

FINCA INTEGRAL

Apurimak

Propiedad de la familia

**Centro de Producción y
Comercialización Agroecológico
“Los Ilinizas”**

Finca Integral Apurimak



SOBERANIA ALIMENTARIA

- * LA PEQUENA AGRICULTURA CAMPESINA ALIMENTAN A 65% DE HABITANTES.
- * SE ESTA LUCHANDO ACCESO AL AGUA Y TIERRA
- * 1% DE POBLACION SON DUEÑOS DE 65% DE CAUDAL.
- * 88% POBLACION ACCEDEMOS AL CAUDAL DE 13%
- * RECUPERAR SEMILLAS ANDINAS
- * CUIDAR LA NATURALEZA



Breve reseña de la experiencia

- * En diciembre 2010 la UNOCANC y FAO inicia a trabajar el Plan Agro productivo (Producción orgánica y Comercialización) con mayor fuerza.
- * Durante 2011, crea el Centro de Producción y Comercialización de Productos Agroecológicos para trabajar con fuerza en la producción y comercialización.



COMPONENTES DE LAS FINCAS

- * HORTICULTURA
- * CULTIVOS ANDINOS
- * PECUARIO
- * AVICULTURA
- * APICULTURA
- * CONSERVACION DE SUELO
- * PLANTACIONES NATIVAS
- * RIEGO
- * RECICLAJE NUTRITIENTES



Breve reseña de la experiencia

Fortalecimiento de la producción orgánica, la comercialización y crédito

a) Créditos Agroecológicos a bajo interés desde el banco comunal

b) Inversión en las fincas mediante proyecto de reactivación económica .

c) Producción individual en las fincas integrales

PRINCIPALES RECURSOS EMPLEADOS :

Económicos (Crédito, - proyecto), semillas, animales , plantas, y abono.

Seguimiento: dirigentes del Banco Comunal y asociación.



ESTRATEGIAS Y METODOLOGÍA IMPLEMENTADA:

La estrategia que se está manejando en el sistema de: crédito, producción, comercialización y pago. Los socios realizan crédito en el banco comunal se realiza inversiones en las fincas a través de proyecto, producen, comercializan a través del centro y pagan sus créditos.



PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS:

- . Diagnóstico de las fincas
 - . Diversificación pecuaria, agrícola, hortícola y proyectos alternativos, forestal, así también el manejo del agua y de abonos orgánicos.
 - . Cosecha .
 - . Acopio
 - . Comercialización
- Promoción y difusión por medio de comunicación

¿QUÉ PROBLEMAS O NECESIDADES SON RESUELTOS CON ESTA EXPERIENCIA?



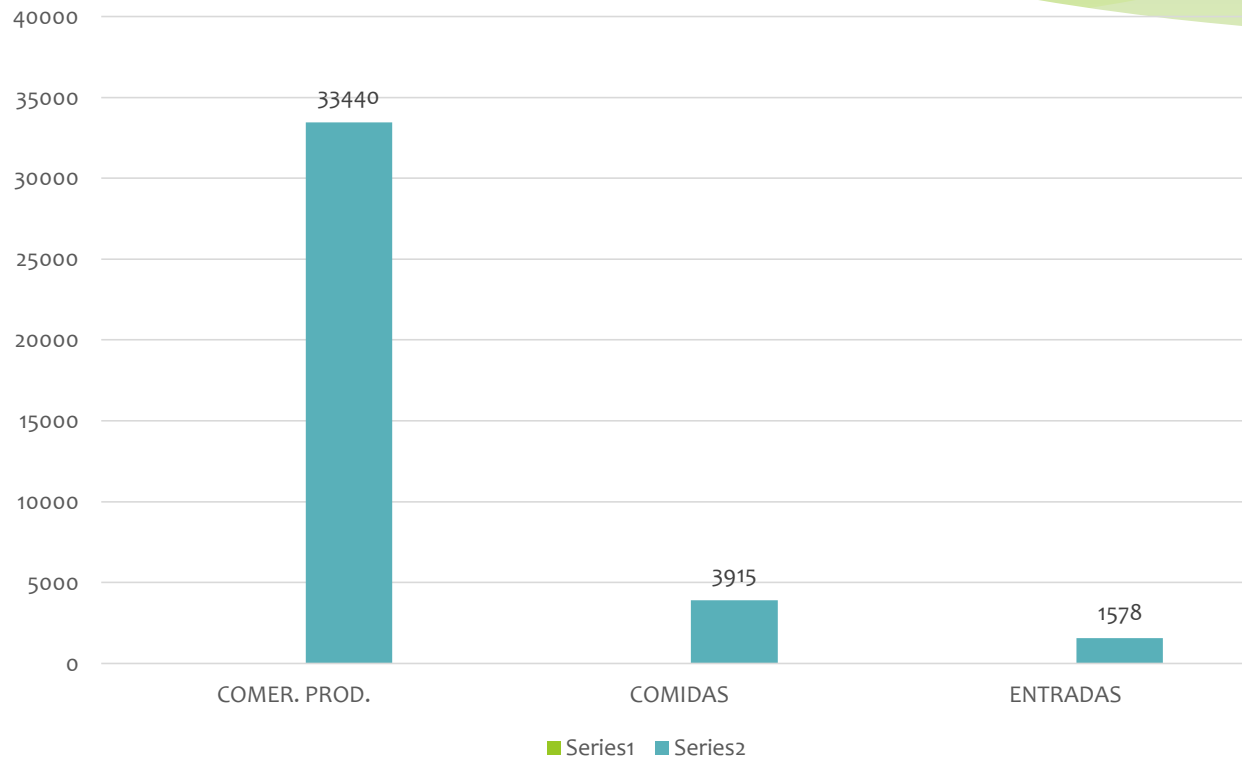
Producir con respeto a la naturaleza

Se ha impulsado el fortalecimiento de 16 fincas integrales agroecológicas de las cuales 4 son fincas modelos.

Se comercializan de los productores a los consumidores no pasan por manos de los intermediarios por lo que los precios que se pagan a los productores son realmente justos

RESULTADOS CUANTITATIVO

NEGOCIO



RESULTADO CUANTITATIVO

- * ANTES 16 FINCAS,
ACTUAL 45 FINCAS
- * COMERCIALIZACION
CADA 15 Y CON 4 PUNTOS
DE ENTREGAS.



CUALITATIVO

- * PRODUCCION PERMANENTE EN LAS FINCAS
- * DIVERSIFICACION DE CULTIVOS.
- * COMPACITACION A LOS VISITANTES
- * UNIDAD FAMILIAR
- * En comunidades existen todavía existe muestras de solidaridad y del apoyo mutuo.
- * La minga, el randi –randi – cambia mano – también el trueque. Es decir una verdadera vida comunitaria



¿QUIÉNES SON LOS BENEFICIARIOS DE ESTA EXPERIENCIA? ¿DE QUÉ FORMA SE BENEFICIAN DE ELLA?



- * Los socios del Centro de Producción y Comercialización .
- * Se benefician mutuamente entre los productores y los consumidores.
- * Otras familias de las comunidades del sector.
- * Las Universidades, colegios y organizaciones que visitan

Indicadores

Resultados	Indicadores
Se ha fortalecido las fincas integrales en la producción de cultivos andinos, hortalizas y especies animales con el carácter orgánico y entregan los productos a su organización	N ^a de fincas integrales funcionando Miembros de familias trabajando en la finca Finqueros comercializando a precios juntos
Se han capacitado en: manejo de abonos orgánicos, manejo ecológico de plagas enfermedades y han organizado la producción	Talleres realizados y puestos en práctica Persona que participan en los cursos
Se ha iniciado la capitalización del Centro de Producción y comercialización el mismo que servirá para su crecimiento	Socios que aportan a la organización en efectivo Socios que aportan a través de sus productos Socios que realizan la devolución de la inversión
El Centro de Producción y comercialización, ha comercializado productos en forma periódica	Socios que entregan los productos al centro Entregas de canastas orgánicas Clientes que reciben las canastas
El Centro de Producción y comercialización se encuentra gestionando recursos para ampliar su cobertura	Integración de nuevos finqueros Proyecto en gestión

¿POR QUÉ CONSIDERA QUE ESTA ES UNA EXPERIENCIA DE BUENA PRÁCTICA?



Contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los socios ya que a través de la experiencia las familias están produciendo productos limpios que sirven primeramente para su alimentación así como también para la comercialización,

La finca integral está promoviendo la producción, abastecimiento y comercialización, dando lugar a la creación de la empresa (centro de acopio y distribución) que servirá para conseguir el crecimiento de la economía local

LECCIONES APRENDIDAS

- * La producción agroecológica debe posicionarse en el mercado nacional e internacional para de esta manera en algún momento impulsar nuestra propia empresa.
- * Se debe contar con una buena base organizativa de gestión y administración .
- * La distribución de los alimentos agroecológicos debe ser para el campo y la ciudad.
- * Dar valor agregado en los productos agroecológicos es el éxito.
- * Conseguir a clientes es fácil, difícil es mantenerlo

PROYECCION A FUTURO

- * Implementar 400 fincas al año, para cubrir 2000 fincas en 5 años. Con cobertura de 5000 hectáreas.
- * Presupuesto se requiere de 26 millones
- * Se esta proyectando entregar 1000 canasta mensuales.
- * Contar con certificación orgánica para garantizar producción sin químico.

