

PALM Corps

En Rhino Camp (Uganda)

Un elemento clave de la seguridad alimentaria para los refugiados del sur de Sudán es la autosuficiencia a través de la agricultura para la subsistencia y la venta. Sin embargo, el acceso al mercado fue un gran desafío para estos refugiados. Sus fincas eran demasiado remotas para acceder fácilmente a los mercados con sus productos. Por lo tanto, los/as agricultores/as tenían que vender a intermediarios que no siempre compraban a un precio favorable.

Para mejorar los niveles de ingresos, PALM Corps permitió a los/as agricultores vender colectivamente y negociar con compradores.

IMPACTOS

- Aumento de ingresos para refugiad@s y agricultor@s de la comunidad de acogida
- Aumento de la participación de las mujeres en la comercialización, ya que los centros de compra estaban cerca de casa.
- Mejora de las capacidades de planificación a medida que los agricultores obtienen ingresos a granel

Descripción de experiencia

PALM Corps notó que los refugiados y las comunidades de acogida enfrentaban un gran desafío para vender sus productos. Para solucionarlo, PALM Corps capacitó a los/as agricultores en marketing colectivo, recopiló información de mercado (local, regional e internacional) y estableció vínculos con un comprador preseleccionado. Además PALM Corps apoyó a los/as agricultores para formar comités de comercialización. Estos comités fueron entrenados en la negociación con el comprador y PALM Corps los apoyó con las negociaciones. Las compañías acordaron pagar más por el producto que antes, ya que podían comprar a granel en los puntos centrales de recolección. Debido a esta comercialización colectiva, los/as agricultores generaron más ganancias sin tener que transportar sus productos al mercado.



Mas características



IMPACTOS ADICIONALES

- Se mejoró la calidad del sésamo, ya que los comités de mercado informaron a los miembros sobre los requisitos de calidad
- Las mujeres obtuvieron más control sobre los ingresos participando activamente en la venta de productos.



RETOS

- Dificultades para determinar la cantidad realista de productos para atraer compradores
- Los/as agricultores que venden individualmente para satisfacer necesidades apremiantes socavan el esfuerzo colectivo
- Capital limitado de las empresas compradoras para adquirir todo el sésamo disponible



LECCIONES

- El mercadeo colectivo es posible sin que los agricultores tengan que construir su propia tienda.
- Aumenta la transparencia entre agricultores y compradores y dentro de los hogares.
- Apoyo de ONG necesario para manejar dinámicas de poder en negociaciones