**MODELO DE MERCADO AGROSOCIAL QUE PERMITIRÁ EL DESARROLLO SOSTENIBLE Y PARTICIPATIVO A LOS PEQUEÑOS y MEDIANOS AGRICULTORES**

MARCO TEÓRICO

Dado que el presente proyecto busca centrar su atención en la cadena de suministros o cadena de valor que actualmente no beneficia a los pequeños agro productores de Colombia  es muy importante revisar muy bien este concepto para poder identificar más adelante los principales problemas a los que están expuestos.

Las cadenas de valor dependiendo de cada organización y/o sector varían en cuanto a su complejidad y dada su importancia es elemental el saber planear las actividades inherentes a los flujos de las cadenas, pues las cadenas de valor pueden catapultar a una organización al éxito o por el contrario reducirlas hasta hacerlas desaparecer.

El fortalecimiento de la cadena de suministros será uno de los ejes del presente proyecto, pero también es muy importante el concepto de asociatividad y/o cooperativismo con el cual se busca que los pequeños productores sean capaces de llegar al usuario final sin necesidad de tener tantos intermediarios, que son los que ganan más que el productor.

Siendo las cooperativas o las Asociaciones,   un grupo  de personas que se han unido voluntariamente para satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales.

Nuestra asociación de  campesinos, ante todo los pequeños y medianos productores,   en cabeza de FUNCASOL cumplen con las tres características esenciales de una cooperativa o el principio de la Asociatividad,  de trabajadores las cuales son:

● Participación de todos en la toma de decisiones relevantes.

● Participación en el reparto de beneficios.

● Participación en el reparto de la propiedad.

Desde el punto de vista teórico  nos permite resolver mejor los problemas de incentivos y disciplina en el trabajo, por dos argumentos; el primero es porque los trabajadores son los únicos que tienen derecho sobre el beneficio residual y el segundo es que las empresas tradicionales usan demasiados recursos en el control del esfuerzo de sus empleados e insuficientes incentivos salariales.

El cooperativismo, o las Asociaciones,  fusionan en calidad   una entidad sin ánimo de lucro como lo es FUNCASOL,  que   es la base en la cual descansará este  modelo de desarrollo económico  para los pequeños y medianos productores, de Colombia iniciando con un programa piloto a nivel de una comunidad pequeña como es la del municipio de  El Cairo en el Departamento del Valle del Cauca.

Por medio de estos pilares se buscará encaminar el proyecto hacia un concepto llamado Mercado Agro solidario, puede parecer algo nuevo, sin embargo, en Colombia ya se han empezado a crear este tipo de modelos económicos  en varios municipios de Boyacá, los cuales ya tienen  planes de comenzar a realizar exportaciones a diferentes países y con diferentes productos.

Esta asociación para el año 2004 contaba con unos 570 afiliados y con ventas mensuales que ascendían a los 98 millones de pesos.

Esta asociación actualmente se llama Confederación Agro solidaria de Colombia y

Cuenta con cuatro federaciones: Nariño, Boyacá, Caquetá y El Tambo en el Cauca. Además, tiene varias seccionales en varios municipios colombianos,  es un proceso auto gestionado de organización netamente  comunitaria, orientado especialmente a construir una Comunidad Económica Solidaria de los renglones Agroalimentario, Artesanal y del Turismo Sostenible”. Impulsado por  la agricultura familiar por medio de la asociatividad de los pequeños agro productores.

Otro ejemplo de modelo agro solidario de negocio  es una red agroecológica que busca conectar, a través de un equipo organizador, pequeños y medianos productores locales agroecológicos de baja escala con consumidores de las principales capitales de Colombia y con consumidores y auspiciadores de este proyecto a  nivel internacional. El objetivo de Funcasol, es unir a todas estas Asociaciones, y crear nuevas en las diferentes regiones geográficas de Colombia, para llegar a conformar una gran Confederación de pequeños y medianos productores del sector agropecuario,  a nivel Nacional, con miras a llegar a convertirnos en una gran despensa para proveer  alimentos y de agua para muchos

países del mundo, en un futuro muy cercano, países con los que Funcasol, ya tiene suscritos acuerdos para exportar desde Colombia diferentes alimentos y agua.

Adicionalmente se busca apoyar la asociación de los campesinos, pequeños y medianos productores,  para estimular el intercambio de conocimientos y la recuperación de semillas, tecnificación de cultivos, además de ayudar a una comercialización enmarcada dentro de los parámetros del comercio  justo y dejando márgenes para el autoconsumo.

Vemos que en la actualidad se pueden encontrar varios programas en forma de red que buscan beneficiar y fortalecer (tanto técnica como económicamente) a los pequeños productores por medio de estas redes, por lo tanto este modelo ha sido un éxito durante los últimos 15 años, FUNCASOL no pretende inventar  nada, solo deseamos hacer extensivo este tipo de redes, que ya existen, las que vamos a  mejorarlas, con aportes que están dentro de un gran paquete técnico, que nos han ofrecido expertos de 5 países  Europa,  para mejorar la calidad de los productos e incrementar la productividad bajo el eslogan de produciendo alimentos sanos para el mundo, es crear conciencia a todos los  agricultores que han sido marginados de ellas y no han  tenido acceso a estos beneficios por lo que con los recursos que  obtendremos, por concepto de donaciones de empresas y personas de los EE.UU, de Norte América,  que nos quieran apoyar en esta noble causa,  vamos a  fortalecer las redes existentes y crear nuevas  redes donde no las hay.

Adicional al concepto agro solidario, también es muy importante contar con el conocimiento acerca de los parques empresariales, estos lugares son aglomeraciones de edificaciones que se agrupan con el objetivo de tener beneficios en cuanto a ahorro de gastos por impuestos, generalmente están ubicados en zonas económicas (respecto a impuestos) como las zonas francas, mejor manejo logístico (están ubicados en puntos no residenciales con excelentes vías de acceso). Con estos beneficios se podría pensar en crear un Clúster de empresas agro solidarias, lideradas por FUNCASOL en Colombia,  que converjan en un parque empresarial para su desarrollo y cooperación.

La gestión de los puntos de venta también es un tema importante en el proyecto pues al abrir puntos de venta local,  se debe tener en cuenta la comodidad de los consumidores; la ambientación y la atmósfera son muy importantes para lograr una atracción hacia el cliente y despertar su deseo  visitar nuevamente e invitar a otras personas a conocer este modelo tan importante, para cada región, estos puntos de venta, potenciando de esa manera no solo puntos de venta si no el modelo planteado de agro turismo, generando otro factor de ingresos en la cadena productiva. Con ese gran potencial turístico que tienen estas regiones que se pueden vender perfectamente  paquetes turísticos en el exterior.

Para este objetivo  el punto de venta debe tener en cuenta varios aspectos:

● Totalidad: el diseño debe concebirse de una forma integral y no individual.

Duración de la compra: el diseño debe hacerse buscando maximizar el tiempo de estancia del cliente en el punto de venta.

● Valor añadido: el diseño debe buscar aumentar la satisfacción del cliente por medio de experiencias de compra agradables.

● Eficacia y eficiencia: el diseño debe buscar que se desarrolle en función de los objetivos previstos (eficacia) y con el menor costo posible (eficiencia).

● Efectos sinérgicos: el diseño del punto de venta debe conjugar información disponible de los consumidores, objetivos perseguidos y recursos disponibles, con el objetivo  que el todo sea mayor a la suma de sus partes.

● Flexibilidad: el diseño debe ser dinámico y no estático de modo que se puedan hacer cambios en cualquier momento buscando mejoras para evitar experiencias desagradables de compra.

● Tolerancia al cambio: La dirección del punto de venta debe aceptar los cambios que se generen en el transcurso del tiempo.

● Enfoque relacional: el diseño debe atender las necesidades y deseos de los consumidores para lograr una fidelización a largo plazo.

● Competitividad: el diseño del punto de venta debe permitir ser diferenciado del de la competencia.

● Servicio: debe concebirse el diseño como un servicio que se presta a la sociedad en general.

El diseño interior cobra aún más importancia cuando se trata de un autoservicio, para que la experiencia del agro turista y potencial cliente sea cada vez mejor y se creen lasos de empatía, se debe buscar maximizar las experiencias agradables de compra y también tendrá el objetivo de controlar la circulación del consumidor.

Al no haber jerarquías, las decisiones se construyen con acuerdos y compromisos colectivos  y cada colaborador está dispuesto a cumplir las tareas con su equipo. De hecho, en el equipo administrativo se rota la toma de decisiones financieras, de operaciones, administrativas y de compras, pues todos saben desempeñar estos cargos, los que serán supervisados por Funcasol.

A diferencia de otros modelos económicos agrícolas donde dos o tres familias son dueñas del agro colombiano quienes compran a precio de usura las tierras y los productos de la tierra, y subyugando al campesino subvalorando su trabajo, nuestra

fortaleza no está en las marcas propias sino en la amplia variedad de productos que ofrecemos de alta calidad.

Parte del éxito  para mantener precios competitivos es que tendremos productos que comercializaremos  con marcas propias y con distribución directa, de esta manera reducimos los costos de intermediación y con los proveedores.

El modelo de negocio estará basado en dos frentes.

El primero de ellos son los precios bajos. Los productos pueden ser 20% más baratos que el promedio del mercado, debido a la reducción de costos que se obtienen al tener una infraestructura modesta y al operar con eficiencias logísticas, ya que nuestros procesos de distribución serán 100% centralizados, es decir, no hay proveedores que vayan directo a los puntos de venta  sino tendremos  un Centro de distribución directo al cliente o consumidor final.

El segundo frente de acción de FUNCASOL consiste en tener un lazo emocional fuerte con los consumidores, atenderemos fundamentalmente un segmento de mercado de estratos socioeconómicos 1, 2, 3 y 4, al que mantiene satisfecho  con activaciones de nuestros productos y con incentivos por la fidelización directa  con nosotros.

LAS TIC Y EL AGRO.

En el mundo, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) han cambiado la forma de producción y comercialización en la agricultura y al mismo tiempo las condiciones de vida de los campesinos y pobladores de los sectores  rurales de Colombia.

Hoy en día, muchos de los productores usan Internet para obtener información sobre clima, demanda, precios, opciones de crédito y políticas públicas para el sector, así como acceder y difundir conocimiento sobre nuevas tecnologías, lo cual les ha permitido lograr impactos positivos en los costos de producción, transacción y en la innovación, esta es una tendencia que no es nueva a nivel mundial pero en países en vía de desarrollo como lo es Colombia existe una marginalidad tecnológica a la que están expuestos nuestros campesinos y por esa razón no tienen acceso a los beneficios que las TIC  le podrían dar.

Este proyecto de mercados sociales pretende apoyarse no solo en los aspectos cooperativos o solidarios, sino también en las herramientas brindadas por las TIC.

Las TIC son transversales a todos los sectores, y lo que se busca no solo es aumentar la productividad y los ingresos de los trabajadores del campo, mediante el uso y apropiación de las TIC, sino propiciar un ordenamiento del territorio sostenible.

En este proyecto se considera necesario aprovechar el momento de crecimiento y desarrollo digital en el país, así como el apoyo que han manifestado las entidades públicas para apoyar las iniciativas que se puedan presentar en estos temas.

Es importante también aprovechar el conocimiento que se adquiere desde las aulas, ya sea técnico o a través de la investigación, para promover cambios que favorezcan a mejorar la calidad de vida de los pequeños y medianos productores agrícolas.

Para el caso de los mercados sociales en particular, es fundamental crear la participación y desarrollar sistemas de trazabilidad agrícola que les permitan a los productores acceder en forma eficiente a mercados locales y externos mediante sistemas de control utilizando herramientas TIC.

**COMO DESARROLLARESMO EL PROYECTO PILOTO.**

Es importante resaltar que los problemas más complejos de nuestra a sociedad agrícola en Colombia,  son en parte  todos los expuestos anteriormente,  pero que si contribuimos a  mejorar en la calidad de vida de esas personas podríamos contribuir a mejorar otros aspectos de su vida mejorando así su vida de manera más sustancial.

**MODELO DE MERCADOS SOCIALES**

Este mercado social debe entenderse como una red de siembra, producción, transformación y distribución de productos agrícolas en un territorio determinado, constituido por los mismos productores o cultivadores como por consumidores individuales y colectivos.

Se deberán construir instrumentos y herramientas que faciliten la cooperación y el apoyo mutuo, pues así se puede llegar a soluciones globales a los diferentes desafíos que actualmente tiene la sociedad en la globalización .

Se quiere impulsar un modelo de negocio que reivindique al comercio local, en sus facetas de producción, financiación, comercio y consumo como medio del desarrollo comunitario, adicionalmente este modelo se desea reforzar a través de la transformación del producto inicial y la formalización y construcción de una estructura organizacional fuerte.

Un mercado en el que los productores cooperen entre ellos para subsistir, crecer y ser alternativas económicamente realistas.

Un mercado en el que los pequeños y medianos  productores vuelvan a controlar la venta y distribución de lo que producen y puedan fijar el precio de sus productos o lo fijen en común acuerdo con los asociados, de manera colectiva no especulativa.

Este mercado, en su proyecto piloto de Funcasol, en Colombia,  consistirá en tener asociaciones de pequeños y medianos  productores de los municipios del norte del Valle, que se inicia en  el Cairo Valle del Cauca, Republica de Colombia,   inicialmente, que constituyan producciones considerables para abastecer el centro de acopio, los puntos de venta, con proyección a mercados internacionales.

El centro de acopio será el punto donde se almacenarán los productos procedentes de los municipios cercanos  para ser distribuidos a los puntos de venta y a los consumidores que lo soliciten por medio de la plataforma web.

El punto de venta será el primer canal de comercialización de los productos.

La plataforma web será un segundo canal en el que se comercializan los productos de manera virtual, siendo el futuro canal de distribución para los productos en los mercados internacionales, nuestro objetivo es adelantarnos a lo ya pronosticado a la hambruna a nivel mundial, para contribuir en gran manera siendo Colombia, esa gran despensa alimentaria al mundo.