



Agricultores Familiares, Innovación y Mercados

Somos un grupo de investigadores de Bolivia, España y Argentina que buscamos comprender, sistematizar y proponer acciones apropiadas para potenciar y multiplicar iniciativas de comercialización sustentadas por agricultores familiares y consumidores.

Un estudio sobre diversas estrategias en construcción de mercados alimentarios de la agricultura familiar que mejoran el agregado de valor local, la calidad de los alimentos, la sustentabilidad y la equidad socio-ambiental

La iniciativa implementada

Nos proponemos comprender y visibilizar las innovaciones comerciales de agricultores familiares y consumidores. Además, este estudio contribuye al diseño de políticas públicas apropiadas para su multiplicación en Argentina, Bolivia y España. Las experiencias analizadas mejoran el agregado de valor local, generan externalidades positivas de carácter ambiental, económico, social o cultural y crean y

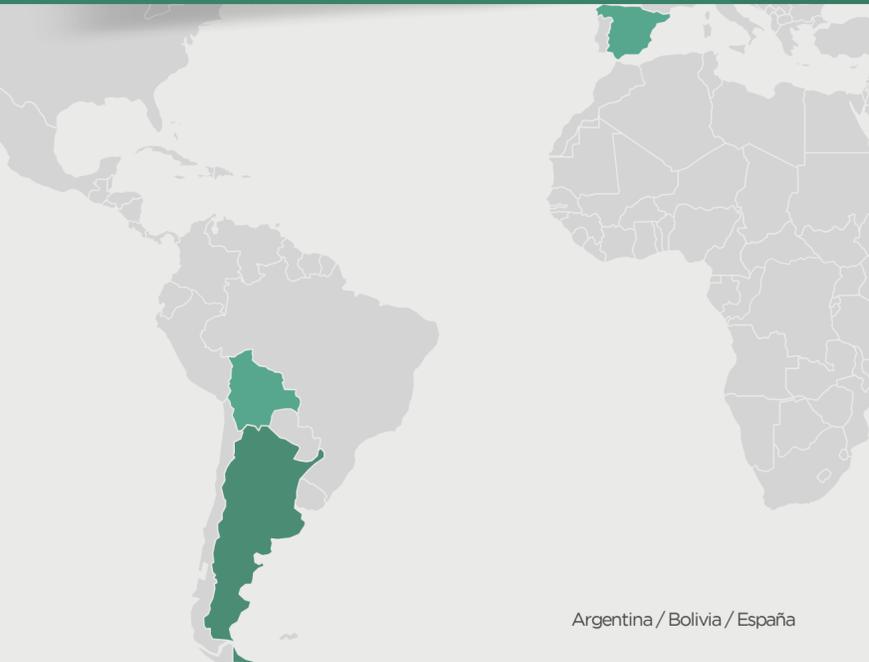
consolidan una red social asociativa entre productores, empresas e instituciones locales. La plataforma está conformada por investigadores de Argentina: INTA y Fundación ArgenINTA, Bolivia: FUNDESNAIP, y España: IEGD - CSIC. Las instituciones asociadas son UNLP, UNaM y UNMDP (Argentina); UPV (País Vasco); AOPEB y AGRUCO (Bolivia). El proyecto es cofinanciado por FONTAGRO.

Construcción Social de Mercados de Productores Familiares y Consumidores Organizados

La solución tecnológica

El proyecto estudia las innovaciones comerciales de agricultores familiares y consumidores para comprender las lógicas económicas, sociales y culturales subyacentes. Para ello, se utilizó metodología cualitativa y un análisis comparativo para identificar elementos comunes que permitan comprender innovaciones análogas, construir modelos teóricos y proponer diseños de políticas que aporten a la sustentabilidad de los procesos de agregado de valor, generación de tramas y

comercialización asociada. Las estrategias de comercialización sistematizadas ponen en evidencia la importancia de las prácticas colectivas y profesionalizadas. Resaltan innovaciones en logística, uso de las TIC, modelos de gobernanza territorial inclusivos, redes sociales colaborativas y solidarias, articulación con consumidores conscientes. Estos consumidores buscan cuidar su salud y la de los agricultores, y respetar el medio ambiente.



Argentina / Bolivia / España

Caso Testigo: Tiendas Saludables en los Canales de venta de Productores Agroecológicos en el partido de Gral. Pueyrredon (Buenos Aires)

<p>Serie Mercados Innovadores de la Agricultura Familiar: Agroecológicos en Mar del Plata (BA) Argentina</p> <p>El partido de Gral. Pueyrredon constituye el segundo cinturón hortícola más importante del país. Con una superficie productiva de 9700 ha de cultivos a campo y 600 ha de bajo cubierta. Lo cual equivale a una producción anual de 300.000 toneladas de hortalizas.</p>	CANALES DE VENTA			CASO TESTIGO							
	Ferias 	Quintas Valor Agregado 	Bolsones 	BOLSONES AGROECOLÓGICOS 	HORTALIZAS 	HORTALIZAS 	HORTALIZAS 	HORTALIZAS 	HORTALIZAS 	La Aurelia Almacén de alimentos saludable NODO COMERCIAL Capacitaciones Charlas Libros de alimentación saludable Generación de consumidores conscientes	
	Hoteles Restaurantes Catering 	Mercados Mayoristas 	Otros Productores 	JOSÉ TOMATE DE ÁRBOL	OKINISHA FRUTAS FRESCAS Y SECAS	LAS BRUSQUITAS FRUTAS MERHILADAS	SALVE LA TIERRA LEGUMERES	EL ALBERO FRUTAS PUESTO DE MERCADO	Darse Cuenta KIWI		

8 Estudios de caso sobre procesos de innovación comercial sistematizados

23 Ponencias en Congresos científicos nacionales e internacionales

300 Participantes en seminarios y talleres

7 Webinars sobre agricultura familiar y mercados

Resultados

Se diseñó una estrategia metodológica para el estudio y caracterización participativa de las innovaciones comerciales. Se realizaron cuatro talleres de formación y un manual con herramientas apropiadas para realizar videos, con las que se produjeron cuatro piezas participativas de los casos estudiados. Se realizaron 8 estudios de caso sobre estrategias de comercialización innovadoras en Argentina y España. Utilizando metodología en común, se estudiaron las innovaciones en logística, modelos de gobernanza territorial inclusivos; redes sociales y solidarias en los mercados, procesos de comunicación, transmisión de

conocimientos y generación de confianza; modalidades de articulación con consumidores conscientes, uso de las TIC, etc. Ciclo de Webinar: 1.116 inscriptos (668 mujeres, 448 hombres)

Proyectos liderados por el equipo FONTAGRO Argentina: 7 de investigación y 3 de extensión. España: 3 iniciativas para fortalecer experiencias de comercialización. Bolivia: 2 tesis de postgrado.

MÁS INFO

