes, el de las Ferias del Agricultor.

De acuerdo al Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) (2010), las ferias del agricultor son los mercados de mayor preferencia para los costarricenses; aún así, el valor en la preferencia de compra del año 2002 al año 2009 bajó en 15 puntos porcentuales. Dicha caída ha afectado el desarrollo y calidad de vida de los productores y sus familias, quienes dependen en su mayoría del ingreso de dicho mercado.

Este documento presenta el diseño de un proyecto para ser ejecutado y que tiene como objetivo fortalecer las capacidades en Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) de los actores estratégicos y productores participantes en las ferias del agricultor de Tres Ríos y la Villa Olímpica de Desamparados. La idea de proyecto se desarrolló a partir de un proceso diagnóstico para identificar los problemas que acontecen en las ferias del agricultor, utilizando información de fuentes primarias en donde participaron informantes clave y actores involucrados en la problemática. Así como el uso de fuentes secundarias a partir de investigaciones e información documentada como antecedente y relacionada con el tema.

Se identificaron problemas factibles de abordar por el presente proyecto, tales como el hecho de que el CNP como asesor técnico de las ferias del agricultor según la Ley 8533, no desarrolla capacitación en el tema de la SAN como enfoque integrado e integrador, su conceptualización, operatividad e interpretación y su vinculación con las ferias. Otro de los problemas identificados es la deficiente organización y apoyo a la administración de la feria por parte de los productores, para poder generar estrategias de promoción de su mercado, sostenibles en el tiempo. Finalmente, existe un reconocimiento por parte de los involucrados, acerca del interés comercial y beneficio económico que genera la feria del agricultor a sus participantes, dejando de lado aspectos relevantes en relación con los pilares de disponibilidad, acceso, consumo, utilización biológica y estabilidad de los alimentos que genera este mercado.

Con el fin de abordar los problemas planteados, el proyecto desarrolla un modelo de investigación-acción-participativa, integrando 5 componentes; sustentados de un plan diagnóstico que permite conocer la situación del productor en la finca, en la feria y de la comunidad consumidora a dónde llega ésta, los cuales incluyen: 1) procesos de capacitación dirigidos a los involucrados de las ferias, 2) organización en red de productores para el apoyo a la administración de la feria en el 3) desarrollo de estrategias de promoción, considerando los pilares de la SAN (disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica) en las ferias involucradas. 4) Procesos de comunicación y mercadeo social y 5) evaluación y monitoreo del proceso y cada una de sus partes. Así, lograr fortalecer los conocimientos y prácticas en SAN de los actores y poder incidir en el mejoramiento de su mercado local.

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Actores involucrados en las Ferias del Agricultor para fines del presente proyecto	
Cuadro 2: Análisis de intereses y problemas percibidos por los actores involucrados en las Ferias del Agricultor.	
Cuadro 3: Análisis de intereses y problemas percibidos por los actores involucrados de la Feria de Tres Ríos	
Cuadro 4: Análisis de intereses y problemas percibidos por los actores involucrados de la Feria de La Villa Olímpica de Desamparados	
Cuadro 5: Procesos de comunicación interna del proyecto	
Cuadro 6: Entes externos al proyecto a quienes se dirigen los procesos de comunicación	
Cuadro 7: Procesos de evaluación para las etapas ex ante, de monitoreo y ex post	
Cuadro 8: Indicadores de evaluación ex ante	
Cuadro 9: Indicadores para el monitoreo del proyecto	
Cuadro 10: Indicadores para la evaluación ex post	
Cuadro 11: Cronograma de proyecto	
Cuadro 12: Presupuesto de proyecto	
Cuadro 13: Riesgos identificados según probabilidad e impacto para el proyecto	
Cuadro 14: Presentación gráfica de la probabilidad e impacto de los riesgos del proyecto	
Cuadro 15: Plan de acción para mitigar riesgos	

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Relaciones y jerarquías de los diferentes tipos de mercado en el país	
Figura 2: Proceso de diseño de proyecto	
Figura 3: Componentes del proyecto	
Figura 4: Actividades del proceso de capacitación multinivel (componente 1)	
Figura 5: Tipo de indicadores para conocer las características de producción en la finca	
Figura 6: Estructura organizacional del proyecto	

LISTA DE ABREVIATURAS

SAN: Seguridad Alimentaria y Nutricional

FA: Ferias del Agricultor

EN: Escuela de Nutrición

JNFA: Junta Nacional de Ferias del agricultor

CAC: Centro Agrícola Cantonal

PNFA: Programa Nacional de Ferias del Agricultor

FAO: Organización de las Naciones unidas para la Alimentación y la Agricultura (siglas en inglés)

IICA: Instituto de interamericano de cooperación para la Agricultura

CNP: Consejo Nacional de Producción

ODM: Objetivos de Desarrollo del Milenio

FICONUTI: Festival de Interculturalidad y Comidas de Nuestra Tierra

CSUCA: Consejo Superior Universitario Centroamericano

PNUD: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo

IAP: Investigación-Acción- Participativa

PIMA: Programa Integral de Mercadeo Agropecuario

RPF: Red de Productores Promotores

MCJ: Ministerio de Cultura y Juventud

MS: Ministerio de Salud

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería

JUSTIFICACIÓN

Según el estudio de Tendencias de consumo de frutas y hortalizas realizado por el Programa Integral de Mercadeo Agropecuario (PIMA) (2010), la Feria del Agricultor para el año 2002 representaba un valor de preferencia de compra de 36,6% en comparación con el resto de establecimientos con oferta de alimentos similares. Para el año 2009 el valor de preferencia de las Ferias del Agricultor (FA) se convirtió en un 14,5%, seguido de las verdulerías independientes 12,1%, cadenas de supermercados con un 12,1% (aumentando un 2% de acuerdo a la información obtenida en el año 2004), verdulerías ubicadas en mercados municipales 9,9%, ventas ambulantes 9,4%, mercados mayoristas 9,3%, mini supermercados 9,2%, pulperías 9,1% y abastecedores con un 8,4%.

Como se demuestra en los resultados anteriores, las FA han disminuido sus ventas en comparación con los supermercados que se encuentran aumentando las mismas. A pesar de que no se cuenta con un dato exacto a nivel nacional de la cantidad de consumidores que frecuenta cada una de las ferias del agricultor, se ha establecido una aproximación a través de un conteo de consumidores visitantes de la feria del agricultor de Heredia, siendo éste cercano a las veinte mil personas (Ortíz, J.M., Comunicación personal. 2012).

La oferta de alimentos y su relación con el consumo en la población costarricense tiene grandes repercusiones en la salud nutricional desde edades muy tempranas de la vida, situación que genera preocupación por parte de las autoridades en salud y que insta a promover el consumo de alimentos mas saludables.

Las FA ofrecen productos que presentan características beneficiosas para la salud, considerando su forma de presentación no procesada, y su aporte de nutrientes importantes para los consumidores. Además, son mercados locales en donde el pequeño y mediano productor tiene la oportunidad de poner a la disponibilidad y mejor acceso sus productos para el consumidor, contribuyendo a la SAN de las comunidades y generan un beneficio económico y social para las familias productoras y consumidoras; aspectos que

contribuyen con el primer Objetivo de Desarrollo del Milenio: “Erradicación de la Pobreza y el hambre”.

Los cambios de oferta y demanda sufridos en el mercado nacional influyen en la SAN y en el bienestar nutricional de las personas situadas a ambos extremos de la cadena alimentaria, desde los agricultores que deben adaptarse a los requisitos y normas impuestos por unos mercados en continua evolución hasta los consumidores de las zonas urbanas, que cada vez dependen más de los alimentos elaborados y de las comidas rápidas (FAO, 2004).

La situación actual en el tema de mercados, obliga a los agricultores a desarrollar estrategias que proporcionen un valor agregado a las ferias y que se conviertan en una ventaja competitiva ante la creciente oferta industrial. Sin embargo, los productores requieren de apoyo y asesoría para lograr fortalecer sus capacidades y prácticas, y consecuentemente, sus mercados; aunado a la vulnerabilidad a la Inseguridad Alimentaria y Nutricional (INSAN) a la que es sensible este grupo de la población (PRESANCA II, FAO, AILASH y PESA, sf).

En el Sector Público agropecuario de Costa Rica, existe el Consejo Nacional de Producción (CNP), dicha institución tiene como misión “apoyar la generación de valor agregado, mediante la prestación de bienes y servicios definidos en la normativa vigente que promueven la competitividad y sostenibilidad de las actividades productivas y pudiendo intervenir en el mercado para garantizar la seguridad alimentaria, con la finalidad de beneficiar a productores y consumidores” (CNP, 2012).

En el marco de FA, el CNP funciona como una institución de asesoría técnica y capacitación al PNFA según el “Reglamento de FA en Costa Rica: Ley 8533”. Sin embargo el CNP no cuenta con procesos de capacitación en el tema de SAN dirigidos a ferias (Morales, R. Comunicación personal. 2011); siendo el conocimiento un pilar esencial en el proceso de organización y desarrollo al momento de dirigir estrategias de promoción para este mercado.

Corbitt (2010) mencionado por Castro, J.G (2010), alude que el conocimiento es un activo estratégico caracterizado por ser valioso, raro, inimitable e insustituible, que permite a las

organizaciones que lo tienen ser más competitivas en sus acciones abriéndose paso a ser innovativas. Para aprovechar este conocimiento, lo importante es que no se quede “estancado” y se convierta en beneficio para sus integrantes (Castro, J.G. 2010). Siendo los procesos de “teórico-prácticos” una manera de asegurar dichos beneficios, que además se logran con mayor efectividad cuando se trata de acciones colectivas que persiguen un mismo fin, en este contexto serían los productores y productoras conscientes del aporte de las FA a la SAN de la población y desarrollando acciones prácticas que les permita promover su mercado.

ANTECEDENTES

El avance de un proyecto debe partir de la relevancia de sus antecedentes, considerando que en el diseño de estrategias gerenciales una de las recomendaciones es formar parte de un conjunto o set de políticas más amplias para lograr un impacto mayor (Jofre, A. 1999), siendo estos temas expuestos continuación, un marco de referencia para el desarrollo del presente proyecto.

A. Seguridad Alimentaria y Nutricional y los Objetivos de Desarrollo del Milenio

El concepto de Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) en el contexto latinoamericano ha sido el producto de aspectos fundamentales tales como, los modelos productivos en América Latina y su relación con la economía mundial, el avance en los conocimientos alrededor de la ciencia de la nutrición, cambios a partir de la Segunda Guerra Mundial que dieron pie a la creación de organizaciones internacionales y a la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y por último la investigación en Nutrición que se genera día con día (Dumani, M. 2011).

Inicialmente se acuñó el concepto de Seguridad Alimentaria(SA) a partir de la celebración en Roma de la Conferencia Mundial de la Alimentación en 1974 y posteriormente en los años 90 se incorpora el término Seguridad Nutricional. En 1993 la Organización Panamericana de la Salud/Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá (OPS/INCAP), promueve la estrategia de SAN, en respuesta al mandato emanado en la XIV Cumbre de los presidentes y jefes de estado celebrado en Guatemala y que da pie a iniciativas a nivel regional, nacional y local.

Existen diferentes conceptualizaciones de la SAN, entre ellas se considera *de interés para fines del presente proyecto, la emitida por el INCAP definida ésta como: “el estado en el cual todas las personas gozan, en forma oportuna y permanente, de acceso a los alimentos que necesitan, en cantidad y calidad, para su adecuado consumo y utilización biológica, garantizándoles un estado de bienestar que coadyuve al desarrollo”*. Considerando además, los pilares de *disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica* de los alimentos, así como su relación con la *estabilidad* de los mismos.

De igual manera, el presente proyecto se vincula con el primer Objetivo de Desarrollo del Milenio (ODM) referente a la "Erradicación de la pobreza y el hambre", el cual se encuentra íntimamente relacionado con la SAN, al establecer tres metas que se describen a continuación:

- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas con ingresos inferiores a 1 dólar.
- Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, incluidos las mujeres y jóvenes.
- Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padecen de hambre.

Además del ODM mencionado, a través de este documento se considera el relacionado con la "Igualdad entre los géneros y el empoderamiento de la mujer", incluyendo durante el desarrollo de los componentes del proyecto, la participación de hombres y mujeres en igual condición, sobre todo por ser las FA un escenario que ha sido dominado principalmente por el género masculino. Estos aspectos son retomados en el componente 4 del proyecto (APARTADO xxx O PAGINA), referente a los procesos de mercadeo social y comunicación, en donde se especifica la manera de desarrollar actividades inclusivas y con representación de ambos géneros.

B. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO): Sus líneas de acción en Seguridad Alimentaria y Nutricional.

Según la FAO, desde la Cumbre Mundial de Alimentación (CMA) de 1996, la SA "a nivel de individuo, hogar, nación y global, se consigue cuando todas las personas, en todo momento, tienen acceso físico y económico a suficiente alimentos, seguro y nutritivo, para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias, con el objetivo de llevar una vida activa y sana"

En Costa Rica, una de las acciones que la FAO realizó para contribuir con el primer ODM fue el desarrollo del Programa de "Fortalecimiento de las Ferias del Agricultor e Interculturalidad (2009-2011)" desde la cooperación técnica que brinda en este país. El proyecto fue parte del Programa Conjunto "Políticas Interculturales para la Inclusión y la

Generación de Oportunidades”, primer Programa aprobado en el país por parte del Fondo España/Naciones Unidas para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (F-ODM).

El Programa de la FAO dirigido a ferias, ha contemplado objetivos estratégicos relacionados con:

- Creación de un entorno favorable a los mercados para mejorar los medios de vida.
 - o Los medios de vida se basan en los bienes y el acceso depende a menudo del buen funcionamiento de los mercados. Es necesario que países aprovechen las oportunidades de aumentar el valor agregado en el sector de las agroindustrias frente a la producción primaria, pero los beneficios no son automáticos ni compartidos por todos.

- Aumento de la seguridad alimentaria y mejora de la nutrición:
 - o Promover y sensibilizar sobre seguridad alimentaria y nutrición. Fortalecer capacidades nacionales para evaluar las situaciones de la alimentación y la nutrición para incorporar los objetivos de seguridad y nutrición. Promover el derecho a la alimentación y los marcos jurídicos adecuados. Fomentar la investigación aplicada en seguridad alimentaria y nutrición y aprender actividades de enseñanza e información para asegurar la alimentación adecuada y una nutrición mejor para todos.

El Programa se basó en el trabajo multidisciplinario que promueve acciones dentro de las ferias en torno a los temas: Inocuidad de alimentos, infraestructura, mercado y finanzas, comunicación, servicio al cliente, interculturalidad y alimentación y nutrición, el mismo fue apoyado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería, así como la participación del sector Salud durante su ejecución. Las ferias participantes fueron la de Curridabat, Tres Ríos, Desamparados y Zapote, por ser ferias que se encuentran en los alrededores del Parque La Libertad.

El proyecto “Parque La Libertad” fue formulado desde el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) y tiene como punto de partida la búsqueda sostenida de la inclusión y la generación

de oportunidades para las comunidades y sectores de la sociedad, ricos en diversidad cultural e iniciativas productivas, pero excluidos en oportunidades de educación, recreación y crecimiento cultural (Parque La Libertad y MCJ, 2011)..

Se localiza en la confluencia de varias comunidades urbano marginales (9 distritos de 2 Cantones de forma directa, 6 distritos más de forma aledaña mediata), una de las mayores aglomeraciones poblacionales de la zona Sur de la Gran Área metropolitana (GAM), San José, Costa Rica (Parque La Libertad y MCJ, 2011).

Al finalizar el Programa, la FAO contempló procesos de sostenibilidad creando una matriz de trabajo en conjunto con el CNP y los entes administradores de las Ferias del Agricultor (FA) de Tres Ríos y la Villa Olímpica de Desamparados (Sánchez, D. Comunicación personal. 2012). Dicha matriz tiene como fin dar seguimiento a una serie de propuestas desarrolladas durante la ejecución de su programa, así como otras que no fue posible llevar a cabo pero que se consideran de interés para su seguimiento y puesta en marcha por otras instituciones o entidades. Entre las propuestas sugeridas para un abordaje posterior, se encuentra el de fortalecer las capacidades en SAN dentro del sector agropecuario y específicamente en las FA, acciones coyunturales con la generación de la idea del presente proyecto, y que da pie a procesos que serán descritos en apartados posteriores.

C. Políticas Públicas a nivel Nacional: Lineamientos en Seguridad Alimentaria y Nutricional

En Costa Rica existen diferentes instancias gubernamentales que trabajan a nivel de políticas públicas en el tema de la SAN. Estas instancias son las siguientes: Secretaría de la Política de Alimentación y Nutrición (SEPAN), Secretaría Ejecutiva de Planificación Sectorial Agropecuaria (SEPSA), Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPAN) (FAO.2006). Así como esfuerzos recientes desde el Ministerio de Salud (MS) y del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG); las cuales contemplan dentro de sus lineamientos algunas acciones en el tema de FA y otros relacionados con el presente proyecto, como se describe a continuación:

- Política Agroalimentaria y de desarrollo Rural 2010-2021. En la misma se hace referencia a la estrategia de Agricultura Familiar, que se refiere a *“Fomentar el*

reposicionamiento de la agricultura familiar, como una actividad diferenciada, que brinda un importante aporte a la economía nacional, a la seguridad alimentaria, al desarrollo de las economías regionales y locales y a estilos de vida saludables. Para este efecto se impulsarán programas diferenciados en materia de innovación tecnológica, financiamiento, incorporación a los circuitos comerciales, seguridad alimentaria y nutricional y otros, que contribuyan a superar las dificultades estructurales y técnicas que enfrenta”.

- Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional 2011-2021, con la coordinación del Ministerio de Salud, en donde se deja en claro el apoyo a la producción nacional que tienen que ver con: *“Fomento de estrategias de mercadeo para la comercialización de la producción nacional”; “Promoción de sistemas de comercialización alternativos de alimentos”; “Desarrollo de acciones estratégicas para mejorar el acceso a alimentos de calidad de manera eficiente en los grupos vulnerables”.*

Además se han definido políticas relacionadas con la *“Promoción del concepto de SAN a nivel político, institucional y de la sociedad civil”, así como la de “Fortalecimiento de la articulación institucional e intersectorial” a través de estrategias relacionadas con la “Creación y fortalecimiento de redes locales en SAN”. “Fortalecimiento de estrategias de mercadeo para la comercialización de la producción nacional”.*

Estos lineamientos políticos así como otros que alimentan la presente propuesta, se reflejarán a lo largo del documento y forman parte fundamental de su estructura, con miras a una aceptación y sostenibilidad del mismo.

D. Ferias del Agricultor (FA) en Costa Rica

La Memoria de la Dirección General de Mercadeo Agropecuario del Ministerio de Agricultura del año 1992, hace resaltar que el marco institucional del Sistema de FA se logró durante la administración del Lic. Rodrigo Carazo Odio en el período 1978-1982. Este marco se ajusta perfectamente a la filosofía de la Ley 1354 del año 1951, la cual se refería a la creación de mercados libres donde el agricultor pudiera vender directamente sus productos al consumidor, de manera que se estimulara la producción agrícola nacional y se

abaratara el costo de la vida. De esta forma se inicia en Turrialba una actividad comercial con la participación de pequeños agricultores, quienes se ubican en una calle junto a la línea del tren, para vender sus productos directamente al consumidor, los días viernes y sábado de cada semana (CNP, sf).

Las FA en todo el territorio nacional permite al agricultor ofrecer sus productos a la población directamente en sus comunidades; además se han constituido en el mercado del pueblo, entendiendo el concepto de pueblo, como la población perteneciente a todos los estratos de la Sociedad; son por lo tanto, una muestra de la cultura democrática costarricense (PNUD, 2009).

En la actualidad, existen aproximadamente 79 ferias del agricultor a lo largo y ancho del territorio nacional, con el fin de tener amplia cobertura para la población y permitir el intercambio directo de productos.

En Costa Rica existe el Programa Nacional de Ferias del Agricultor (PNFA), el cual se creó como programa de mercado de carácter social, de uso exclusivo para los pequeños y medianos productores nacionales de los sectores de la producción agrícola, pecuaria y forestal, pesca y acuicultura, avicultura, agroindustria y artesanía, en forma individual u organizada con el objeto de poner en relación directa a consumidores y productores, de manera tal que los primeros obtengan mejor precio y calidad, y los segundos incrementen su rentabilidad, al vender de modo directo al consumidor (Ley 8533. 2006).

A pesar de los beneficios que se obtienen a través de los procesos de comercialización dentro de las FA, las relaciones de dominación impuestas por los tratados de libre comercio y las reglamentaciones políticas, dejan en desventaja a los más pobres, en este caso al pequeño y mediano productor, quienes requieren de grandes esfuerzos para poder competir con el mercado mundial y atender dichos reglamentos impuestos como parte del comercio actual, situación que más tarde genera brechas de desigualdad social cada vez mayores (mercado dinámico exportador vs. mercado interno).

Así, aquellas personas que se encuentran en regiones rurales con alta disponibilidad de recursos naturales y proveedores de materias primas, presentan problemas de desempleo por condiciones deploras de mercado que permitan dar una salida a sus productos,

personas que más tarde deciden migrar hacia regiones urbanas, soportando condiciones de pobreza y apostando a la venta en los mercados del país, como las ferias del agricultor; enfrentando además las relaciones de dominación del Mercado dinámico, las transnacionales y decisiones de los Gobiernos, tal y como se muestra en la siguiente figura:

Figura 1: Relaciones y jerarquías de los diferentes tipos de mercado en el país.



Elaboración propia como parte del curso

Según Durstewitz, P y Escobar, G. (2006), la innovación y la competitividad son elementos clave de éxito en los mercados en donde se vinculan los pequeños agricultores; sin embargo tiene que darse un gran número de otras circunstancias relacionadas con la organización, capacitación, tecnología y comercialización, factores que determinan en gran medida la capacidad de los pequeños productores de acceder a los mercados.

Según un estudio realizado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en cuanto al impacto generado por el Tratado de Libre Comercio en Costa Rica,

se determinó que el 26% de los pequeños productores mencionaban que consideraban baja productividad como la limitación más importante; y 20% enfrenta problemas serios respecto a la comercialización del producto (Jansen, H; Morley, S; Torero, M, IFPRI. 2007)

Esta situación obliga a los agricultores a desarrollar estrategias que proporcionen un valor agregado a su mercado y que se convierta en una ventaja competitiva ante la creciente oferta industrial. Sin embargo, los productores requieren de apoyo y asesoría que fortalezca sus capacidades y consecuentemente, sus mercados y en donde la teoría se lleve a la práctica de forma efectiva y sostenible, aspectos que se pretenden con este proyecto.

1. Instancias y actores que se vinculan con las Ferias del Agricultor

Para fines de este proyecto se entenderán como “Actores involucrados” a todos aquellos (as) personas que tienen vinculación con las FA y que contribuyen al mejoramiento o se ven afectados por los problemas que se intentan solventar a través del presente proyecto. De estos actores involucrados, se despliega una clasificación, de acuerdo a las funciones que cumple cada uno en el escenario de ferias (según se indica en el cuadro 1).

Cuadro 1: Actores involucrados en las ferias del agricultor para fines del presente proyecto.

Actores involucrados			
Asesores técnicos	Actores estratégicos	Participantes	Consumidores y grupos pertenecientes a la comunidad
CNP, MAG, FAO, MS y EN.	JNFA, Entes administradores (CAC de Frailes de Desamparados y Junta directiva de la Asociación de productores de la Feria de Tres Ríos), y CR Central Oriental.	Productores y productoras	Municipalidad y grupos organizados, Centros escolares y familias
Desarrollan acciones de asesoría, supervisión o capacitación hacia las FA.	Dirigen y tienen incidencia en el	Que comercializan en las ferias del agricultor	Obtienen beneficio directo de las FA y se encuentran en la comunidad a dónde llega ésta.

funcionamiento de las
ferias del agricultor.

Los actores involucrados que se muestran en el cuadro 1, han participado de diferentes maneras en el proceso de diseño de la presente propuesta y se incluyen en diferentes partes de la organización del mismo, para el momento de su ejecución (Ver figura 6).

De acuerdo a la Ley de regulación de las FA, se definen a continuación las entidades que forman parte de su estructura de forma legal y que tienen interacción con este proyecto:

a. Junta Nacional de Ferias del Agricultor (JNFA)

La JNFA es el ente rector y fiscalizador del PNFA; según la ley, no tendrá fines de lucro y se registrará por el Derecho privado.

b. Comités regionales de ferias del agricultor (CR de FA)

Son organizaciones que velarán porque en su región se apliquen adecuadamente la presente Ley y su Reglamento.

c. Entes administradores de ferias (CAC de Frailes de Desamparados y Junta Directiva de la Asociación de productores de la feria de tres Ríos)

Son organizaciones de productores, preferiblemente participantes en la feria respectiva, legalmente constituidas y organizadas por el respectivo comité regional de ferias del agricultor, para administrar las ferias asignadas.

d. Participantes

Pequeños y medianos productores agrícolas, pecuarios, pesqueros y acuicultores, forestales, avícolas, agroindustriales y artesanos que comercializan sus productos en las ferias, ya sea individualmente o como organización sin fines de lucro legalmente constituida.

e. *Consejo Nacional de Producción (CNP)*

Ente técnico y asesor del PNFA, se establece que dentro de sus funciones se encuentra el tema de capacitaciones a pequeños y medianos productores del PNFA como se indica a continuación: “*Capacitar a los participantes en las ferias, en aspectos propios de mercadeo, agroindustria, manejo pos cosecha, inocuidad de alimentos, calidad agrícola y buenas prácticas agrícolas, entre otros*”. Sin embargo, actualmente no se contempla de forma explícita e integradora el tema de la SAN (Morales, R. Comunicación personal, enero 2011).

f. Consumidores o grupos pertenecientes a la comunidad

De acuerdo a la Ley 8533 existe participación de asociaciones de consumidores dedicadas a velar por la defensa de los derechos de los consumidores, estas podrán solicitar formar parte de los comités regionales de su comunidad.

Para efectos del presente proyecto, los grupos de consumidores que participan en el proceso son las municipalidades, grupos organizados de la comunidad, miembros de los centros educativos y familias.

2. Organización y funcionamiento de las Ferias del Agricultor

Como se mencionó en el apartado anterior, existe toda una organización y rol por cumplir por cada uno de los actores que participa en la dinámica de FA. Sin embargo, esta estructura organizacional es variable y no siempre se cumple lo normado, impidiendo

seguir un estándar en las iniciativas que se desarrollan para contribuir con este mercado. Por estas razones, es de gran relevancia conocer a las personas y las funciones que desempeñan en la feria y de esta forma desarrollar procesos de investigación-acción-participación directamente con los involucrados.

Además de las variaciones de tipo organizacional, en las FA se ha considerado un problema el lograr información cuantitativa que permita caracterizar a la población objetivo antes de iniciar un proceso de intervención. Por ejemplo, la asistencia irregular a la feria, que impide contar con información confiable acerca de la cantidad de vendedores y específicamente de agricultores que asiste cada fin de semana, así como el tipo de productos que son vendidos en ellas. Además de existir problemas relacionados con la intermediación, principalmente porque le corresponde a entidades diferentes, la emisión del carné (Centros Agrícolas Cantonales) y la revisión de éste, durante la feria (administración de la feria).

A pesar de las dificultades para registrar la participación de productores (as) o intermediarios, la administración de cada feria menciona que “es evidente quienes son productores y quienes no, se puede notar por el tipo y cantidad de producto que llevan a la feria en las diferentes épocas del año” (Campos, J.V. Comunicación personal-Administración feria Desamparados. 2012).

Por las razones anteriores, en los proyectos que tienen como fin mejorar estos mercados, es necesario considerar los procesos diagnósticos que permitan caracterizar la muestra de población meta con la que se trabaja, sobre todo por la deficiente información de registro existente. Además, se requiere de la participación e identificación de los involucrados en la estructura organizacional y funcionamiento de los proyectos, de esta forma poder adaptar las estrategias a sus necesidades y realidades para poder replicar los modelos de trabajo en diferentes contextos. Así, el presente proyecto se desarrolla en dos ferias del agricultor con diferencias importantes entre sí, con el fin de probar la propuesta en dos contextos diferentes:

a. Feria del Agricultor de la Villa Olímpica de Desamparados

Esta feria del agricultor se ubica en el cantón de Desamparados, Número 3 de la provincia de San José, uno de los cantones más poblados de la Gran Área Metropolitana. La feria se ubica específicamente en las instalaciones de la Villa Olímpica de esa localidad, en donde se cuenta con un techado que permite a los productores comercializar sin preocuparse por las condiciones del clima (ver fotografía en anexo 1)

Dentro de la feria se ubican aproximadamente 360 tramos de vendedores y vendedoras de diversas partes del país, de los cuales aproximadamente 294 (al día 8 de setiembre, 2012) venden productos agrícolas y aunque la administración no cuenta con información exacta acerca del número de intermediarios (por la dificultad de identificarlos), asegura que al menos el 40% de éstos son productores (as), ya que es el Centro Agrícola de Desamparados el que les ha emitido el carné (Campos, J.V. Comunicación personal. 2012).

La feria cuenta con carritos de mercado para hacer más cómoda la compra cada sábado, éstos se alquilan en el mismo campo ferial. Además los tramos en donde se disponen los productos, son tarimas de madera que son suministrados por la administración y cada productor cuenta con un espacio de 1 X 2 metros, (ver fotografía en anexo 1).

Por otro lado, la feria cuenta con una estructura organizativa que contempla además del administrador, una serie de inspectores de la feria, una estructura física y recurso humano que se ubican en el Centro Agrícola Cantonal de Frailes de Desamparados, en donde se reúnen y tienen sus oficinas, permitiendo el apoyo a sus funciones (Cruz, L. Comunicación personal. 2011). El Centro Agrícola cuenta con equipo tecnológico, entre éstos: computadora, video beam, teléfono y fax, así como personal administrativo de soporte a las acciones.

El ambiente de trabajo de la feria de la Villa Olímpica de Desamparados está conformado por un equipo motivado por reconocimientos a su trabajo, incluso fue premiada por el CNP en diciembre del año 2011 como la mejor Feria Nacional, según criterios establecidos por dicha institución.

b. Feria del Agricultor de Tres Ríos

El presente proyecto se desarrolla paralelamente en la feria del Agricultor de Tres Ríos, distrito ubicado en el Cantón de La Unión, éste es el cantón número 3 de la provincia de Cartago y aunque es el más pequeño, es el más densamente poblado después del Cantón Central de Cartago.

La feria de Tres Ríos se lleva a cabo en el Centro de este distrito, a la intemperie y a los lados de la calle, no cuentan con parqueo ni estructuras que no sean más que las tarimas y toldos que cada productor lleva para mostrar su cosecha. Han existido problemas en cuanto a su localización por parte de algunos vecinos, pues interrumpe carreteras y se encuentra muy cerca de las casas de habitación.

A diferencia de la FA de Desamparados, en esta los productores sufren por las condiciones del tiempo y muchas veces su venta está condicionada por este factor. La feria de Tres Ríos cuenta con 160 puestos de venta cada sábado, de los cuales aproximadamente 10 corresponden a artesanos, 4 a productos de origen animal y 40 a intermediarios, siendo cerca de 106 productores (as) de tipo agrícola, según información brindada por la administración de la feria (Bonilla, A. Comunicación personal. 2012)(ver fotografías en el anexo 2).

La feria cuenta con una Junta directiva conformada por los miembros de la Asociación de Productores de la feria del agricultor de Tres Ríos. Según el presidente de la Asociación, ésta entidad ha tomado las riendas que le corresponden a una administración e incluso, a pesar de no ser su razón de ser, cuenta con la aceptación de los productores de la feria para la mayoría de actividades administrativas que se desarrollan en la misma. No cuentan con un edificio para realizar sus funciones, sino que se reúnen en las casas de habitación de los integrantes y es escaso o deficiente el equipo tecnológico del que disponen a pesar de contar con Centro Agrícola Cantonal, el cual desarrolla otro tipo de funciones (Bonilla, A Comunicación personal.2011).

Tanto la feria de La Villa Olímpica de Desamparados como la feria de Tres Ríos, funcionan en una comunidad urbana y dan la oportunidad a gran cantidad de productores (as) cada sábado. Además, se encuentran en el marco de las regulaciones o disposiciones del Comité Regional Central Oriental, al cual rinden cuentas de su trabajo. Sin embargo las diferencias en su sistema organizacional, tecnológico o ambiente social, entre otros; van a determinar la forma en que se desarrolla el proyecto en cada una de ellas, enriqueciendo

sus resultados y siendo muy importante la participación de los principales involucrados durante todo el proceso.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

A. Seguridad Alimentaria y Nutricional y Ferias del Agricultor

Según Loaiza y Araya (2011), el mercado local de alimentos producidos en unidades rurales debe concebirse desde dos dimensiones diferentes; primero, el mercado local regional o de comunidades rurales, que aprovecha las condiciones del entorno para ofrecer los productos frescos directamente en la finca o en el centro de población, y luego el mercado que se abre a las comunidades rurales para abastecer el consumo en poblaciones urbanas, que puede alcanzar un nivel nacional, este sería el caso de las FA involucradas en este estudio (Loaiza, J y Araya, C. 2011).

Son muchas las maneras en que las FA se vinculan a mejorar la SAN, aspectos que se hacen evidentes a través de la presente propuesta y de las estrategias que conlleva; de esta forma, dar el lugar que les corresponde a las FA en este campo y permitir aprovechar ese recurso nacional para el beneficio de la población costarricense.

A continuación se describen los pilares de la SAN según el contexto de las FA:

1. Disponibilidad de alimentos:

Las ferias del agricultor están destinadas en su mayoría, a la venta de alimentos frescos, incluso muchos de ellos han sido cosechados el día anterior. Además, se ofrecen productos, en su mayoría, no procesados y una amplia oferta de alimentos agrícolas de diferentes variedades, calidades y en cantidades que superan a los supermercados no tradicionales. Según organismos de Naciones Unidas, las Ferias del agricultor, han sido consideradas como instancias gubernamentales que realizan acciones que se vinculan con la SAN, especialmente en lo relacionado con la disponibilidad de alimentos (FAO, 2004).

Además de las características nutricionales variables de los alimentos que se pueden encontrar en las ferias, es posible también disponer de alimentos de diferentes calidades que han sido producidos a través de buenas prácticas agrícolas desde la finca, aspectos que en muchos casos es desconocida por los consumidores.

2. Acceso de alimentos:

El acceso a los alimentos se presenta en dos dimensiones, una de ellas en términos de capacidades físicas de infraestructura, en donde a las ferias del agricultor aún les queda

camino por recorrer; pues la mayoría no cuentan con un local establecido para dichos fines. Las tarimas y toldos utilizados se encuentran en condiciones deplorables y en algunos casos no aptos para la disposición de alimentos, condiciones evidentes en la mayoría de ferias.

La otra dimensión se refiere al acceso de los alimentos en términos de la capacidad de compra o precio para obtenerlos, en este sentido este mercado local brinda opciones de venta variables a la población, que permiten al consumidor elegir entre la oferta que se encuentra de acuerdo a sus recursos y expectativas de compra.

Existen procesos innatos del ambiente de la feria en donde el consumidor logra obtener mayor cantidad de producto a un costo relativamente bajo, aún siendo deficiente la información o divulgación de las ofertas que cada fin de semana están presentes, éstas permiten acceder a muchos alimentos por parte de las familias que la visitan.

3. Consumo

La apertura de mercados y su consecuente importación de alimentos de diferentes partes del mundo, ha generado problemas relacionados con los hábitos alimentarios en la población. La transición de la nutrición es producto de una serie de factores, entre ellos la importación cada vez mayor de alimentos del mundo industrializado. En consecuencia, la alimentación tradicional que contenía cereales y hortalizas está cambiando por otros con gran contenido de grasas y azúcar (FAO, sf).

Existe una tendencia global que describe un alto consumo de alimentos densamente energéticos y un bajo consumo de alimentos fuente de micronutrientes (vitaminas, minerales y fitonutrientes) como las frutas y los vegetales, alimentos agrícolas representativos de la oferta que se puede encontrar en las ferias del agricultor.

Los hábitos alimentarios de la población costarricense, los cuales concuerdan con esta tendencia de preferencia en el consumo, se evidencian incluso desde edades muy tempranas en donde apenas se están implementando hábitos y estilos de vida. Así lo demuestran algunos estudios realizados en escolares. Tal es el caso del realizado por González, Hernández, Mora y Zúñiga (2008) con niños y niñas de primer ciclo en el Cantón de La Unión de Cartago, en donde se evidenció que esta población está sustituyendo las

frutas y los vegetales por productos procesados. De manera similar, otro estudio llevado a cabo por Calvo, Vargas, Reyes, Salas, Vega, (2007) en 10 escuelas públicas del mismo cantón, reflejó que la mayoría de alimentos en los hogares de los niños y las niñas, eran altos en grasa y azúcares.

En Costa Rica la Encuesta Nacional de Nutrición 2008-2009, muestra un incremento en el porcentaje de sobre peso y obesidad en todos los grupos de población, respecto a la encuesta realizada en el año 1996. Estos datos son alarmantes y sugieren una malnutrición que genera una serie de enfermedades crónicas relacionadas con ese estado nutricional, tales como las enfermedades cardiovasculares, dislipidemias, diabetes y padecimientos durante la vida adulta.

Las Ferias del Agricultor son ámbitos en los que se manifiestan diversas expresiones culturales que abarcan la forma de cultivar la tierra y la preparación de los alimentos que se producen y se venden. Sobre todo considerando que existe presencia de productores (as) de diferentes partes del país que convergen en un solo lugar y tienen costumbres alimentarias que los caracteriza unos de otros. Sin duda, las FA representan una identidad cultural que promueve el valor de la producción nacional para el consumo humano.

4. Utilización biológica

Las FA ofrecen al consumidor una oferta de alimentos variada que permite aprovechar nutrientes y fitonutrientes beneficiosos para la salud. Si bien es cierto, en Costa Rica es necesario incentivar la producción orgánica y muchos productores (as) practican la agricultura convencional, estos productos siguen siendo el vehículo de nutrientes importantes que han sido catalogados por la ciencia como “alimentos funcionales” gracias a su potencial preventivo y protector de la salud del consumidor.

A pesar de los beneficios de los alimentos que se pueden encontrar, las ferias presentan una amenaza importante en el tema de inocuidad e higiene de los alimentos. El saneamiento ambiental muchas veces se ve perjudicado por la contaminación biológica o atmosférica al no contar con espacios cerrados adecuados para la venta de alimentos. Además, existe la amenaza de animales y sus excretas en lugares cercanos a la venta de alimentos, poco acceso al agua potable y la disposición y manejo de basura en zonas cercanas al alimento. Otra amenaza importante en el tema de utilización biológica lo

constituyen los insumos químicos que se adicionan a los cultivos en el campo, y aunque este proceso se desarrolla en un escenario fuera del campo ferial, constituye un problema que debe ser contemplado en las acciones de fortalecimiento de estos mercados.

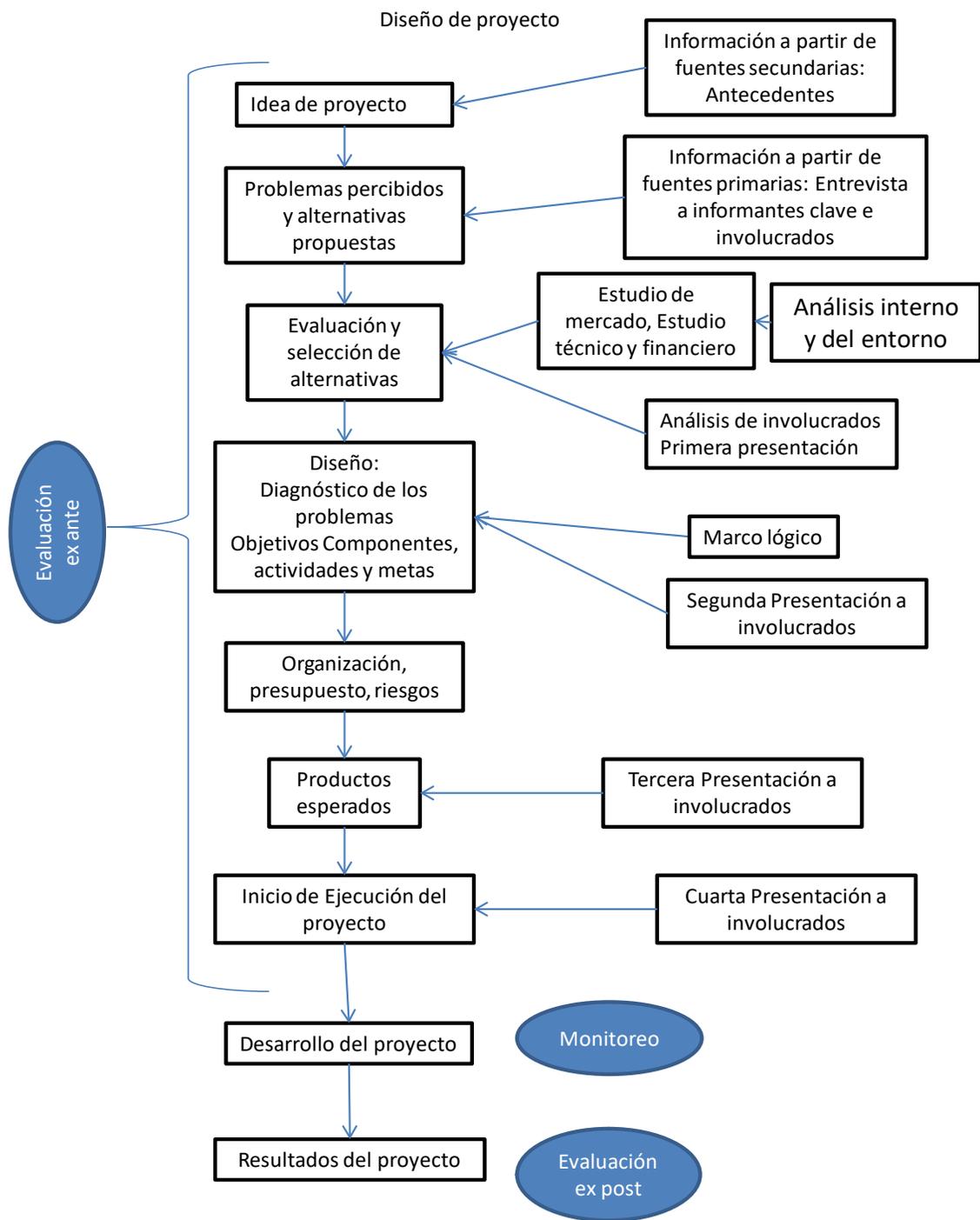
5. Estabilidad

La estabilidad de alimentos se refiere al acceso y disponibilidad adecuada de éstos en todo momento. Existen eventos que generan un riesgo a la estabilidad de alimentos, entre ellos las crisis repentinas como por ejemplo las crisis económicas o climáticas o aquellos acontecimientos cíclicos como la Inseguridad Alimentaria estacional (FAO, 2006). Por lo tanto, las ferias del agricultor al ser un reflejo de la producción nacional, pueden sufrir de estos riesgos en su estabilidad. Sin embargo, el hecho de lograr reunir a gran cantidad de productores durante la feria como eslabón de comercialización, permite tener disponible gran variedad de alimentos y accesibles al consumidor durante cada fin de semana.

B. Identificación de problemas y definición de la propuesta

Para poder identificar los problemas de la feria relacionados con la SAN, así como la definición de la presente propuesta, se llevó a cabo un proceso que se describe a continuación:

FIGURA 2: Proceso de diseño del proyecto



Fuente: elaboración propia del proceso de diseño del proyecto

Una vez realizada la revisión bibliográfica y documentación del material relevante y relacionado con el objeto de estudio, se identificaron problemas importantes que debían ser compartidos por el investigador hacia el grupo de involucrados del proceso, con el fin de conocer sus intereses y principales problemas percibidos para definir conjuntamente el abordaje del presente proyecto.

Con el fin de obtener mayor apropiación y participación del proceso y de los resultados por parte de los involucrados en el proyecto, se contempló tanto para el diseño de la propuesta de proyecto, como para su posterior ejecución, la metodología de investigación cualitativa denominada investigación-acción-participativa, la cuál es aplicada a estudios sobre realidades humanas (Gonçalves, L. 2011). De esta forma, el investigador presenta a los involucrados su idea de proyecto sustentada por fuentes de información, con el fin de permitir complementarla con la construcción social, histórica, culturalmente contextualizada y políticamente intencionada que se genera con el grupo de involucrados participando del proceso y sustentados de los valores de confianza y fidelidad a un marco ético (Gonçalves, L. 2011).

1. Proceso diagnóstico participativo

Para lograr una propuesta congruente con el estado actual de los productores (as) y actores estratégicos en relación con el tema de fortalecimiento de capacidades en SAN, se desarrolló un proceso diagnóstico durante la formulación del proyecto que consistió en un “análisis de involucrados”, entendido éste como la herramienta que permite identificar a aquellos actores (personas, grupos o instituciones) interesados en el éxito o fracaso de un proyecto o iniciativa. Son también, aquellos que contribuyen o que son afectados o que tienen influencia sobre los problemas a enfrentar (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. 2008)

En este tipo de investigación, el diseño metodológico se define sobre la marcha del estudio, de ahí la importancia de que exista un análisis con los involucrados, desde el momento en que se inicia la investigación, pues de lo contrario se corre el riesgo de llegar a conclusiones incompletas o alejadas de la realidad: además, las conclusiones pueden surgir aún durante los primeros análisis y no se reducen a productos, sino que son elementos necesarios para la toma de decisiones a lo largo del estudio (Gonçalves, L. 2011).

Para la identificación de actores se desarrollaron los siguientes pasos:

- Consulta en fuentes secundarias para determinar las funciones de las diferentes entidades y considerar aquellas que estuvieran relacionadas con el propósito del proyecto.
- Consulta a informantes clave actores de la feria para considerar aquellos actores que ellos mencionaron, estaban relacionados con este escenario.
- Una vez identificadas las entidades, los actores que las conforman fueron informantes clave que permitieron incluir en el grupo de “involucrados” a más actores.
- Se utilizó el programa Ucinet 6 que consiste en la herramienta computacional más utilizada para el análisis de Redes Sociales, éste permitió conocer las relaciones entre todos y cada uno de los actores incluidos en el análisis, a través del indicador de centralidad e intermediación.
 - o Grado de centralidad: Entendido como el número de actores con los cuáles un actor está directamente relacionado, esta es información importante con el fin de identificar a qué entidad dirigirse, que además tiene relación con la mayoría. A continuación se muestra en el orden respectivo de actores de mayor a menor centralidad para cada una de las ferias:
 - FA La Villa Olímpica de Desamparados: CAC, CNP, JNFA, Productores, MAG, CR, Ministerio de Salud, Municipalidad, FAO, circuito educativo (ver anexo 3).
 - FA de Tres Ríos: Asociación de productores de Tres Ríos, Productores, JNFA, CNP, MAG, CR, Artesanos, Ministerio de Salud, FAO, Municipalidad (ver anexo 4).

Una vez identificados los involucrados, se procedió a conocer su interés por el proyecto y los problemas percibidos en el escenario de la feria en donde éste se desarrolla, y que inciden de manera directa en su ejecución. Estos aspectos fueron tomados en cuenta en el desarrollo de los objetivos planteados en las siguientes etapas.

Para obtener dicha información, se realizaron entrevistas que fueron grabadas digitalmente y en donde la información obtenida se registró mediante un diario de campo, el cual consiste en informes personales que se utilizan para recoger información sobre una base de cierta continuidad y que en general, adopta una forma abierta de estructuración que depende del autor (Pérez, 1988. Citado por Gonçalvez, L. 2011). A la vez, se complementaron algunas afirmaciones realizadas en el análisis de involucrados, a través de una entrevista semi estructurada dirigida a los productores (Ver anexo 5), con el fin de corroborar algunos datos de interés, entre ellos: Porcentaje que representa la venta de la feria a su ingreso familiar, estrategias que utilizan actualmente los productores para promover sus productos y algunas opiniones de lo que conocían por Seguridad Alimentaria y Nutricional, información que logró contribuir al estudio de mercado realizado.

Tal y como lo menciona Gonçalvez, L. (2011), el presente proceso del proyecto, no implicó únicamente el análisis de la información, sino que además se acompañó de una identificación cercana, tanto con el contexto de las FA como con los y las participantes de esta investigación, relación que es base fundamental durante todo el proyecto, aún en sus fases de ejecución.

En el cuadro 2,3 y 4 se incluye un resumen de todas las ideas contempladas durante el “análisis de involucrados”, en éste se muestra algunos actores particulares de cada feria según sea el caso: Tres Ríos o La Villa Olímpica de Desamparados. Vale la pena mencionar que el hecho de presentar involucrados en el cuadro, no indica que son las personas que formarán parte de la estructura organizacional del proyecto, sino que la decisión de incluir y consultar a éstos, fue generada a partir de los informantes clave y de la documentación que demuestra la vinculación que éstos presentan con la feria.

Cuadro 2: Análisis de intereses y problemas percibidos por los actores involucrados con las Ferias del Agricultor al momento de presentar la idea de proyecto.

Entidad	Actores involucrados	Intereses	Problemas percibidos
JNFA	3 Miembros de la Junta Directiva	<ul style="list-style-type: none"> • Crear ferias del agricultor más competitivas en el mercado. • Dirigir actividades para promover la compra de productos de la feria. • Establecer alianzas con otras instituciones o sectores para beneficio de la feria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las ferias del agricultor no son competitivas y hay fuerte competencia de supermercados. • Es difícil generar interés por parte de los costarricenses a través de actividades, se debe plantear algo que las personas quieran realmente. • Las instituciones que deberían brindar apoyo o asesoría no son efectivas en temas de actualidad como SAN. • Cada feria debe comprometerse con la Universidad y con la JNFA para llevar cada paso adelante.
Comité Regional Central Oriental	Presidente	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener servicios de apoyo gratuitos para promover la FA. • Interés en capacitación. • Competitividad en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las ferias del agricultor no son competitivas y hay fuerte competencia de supermercados. • “Si bien es cierto el productor tiene un mercado como las ferias, la comunidad podría aprovechar este recurso para abastecer instituciones sin que haya intermediario”... las ferias siempre brindan ayuda a las actividades de la comunidad cuando nos lo solicitan, pero por qué no que aquellas instituciones que compran en otros lugares más caros, nos compren a nosotros?”

<p>CNP</p>	<p>Coordinador área comercialización.</p> <p>Analista de mercados e integrante de Programa 5 Al Día</p> <p>Representante del CNP en la JNFA (derecho a voz no a voto)</p> <p>Encargado de capacitar en tema de BPA.</p> <p>Encargada de capacitar en Manipulación de alimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar y capacitar a los productores en temas que mejoren sus conocimientos en todo lo relacionado al producto, desde su producción hasta su venta en la feria. • El tema de alimentación y nutrición es importante, sobre todo por el programa que se impulsa desde el CNP: 5 Al Día. • Realizar alianzas con la Escuela de Nutrición, UCR o instancias capacitadas en temas más actualizados relacionados con la Seguridad Alimentaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poco interés y capacidad de algunos miembros de las organizaciones de productores y algunos miembros de la JNFA en actividades. • “el CNP requiere de procesos de capacitación en SAN, considerando la relevancia de sus funciones” (RM) • “es un tema que se encuentra emergente y debemos estar enterados y actualizarnos” (GG). • El monitoreo del reglamento de condiciones higiénicas no se realiza periódicamente en la feria por falta de recursos.
<p>MAG</p>	<p>Viceministra de Agricultura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interés a nivel de políticas: u relación con el programa de Agricultura Familiar que está impulsando el gobierno. • Fortalecer capacidades representa beneficio para la el productor y tiene impacto en el consumidor. • Debe existir promoción de estilos de vida saludables en 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca competitividad del mercado local y existen productores desmotivados. • Hay un problema de alimentación en el país que también le corresponde al MAG y desde las ferias se debe promover la alimentación saludable. • El término de Seguridad Alimentaria y Nutricional se está promoviendo más, pero aún hace falta su posicionamiento.

		las ferias, “al sector agropecuario le interesa también la salud de la población”.	
Escuela de Nutrición UCR	Equipo docente e investigadores	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar capacidades para mejorar conocimientos y prácticas en SAN. • Conocer acerca de un determinado campo de estudio para abordar la problemática y contribuir con la solución de problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de fuentes secundarias: • Existen deficientes procesos de comunicación entre los productores (as). • Debe haber más empoderamiento del productor para promover su producto.
FAO	Coordinador proyecto Fortalecimiento de las Ferias del Agricultor e interculturalidad en CR	<ul style="list-style-type: none"> • Crear convenios o alianzas entre el Programa Nacional de Ferias del Agricultor (PNFA) e instituciones públicas (CNP, Escuela Nutrición UCR, entre otras) que logren mejorar sus condiciones. • Propuesta de trabajo con CNP para dar seguimiento a actividades que fortalezcan a las FA, entre ellos fortalecer capacidades en SAN dentro del PNFA. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de capacitación al sector en temas en SAN. Desconocimiento en este campo. • JNFA y CNP han tenido problemas de trabajar conjuntamente en diversos momentos. • Falta de integración de sectores para lograr mejorar la situación de SAN de los entes participantes de las FA. • La JNFA debe estar de acuerdo con el proyecto.
MS	Departamento de Planificación, Ministerio de Salud para la creación del Plan Nacional de	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con una herramienta que permita mejorar capacidades para la comercialización dentro de las FA (política 3. Estrategia 3.2. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competitividad de las FA • Problemas de inocuidad e infraestructura

	SAN	Política Nacional SAN) <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar el concepto que se tiene de SAN en todos los sectores. • Promoción del programa 5 Al Día en las ferias. 	
--	-----	--	--

Cuadro 3: Análisis de intereses y problemas percibidos por los actores involucrados con la Feria del Agricultor de Tres Ríos al momento de presentar la idea de proyecto.

Grupos	Actores	Intereses	Problemas percibidos
Asoc. Product.	Presidente de la Junta Directiva Miembros de la Junta directiva	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora en la infraestructura de la FA. • Conocer sobre la relación SAN y FA. • Promover la FA dentro de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • “Falta de apoyo y organización por parte de los productores, quienes no sienten que la feria les pertenece, algunos se encuentran desmotivados y otros simplemente consideran que no les corresponde hacer algo por mejorar la feria”. • Se debe hacer propaganda en todo Tres Ríos. • Desconocimiento del enfoque de SAN por parte de ellos mismos y los productores” • Necesidad de apoyo para realizar estrategias de promoción de la feria. • “Sería importante saber cómo anda la feria en inocuidad, ya con algo sistematizado” (AB) • Los productores solo quieren ganar dinero pero no ven que tienen responsabilidades para hacer de su mercado más atractivo. • Los productores no saben cómo tratar la basura.

			<ul style="list-style-type: none"> Deficiente presentación de los tramos.
Participantes	Productores y productoras	<ul style="list-style-type: none"> Conocer de temas de alimentación y nutrición para promover sus productos. Dar a conocer la calidad y frescura de sus productos. Promover la feria Atraer clientes Obtener mejores ventas. Interés por vender nuevos productos 	<ul style="list-style-type: none"> Las campañas para promover la feria son esporádicas y no se mantienen. Dificultad para reunirse. La gente desconoce que en la feria puede obtener productos más baratos que en el supermercado. “El consumidor desconoce el por qué un producto tiene precio diferente a otro, no sabe las condiciones en las que se cultiva ese producto en el campo”.
Asoc. Artesanas	Presidenta Miembros de la Asoc.	<ul style="list-style-type: none"> Ayudar a promover la feria del agricultor para atraer clientes a sus ventas. Mejorar la alimentación en la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Falta de recursos y de mejores condiciones para vender en un lugar adecuado.
Municip.	Departamento de cultura y Asesor del alcalde	<ul style="list-style-type: none"> Promover la FA. 	<ul style="list-style-type: none"> El tema de alimentación y nutrición debe posicionarse en las FA. Se necesita mas comunicación con la municipalidad por parte de la feria.

Cuadro 4: Análisis de intereses y problemas percibidos por los actores involucrados con la Feria del Agricultor de La Villa Olímpica de Desamparados al momento de presentar la idea de proyecto.

Entidad	Actores/ Informantes clave	Intereses	Problemas percibidos
CAC. Desamp.	<p>Gerente Encargado de la administración de la feria.</p> <p>Encargado de la contabilidad en el CAC</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar procesos de capacitación para productores y para los miembros del CAC. • Generar mayores ingresos para los productores. • Desarrollar promoción del consumo de frutas y verduras que hay en la feria a través de las escuelas. • Conocer temas sobre alimentación y nutrición. • Motivar a los productores a que “se pongan las pilas”. • “Indicar al consumidor los precios de los productos y poner información sobre la salud que brinda ese alimento”, “hemos pensado en unas pizarras en la feria” • “Es muy importante que haya una asociación de productores, con representación de cada sector: Cartago, Limón o por producto, uno de los paperos, tomateros y así para apoyarnos” • “La idea es hacer festivales en la 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios altos y no se cuenta con formas de registrarlos, es muy variable cada semana. • Los tramos son poco atractivos • Es necesario generar el interés que se merece la feria en los productores, “ es su lugar de trabajo”. • “Falta apoyo de los productores a la administración en organización de actividades para promover lo que venden en la feria”. “ven al administrador como un patrono nada más” “la responsabilidad no es solo mía, va en ellos también (los productores), eso se refleja en la tarima por ejemplo, la usa hoy y luego la bota sin acordarse de que la otra semana debe usarlos ” • “A parte de las capacitaciones de alimentación y nutrición desarrollados por la FAO, no ha habido otra forma de que los productores conozcan a fondo estos temas”. • Los productores no valoran el alimento y a veces lo tienen demasiado barato, “hay extremos o muy barato o muy caro” • Los intermediarios y vendedores ambulantes venden alimentos de muy pobre calidad que han sido desechados por las empacadoras, pero el consumidor se va solo por el precio y no

		<p>feria y que los productores participen”</p>	<p>se da cuenta de la calidad que se vende en las ferias. En otros lados “Ni segunda es, a veces es hasta tercera”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hace falta seguridad para los trabajadores. • Para las Iniciativas de promoción de frutas y vegetales a nivel nacional se desarrollan campañas en los supermercados pero casi no se nos toma en cuenta en esto. • Se debe conocer lo que vigila el Ministerio de Salud en las ferias,” porque no es de nuestro conocimiento” (LC) • “Los productores ven la feria solo por la parte monetaria, por sus ingresos y el consumidor porque ahorra. No le ven otros beneficios”. • “La imagen de las ferias no es agradable para el consumidor, las cajas y bolsas en el piso” (GC) • “El feriero nada mas llega y vende”(GC) “si nos organizáramos quizá la historia cambiaría”. • Los productores venden sus productos y compran derivados de estos pero procesados: no se ve la producción como un ingreso. Por ejemplo el otro día “un productor me dijo que vende moras y compra sirope” • “Al productor nunca se le han hecho pruebas del producto que está vendiendo, sería importante que se puedan sacar muestras de con qué se está produciendo”, “es poco lo que sabemos del trato del producto en la finca”
<p>Particip.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • La feria es el espacio principal y en la mayoría de casos el único para vender directamente el 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para reunirse o disponer de días completos fuera de sus fincas para organizar actividades a favor de su mercado.

	Productores y productoras	<p>producto.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se debe generar mayor clientela y atraer a niños y jóvenes. • Se pueden vender más productos a partir de los que producimos (agroindustria). • El gobierno debe ayudar mas a las ferias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los alimentos de la feria son frescos pero no se le da ese valor, “nosotros llevamos alimentos sanos, pero ahora las personas prefieren todo lo de paquete que venden en el supermercado”. • En la feria el consumidor tiene la oportunidad de relacionarse directamente con el productor pero a veces no se aprovecha. • “siempre vienen las mismas personas, los niños no conocen las ferias, hay que hacer actividades para que se involucren y tengan ganas de comer verduras” • No todos los productores trabajan con el empeño que tienen otros.
Municip.	Encargado departamento de Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la feria como espacio cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Malos hábitos alimentarios de la población. • Pocas personas valoran la cultura de nuestro pueblo. • Los productores no participan mucho de las actividades porque están vendiendo y listo.
Circuito Preesc.	Coordinadora circuito de preescolar en la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Promover alimentación saludable en niños y apoyo a productor de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Los niños y niñas desconocen el origen de los alimentos • Los niños no consumen alimentos de las ferias y no asisten a éstas. • Los padres de familia nos e dan cuenta que tienen una feria todos los fines de semana, “casi a la par de su casa”

Al realizar un análisis de los problemas, es posible identificar que éstos presentan diferencias entre una feria y otra. Por esas razones es importante desarrollar un análisis participativo que incluya a los involucrados, no solamente durante el diagnóstico, sino también como parte de la estructura organizativa del proyecto, ya que en cada una de las ferias, los objetivos planteados se adaptarán según sus realidades.

2. Problemas que afectan a las ferias del agricultor

Las FA presentan múltiples problemas, como se evidenció en los cuadros del apartado anterior. Sin embargo el proceso consultivo a través de la presentación del proyecto a los involucrados, la investigación en fuentes primarias y secundarias, el estudio técnico, estudio financiero, estudio de mercado, así como el análisis interno y del entorno del proyecto; permitieron definir 3 problemas principales que permiten el abordaje de la propuesta que se describirá en apartados posteriores, éstos son:

- Deficiente capacitación en SAN para los actores involucrados en las ferias del agricultor

El CNP como ente asesor de las ferias del agricultor desarrolla procesos de capacitación dirigidas a los participantes de las ferias (entre ellos productores, administradores y miembros de Centros agrícolas, Comités Regionales y la Junta Nacional de Ferias del Agricultor). Sin embargo ninguno de los temas desarrollados por el CNP logra capacitar en el tema de la SAN como enfoque integrado e integrador, su conceptualización, operatividad e interpretación y su vinculación con las ferias. Incluso “el CNP requiere de procesos de capacitación en este campo, considerando la relevancia de sus funciones” (Morales, R. Comunicación personal. 2011).

Como parte de los intereses manifestados por los funcionarios del CNP se encuentra el poder asesorar y capacitar a los productores en el tema de SAN, incluso manifiestan la necesidad de ellos mismos para lograr incorporar el concepto, operatividad e interpretación del enfoque de SAN en sus acciones; ya que “es un tema que se encuentra emergente y debemos estar enterados y actualizarnos” (Gamboa, G. Comunicación personal. 2011).

- Necesidad de empoderamiento y organización por parte de los productores para apoyar a la administración de las ferias del agricultor en su promoción.

Las ferias del agricultor de Tres Ríos y de La Villa Olímpica de Desamparados han desarrollado procesos de promoción dentro de las ferias, apoyados por instancias o proyectos con ese fin. Estas actividades requieren de métodos sostenibles para que logren mantenerse en el tiempo; sin embargo, para contribuir con esa sostenibilidad, es necesario contar con el suficiente apoyo por parte de la mayoría de productores que participan de las ferias.

Actualmente, la participación de los productores (as) en acciones generadas desde la administración, es un problema que dificulta los objetivos de promoción que se intentan desarrollar desde este ente. Así, se deja en manos de unos pocos los procesos organizativos y sujetando las actividades a sus ideales y disponibilidad, a pesar de que la feria es el mercado en donde trabajan todos y cada productor tiene criterios que pueden ser de utilidad en este proceso.

Según comunicación personal de ambos administradores de las ferias participantes, muchos de los esfuerzos por mejorar la feria no se logran como han sido planeados, siendo la causa principal *la “falta de apoyo y organización por parte de los productores, quienes no sienten que la feria les pertenece, algunos se encuentran desmotivados y otros simplemente consideran que no les corresponde hacer algo por mejorar la feria”*. (Bonilla, A. Presidente Asociación de productores de la Feria de Tres Ríos. Comunicación personal. 2011).

En el caso de la feria de la Villa Olímpica de Desamparados según el administrador *“En este momento no se ha constituido ninguna asociación de productores participantes de la misma, pero es necesario y debe ser conformada para apoyar a la administración y ayudar a la fiscalización de las actividades propias de la feria”*. *“Ven al administrador como un patrono nada más, la responsabilidad no es solo mía, va en ellos también (los productores)”* (Cruz, L. Administrador de la feria de Desamparados. Comunicación personal. 2011)

“Es necesario que el productor se dé cuenta que debe generar actividades para promover la feria, es su lugar de trabajo y debe ayudar en ese sentido a la administración” (Tencio, G. Presidente Comité Regional Central Oriental. Comunicación personal. 2011)

El beneficio de establecer una organización en red encargada de la promoción en el escenario de las ferias del agricultor, favorece los sentimientos de pertenencia y mayor involucramiento en los procesos de desarrollo, para beneficio del mercado para el cual trabajan los pequeños y medianos productores que participan en él.

El proceso de organización en red abre la puerta a espacios comunes en donde se puede tener acceso a mayores oportunidades y beneficios. Compartir un problema presenta una serie de posibilidades y soluciones que no habían sido consideradas anteriormente (Fundación Saldarriaga Concha. 2007).

Según Durstewitz, P y Escobar, G. (2006), para el éxito de las organizaciones en vincularse con los mercados, también importan elementos como un liderazgo fuerte, visión a futuro para lograr solidaridad, compromiso consolidación de la organización; transparencia de las actividades, sobre todo con respecto a los mecanismos de toma de decisiones y manejo de recursos, para asegurar la credibilidad de la organización tanto hacia adentro como hacia afuera y finalmente, un estilo de gerencia participativo con capacidad de motivar y sensibilizar a los miembros actuales y potenciales de la organización.

- Los participantes de las ferias del agricultor no reconocen éstas como entidades importantes para la SAN de la población, sino que limitan sus beneficios a los de tipo económico.

Indiscutiblemente las FA son un mercado que permite identificar cada uno de los pilares de la SAN en los procesos que se desarrollan como parte de su actividad. Tal y como se especificó en el apartado “Seguridad Alimentaria y Nutricional y Ferias del Agricultor”, los pilares de disponibilidad, acceso, consumo, utilización biológica y estabilidad de los alimentos se complementan con este eslabón de comercialización, incluyendo una serie de características dignas de visibilizar y promover.

Las ferias han sido reconocidas por su interés comercial y el beneficio económico para sus participantes; siendo los componentes de disponibilidad y acceso los más vinculados con este mercado; sin embargo poco se concibe el interés que se pueda generar a partir del campo de la salud, los beneficios para el organismo a partir del consumo de los productos frescos y variados que ahí se comercializan, siendo temas íntimamente vinculados con los pilares de la SAN que se refieren al consumo y utilización biológica de alimentos. Así como los procesos sociales y culturales que representan las FA para nuestro país.

Según lo que manifiestan algunos informantes clave durante el proceso diagnóstico, es posible identificar aspectos que serán relevantes para el desarrollo de estrategias de promoción en SAN de la feria, las cuales serán producto de las etapas de fortalecimiento de las prácticas que desarrollarán los actores estratégicos y productores participantes. En el caso de los productores se manifestó: “siempre vienen las mismas personas, los niños no conocen las ferias, hay que hacer actividades para que se involucren y tengan ganas de comer verduras” (Prado, W. Comunicación personal. 2011). En el caso de los miembros de la JNFA es necesario “Lograr el interés por parte de los costarricenses, generando ideas de promoción de las ferias y ser más competitivos” (Bejarano, W. Comunicación personal. 2011). “Para promover las ferias se debe corregir los problemas de inocuidad e infraestructura” (Claramunt. M. Comunicación personal. 2011). “Las ferias es lo que nos da de comer, es la plata que vemos cada semana” (Calderón, R. Comunicación personal. 2012)

Otras manifestaciones importantes consideradas, dentro de los componentes del presente proyecto, han sido las manifestaciones de los administradores de las ferias participantes: “*Los productores no valoran el alimento y a veces lo tienen demasiado barato, “hay extremos o muy barato o muy caro”...* “pero el consumidor se va solo por el precio y no se da cuenta de la calidad que se vende en las ferias. “En otros lados ni segunda es, a veces es hasta tercera” (Cruz, L. Comunicación personal. 2011).

DEFINICIÓN DE LA ALTERNATIVA: DISEÑO DEL PROYECTO

A. Proyecto

1. Objetivo general

- Fortalecer las capacidades en Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) de los actores estratégicos y productores participantes en las ferias del agricultor de Tres Ríos y la Villa Olímpica de Desamparados para contribuir con el desarrollo de sus mercados.

2. Objetivos específicos

- Desarrollar un proceso de capacitación multinivel en SAN
- Constituir una Red de productores promotores de la SAN en cada una de las ferias del agricultor.
- Desarrollar estrategias para la promoción de las ferias del agricultor como entidades importantes para la SAN.
- Promover el Mercadeo social y la participación a través de canales de comunicación internos y externos en las ferias del agricultor.
- Evaluar y monitorear los procesos internos del proyecto y los resultados de la implementación del mismo.

3. Misión, Visión y Valores

Misión: Ferias del agricultor promovidas como entidades importantes para la SAN de la población, a través de actores estratégicos y productores participantes de la feria con capacidades (conocimientos y prácticas) en Seguridad Alimentaria y Nutricional.

Visión: Crear un Modelo de investigación- acción- participativa en las ferias del agricultor a nivel nacional, a través del fortalecimiento de las capacidades en SAN de sus participantes para promover estos mercados como entidades importantes para la SAN de pequeños y medianos productores y consumidores.

Valores: El enfoque de desarrollo humano integral plantea, en el ámbito teórico conceptual, un abordaje intenso y relevante de los valores en la formación de todo ser humano (INEINA, 2011), siendo valores compartidos en esta organización el respeto, la responsabilidad, la solidaridad, el trabajo y la excelencia, la honestidad, la verdad, la sinceridad y la igualdad.

ESTRUCTURA DEL PROYECTO (Componentes, actividades, metas e indicadores)

Una vez identificados los problemas en las ferias del agricultor de Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados, relacionados con la deficiente **capacitación** en SAN dentro del sector, falta de procesos internos de **organización** para dar apoyo a la administración de la feria por parte de los productores participantes, con el fin de desarrollar acciones sostenibles de promoción de su mercado. Así como la poca **promoción** de las ferias para ser reconocidas como entidades importantes para la SAN (Como se indica en el apartado de análisis de la situación), se genera el presente proyecto de fortalecimiento de los conocimientos y prácticas en el tema de SAN dirigido a los actores y participantes de las dos ferias en estudio.

El proyecto permite abordar estos aspectos a través de sus componentes como se muestra en la figura 6, además de un componente relacionado con los procesos de comunicación y mercado social así como uno de evaluación y monitoreo como se muestra en la siguiente figura:

Figura 3: Componentes del proyecto



A. Niveles de intervención

El proyecto establece un proceso de capacitación con contenidos relacionados con el concepto, operatividad e interpretación de la SAN en el escenario de las FA. El proceso de capacitación incluye información y actividades para mejorar y/o brindar nuevos conocimientos y prácticas en este campo. El proceso de capacitación tiene tres niveles de aplicación que lo hace multinivel, es decir:

- Nivel 1: Lo conforman aquellos actores que cumplen las funciones de asesoría técnica hacia los participantes de las ferias, en este caso los funcionarios del CNP o actores asesores.
- Nivel 2: Corresponde a aquellas personas que inciden en el funcionamiento de las ferias del agricultor y tienen alguna función de dirección en las mismas. Se puede mencionar como parte de este grupo a los entes administradores, Comité Regional Central Oriental y Junta Nacional de Ferias del Agricultor. Denominados en este documento como actores estratégicos.
- Nivel 3: Corresponde a los participantes de las ferias, en este caso los pequeños y medianos productores y productoras que comercializan sus productos en ellas.

Para efectos del presente proyecto, el nivel 3 contempla únicamente productores de tipo agrícola, se excluyen vendedores intermediarios o de otros productos diferentes.

Componente 1: Capacitación multinivel en SAN

La capacitación multinivel en SAN tiene las siguientes características:

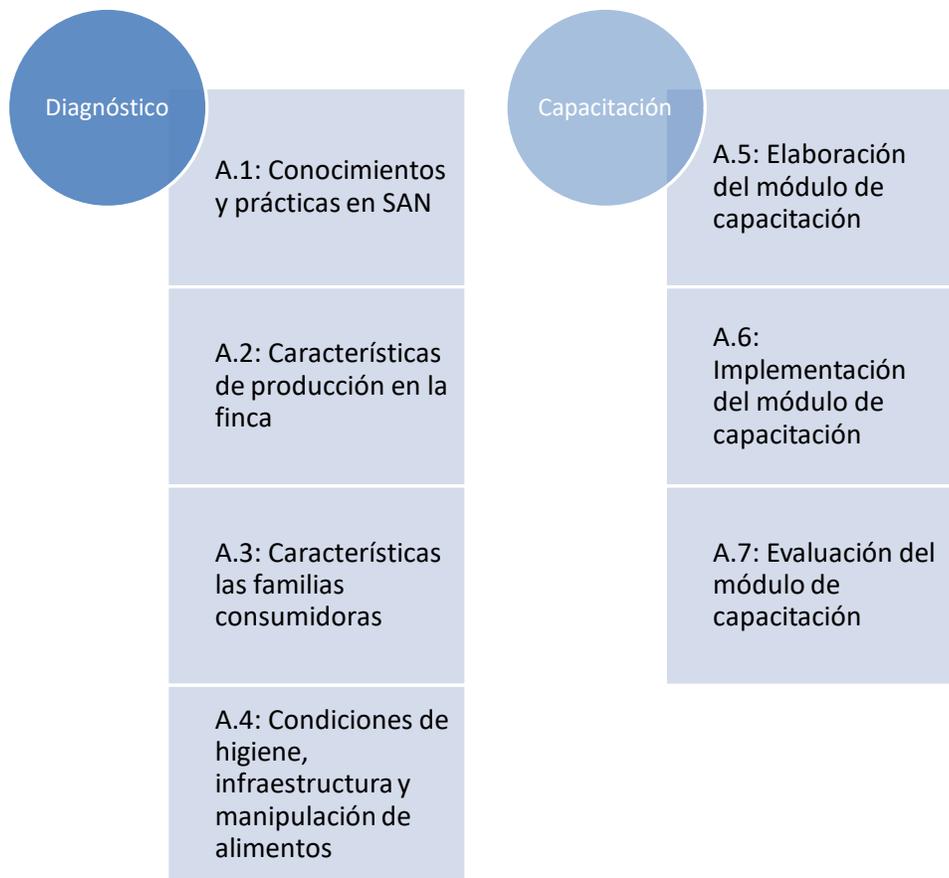
- Participativo: Se desarrolla con los principales involucrados en el tema, considerando que para maximizar el impacto potencial per cápita de un proyecto, es fundamental la participación de sus beneficiarios (Cohen, E y Martínez, R. sf)
- Continuo: La capacitación se realiza por periodos de tiempo constantes, que permitan desarrollar la experiencia necesaria para mejorar a través del tiempo y la práctica.

Proceso que se ve reforzado a través de los actores asesores que participan por parte del CNP, quienes tienen la responsabilidad de funcionar como capacitador hacia los productores (as).

- Sostenible: El proceso multinivel permite que los actores estratégicos (nivel 2) integren dentro de sus conocimientos y prácticas los componentes de la SAN para las funciones que se desarrollan en las ferias. A la vez, los productores (as) (nivel 3) desarrollan conocimientos a través de la práctica, estableciendo procesos de “aprender haciendo” en su ambiente de feria y adaptando en todo momento dichas prácticas a sus realidades. Este proceso se facilita mediante la conformación de la red de productores promotores de la feria que se explica en el componente 2.

Este componente se desagrega en dos momentos, uno relacionado con el proceso diagnóstico que incluye las actividades A.1, A.2, A.3 y A.4, y otro relacionado con el proceso de la capacitación que se alimenta de los resultados de dicho diagnóstico a través de las actividades A.5, A.6 y A.7, como se muestra en la siguiente figura:

FIGURA 4: Actividades del Proceso de capacitación multinivel (componente 1) del proyecto



Para desarrollar los procesos de diagnóstico se realizaron las siguientes consideraciones:

- Población: Total de productores agrícolas que comercializan en cada feria.
- Muestra: Aleatoria simple, asumiendo las siguientes premisas: nivel de confianza del 95%, error de un 5% y varianza máxima aplicando factor de corrección por finitud.
 - o 86 + 10% de productores en la FA de Tres Ríos
 - o 158 + 10% de productores en la FA de La Villa Olímpica de Desamparados

Actualmente no existe un registro de información para determinar si un vendedor es realmente productor (Bonilla, L; Campos, J.V; Soto, R y Bejarano, W. Comunicación personal. 2012); sin embargo los administradores tienen conocimiento de aproximaciones para asegurar que algunos de ellos sí son productores. Por lo tanto, el acompañamiento entre el equipo de trabajo que recolecta la información y los entes administradores es

importante durante el proceso y un acuerdo mutuo que se ha generado para ese momento.

1. Actividad A.1: Diagnóstico de los conocimientos y prácticas actuales en el tema de SAN

- Meta: Aplicación del instrumento diagnóstico en mínimo 5 actores asesores y estratégicos (promedio de participación en cada reunión durante el diseño de proyecto) por entidad participante y en una muestra representativa de 86 productores(as) en la feria de Tres Ríos y 148 productores (as) en la feria de La Villa Olímpica de Desamparados en setiembre del primer año.
 - Indicador: Número de actores estratégicos y productores (as) de cada feria a quienes se les aplica el diagnóstico/ Número de actores asesores, estratégicos y productores (as) de cada feria contemplados en la muestra.

Se realiza el diagnóstico para conocer los conocimientos y prácticas actuales en SAN que tienen los actores estratégicos y productores que participan en las ferias involucradas en el proyecto. Este diagnóstico permite conocer a profundidad lo que saben y hacen estas personas y que se relacionan con la SAN en el contexto de las FA. Para esto, se generan instrumentos de recolección de datos de tipo cualitativo y cuantitativo que permiten brindar información a profundidad sobre estos temas.

Se indaga además, acerca de aspectos básicos para determinar el interés y la disponibilidad de participación de los productores (as) como parte de la organización en Red de Productores Promotores de la feria (componente 2). Así como información relacionada con el ingreso que al tiempo, obtienen los productores por sus ventas en la feria o su volumen de venta. De este modo, se logra obtener una línea base de estas condiciones antes y después de ejecutado el proyecto. Por esta razón se retoma en el componente de evaluación y monitoreo, dichos procesos de verificación.

Cabe mencionar que uno de los problemas a nivel nacional que enfrentan las FA, es la ausencia de información relacionada con volumen de venta y ganancias obtenidas durante el proceso de comercialización, debido principalmente por la falta de registros confiables y a la dificultad de obtener los datos por razones como: cantidades variables

de participantes de productores durante cada fin de semana; tipo de productos presentes en la feria, según la temporada y procesos climáticos; precios sugeridos a nivel nacional no son utilizados de forma obligatoria; deficiente personal o inspectores de la feria que puedan monitorear estos aspectos periódicamente, entre otros (Suadi, J.E. Comunicación personal- FAO-CR. 2012. Morales, R. Comunicación personal. CNP-2012).

Para el nivel 1 y 2 se desarrollan técnicas cualitativas en forma grupal, dirigidas a los actores estratégicos en cada una de las entidades participantes. Por otro lado, en el caso del nivel 3, éstas se aplican a una muestra considerable que permita generar información valiosa, la misma se complementa a través de instrumentos cuantitativos que se aplican a los productores (as). Las técnicas de recolección de datos contemplan la dificultad que tienen los y las productores en cuanto a la disponibilidad de tiempo en la feria y la distancia de sus fincas, que dificulta la obtención de datos si se tratara de un método complejo.

Después de desarrollar los instrumentos de recolección de datos, se realiza una prueba en una muestra de actores y productores (as) con características similares a la población meta de este proyecto. En este caso se realiza las pruebas con los participantes de la FA de Heredia por solicitud de la JNFA, posteriormente se analizan esos resultados y los ajustes necesarios a los instrumentos que se aplican a la población objetivo.

Se realiza estandarización del investigador quien aplica los instrumentos cualitativos y cuantitativos a los actores (nivel 1 y 2) involucrados en el proyecto y a los productores participantes (nivel 3).

Durante la recolección de datos se utiliza una grabadora digital para registrar la información suministrada, en el caso de la recolección de datos cualitativos.

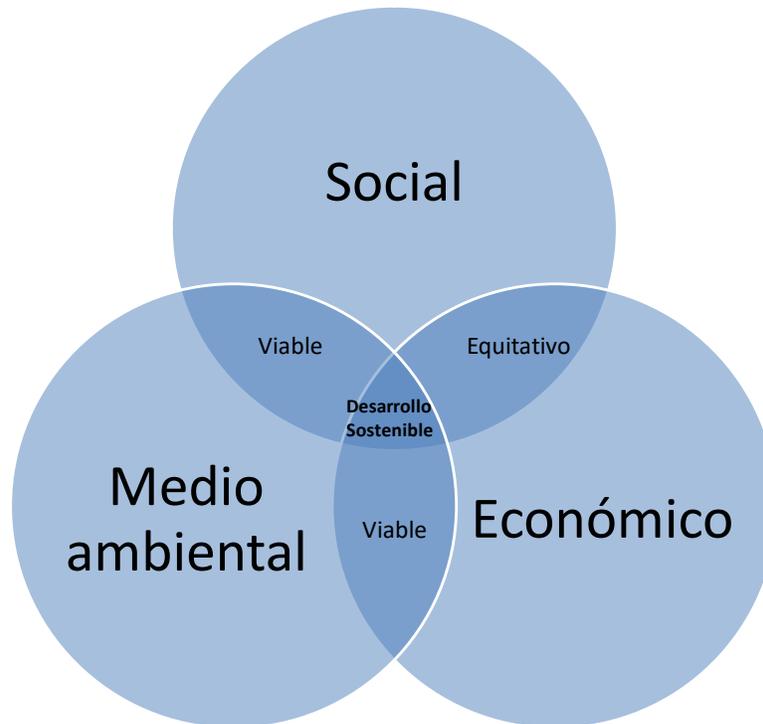
2. Actividad A.2: Identificar las características de producción en la finca de los productores (as) de las ferias participantes.

- Meta: Diagnóstico de las características de producción en la finca de una muestra de productores (as) de cada feria en setiembre del segundo año.

- Indicador: Número de fincas de productores (as) diagnosticadas/ número de fincas de productores planeadas en la muestra.

Este proceso permite conocer las debilidades y fortalezas que presenta el sistema productivo de una muestra de productores de las ferias participantes. La información es necesaria para conocer la población meta y además poder corresponder con lo que se debe mejorar desde el campo para promoverlo en la feria. Los resultados se obtienen a través de un instrumento que permite identificar características relacionadas con las prácticas de sostenibilidad del producto que se comercializa en la feria, utilizando diferentes indicadores, como se indica en la siguiente figura:

FIGURA 5: Tipo de indicadores para conocer las características productivas en el campo de los productores (as) de la feria.



Los resultados diagnósticos del sistema productivo, serán parte de la información transmitida en la capacitación a los actores asesores del nivel 1, quienes además de ser parte de la estructura organizacional del proyecto, desarrollan acciones colaterales en el tema de brindar asesoría técnica a los productores de las ferias. Por lo tanto, los miembros del CNP conocerán las fortalezas y debilidades que el productor presenta en su finca, insumos importantes para basar futuros temas de capacitación hacia los productores según manifestaciones de ellos mismos durante las reuniones de trabajo. De esta forma, sopesar deficiencias del trato del producto en la finca y que repercute en la calidad que se ofrece al consumidor.

Con respecto a la información obtenida que representa fortalezas del sistema productivo de los participantes, ésta representa insumos que contribuyen a las estrategias de promoción (componente 3) que desarrolla la Red de Promotores de la Feria (RPF) que forma parte del componente número 2 de este proyecto.

4. Actividad A.3: Identificar las características de disponibilidad, acceso a alimentos, consumo y percepción de la feria del agricultor en familias consumidoras de cada comunidad en donde llega la feria.

- Meta: Diagnóstico de características de disponibilidad, acceso a alimentos, consumo y percepción de la feria del agricultor, en una muestra de familias consumidoras a diciembre del primer año.
 - Indicador: Número de familias consumidoras diagnosticadas/ Número de familias consumidoras que forman parte de la muestra planeada.

La información generada a partir de este diagnóstico tiene como fin, que la RPF cuente con insumos para desarrollar las estrategias de promoción en el tema de consumo que forman parte del componente 3.

Considerando el papel que representa la madre de familia en el consumo alimentario del resto de miembros del hogar, así como la importancia de la población escolar, como grupo vulnerable que se ha visto afectado por los malos hábitos alimentarios a nivel nacional; se interactúa con éstos en algunas propuestas de estrategias que se indican en el componente 3. Siendo las madres de familia el grupo objetivo y los niños y niñas un grupo interactivo por la influencia que representa dentro del ámbito familiar.

El diagnóstico se desarrolla a través del escenario escolar, siendo estos centros educativos el medio más efectivo para lograr la comunicación efectiva y obtener la información sobre la situación de las familias.

5. Actividad A.4: Identificar las condiciones de higiene, infraestructura y manipulación de alimentos en la feria.

- Meta: Diagnóstico de las condiciones de higiene, infraestructura y manipulación de alimentos de cada feria en forma general y en una muestra de productores de cada la feria a setiembre del primer año.
 - Indicador: Número de productores (as) diagnosticados/ Número de productores (as) de la muestra.

El diagnóstico se desarrolla a partir de instrumentos de recolección de datos, producto de la consideración e integración de los lineamientos que actualmente utilizan las instancias reguladoras en este campo (MS y CNP), con el fin de brindar recomendaciones y mejorar procesos de evaluación y monitoreo por parte de la administración de la feria para asegurar alimentos más sanos.

La aplicación de dicho instrumento permite generar recomendaciones hacia lo interno de la feria procurando su mejora y generando un insumo para monitorear el cumplimiento de dichas disposiciones por parte del ente administrador de la feria, con el fin de brindar un producto en condiciones más higiénicas y favorables para el consumidor.

Los resultados de este proceso, logran dar insumos al proceso de capacitación y al componente 3, para el desarrollo de estrategias en el tema de utilización biológica de alimentos.

6. *Actividad A. 5: Elaboración del módulo de capacitación multinivel en SAN.*

- Meta: Un módulo de capacitación elaborado para el nivel 1, 2 y 3 en febrero del segundo año.
 - Número de módulos desarrollados /Número de módulos requeridos

El contenido de la capacitación multinivel contempla la integración de los cuatro pilares de la SAN y el tema de estabilidad en el contexto de las FA, así como estrategias prácticas que se desarrollan como parte del proceso de aprendizaje, entre ellas la conformación de una Red de productores promotores de la feria (componente 2) y Estrategias de promoción en SAN en la feria (componente 3).

El contenido de la capacitación presenta información teórico-práctica que permite “aprender haciendo” a través de la información y desarrollo del resto de los componentes. Los participantes del proceso de capacitación son los actores asesores, estratégicos y los

productores (as) que han sido seleccionados (por los actores y de acuerdo a los resultados del diagnóstico de conocimientos y prácticas), para conformar la red de promotores de la feria (componente 2).

Los contenidos de la capacitación incluyen:

- Pilares de la SAN: disponibilidad, acceso, consumo, utilización biológica y estabilidad de alimentos.
- Ferias del Agricultor como entidades importantes para la SAN
- Presentación y explicación de los componentes 2 (red de productores promotores de la feria) y 3 (estrategias de promoción en SAN en la feria) del proyecto como habilidades prácticas dentro del proceso de capacitación.

Cabe señalar que los temas se retroalimentan y parten de la información obtenida a través del diagnóstico que se lleva a cabo como parte de la actividad 1 y 2. De forma que se retoman las experiencias de los actores asesores, estratégicos, productores y productoras participantes, considerando en todo momento su participación en las decisiones a tomar, compartiendo espacios para la comunicación efectiva entre profesionales, equipo técnico y participantes.

Los contenidos y actividades del módulo una vez terminados se someten a evaluadores externos, quienes dan sus opiniones y retroalimentación al proceso para la mejora continua. Los evaluadores son miembros de las entidades participantes en el proyecto, luego de brindar sus aportes y opiniones se realiza un consenso para desarrollar los ajustes.

7. Actividad A.6: Implementación del módulo de capacitación multinivel en SAN.

- Meta: 4 Sesiones de capacitación en 5 actores estratégicos (para cada uno: nivel 1 y 2) de cada entidad participante y 86 y 158 productores (as) (nivel 3) en las ferias de Tres ríos y La Villa Olímpica de Desamparados respectivamente a mayo del segundo año.

- Indicador: Número de participantes del nivel 1, 2 y 3 capacitados en SAN/Número de participantes del nivel 1, 2 y 3.
- Indicador: Número de sesiones desarrolladas/Número de sesiones planificadas

Durante la capacitación para el nivel 1 y 2 se imparten temas con fundamento teórico sobre el concepto de SAN y FA, además se realizan actividades prácticas como parte del aprendizaje constructivista. En este proceso los actores apoyan y participan en la formación de la RPF (componente 2) y de las estrategias de promoción en SAN (componente 3), procesos que se desarrollan como parte de la capacitación práctica dirigida a productores (as) en el nivel 3.

La manera en que se capacitará a los actores del nivel 1, 2 y de los productores (as), es diferente porque entre éstos existen situaciones desiguales de disponibilidad de tiempo, responsabilidades y funciones hacia la feria; así como la distancia de la feria a la que se encuentran, siendo los momentos de reunión un factor que repercute en la metodología utilizada, por eso se contempla.

Se desarrolla un proceso consensuado con la población meta para determinar el mejor momento y lugar para implementar el módulo de capacitación con el fin de obtener la mayor participación. Se realiza una invitación formal dirigida a los actores estratégicos que participan del proyecto, con el fin de asegurar su participación que ha sido previamente reafirmada al elegir el horario y lugar de la misma a través de su consentimiento.

Se desarrolla la capacitación a través de sesiones semanales, estableciendo un máximo de 7 sesiones de 4 horas presenciales y 12 horas de práctica, para un total de 40 horas de capacitación, las cuales para fines de la Universidad de Costa Rica (Unidad ejecutora) representa la asignación de un título de aprovechamiento para los participantes

8. *Actividad A. 7: Evaluación del módulo de capacitación para el nivel 1, 2 y 3.*

- Meta: Cumplimiento del 100% de los objetivos de aprendizaje desarrollados para el módulo de capacitación del nivel 1, 2 y 3 a junio del segundo año.
 - Indicador: Porcentaje de objetivos de aprendizaje cumplidos para cada módulo de capacitación.

Durante cada sesión serán monitoreados los objetivos de aprendizaje de la capacitación, con el fin de identificar el porcentaje de cumplimiento de cada uno de ellos, la participación de la población meta en las actividades y su evaluación personal hacia el proceso en cada sesión. Se utilizan formularios de evaluación suministrados por la Vicerrectoría de investigación de la Universidad de Costa Rica para dichos fines.

Una vez implementado el módulo de capacitación y consecuentemente el resto de componentes del proyecto, se realiza la evaluación de conocimientos y prácticas en SAN, para comparar los resultados finales del proceso de capacitación multinivel, con los datos iniciales e identificar el cambio (como se detalla en el componente 5 de evaluación y monitoreo). Además, durante cada sesión de capacitación se desarrolla un formulario de evaluación del proceso por parte de los participantes, para identificar la aceptación, así como evaluaciones a éstos para monitorear el avance al final de cada sesión (procesos retomados en el componente 5).

B. Componente 2: Red de Promotores de la Feria (RPF)

La *RPF* son organizaciones conformadas por productores y actores, es constituida a través de una de las actividades prácticas que desarrollan éstos como parte del aprendizaje durante el proceso de capacitación (componente 1) del proyecto.

La *RPF* de la feria, se centra en las bases del *empowerment* y *learning organization* (Jofre, A. 1999) referidas a:

- Diseñar una organización capacitada para adquirir y crear conocimiento y nuevas ideas “para adaptarse y modificar su comportamiento organizacional y transferir conocimientos, en ideas y éstas en prácticas.
- Establecer un sistema dinámico a fin de lograr ventajas basadas en la innovación.

Además, la RPF tiene la capacidad de transformar su realidad productiva y comunitaria, realizando estrategias dirigidas hacia los consumidores, creando ferias innovadoras para la promoción de la SAN, proceso que se considera en el componente número 3.

De acuerdo a informantes clave, este componente les beneficiaría en el desarrollo de acciones para promover las ferias. *“El feriero nada mas llega y vende”... “si nos organizáramos quizá la historia cambiaría”* (Calderón, G. Comunicación personal. 2011).

Según Rodríguez, A y Alvarado, H (2008), las claves para la innovación en proyectos que pretendan mejorar los ingresos de sus beneficiarios, es importante retomar el aspecto organizativo, la asociatividad y comunicación como recurso indispensable, e indican las carencias grupales como una característica que debilita los proyectos.

1. *Actividad B. 1: Selección de los productores que conforman la RPF*

- Meta: El 100% de los productores que cumplen con los criterios de selección establecidos para formar parte de la RPF en junio del segundo año.
 - Indicador: Número de productores que cumplen con criterios de selección y firman una carta de compromiso para formar parte de la RPF/ Número de productores que cumplen con el 100% de los criterios establecidos

Se definen criterios de selección para conocer los productores que cuentan con características apropiadas para conformar la RPF. Dichos criterios se obtienen del análisis cualitativo y cuantitativo para conocer los conocimientos y prácticas en SAN de los productores (as) (resultados del diagnóstico en el componente 1). Además, se consideran los criterios de selección que establezcan los entes administradores de cada feria y el consentimiento y compromiso de participación por parte de los productores (as).

Con el fin de contar con una RPF comprometida con la feria, se implementa la "Escala para medir Agencia personal y empoderamiento" (ESAGE). Según Amantya Sen, la agencia personal es la habilidad de definir las metas propias de forma autónoma y de actuar a partir de las mismas, incorporando más que la acción, también la intención, el significado, la motivación y el propósito que los individuos imprimen de sus actividades (Pick, S; Sirkin, J; Ortega, et al. 2007).

Por otro lado, el concepto de empoderamiento implica un proceso de cambio, de una situación de desempoderamiento a la obtención de agencia para realizar elecciones valiosas y significativas, que impacten el contexto de los individuos (Kabber, 1999. Citado por Pick, S. et al. 2007).

Los productores (as) seleccionados son convocados por los actores estratégicos para formalizar su participación en el proyecto y obtener su consentimiento y compromiso de participación, iniciando con el proceso de capacitación y los componentes siguientes relacionados con dicho proceso (componente 2 y 3).

La RPF es la organización social, apoyada por los actores estratégicos, encargada de desarrollar las estrategias de promoción de la feria (componente 3) de acuerdo a los 4 pilares de la SAN: disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica y el tema de estabilidad de alimentos, según el contexto de las ferias.

Su labor es apoyar, complementar las disposiciones de los actores estratégicos y generar ideas innovadoras con el fin de mejorar el proceso de promoción en SAN de la feria del agricultor en la que participan.

C. Componente 3: Desarrollar estrategias para la promoción de las ferias del agricultor de acuerdo a los pilares de disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica de los alimentos.

El componente 3 se refiere a las capacidades prácticas que desarrollan los participantes como experiencia aplicada de los conocimientos adquiridos en la capacitación (componente 1). Con el fin de aportar una base metodológica del proceso a los actores estratégicos y a la RPF, se han elaborado una serie de propuestas para desarrollar estrategias. Estas propuestas de estrategias se realizaron a partir de necesidades y problemas manifestados por los involucrados e informantes clave durante el proceso de desarrollo del presente proyecto.

Se pretende que las propuestas de estrategias sean adaptadas y desarrolladas dentro de las acciones del trabajo de actores estratégicos en conjunto con la RPF y con el apoyo de la estructura organizacional del proyecto, y de esta forma demostrar los conocimientos y prácticas adquiridos. Además, su evaluación e indicadores de proceso también serán modificados en la medida que se logre especificar su abordaje a través de la RPF.

A continuación se describe las propuestas para desarrollar las estrategias:

1. Actividad C.1: Estrategias de promoción en el tema de disponibilidad de alimentos en cada feria.

- Meta: Una estrategia de promoción de la disponibilidad de alimentos en cada feria en noviembre del segundo año.
 - Indicador: Número y características de las estrategias de disponibilidad desarrolladas en cada feria

Propuesta de estrategia: Promoción de la variedad, calidad e identificación de productos de la feria de acuerdo a sus características nutricionales (nutrientes, temporalidad y métodos de preparación y cocción).

Algunas manifestaciones de informantes clave:

Productores: *“Los alimentos de la feria son frescos pero no se le da ese valor”* (Prado, W. Comunicación personal. 2011).

En las FA se comercializan alimentos frescos y naturales que no son alterados industrialmente, conservado además sus propiedades nutricionales originales. Sin embargo, la población desconoce muchos de los beneficios que representa la ingesta de estos alimentos para la salud, así como las formas de preparación que permitan ampliar las opciones para consumirlos. Por este limitado conocimiento, se ha dejado de consumir muchos de los alimentos frescos, restringiéndose así la variedad de la dieta costarricense. Ante esta situación, algunos productores han dejado de comercializar gran cantidad de alimentos, limitando la oferta y la posibilidad de contar con una dieta más variada y saludable.

A través de esta actividad se proporciona información al consumidor, sobre las características nutricionales del producto, se retoma la iniciativa de la promoción de mensajes del programa 5 AL Día en las ferias del agricultor, considerando la participación activa de la RPF para asegurar su sostenibilidad en el tiempo.

2. Actividad C. 2: Estrategias de promoción en el tema de acceso de alimentos en cada feria.

- Meta: Una estrategia de promoción del acceso de alimentos en cada feria en noviembre del segundo año.
 - Indicador: Número y características de las estrategias de acceso desarrolladas en cada feria

Propuesta de estrategia: Información y divulgación sobre la promoción de productos de temporada y ofertas especiales.

Algunas manifestaciones de informantes clave:

“La gente desconoce que en la feria puede obtener productos más baratos que en el supermercado” (Bonilla, A. Comunicación personal. 2011).

Generalmente los productores realizan ofertas especiales o brindan “feria” a sus clientes, así como rebajas en el precio durante temporadas del año en que sus productos se

encuentran en alta producción y necesitan ser vendidos a precios más cómodos considerando la sobre oferta que se genera. Sin embargo, a pesar de que en muchos momentos estas ofertas son espontáneas, o solamente comunicadas vía oral por el productor en el momento de ofrecer el producto en la feria, es importante visibilizar estas oportunidades de precios que logran mejorar el acceso a los alimentos por parte de los miembros de la comunidad.

La información de precios es un factor económico del componente de acceso a los alimentos y aunque existen precios sugeridos por el CNP, durante los días de feria prevalece la oferta y demanda que exista en el momento de comercializar. Uno de los desafíos de estos tiempos en el tema de acceso a los alimentos es comunicar la manera en que las familias, con escasos recursos económicos puedan realizar la mejor compra de alimentos, gastando el menor valor por cada unidad de calidad nutricional (Beauquis A., Chacho C., Pueyrredón P y Britos S. 2006).

Propuesta de estrategia: Otra estrategia importante de considerar en el tema de acceso a los alimentos, es la feria del agricultor como centro de abastecimiento de las instituciones públicas o privadas que se encuentran en las comunidades cercanas al campo ferial, entre ellos: sodas escolares, centros de cuidado infantil, centros de servicio social, centros diurnos para adulto mayor, entre otros.

“Si bien es cierto el productor tiene un mercado como las ferias, la comunidad podría aprovechar este recurso para abastecer instituciones sin que haya intermediario”... las ferias siempre brindan ayuda a las actividades de la comunidad cuando nos lo solicitan, pero por qué no ,que aquellas instituciones que compran en otros lugares más caros, nos compren a nosotros?” (Tencio, G. Comunicación personal. 2011).

Los productores agrícolas en todo el mundo mantienen una permanente búsqueda de mecanismos de ajuste a sus realidades políticas y económicas para la comercialización de la producción. Estos mecanismos han sido múltiples y diversos, sin que se pueda afirmar que en estos momentos están muy bien definidas las rutas por las que deben transitar sus productos, para garantizar la mayor eficiencia y seguridad en el abastecimiento de alimentos a la población de consumidores. El flujo de alimentos está íntimamente ligado a las condiciones de infraestructura en la región, el producto por

ser comercializado, la condición económica de los productores, y la capacidad de la población para acceder a esos alimentos (Loaiza J y Araya, C. 2011).

Las ferias del agricultor representan un eslabón de comercialización muy importante para las comunidades, vale la pena su aprovechamiento no sólo a nivel familiar sino también a nivel institucional, siendo posible la alianza entre productores y encargados del abastecimiento institucional de la comunidad. Así, el cliente aprovecha la oportunidad de obtener alimentos variados a precios y calidades diversas, considerando las ventajas que puede representar la inexistencia de intermediación, así como el aprovechamiento del transporte que realiza el productor hasta la comunidad, ya como parte de la dinámica de la feria.

Como se ha mencionado el proyecto contempla procesos de aprendizaje prácticos, por lo tanto estas propuestas al ser desarrolladas a partir de la participación de la RPF (productores (as) + los actores estratégicos), permite hacer efectivos mecanismos propios de sus realidades, en miras al cumplimiento del objetivo para el que se elaboró la propuesta. Así muchos de los procesos de logística dependen de esta interacción en este caso, entre los actores de la feria y los encargados del abastecimiento institucional.

Se favorece el proceso en aquellas instituciones de carácter social y educativo que albergan población vulnerable, entre éstos: escuelas, centros de cuidado infantil albergues, entre otros. De esta forma se cumple con la Política Nacional de SAN para Costa Rica, referente a: *“Desarrollo de acciones estratégicas para mejorar el acceso a alimentos de calidad de manera eficiente en los grupos vulnerables (redes de cuidado)”* a través de la estrategia: *“Garantía del abastecimiento de productos a las organizaciones de bienestar social a través de compras directas a los productores o del PAI”*.

3. *Actividad C.3: Estrategias de promoción en el tema de consumo de alimentos en cada feria.*

- Meta: Una estrategia de promoción del consumo de alimentos en la feria en cada feria en noviembre del segundo año.

- Indicador: Número y características de las estrategias de consumo desarrolladas en cada feria

Propuesta de estrategia: Participación de la familia en la dinámica de las ferias del agricultor logrando acercar a la población objetivo, en este caso a madres de familia así como la participación de escolares como grupo interactivo favoreciendo la comprensión del valor de la producción nacional para el consumo humano.

Con el fin de asegurar acciones acertadas en esta estrategia, se hace uso de los resultados obtenidos del diagnóstico dirigido a las familias que se lleva a cabo en la el componente 1 (actividad A. 3). De esta forma, se logra contar con información acerca de la disponibilidad, acceso y consumo de alimentos por parte de las familias consumidoras, así como información relevante relativa a sus percepciones hacia las ferias del agricultor a partir de una entrevista semi estructurada.

Algunas manifestaciones importantes al respecto, a partir de la información brindada por los informantes clave:

Coordinadora del circuito de educación preescolar de Desamparados: *“Los niños no consumen alimentos de las ferias y no asisten a éstas... los niños y niñas desconocen el origen de los alimentos”* (Arias, I. Comunicación personal. 2011).

Gobierno local: *“Hay malos hábitos alimenticios en la población y debemos mejorarlos con la promoción de la compra en la feria”* (Flores, R. Comunicación personal. 2011).

Ministerio de Agricultura y Ganadería: *“Hay un problema de alimentación en el país que también le corresponde al MAG y desde las ferias se debe promover la alimentación saludable”* (López, T. Comunicación personal. 2012)

Se propone el desarrollo de actividades de promoción de la feria que involucra la participación de las madres y padres de familia y escolares en la feria, considerando que, según Dumani, M y Páez, P (2004), éstos (los padres y madres) constituyen un importante grupo objetivo para desarrollar acciones educativas en nutrición. A su vez se contempla un grupo interactivo compuesto por escolares que tiene como fin asegurar

consumidores futuros que tendrán beneficios en su SAN al comprender el valor de la producción nacional para el consumo humano. Se desarrolla con miras a incorporar nuevos elementos de participación social que logren acercar a los productores de la feria con la comunidad a la que han llegado cada fin de semana por años atrás.

Propuesta de estrategia. Visita a la feria: Familias participando de un “día de feria” en el que se desarrollan actividades paralelas que permiten hacer de la FA un atractivo divertido y educativo. Con el fin de retroalimentar esta visita se retoman elementos de la estrategia de “Festivales de interculturalidad y comidas de nuestra tierra (FICONUTI)”.

El FICONUTI se justifica por ser las Ferias del Agricultor, ámbitos en los que se manifiestan diversas expresiones culturales que abarcan desde la forma de cultivar la tierra y la preparación de los alimentos que se producen y se venden, hasta la expresión artística y artesana. Su carácter comunitario, el relacionamiento personal entre quienes ofertan productos y quienes compran semanalmente, la convivencia de distintas manifestaciones culturales locales, son características que convierten a las Ferias en espacios adecuados para fortalecer la inclusión y la generación de oportunidades de desarrollo (Zúñiga M. 2012).

Los objetivos del FICONUTI se relacionan con el *“Promover el consumo de alimentos saludables por medio de actividades que involucren la participación de las personas productoras y de la comunidad en las Ferias del Agricultor”*. Así como *“Fomentar la diversidad de expresiones regionales culturales y artísticas, presentes en la Feria del Agricultor y su comunidad”*. Procesos que se toman en cuenta como parte de la presente estrategia.

Propuesta de estrategia. Visita a la finca. Se identifican fincas de familias productoras que cumplan con condiciones que permitan recibir a grupos de escolares y sus padres de familia para que sean atendidos por las familias productoras, desarrollando un tour que muestre la cultura productiva que los caracteriza. Será base fundamental para esta estrategia, el diagnóstico de características productivas desarrollado en el componente 1.

El desarrollo de estrategias en este campo requiere de vínculos con la comunidad, por lo que se realizan procesos de comunicación y apoyo del Departamento de Cultura de la

Municipalidad correspondiente, al existir actividades relacionadas con el arte y la cultura de la región que alberga la feria, combinada con la cultura de las diferentes regiones de las que vienen los productores (as), proceso que permite la interculturalidad como característica de las FA.

4. *Actividad C. 4: Estrategias de promoción en el tema de utilización biológica de alimentos en cada feria.*

- Meta: Una estrategia de promoción de la utilización biológica de alimentos en la feria en cada feria en noviembre del segundo año.
 - Indicador: Número y características de las estrategias de utilización biológica desarrolladas en cada feria

Propuesta de estrategia : Mejoramiento de las condiciones de infraestructura, higiene y manipulación de alimentos en las ferias del agricultor.

Según manifestaciones de entes administradores “La imagen de las ferias no es agradable para el consumidor, las cajas y bolsas en el piso no ayudan” “No sabemos qué evalúa el ministerio, al menos a mí nunca me han informado de eso” (Calderón, G y Bonilla , A. Comunicación personal. 2011).

Como parte de pilar de la SAN referente a la Utilización biológica, existen muchos elementos físicos y ambientales del individuo que pueden favorecer o entorpecer su proceso de aprovechamiento de los nutrientes que obtiene a través del alimento.

Como parte de los factores ambientales que afectan la inocuidad de los alimentos, se considera la adecuada higiene y manipulación de éstos y para conocer esta información se utilizarán los insumos del diagnóstico que se realiza a partir del componente 1 (Actividad A.4).

Para regular la inocuidad en la FA, se ha establecido dentro de la Ley 8533, que el productor debe recibir el curso de manipulación de alimentos para poder comercializar en

las ferias. Además, instancias como el CNP y el MS, han desarrollado lineamientos en este campo para regular los procesos dentro de las ferias, sin embargo los administradores de las ferias del agricultor desconocen con exactitud aquellos aspectos por los que son evaluados e incluso existe queja de las instituciones porque no se realizan monitoreos constantes.

D. Componente 4: Promover el Mercadeo social y la participación a través de canales de comunicación internos y externos en las ferias de agricultor.

En este componente se desarrollan actividades relacionadas con el plan de Comunicación y mercadeo social del proyecto, las mismas tienen carácter complementario al resto de los componentes y actividades que se desarrollan a lo largo del mismo.

En algunos casos se consideran elementos del mercadeo social definido como el uso de principios de mercadeo para influenciar el comportamiento humano voluntario de audiencias objetivo con el fin de mejorar la salud o beneficiar a la sociedad (Andreasen, 1994, mencionado por Metzger, M y colab. 2009). Este concepto difiere del mercadeo tradicional o “privado” en el sentido de que el propósito no es generar beneficios directos para la compañía que lo hace mediante el incremento de las ventas, sino mejorar las condiciones sociales o ambientales mediante cambios de conducta, En el caso del presente proyecto se valora el fortalecimiento de capacidades en los participante en torno al tema de SAN sin restringirlo a aspectos meramente económicos.

El proyecto a la vez contempla procesos de comunicación hacia lo interno del mismo, involucrando las partes de la organización que conforman esa estructura, mientras que en otros casos, se desarrolla la forma en que serán aplicados los procesos de comunicación y mercadeo social a lo externo del proyecto, en este caso, relacionados con la interacción entre las estrategias de promoción en SAN de la feria hacia la comunidad (consumidores) (Metzger, M; Metzger, Melckis, J. 2009).

Es de vital importancia fijar con claridad los procesos de intercambio de información durante y después de la ejecución de un proyecto. La utilización conjunta de múltiples medios, que usan diferentes canales de comunicación, en coordinación y con criterio de mutuo apoyo, permiten obtener excelentes resultados (FAO, 2004).

En esta etapa del proyecto el proceso de comunicación se integrará con la intención de promover la participación de los productores conformados en red y de los actores estratégicos para el desarrollo efectivo de los componentes del proyecto. Para lograrlo se desarrolla un proceso que permite generar un sistema de información a lo interno de la organización.

Con el fin de propiciar la identidad cultural de la feria y promoverla como entidad importante para la SAN, el desarrollo de cada uno de los componentes tiene el apoyo de procesos de comunicación e información que se logran a través del presente componente, el cual considera elementos de la comunicación intercultural:

- *Respetando la cultura del otro:* En la feria se encuentran personas de diferente nivel socioeconómico, diferentes costumbres, tradiciones, concepciones, lenguajes, forma de vida, prioridades, estudios, conocimientos y habilidades.
- *Diversidad de sectores socioculturales:* En la feria existen diferentes colectivos culturales ente ellos, productores y productoras, artesanos, chanceros, profesionales, vendedores informales, cocineros y consumidores entre otros.
- *Diversas regiones* representadas al estar las ferias conformadas por familias productoras que convergen en una comunidad pero que provienen de diferentes partes de la región.

Como se mencionó en el apartado de antecedentes, el Proyecto genera acciones que contribuyen al mejoramiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, relacionados con la “Erradicación de la pobreza extrema y el hambre” al contemplar el fortalecimiento de conocimientos y prácticas en SAN para que los participantes de las ferias logren mejorar su mercado. A la vez, se contempla el ODM relacionado con la “Igualdad entre los géneros y empoderamiento de la mujer”, incluyendo y tomando consideración a los procesos de información y comunicación que permitan desarrollar los siguientes aspectos:

- Lenguaje inclusivo
- Visibilizar del rol del hombre y de la mujer en el escenario de las ferias del agricultor y cualquier material o información para difusión (a lo externo) y a través del trato entre las partes de la organización del proyecto (a lo interno).
- Propiciar la participación de ambos géneros durante el proyecto y mediante la Investigación-acción- participación en cada una de las etapas del mismo.
- Asignación de funciones tanto a hombres como a mujeres en los procesos de organización.

1. *Actividad D. 1: Generación de procesos de comunicación interna del proyecto*

- Meta: Desarrollar dos tipos de procesos efectivos de comunicación interna entre la unidad ejecutora y cada parte de la estructura organizativa durante todo el proceso
 - b. Indicador: Número de procesos de comunicación interna desarrollados entre la unidad ejecutora y cada parte de la organización/Número de procesos de comunicación interna entre la unidad ejecutora y cada parte de la organización planeados (cuadro 2).

Se desarrollan procesos para mejorar los canales de comunicación internos con el fin de contribuir con la identidad o ideología de la organización en donde los fines del proyecto son compartidos: "Fortalecer capacidades en SAN". Además, a través de estos procesos es posible mejorar la comunicación entre las partes de la organización como se muestran en el cuadro 5.

Cuadro 5: Comunicación interna del proyecto desde la unidad ejecutora hacia las entidades a las que se dirige la información, la descripción de lo que se informa, para qué se informa y cómo se informa.

Partes de la organización a quienes la Unidad ejecutora informa	¿Qué se informa?	¿Para qué se informa?	¿Cómo se informa? Procesos de comunicación
Ápice estratégico: Vicerrectoría de investigación	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de proyecto, investigadores, presupuesto y cronograma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inscribir el proyecto desde la Escuela de Nutrición y contar con el proceso requerido para formalizar su desarrollo y obtener parte de los recursos necesarios. 	<ul style="list-style-type: none"> - Carta formal de presentación del proyecto. - Documento de proyecto. - Inclusión del proyecto en la base de datos respectiva.
Staff: Estudiantes de Nutrición, agronomía y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> - Características de las ferias del agricultor - Proyecto: justificación, objetivos, componentes y actividades. - Logística de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Obtener apoyo operativo en actividades del proyecto. - Generar interés por participar de proyectos y lograr generar competencias en la población estudiantil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación en Prezi y videos de ferias del agricultor. - Información a través de la página del Programa de Voluntariado, UCR. - Correo electrónico - Página de facebook y plataforma moodle del proyecto. - Reuniones participativas periódicas
Staff: entes de cooperación	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de proyecto, investigadores, presupuesto y cronograma. - Justificación del proyecto, los productos y efectos esperados. - Documentos de vigencia e inscripción del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir recursos financieros o técnicos requeridos por el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación en Prezi - Documentos de vigencia e inscripción del proyecto. - Correo electrónico

<p>Línea intermedia:</p> <p>Actores estratégicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Etapas de desarrollo de la propuesta de proyecto - Propuesta de proyecto, investigadores, presupuesto y cronograma. - Procesos de capacitación - Línea base de estrategias de promoción 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener conocimiento del proyecto y participar de él de acuerdo a sus funciones como parte de la estructura organizativa. - Contrapartida presupuestaria que logran aportar. - Promover la metodología de la investigación-acción- participativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación en Prezi - Cartas de compromiso de participación conjunta. - Reuniones participativas periódicas. - Correo electrónico
<p>Línea de operaciones:</p> <p>Productores y productoras</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de proyecto, investigadores, presupuesto y cronograma. - Procesos de capacitación - Criterios de selección para conformar la RPF - Línea base de estrategias de promoción 	<ul style="list-style-type: none"> - Para que conozcan el detalle del proyecto del que formarán parte como involucrados en el escenario de FA. - Promover la metodología de la investigación-acción- participativa. - Generar interés y empoderamiento a través de la RPF. 	<ul style="list-style-type: none"> - Boletines y cartas de información o invitación por parte del proyecto, incluido el ente administrados al que atienden. - Pizarra informativa en la feria. - Comunicación verbal en la feria en donde el administrador funcione como vocero. - Reuniones participativas
<p>Tecno estructura</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de proyecto, investigadores, presupuesto y cronograma. 	<ul style="list-style-type: none"> - Insertarse en el equipo de trabajo en determinados momentos del mismo y brindar retroalimentación acerca de un tema en particular. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación escrita y verbal formal. - Reuniones. - Presentación prezi

Estos aspectos generan ventajas importantes entre ellas:

- Mejorar las relaciones interpersonales
- Mejorar el clima laboral
- Crear eficiencia
- Estimular la participación
- Promover la ideología del proyecto

El contenido de lo que comunicamos y los canales a través de los cuales comunicamos esos contenidos son la base para que el proceso de la comunicación sea eficaz. Por tanto, son necesarias la claridad y concreción en el contenido, el conocimiento y la habilidad para correlacionar informaciones, así como también una "sintonía" de intereses entre las partes que intervienen en el proceso (Rodríguez, C y colab. 2010)

2. *Actividad D.2: Generación de procesos de divulgación externa del proyecto*

- Meta: Aplicar una actividad de divulgación del proyecto dirigido a cada uno de los entes externos participantes durante el proceso de ejecución del mismo.
 - Indicador: Número de actividades de divulgación realizadas dirigidas a cada ente externo de la figura 4/ Número de actividades de divulgación planeadas

Se desarrollan procesos para mejorar los canales externos de comunicación entre los miembros que conforman la estructura organizacional del proyecto con los consumidores y los entes externos con los que se interactúa durante la ejecución de cada componente del proyecto. Algunos ejemplos de estos entes son los miembros de las municipalidades, organizaciones comunales, instituciones públicas y privadas de la comunidad o Instituciones estatales como el Ministerio de Agricultura y Ganadería o el de Salud, entre otros.

Si bien es cierto muchos de ellos han sido considerados dentro del grupo de involucrados del proceso, no forman parte de la estructura organizacional del mismo, por lo tanto el dirigir procesos de comunicación hacia éstos, es indispensable para dar a conocer el estado actual del proyecto en cada una de sus etapas, y de esta forma conocer los momentos en que interactúan directamente con alguna de sus actividades.

Cuadro 6: Entes externos al proyecto a quienes se dirigen los procesos de comunicación

Entes externos a la estructura organizacional del proyecto	¿Qué se informa?	¿Para qué se informa?	¿Cómo se informa? Procesos de comunicación
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> - Acerca de las estrategias de disponibilidad*: características nutricionales de los productos. - Acerca de la estrategia de acceso*: las ofertas especiales y precios en general de los productos y la promoción de productos y oportunidades de comercialización directa entre instituciones y productores (abastecimiento institucional). - Acerca de la estrategia de consumo: Actividades en la feria o en la finca para comprender el valor de la producción nacional dirigidas a madres de familia (grupo objetivo) y escolares (grupo interactivo). - Acerca de la estrategia de utilización biológica: los procesos desarrollados a lo interno de la feria para mejorar la higiene y 	<ul style="list-style-type: none"> - Promover las ferias del agricultor de acuerdo a los pilares de la SAN. - Obtener reconocimiento de las estrategias que se desarrollan a favor de la feria para ofrecer mejores condiciones al consumidor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Información radial: Radio Nacional, Programa “De Feria”, Sistema Radiofónico 870 UCR, Radio U, Voces Nuestras, entre otros. - Periódicos locales o nacionales - Página en Internet del proyecto y las acciones dirigidas al consumidor. - Comunicación directa productor- consumidor. - Pizarra informativa y boletines dentro de la feria. - Información a las familias a través de los Centros educativos.

	manipulación de alimentos.		
Instituciones Públicas o privadas de la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> - Acerca de la estrategia de acceso*: las ofertas especiales y precios en general de los productos y la promoción de productos y oportunidades de comercialización directa entre instituciones y productores (abastecimiento institucional). - Recursos necesarios para desarrollar el proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener opciones de compra para abastecer de productos agrícolas las instituciones de la comunidad. - Obtener recursos requeridos para el desarrollo del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación verbal o escrita formal - Información radial, periódica o escrita a nivel local y de forma directa con las instituciones.
Organizaciones comunales y Gobierno local	<ul style="list-style-type: none"> - Proyecto: justificación, objetivos, componentes y actividades. - Presupuesto requerido - Estrategias de acuerdo a los pilares de la SAN 	<ul style="list-style-type: none"> - Obtener aprobación y apoyo comunitario. - Promover la feria 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación verbal y escrita formal - Presentación en prezi - Reunión participativa
Instituciones estatales	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de proyecto, investigadores, presupuesto y cronograma. - Justificación del proyecto, los productos y efectos esperados. - Documentos de vigencia e inscripción del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir recursos financieros o técnicos requeridos por el proyecto. - Dar a conocer el modelo desarrollado y su efectividad, con el fin de que sea reconocido para su puesta en marcha a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación en Prezi - Documentos de vigencia e inscripción del proyecto. - Coreo electrónico
Investigadores y cuerpo académico	<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de proyecto, investigadores, presupuesto y cronograma. - Justificación del proyecto, los productos y efectos esperados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Dar a conocer el modelo desarrollado y su efectividad, con el fin de que sea reconocido para su puesta en marcha a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Congresos, foros o seminarios académicos a nivel nacional o internacional - Publicaciones en revistas - Información en páginas web de la Universidad

	- Información del proceso y resultados al finalizar el proyecto.		
--	--	--	--

* Basado en las propuestas de estrategias desarrolladas en el componente 3, las cuales pueden variar al ser adaptadas a la realidad de cda feria.

Es necesario desarrollar procesos de comunicación que permitan dar a conocer cada una de las estrategias de promoción desarrolladas por la RPF, ya que la comunicación es un indicador del proceso de desarrollo y sirve para enseñar, sensibilizar, concientizar y facilitar la integración entre los diversos actores sociales (UNESCO, 2010).

E. Componente 5: Evaluación y monitoreo

La evaluación y el monitoreo se realizan durante el proyecto en tres diferentes momentos y de acuerdo a lo que se demostró en la figura 2 de diseño del proyecto: la evaluación ex ante, el monitoreo y la evaluación ex post, para las cuáles se desarrollan los siguientes procesos:

Cuadro 7: Procesos de evaluación para las etapas ex ante, monitoreo y ex post del proyecto

Evaluación Ex ante	Monitoreo	Evaluación ex post
<ul style="list-style-type: none"> - Viabilidad del proyecto en términos financieros: Estudio financiero; técnicos y de mercado. - Línea Base de la situación mediante proceso diagnóstico: Análisis social. 	<ul style="list-style-type: none"> - Indicadores de eficiencia. - Indicadores de eficacia. - Indicadores de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis del impacto: Comparación de resultados con la Línea Base. - Metodología de sistematización participativa de experiencias

1. Actividad E.1: Evaluación ex ante

Esta evaluación se realiza durante la formulación del proyecto y se relaciona con dos dimensiones, una de ellas tiene la finalidad de proporcionar información para decidir sobre la conveniencia o viabilidad del proyecto a través de la realización del estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero. Para su desarrollo se utilizaron procesos

que alimentaron la información, tal es el caso del estudio interno y del entorno del proyecto (anexo 6).

La otra dimensión que se evalúa tiene que ver con la de tipo social, la cual requiere de un análisis que permite conocer las condiciones deficitarias sobre las que se desea intervenir en el proyecto. Esta dimensión corresponde a la etapa preliminar del proyecto (ubicada en las actividades del componente 1) en donde se realizan los procesos diagnósticos que permiten dar insumos para las actividades siguientes y que además son una Línea Base (LB) de la situación antes de iniciar la ejecución del proyecto. A continuación se detallan las metas e indicadores que son evaluados en esta etapa.

Cuadro 8: Indicadores de la evaluación ex ante del proyecto

Metas	Indicadores
Viabilidad Económica del proyecto	
Un presupuesto financiero de la inversión total del proyecto.	Monto en dólares presupuestados (costo total del proyecto).
Elaboración de un estudio técnico y de mercado en la fase de diseño del proyecto	Un estudio técnico y de mercado elaborado
Análisis social: Línea Base	
Aplicación del instrumento de conocimientos y prácticas en mínimo 5 actores estratégicos (promedio de participación en cada reunión) por entidad participante y de una muestra representativa de 86 productores(as) en la feria de Tres Ríos y 148 productores (as) en la feria de La Villa Olímpica de Desamparados en setiembre del primer año.	Número de actores estratégicos y productores (as) de cada feria diagnosticados/ Número de actores estratégicos y productores (as) de cada feria contemplados en el total de la muestra planeada.
Diagnóstico de las características de producción en la finca de una muestra de productores (as) de cada feria en agosto del segundo año.	Número de fincas de productores (as) diagnosticadas/ número de fincas de productores planeadas en la muestra.
Diagnóstico de características (disponibilidad, acceso a alimentos, consumo y percepción de la feria del agricultor) en una muestra de familias consumidoras a agosto del segundo año.	Número de familias consumidoras diagnosticadas/ Número de familias consumidoras que forman parte de la muestra planeada.
Diagnóstico de las condiciones de higiene, infraestructura y manipulación de alimentos de cada feria en forma general y en una muestra de productores de cada la feria a agosto del segundo año.	Número de productores (as) diagnosticados/ Número de productores (as) de la muestra.
Identificado el volumen de venta de productos en el 100% de la muestra de los productores (as) de cada feria a setiembre del primer año.	Porcentaje de productores con volumen de venta identificado/ muestra de productores participantes
Identificar los ingresos máx y min del 100% de la muestra de productores (as) de cada feria a setiembre del primer año.	Porcentaje de productores con máx y mín de venta identificado/ muestra de productores participantes

2. Actividad E. 2: Monitoreo del proyecto

Durante la ejecución del proyecto se desarrollan procesos que permiten identificar anomalías en el momento en que se producen, con el fin de corregirlos de inmediato y que no ese vea afectado el cumplimiento de los objetivos planteados. Para esto se verifica el cumplimiento de metas durante cada actividad realizada.

Con el fin de llevar un control de los resultados de avance, se realizan informes parciales (cada 6 meses) que contemplan la evolución desde sus actividades iniciales. Así como, formularios de evaluación que requieren de la participación y opinión de beneficiarios e involucrados del proceso.

Cuadro 9: Metas e indicadores para el monitoreo del proyecto

Indicadores
<i>Eficacia (grado de cumplimiento):</i> De desarrollo: Porcentaje de cumplimiento de cada meta / metas programada De tiempo: Tiempo real destinado para el proyecto/Tiempo programado
<i>Eficiencia (productos y costos):</i> Costo real de los productos/ Costo programado de los productos
Calidad (Resultados y Desempeño) Metodología de participación grupal con involucrados del proyecto para identificar <ul style="list-style-type: none">- Expectativas del proceso según cada componente- Analizar los resultados por componente- Realizar comparaciones de los resultados con lo programado

3. Actividad E.3: Evaluación ex post

Se desarrolla la evaluación al finalizar el proceso de todo el proyecto, identificando el estado actual de las dos dimensiones evaluadas al inicio en la evaluación ex ante y a través de un proceso participativo.

Cuadro 10: Metas e indicadores de la evaluación ex post del proyecto

Indicador
Costos reales del proyecto: <ul style="list-style-type: none">- Monto en dólares presupuestados en la evaluación ex ante/ monto en dólares utilizados al finalizar el proyecto
Análisis del impacto: <ul style="list-style-type: none">- Comparar resultados de la situación después de implementado el proyecto con la Línea Base.- Evaluación participativa: Sistematización

El proceso de sistematización tiene como finalidad recuperar la experiencia, analizando los aspectos mas significativos, descubrir la lógica de los procesos de intervención, elaborar conocimientos a través de la práctica, retroalimentar la intervención e identificar acciones para mejorar la acción (Ayllón M.R. 2004).

EJECUCIÓN Y OPERACIÓN DEL PROYECTO

A. Descripción de la unidad ejecutora del proyecto

La Escuela de Nutrición de la Universidad de Costa Rica es una institución que cumple con un equipo de investigadores y docentes especialistas en el campo de la Seguridad Alimentaria y Nutricional. Esta institución, cuenta con 32 años de existencia y presenta un comportamiento formalizado y regido por las autoridades universitarias.

Un equipo de docentes- investigadoras de la Escuela de Nutrición (EN) serán quienes formarán parte de la entidad gerencial del proyecto y de dónde nació la idea de proyecto, fundamentada por necesidades manifestadas por los involucrados y antecedentes en el tema. La EN se encuentra ubicada en la Ciudad de la Investigación, Finca 2, Sabanilla Montes de Oca, San José, Costa Rica. El número de teléfono es el 2511 3040/ fax: 25 11 3044. Sitio web: <http://www.nutricion.ucr.ac.cr/contacto.htm>.

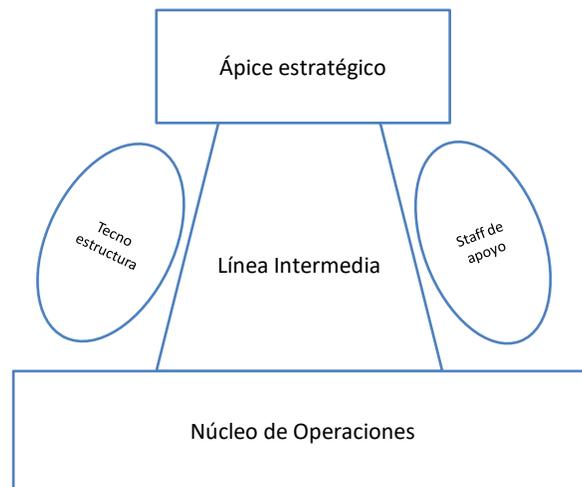
La persona contacto es la docente e investigadora coordinadora del proyecto Lic. Marianela Zúñiga Escobar, Correo electrónico: marianela.zunigaescobar@ucr.ac.cr. Teléfono: 25 11 3043

Para desarrollar efectivamente el proceso se inscribió el proyecto en la Vicerrectoría de investigación de la Universidad de Costa Rica. De esta forma se constituye formalmente la coordinación del proyecto o ente gerencial y se logra la vinculación con estudiantes universitarios, así como con el resto de entidades que formarán parte del proceso organizativo que se describe en apartados posteriores. A la vez, la estructura universitaria permite desarrollar procesos formales de transferencias monetarias en caso de que existan recursos de algún ente cooperante.

B. Descripción de la organización

El proyecto se desarrolla a través de las bases de la Investigación-Acción- participativa, utiliza un proceso de trabajo en equipo vinculando a los principales involucrados del proceso en diferentes partes de la organización. De esta forma, se desarrolla una estructura organizacional que permite generar funciones de acuerdo al rol que desarrolla cada entidad, las cuales forman parte de las actividades relacionadas con su accionar. A continuación se presenta la estructura organizacional del proyecto basado en la teoría de las 6 partes de la organización descritas por Mintzberg, H. et al (1997) (ver figura 5):

Figura 6: Estructura organizacional del proyecto basado en la teoría de las 6 partes de la organización propuestas por Mintzberg H.



1. **Ápice estratégico:** Según Mintzberg desde allí se monitorea, se supervisa y se dirige la totalidad del sistema. Es ocupada por los y las directivos-as así como por la Dirección General o Gerente cuya función es velar porque la organización cumpla, efectivamente, su misión-visión y satisfaga los intereses de las personas

que controlan y tienen algún poder legítimo en la organización. En este caso el *Ápice Estratégico* está formado por la Escuela de Nutrición de la Universidad de Costa Rica la cual cumple con un equipo de investigadoras quienes serán la estructura gerencial y de dónde nació la propuesta del Proyecto.

2. *Línea intermedia jerárquica*: Formada por todos aquellos actores estratégicos que inciden en el funcionamiento de las ferias del agricultor, considerando aspectos políticos y legales. Además, representan una autoridad formal que unen al *ápice estratégico* con el núcleo de operaciones (Mintzberg, H. sf). En este caso la línea intermedia está formada por:

- *Junta Nacional de Ferias del Agricultor*: de ella depende directamente todos los Comités Regionales del país, es el ente rector de las ferias del agricultor de acuerdo a la ley 8533 del Reglamento de Ferias del Agricultor.
- *Comité Regional Central Oriental*: Conocido como AFAVECO, del cual dependen el CAC de Frailes de Desamparados y la Asociación de productores de la feria de Tres Ríos.
- *Administración de las ferias del agricultor*: del que dependen los inspectores de la feria y los productores y vendedores. Se considera en la línea intermedia porque él es quien autoriza lo que se debe hacer en la feria a partir de las disposiciones del Centro Agrícola Cantonal (CAC) o la Asociación de productores a la que pertenece y del Comité Regional que lo enmarca.
- *Consejo Nacional de Producción*: es el ente asesor técnico de las ferias del agricultor y posee la capacidad necesaria para apoyar procesos de fortalecimiento de las ferias del agricultor. Contempla un departamento de comercialización en donde se atiende el tema de Ferias del Agricultor.

3. *Núcleo de operaciones*: Es la parte fundamental de la organización ya que realiza la actividad para la que existe ésta: Comercializar productos locales. Es la parte más amplia de la organización, integrada por pequeños y medianos productores nacionales que comercializan en las ferias involucradas en el Proyecto.

4. *Staff de apoyo*: Conformado por las unidades que mantiene una relación cercana a las actividades del *Ápice Estratégico*, la *Línea Media* y *Núcleo de las*

operaciones. En general las personas que conforman el staff de apoyo tienen una continuidad en los puestos de trabajo, hecho que difícilmente se da en el Ápice Estratégico o la Línea Intermedia (González, M y Cadagnone, T. 2010).

El staff de apoyo no se relaciona directamente con la actividad principal del proyecto, sería el lugar donde se incluyen aquellos puestos que se dedican a:

- *Asesoramiento:* Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Instituto Nacional de Aprendizaje, Municipalidades y centros educativos.
 - *Prestación de servicios:* Estudiantes voluntarios, becarios y de horas estudiante, Estudiantes de Trabajos Finales de Graduación.
5. *Tecno estructura:* En esta subestructura se encuentran las unidades especializadas cuya función consiste en dar asesoramiento y proyección a aquellas unidades que realizan las misiones fundamentales de la organización, desde una visión técnica, profesional y específica de las actividades (González, M y Cadagnone, T. 2010).

De acuerdo a los componentes del proyecto se requiere:

- Profesional en Economía: Esta persona analiza y estudia las causas y consecuencias de los procesos financieros que se generan a partir de los costos y beneficios del proyecto.
- Profesional en Comunicación y Mercadeo: Es necesario contar con un profesional que pueda integrar habilidades del trabajo de la comunicación y el mercadeo social, considerando este tipo de proyecto en donde existe interacción de entes internos y externos a la organización del mismo y es necesario desarrollar el plan de comunicación.
- Profesional en Sociología: Durante el proyecto se hace énfasis a los procesos de organización social para el desarrollo de estrategias, aspectos importantes que

deben ser sistematizados y apoyados por un profesional en el campo de la sociología.

- Profesional en publicidad: Existen procesos de promoción que requieren de diseños publicitarios y actividades de divulgación importantes para dar a conocer estrategias del proyecto.
- Profesional en Agronomía: Es necesario contar con los conocimientos de un o una profesional en este campo, con el fin de lograr interpretar la situación de las características de producción en la finca de los productores, así como el apoyo en los pilares de disponibilidad y acceso que forman parte de la SAN y son requeridos en los procesos de diagnóstico, capacitación y estrategias a desarrollar.

Ideología: En el presente Proyecto los involucrados en el problema participan durante los procesos de organización, a través de la Investigación. Acción- participativa. Así, se promueve el carácter de adaptación de la organización que va mas allá de los intereses económico- políticos que se generan a partir de las ferias del agricultor, tomando en cuenta valores socio-culturales y la conciencia de la importancia de estos mercados para la SAN de las familias productoras de y de las comunidades.

C. Marco metodológico

El proyecto se ejecuta una vez inscrito en la vicerrectoría de investigación de la Universidad de Costa Rica, siendo coordinado desde la Escuela de Nutrición y logrando recurso humano, técnico y tecnológico de esta institución. Un requisito importante es la solicitud del financiamiento por parte de entes externos que permitan aportar recursos para lograr cada componente efectivamente (detalle en apartado VII correspondiente al tema de viabilidad del proyecto).

La presente propuesta de proyecto se adapta a la realidad de cada una de las dos ferias, debido a la participación de los involucrados en cada una de las etapas y como parte de la estructura organizacional del mismo. Durante su diseño se ha contado con la participación y aceptación por parte de los involucrados, lo cual ha sido favorable y es indispensable para conocer el rumbo de los componentes y la manera más factible que se aplicará para cumplir con las metas propuestas. Por lo tanto, en una futura replicación del modelo, es estrictamente necesario desarrollarlo utilizando la metodología de IAP y contar con la participación de los involucrados de la problemática en cada una de las etapas de su realización.

Permitir conocer los puntos de vista de los diferentes involucrados, incorporar sus observaciones y realizar retroalimentación participativa del proceso, enriquece el buen funcionamiento de cada componente y el éxito de sus resultados.

A continuación se describe el cronograma para la ejecución del proyecto correspondiente a dos años.

Cuadro 11: Cronograma del proyecto

Año	Actividad	En	Fe	Marz	Ab	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct	Nov	Dic
1	Presentación de la propuesta y adaptación de cada componente a cada una de las ferias.	■	■										
	Formación del equipo de trabajo	■	■	■									
	Elaboración y prueba de instrumentos de recolección de datos.			■	■	■	■						
	A.1 Diagnóstico de conocimientos y prácticas.							■	■	■			
	A.2 Diagnóstico de características productivas							■	■	■			
	A.3 Diagnóstico a familias consumidoras							■	■	■	■	■	■
	A.4 Diagnóstico de condiciones de higiene, infraestructura y manipulación de alimentos							■	■	■			
	Análisis de los datos							■	■	■	■	■	■
Informe Parcial													■
A.5 Elaboración del módulo de capacitación multinivel en SAN	■	■											
A.6 Implementación del módulo de Capacitación multinivel			■	■	■								
A.7 Evaluación del módulo de capacitación						■							



D. Presupuesto

En el siguiente cuadro se muestra los costos del Proyecto por categorías de inversión, considerando los recursos con los que cuenta la Universidad de Costa Rica como unidad ejecutora a través de la Escuela de Nutrición. Además, se contempla la oportunidad de contar con una contraparte como cooperante (anexo 1), mediante la clasificación de partidas que se establecen para estos procesos y con el fin de complementar el presupuesto que la Universidad destina por medio de la Vicerrectoría de investigación para lo cual se ha contemplado un Plan de Gestión del riesgo (Anexo 2),

Cuadro 12: Presupuesto del proyecto

Costo total del proyecto: \$80 157 ⁰⁰		
Partida	Detalle	Costo en dólares (\$)**
Remuneraciones para servicios personales *	Gerente General Profesional en Nutrición Profesional en Agronomía Profesional en Economía	55 389 ⁰⁰
Servicios de gestión y apoyo	Profesional en Comunicación y Mercadeo Profesional en Sociología Profesional en Publicidad	9 150 ⁰⁰
Horas estudiante	Horas estudiante	1 309 ⁰⁰
Gastos de viáticos de transporte y alimentación	Viáticos para estudiantes voluntarios	790 ⁰⁰
Servicios de Alquiler	Locales para capacitación	690 ⁰⁰
	Catering service	1 976 ⁰⁰
Servicios comerciales	Impresión, encuadernación. Textiles y vestuario.	4 545 ⁰⁰
Equipo de cómputo	Grabadora digital	119 ⁰⁰
	Computadora portátil	988 ⁰⁰
	Video beam	988 ⁰⁰
Útiles y materiales de oficina	Hojas, lapiceros, otros Discos compactos, llave maya, programas informáticos, otros.	396 ⁰⁰
Subtotal		76 340 ⁰⁰



Imprevistos	Un 5%	3 817 ⁰⁰
Total		80 157⁰⁰

Todos los pagos a servicios personales contemplan el 3% de anualidades (de acuerdo al promedio de los último 3 semestres).

*Presupuesto calculado según la escala salarial de la oficina de Recursos Humanos de la Universidad de Costa Rica para un docente- investigador, a la fecha del 2012. Disponible en <http://www.orh.ucr.ac.cr/documentos/EscDocEnero2012.pdf> y calculado un 48% de cargas sociales de acuerdo a lo que establece la Universidad.

**Monto en dólares de acuerdo al tipo de cambio de Bancos Públicos anunciados en la ventanilla a Agosto del 2012.

1. *Servicios personales*

En este rubro se incluye la lista de las diferentes categorías de cargos a partir del salario base y porcentaje de anualidades. En algunos rubros se contempla el recurso humano de profesionales docentes e investigadores de la Universidad de Costa Rica, por lo que se calcula el presupuesto de acuerdo a la escala salarial de la oficina de Recursos Humanos de la UCR, entre estos: un especialista en SAN como Gerente general, un profesional en Nutrición que apoye el proceso principalmente en el componente de capacitación, un profesional de agronomía requerido para apoyar conceptos, operatividad e interpretación de ciertos elementos relacionados con los componentes de disponibilidad y acceso de la SAN. Un especialista en economía para desarrollar la evaluación y análisis del costo/efectividad del proyecto.

2. *Servicios de gestión y apoyo*

Se refiere al personal que desarrolla procesos complementarios a los fines del proyecto y que trabajan por periodos de tiempo establecidos de acuerdo al componente y actividad que acontece. Para cada uno de ellos se contempla el 3% de anualidades semestrales y sus servicios de apoyo y gestión son requeridos por tiempos parciales.

Entre los profesionales requeridos se encuentra un profesional en comunicación y mercadeo, que desarrolle las actividades contempladas en el componente 4 y de acuerdo con el Plan de Comunicación y mercadeo social (anexo 7) del proyecto. Un profesional



en Sociología que apoye el análisis cualitativo de los procesos evaluativos y un profesional en publicidad que permita brindar orientación sobre este tema en el componente 3 relacionado con el desarrollo de estrategias de promoción en SAN dentro de la feria del agricultor.

3. Horas estudiante

Se refiere a una de las categorías de ayudas estudiantiles para colaborar en docencia, investigación y en acción social de la Universidad de Costa Rica, de acuerdo al reglamento de horas asistente y horas estudiante vigente en esa Institución. Los designados bajo el sistema de horas estudiante han de ser necesariamente estudiantes regulares que por lo menos estén matriculados en 9 créditos en el ciclo lectivo para el que fueron designados en un mínimo de 3 horas semanales.

En este proyecto se requerirán 4 horas estudiante por semana durante los 4 semestres que contempla su ejecución.

4. Gastos de viáticos de transporte y alimentación

En el proyecto se ha incluido los requerimientos de viáticos para cubrir los gastos necesarios de alimentación y transporte de estudiantes y voluntarios que forman parte de la estructura organizativa del proyecto, y que además brindan sus servicios a cabio de experiencia y aprendizaje.

5. Servicios de alquiler

Se incluye el alquiler de locales equipados para reunión considerando los momentos de la capacitación que constan de 5 sesiones, en los cuales puede surgir imprevisto de lugar de reunión al tratarse de personas que viven en diferentes partes del país.

Por otro lado, se requieren servicios de catering que serán aprovechados durante los momentos de capacitación, contemplando un total de 40 personas participantes (de acuerdo a los actores estratégicos y productores conformados en red) para cada feria del agricultor.

6. Servicios comerciales



Se refiere al rubro de material de impresión y fotocopiado contemplando los materiales necesarios para desarrollar las estrategias de promoción en la feria, así como el material de apoyo que será utilizado como parte de las capacitaciones.

Además, contempla el rubro de textiles que será utilizado para cumplir con distintivos ya sea camisetas u otro que se decida con el equipo, con el fin de distinguir el trabajo del equipo que conforma la red de productores promotores de la feria durante el desarrollo de estrategias de promoción en SAN de las ferias.

7. Equipo de cómputo

En esta categoría se ha incluido dos grabadoras digitales para poder desarrollar la etapa de recolección de datos en donde se realizan entrevistas con los actores estratégicos y productores, las cuales por ser de tipo cualitativo requieren de grabación en detalle para su posterior análisis. Se incluye además, una computadora portátil y un video beam para desarrollar los procesos de capacitación.

8. Útiles y materiales de oficina

Se considera los materiales y suministros requeridos en el trabajo de oficina desde donde se realizan los procesos de organización para el trabajo en equipo y gerencia del proyecto.

9. Imprevistos

Se estima un 5% sobre el subtotal de los rubros mencionados anteriormente, con el fin de contar con un presupuesto que permita solventar ciertos imprevistos durante su ejecución.

VIABILIDAD DEL PROYECTO

El análisis de la situación interna y externa del proyecto permitió identificar aquellos aspectos que logran ser una ventaja para su puesta en marcha, identificándose oportunidades y fortalezas que se trata de aprovechar para disminuir el efecto de las



amenazas y debilidades encontradas. A continuación se presenta la información relevante obtenida del análisis interno y del entorno del proyecto (ver anexo 9).

A. Aspectos políticos y legales

Existe un marco internacional que proporciona un ambiente determinante para la realización del Proyecto, entre éstos e puede mencionar a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la cual tiene como uno de sus objetivos estratégicos el *“Promover y sensibilizar sobre el tema de SAN para aumentar la SA y mejorar la nutrición”* y a la vez contribuir con la responsabilidad de trabajar para Alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), de los cuales el primero: *“Erradicar la Extrema Pobreza y el Hambre”* es en el que la SAN desempeña un rol importante, (OPS, 2004).

El presente Proyecto responde a las recomendaciones y necesidades contempladas en el proyecto *“Fortalecimiento de las ferias del agricultor 2008-2011”* de la FAO, en donde se establecieron acuerdos documentados del trabajo con instituciones como el CNP y las administraciones de las ferias del Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados, acerca de la inclusión del fortalecimiento de capacidades en el tema de SAN hacia ese sector.

Por otro lado, a nivel nacional se han desarrollado una serie de lineamientos políticos derivados de la Política Nacional de SAN 2011-2021 y la Política Agropecuaria y de Desarrollo Rural, así como las reglamentaciones legales en el escenario de ferias del agricultor como lo es el Reglamento establecido por la Ley 8533 que apoyan los procesos de fortalecer a los mercados locales en el tema de SAN, tal y como se describió en el apartado de antecedentes.

B. Aspectos económicos

En Costa Rica el valor en la preferencia de compra de frutas y vegetales en las ferias del agricultor, del año 2002 al año 2004, bajó en 20 puntos porcentuales (PIMA, 2004). A



pesar de su descenso, las ferias son los mercados de mayor preferencia de compra de frutas y vegetales para los costarricenses (PIMA, 2004). Aquellos programas que tengan como fin fortalecer los mercados locales, como lo es el proyecto, tienen grandes retos.

El presente proyecto cuenta con los recursos de la Unidad Ejecutora, entre ellos un aporte parcial del recurso humano del proyecto, en lo que se refiere a remuneraciones para servicios personales y horas estudiante, servicios de alquiler de local para capacitaciones, servicios comerciales como las impresiones, equipo de cómputo, entre ellos una grabadora digital, así como útiles y materiales de oficina; siendo esta contribución del 75% del total del presupuesto requerido.

Con el fin de poder contar con una contraparte que funcione como cooperante y beneficie económicamente al proyecto, se han gestionado acciones a posibles financiadores como la FAO-CR (ver anexo 11) la cual contempla dentro de su accionar, proyectos de mejoramiento en el tema de brindar oportunidades al mercado local, así como el Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA) (Ver anexo 10). A su vez, las entidades participantes: JNFA (Ver anexo 9), CNP, Comité Regional Central Oriental y la administración de su respectiva feria, cuentan con recurso económico para invertir en aquellos proyectos que promueven su desarrollo, siendo una alternativa importante de ser contemplada. Además se obtuvo el visto bueno del Ministerio de Agricultura y Ganadería, para la solicitud de esta cooperación a diferentes entidades, por ser un proyecto de carácter social dirigido a un sector que lo requiere (Ver anexos 7 y 8)

C. Aspectos técnicos

Las capacidades técnicas para la realización del Proyecto, además del equipo de profesionales de la Universidad de Costa Rica, contempla el involucramiento de los participantes de las ferias quienes cuentan con todo el conocimiento respecto a su mercado y procesos productivos. Así, el grupo de actores estratégicos y los productores son personas clave que desarrollan cada componente como parte de la organización del proyecto, junto con el ápice estratégico, tecno estructura y staff. Además, la participación



de cada uno de ellos promueve la inclusión de vivencias, funciones y experiencias que éstos involucrados tienen sobre la feria, aspectos que se encuentran íntimamente vinculados con el Proyecto con el fin de maximizar y aprovechar este recurso humano.

D. Aspectos socio-culturales

De acuerdo a la información científica la población infantil está sustituyendo las frutas y los vegetales por productos procesados y la mayoría de alimentos en los hogares de los niños y las niñas, son altos en grasa y azúcares (González et al. 2008) y (Calvo, et al 2007). Sin embargo, dada la preocupación por instancias de salud, se está generando una conciencia por consumir alimentos más saludables y naturales, producto de las situaciones patológicas generadas por estilos de vida no saludables en años atrás. Los productos promovidos y que además favorecen la salud nutricional de la población se encuentran disponibles en el mercado local, en este caso a través de las ferias del agricultor.

Las ferias del agricultor se han constituido en el mercado del pueblo, son por lo tanto, una muestra de la cultura democrática costarricense (PNUD, 2009). Además, son muchas las maneras en que las ferias del agricultor se vinculan a mejorar la SAN de la población en términos de disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica.

E. Aspectos tecnológicos

Existe una amenaza importante al trabajar con ferias del agricultor, ya que las ferias no cuentan con un mecanismo de control de oferta y demanda en su mercado, información de precios, equipo tecnológico, bases de datos, sistemas de comunicación interna y divulgación externa y en algunos casos se perjudica los proyectos que requieren de una evaluación y monitoreo del impacto, a través de indicadores de este tipo, así como el acceso a información relevante para el desarrollo y justificación de acciones para su fortalecimiento.

Incentivar proyectos desde instituciones que cuentan con capacidad tecnológica para complementar procesos de apoyo en este sector (ferias del agricultor) es una ventaja que



genera aceptación y necesidad de que exista dicho apoyo, tal es el caso del CNP y la Escuela de Nutrición de la UCR, en este caso, por mencionar solo algunos de los participantes.

F. Aspectos demográficos

Existen grupos de la población que no se relacionan con las ferias del agricultor, limitando sus oportunidades para consumir alimentos saludables a bajo costo y dar importancia a la producción nacional para el consumo humano, entre ellos la población escolar y los jóvenes. Las madres de familia juegan un papel importante dentro de la alimentación en el hogar, su vinculación y estrategias de promoción en SAN de la feria dirigidas a ellas como población objetivo, permite incidir en grupos vulnerables que se encuentran en riesgo de tener malos hábitos alimentarios y problemas de malnutrición, entre ellos los escolares.

G. Aspectos ambientales

No se cuenta con establecimientos propios para desarrollar las ferias del agricultor, afectando su desarrollo y condiciones de los alimentos; así como las condiciones laborales de los productores quienes tienen que lidiar con problemas de disponibilidad de agua potable y disposición de basura o animales cerca de los productos. Sin embargo, existen aspectos favorables en cuanto al acceso que tiene la población a estos mercados a lo largo y ancho del país.

A pesar de la importancia de las ferias para la SAN, según los administradores de las ferias del Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados, los productores no apoyan las actividades de promoción de la feria para hacerlas sostenibles. En este tema, experiencias anteriores del IICA demuestran que aún se necesita fortalecer las organizaciones bases a través de sus líderes, lo cual asegura la sostenibilidad del sistema (ESFIM, 2009).

H. Aspectos institucionales



La organización del Proyecto permite vincular fortalezas de instituciones como el CNP (asesor técnico de las ferias), la FAO como entidad que ha desarrollado un marco antecedente para la presente propuesta y la Escuela de Nutrición con su compromiso del trabajo en investigación y acción social para el bien de la población. En las ferias confluyen diferentes instancias que realizan acciones complementarias y que de alguna u otra forma son parte de los proyectos. El gobierno local es una de estas instancias desde donde se ha generado un vínculo muy cercano entre el departamento de cultura de ambas municipalidades con las ferias del agricultor participantes. Así mismo, recientemente el Ministerio de Agricultura y Ganadería ha desarrollado iniciativas para favorecer la producción nacional y se han creado programas sectoriales como el Programa de Agricultura Familiar, iniciativas que pueden ser articuladas con la presente propuesta.

PLAN DE GESTIÓN DEL RESGO

Durante el desarrollo de proyectos los miembros de la organización aspiran a tener gran éxito en sus resultados una vez finalizado el mismo, e incluso se establece la misión y visión del proyecto que permite conocer acerca de las intenciones que se esperan una vez finalizado éste. Sin embargo, la complejidad que implica un proyecto, establece procesos de interacción con diferentes grupos de población y situaciones relacionadas con aspectos administrativos, organizativos, de coordinación, liderazgo, presupuesto, procesos de gestión, seguimiento y control o componentes técnicos y tecnológicos entre otros. Esta gama de situaciones puede causar en algunos casos una posibilidad de daño hacia el proyecto o lo que llamamos un “riesgo”.

Como parte de las funciones de un gerente de proyectos, es necesario tener un control de las actividades que se desarrollen en los mismos, con el fin de asegurar las situaciones



deseables para que se lleve a cabo de la forma en que se ha visualizado. Para lograr este control efectivo, la gerencia tiene como responsabilidad identificar la vulnerabilidad del proyecto ante situaciones que pueden generar un “riesgo” durante su proceso, ya sea de diseño o ejecución, siendo el Plan de Gestión de Riesgos (PGR) una solución que puede brindar la información necesaria para prevenir problemas que pueden ser remediados a partir de lo que acontece desde la Unidad Ejecutora del Proyecto.

A. Matriz de Riesgos

Cuadro 13: Riesgos identificados según su probabilidad e impacto para el proyecto

Problema relevante	Probabilidad	Impacto	Nivel de riesgo
ENTORNO			
R-1. Falta de interés político para apoyar el proyecto y considerarlo como una alternativa dentro de los planes en respuesta a los lineamientos de la política pública.	50	3	150
INSTITUCIONAL Y ORGANIZATIVO			
R-2. Compromisos ineficientes por parte de las instituciones involucradas para dar apoyo y ser parte del proyecto.	60	5	300
R-3. Existen procesos de acuerdo entre las entidades participantes que implican demoras de gestión	60	3	180
FINANCIEROS			
R-4 La unidad ejecutora no asigna el 100% del presupuesto requerido por parte del proyecto, para ser ejecutado.	90	5	450

Donde R es igual a Riesgo



Cuadro 14: Representación gráfica de la probabilidad e impacto de los Riesgos

Probabilidad	Riesgo				
81-100%			R-4		
51-80%			R-3		R-2
41-50%			R-1		
1-40%					
	1	2	3	4	5
Impacto					

B. Plan de Acción

Con el fin de que el proyecto no se vea afectado por la situación de la institución en la cual estará hospedado (Rosales, M. 2011), se desarrolla el presente Plan de Acción que contempla medidas preventivas, para las cuales se actuará proactivamente en acciones que logren mitigar los impactos del riesgo. Así como medidas de contingencia que



permiten, a través de un proceso planeado, mitigar los efectos del riesgo en caso de que este se presente.

Cuadro 15: Plan Acción que se desarrolla para mitigar los riesgos contemplados

Riesgo	Acción preventiva	Fecha	Responsabilidad	Estado Actual
R-1	Presentar el proyecto a entidades políticas y demostrar la importancia de llevarlo a cabo para establecer acuerdos formales	Seis meses antes de que se inicie el proyecto	Unidad ejecutora	1) Visto bueno del Ministerio de Agricultura y Ganadería a través de una carta firmada por la Viceministra (Ver anexos 7 y 8) 2) Se encuentra pendiente la presentación del proyecto y firma de acuerdos al Ministerio de Salud, sin embargo ya se han desarrollado acciones informales para informar de su existencia.
R-2	Presentar el proyecto y firmar acuerdos de trabajo conjunto con las entidades involucradas: JNFA y CNP	Etapas iniciales del proyecto	Unidad ejecutora	1) Se firmó un documento de acuerdo para iniciar proceso formal de una carta de entendimiento entre la Escuela de Nutrición y la JNFA (Ver anexo 9) 2) Se presentó el proyecto al CNP, existe anuencia de firmar acuerdo



				formal del trabajo conjunto y en noviembre del 2012 se llevará a cabo una reunión con el presidente ejecutivo.
R-3	Firma de cartas de compromiso preliminares para iniciar con el proceso y mientras se ejecutan los acuerdos formales institucionales.	Tres meses antes de iniciar el proyecto	Unidad Ejecutora	1) Se firmó un documento de acuerdo para iniciar proceso formal de una carta de entendimiento entre la Escuela de Nutrición y la JNFA (Ver anexo 9).
R-4	Solicitar presupuesto faltante a un cooperante	Seis meses antes de que inicie el proyecto	Unidad ejecutora	1) Enviada solicitud de cooperación a dos entidades: PRESANCA II (CSUCA) y FAO-CR (Ver anexos 10 y 11)

El plan de gestión de riesgos es una herramienta que facilita los procesos para la mitigación de riesgos que puedan surgir durante el ciclo de proyectos. Una vez reconocido el problema se facilita la manera en que se puede abordar, siendo importante considerar alternativas preventivas y de contingencia que disminuyan el impacto hacia el proyecto, logrando su desarrollo adecuadamente.



Consideraciones finales

- Las estrategias gerenciales se comprueban en la práctica, la cuál ha sido una constante que ha permitido el aprendizaje en cada uno de los procesos desarrollados para generar el presente proyecto y su documentación complementaria.
- Existen políticas nacionales que establecen lineamientos relacionados con el apoyo a grupos vulnerables de la población para superar problemas de Inseguridad alimentaria y nutricional, uno de ellos el sector productivo del país y en especial el pequeño y mediano productor. Siendo necesario el desarrollo de iniciativas, como el caso del presente proyecto, que permita operacionalizar dichos lineamientos políticos y permitir un mejoramiento en las condiciones de disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica de la población costarricense.
- El papel de las universidades y su vinculación con otros sectores tiene repercusiones favorables en la generación de información y conocimiento confiable sobre situaciones del contexto, en este caso de la seguridad alimentaria y nutricional en el escenario de las ferias del agricultor, siendo una característica importante del presente proyecto.
- La estructura organizativa a partir de la interacción de grupos que integren a los principales involucrados del problema o población meta del proyecto, como en este proyecto, permite desarrollar acciones que tengan repercusiones a largo plazo y oportunidades de que sean sostenible en el tiempo.
- Las ferias del agricultor han experimentado amenazas relacionadas con el mercado nacional y mundial, generar ventajas competitivas es uno de los retos más grandes



para el pequeño y mediano productor y para apoyar este proceso la capacitación es un medio que se facilita en el presente proyecto, considerando que “la habilidad de una organización es aprender y traducir ese aprendizaje en acción rápidamente, siendo esta la máxima ventaja competitiva” (Jack Welch, sf; mencionado por Carlos, J. Yunén B., MS. 2005).

- El conocimiento por sí solo no basta, por lo que debe demostrarse durante la práctica, siendo ésta una de las premisas del presente proyecto al generar tanto conocimientos como prácticas en los participantes, con el fin de fortalecer sus capacidades.
- La organización y participación son elementos importantes que permiten la consolidación de las acciones en el nivel local, siendo la red de productores promotores de la feria, un proceso clave en la innovación de estrategias que tengan como objetivo promover y aumentar la generación de conocimiento, habilidades prácticas y consecuentemente de los ingresos de sus beneficiarios.
- Los canales de comunicación favorecen los procesos internos y externos de los proyectos, a través de información que permite actualizar los conocimientos y generar entendidos entre los participantes, siendo éste un componente importante del presente proyecto que se vincula con el resto de componentes del mismo.
- El éxito de poder replicar el modelo propuesto en otras ferias del agricultor del país, dependerá de la inclusión de los involucrados de la problemática en la estructura organizacional del mismo, para poder adaptar cada estrategia a su realidad.



BIBLIOGRAFÍA

- Ayllón M.R. 2004. Aportes para el diálogo entre el saber y el hacer en la promoción y el desarrollo social: una propuesta operativa para sistematizar experiencias. España. Documento recuperado en octubre del 2011 y disponible en http://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0739/6_AYL_APO.pdf
- Beauquis A., Chacho C., Pueyrredón P y Britos S. (2006). Alimentación económica en la familia: Hacia una mejor compra de alimentos. Documento recuperado en febrero 2012 del sitio web: http://www.nutrinfo.com/pagina/info/alimentacion_economica_en_la_familia.pdf
- Calvo, P., Vargas, M., Reyes, C., Salas, B., Vega, A. (2007) “ Propuesta de lineamientos generales para la implementación de una estrategia de educación alimentaria-nutricional en las escuelas públicas de Concepción, San Diego y San Juan”. Tesis para optar por el título de Licenciatura en Nutrición Humana, Universidad de Costa Rica.
- Castro, J.G (2010). Gestión del conocimiento una herramienta del empoderamiento de socias y socios de cooperativas agropecuarias del rubro Café (coffea arabica L.), Santa María de Pantasma, Jinotega. Trabajo Final de Graduación para obtener el título de Maestría en Tecnología en Desarrollo Rural territorial sustentable CP-UNAN. Disponible en



http://www.biblio.colpos.mx:8080/jspui/bitstream/handle/10521/616/Castro_Blando_n_JG_MT_EDAR_2011.pdf?sequence=1

- Consejo Nacional de Producción, sf. Programa Nacional de Ferias del Agricultor. Documento recuperado el 20 de noviembre del 2010 de la Página web: <http://www.cnp.go.cr/index.php?idS=22&idM=101>
- Consejo Nacional de Producción (CNP), sf. Comercialización de Productos. Programa nacional de Ferias. Extraído el día 16 de agosto del 2010 de <http://www.cnp.go.cr/index.php?idS=22&idM=101>.
- Dumani, M (2011). La SAN como Eje de Desarrollo Humano Sustentable. Recuperado en julio del 2011 y disponible en www.mgsan.cr Durstewitz, P y Escobar, G. 2006. La vinculación de los pequeños productores rurales a los mercados. Santiago, Chile. Extraído el 7 de setiembre del 2012 del sitio web: <http://www.grupochorlavi.org/Mercados/Doc/earte.pdf>
- Empoderamiento de los pequeños productores (ESFIN). 2009. Empoderamiento de los pequeños agricultores de los mercados: Costa Rica. Documento recuperado en noviembre del 2011 del sitio web: http://www.esfim.org/wp-content/uploads/ESFIM-National_Project_Proposal_-_COSTA_RICA1.pdf
- Food and Agriculture Organization (FAO), (2004). El estado de la Inseguridad Alimentaria en el mundo: Seguimiento de los avances en la consecución de los objetivos de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación de los Objetivos de desarrollo del Milenio, 2004. Extraído el 14 de agosto del 2010 en <http://www.fao.org/docrep/007/y5650s/y5650s00.htm#TopOfPage>.
- Food and Agriculture Organization (FAO), (2006). Estado de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en Costa Rica. Pp 29-36.



- Food and Agriculture Organization (FAO), (2006). Seguridad Alimentaria. Informe de Políticas. Documento recuperado en julio del 2012 y disponible en: ftp://ftp.fao.org/es/esa/policybriefs/pb_02_es.pdf
- Food and Agriculture Organization (FAO), (sf). La nueva carga del mundo en desarrollo. La obesidad. FOCUS. Document recuperado el 20 de noviembre del 2010 en la página web: <http://www.fao.org/FOCUS/S/OBESITY/obes3.htm>
- Fondo Fiduciario PNUD-España para el logro de los ODM (2009). Políticas interculturales para la inclusión y generación de oportunidades. Manuscrito no publicado.
- Fundación Saldarriaga Concha. 2007. Guía para el fortalecimiento y articulación de redes de organizaciones sociales. Documento en pdf recuperado en enero del 2012 en el sitio web: <http://redes.somosmas.org/images/1/11/GuiaFortalecimientoRedes-v1.0.pdf>
- González, C., Hernández, Y., Mora, M., Zúñiga, M. (2008) "Factores asociados al patrón alimentario y de actividad física de escolares de primer ciclo con sobrepeso, obesidad y estado nutricional normal en la Escuela de Villas de Ayarco, Cantón de la Unión, Cartago". Tesis para optar por el título de Licenciatura en Nutrición Humana, Universidad de Costa Rica.
- Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (INCAP) y Organización Panamericana de la Salud (OPS), sf. Seguridad Alimentaria y Nutricional a nivel local. Manual de investigación cualitativa. Documento en pdf recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web: <http://bvssan.incap.paho.org/local/SAN%20Local/Documentos%20t%C3%A9cnico>



[s/SAN%20a%20Nivel%20Local%20-
%20Manual%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf](#)

- Jofre, A. 1999. Enfoques gerenciales modernos: análisis actualizado de cada enfoque y factores críticos para su aplicación. Capítulo 1. Primera edición. Documento recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web. www.mgsan.cr
- Ley 8533 (2006). Regulación de las Ferias del Agricultor. Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Loaiza, J y Araya, C. 2011. Unidad 6: Acceso a los alimentos. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MGSAN). Documento recuperado en marzo del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Loaiza J y Araya, C. 2011. Abastecimiento de alimentos. Objetivo de aprendizaje. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MGSAN) documento recuperado en febrero del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Marquéz, Y. sf. Responsabilidad Social Corporativa. ¿Moda, mito o realidad? Documento recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Moreno, R. 2011. Unidad 7: Evaluación participativa. Sistematización. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MGSAN). Documento recuperado en octubre del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Suplemento metodológico: Análisis de involucrados. 2008. Documento recuperado en Agosto, 2012 en el sitio: http://www.trabajo.gob.pe/archivos/file/publicaciones_dnpefp/Identificacion_actores.pdf
- Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2009). Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el



Caribe. Una nueva agenda de políticas públicas para superar la crisis alimentaria.

Oficina regional para América latina y el Caribe. Pp 56-60

- Organización Panamericana de la Salud (OPS). 2004. La seguridad Alimentaria y nutricional (SAN) en el combate contra la pobreza y la consecución de los objetivos de Desarrollo del Milenio: experiencias en comunidades de los departamentos de Chalatenango y San Salvador. Documento recuperado en agosto del 2011 del sitio web: <http://bvssan.incap.paho.org/local/SAN%20local/casos%20de%20%C3%A9xito/SAN%20local%20Chalatenango%20y%20San%20Salvador.pdf>
- Parque La Libertad y Ministerio de Cultura y Juventud, 2011. Historia. Documento recuperado en julio del 2012 y disponible en: <http://www.parquelalibertad.org/index.php/quienes-somos>
- Poder Legislativo. 2006. La Gaceta, Diario oficial: Regulación de Ferias del Agricultor. Documento recuperado en julio del 2011 en el sitio web: http://www.cnp.go.cr/php_mysql/admin/KTML/uploads/files/boletines/Ley-8533-Ferias-del-agricultor-Gaceta.pdf
- PRESANCA II, FAO, AILASH y PESA, sf. Documento recuperado en mayo del 2012 y disponible en el sitio web: http://www.pesacentroamerica.org/biblioteca/ca_en_cifras.pdf
- Programa Integral de Mercadeo Agropecuario, Costa Rica. Tendencias de consumo de frutas, hortalizas y pescado en las familias de Costa Rica, 2004. PIMA, CENADA. http://www.pima.go.cr/Docs/Pimadoc/Estudio_de_tendencias_2004-WEB.pdf.



-
- Rojas, R. sf. La importancia de la educación en el proceso de desarrollo. Un modelo teórico. UNS- CONICET. Documento recuperado en mayo del 2011 en <http://www.aaep.org.ar/espa/anales/works06/RojasMara.pdf>
 - Rosales, M. 2011. Unidad 2: Introducción a la Ética. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Documento recuperado en setiembre del 2011 del sitio web: www.mgsan.cr
 - Rosales, M. 2011- El ciclo de proyectos y la gerencia. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Documento recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr

ANEXOS

Anexo 1: Fotos de FA La Villa Olímpica de Desamparados



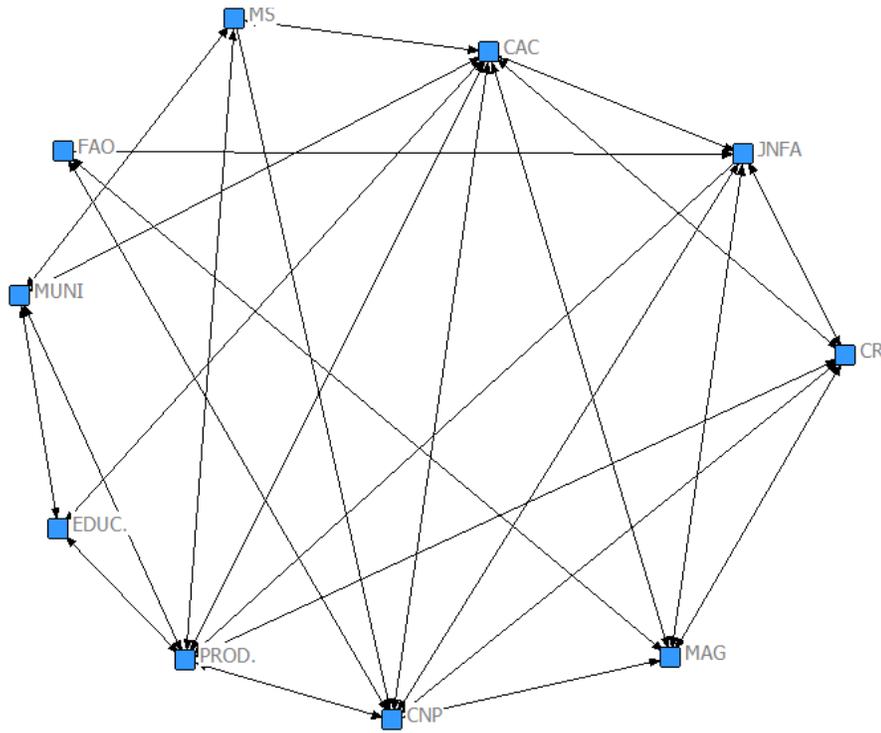
Ríos

Anexo 2: Fotos de la FA de Tres



Anexo 3: Ucinet 6, Red de actores

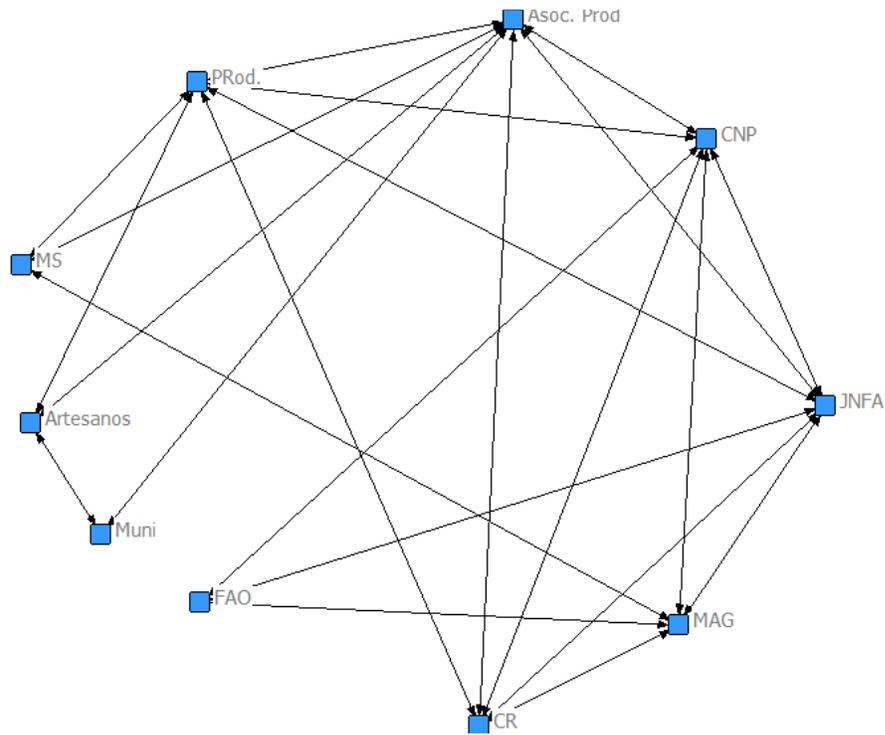
de la FA de La Villa Olímpica Desamparados



Grado de Centralidad

3	CAC	8.000
7	CNP	6.000
1	JNFA	6.000
4	PROD.	6.000
5	MAG	5.000
2	CR	5.000
6	MS	4.000
8	MUNI	4.000
9	FAO	3.000
10	EDUC.	3.000

Anexo 4: Ucinet 6, Red de actores de la FA Tres Ríos



Grado de Centralidad

3 Asoc. Prod.	7.000
4 PRod.	6.000
1 JNFA	6.000
6 CNP	6.000
5 MAG	5.000
2 CR	5.000
7 Artesanos	3.000
8 MS	3.000
9 FAO	3.000
10 Muni	2.000

Anexo 5: Entrevista a productores para el estudio de mercado



Proyecto MGSAN: Estudio de Mercado	
Fecha:	
Código:	Feria del Agricultor:
Nombre del productor	
Lugar de procedencia:	
Alimentos que produce en la finca:	
Alimentos que produce y que consume su familia:	
¿Cuál es el principal beneficio que le da la feria del agricultor?:	
¿Qué estrategias utiliza para vender sus productos en la feria?	
<p>Marque con una "X". De sus ingresos semanales. ¿Qué porcentaje le aporta lo que obtiene de la feria?</p> <p>___ 5% ___ 10% ___ 20% ___ 50% ___ 70% ___ 100%</p>	
<p>¿Estaría interesado en vender otros productos en la feria para aumentar su diversidad?</p> <p>___ No ¿Por qué? _____</p> <p>___ Si ¿Cuáles? _____</p>	
Para usted ¿Qué significa seguridad Alimentaria y Nutricional?	
¿De dónde obtuvo esa información?	

Anexo 6: Análisis interno y del entorno del proyecto

DIAGNÓSTICO



A continuación se describe el análisis del entorno y el análisis interno que afectan el desarrollo del Proyecto que se llevará a cabo en las Ferias del Agricultor de Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados. Este documento integra información que permite comprender las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que influyen en las partes que integran el Proyecto, considerando a los involucrados: la institución gerencial del proyecto (Escuela de Nutrición) y la organización que se conforma dentro de las ferias a través de ésta propuesta de proyecto (actores estratégicos y red de productores promotores de la feria).

Se describe un análisis del entorno, contemplando las amenazas y oportunidades que pueden repercutir en el cumplimiento de los objetivos del proyecto y se desarrolla un análisis interno identificando las fortalezas y debilidades presentes. Para ambos análisis se describe la situación desde los aspectos: político-legales, económicas, tecnológicas, socio-culturales, demográficas, ambientales e institucionales.

Para lograr comprender el siguiente análisis las letras tienen el siguiente significado: A) amenazas, O) oportunidades, D) debilidades y F) fortalezas. A la vez, usted encontrará algunos códigos que se refieren al componente del proyecto para el cuál ha sido contemplada dicha información:

C1: Capacitación multinivel en SAN.

C2: "Red de productores promotores de la feria"

C3: Estrategias de promoción en SAN en las ferias involucradas.

G: Para simbolizar aquellos aspectos que se relacionan con el proceso gerencial.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

POLÍTICOS Y LEGALES

- A) Artículo 14, Ley 8533: Reglamento de Ferias del Agricultor, el CNP es el ente asesor técnico de las ferias (no se incluye otra institución para este proceso de capacitación) tiene como función: *"Capacitar a los participantes en las ferias, en aspectos propios de mercadeo, agroindustria, manejo poscosecha, inocuidad de alimentos, calidad agrícola y buenas prácticas agrícolas, entre otros"*. El tema de SAN no es explícito en un sector tan íntimamente vinculado.
- A) Políticas económicas de Libre oferta y demanda de productos
- A) Ausencia de políticas diferenciadas en el tema de tecnología y crédito para el sector productivo y especialmente para el pequeño y mediano productor.
- O) Promover y sensibilizar sobre el tema de SAN, es uno de los objetivos estratégicos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), para aumentar la SA y mejorar la nutrición y a la vez contribuir con la responsabilidad de trabajar para Alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), de los cuales el primero: "Erradicar la Extrema Pobreza y el Hambre" es en el que la SAN desempeña un rol importante, (OPS, 2004). (C1)
- O) Política Agroalimentaria y de desarrollo Rural 2010-2021: Impulso de programas en el tema de SAN. (C1)
- O) Política Nacional de SAN: *"Fomento de estrategias de mercadeo para la comercialización de la producción nacional"*; *"Desarrollo de acciones estratégicas para mejorar el acceso a alimentos de calidad de manera eficiente en los grupos*



vulnerables” (C3). “Promoción del concepto de SAN a nivel político, institucional y de la sociedad civil” (C1), así como la “Creación y fortalecimiento de redes locales en SAN”(C2).

ECONÓMICOS

- A) América Latina y Asia han experimentado un crecimiento de las inversiones por parte de las corporaciones alimentarias multinacionales y de la proporción de los alimentos vendidos a través de los supermercados. Aumentando así, las inversiones extranjeras en la industria alimentaria y reduciendo considerablemente el nivel de inversiones en agricultura y mercado local (FAO, 2004)
- A) Los TLC y las reglamentaciones impuestas dejan en desventaja al pequeño y mediano productor, quienes requieren de grandes esfuerzos para poder competir con el mercado mundial y atender a las reglamentaciones impuestas como parte del comercio actual, situación que más tarde genera brechas de desigualdad social cada vez mayores causadas por la generación de empleos de diferente fuente (mercado dinámico exportador vs. mercado interno).
- A) En Costa Rica el valor en la preferencia de compra de frutas y vegetales en las ferias del agricultor, del año 2002 al año 2004, bajó en 20 puntos porcentuales (PIMA, 2004).
- O) Las ferias del agricultor son los mercados de mayor preferencia de compra de frutas y vegetales para los costarricenses, a pesar de su descenso (PIMA, 2004) (C3).

SOCIO-CULTURALES

- A) No existen esfuerzos a nivel nacional para dar valor agregado a las Ferias del agricultor como entidades importantes para la SAN de las comunidades y familias productoras.
- A) La población infantil está sustituyendo las frutas y los vegetales por productos procesados y la mayoría de alimentos en los hogares de los niños y las niñas, son altos en grasa y azúcares (González et al. 2008) y (Calvo, et al 2007).
- O) Se está generando una conciencia por consumir alimentos mas saludables y naturales, producto de las situaciones patológicas generadas por estilos de vida no saludables en años atrás (C3).
- O) Las ferias del agricultor se han constituido en el mercado del pueblo, son por lo tanto, una muestra de la cultura democrática costarricense (PNUD, 2009) (C3).
- O) Son muchas las maneras en que las ferias del agricultor se vinculan a mejorar la SAN de la población en términos de disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica (C1 y C3)
- O) Experiencias anteriores del IICA demuestran que aún se necesita fortalecer las organizaciones bases a través de sus líderes, lo cual asegura la sostenibilidad del sistema (ESFIM, 2009) (C2)

DEMOGRAFICOS

- A) La población escolar y adolescente rara vez participa de la dinámica de las ferias del agricultor



- A) Muchos centros educativos no cuentan con el espacio para desarrollar materias como la agricultura que tiende a sensibilizar y dar un valor agregado al tema de producción.
- O) Preocupación por los estilos de vida y hábitos alimentarios en la población infantil a nivel nacional que promueven el consumo de frutas y vegetales y despierta la conciencia en los padres de familia y docentes (C3).

AMBIENTALES

- A) Las ferias del agricultor no cuentan con un establecimiento propio y cada fin de semana su dinámica altera el curso normal de la comunidad.
- O) A diferencia de los mercados tradicionales (por ejemplo los municipales), las FA en todo el territorio nacional van al consumidor; en los otros casos, el consumidor debe ir a los mercados (PNUD, 2009) (C3).
- O) Las ferias del agricultor llevan productos a la comunidad, integrándose a ésta y al resto de comercios o instituciones como la escuela, colegio, iglesia, entre otros, que se encuentran cerca (C3).

INSTITUCIONALES

- A) El Consejo Nacional de producción ha sido durante muchos años asesor técnico de las ferias, actualmente existe desmotivación de los empleados pues no cuenta con el apoyo requerido por parte del gobierno para lograr operar como se quisiera.
- O) La FAO desarrolló un proyecto de fortalecimiento de ferias del agricultor en el que se ha contemplado un proceso de sostenibilidad, siendo el tema de SAN un complemento para lo que se hizo y una propuesta de seguimiento que ha retomado el CNP dentro de su plan de trabajo (C1 y C3) (Ver anexo 3).
- O) La Seguridad Alimentaria y Nutricional, es un tema que está posicionándose en los planes de la Escuela de Nutrición (institución gerencial del proyecto), favoreciéndose así el desarrollo de propuestas en este campo, una de ellas el presente proyecto (G).

TENOLÓGICOS

- A) Procesos de globalización y herramientas tecnológicas son empleadas en mercados grandes y extranjeros.
- A) Las ferias no cuentan con un mecanismo de control de oferta y demanda en su mercado, información de precios, equipo tecnológico, bases de datos y en algunos casos carecen de competencias en este campo, entre otros.

ANÁLISIS INTERNO

POLÍTICO-LEGAL

- F) La FAO contempló procesos de sostenibilidad de su proyecto Fortalecimiento de las ferias del agricultor 2008-2011, creando una matriz de trabajo en conjunto con el CNP y los entes administradores de las Ferias del Agricultor de Tres Ríos y la Villa Olímpica de Desamparados, en el cual se contempla el tema de capacitación



en SAN para el sector y se recomienda el vínculo con instituciones como las universidades (G).

- F) La Junta directiva de la feria del agricultor de Tres Ríos ha contemplado dentro de su plan anual de trabajo el tema de “Fortalecer la feria del agricultor como lugar de compra de producto fresco y de calidad y con un ambiente de cordialidad y buen trato” (C3); así como “Fortalecer el espíritu de colaboración entre los productores y con la administración de la feria”(C2) (Ver anexo 4)
- F) La administración de la Feria de La Villa Olímpica de Desamparados contempla en los objetivos de su plan de trabajo anual “crear ferias mas competitivas” (C3), “tratar de que los consumidores se acerquen más a su mercado” (C3), “eliminar la mala imagen que tienen las ferias” (C3) (ver anexo 5)

ECONÓMICO

- D) El presupuesto destinado por parte de la Universidad (entidad gerencial del proyecto) para este tipo de proyectos no siempre corresponde a la totalidad de los costos requeridos para llevar a cabo todas las operaciones del proyecto, por lo tanto es requerido utilizar fuentes externas de financiamiento (cooperantes) que puedan complementar los montos a incurrir durante su puesta en marcha.
- F) El posicionamiento de la UCR, permite desarrollar procesos de colaboración externa para financiar programas o proyectos que logren el impacto deseado o a través de presupuestos internos: Fondo de estímulo, Fondo Concursable, entre otros (G).
- F) El Comité Regional Central-Oriental cuenta con recursos económicos para aportar en beneficio de las ferias a su cargo, entre ellas la de Tres Ríos y la Villa Olímpica de Desamparados (C1, C2, C3).

SOCIO-CULTURALES

- D) Según los administradores de las ferias del Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados, los productores no apoyan las actividades de promoción de la feria para hacerlas sostenibles (C2).
- F) Productores tienen iniciativas de participación en centros educativos para llevar sus conocimientos y experiencias del campo a la población escolar (Walter, P. Comunicación personal. 2011). Así como de la importancia de incluir a los niños y niñas en la dinámica de las ferias (Bonilla, A. comunicación personal. 2011) (C3). Se encuentran consientes de la necesidad de informar al cliente sobre sus productos y precios (C3).

DEMOGRÁFICOS

- F) La entidad gerencial (Escuela de Nutrición) del proyecto cuenta con recurso humano con competencias aceptables para el tipo de proyecto por contar con conocimientos en SAN con proyección humanista (propia de la UCR) (G).
- F) La comunidad de Tres Ríos en donde se alberga la feria, tiene una organización social conformada por fuerzas vivas de la comunidad, conscientes de la importancia y apoyo al



productor nacional que llega a la feria e incluso han trabajado de forma conjunta en proyectos anteriores (C3).

- F) Tanto la feria de La Villa Olímpica como la feria de Tres Ríos funcionan en una comunidad urbana y dan la oportunidad a más de 200 productores cada sábado.
- F) El administrador de la feria de Tres Ríos y de la Villa Olímpica de Desamparados son personas comprometidas con su trabajo, ambos desarrollan actividades productivas y tienen dentro de sus metas de trabajo el mejoramiento de sus ferias (G, C1, C2 y C3).

AMBIENTALES

- F) La feria del agricultor de Desamparados cuenta con una planta de compostaje para el tratamiento de materia orgánica de la feria, la cual además de tener utilidad en el proceso para el cual ha sido diseñada, genera un valor agregado a la feria que permite su promoción (C3).
- F) En Desamparados se cuenta con un techado que los cubre de las lluvias y el sol, tienen un lugar fijado especialmente para las actividades de la feria y se encuentra dentro de un complejo deportivo que además cuenta con parqueo, batería de baños y puestos acondicionados para las vetas de comida
- D) La feria del agricultor de Tres Ríos presenta problemas para tratar efectivamente sus residuos y la feria se realiza a orillas de la carretera a la intemperie (C3).

INSTITUCIONALES

- F) En la feria de la Villa Olímpica de Desamparados existe un ente administrador que tiene claramente definida la razón de ser de las FA, ya que se organizan de acuerdo a la Ley 8533. Así, la administración de la feria es apoyada por el Centro Agrícola cantonal (CAC) de Desamparados de donde se abastecen de equipo y un edificio desde donde ejecutan sus labores administrativas (G).
- F) Además, según el administrador, poseen una estructura organizativa que contempla además del administrador, una serie de inspectores de la feria, una estructura física y recurso humano del CAC que permite dar apoyo a sus funciones (Cruz, L. Comunicación personal. 2011) (G).
- D) No cuentan con un edificio para realizar sus funciones, sino que se reúnen en las casas de habitación de los integrantes (G).

TECNOLÓGICOS

- F) La feria de Desamparados al ser respaldada por el CAC cuenta con personal capacitado para utilizar computadoras en la feria de Tres Ríos el presidente de la Asociación de productores (Junta directiva) se encuentra realizando cursos de capacitación computacional (G).
- D) No se cuenta con mucha experiencia de uso en tecnologías de la computación ni equipo disponible para desarrollar actividades propias de la feria (G).

Después de obtener la información anterior se identifican varios aspectos relacionados con los componentes que dan las bases para el desarrollo del Proyecto, el mismo contempla un proceso de Investigación-Acción-Participativa (IAP) a través de la acción colectiva de los principales involucrados del proceso, para asegurar la sostenibilidad del Proyecto a lo largo del tiempo.



Se logra identificar una deficiencia del fortalecimiento de capacidades de los involucrados (actores estratégicos y productores), para relacionar las ferias del agricultor con la SAN y la importancia de esta interacción; así como la necesidad de desarrollar prácticas en éste campo que permitan promover las ferias desde esta visión. Sin embargo, es posible sacar ventaja del análisis anterior y lograr la ejecución del Proyecto, considerando las oportunidades el entorno y las fortalezas en el escenario de las ferias involucradas.

La IAP contemplada como parte fundamental del Proyecto, permite conocer la importancia de la estructura organizacional para su desarrollo. Ésta, se encuentra determinada por varios acontecimientos del entorno e internos.

En el escenario de ferias del agricultor existe un sistema racional identificado a través de las reglas y rutinas generalizadas para este sector que no contemplan la variabilidad que existe en la dinámica de una feria y otra. Por otro lado, cuando se contempla la situación de cada feria por separado, en este caso de la feria de Tres Ríos y la de Desamparados que participarán en el proyecto, es posible conocer que además de sus metas burocráticas y razón de ser como parte del Programa Nacional de Ferias del Agricultor (PNFA), se desarrollan procesos que moldean dichas metas según sus intereses particulares (un principio indispensable en la IAP que toma en cuenta el aporte de los individuos participantes, de acuerdo a sus cualidades y experiencias), siendo estas, características de un sistema natural.

El Proyecto brinda una propuesta que será adaptada a la realidad de cada feria, en donde el grupo de participantes comparten intereses comunes y se pretende que articulen actividades colectivas (participantes: actores estratégicos + productores) a través de estructuras informales (como las propuestas por el modelo, mediante red de productores promotores de la feria) que no son parte de la normativa del PNFA pero que permitirá desarrollar capacidades y prácticas de los participantes y sobrevivir a un entorno determinante a través de la promoción de su feria.

Referencias bibliográficas

- Beauquis A., Chacho C., Pueyrredón P y Britos S. (2006). Alimentación económica en la familia: Hacia una mejor compra de alimentos. Documento recuperado en febrero 2012 del [sitio web: http://www.nutrinform.com/pagina/info/alimentacion_economica_en_la_familia.pdf](http://www.nutrinform.com/pagina/info/alimentacion_economica_en_la_familia.pdf)
- Calvo, P., Vargas, M., Reyes, C., Salas, B., Vega, A. (2007) " Propuesta de lineamientos generales para la implementación de una estrategia de educación alimentaria-nutricional en las escuelas públicas de Concepción, San Diego y San Juan". Tesis para optar por el título de Licenciatura en Nutrición Humana, Universidad de Costa Rica.
- Consejo Nacional de Producción (CNP), sf. Comercialización de Productos. Programa nacional de Ferias. Extraído el día 16 de agosto del 2010 de <http://www.cnp.go.cr/index.php?idS=22&idM=101>.



- Empoderamiento de los pequeños productores (ESFIN). 2009. Empoderamiento de los pequeños agricultores de los mercados: Costa Rica. Documento recuperado en noviembre del 2011 del sitio web: <http://www.esfim.org/wp-content/uploads/ESFIM-National Project Proposal - COSTA RICA1.pdf>
- Food and Agriculture Organization (FAO), (2004). El estado de la Inseguridad Alimentaria en el mundo: Seguimiento de los avances en la consecución de los objetivos de la Cumbre Mundial sobre la Alimentación de los Objetivos de desarrollo del Milenio, 2004. Extraído el 14 de agosto del 2010 en <http://www.fao.org/docrep/007/y5650s/y5650s00.htm#TopOfPage>.
- Food and Agriculture Organization (FAO), (2006). Estado de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en Costa Rica. Pp 29-36.
- Food and Agriculture Organization (FAO), (sf). La nueva carga del mundo en desarrollo. La obesidad. FOCUS. Document recuperado el 20 de noviembre del 2010 en la página web: <http://www.fao.org/FOCUS/S/OBESITY/obes3.htm>
- Fondo Fiduciario PNUD-España para el logro de los ODM (2009). Políticas interculturales para la inclusión y generación de oportunidades. Manuscrito no publicado.
- Fundación Saldarriaga Concha. 2007. Guía para el fortalecimiento y articulación de redes de organizaciones sociales. Documento en pdf recuperado en enero del 2012 en el sitio web: <http://redes.somosmas.org/images/1/11/GuiaFortalecimientoRedes-v1.0.pdf>
- Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá (INCAP) y Organización Panamericana de la Salud (OPS), sf. Seguridad Alimentaria y Nutricional a nivel local. Manual de investigación cualitativa. Documento en pdf recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web: <http://bvssan.incap.paho.org/local/SAN%20Local/Documentos%20t%C3%A9cnico/s/SAN%20a%20Nivel%20Local%20-%20Manual%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf>
- Jofre, A. 1999. Enfoques gerenciales modernos: análisis actualizado de cada enfoque y factores críticos para su aplicación. Capítulo 1. Primera edición. Documento recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web. www.mgsan.cr
- Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). (2009). Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en América Latina y el Caribe. Una nueva agenda de políticas públicas para superar la crisis alimentaria. Oficina regional para América latina y el Caribe. Pp 56-60
- Consejo Nacional de Producción, sf. Programa Nacional de Ferias del Agricultor. Documento recuperado el 20 de noviembre del 2010 de la Página web: <http://www.cnp.go.cr/index.php?idS=22&idM=101>
- González, C., Hernández, Y., Mora, M., Zúñiga, M. (2008) "Factores asociados al patrón alimentario y de actividad física de escolares de primer ciclo con sobrepeso, obesidad y estado nutricional normal en la Escuela de Villas de Ayarco, Cantón de la Unión, Cartago". Tesis para optar por el título de Licenciatura en Nutrición Humana, Universidad de Costa Rica.
- Ley 8533 (2006). Regulación de las Ferias del Agricultor. Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. Documento recuperado el 20 de noviembre del 2010 en. <http://www.pgr.go.cr/scij/scripts/TextoCompleto.dll?Texto&nNorma=57820&nVersion=63389&nTamanoLetra=10&strWebNormativa=http://www.pgr.go.cr/scij/&strODBC=DSN=S>



[CIJ_NRM;UID=sa;PWD=scij;DATABASE=SCIJ_NRM;&strServidor=\\pgr04&strUnidad=D:&strJavaScript=NO](http://www.mgsan.cr)

- Loaiza, J y Araya, C. 2011. Unidad 6: Acceso a los alimentos. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MGSAN). Documento recuperado en marzo del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Loaiza J y Araya, C. 2011. Abastecimiento de alimentos. Objetivo de aprendizaje. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MGSAN) documento recuperado en febrero del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Marquéz, Y. sf. Responsabilidad Social Corporativa. ¿Moda, mito o realidad? Documento recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Moreno, R. 2011. Unidad 7: Evaluación participativa. Sistematización. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional (MGSAN). Documento recuperado en octubre del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Poder Legislativo. 2006. La Gaceta, Diario oficial: Regulación de Ferias del Agricultor. Documento recuperado en julio del 2011 en el sitio web: http://www.cnp.go.cr/php_mysql/admin/KTML/uploads/files/boletines/Ley-8533-Ferias-del-agricultor-Gaceta.pdf
- Programa Integral de Mercadeo Agropecuario, Costa Rica. Tendencias de consumo de frutas, hortalizas y pescado en las familias de Costa Rica, 2004. PIMA, CENADA. http://www.pima.go.cr/Docs/Pimadoc/Estudio_de_tendencias_2004-WEB.pdf.
- Rojas, R. sf. La importancia de la educación en el proceso de desarrollo. Un modelo teórico. UNS- CONICET. Documento recuperado en mayo del 2011 en <http://www.aaep.org.ar/espa/anales/works06/RojasMara.pdf>
- Rosales, M. 2011. Unidad 2: Introducción a la Ética. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Documento recuperado en setiembre del 2011 del sitio web: www.mgsan.cr
- Rosales, M. 2011- El ciclo de proyectos y la gerencia. Maestría en Gerencia en Seguridad Alimentaria y Nutricional. Documento recuperado en setiembre del 2011 en el sitio web: www.mgsan.cr
- Organización Panamericana de la Salud (OPS). 2004. La seguridad Alimentaria y nutricional (SAN) en el combate contra la pobreza y la consecución de los objetivos de Desarrollo del Milenio: experiencias en comunidades de los departamentos de Chalatenango y San Salvador. Documento recuperado en agosto del 2011 del sitio web: <http://bvssan.incap.paho.org/local/SAN%20local/casos%20de%20%C3%A9xito/SAN%20local%20Chalatenango%20y%20San%20Salvador.pdf>



Anexo 7: Carta Visto Bueno del MAG para PRESANCA



Ministerio de Agricultura y Ganadería
Dirección Viceministral

3 de agosto 2012
VM-TL-204-12

Señores
Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional
para Centroamérica (PRESANCAII) de la
Unión Europea y la Secretaría General del Consejo Superior
Universitario Centroamericano (SG CSUCA),

Estimados señores:

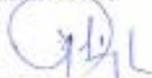
El Ministerio de Agricultura y Ganadería manifiesta su apoyo al Proyecto inscrito en la Vicerrectoría de investigación de la Universidad de Costa Rica (UCR), con código 450-B2-123 titulado: "Promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en las ferias del agricultor: una oportunidad para los mercados locales", que coordina la profesora Lic. Mariana Zúñiga Escobar, con la colaboración de las profesoras MSc. Shirley Rodríguez González y PhD. Xinia Fernández Rojas.

Este apoyo tiene como fin, el que pueda ser considerada la solicitud para participar en la convocatoria del concurso de proyectos de investigación en Seguridad Alimentaria y Nutricional del Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamérica (PRESANCA II), y el Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRECISAN).

Por lo tanto se adjuntan a la presente los documentos requeridos los cuales serán enviados a través de la Vicerrectoría de investigación de la UCR, con el propósito de que exista una oportunidad económica que beneficie la realización del proyecto para favorecer a la población meta del mismo, siendo éstos pequeños y medianos productores.

En espera de una respuesta positiva a esta petición, se suscribe.

Atentamente,


Tania López Lee
Viceministra



C. Lic. Mariana Zúñiga E., UCR
MSc. Shirley Rodríguez G., UCR
PhD. Xinia Fernández Rojas, UCR

CONSTRUIREMOS UN PAÍS SEGURO  Gobierno de Costa Rica

Teléfono 2232-7715 Fax: 2232-5054 email: viceministra-tlopez@mag.go.cr



Anexo 8: Carta Visto Bueno del MAG para FAO-CR

*Ministerio de Agricultura y Ganadería
Despacho Viceministra*

3 de agosto de 2012
VM-TL-206-12

Señores
José Emilio Suadi
Representante
FAO-Costa Rica
Octavio Ramírez
Coordinador de Programas
FAO Costa Rica

Estimados señores:

El Ministerio de Agricultura y Ganadería manifiesta su apoyo al Proyecto inscrito en la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica (UCR), con código 450-B2-123 titulado: "Promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en las ferias del agricultor: una oportunidad para los mercados locales" que coordina la profesora Lic. Marianela Zúñiga Escobar, con la colaboración de las profesoras MSc. Shirley Rodríguez González y PhD. Xinia Fernández Rojas.

Este apoyo tiene como fin, el que pueda ser considerada la solicitud para contar con la cooperación que desde su Organización se pueda brindar de acuerdo a los requerimientos de ejecución de dicho proyecto de la Escuela de Nutrición. Considerando el antecedente de proyecto "Fortalecimiento de las Ferias del Agricultor" del que la Sra. Zúñiga ha participado.

De esta manera la realización de este proyecto dependerá de la oportunidad económica que el mismo pueda recibir, favoreciendo a la población de los pequeños y medianos productores costarricenses.

Agradezco toda la colaboración a esta gestión, atentamente,

Tania López Lee
Viceministra

C. Lic. Marianela Zúñiga E., UCR
MSc. Shirley Rodríguez G., UCR
PhD. Xinia Fernández Rojas, UCR

CONSTRUYENDO UN PAÍS SEGURO Gobierno de Costa Rica

Teléfono 2232-7715 Fax: 2232-5054 email: viceministra-tlopez@mag.go.cr

Anexo 9: Carta compromiso JNFA



Setiembre 2012
NU- 1320-2012

MSc. Emilce Ulate Castro
Directora
Escuela de Nutrición

Estimada señora,

Por medio de la presente se informa que el proyecto 450-B2-123: "Promoción de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en las ferias del agricultor: una oportunidad para los mercados locales" de la Escuela de Nutrición, UCR y la Junta Nacional de Ferias del Agricultor han establecido trabajar colaborativamente en el proceso y dan su visto bueno para iniciar un proceso que formalice esta participación a través de una carta de entendimiento.

Con el fin de definir la participación de cada contraparte, considerando algunos rubros de tipo financiero requeridos para el desarrollo efectivo del proyecto, así como de la participación de la JNFA y de la Escuela de Nutrición durante los procesos de logística de trabajo y de organización del proyecto, se espera un compromiso que tiene como propósito el fortalecer capacidades en Seguridad Alimentaria y Nutricional en el escenario de las ferias del agricultor.

Los abajo firmantes se comprometen a iniciar el proceso formal de trabajo conjunto:

Marianela Zúñiga Escobar
Coordinadora del proyecto

Wenceslao Bejarano
Presidente de la JNFA

Cc. Archivo

Anexo 10: Formato de Cooperante para PRESANCA

I. Carta de presentación del proyecto



Agosto 2012

Señores

Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional
para Centroamérica (PRESANCAII) de la

Unión Europea y la Secretaría General del Consejo Superior
Universitario Centroamericano (SG CSUCA),

Estimados señores:

Por este medio realizo la solicitud para someter el Proyecto inscrito en la Vicerrectoría de investigación de la Universidad de Costa Rica (UCR), titulado: *“Fortalecimiento de las capacidades en Seguridad Alimentaria y Nutricional de los actores estratégicos y productores participantes de las ferias del agricultor de Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados”* que coordino como docente e investigadora de la Escuela de Nutrición de esta Institución, en la convocatoria del concurso de proyectos de investigación en Seguridad Alimentaria y Nutricional del Programa Regional de Seguridad Alimentaria y Nutricional para Centroamérica (PRESANCA II) y el Programa Regional de Sistemas de Información en Seguridad Alimentaria y Nutricional (PRECISAN).

El proyecto de investigación que se somete a participar en la presente, contempla procesos de desarrollo para el sector productivo del país, así como acciones innovadoras que permiten la interacción de productores y consumidores nacionales en beneficio del mercado local y del valor a la producción nacional en la población costarricense. A la vez, el proyecto desarrolla componentes relacionados con procesos de capacitación, organización social y promoción en SAN incluyendo explícitamente estrategias acerca de los pilares de disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica de los alimentos.

A través del proyecto se genera nueva información y conocimiento en el tema de conocimientos y prácticas en SAN dentro del escenario de las ferias del agricultor, de la mano con procesos para solucionar y promover su fortalecimiento que tendrá repercusiones importantes para valorar estos mercados como entidades importantes para



la SAN de las familias productoras y de las familias consumidoras de las comunidades en donde se realizan.

El presente proyecto corresponde no solamente a una idea de proyecto, sino el resultado de un proyecto para ser ejecutado que ha sido definido a partir de procesos antecedentes que respaldan la factibilidad de desarrollar los componentes que incluye, lo cual ha sido producto de la participación activa de los involucrados, quienes además forman parte de la estructura organizativa del mismo, al utilizar una metodología de Investigación-Acción. Participación (IAP). De esta forma, el proyecto permite ser una oportunidad para corresponder con las necesidades de la población beneficiaria y de la situación del sector productivo y a los consumidores en Costa Rica, respondiendo a políticas coyunturales y contando con el visto bueno del Viceministerio de Agricultura y Ganadería del Gobierno de nuestro país.

Se adjunta la presente carta con los documentos solicitados, enviados a través de la Vicerrectoría de investigación de la UCR, con el propósito de que exista una oportunidad económica que beneficie la realización del proyecto para favorecer a la población meta del mismo, siendo éstos pequeños y medianos productores y los consumidores que se benefician de estos mercados.

Agradezco su atención y le saludo cordialmente.

Marianela Zúñiga Escobar

Docente- Investigadora

Coordinadora del proyecto

II. Título del proyecto

Fortalecimiento de las capacidades en Seguridad Alimentaria y Nutricional de los actores estratégicos y productores participantes de las ferias del agricultor de Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados.

III. Información General

Unidad ejecutora: Escuela de Nutrición de la Universidad de Costa Rica es una institución que cumple con un equipo de investigadores y docentes especialistas



en el campo de la Seguridad Alimentaria y Nutricional. Esta institución, cuenta con 32 años de existencia y presenta un comportamiento formalizado y regido por las autoridades universitarias. La EN se encuentra ubicada en la Ciudad de la Investigación, Finca 2, Sabanilla Montes de Oca, San José, Costa Rica. El número de teléfono es el 2511 3040/ fax: 25 11 3044. Sitio web: <http://www.nutricion.ucr.ac.cr/contacto.htm>.

Cuadro 1: Información del equipo de investigadoras del proyecto

Investigadores	Nombre	Información
Responsable del proyecto	Lic. Marianela Zúñiga Escobar	marianela.zunigaescobar@ucr.ac.cr Tel oficina: (506) 25 11 043 Tel celular: (506) 8897 4916
Colaboradora del proyecto	MSc. Shirley González Rodríguez	shirley.rodriquez@ucr.ac.cr Tel oficina: (506) 25 11 3241
Colaboradora del proyecto	PhD. Xinia Fernández Rojas	Xinia.fernandezrojas@ucr.ac.cr Tel oficina: (506) 2511 3043

Para desarrollar efectivamente el proceso el proyecto se encuentra debidamente inscrito en la vicerrectoría de investigación. De esta forma se constituye formalmente la Escuela de Nutrición como ente gerencial y se logra la vinculación con estudiantes universitarios, así como con el resto de entidades que formarán parte del proceso organizativo del mismo el cual se encuentra en apartados posteriores de este documento. A la vez, la estructura universitaria permite desarrollar procesos formales de transferencias monetarias en caso de que existan recursos de algún ente cooperante, que apoyan las acciones para el cumplimiento efectivo de sus objetivos.

IV. Resumen

El Programa Nacional de Ferias del Agricultor se ha constituido en Costa Rica desde el año 1978, el mismo se encuentra conformado por aproximadamente 79 ferias del agricultor en donde comercializan pequeños y medianos productores a lo largo y ancho del territorio nacional, con el fin de tener amplia cobertura para la población. De esta manera se beneficia la disponibilidad y acceso de alimentos



para mejorar hábitos de consumo en los costarricenses, a través de la comercialización de productos frescos y naturales.

A diferencia de los mercados tradicionales (por ejemplo los municipales), las FA en todo el territorio nacional van al consumidor; en los otros casos, el consumidor debe ir a los mercados. Las ferias del agricultor se han constituido en el mercado del pueblo, entendiendo el concepto de pueblo, como la población perteneciente a todos los estratos de la Sociedad; son por lo tanto, una muestra de la cultura democrática costarricense (PNUD, 2009).

A pesar de ser una entidad importantes para la Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) de la población (PNUD, 2009 y FAO, 2011), las ferias del agricultor presentan diversos problemas, entre ellos la deficiente asesoría y capacitación en temas relacionados con este campo como enfoque integrado e integrador, dirigidos a actores estratégicos (aquellos que representan entidades que inciden en el funcionamiento de las ferias) y productores participantes (Morales, R y Gamboa, G. Comunicación personal. CNP, 2011). A la vez, existe una necesidad de establecer procesos de organización interno en la feria (Tensio, G; Bonilla, A y Cruz, L. Comunicación personal. 2011), que permita contar con redes de productores promotores de la SAN en las ferias para apoyar, complementar y mejorar las iniciativas del ente administrador mediante el empoderamiento de los participantes a favor de su principal fuente de ingreso: la feria.

El presente proyecto integra los problemas contemplados relacionados con la SAN, con el fin de fortalecer las capacidades de los actores estratégicos y productores participantes de las ferias del agricultor de Tres Ríos y de la Villa Olímpica de Desamparados, a través de 5 componentes que permiten mejorar conocimientos y prácticas en SAN de los participantes.

Los componentes que se desarrollan contemplan 1) un proceso de capacitación en SAN multinivel (nivel 1: actores estratégicos y nivel 2: productores), 2) un proceso de organización en red de productores promotores de la SAN en cada feria, 3) un proceso de promoción de las ferias a través de estrategias que contemplan los pilares de la SAN, en donde los involucrados demuestran sus conocimientos y prácticas aprendidos (durante el primer componente) en el escenario de ferias. Además, 4) un plan de comunicación y mercadeo social que se desarrolla paralelamente con las acciones del proyecto y que contempla la equidad de género, al promover la igualdad de participación en los procesos organizativos. Como componente final 5) una evaluación y monitoreo de cada



actividad, para lograr mejorar el proceso y poder consolidarlo como modelo replicable en otras ferias en el ámbito nacional.

El proyecto además, desarrolla una metodología basada en la investigación-acción-participación, que permite contemplar a los involucrados en la problemática como parte de la estructura organizativa del mismo y en todos los procesos que conlleva, y de esta forma asegurar su sostenibilidad.

Como resultado esperado, el proyecto fortalece las capacidades en SAN de los actores estratégicos y productores participantes de las ferias involucradas, a través del conocimiento y la práctica de estrategias vinculadas con este enfoque. Así, lograr visibilizar las ferias como entidades importantes para la SAN y contribuyendo a la sostenibilidad del proyecto al crear capacidad para asegurar una continuidad de las acciones que pueden ser replicadas en ámbitos similares en el nivel nacional e internacional.

V. Objetivos del Proyecto

1. Objetivo general:

Fortalecer las capacidades en Seguridad Alimentaria y Nutricional (SAN) de los actores estratégicos y productores participantes en las ferias del agricultor de Tres Ríos y la Villa Olímpica de Desamparados, Costa Rica.

2. Objetivos específicos:

- a. Desarrollar un proceso de capacitación multinivel en SAN en las ferias involucradas.
- b. Constituir una Red de productores promotores de la SAN en cada una de las ferias del agricultor.
- c. Desarrollar estrategias para la promoción de las ferias del agricultor como entidades importantes para la SAN.



- d. Promover el mercadeo social y la participación a través de nuevos y existentes canales de comunicación interna y externa en las ferias del agricultor.
- e. Evaluar y monitorear los procesos internos del proyecto y los resultados de la implementación del mismo.

VI. Justificación

En Costa Rica, un país de gran trayectoria agrícola y agropecuaria han y siguen ocurriendo diferentes circunstancias que hacen del sector el menos beneficiado en términos de desarrollo y de ingreso, aún siendo el que aporta el grueso de la seguridad alimentaria nacional (ESFIM, 2009). Uno de los problemas que afecta a los pequeños y medianos productores es el debilitamiento de sus mercados locales, ente ellos las Ferias del Agricultor, como el más importante en el país.

Hace 32 años se creó el Programa Nacional de Ferias del Agricultor (PNFA) como programa de mercado de carácter social, de uso exclusivo para los pequeños y medianos productores nacionales de los sectores de la producción agrícola, pecuaria y forestal, pesca y acuicultura, avicultura, agroindustria y artesanía, en forma individual u organizada con el objeto de poner en relación directa a consumidores y productores, de manera tal que los primeros obtengan mejor precio y calidad, y los segundos incrementen su rentabilidad, al vender de modo directo al consumidor (Ley 8533. 2006).

Los modelos de desarrollo económico adoptados por nuestro país a través de los años, han generado cambios que perjudican al mercado local y entre estos a las ferias del agricultor. Aumentando así, las inversiones extranjeras en la industria alimentaria y reduciendo considerablemente el nivel de inversiones en agricultura y mercado local (FAO, 2004).

Los cambios de oferta y demanda sufridos en el mercado nacional influyen en la SA y en el bienestar nutricional de las personas situadas a ambos extremos de la cadena, desde los agricultores que deben adaptarse a los requisitos y normas impuestos por unos mercados en continua evolución hasta los consumidores de las zonas urbanas, que cada vez dependen más de los alimentos elaborados y de las comidas rápidas (FAO, 2004).



Son muchas las maneras en que las ferias del agricultor se vinculan a mejorar la SAN de la población como para ser reconocidas como entidades importantes para ésta, tal y como lo reconocen Organismos Internacionales como el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) (2009) y la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2011).

A pesar de la importancia que tienen las Ferias del Agricultor, para favorecer la disponibilidad y el acceso al alimento, así como su relación con el consumo y utilización biológica de alimentos naturales y frescos, en las familias productoras y las familias de las comunidades a donde éstas llegan, es necesario dirigir esfuerzos que visibilicen este mercado como tal. Así como valorar la contribución que realiza el accionar de las ferias del agricultor al primer Objetivo de Desarrollo del Milenio relacionado con “la Erradicación de la pobreza y el hambre”.

Las ferias del agricultor presentan infinidad de problemas, y aunque existan diferencias entre una feria y otra, estos problemas son compartidos en mayor o menor grado por todas. Las ferias presentan variaciones en el sistema organizacional que impiden seguir un estándar para lograr su adecuado funcionamiento, por estas razones el presente proyecto contempla dos ferias con estructuras organizativas y realidades distintas como lo son la Feria de Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados y así poder evaluar el proceso en contextos diferentes. Además, existe un antecedente desarrollado a partir del proyecto “Fortalecimiento de las ferias del agricultor en Costa Rica” desarrollado por la FAO-CR (2008-10), en donde se despliega la necesidad de desarrollar acciones para fortalecer capacidades en SAN en este escenario (Sánchez, D. Comunicación personal. 2011) (Propuesta de trabajo conjunto CNP-FAO. 2011).

A continuación se describen los problemas identificados a partir de la investigación en fuentes primarias y secundarias y que además son factibles de abordar a través del presente proyecto, por la naturaleza del mismo:

- Deficiente capacitación en SAN dirigida a los participantes del PNFA

El Consejo Nacional de Producción (CNP) es el ente asesor técnico de las ferias del agricultor, desarrolla procesos de capacitación dirigidas a los participantes de estos mercados, entre ellos productores, administradores y miembros de Centros agrícolas, Comités Regionales y la Junta Nacional de Ferias del Agricultor (JNFA). Sin embargo el CNP no capacita en el tema de la SAN como enfoque integrado e integrador y su vinculación con las ferias. Incluso *“el CNP requiere de procesos de*



capacitación en este campo, considerando la relevancia de sus funciones” (Morales, R. Comunicación personal. 2011), según funcionarios de esta institución, quienes trabajan en el área de comercialización íntimamente vinculada con las ferias del agricultor.

Como parte de los intereses manifestados por los funcionarios del CNP se encuentra el poder asesorar y capacitar a los productores en el tema de SAN, manifiestan la necesidad de ellos mismos para lograr incorporar el concepto, operatividad e interpretación del enfoque de SAN en sus acciones; ya que, como lo mencionan los involucrados *“es un tema que se encuentra emergente y debemos estar enterados y actualizarnos”* (Gamboa, G. Comunicación personal. 2011).

- Necesidad de empoderamiento y organización por parte de los productores para apoyar a la administración de las ferias del agricultor en su promoción. Las ferias del agricultor de Tres Ríos y de La Villa Olímpica de Desamparados han desarrollado procesos de promoción dentro de las ferias, tal es el caso de las estrategias generadas a partir del proyecto “Fortalecimiento de las Ferias del Agricultor e Interculturalidad de la FAO (2008-10) y otros esfuerzos relacionados.

Sin embargo estos esfuerzos requieren de métodos sostenibles para que logren mantenerse en el tiempo. Para contribuir con esa sostenibilidad, es necesario contar con el suficiente apoyo por parte de la mayoría de productores que participan de las ferias.

Actualmente, la participación de los productores en acciones generadas desde la administración es deficiente o nula, restringiendo las actividades de promoción de la feria en los ideales y perspectivas de unos pocos; a pesar de que la feria es el lugar de trabajo de todos y cada productor tiene criterios que pueden ser de utilidad en este proceso.

Según comunicación personal de ambos administradores de las ferias participantes, muchos de los esfuerzos por mejorar la feria no se logran como han sido planeados, siendo la causa principal *la “falta de apoyo y organización por parte de los productores, quienes no sienten que la feria les pertenece, algunos se encuentran desmotivados y otros simplemente consideran que no les corresponde*



hacer algo por mejorar la feria". (Bonilla, A. Presidente Asociación de productores de la Feria de Tres Ríos. Comunicación personal. 2011).

En el caso de la feria de la Villa Olímpica de Desamparados según el administrador *"En este momento no se ha constituido ninguna asociación de productores participantes de la misma, pero es necesario y debe ser conformada para apoyar a la administración y ayudar a la fiscalización de las actividades propias de la feria"*. *"Ven al administrador como un patrono nada más, la responsabilidad no es solo mía, va en ellos también (los productores)"* (Cruz, L. Administrador de la feria de Desamparados. Comunicación personal. 2011)

"Es necesario que el productor se dé cuenta que debe generar actividades para promover la feria, es su lugar de trabajo y debe ayudar en ese sentido a la administración" (Tensio, G. Presidente Comité Regional Central Oriental. Comunicación personal. 2011)

El Programa Nacional de Ferias del Agricultor (PNFA), un programa para y en manos de estos actores, cuenta con una legislación que a pesar de encontrarse muy acabada es necesario aún fortalecer las organizaciones bases a través de sus líderes, lo cual asegura la sostenibilidad del sistema (ESFIM, 2009). En este caso, la conformación en red de productores promotores de la feria es de especial interés generar un sistema organizacional que permita desarrollar acciones colectivas para sobrevivir a un entorno determinante, trabajar con objetivos comunes y apoyar el accionar de los entes administradores; problema que se aborda a partir de la conformación en red de productores promotores de su feria (segundo objetivo del presente proyecto). Así, se favorece los sentimientos de pertenencia y mayor involucramiento en los procesos que benefician el mercado para el cual trabajan los pequeños y medianos productores.

El proceso de organización en red abre la puerta a espacios comunes en donde se puede tener acceso a mayores oportunidades y beneficios. Compartir un problema presenta una serie de posibilidades y soluciones que no habían sido consideradas anteriormente (Fundación Saldarriaga Concha. 2007).

- Las ferias del agricultor no son reconocidas como entidades importantes para la SAN de las comunidades y de las familias productoras, a pesar de ser consideradas como tales por organismos como el PNUD y la FAO.

Indiscutiblemente las ferias del agricultor son un mercado que permite identificar cada uno de los pilares de la SAN en los procesos que se desarrollan como parte



de su actividad. Los pilares de disponibilidad, acceso, consumo, utilización biológica y estabilidad de los alimentos se complementan en este eslabón de comercialización, incluyendo una serie de características dignas de visibilizar y promover.

Las ferias han sido reconocidas por su interés comercial y beneficio económico de sus participantes; siendo los componentes de disponibilidad y acceso los más vinculados con este mercado; sin embargo poco se concibe el interés que se pueda generar a partir del campo de la salud, de los procesos sociales y culturales que representan para nuestro país.

Por otro lado es indispensable considerar las políticas nacionales en las cuáles se enmarca el accionar de las ferias y para las cuales, el presente proyecto es insumo. Entre ellas la Política Agroalimentaria y de desarrollo Rural 2010-2021. En la misma se hace referencia a la estrategia de Agricultura Familiar, que se refiere a “Fomentar el reposicionamiento de la agricultura familiar, como una actividad diferenciada, que brinda un importante aporte a la economía nacional, a la seguridad alimentaria, al desarrollo de las economías regionales y locales y a estilos de vida saludables. Para este efecto se impulsarán programas diferenciados en materia de innovación tecnológica, financiamiento, incorporación a los circuitos comerciales, seguridad alimentaria y nutricional y otros, que contribuyan a superar las dificultades estructurales y técnicas que enfrenta”.

Por su parte la Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional, con la coordinación del Ministerio de Salud, en donde se deja en claro el apoyo a la producción nacional que tienen que ver con: “Fomento de estrategias de mercadeo para la comercialización de la producción nacional”; “Promoción de sistemas de comercialización alternativos de alimentos”; “Desarrollo de acciones estratégicas para mejorar el acceso a alimentos de calidad de manera eficiente en los grupos vulnerables”.

Además se han definido políticas relacionadas con la “Promoción del concepto de SAN a nivel político, institucional y de la sociedad civil”, así como la de “Fortalecimiento de la articulación institucional e intersectorial” a través de estrategias relacionadas con la “Creación y fortalecimiento de redes locales en SAN”. “Fortalecimiento de estrategias de mercadeo para la comercialización de la producción nacional”.



Con el propósito de proporcionar capacitación en el tema de SAN, mejorar los procesos de organización entre productores y administración dentro de las ferias y así lograr promover las ferias del agricultor como entidades importantes para la SAN, el presente proyecto tiene como fin fortalecer las capacidades a través de los conocimientos y prácticas en Seguridad Alimentaria y Nutricional de los actores estratégicos y productores participantes en las ferias del agricultor de Tres Ríos y La Villa Olímpica de Desamparados, mediante un Modelo innovador basado en la investigación-acción-participativa en donde los principales involucrados del problema son parte de la organización del proyecto y todas las etapas que éste contempla. De esta forma, generar un modelo que pueda ser replicado en otras ferias en el nivel nacional e internacional para beneficio de las poblaciones productoras y consumidoras.

VII. Metodología y principales actividades previstas.

A continuación se describe un componente por objetivo del proyecto y la metodología y actividades principales requeridas para su desarrollo:

1. Componente: Desarrollo de un proceso de capacitación multinivel en SAN. El proyecto establece un proceso de capacitación con contenidos relacionados con el concepto, operatividad e interpretación de la SAN en el escenario de las FA. El proceso de capacitación incluye información y actividades para mejorar y/o brindar nuevos conocimientos y prácticas en SAN, de los participantes de las ferias del agricultor involucradas. El Proyecto tiene dos niveles de aplicación que lo hace multinivel, es decir:

Nivel 1: Actores estratégicos quienes son aquellas personas que inciden en el funcionamiento de las ferias del agricultor y tienen alguna función de dirección en las mismas. Entre éstos los entes administradores, miembros del Centro Agrícola Cantonal, Comité Regional, Junta Nacional de Ferias del Agricultor y Consejo Nacional de Producción, entre otros.

Nivel 2: Corresponde a los pequeños y medianos productores y productoras que comercializan sus productos en las ferias.

La capacitación multinivel en SAN tiene las siguientes características: Participativo, Continuo y Sostenible.



Este componente se desagrega en dos actividades:

Actividad 1.1: Diagnostico de la situación actual de los conocimientos y prácticas relacionados en el tema de la Seguridad Alimentaria y Nutricional, así como características relacionadas con el ingreso, que obtienen de las ventas en este mercado, los productores y actores estratégicos de las Ferias participantes.

Se utilizan Entrevistas semi estructuradas de tipo cualitativo mediante análisis con el programa Atlas- ti y cuantitativo (utilizando SPSS y Excel) que permiten brindar información a profundidad sobre el tema.

Los instrumentos de recolección de datos antes de ser aplicados son sometidos a una prueba en una muestra de personas con características similares a la población meta de este proyecto.

Se realiza estandarización del investigador quien aplica los instrumentos de recolección de datos y durante la recolección de datos se utiliza una grabadora digital para registrar la información suministrada, en el caso de las entrevistas a profundidad.

Actividad 1.2: Diseño e implementación de un módulo de capacitación multinivel en SAN.

El contenido de la capacitación multinivel contempla la integración de los cuatro pilares de la SAN y el tema de estabilidad en el contexto de las FA, así como estrategias prácticas que se desarrollan como parte del proceso de aprendizaje, entre ellas la conformación de una Red de productores promotores de la feria (componente 2) y Estrategias de promoción en SAN en la feria (componente 3).

La capacitación presenta información teórico-práctica que permite “aprender haciendo. Los participantes del proceso de capacitación son los actores estratégicos y los productores (as) que han sido seleccionados por éstos y de acuerdo a los resultados del diagnóstico de conocimientos y prácticas, para conformar la red de promotores de la feria (componente 2).

Los contenidos de la capacitación incluyen: Pilares de la SAN: disponibilidad, acceso, consumo, utilización biológica y estabilidad de alimentos; Ferias del Agricultor como entidades importantes para la SAN; Presentación y explicación de



los componentes 2 (red de productores promotores de la feria) y 3 (estrategias de promoción en SAN en la feria) del proyecto.

Cabe señalar que los temas se retroalimentan y parten de las experiencias obtenida a través del diagnóstico que se lleva a cabo como parte de la actividad 1.

Los contenidos y actividades del módulo una vez terminados se someten a evaluadores externos quienes dan sus opiniones para la mejora continua.

La manera en que se capacitará a los actores estratégicos es diferente de la de los productores (as), porque entre éstos existen diferencias de disponibilidad de tiempo, responsabilidades y funciones hacia la feria; así como la distancia a la feria de la que se encuentran, siendo los momentos de reunión un factor que repercute en la metodología utilizada, por eso debe contemplarse.

2. **Componente:** Constituir una Red de productores promotores de la SAN en cada una de las ferias del agricultor.

La “Red de productores promotor es de la feria” son organizaciones conformadas por productores y constituidas a través de una de las actividades prácticas que desarrollan los actores estratégicos y productores (as) como parte del aprendizaje durante el proceso de capacitación (componente 1) del proyecto. La red tiene la capacidad de transformar su realidad productiva y comunitaria, realizando estrategias dirigidas hacia los consumidores (para lo cual se dispone de la información obtenida a partir del diagnóstico desarrollado en el componente 1 dirigido a consumidores), creando ferias innovadoras para la promoción de la SAN, proceso que se considera en el componente número 3.

La Red de productores promotores de la feria se centra en las bases del *empowerment* y *learning organization* (Jofre, A. 1999) referidas a diseñar una organización capacitada para adquirir y crear conocimiento y nuevas ideas “para adaptarse y modificar su comportamiento organizacional y transferir conocimientos, en ideas y éstas en prácticas. Así como establecer un sistema dinámico a fin de lograr ventajas basadas en la innovación.



Actividad 2.1: Conformación de la red de productores (as) promotores de la feria.

Con la información obtenida del análisis cualitativo y cuantitativo de los datos obtenidos del diagnóstico (componente 1) además de las consideraciones de los actores estratégicos, se definen criterios de selección para conocer los productores que cuentan con características apropiadas para conformar la *“red de productores promotores de la feria”*.

La red de productores fortalece sus capacidades prácticas mediante el desarrollo de las estrategias de promoción de la feria (componente 3) de acuerdo a los 4 pilares de la SAN: disponibilidad, acceso, consumo y utilización biológica según el contexto de las ferias.

Actividad 2.2: Diagnóstico de características de disponibilidad, acceso, consumo y relativas a la feria de las familias consumidoras de la comunidad en donde llega la feria del agricultor.

Permite identificar aspectos relacionados con su disponibilidad, acceso y consumo de productos agrícolas. Además se incluye información para conocer sus consideraciones de compra en la feria del agricultor para que la Red de productores promotores de la feria logre identificar las características de su población meta, constituida por las familias consumidoras de la comunidad y dirigir sus estrategias de promoción (Componente 3) de acuerdo a estos resultados.

El diagnóstico se desarrolla a través del escenario escolar, siendo estos centros educativos el medio para lograr la comunicación efectiva y obtener la información de entrevistas dirigidas a las familias.

3. Componente: Desarrollar estrategias para la promoción de las ferias del agricultor como entidades importantes para la SAN.



Se refiere a las capacidades prácticas que desarrollan los participantes como parte complementaria del proceso de capacitación teórico –práctico. Se aporta una base metodológica del proceso como guía práctica, de lo que actores estratégicos y productores conformados en red desarrollarán, mediante una serie de ideas de estrategias que responden a acciones relacionadas con cada pilar de la SAN: acceso, disponibilidad, consumo, utilización biológica y estabilidad de los alimentos. Ésta base se ha propuesto a partir de necesidades y problemas manifestados por los involucrados e informantes clave durante el estudio de mercado y procesos de factibilidad desarrollados para generar el presente proyecto.

Se pretende que las ideas de estrategias propuestas sean adaptadas y desarrolladas a cabalidad, dentro de las acciones del trabajo de actores estratégicos en conjunto con la red de promotores de la feria y el apoyo de la estructura organizacional del proyecto, con el fin de demostrar sus capacidades en conocimientos y prácticas aprendidos.

4. **Componente:** Promover el mercadeo social y la participación a través de nuevos y existentes canales de comunicación interna y externa en las ferias del agricultor.

Se desarrollan actividades relacionadas con el plan de Comunicación y mercadeo social del proyecto, las mismas tienen carácter complementario al resto de los componentes.

En algunos casos se consideran elementos del mercadeo social contemplando procesos de comunicación hacia lo interno del proyecto, involucrando las partes de la organización que conforman esa estructura, mientras que en otros casos, se desarrolla la forma en que serán aplicados los procesos de comunicación y mercadeo social a lo externo del proyecto, en este caso, relacionados con la interacción entre las estrategias de promoción en SAN de la feria hacia la comunidad (Metzger, M; Metzger, M e Ickis, J. 2009).

Se genera un sistema de información a lo interno de la organización y apoyados de personas capacitadas en estos temas.

Se considera elementos de la comunicación intercultural relacionados con el 1) *respetando la cultura del otro*: En la feria se encuentran personas de diferente



nivel socioeconómico, diferentes costumbres tradiciones, concepciones, lenguajes, forma de vida, prioridades, estudios, conocimientos y habilidades. 2) *Diversidad de sectores socioculturales*: En la feria existen diferentes colectivos culturales ente ellos, productores y productoras, artesanos, chanceros, profesionales, vendedores informales, cocineros y consumidores entre otros. 3) *Diversas regiones* representadas al estar las ferias conformadas por familias productoras que convergen en una comunidad pero que provienen de diferentes partes de la región.

Actividad 4.1: Elementos para el Mercadeo Social del proyecto

Se integra y comunica la información enfatizando en la “Igualdad entre los géneros y empoderamiento de la mujer” y la “Erradicación de la pobreza extrema y el hambre”, a través de el lenguaje inclusivo, visibilizar del rol del hombre y de la mujer en el escenario de las ferias del agricultor y cualquier material o información para difusión (a lo externo) y a través del trato entre las partes de la organización del proyecto (a lo interno). Propiciar la participación de ambos géneros durante el proyecto y mediante la Investigación-acción- participación en cada una de las etapas del mismo y la asignación de funciones tanto a hombres como a mujeres en los procesos de organización (Esta información puede ser visualizada a través de <http://www.spicynodes.org/a/e1b19dbf3731fc2aac468f46940f00b5>)

Actividad 4.2: Procesos de comunicación interna del proyecto.

Se desarrollan procesos para mejorar los canales de comunicación internos y contribuir con la identidad o ideología de la organización. Se dirige a los grupos de involucrados que forman parte de la estructura organizacional del proyecto y quienes además son su población meta:

- Qué se informa: Sensibilización en el tema de ferias e importancia del proyecto, actividades ejecutables por cada participante, importancia de los procesos de comunicación internos y externos, costo del proyecto e implicaciones.
- Para qué se informa: Apoyo institucional, operativo, dirección hacia objetivos comunes de los participantes, acuerdos metodológicos de la investigación-acción- participación, apoyo presupuestario, entre otros.
- Cómo se informa: Dependiendo de la entidad a la que se dirige la información ésta será por comunicación escrita y verbal formal según



normativas internas de las instituciones participantes, material visual a través de presentaciones facilitadas por tecnologías de la información: Prezi, power point y videos sobre historias de vida, comunicación boca a boca en la feria y mediante boletines y pizarra informativa.

Actividad 4.3: Procesos de comunicación externa del proyecto

Se desarrollan procesos para mejorar los canales externos de comunicación entre los miembros que conforman la estructura organizacional del proyecto con los consumidores y los entes con los que se interactúa durante la ejecución de cada componente del proyecto, entre ellos: las municipalidades, organizaciones, asociaciones de desarrollo, instituciones públicas y privadas de la comunidad o Instituciones estatales como el Ministerio de Agricultura y Ganadería o el de Salud, entre otros.

Los medios de comunicación a utilizar durante el proceso se refieren a sitios públicos de internet a través de una página Web de la Universidad o blogger del proyecto. Participación radial, televisiva y el periódico local o universitaria para informar sobre el proyecto y comunicación directa productor-consumidor, en la feria acerca de lo que se está realizando.

5. Componente: Evaluación y monitoreo

La metodología de evaluación empleada en el presente proyecto es el Análisis del Costo Efectividad (ACE), ya que se desarrollará una comparación de los costos monetarios antes y después de implementado el mismo. Así como la evaluación de factores de difícil cuantificación, en este caso los conocimientos y prácticas adquiridos por los actores antes y después de implementado el proyecto. Por lo tanto, se realizará una evaluación sobre los resultados del proyecto, mediante el porcentaje de cumplimiento de cada meta por actividad, de acuerdo a los componentes del mismo; así como procesos de monitoreo a lo largo del proyecto.

Actividad 5.1: Evaluación ex – ante

Se desarrollan procesos que permiten identificar el estado de las principales variables en las que influye la implementación del proyecto, antes de que inicie el proceso de ejecución. Dentro de los procesos desarrollados y por desarrollar se encuentra lo siguiente: Identificación de recursos para desarrollar el proyecto,



estimación del costo, Identificación de la efectividad del proyecto en términos de metas por alcanzar y análisis de las relaciones costo/efectividad.

Actividad 5.2: Monitoreo del proyecto

Se desarrolla implícitamente en cada una de las actividades del proyecto para lograr corregir en el momento inmediato cualquier anomalía que impida el adecuado funcionamiento previsto, mediante evaluaciones por actividad y porcentaje de cumplimiento de objetivos reflejados en el análisis de informes parciales.

Actividad 5.3: Evaluación ex post

Se desarrolla la evaluación al finalizar el proceso de todo el proyecto, identificando el estado actual de cada una de las metas y su grado de avance para identificar si se obtuvieron los resultados esperados. Además, se realiza una comparación del estudio financiero elaborado en la evaluación ex ante con los costos reales que implicó el Proyecto, así como el análisis de la efectividad de cada componente, identificando además de las metas, la comparación del diagnóstico con una evaluación final de conocimientos y prácticas en SAN utilizando los mismos instrumentos de recolección de datos al inicio del proceso.

VIII. Organización y responsabilidades de los miembros del equipo en la formulación y ejecución del proyecto

El proyecto se desarrolla a través de las bases de la Investigación-Acción-participativa, utiliza un proceso de trabajo en equipo vinculando a los principales involucrados del proceso en diferentes partes de la organización. La estructura organizacional permite generar funciones de acuerdo al rol que desarrolla cada entidad como parte papel de accionar:

Ápice estratégico: Según Mintzberg desde allí se monitorea, se supervisa y se dirige la totalidad del sistema. Es ocupada por los y las directivos-as así como por la



Dirección General o Gerente cuya función es velar porque la organización cumpla, efectivamente, su misión-visión y satisfaga los intereses de las personas que controlan y tienen algún poder legítimo en la organización. En este se refiere a la Escuela de Nutrición de la Universidad de Costa Rica la cual cumple con un equipo de investigadoras quienes serán la estructura gerencial y de dónde nació la propuesta del Proyecto.

Línea intermedia jerárquica: Formada por todos aquellos actores estratégicos que inciden en el funcionamiento de las ferias del agricultor, considerando aspectos políticos y legales. Además, representan una autoridad formal que unen al ápice estratégico con el núcleo de operaciones (Mintzberg, H. sf). En este caso la línea intermedia está formada por:

- *Junta Nacional de Ferias del Agricultor:* de ella depende directamente todos los Comités Regionales del país, es el ente rector de las ferias del agricultor de acuerdo a la ley 8533 del Reglamento de Ferias del Agricultor.
- *Comité Regional Central Oriental:* Conocido como AFAVECO, del cual dependen el CAC de Frailes de Desamparados y la Asociación de productores de la feria de Tres Ríos.
- *Administración de las ferias del agricultor:* del que dependen los inspectores de la feria y los productores y vendedores. Se considera en la línea intermedia porque él es quien autoriza lo que se debe hacer en la feria a partir de las disposiciones del Centro Agrícola Cantonal (CAC) o la Asociación de productores a la que pertenece y del Comité Regional que lo enmarca.
- *Consejo Nacional de Producción:* es el ente asesor técnico de las ferias del agricultor y posee la capacidad necesaria para apoyar procesos de fortalecimiento de las ferias del agricultor. Contempla un departamento de comercialización en donde se atiende el tema de Ferias del Agricultor.

Núcleo de operaciones: Es la parte fundamental de la organización ya que realiza la actividad para la que existe ésta: Comercializar productos locales. Es la parte más amplia de la organización, integrada por pequeños y medianos productores nacionales que comercializan en las ferias involucradas en el Proyecto.

Tecno estructura: En esta subestructura se encuentran las unidades especializadas cuya función consiste en dar asesoramiento y proyección a aquellas unidades que realizan las misiones fundamentales de la organización, desde una visión técnica, profesional y específica de las actividades (González, M y Cadagnone, T. 2010). De acuerdo a los componentes del proyecto se requiere un profesional en las siguientes especializaciones: Comunicación y Mercadeo Social, Sociología, Agronomía, Economía y Nutrición.



Staff de apoyo: Conformado por las unidades que mantiene una relación cercana a las actividades del Ápice Estratégico, la Línea Media y Núcleo de las operaciones. No se relaciona directamente con la actividad principal del proyecto (González, M y Cadagnone, T. 2010):

- *Asesoramiento:* Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Salud, Ministerio de Educación, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, Instituto Nacional de Aprendizaje, Municipalidades y centros educativos, entre otros.
- *Participación:* Estudiantes voluntarios, becarios y de horas estudiante o asistente, Estudiantes de Trabajos Finales de Graduación a través de tesis, seminario de graduación o proyecto de grado de la carrera de Nutrición Humana.

IX. Manejo de riesgos.

Riesgo: La vicerrectoría de investigación de la Universidad no asigna el 100% del recurso presupuestario que demanda la totalidad del proyecto.

Plan de acción: La unidad ejecutora es responsable de su desarrollo a través de acciones preventivas que se llevan a cabo seis meses antes de iniciar el proyecto. Como parte de las acciones preventivas se encuentran las siguientes:

- Solicitudes presupuestarias a cooperantes nacionales e internacionales. En este caso PRESANCA- CSUCA.
- Se realizó una presentación del proyecto al Viceministerio de Agricultura y Ganadería el Gobierno de Costa Rica, del cual se obtuvo el visto bueno para respaldar solicitudes a posibles cooperantes y contrapartes del proyecto, debido a la relevancia del mismo y al interés de extender la experiencia generada a partir del proyecto en otras ferias del país.

X. Matriz del marco lógico.

Cuadro 2: Matriz de Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	INDICADORES VERIFICABLES OBJETIVAMENTE	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p>FIN:</p> <p>Fortalecimiento de las ferias del agricultor en Costa Rica.</p>			<p>Que en las ferias participantes exista representación suficiente de actores estratégicos y productores.</p> <p>Que al momento de identificar el ingreso de los productores éstos acepten brindar este dato.</p>
<p>PROPOSITO:</p> <p>Fortalecimiento de las capacidades en SAN de los actores estratégicos y productores participantes de las ferias del agricultor de Tres Ríos y la Villa Olímpica de Desamparados.</p>	<p>5 actores estratégicos de cada entidad participante y 25% de productores de cada feria del agricultor participante poseen capacidades en SAN en el contexto de las ferias del agricultor en mayo del año 2014.</p>	<p>Entrevista semi estructurada grupal (cualitativa) e individual (cuantitativa) acerca de los conocimientos-prácticas en SAN e ingreso económico del productor a partir de las ventas de la feria antes y después de implementado el proyecto y su respectivo informe de análisis.</p>	<p>Que exista gran participación por parte de los involucrados.</p>

<p>COMPONENTES:</p> <p>1. Desarrollado un proceso de capacitación multinivel en SAN en las ferias involucradas</p>	<p>5 actores estratégicos de cada entidad involucrada (nivel 1) y del 25% de los productores (nivel 2) participantes de cada feria, capacitados durante 5 sesiones en el tema de SAN en el contexto de su mercado para diciembre del 2014.</p>	<p>Evaluaciones de conocimientos adquiridos antes y después de cada una de las 5 sesiones de capacitación (para el nivel 1: actores estratégicos y para el nivel 2: productores) para todos los participantes.</p> <p>Evaluaciones de percepción de todos los participantes respecto a cada sesión y a los capacitadores.</p> <p>Un informe con el análisis de estas evaluaciones.</p>	
<p>2. Conformada una organización en red de productores promotores de la SAN en las ferias del agricultor</p>	<p>Una red de 10 productores promotores de la feria en las dos ferias del agricultor participantes al final del mes de enero del año 2014.</p>	<p>Una carta de información de consentimiento de cada productor para participar como parte de la red en cada feria, elegidos a partir de sus conocimientos y prácticas obtenidos en el diagnóstico y de los criterios de elección que disponen los actores estratégicos.</p> <p>Registro de participación a las sesiones de organización.</p>	<p>Los productores participan activamente de la red y logran una puesta en común para la planeación de estrategias de promoción (componente 3).</p>
<p>3. Ferias del Agricultor promovidas como entidades importantes para la SAN.</p>	<p>Una estrategia de promoción de la disponibilidad de alimentos de la feria, desarrollada por la red de promotores de la feria al mes de mayo del 2014.</p>	<p>Registro de la sistematización y organización de cada estrategia desarrollada a partir de la base de estrategias sugeridas para cada pilar de la SAN, utilizando caracterización visual y reporte de participación</p>	<p>La red conformada planea a tiempo al menos una acción de cada pilar (disponibilidad, acceso, consumo y</p>

	<p>Una estrategia de promoción del acceso a los alimentos de la feria desarrollada por la red de promotores de la feria al mes de mayo del 2014.</p> <p>Una estrategia de promoción del consumo de los alimentos de la feria desarrollada por la red de promotores de la feria al mes de mayo del 2014.</p> <p>Una estrategia de promoción de la utilización biológica de los alimentos de la feria desarrollada por la red de promotores de la feria al mes de mayo del 2014.</p>	<p>durante las actividades.</p>	<p>utilización biológica) de la SAN en sus estrategias de promoción.</p>
<p>4. Fortalecidos existentes y creados nuevos canales de comunicación interna y externa en las ferias del agricultor para promover el mercadeo social y la participación</p>	<p>Participación de hombres y mujeres en igual condición durante los procesos de investigación, acción- participación durante todos los componentes del proyecto del 15 de noviembre del 2012 al 31 de mayo del 2014.</p> <p>Un medio de comunicación establecido entre la unidad ejecutora del proyecto (ápice estratégico) con cada uno de los 4 grupos de involucrados en la estructura organizativa del mismo desde el 15 de noviembre del 2012 al 31 de mayo del 2014.</p>	<p>Registro de las personas participantes en el desarrollo de cada componente.</p> <p>Reporte de los comunicados establecidos entre la unidad ejecutora y cada miembro de la organización, a través de los números de oficio consecutivos que norma la Escuela de Nutrición.</p> <p>Registro de participación en los</p>	<p>Mujeres y hombres participan activamente en todas las etapas del proyecto.</p> <p>Los grupos de involucrados tienen medios de comunicación efectivos.</p>

	<p>Un comunicado para cada ente externo del proyecto (consumidores (as), instituciones públicas y privadas de la comunidad, organizaciones comunales y gobierno local e instituciones del Estado) acerca de los objetivos de éste y las actividades que se desarrollan desde el 15 de noviembre del 2012 al 31 de mayo del 2014.</p>	<p>procesos de divulgación del proyecto, mediante grabación o documentación según sea el caso.</p>	<p>Existen oportunidades de divulgación del proyecto en eventos sociales, académicos o públicos en la comunidad.</p>
<p>5. Evaluación y monitoreo de los procesos internos del proyecto y de su implementación.</p>	<p>Evaluadas todas las metas de las actividades de los 5 componentes del proyecto en mayo del 2014.</p> <p>Un Estudio de costo/ efectividad del proyecto antes (noviembre del 2012) y después (mayo del 2014) de su implementación.</p>	<p>Reporte del porcentaje de cumplimiento de cada meta por actividad en los 5 componentes.</p> <p>Estimación del presupuesto antes de ejecutado el proyecto y comparación con el monto real utilizado al finalizar el mismo.</p> <p>Diagnóstico de conocimientos, practicas en SAN e ingresos de los productores comparando los datos iniciales y finales del proyecto.</p>	<p>El analista de costo/efectividad participa de todo el proceso.</p>

<p>ACTIVIDADES:</p> <p>1.1 Diagnóstico de los conocimientos y prácticas actuales en el tema de SAN.</p> <p>1.2 Diseño e implementación de un módulo de capacitación multinivel en SAN.</p>	<p>\$ 22 513,92 para*:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remuneraciones por servicios personales - Servicios de gestión y apoyo - Horas estudiante - Viáticos para estudiantes voluntarios - Servicios de alquiler - Servicios comerciales - Equipo de cómputo - Útiles y materiales de oficina 	<p>Detalle de Recibos y facturas tramitadas a través del jefe administrativo de la Escuela de Nutrición y el ente financiero (cooperante y vicerrectoría de investigación).</p>	<p>Se utilizan a cabalidad los recursos financieros disponibles de acuerdo a cada partida o necesidad por componente.</p>
<p>2.1 Conformación de la red de productores (as) promotores de la feria.</p> <p>2.2 Diagnóstico de características de disponibilidad, acceso, consumo y relativas a la feria de las familias consumidoras de la comunidad en donde llega la feria del agricultor.</p>	<p>\$12 539,92 para*:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remuneraciones por servicios personales - Servicios de gestión y apoyo - Horas estudiante - Viáticos para estudiantes voluntarios - Equipo de cómputo - Útiles y materiales de oficina 	<p>Detalle de Recibos y facturas tramitadas a través del jefe administrativo de la Escuela de Nutrición y el ente financiero (cooperante y vicerrectoría de investigación).</p>	
<p>3.1 Estrategias para promover la disponibilidad de alimentos en las ferias.</p> <p>3.2 Estrategias para promover el acceso de los alimentos en la feria.</p> <p>3.3 Estrategias para promover el</p>	<p>\$ 21367,25 para*:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remuneraciones por servicios personales - Servicios de gestión y apoyo - Horas estudiante - Viáticos para estudiantes voluntarios - Servicios comerciales - Equipo de cómputo 	<p>Detalle de Recibos y facturas tramitadas a través del jefe administrativo de la Escuela de Nutrición y el ente financiero (cooperante y vicerrectoría de investigación).</p>	

<p>consumo de los alimentos de la feria.</p> <p>3.4 Estrategias para promover la utilización biológica de los alimentos en la feria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Útiles y materiales de oficina 		
<p>4.1 Elementos de equidad de género para el Mercadeo Social del proyecto.</p> <p>4.2 Procesos de comunicación interna del proyecto.</p> <p>4.3 Procesos de comunicación externa del proyecto</p> <p>4.4 Medios de información y comunicación que requieren los componentes del Proyecto.</p>	<p>\$ 11523,25 para*:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remuneraciones por servicios personales - Servicios de gestión y apoyo - Horas estudiante - Viáticos para estudiantes voluntarios - Equipo de cómputo - Útiles y materiales de oficina 	<p>Detalle de Recibos y facturas tramitadas a través del jefe administrativo de la Escuela de Nutrición y el ente financiero (cooperante y vicerrectoría de investigación).</p>	
<p>5.1 Evaluación ex ante</p> <p>5.2 Monitoreo</p> <p>5.3 Evaluación ex post</p>	<p>\$12212,67 para*:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Remuneraciones por servicios personales - Servicios de gestión y apoyo - Viáticos para estudiantes voluntarios - Equipo de cómputo - Útiles y materiales de oficina 	<p>Detalle de Recibos y facturas tramitadas a través del jefe administrativo de la Escuela de Nutrición y el ente financiero (cooperante y vicerrectoría de investigación).</p>	



XI. Cronograma

Cuadro 3: Cronograma del proyecto para su ejecución de 18 meses.

Año	Actividad	Nov	Dic	En	Fe	Mar	Ab	May	Jun	Jul	Ag	Set	Oct
1	Presentación de la propuesta y adaptación de cada componente a cada una de las ferias.												
	Conformación del equipo de trabajo												
	Elaboración y prueba de instrumentos de recolección de datos.												
	Recolección de datos												
	Análisis de los datos												
	Informe parcial												
	Elaboración del módulo de capacitación multinivel en SAN												
1 y 2	Capacitación multinivel												
2	Conformación de la Red de productores promotores de la feria												
	Implementación de las estrategias de promoción en SAN												



	Fortalecer canales de comunicación interna y externa												
	Evaluación y monitoreo												
	Informe final												

XII. Presupuesto



Con el fin de cubrir el presupuesto total del proyecto y de acuerdo con las medidas preventivas del Plan de Acción para los riesgos detectados; se indica los aportes que realizan las contrapartes participantes.

Cuadro 4: Presupuesto del proyecto y contrapartidas

Costo total: \$80 157 ⁰⁰			
Partida	Detalle	Aporte de contraparte en dólares (\$) **	
		PRESANCA- CSUCA	UCR
Remuneraciones para servicios personales*	Gerente General		
	Profesional en Nutrición	-	
	Profesional en Agronomía		55 389 ⁰⁰
	Profesional en Economía		
Servicios de gestión y apoyo	Profesional en Comunicación y mercadeo		
	Profesional en Sociología	9 150 ⁰⁰	-
	Profesional en Publicidad		
Horas estudiante	Horas estudiante	-	1 309 ⁰⁰
Gastos de viáticos de transporte y alimentación	Viáticos para estudiantes voluntarios	790 ⁰⁰	-
Servicios de Alquiler	Locales para capacitación	-	690 ⁰⁰
	Catering service	1 976 ⁰⁰	-
Servicios comerciales	Impresión, Encuadernación, textiles y vestuario	4 193 ⁰⁰	352 ⁰⁰
Equipo de cómputo	Grabadora digital	-	119 ⁰⁰
	Computadora portátil	1 976 ⁰⁰	-



	Video beam		
Útiles y materiales de oficina	Hojas, lapiceros, Discos compactos, llave maya, programas informáticos	-	396 ⁰⁰
Imprevistos	Un 5%	1 908 ⁰⁰	1 908 ⁰⁰
Total		\$19 993⁰⁰	\$60 163⁰⁰

Todos los pagos a servicios personales contemplan el 3% de anualidades (de acuerdo al promedio de los últimos 3 semestres)

*Presupuesto calculado según la escala salarial de la oficina de Recursos Humanos de la Universidad de Costa Rica para un docente-investigador, a la fecha del 2012. Disponible en <http://www.orh.ucr.ac.cr/documentos/EscDocEnero2012.pdf> y calculado un 48% de cargas sociales de acuerdo a lo que establece la Universidad.

**Monto en dólares de acuerdo al tipo de cambio de Bancos públicos anunciados en ventanilla a Agosto del 2012

ANEXOS

ANEXO 1 Hoja de Vida del coordinador del equipo del proyecto y los Investigadores participantes, enfatizando en su trayectoria en Investigación y sus publicaciones científicas.

Se adjuntan

ANEXO 2 Cartas de compromiso y apoyo institucional de la(s) Universidad(es) participantes.

Se solicita a la dirección de la Escuela de Nutrición y se adjunta

ANEXO 3. Carta de aval por la Vicerrectoría de Investigación o su equivalente, de la Universidad responsable.

Se adjunta

ANEXO 4: Visto bueno para el apoyo del Ministerio de Agricultura y Ganadería para esta solicitud

Se adjunta

Anexo 11: Carta de cooperación para FAO-CR

iii