

Agricultores Familiares, Innovación y Mercados

El Proyecto analiza innovaciones comerciales de la agricultura familiar para comprender sus lógicas y delinear acciones para potenciarlas y multiplicarlas. Sus resultados comprenden iniciativas de desarrollo, investigación y acciones de divulgación.



Argentina /Bolivia /Spain



1832
Participantes en seminarios, talleres y webinar



7
Webinars sobre agricultura familiar y mercados



11
Estudios de caso de innovaciones comerciales y de agregado de valor realizados



56
Artículos, presentaciones y capítulos de libro



79
Estudiantes de posgrado vinculados al proyecto (formación e investigación)



50
Tiendas virtuales en construcción



24
Proyectos de investigación o desarrollo dirigidos por investigadores del proyecto



55 %
de mujeres en el equipo de investigación (21 mujeres y 17 hombres)

Principales Donantes



Organizaciones participantes



Análisis de mercados de la agricultura familiar. Elementos que mejoran el agregado de valor local, los precios obtenidos, la calidad de los alimentos, la sustentabilidad y la equidad socio-ambiental.

Iniciativa

El proyecto se propone comprender las innovaciones comerciales generadas por agricultores y consumidores, valorar sus dimensiones organizacionales e institucionales e identificar los elementos a tener presentes en el diseño de políticas y programas apropiados a su fortalecimiento.

El proyecto trata de conocer en profundidad los efectos positivos que generan estas redes alternativas en lo

ambiental, social y cultural. Además, estas redes incrementan las actividades que agregan valor en el espacio local.

El Proyecto, cofinanciado por FONTAGRO, está integrado: Desde Argentina por investigadores de INTA y diferentes Universidades Nacionales (La Plata, Misiones y Mar del Plata); desde Bolivia: FUNDESNA, AOPEB y AGRUCO; desde España: el IEGD y la Universidad del País Vasco en España.

Los estudios dan cuenta de la importancia de los modelos de gobernanza horizontales e inclusivos, la organización y articulación colectivas, el uso de TIC, los canales cortos y consumidores conscientes, las políticas públicas apropiadas y específicas

Solución tecnológica

Se estudiaron 14 experiencias innovadoras de comercialización y agregado de valor implementadas por agricultores familiares. Se aplicaron metodologías cualitativas y participativas. En total se realizaron 348 entrevistas a productores, consumidores y técnicos, 16 grupos focales y talleres de análisis de las experiencias, 28 observación en ferias y mercados. El análisis comparativo permitirá identificar los elementos

comunes que hacen a la sustentabilidad de las innovaciones. Los estudios muestran la importancia de las prácticas colectivas y profesionalizadas, el uso de las TIC, la eficiencia de modelos de gobernanza territorial inclusivos y el apoyo de diversas agencias estatales, el papel de las redes sociales colaborativas y la articulación con consumidores conscientes.

Pandemia y mercados de la Agricultura Familiar: Comercializadora “La Justa”



Impactos y Resultados

11 estudios de caso de innovaciones comerciales y de agregado de valor sistematizados. Se escribieron 9 artículos científicos (seis publicados, 2 en publicación 1 en evaluación), 2 artículos en publicaciones sin referato, 31 ponencias en Congresos, 12 notas técnicas, 3 poster y 2 capítulos de libros. 12 talleres participativos de investigación y validación de resultados con productores, consumidores y técnicos; 4 talleres de videos participativos, 1 Manual videos participativos del proyecto, 4 videos realizados con los

productores. Eventos: 3 seminarios, 2 talleres técnicos, 7 webinar (1260 inscriptos, 60% mujeres, 23000 visualizaciones), 19 videos, 14 conversatorios y charlas, 2 conferencias. 1 seminario de Posgrado AF y Mercados 72 estudiantes (63% mujeres). 1 Curso Taller inclusión al mercado digital (50 tiendas digitales en construcción). Proyectos e iniciativas: 10 de investigación, 6 de extensión, 2 de desarrollo. En evaluación se encuentran 6 proyectos.

