

Descripción del proyecto

Se implementó la metodología en los territorios Cacao, Ganadero-Mixto y Café, donde se identificó el estado actual de los mercados rurales en los temas de producción por comunidad: cantidades comercializadas, rubros principales generadores de ingresos y las cadenas que tiene el producto principal de cada comunidad donde se analizan los factores de calidad, costo, precios y beneficios que ofrecen las cadenas de comercialización.

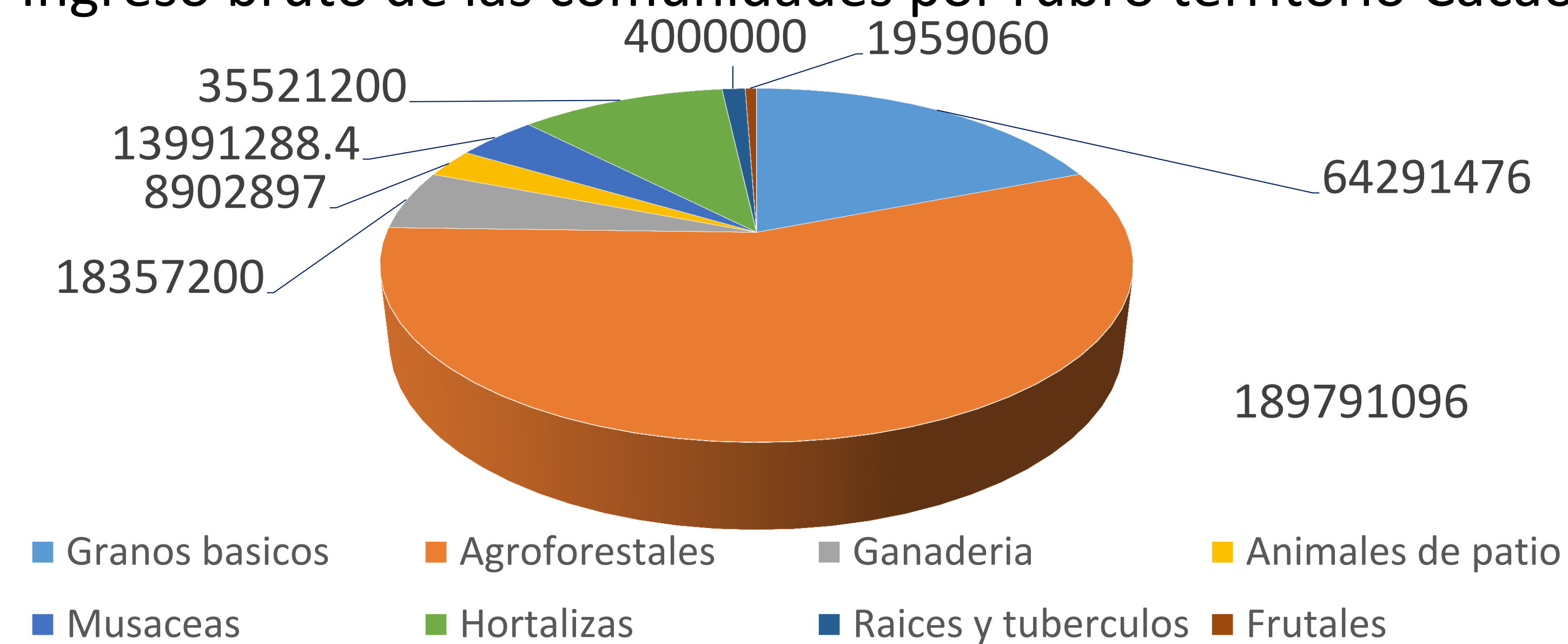
Avances y logros en el primer año

Se determinó el estado actual de la comercialización de las comunidades ciclo 2014 y los principales factores que influyen en la calidad de las estructuras de los mercados a los cuales acceden, las acciones que toman los productores ante sus cadenas de comercialización y los factores de riesgo.

Impacto del proyecto

- Se generó una base de datos de producción de las comunidades que permite reflejar el potencial productivo de las comunidades.
- Son elementos que puede disponer cualquier organismo que quiera fortalecer la parte de comercialización de las comunidades y/o intermediarios que demandan productos agrícolas que cumplan con los parámetros deseados.

Ingreso bruto de las comunidades por rubro territorio Cacao.



Productos del primer año

- Se aplicó la metodología en los tres territorios de la plataforma que abarcan 5 municipios del país. En total se determinó en 24 comunidades el estado de acceso a mercados con la participación de 120 hombres de las organizaciones ADDAC, CUCULMECA, Foro Mirafior, FUNJIDES, OCTUPAN.

Visión para el próximo año (2016)

- La información sea base para planificación de acciones en estos territorios.
- Poder organizar productores para que realicen planes de incidencia en los mercados, p/e acopios de productos para poder cumplir con los volúmenes demandados.
- En ADDAC la información es fundamental para apoyar iniciativas de mercados viales: en Rancho Grande y Tuma la Dalia ya se realizaron.



Lecciones aprendidas

- La cantidad de cultivos comercializados por comunidad equivale a un 50 % de lo producido; el resto se pierde o es utilizado para auto-consumo.
- 43.85 % de cultivos se comercializa totalmente, 26.31 % no se comercializa; del valor restante, venden la mitad de su producción.
- Los que tienen mejores canales de comercialización y beneficios de sus cadenas son los que pertenecen a cooperativas, por todo el apoyo que brindan.



Ver productos resultados de investigación en:

<https://sites.google.com/a/alianza-cac.net/nicanorte/estudios-complementarios/5-2-realidades-de-acceso-a-mercados>.

<http://www.addac.org.ni/publicaciones/>