

Barham, James, Debra Tropp, Kathleen Enterline, Jeff Farbman, John Fisk, y Stacia Kiraly. *Guía informativa del centro regional de distribución de productos alimentarios*. U.S. Dept. Of Agriculture, Agricultural Marketing Service. Marzo de 2014. Web. Traducción de Regional Food Hub Resource Guide. U.S. Dept. of Agriculture, Agricultural Marketing Service. Abril de 2012. <<http://dx.doi.org/10.9752/MS198.03-2014>>

El U.S. Department of Agriculture (USDA) prohíbe la discriminación en todos sus programas y actividades por la raza, color, origen nacional, edad, discapacidad y, si corresponde, género, estado civil, situación familiar, situación parental, religión, orientación sexual, ideología política, información genética, represalia o porque la totalidad o parte de los ingresos de un individuo derive de un programa de asistencia pública. (No todas las razones prohibidas se aplican a todos los programas). Las personas con discapacidades que necesiten medios alternativos (braille, tipografía agrandada, cinta de audio, etc.) para recibir la información sobre el programa deben ponerse en contacto con el centro TARGET del USDA llamando al (202) 720-2600 (voz y TDD).

Para presentar una queja sobre discriminación, escriba a: USDA, Assistant Secretary for Civil Rights, Office of the Assistant Secretary for Civil Rights, 1400 Independence Avenue, S.W., Stop 9410, Washington, DC 20250-9410, o llame gratis al (866) 632-9992 (inglés), al (800) 877-8339 (TDD), al (866) 377-8642 (retransmisión federal en inglés) o al (800) 845-6136 (retransmisión federal en español). El USDA es un empleador y proveedor de oportunidades en igualdad de condiciones para todos.

Los nombres comerciales y de empresas se utilizan en esta publicación solamente para brindar información específica. La mención de un nombre comercial o de una empresa no representa garantía ni aval por parte del U.S. Department of Agriculture de la exclusión de otros productos u organizaciones que no se mencionan.

Reconocimientos

Esta guía fue posible gracias a las contribuciones de muchas personas comprometidas. Los autores quisiéramos agradecer especialmente a nuestros socios en la National Food Hub Collaboration por su liderazgo y orientación:

Marty Gerencer, Morse Marketing Consultants y National Good Food Network
Benjamin Vitale y Mike Janis, National Association of Produce Market Managers
Steve Davies y Kelly Verel, Proyecto para Espacios Públicos
Errol Bragg, Carlos Coleman, Adam Diamond, Nina Fallenbaum, Andrew Jermolowicz, Lucas Knowles, Mark Lipson, Stephanie Ritchie, Colleen Rossier y Wendy Wasserman, Subcomité sobre centros regionales de distribución de productos alimentarios de Conozca a su Agricultor, Conozca sus Alimentos (Know Your Farmer, Know Your Food) del USDA

Los autores también quisiéramos reconocer a varios colegas por su orientación y asesoramiento para la National Food Hub Collaboration y por sus contribuciones en materia de investigación:

Joe Colyn, Originz, LLC
Carolyn Dimitri, New York University
Warren King, WellSpring Management
Salima Jones-Daley, Yale University
Lucy Myles, Tufts University
Steve Warshawer, Beneficial Farms CSA

Los autores fuimos afortunados ya que algunos de nuestros compañeros revisaron este manuscrito en sus diversas formas, lo que aportó muchas observaciones perspicaces e inteligentes que, en última instancia, fortalecieron aun más este trabajo. Muchas gracias a:

Erica Block, Local Orbit
Kate Clancy, Consultora de Food Systems
Bob Corshen, Alianza Comunitaria con Pequeños Agricultores (Community Alliance with Family Farmers, CAFF)
Gail Feenstra, University of California, Davis
Chris Harmon, Center For Agricultural Development and Entrepreneurship
Alan Hunt, Local Food Strategies
Rebecca Jablonski, Cornell University
Jim Matson, Matson Consulting
Will Meadows, Lawrence University
Nessa Richman, Brightseed Strategies
Vanessa Zajfen, Distrito escolar unificado de San Diego

Finalmente, los autores quisiéramos expresar nuestro más profundo agradecimiento a los centros regionales de distribución de productos alimentarios descritos en esta guía. Gracias por garantizar que tengamos la información correcta, por brindarnos imágenes para darle vida a esta guía y, sobre todo, por su dedicación y pasión para ayudar a los agricultores y sus comunidades, así como por cumplir un papel tan esencial en la creación de sistemas alimentarios regionales más sólidos.

Gary Peterson, Asociación de Capacitación Agrícola (Agriculture and Land-Based Training Association, ALBA)
Kathlyn Terry, Appalachian Sustainable Development
Steve Warshawer, Beneficial Farms CSA
Benjamin Vitale, Central New York Regional Market
Tatiana Garcia-Granados, Common Market
Christa Sorenson, Co-op Partners Warehouse
Katie Peterman, CROPP Cooperative
Ginny Crothers y Sandi Kronick, Eastern Carolina Organics
Dan Carmody, Eastern Market Corporation
Sheri Griffin, Farm Fresh Rhode Island
Jeffrey Randol y Nancy Smith, Farm to Family Naturally, LLC
Matt Ewer, Green B.E.A.N Delivery
Sona Desai, Intervale Center, Intervale Food Hub
Kate Collier y Emily Manley, Local Food Hub
Bob Waldrop, Oklahoma Food Cooperative
Susan Futrell, Red Tomato
Laura Avery, Santa Monica Farmer's Markets
Jim Crawford y Jeff Taylor, Tuscarora Organic Growers Cooperative
Kevin Lyons, Walsma & Lyons

Introducción	1
El papel de los centros regionales de distribución de productos alimentarios	1
Objetivo y contenido de la guía	3
¿Qué es un centro regional de distribución de productos alimentarios?	5
Explicación del concepto de centro regional de distribución de productos alimentarios	5
¿Qué es un centro regional de distribución de productos alimentarios?	5
¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios ayudan a los agricultores y ganaderos?	6
¿De qué manera difieren los centros regionales de distribución de productos alimentarios de otros distribuidores de alimentos locales?	7
¿Cómo se clasifican los diferentes tipos de centros regionales de distribución de productos alimentarios?	9
¿Los mercados de agricultores y los mercados públicos son centros regionales de distribución de productos alimentarios?	10
¿Los mercados mayoristas tradicionales y los mercados terminales son centros regionales de distribución de productos alimentarios?	11
¿Los centros regionales de distribución de productos alimentarios venden solamente productos alimentarios locales y regionales?	13
¿Qué papel cumplen los centros regionales de distribución de productos alimentarios en el desarrollo del sistema alimentario regional?	13
¿Qué relación hay entre los centros regionales de distribución de productos alimentarios y las cadenas de valor alimentario?	14
¿Qué papel cumple la tecnología en el desarrollo de los centros regionales de distribución de productos alimentarios?	15
Impactos de los centros regionales de distribución de productos alimentarios	16
Impactos económicos	16
¿Qué impactos tienen los centros regionales de distribución de productos alimentarios en la creación de puestos de trabajo?	17
¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios afectan los resultados económicos de los productores?	18
Impactos sociales y medioambientales	21
¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios respaldan el desarrollo de los trabajadores rurales?	21
¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios aumentan el acceso a productos alimentarios saludables?	22
¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios respaldan el uso de prácticas de producción sustentables para el medioambiente?	24
¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios ayudan a reducir el uso de energía y la generación de residuos en sus operaciones?	25

Viabilidad económica de los centros regionales de distribución de productos alimentarios barreras para su crecimiento y estrategias para su abordaje	28
¿Los centros regionales de distribución de productos alimentarios son emprendimientos comerciales económicamente viables?	28
¿Cuáles son algunos de los desafíos más persistentes que enfrentan los centros regionales de distribución de productos alimentarios?	29
¿Qué oportunidades hay para el crecimiento del mercado y la expansión de los centros regionales de distribución de productos alimentarios?	31
¿Qué necesidades se identificaron en términos de respaldo para el desarrollo futuro de los centros regionales de distribución de productos alimentarios?	32
Recursos disponibles para respaldar el desarrollo de los centros regionales de distribución de productos alimentarios	34
¿Qué fondos del gobierno federal se encuentran disponibles para respaldar a los centros de distribución de productos alimentarios?	34
¿Hay fondos disponibles de fundaciones filantrópicas?	35
¿Cuáles son algunos ejemplos de fundaciones filantrópicas que proveen fondos a los centros regionales de distribución de productos alimentarios?	36
¿Los centros regionales de distribución de productos alimentarios pueden obtener fondos de fuentes diversas que tienen intereses diferentes?	37
¿Qué otras fuentes de capital respaldan a los centros regionales de distribución de productos alimentarios?	38
Fuentes de fondos dentro del gobierno federal	40
Fuentes de fondos provenientes de fundaciones y organizaciones sin fines de lucro	68
Apéndice	79
1. Mapa de centros regionales de distribución de productos alimentarios	79
3. Mapa de mercados mayoristas	81
4. Antecedentes sobre la investigación y los resultados hasta la fecha de la National Food Hub Collaboration	82
5. Recursos adicionales para los centros de distribución de productos alimentarios	85
6. Centros regionales de distribución de productos alimentarios presentados	86

Introducción

El impulso para la creación de esta guía y el trabajo que refleja se originaron con el establecimiento de la iniciativa “Conozca a su Agricultor, Conozca sus Alimentos” (Know Your Farmer, Know Your Food, KYF2) del USDA. KYF2, puesta en marcha en 2009, tiene como objetivo fortalecer la conexión crítica entre agricultores y consumidores, así como respaldar los sistemas alimentarios locales y regionales. Como tal, está estrechamente relacionada con la misión más amplia del USDA que consiste en respaldar la agricultura, el desarrollo rural y la nutrición saludable. Si bien no existe oficina, personal ni presupuesto destinados a KYF2, la secretaria adjunta Kathleen Merrigan preside un grupo de trabajo de empleados del USDA que representan a cada agencia del Departamento, que tiene como objetivo derrumbar las estructuras burocráticas, desarrollar soluciones lógicas para las comunidades y los agricultores y fomentar nuevas asociaciones en el USDA y en todo el país.

El grupo de trabajo de KYF2 reconoció anteriormente que uno de los desafíos recurrentes que enfrentan los productores es la falta de una infraestructura de distribución y de servicios que, si estuviera a su disposición, les permitiría aprovechar más la creciente demanda de productos alimentarios cultivados a nivel regional y local en los mercados de volúmenes más grandes (tales como tiendas de comestibles, restaurantes, escuelas, hospitales y universidades). Como respuesta a este desafío, KYF2 estableció un subcomité sobre centros regionales de distribución de productos alimentarios para examinar el papel de dichos centros en lo que respecta a facilitarles el acceso al mercado a los productores, así como su potencial para expandir la disponibilidad de productos alimentarios frescos y saludables en las comunidades, incluidas las comunidades menos favorecidas.

A fin de atraer a un grupo diverso de inversionistas informados y motivados a este proyecto, el USDA se asoció con el Wallace Center¹ de Winrock International para establecer la National Food Hub Collaboration en octubre de 2010. Junto con el USDA y el Wallace Center, los miembros fundadores de la Collaboration incluyen la National Good Food Network,² la National Association of Produce Market Managers³ y la organización sin fines de lucro Proyecto para Espacios Públicos con sede en Nueva York.⁴ Desde su establecimiento, la National Food Hub Collaboration ha trabajado para identificar y describir a los centros regionales de distribución de productos alimentarios de todo el país, así como para recopilar y analizar datos sobre el alcance y la magnitud de las operaciones de los centros de distribución de productos alimentarios a fin de entender con mayor claridad su papel e impacto potenciales en el sistema alimentario de los EE. UU. y los desafíos e impedimentos constantes que enfrentan.

La investigación realizada hasta la fecha incluyó la creación de una base de datos de las operaciones de los centros regionales de distribución de productos alimentarios (consulte el Apéndice 1); la creación de un grupo de enfoque con líderes clave en la industria del mercado mayorista; una encuesta nacional en línea a centros de distribución de productos alimentarios y mercados públicos; entrevistas telefónicas de seguimiento con una submuestra de los centros de distribución de productos alimentarios encuestados y, más recientemente, una encuesta en línea a mercados mayoristas para determinar la disponibilidad de infraestructura y servicios que podrían usar los centros (consulte el Apéndice 4 para conocer más antecedentes sobre los métodos y resultados de la investigación).

Este documento es un resultado directo del trabajo de la Collaboration

y de los logros obtenidos durante el último año. Mediante la compilación de información relevante y práctica, la Collaboration espera poder compartir las lecciones aprendidas, promover el éxito continuo de los centros de distribución de productos alimentarios activos e incentivar el desarrollo de nuevas operaciones de estos centros.

El papel de los centros regionales de distribución de productos alimentarios

Después de encuestar y entrevistar a muchos de los centros regionales de distribución de productos alimentarios de los Estados Unidos que actualmente están en funcionamiento, la Collaboration pudo hacerse una idea mucho más clara del papel que cumplen estos centros en nuestro sistema alimentario en evolución:

- **Los centros regionales de distribución de productos alimentarios aumentan el acceso al mercado para los productores locales y regionales:** muchos agricultores y ganaderos, especialmente los más pequeños, se ven amenazados por la falta de una infraestructura de distribución y procesamiento de magnitud adecuada que les brindaría mayor acceso a los mercados minoristas, institucionales y comerciales de servicios alimentarios, donde la demanda de productos alimentarios locales y regionales sigue creciendo. Los centros de distribución de productos alimentarios ofrecen una combinación de servicios de producción, distribución y comercialización que les permite ingresar en mercados nuevos y adicionales a los que les sería imposible acceder por sí solos.

1 wallacecenter.org

2 www.ngfn.org

3 www.napmm.org

4 www.pps.org

- **Los centros regionales de distribución de productos alimentarios complementan y añaden un valor considerable al sistema de distribución de alimentos actual:** para los compradores minoristas e institucionales que quieren comprar productos locales, los centros pueden reducir los costos de transacción al ofrecer un único punto de compra de suministros permanentes y confiables de productos de origen identificado de productores locales y regionales. Además, al cumplir con funciones de centralización de pequeñas granjas, estos centros pueden añadir un valor importante a los canales de distribución más tradicionales al asociarse con distribuidores de alimentos regionales (así como con sus clientes y socios de distribución nacional de alimentos), lo que les permitiría ofrecer una gama más amplia y diversa de productos locales o regionales que la que podrían ofrecer de otro modo.

- **Los centros regionales de distribución de productos alimentarios tienen un importante impacto económico, social y medioambiental en sus comunidades:** si bien muchos de estos centros son relativamente nuevos, poseen modelos comerciales innovadores que pueden resultar viables en términos financieros y hacer la diferencia en sus respectivas comunidades. En términos económicos, exhiben un volumen de ventas impresionante y ayudan a conservar y crear nuevos puestos de trabajo en el sector alimentario y agrícola. En términos sociales, los centros de distribución de productos alimentarios brindan un respaldo importante en lo que respecta a la producción, la comercialización y el desarrollo empresarial a los productores nuevos y existentes, con miras a la creación de la próxima generación de agricultores y ganaderos. Además, muchos centros realizan un esfuerzo conjunto para

expandir su alcance de mercado en las áreas menos favorecidas que carecen de productos alimentarios frescos y saludables. En términos medioambientales, los centros de distribución de productos alimentarios ayudan a que los productores generen capacidad para desarrollar suministros más confiables de productos locales y regionales cultivados de manera sustentable y reducen el uso de energía y la generación de residuos en el proceso de distribución.

- **El éxito de los centros regionales de distribución de productos alimentarios está impulsado por el pensamiento emprendedor y prácticas comerciales responsables, junto con el deseo de generar un impacto social:** los operadores de centros de distribución de productos alimentarios son empresarios expertos que identificaron un desafío (cómo satisfacer la demanda de los mercados minoristas e institucionales de abastecerse a partir de pequeños y medianos productores) y que, con gran destreza, han encontrado soluciones adecuadas para cada región que no solo dan resultados económicos positivos, sino que también brindan servicios valiosos a los productores y sus comunidades. Estos operadores representan una nueva clase de emprendedores del sector alimentario, que está demostrando cada vez más un modelo comercial sólido en términos financieros y que puede estar orientado al mercado y a una misión.

El USDA y sus socios en la National Food Hub Collaboration reconocen de inmediato que, por sí solos, los centros regionales de distribución de productos alimentarios no podrán solucionar el sinnúmero de desafíos de distribución, sin mencionar los desafíos de producción y procesamiento, que obstaculizan la capacidad de los productores para aprovechar al máximo la creciente demanda de los consumidores de productos alimentarios cultivados a nivel local. Esta situación requerirá de una

mayor colaboración con las industrias mayorista y de distribución de alimentos actuales (tales como agricultores-transportistas, distribuidores de línea completa y especializados, mayoristas, corredores, mercados mayoristas de frutas y verduras y mercados terminales) para determinar de qué manera los centros de distribución de productos alimentarios pueden complementar y añadir valor al ya crítico papel que estas operaciones cumplen en el traslado de los productos alimentarios a los mercados.

La buena noticia es que esta colaboración ya está en proceso, a medida que los centros regionales se asocian con distribuidores de frutas y verduras para ofrecer servicios como coordinación y capacitación para productores, verificación de origen, centralización y comercialización que les brinden a los distribuidores y a sus clientes un mayor acceso a los productos locales y regionales. Además, dado que los centros de distribución de productos alimentarios están definidos, en gran medida, por un conjunto de prácticas comerciales y no por una estructura legal, varios distribuidores de frutas y verduras y mercados mayoristas modifican sus operaciones para satisfacer la demanda de productos locales y regionales de origen identificado de sus clientes, lo que hace que, básicamente, transformen sus empresas en centros regionales de distribución de productos alimentarios. Dentro del contexto de estos cambios en la formación de asociaciones estratégicas y la transformación de las prácticas comerciales es donde podrá presentarse y se presentará el mayor potencial para que los sistemas se transformen en economías alimentarias locales y regionales.

Objetivo y contenido de la guía

Esta guía está dirigida a los emprendedores del sector alimentario y los colaboradores de estos que estén interesados en establecer centros de distribución de productos alimentarios y los operadores de centros actuales que estén interesados en expandirse. Esta guía también servirá de ayuda para que fundaciones filantrópicas, organismos públicos, instituciones prestamistas y organizaciones de desarrollo económico comprendan la naturaleza, la función y los modelos operativos de los centros de distribución de productos alimentarios, y que colaboren con los centros de su área. Tanto los centros regionales de distribución de productos alimentarios recién establecidos como los que cuentan con más trayectoria plantearon algunas necesidades al establecer su empresa o a medida que esta crecía. Esta guía aborda algunas de esas necesidades al responder varias preguntas frecuentes, que incluyen las siguientes:

- ¿Qué es un centro regional de distribución de productos alimentarios?
- ¿Qué impactos tienen los centros regionales de distribución de productos alimentarios en sus comunidades?
- ¿Cuáles son algunas de las barreras que impiden el crecimiento de los centros regionales de distribución de productos alimentarios y de qué manera pueden abordarse?
- ¿Qué recursos financieros se encuentran disponibles para respaldar el desarrollo de los centros regionales de distribución de productos alimentarios?

A fin de responder estas y otras preguntas relevantes, esta guía está organizada en cuatro secciones principales:

Explicación del concepto de centro regional de distribución de productos alimentarios

Con el creciente interés en los centros regionales de distribución de productos alimentarios por parte de una amplia gama de proveedores de fondos para sistemas alimentarios, planificadores, empresas, investigadores y proveedores de servicios, es necesario aclarar qué es y qué no es un centro regional de distribución de productos alimentarios. La primera sección de esta guía brinda respuestas a algunas de las preguntas frecuentes sobre el concepto de centro de distribución de productos alimentarios y su papel en el desarrollo de los sistemas alimentarios regionales.

Impactos de los centros regionales de distribución de productos alimentarios

Un conjunto de preguntas muy importantes que se presentaron a la Collaboration fue qué tipo de impactos económicos, sociales y medioambientales tienen los centros regionales de distribución de productos alimentarios en sus comunidades. Aunque aun hay mucho trabajo por hacer en esta área, esta sección ilustra las innumerables maneras en que los centros de distribución de productos alimentarios generan un impacto positivo en el desarrollo y la calidad de vida de las comunidades locales.

Viabilidad económica de los centros regionales de distribución de productos alimentarios, barreras para su crecimiento y estrategias para su abordaje

En función de las entrevistas de seguimiento a los centros de distribución de productos alimentarios encuestados y de las conversaciones adicionales con otros operadores de centros, esta sección comienza explorando si los centros de distribución de productos alimentarios pueden ser empresas viables en términos financieros y, al mismo tiempo, mantenerse fieles a sus objetivos económicos, sociales y medioambientales. Luego, esta sección destaca algunas de las barreras más persistentes para el crecimiento comercial que encuentran los operadores de centros de distribución de productos alimentarios y ofrece varias estrategias para abordarlas.

Recursos disponibles para respaldar el desarrollo de los centros regionales de distribución de productos alimentarios

A medida que los centros regionales de distribución de productos alimentarios siguen cobrando impulso y expandiendo sus operaciones, una de sus necesidades principales es obtener acceso al capital financiero y al respaldo para el desarrollo comercial. Hay disponible un abanico de opciones de fondos provenientes de fuentes federales y no federales para financiar las diferentes etapas del desarrollo de un centro de distribución de productos alimentarios, desde planificación comercial y asistencia técnica hasta capital circulante y mejoras en la infraestructura física. Esta sección, y la mayor parte de esta guía, están dedicadas a ayudar a los operadores y colaboradores de centros de distribución de productos alimentarios a explorar y comprender mejor la variedad de recursos humanos y financieros que tienen a su alcance.

Explicación del concepto de centro regional de distribución de productos alimentarios

El concepto de centro regional de distribución de productos alimentarios ha despertado el interés de una amplia variedad de proveedores de fondos para sistemas alimentarios, asesores, empresas, investigadores y proveedores de servicios. Este interés trajo aparejada cierta confusión sobre qué es y qué no es un centro regional de distribución de productos alimentarios. La primera sección de esta guía brinda respuestas a algunas de las preguntas frecuentes sobre el concepto de centro de distribución de productos alimentarios y su papel en el desarrollo de los sistemas alimentarios regionales.

¿Qué es un centro regional de distribución de productos alimentarios?

Con el creciente interés en estos centros surgen varias definiciones, que van desde las que definen a los

centros de distribución de productos alimentarios estrictamente en términos de las funciones de eficacia de mercado hasta las definiciones más amplias que incorporan a los centros de distribución de productos alimentarios en una visión de mayor alcance relacionada con la construcción de un sistema alimentario más sustentable. Por ejemplo, el concepto de centros saludables de distribución de productos alimentarios como espacios comunitarios asentados en una tienda de productos alimentarios donde también se ofrecen otros servicios sociales y financieros se afianzó en algunos círculos de planificación urbana y salud pública. El concepto resulta atractivo debido a su interés centrado en el consumidor y a su meta de aumentar el acceso a los productos alimentarios saludables, pero el concepto de centro regional de distribución de productos alimentarios tiene un enfoque y una función muy diferentes.

Después de haberse contactado con una gran cantidad de partes interesadas en los centros de distribución de productos alimentarios y aprendido de estos,

la National Food Hub Collaboration perfeccionó su definición operativa para reflejar de manera más adecuada toda la gama de centros de distribución de productos alimentarios que operan en los Estados Unidos. La Collaboration propone la siguiente definición:

Un centro regional de distribución de productos alimentarios es una empresa u organización que maneja activamente la centralización, distribución y comercialización de productos alimentarios de origen identificado, principalmente de productores locales y regionales, con el fin de fortalecer su capacidad para satisfacer la demanda mayorista, minorista e institucional.

Los centros regionales de distribución de productos alimentarios representan mecanismos clave para generar suministros grandes, regulares y confiables de productos alimentarios locales o regionales en su mayoría. En el

Características que definen a un centro regional de distribución de productos alimentarios

Los centros regionales de distribución de productos alimentarios se definen menos por una estructura legal o comercial específica que por la manera en que sus funciones y resultados afectan a los productores y a las comunidades en general a las que abastecen. Las características que los definen incluyen las siguientes:

- **Realiza o coordina la centralización, distribución y comercialización de, principalmente, productos alimentarios de origen local o regional de varios productores a varios mercados.**
- **Ve a los productores como socios comerciales valiosos** y no como proveedores intercambiables y se compromete con la compra a pequeños y medianos productores locales siempre que sea posible.
- **Trabaja en estrecha colaboración con los productores**, en especial con los pequeños, para garantizar que puedan cumplir con los requisitos de los compradores, ya sea brindándoles asistencia técnica o encontrando socios que puedan brindar dicha asistencia.
- **Implementa estrategias de diferenciación de productos para garantizar que los productores obtengan un buen precio por estos.** Algunos ejemplos de estrategias de diferenciación de productos son la preservación de la identidad (saber quién es el productor y cuál es el origen del producto), el desarrollo de marca del grupo, los atributos de productos especiales (por ejemplo, tomate reliquia [heirloom] o variedades poco comunes) y las prácticas de producción sustentables (como certificación orgánica, uso mínimo de plaguicidas y cultivo natural).
- **Tiene como meta ser viable en términos financieros y, al mismo tiempo, generar un impacto económico, social y medioambiental positivo en sus comunidades** mediante determinadas actividades y servicios relacionados con la producción, la comunidad y el medio ambiente.



Agricultores y personal de Eastern Carolina Organics

corazón de los centros de distribución de productos alimentarios se encuentra un equipo de administración comercial que coordina activamente la logística de la cadena de suministro. Los centros de distribución de productos alimentarios trabajan en el sector del suministro junto con los productores en áreas como prácticas de producción sustentables, planificación de la producción, ampliación de temporada, empaque, desarrollo de marca, certificación y seguridad alimentaria. Todo esto se realiza a fin de permitirles a estos productores acceder a los clientes mayoristas, tales como compradores para instituciones de servicios alimentarios y tiendas minoristas. A la vez, los centros de distribución de productos alimentarios trabajan también en el sector de la demanda, al coordinar esfuerzos con otros distribuidores, procesadores, compradores mayoristas e incluso consumidores, a fin de garantizar que puedan satisfacer la creciente demanda del mercado de productos de origen identificado, de producción sustentable y cultivados a nivel local o regional.

Un claro ejemplo de un centro regional de distribución de productos alimentarios es Eastern Carolina Organics (ECO), una Sociedad de Responsabilidad

Limitada (Limited Liability Company, LLC) de capital privado con sede en Pittsboro, Carolina del Norte. Esta sociedad fue establecida por un grupo de agricultores en 2004 a través de una organización local sin fines de lucro llamada Carolina Farm Stewardship Association (CFSA). ECO comercializa y distribuye frutas y verduras orgánicas locales provenientes de 40 agricultores a más de 150 clientes, que incluyen tiendas de comestibles, cooperativas alimentarias, asociaciones de compradores, restaurantes, escuelas, proveedores de servicios alimentarios y universidades. Al agrupar diversas cosechas de los agricultores de varias regiones de Carolina del Norte, puede satisfacer la demanda de un buen número de opciones de productos alimentarios locales, orgánicos, de estación y de alta calidad durante todo el año.

Además de coordinar la logística de la cadena de suministro, muchos centros de distribución de productos alimentarios invirtieron en infraestructura para la distribución de alimentos. Generalmente, arrendan o son propietarios de un depósito que funciona como punto de entrega para los productores y como punto de recolección para las empresas de distribución y otros clientes. Las actividades de un centro de

distribución de productos alimentarios en un depósito pueden incluir el almacenamiento en seco o en frío, la clasificación, embalaje, etiquetado y procesamiento primario (recorte, corte y refrigeración), que se realizan para garantizar que los centros de distribución de productos alimentarios puedan cumplir con las normas de compra de sus clientes mayoristas. Muchos centros arrendan o son propietarios de camiones que se usan para recoger los productos de la granja o enviarlos a las tiendas minoristas o los establecimientos de servicios alimentarios institucionales.

Sin embargo, algunos centros de distribución de productos alimentarios no invirtieron en infraestructura de distribución, sino que optaron por realizar asociaciones estratégicas con otros actores de la cadena de suministro que pueden brindar servicios de depósito, procesamiento y transporte. Un claro ejemplo es Red Tomato, una organización de comercialización y distribución sin fines de lucro con sede en Canton, Massachusetts. Fundada en 1996, Red Tomato coordina la centralización, transporte y venta de una amplia variedad de frutas y verduras provenientes de entre 35 y 40 agricultores a tiendas de comestibles y distribuidores del noreste. Nunca manipula físicamente los productos que vende a su nombre, sino que depende de los agricultores y las compañías de camiones contratadas para brindar servicios de centralización y transporte.

¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios ayudan a los agricultores y ganaderos?

Muchos agricultores y ganaderos se ven desafiados por la falta de una infraestructura de distribución y procesamiento de la magnitud adecuada que les brindaría mayor acceso a los mercados minoristas, institucionales y

6 Consulte la sección Demanda del mercado de productos alimentarios locales en la página 10 de este documento para obtener más información sobre la demanda actual del mercado de productos alimentarios locales y regionales.

comerciales de servicios alimentarios, donde la demanda de productos alimentarios locales y regionales sigue creciendo.⁶ Hay tres razones principales por las que esta falta de infraestructura obstaculiza el desarrollo de los sistemas alimentarios regionales:

Opciones de mercado y oportunidades de ingresos limitadas

Si bien muchos agricultores y ganaderos pequeños aprovecharon las tiendas de comercialización directa al consumidor (como los mercados de agricultores, puestos de venta de productos agrícolas y agricultura apoyada por la comunidad) para vender sus productos, con frecuencia carecen del volumen y del suministro regular que se necesita para atraer a los clientes minoristas y de servicios alimentarios. Este problema es especialmente grave para los operadores de granjas medianas, que son demasiado grandes como para valerse de los canales de comercialización directa como su único punto de venta, pero demasiado pequeños como para competir de manera eficaz en las cadenas de suministro mayoristas tradicionales.

Capacidad de distribución y comercialización limitada

Con frecuencia, los productores no cuentan con el capital ni el acceso a las instalaciones para almacenar, procesar y distribuir sus productos. Además, debido al personal limitado o a la falta de experiencia, no siempre pueden dedicar la atención necesaria para entablar relaciones comerciales exitosas con compradores mayoristas clave o para desarrollar una estrategia de comercialización eficaz por sí solos.

Costos de transacción altos

Muchas veces, a los compradores mayoristas les resulta demasiado costoso comprar los productos directamente a varias granjas y prefieren reducir los costos de transacción comprando los productos a los distribuidores.

En consecuencia, los centros regionales de distribución de productos alimentarios surgieron como una manera eficaz de superar estas barreras de infraestructura y mercado. Para los pequeños y medianos productores que deseen ampliar sus operaciones o diversificar sus canales de mercado,

los centros de distribución de productos alimentarios brindan una combinación de servicios de producción, distribución y comercialización que les permite ingresar a mercados nuevos y adicionales a los que les resultaría imposible acceder por sí solos. Para los productores más grandes, estos centros pueden brindar estrategias de diferenciación de productos y servicios de comercialización para garantizar el mejor precio posible en el mercado. Además, para los mayoristas, distribuidores, minoristas y compradores de servicios alimentarios que quieran comprar mayores volúmenes de productos cultivados a nivel local y regional, los centros de distribución de productos alimentarios reducen los costos de abastecimiento al ofrecer un único punto de compra de suministros permanentes y confiables de productos de origen identificado de productores locales y regionales.

¿De qué manera difieren los centros regionales de distribución de productos alimentarios de otros distribuidores de alimentos locales?

Si bien muchos centros regionales de distribución de productos alimentarios son distribuidores de alimentos locales, estos centros son mucho más que eso. Los centros de distribución de productos alimentarios son ejemplos de modelos comerciales innovadores y basados en la cadena de valor que se esfuerzan por generar un impacto final triple (económico, social y medioambiental) en sus comunidades.

Tipos de servicios y actividades que ofrecen los centros regionales de distribución de productos alimentarios

Servicios operativos

- Distribución
- Centralización
- Corretaje
- Desarrollo de marca y promoción del mercado
- Empaque y reembalaje
- Procesamiento primario (recorte, corte y refrigeración)
- Almacenamiento de productos

Servicios al productor

- Conectar activamente a los productores con los compradores
- Transporte, recolección de pedidos en la granja
- Capacitación en producción y manipulación posterior a la cosecha
- Orientación y servicios sobre administración comercial
- Desarrollo de productos con valor agregado
- Capacitación en seguridad alimentaria y buenas prácticas agrícolas (Good Agricultural Practices, GAP)
- Seguro de responsabilidad civil

Servicios al medio ambiente y la comunidad

- Concienciar a la comunidad sobre los beneficios de comprar productos locales
- Distribución a desiertos alimentarios cercanos⁷
- Donaciones a bancos de alimentos
- Oportunidades de trabajo para los jóvenes y miembros de la comunidad
- Canje del SNAP⁸
- Exámenes médicos, demostraciones de cocina
- Transporte para consumidores
- Programas de reciclado y compostaje

⁷ Para conocer la definición de desierto alimentario, consulte el sitio web www.ers.usda.gov/data/fooddesert/documentation.html

⁸ Programa Asistencial en Nutrición Suplementaria (Supplemental Nutrition Assistance Program, SNAP), también conocido como "cupones para alimentos"

Estos logran este cometido al brindar un conjunto de servicios a los productores, los compradores y a la comunidad en general.

Primero y principal, los centros regionales de distribución de productos alimentarios buscan activamente proporcionar nuevos puntos de venta para los pequeños y medianos productores locales y regionales. Como tales, los centros de distribución de productos alimentarios a menudo brindan, o consiguen socios para que brinden, asistencia técnica a los productores en áreas como planificación de la producción, extensión de temporada, prácticas de producción sustentables, seguridad alimentaria y manipulación posterior a la cosecha, lo que aumenta la capacidad de dichos productores para cumplir con los requisitos de los compradores mayoristas (como cantidad, volumen, regularidad, empaque, seguro de responsabilidad civil y seguridad alimentaria). Los centros de distribución de productos alimentarios también trabajan con los productores para añadir valor a sus productos mediante varias estrategias de diferenciación de productos, que incluyen la preservación de la identidad (saber quién es el productor y cuál es el origen del producto), el desarrollo

de marca del grupo, la trazabilidad, la procedencia, los atributos del producto (por ejemplo, reliquia [heirloom], variedades poco comunes) y las prácticas de producción sustentables (como certificación de producto orgánico, uso mínimo de plaguicidas y cultivo natural). Dependiendo de la capacidad de su infraestructura física, algunos centros brindan otros servicios, como compras a granel de materias primas, procesamiento primario y almacenamiento de productos.

Dado que la mayoría de los centros están profundamente arraigados en sus comunidades, con frecuencia realizan varios servicios comunitarios. Estos incluyen realizar donaciones a bancos de alimentos, concienciar a los consumidores sobre los beneficios de comprar productos alimentarios locales, organizar visitas educativas a granjas, ofrecer capacitación agrícola, aumentar el acceso a productos alimentarios saludables mediante el establecimiento de mecanismos de envío a áreas menos favorecidas y, en el caso de los centros de distribución de productos alimentarios que venden al por menor, realizar actividades como canjes del SNAP, capacitación en nutrición y cocina y exámenes médicos.



El depósito de Oklahoma Food Cooperative en un día de envíos: los agricultores descargan los productos locales, que luego se clasifican para su envío a varios emplazamientos donde los consumidores podrán retirarlos.

Sin embargo, esto no significa que un distribuidor de frutas y verduras locales no puede ser un centro regional de distribución de productos alimentarios. Muchos distribuidores locales de frutas y verduras operan como centros de distribución de productos alimentarios y todos comparten los siguientes atributos:

- En el corazón de su modelo comercial se encuentra el compromiso de comprar productos a pequeños y medianos agricultores locales siempre que sea posible.
- Trabajan en estrecha colaboración con sus productores a fin de que generen capacidad para cumplir con los requisitos de los compradores mayoristas.
- Garantizan un buen precio para los productos de sus agricultores al implementar estrategias de diferenciación de productos para que dichos productos tengan un valor adicional en el mercado.
- En última instancia, los distribuidores ven a sus productores más como socios valiosos que como proveedores intercambiables.



Área de almacenamiento temporal en el depósito de Walsma & Lyons

Un claro ejemplo es Walsma & Lyons, una empresa de capital privado que se encarga de la distribución de frutas y verduras frescas y que ha operado cerca de Grand Rapids, Minnesota, desde 1949. La empresa ha entablado relaciones a largo plazo con más de 15 pequeños y medianos agricultores. Walsma & Lyons conecta a los agricultores con información sobre seguridad alimentaria y garantiza que estos cumplan con los requisitos de las GAP de los compradores. También implementa el reembalaje para que los pedidos sean más pequeños y fáciles de manejar para los clientes de servicios alimentarios, brinda seguro de responsabilidad civil y preserva la identidad regional de los productos, de modo que los agricultores puedan obtener un precio más alto.

¿Cómo se clasifican los diferentes tipos de centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Generalmente, los centros regionales de distribución de productos alimentarios se clasifican por su estructura o su función. Una manera de clasificar a los centros por su estructura es según la estructura comercial legal, que incluye: organizaciones sin fines de lucro (que normalmente surgen a partir de iniciativas comunitarias), centros de distribución de productos alimentarios de capital privado (una sociedad de responsabilidad limitada u otra estructura corporativa), cooperativas (propiedad de productores o consumidores) y centros de distribución de productos alimentarios de capital público (este es normalmente el caso de



Un comprador mayorista retirando un pedido en el Santa Monica Farmers Market.

un mercado público o de agricultores que es propiedad de la ciudad y que realiza las actividades de un centro de distribución de productos alimentarios).

Con frecuencia, la estructura legal de un centro de distribución de productos alimentarios influye en su operación y función, en especial en las áreas de inversión de capital, manejo de riesgos y riesgos de incurrir en responsabilidades civiles. Por ejemplo, los centros de distribución de productos alimentarios sin fines de lucro tienen un mayor acceso a programas de subsidios y donaciones que los de capital privado, ya estos son elegibles para más programas federales y estatales de asistencia que las entidades privadas. Por otro lado, los centros de distribución de productos alimentarios sin fines de lucro enfrentan mayores dificultades para acceder a préstamos, líneas de crédito renovables y a otras formas de inversión privada en comparación con las entidades comerciales con fines de lucro. Otro ejemplo son las cooperativas de productores, que tienen la ventaja de poder usar el patrimonio de los miembros y aprovechar los servicios comerciales que brindan los programas de extensión cooperativa, pero que cuentan con menos programas de subsidios y préstamos que las organizaciones sin fines de lucro.

En términos de su función, los centros de distribución de productos alimentarios se pueden clasificar según el mercado principal al que abastecen. Estos mercados se pueden definir de la siguiente manera:

Tipos de centros regionales de distribución de productos alimentarios

Situación legal de los centros de distribución de productos alimentarios	Número	Porcentaje
De capital privado	67	40 %
Sin fines de lucro	54	32 %
Cooperativa	36	21 %
De capital público	8	5 %
Informal	3	2 %

Modelo de mercado	Número	Porcentaje
De la granja a la empresa/ institución (F2B)	70	42 %
De la granja al consumidor (F2C)	60	36 %
Híbrido (F2B y F2C)	38	22 %

* Según un listado de 168 centros regionales de distribución de productos alimentarios identificados por la National Food Hub Collaboration (actualizado por última vez el 1 de diciembre de 2011).

- Modelo de la granja a la empresa/institución
- Modelo de la granja al consumidor
- Modelo híbrido

A través del modelo de la granja a la empresa/institución, los centros de distribución de productos alimentarios venden a los compradores del mercado mayorista, como cooperativas alimentarias, tiendas de comestibles, empresas institucionales de servicios alimentarios y restaurantes. Mediante este modelo, los centros de distribución de productos alimentarios brindan a los agricultores locales nuevos puntos de venta mayorista a los que les sería difícil o imposible acceder individualmente.

Si bien este es uno de los objetivos principales de un centro de distribución de productos alimentarios, algunos centros se enfocan en el modelo de la granja al consumidor. En este caso, el centro se encarga de la comercialización, centralización, empaque y distribución de los productos directamente al consumidor. Esto incluye a empresas que se basan en la agricultura apoyada por la comunidad (Community Supported Agriculture, CSA) y que reúnen la producción de varias granjas, como Beneficial Farms; asociaciones de compradores en línea, como Oklahoma Food Cooperative; empresas de envío de productos alimentarios, como Green B.E.A.N. Delivery y mercados móviles como el Gorge Grown Mobile Farmers' Market.

A través del modelo híbrido, el centro de distribución de productos alimentarios vende a compradores del mercado mayorista y también directamente a los consumidores. Un buen ejemplo de este tipo de centro con modelo híbrido es Intervale Food Hub, una colaboración entre agricultores que cuenta con 22 miembros y está administrada por el Intervale Center en Burlington, Vermont. El Intervale Food Hub vende los productos de sus agricultores directamente a los consumidores a través de una CSA con más de 300 miembros y realiza ventas mayoristas a 12 restaurantes y proveedores de productos alimentarios, dos escuelas y un hospital local.



Descarga de productos en el centro cooperativo de distribución de La Montaña

¿Los mercados de agricultores y los mercados públicos son centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Los mercados de agricultores y los mercados públicos son lugares excelentes para que los consumidores domésticos compren productos cultivados a nivel local y regional directamente a los productores, pero uno de los objetivos principales de

un centro regional de distribución de productos alimentarios es brindar a los productores acceso a mercados más grandes, como alternativa a las opciones de comercialización directa al consumidor. Los centros regionales logran dicho objetivo al coordinar activamente las actividades de la cadena de suministro, al buscar mercados nuevos para los productores y crear asociaciones estratégicas con procesadores y otros distribuidores, de modo que los miembros productores del centro de distribución de productos alimentarios puedan cumplir con los requisitos de calidad y cantidad que exigen los compradores comerciales e institucionales. Por el contrario, en



El Central New York Regional Market en su mercado de agricultores del sábado

la mayoría de los casos, los gerentes de los mercados de agricultores o de los mercados públicos no están involucrados en dichas actividades y, por lo tanto, no se les considera centros regionales de distribución de productos alimentarios. Sin embargo, algunos mercados de agricultores y mercados públicos han comenzado a implementar la comercialización estratégica y la centralización y, de ese modo, se les podría clasificar como centros de distribución de productos alimentarios.

Un claro ejemplo es Santa Mónica Farmers Markets, un grupo de cuatro mercados de agricultores de propiedad pública que abrieron en Santa Mónica, California, entre 1981 y 1995. Además de los 185 productores que venden directo a los consumidores, el mercado brinda frutas y verduras frescas durante todo el año al programa “Barra de Ensaladas del Mercado de Agricultores” (Farmers Market Salad Bar) del distrito escolar unificado de Santa Mónica-Malibú. Las frutas y verduras frescas se encargan con anticipación a los proveedores agrícolas y se embalan a fin de que estén listas para que las escuelas las retiren antes de que abran los mercados.

Lo mismo ocurre con otras tiendas minoristas que venden productos alimentarios cultivados a nivel local, como cooperativas alimentarias o tiendas de comestibles. La mayoría de estas tiendas minoristas no trabajan directamente con productores locales y regionales a fin de ayudarlos a captar varios canales de mercado mayorista para sus productos. Es posible que dichas tiendas se abastezcan de productos alimentarios a partir de varios productores locales para vender en sus propias tiendas, pero solo se les clasifica como centros regionales de distribución de productos alimentarios si también ofrecen una gama de servicios (como centralización, distribución, procesamiento, corretaje, desarrollo del mercado o desarrollo de marca) que les permita a los productores acceder a nuevos mercados mayoristas más allá de sus propias tiendas. En consecuencia, la mayoría de las tiendas minoristas de alimentos no son centros regionales de distribución de productos alimentarios, sino mercados esenciales que compran productos

locales y regionales a dichos centros. Sin embargo, existen algunas excepciones a esta regla: unas cuantas tiendas minoristas de alimentos han establecido filiales que brindan una gama de servicios de producción, distribución y comercialización a productores locales y regionales que van más allá de las necesidades inmediatas de sus tiendas.

Dos claros ejemplos son la cooperativa alimentaria La Montañita de Nuevo México y Co-op Partners Warehouse de The Wedge Cooperative en St. Paul, Minnesota. En 2007, La Montañita estableció la Iniciativa de Zonas Alimentarias Regionales (Regional Foodshed Initiative) a fin de expandir la compra y distribución de productos regionales cultivados de manera sustentable provenientes de pequeños y medianos productores para las cuatro tiendas de la cooperativa, y a fin de ayudar a los productores regionales a acceder a otros canales de mercados mayoristas para sus productos. Co-op Partners Warehouse, establecida por la cooperativa alimentaria The Wedge en 1999, utiliza su propia flota de camiones y camiones de compañías contratadas para vender principalmente frutas y verduras orgánicas suministradas por una red de alrededor de 30 agricultores de Minnesota y Wisconsin a otras cooperativas de consumo, tiendas de alimentos saludables, asociaciones de compradores y restaurantes del norte de la región medio oeste.

¿Los mercados mayoristas tradicionales y los mercados terminales son centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Si los gerentes de un mercado mayorista o terminal operan mayormente como gerentes de propiedades y se dedican principalmente al alquiler de espacios a mayoristas y otros inquilinos, no se les considera centros regionales de distribución de productos alimentarios. Sin embargo, como ocurre con algunos mercados de agricultores, varios

mercados mayoristas y mercados híbridos que son mayoristas y de agricultores operan como centros de distribución de productos alimentarios, ya que la gerencia del mercado comenzó a participar activamente en diversas actividades relacionadas con estos centros.

Un claro ejemplo es el Central New York Regional Market en Syracuse, Nueva York, que opera un mercado mayorista y un mercado de agricultores. Además de la participación del mercado en la transferencia electrónica de beneficios (electronic benefits transfer, EBT), el Programa Asistencial en Nutrición Suplementaria (Supplemental Nutrition Assistance Program, SNAP) del USDA, anteriormente llamado cupones para alimentos (food stamps) y en otros programas de nutrición suplementaria, el mercado opera el mercado móvil “Farm Fresh”, que actúa como un mecanismo de envío eficaz para aumentar el ingreso de productos alimentarios saludables en las comunidades menos favorecidas.

Aunque estos mercados mayoristas tradicionales y mercados terminales no estén clasificados como centros de distribución de productos alimentarios, pueden seguir cumpliendo un papel esencial en el respaldo al desarrollo de sistemas alimentarios regionales sólidos. Los emplazamientos de muchos mercados mayoristas ya cuentan con infraestructura de distribución (como espacio para depósito, unidades de almacenamiento con variación de temperatura y equipos de procesamiento) adecuada para las actividades de un centro de distribución de productos alimentarios. Las instalaciones existentes de mercados mayoristas y terminales con exceso de capacidad, así como otros depósitos de productos alimentarios de gran magnitud (como los administrados por bancos de alimentos) son, generalmente, las ubicaciones más rentables para los operadores y asesores de centros de distribución de productos alimentarios, que pueden aprovechar la infraestructura existente y renovarla para que se adapte a sus necesidades comerciales (consulte el Apéndice 3 para obtener información sobre las ubicaciones de las instalaciones de mercados mayoristas y terminales en los Estados Unidos).

Demanda del mercado de productos alimentarios locales

“Son muchas más las personas que consumen alimentos de origen local que las que consumen alimentos orgánicos. Cuando piensan en productos locales, piensan en productos frescos y quieren brindar su apoyo a los agricultores y empacadores locales”.

- Informe de la encuesta a los consumidores 2011 de la National Grocers Association

Según un estudio reciente del Economic Research Service del USDA, se estimó que las ventas de productos alimentarios locales a través de todos los canales de comercialización en los Estados Unidos fueron de \$4.8 mil millones en 2008 y se prevé que asciendan a \$7 mil millones en 2011.⁹

Un factor crítico que con frecuencia se ignora en la evaluación de los sistemas alimentarios locales y regionales es el hecho de que la mayor parte de la demanda de productos alimentarios locales y regionales se presenta fuera de los canales de comercialización directa al consumidor (como los mercados de agricultores, las CSA y los puestos de venta de productos agrícolas). La mayor parte de las ventas de productos alimentarios locales y regionales en los Estados Unidos se produce en el sector minorista y de servicios alimentarios, así como en establecimientos que atraen a consumidores de todos los niveles de ingresos.

Los restaurantes, los establecimientos minoristas de venta de comestibles y las escuelas siguen adoptando la tendencia del consumo de alimentos locales y regionales, con miras a satisfacer el paladar y los intereses de sus clientes, quienes optan cada vez más por comprar productos alimentarios en establecimientos que ofrecen opciones locales y regionales:

- En una encuesta a los consumidores realizada en 2011, el 86 % de los encuestados respondió que describiría la presencia de productos alimentarios locales como un factor “muy importante” o “relativamente importante” en la elección de una tienda de alimentos, en comparación con el 79 % en 2009.¹⁰
- Según una encuesta realizada en 2011 a aproximadamente 1,800 chefs, el uso de productos alimentarios de origen local fue elegido como la tendencia principal de los restaurantes para el 2012, que ha sido así por cuarto año consecutivo.¹¹
- En enero de 2011, Bon Appetit Management Company, que dirige más de 400 cafés corporativos y universitarios en más de 30 estados, cumplió su meta de firmar contrato con 1,000 pequeños agricultores, pescadores y artesanos culinarios a través de su programa De la Granja al Plato (Farm to Fork).¹²
- El número de programas de la granja a la escuela, que utilizan a las granjas locales para abastecerse de productos alimentarios para programas de alimentación escolar, llegó a 2,000 en 2011, cinco veces más desde 2004.¹³

9 Low, Sarah A. y Stephen Vogel. Direct and Intermediated Marketing of Local Foods in the United States, ERR-128, USDA, Economic Research Service, noviembre de 2011. www.ers.usda.gov/Publications/ERR128

10 National Grocers Association's 2011 Consumer Report. www.supermarketguru.com/public/pdf/Consumer-Panel-Survey-2011.pdf

11 National Restaurant Association's Chef Survey: What's Hot in 2012.

www.restaurant.org/pressroom/social-media-releases/images/whatshot2012/What's_Hot_2012.pdf

12 Bon Appetit's Farm to Fork Program. www.bamco.com/sustainable-food-service/farm-to-fork-folks

13 National Farm to School Network. Programas de la granja a la escuela en los Estados Unidos (aproximación). www.farmentoschool.org/index.php

¿Los centros regionales de distribución de productos alimentarios venden solamente productos alimentarios locales y regionales?

Muchos centros regionales de distribución de productos alimentarios compran en otra región fuera de temporada, en especial si sus productos principales son frutas y verduras frescas. Por razones comerciales, estos centros deben operar durante todo el año, a menos que su infraestructura y otros activos se puedan utilizar con otros fines para generar ingresos fuera de temporada. Además, los compradores mayoristas necesitan productos durante todo el año; por lo tanto, los centros de distribución que ofrecen productos no locales de calidad similar fuera de temporada están mejor posicionados para mantener el compromiso de los compradores con su relación comercial. De todas formas, gracias a las mejoras constantes en la ampliación de temporada y las técnicas de conservación de los alimentos; a la diversificación de líneas de productos disponibles todo el año (como carnes, lácteos y productos con valor agregado) y al aumento general del suministro local, podría resultar cada vez más viable en términos financieros que, con el transcurso del tiempo, los centros de distribución de productos alimentarios trabajen exclusivamente con productos alimentarios locales y regionales.

¿Qué papel cumplen los centros regionales de distribución de productos alimentarios en el desarrollo del sistema alimentario regional?

En muchas partes del país existen diferencias muy grandes en términos de infraestructura local de procesamiento

y distribución, lo que hace que a los pequeños y medianos agricultores les resulte difícil acceder a mercados donde existe una demanda insatisfecha de productos de origen identificado y cultivados de manera sustentable por productores locales y regionales. Los centros regionales de distribución de productos alimentarios están llenando cada vez más un nicho de mercado que el sistema de distribución de alimentos actual no aborda correctamente: la centralización y distribución de productos alimentarios provenientes de pequeños y medianos productores en los canales de mercados mayoristas locales y regionales (mercados minoristas, restaurantes y mercados institucionales). Además, dado que los centros de distribución de productos alimentarios brindan varios servicios adicionales que permiten que los productores locales aumenten su capacidad y que incentivan a los compradores y consumidores a que repiensen sus opciones y hábitos de compra, estos centros surgen como pilares críticos para la construcción de sistemas alimentarios locales y regionales viables.

Si bien los centros regionales de distribución de productos alimentarios están llenando un nicho de mercado relacionado con la distribución para pequeñas granjas, esto no significa

que no participen en las cadenas de suministro convencionales. De hecho, muchos centros de distribución de productos alimentarios complementan y añaden valor a estos canales de distribución más tradicionales al permitir que los distribuidores de alimentos regionales, así como sus clientes y socios de distribución nacional de alimentos, ofrezcan una gama más amplia y diversa de productos locales o regionales que la que podrían ofrecer de otro modo. Además, estos centros con frecuencia añaden un valor importante a las cadenas de suministro convencionales al brindar un suministro confiable de productos locales de origen identificado (y generalmente de marca) que cumplen con las especificaciones de los compradores y los requisitos de volumen y, aun así, permiten que sus clientes “cuenten la historia” que hay detrás del producto. Por esta razón, los distribuidores regionales, e incluso las empresas de distribución nacional a gran escala y de servicio completo como Sysco, están comenzando a ver a los centros de distribución de productos alimentarios como socios críticos y no como competidores, para garantizar que puedan satisfacer la demanda del mercado de productos alimentarios de origen local y regional.¹⁴



Local Food Hub es un distribuidor de alimentos locales y un centro de centralización para otros distribuidores y mayoristas.

14 Para conocer un caso de estudio sobre la asociación de Sysco con los centros de distribución de productos alimentarios en Michigan, consulte “El recorrido de Sysco de la cadena de suministro a la cadena de valor” (Sysco’s Journey from Supply Chain to Value Chain) en el sitio web de la National Good Food Network: ngfn.org/resources/research-1/innovative-models/

Un claro ejemplo de esta colaboración con beneficios recíprocos es la relación comercial entre el Local Food Hub en Charlottesville, Virginia, y Keany Produce Company, un distribuidor regional de frutas y verduras con sede en Landover, Maryland, que abastece a restaurantes, hoteles y cafeterías corporativas y federales, incluida la cafetería del USDA, en el área metropolitana de Washington, DC. Si bien la actividad principal de Local Food Hub es la distribución local de frutas y

verduras frescas, con el transporte de productos de 50 agricultores locales a más de 100 empresas e instituciones de Virginia Central, también opera como centro de centralización para varios distribuidores de alimentos a gran escala y especializados, como Keany Produce. Al trabajar con el Local Food Hub, Keany ofrece un mayor volumen de productos de alta calidad de origen local provenientes de granjas pequeñas y medianas, y cubre con mayor eficacia la creciente demanda de su clientela.

¿Qué relación hay entre los centros regionales de distribución de productos alimentarios y las cadenas de valor alimentario?

Las cadenas de valor alimentario son redes comerciales de colaboración compuestas por productores, procesadores, distribuidores,



Diseñado por el Agricultural Marketing Service del USDA y el Wallace Center de Winrock International para *Food Value Chains: Lessons Learned from Research and Practice (Cadenas de valor alimentario: Lecciones aprendidas a partir de la investigación y la práctica)* (de próxima publicación).

comerciantes y compradores de productos alimentarios que, conjuntamente, planean y coordinan sus actividades para cumplir objetivos financieros comunes y, al mismo tiempo, presentan un conjunto acordado de valores sociales y medioambientales, como la preservación de las tierras de cultivo, la agricultura sustentable, la viabilidad de las granjas pequeñas o el acceso a productos alimentarios saludables. Además, intentan fomentar la eficacia y la rentabilidad en todos los segmentos de la cadena al mejorar la transparencia y el flujo de la información en toda la cadena, al incorporar valores comunes en sus planes comerciales y al implementar estrategias de diferenciación de productos para aumentar el valor económico de los productos que se venden.

Con frecuencia, los centros de distribución de productos alimentarios son una parte fundamental de las cadenas de valor. Al trabajar en estrecha colaboración con los productores y con otros actores de la cadena de suministro (distribuidores, procesadores y compradores), los centros pueden brindar la infraestructura de distribución y el respaldo logístico que se necesitan para desarrollar productos con valor agregado y localizar mercados locales y regionales donde haya demanda de dichos productos. De igual importancia es el hecho de que los centros también cumplen un papel esencial en la generación de transparencia y flujos de información eficaces entre los socios de la cadena de valor, lo que le permite a cada socio en la red de suministro comprender a fondo los costos operativos de la producción, procesamiento, transporte y comercialización. Todo esto ayuda a garantizar que los socios de la cadena de valor puedan negociar rendimientos aceptables.

¿Qué papel cumple la tecnología en el desarrollo de los centros regionales de distribución de productos alimentarios?

No es coincidencia que el surgimiento del concepto de centro regional de distribución de productos alimentarios se produzca en una época en que la tecnología es cada vez más accesible y portátil, que hace que a todos les resulte más fácil, rápido y rentable que nunca comunicarse, compartir datos y usar herramientas de gestión de inventarios que están adaptadas para satisfacer necesidades locales específicas. Los centros regionales aprovechan estas herramientas tecnológicas, que les permiten a ellos y a sus socios compartir información de manera casi instantánea, obtener un panorama de sus operaciones comerciales prácticamente en tiempo real y realizar transacciones con tan solo presionar un botón.

Las herramientas tecnológicas que más comúnmente se utilizan para conectar a compradores, vendedores y otros actores de la cadena de valor en la misma localidad o región se pueden dividir en dos categorías. El primer conjunto de herramientas se podría definir mejor como “creadoras de relaciones”, ya que brindan a los productores la capacidad de promocionarse a sí mismos y a sus productos disponibles con los compradores potenciales. Si bien los mercados virtuales como estos les permiten a los compradores y vendedores locales y regionales presentarse y entablar conversaciones que podrían resultar en transacciones comerciales, las transacciones reales en sí no tienen lugar en la plataforma electrónica. El comprador y el vendedor realizan y administran la transacción y

la logística de envíos en forma directa. Estas herramientas están pensadas para los compradores que prefieren negociar directamente con los productores, sin utilizar los servicios de los centros de distribución de productos alimentarios. Algunos ejemplos de herramientas “creadoras de relaciones” son Market Maker¹⁵ y Ecotrust’s Food Hub.¹⁶

Otras herramientas están diseñadas para que los centros de distribución de productos alimentarios las utilicen como una forma integral de administrar sus actividades comerciales. Por ejemplo, Local Dirt¹⁷ es una herramienta versátil que permite que los centros de distribución de productos alimentarios les comuniquen a los compradores el volumen y los tipos de productos disponibles de sus productores en tiempo real, así como la capacidad para realizar transacciones en línea y coordinar la logística de envíos. Local Orbit¹⁸ también se promociona como una “oficina administrativa compactada” para los centros de distribución de productos alimentarios. Está diseñada para brindarles las herramientas de software y la capacidad que necesitan para dirigir su empresa, además de un portal de ventas personalizado, asistencia para marketing y servicios como procesamiento de pagos. Otra fuente de servicios para los centros de distribución de productos alimentarios son los sistemas de software de código abierto, como el Local Food Cooperative Software¹⁹, que es el que utiliza la Oklahoma Food Cooperative. Este software gratis fue diseñado para la Oklahoma Food Cooperative, una de las primeras cooperativas alimentarias en línea. Este software hace algunas suposiciones sobre la manera en que funciona la logística de los centros de distribución de productos alimentarios (por ejemplo, supone que un ciclo máximo de pedido-envío es de una vez por semana). De todas formas, podría ser una opción válida y rentable para algunas operaciones de los centros de distribución de productos alimentarios.²⁰

15 national.marketmaker.uiuc.edu

16 food-hub.org

17 localdirt.com

18 localorb.it

19 www.localfoodcoop.org

20 El seminario en línea de la National Good Food Network, The Farmer and the Dell: Technology for Good Food, brinda una descripción general del papel que cumple la tecnología en el desarrollo de los sistemas alimentarios. ngfn.org/resources/ngfn-cluster-calls/ngfn-cluster-calls#september-15-2011

Impactos de los centros regionales de distribución de productos alimentarios

Si bien el interés principal de la investigación hasta la fecha de la National Food Hub Collaboration ha sido comprender las características, logros y desafíos de las operaciones de los centros de distribución de productos alimentarios, la Collaboration ha comenzado a documentar algunos de los impactos económicos, sociales y medioambientales que estos generan en sus comunidades. La evidencia de los impactos de los centros de distribución que se destacan en esta sección proviene de varias fuentes, como la encuesta en línea a centros regionales de distribución de productos alimentarios de la National Food Hub Collaboration (en adelante, "encuesta 2011 de la NFHC"), entrevistas telefónicas de seguimiento a operadores de centros de distribución de productos alimentarios y otras fuentes principales y secundarias como informes anuales, artículos periodísticos y presentaciones.²¹ La sección comienza presentando las diversas formas en que los centros producen un impacto en sus economías locales y continúa destacando de qué manera generan beneficios sociales y medioambientales en sus comunidades.

Impactos económicos

Los centros brindan oportunidades para aumentar el abastecimiento de productos alimentarios locales a mayor escala, lo que permite crear puestos de trabajo, generar impuestos comerciales y aumentar las ganancias en toda la región a medida que aumenta la producción a nivel local. Diversos estudios

examinaron los impactos económicos locales que genera la compra de productos alimentarios locales. Un estudio realizado en el noreste de Ohio concluyó en que, si los 16 condados de la región noreste de Ohio satisficieran el 25 % de su demanda de productos alimentarios con la producción local, se crearían 27,664 puestos de trabajo, lo que brindaría empleo a 1 de cada 8 habitantes desempleados. Además, la producción regional anual aumentaría \$4.2 mil millones y la recaudación de impuestos locales y estatales, \$126 millones.²² Más específicamente, según un estudio reciente sobre la viabilidad de los centros de distribución de productos alimentarios en el sur de Wisconsin, se estima que la operación de un centro de distribución de productos alimentarios que funciona al máximo de su capacidad podría crear 400 puestos de trabajo y aportar \$60 millones adicionales a la economía local. Además, podría abastecer a 50

empresas agrícolas pequeñas en la región sur de Wisconsin, con el potencial de aumentar sus ingresos agrícolas totales de \$900,000 a \$1.8 millones.²³

Si bien muchos centros se encuentran en las etapas tempranas de su desarrollo comercial, ya han demostrado ser importantes generadores de ingresos en sus economías locales y regionales. Según la encuesta 2011 de la NFHC, los centros de distribución de productos alimentarios obtienen ingresos brutos de aproximadamente \$1 millón en ventas anuales, y algunos tuvieron un incremento en las ventas anuales de dos e incluso tres dígitos. Por ejemplo, la Oklahoma Food Cooperative, que en 2003 contaba con 36 consumidores y \$3,500 en ventas durante su primer mes de operación, ahora genera alrededor de \$70,000 en ventas mensuales de productos de unos 200 productores.²⁴ Además, entre 2007 y 2008, sus ingresos brutos aumentaron un 52 %



El Intervale Food Hub fue testigo de un notable incremento en las ventas debido a la gran demanda de productos alimentarios de origen local.

21 Consulte el Apéndice 4 para obtener más información sobre la investigación que realizó la National Food Hub Collaboration.

22 Masi, B., L. Shaller y M. Shuman (diciembre de 2010). The 25 % Shift: The Benefits of Food Localization for Northeast Ohio and How to Realize Them. www.neofoodweb.org/sites/default/files/resources/the25shift-foodlocalizationintheNEOregion.pdf

23 Departamento de Planificación y Desarrollo del condado de Dane (septiembre de 2011). Estudio sobre la viabilidad de los centros de distribución de productos alimentarios del sur de Wisconsin. pdf.countyofdane.com/Purchasing/RFI__111101_Packing_House_Study.pdf

24 blogs.usda.gov/2010/12/16/oklahoma-food-co-op-from-buying-club-to-food-hub

y, en algunos meses, los ingresos por ventas tuvieron aumentos anuales de un 80 %.²⁵ El Local Food Hub (LFH) en Charlottesville, Virginia, comenzó a operar en julio de 2009 y, al finalizar ese año, obtuvo \$75,000 en ventas. En 2010, LFH obtuvo ingresos brutos de \$365,000 y está en vías de casi duplicar este monto en 2011, con \$675,000 en ventas brutas anuales.²⁶ El Intervale Food Hub de Vermont aumentó sus ingresos brutos de \$93,000 en 2008 a los \$400,000 que se esperaban para fines de 2011. Actualmente, Intervale implementa planes para expandir su instalación de depósito a fin de adaptarse a este mercado, con miras a poder obtener más de \$1 millón en ventas para el 2015.²⁷

A medida que los centros de distribución de productos alimentarios se vuelven más exitosos en la ampliación de la producción y el envío de productos alimentarios locales, se han obtenido beneficios económicos en algunas comunidades donde estos operan. Se genera más dinero en la economía local y en los propios centros de distribución de productos alimentarios, con los productores que venden a través de dichos centros y con las empresas que compran sus productos. Las siguientes preguntas abordan algunos de los asuntos más relevantes relacionados con la manera en que los centros de distribución de productos alimentarios contribuyen a la creación de puestos de trabajo, a los ingresos de los productores y a la viabilidad a más largo plazo de las granjas y de otras empresas relacionadas con la agricultura.

¿Qué impactos tienen los centros regionales de distribución de productos alimentarios en la creación de puestos de trabajo?

Los centros regionales de distribución de productos alimentarios crean puestos de trabajo en forma directa, para la operación de dichos centros, y también en forma indirecta, como entorno de respaldo para brindar oportunidades de trabajo en la región (incluidos los puestos de trabajo agrícola y otros puestos de trabajo en toda la cadena de suministro). A continuación, se presentan algunas formas en que los centros fomentan la creación de puestos de trabajo dentro de estos y en el sector agrícola:

Creación de puestos de trabajo dentro del centro regional de distribución de productos alimentarios

Según la encuesta 2011 de la NFHC, los propios centros de distribución de productos alimentarios crean un promedio de siete puestos de trabajo de tiempo completo y cinco de medio tiempo. Si bien la mayoría de los centros de distribución de productos alimentarios han estado en funcionamiento por menos de 5 años, estos producen un impacto inmediato en la creación de puestos de trabajo. Por ejemplo, el Local Food Hub, que comenzó a operar en 2009, ya ha creado 15 puestos de trabajo remunerados en sus operaciones agrícolas y de distribución.

A medida que los centros crezcan y capten a más productores y compradores, seguirán aumentando



Cajón de productos alimentarios de Green B.E.A.N. Delivery preparado para su envío.

las oportunidades de trabajo dentro de dichos centros. Por ejemplo, Farm to Family Naturally expandirá su operación y establecerá el Farm Fresh Food Hub en St. Louis. Esta expansión le permitirá aumentar su alcance a sistemas escolares, almacenes, redes de servicios humanos y operaciones de servicios alimentarios institucionales en áreas con escaso acceso a frutas y verduras. Mediante esta expansión, Farm to Family Naturally aumentará su número de empleados de 50 a 100-125 empleados de tiempo completo.²⁸

CROPP Cooperative es una clara prueba del impacto que tienen los centros regionales de distribución de productos alimentarios en la creación de puestos de trabajo. Actualmente, CROPP cuenta con más de 530 empleados de tiempo completo. Compra productos y promociona a sus 1,650 productores en todo el país. A pesar de su presencia nacional, su modelo comercial hace gran hincapié en conectar el suministro regional con los mercados regionales. Por ejemplo, CROPP trabaja con agrupaciones de productores de regiones geográficas específicas para producir y distribuir

25 Community Food Enterprise: Local Success in a Global Marketplace. (2009) Wallace Center de Winrock International y Business Alliance for Local Living Economies. www.communityfoodenterprise.org/download-the-book

26 Barham, James (2012). *Regional Food Hubs: One Solution for Overcoming Barriers for Local Producers*. Presentación en el Foro sobre el Futuro de la Agricultura. 24 de febrero, Washington, D.C. www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5097265

27 Correspondencia con Sona Desai, gerente del centro de distribución de productos alimentarios, Intervale Center, 24 de agosto de 2011

28 Entrevista con Nancy Smith, gerente de Farm to Family Naturally, LLC y Carol Coren, Cornerstone Ventures, 18 de enero de 2011. Seguimiento con Jeffrey Randol, asesor, 23 de agosto de 2011



Un invernáculo administrado por agricultores de la ALBA

leche con la marca Organic Valley® a nivel regional en la medida de lo posible e identifica en cada cartón de leche la región donde se produjo la leche.²⁹

Conservación y creación de otras empresas y puestos de trabajo agrícolas

Los centros de distribución de productos alimentarios también pueden ayudar a conservar los puestos de trabajo agrícola locales mediante sus esfuerzos para lograr que la agricultura sea más rentable. Por ejemplo, según un estudio sobre el impacto económico de Green B.E.A.N. Delivery, una empresa de servicios de envío de productos alimentarios en Indiana, Ohio y Kentucky, se estima que desde su establecimiento en 2007, la empresa ha invertido más de \$2 millones en economías alimentarias locales y ha creado más de 100 puestos de trabajo en todo el medio oeste.³⁰ De manera similar, Local Food Hub ha vuelto a invertir más de \$850,000 en la comunidad agrícola local mediante la compra a productores locales. Sus

servicios de compra, distribución, venta y contabilidad han aumentado las ventas de los pequeños agricultores del área, lo que ayuda a respaldar a los propietarios de estas empresas locales y a sus más de 200 empleados. Además, los 120 compradores activos de productos del Local Food Hub informan que aumentaron sus compras de productos alimentarios locales aproximadamente un 30 %, como resultado de trabajar con el Local Food Hub.³¹

Los centros de distribución de productos alimentarios también pueden influir positivamente en la creación y el éxito de nuevas empresas que venden productos locales y regionales. Por ejemplo, Eastern Carolina Organics (ECO) observa que muchas empresas alimentarias, como las CSA y las asociaciones de compradores, que se establecieron en los últimos años dependen en gran medida de los servicios de distribución de Eastern Carolina Organics.³² De la misma manera, el Intervale Food Hub se asoció recientemente con One Revolution,³³ una empresa de envíos que entrega

la mitad de las más de 300 cuotas de la CSA de Intervale en bicicleta. One Revolution ha confiado en Intervale, su cliente principal, para desarrollar su empresa y obtener respaldo adicional por parte de la comunidad.³⁴

En algunos casos, los centros de distribución de productos alimentarios crean activamente oportunidades de trabajo para los productores al ayudarlos a establecer sus empresas agrícolas. Por ejemplo, la Asociación de Capacitación Agrícola³⁵ (Agriculture and Land-Based Training Association, ALBA), ubicada en Salinas, California, brindó tierras y equipos a 39 empresas agrícolas pequeñas en 2009 y 2010 a través del programa Vivero para Granjas Pequeñas (Small Farm Incubator) y de su empresa de distribución, ALBA Organics, lo que generó \$2.5 millones en ventas brutas combinadas y creó más de 100 puestos de trabajo de tiempo completo y de medio tiempo a través de estas granjas.³⁶

¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios afectan los resultados económicos de los productores?

Según la encuesta 2011 de la NFHC, los centros de distribución de productos alimentarios trabajan con una mediana de 40 proveedores e incluso en un período relativamente corto, han podido mejorar la rentabilidad de los productores al fomentar su acceso a mercados comerciales, lo que permite crear más fuentes confiables de productos alimentarios locales y regionales para los clientes comerciales, así como generar una fuente de ingresos agrícolas más sólida y diversificada para los productores locales.

29 Correspondencia con Katie Peterman, Asuntos Cooperativos, Organic Valley Family of Farms, 13 de septiembre

30 www.insideindianabusiness.com/newsitem.asp?ID=49316

31 Barham, James (2012). *Regional Food Hubs: One Solution for Overcoming Barriers for Local Producers*. Presentación en el Foro sobre el Futuro de la Agricultura.

24 de febrero, Washington, D.C. www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5097265

32 Entrevista con Sandi Kronick, directora general, Eastern Carolina Organics, 26 de enero de 2011

33 www.onevt.com

34 Correspondencia con Sona Desai, gerente del centro de distribución de productos alimentarios, Intervale Center, 24 de agosto de 2011

35 www.albafarmers.org

36 ALBA Biennial Report (2009-2010). albafarmers.org/2011-06/alba-Biennial-Report-2009-2010.pdf

Aumento del acceso al mercado y su confiabilidad

Un aspecto notable de los centros de distribución de productos alimentarios es que muchos de estos trabajan con sus productores y compradores con antelación a la temporada, a fin de coordinar el precio y la planificación de la producción con demanda prevista. Esto ayuda a los agricultores a planear lo que deberían cultivar para la temporada próxima con una mayor confianza de que sus productos encontrarán un punto de venta y un precio adecuado, que, en última instancia, les brinda mayor seguridad económica.

El Local Food Hub, Tuscarora Organic Growers Cooperative y el Intervale Food Hub son solo algunos ejemplos de centros de distribución de productos alimentarios que han adoptado este modelo de planificación colaborativa. Al trabajar con los compradores para realizar proyecciones sobre la demanda de los productos y el rango de precios objetivo, el Local Food Hub puede pedir con anticipación a los productores cultivos específicos en noviembre y diciembre para la próxima temporada de cultivo. Esto les brinda a los productores la oportunidad de comprar semillas a granel, programar la siembra y estimar las ventas previstas para la temporada. Estas cifras del volumen de la demanda semanal y estos datos sobre precios ayudan a los productores a desarrollar un sólido plan comercial.

De la misma manera, Tuscarora Organic Growers Cooperative (TOG) coordina el plan de cultivo con todos sus agricultores, a fin de satisfacer la demanda semanal del mercado en función de una base de datos histórica de todas las frutas y verduras que se venden. Como declaró el gerente general de TOG: "Nuestros agricultores se comprometen de buena fe a brindar una cantidad semanal de todas las frutas y verduras, y la cooperativa se

compromete a realizar un esfuerzo de buena fe para venderlas".³⁷ Además de planificar la producción, el Intervale Food Hub brinda a los productores que venden a través de su programa de CSA modificado el 25 % de las ventas brutas de la CSA al comienzo de la temporada, que les permite contar con un ingreso cuando el flujo de dinero es limitado.³⁸

Oportunidades para que los productores obtengan un valor más alto por sus productos

Muchos centros de distribución de productos alimentarios intentan pagar, y generalmente pagan, precios más altos a los productores en comparación con los mercados mayoristas no diferenciados. Un informe reciente del Economic Research Service del USDA, que estudiaba cinco cadenas de suministro locales de productos alimentarios, concluyó que los productores de la cadena de suministro local de productos alimentarios recibían un mayor porcentaje del precio minorista

en comparación con el que recibían de una cadena de suministro principal de productos alimentarios. Los ingresos netos de los productores por unidad en las cadenas locales van desde casi el mismo precio que reciben en las cadenas principales hasta más de siete veces ese precio.³⁹ A continuación, se presentan algunas formas en que los centros de distribución de productos alimentarios ayudan a los productores a obtener mejores precios para sus productos:

Tuscarora Organic Growers (TOG) utiliza un modelo comercial cooperativo: destina el 75 % de sus ingresos a los agricultores participantes y el 25 % a las operaciones del centro de distribución de productos alimentarios. También encuesta a sus productores todos los años para asegurarse de que estén satisfechos con los precios que TOG les paga y evalúa el precio de mercado dos veces por semana para determinar un precio justo y competitivo para sus productores.



Un camión de Tuscarora Organic Growers Cooperative en camino a hacer un envío

37 Entrevista con Jeff Taylor, gerente general, Tuscarora Organic Growers Cooperative, 19 de enero de 2011

38 Schmidt, M.C., J.M. Kolodonisky, T.P. DeSito, F.C. Conte. (25 de agosto de 2011) "Increasing farm income and local food access: A case study of a collaborative aggregation, marketing, and distribution strategy that links farmers to markets", Revista de Agricultura, Food Systems and Community Development

39 King, R.P., M.S. Hand, G.D. DiGiacomo, K. Clancy, M.J. Gómez, S.D. Hardesty, L. Lev, E.W. McLaughlin (junio de 2010) Comparing the Structure, Size, and Performance of Local and Mainstream Food Supply Chains. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service.

www.ers.usda.gov/Publications/ERR99/ERR99.pdf

Jim Crawford, propietario de New Morning Farm en Pensilvania, presidente de la junta y miembro fundador y actual de TOG, describió de una mejor manera los beneficios de un centro de distribución de productos alimentarios para los productores de la siguiente manera:

Nuestra cooperativa es nuestro centro de distribución de productos alimentarios. Nosotros la construimos, estamos muy orgullosos de ella, y definitivamente fomenta la rentabilidad de nuestras granjas. Nosotros, los miembros agricultores, somos propietarios de la empresa, establecemos sus políticas y participamos en los beneficios. Al planificar los cultivos conjuntamente, agrupar nuestras frutas y verduras y compartir el uso de los servicios y el personal de la cooperativa, podemos obtener economías de escala y un acceso mucho mayor al mercado. Nuestra cooperativa es la que nos brinda las ventajas competitivas en el despiadado mundo del mercado mayorista de frutas y verduras.⁴⁰

El Intervale Food Hub trabaja en colaboración con sus productores para determinar los precios para sus productos según los costos reales de producción y lo que el mercado, siendo realistas, puede resistir. Como resultado, los productores de Intervale generalmente reciben alrededor del 60 % al 70 % de los ingresos obtenidos a partir de las ventas de la CSA y el 85 % de los ingresos provenientes de la distribución mayorista a través del centro de distribución.⁴¹

De igual modo, el Local Food Hub garantiza que el 80 % del precio que pagan los compradores vuelva al agricultor.⁴² Ellos encuestan a sus productores anualmente para asegurarse de que estén satisfechos con los precios que reciben. Mediante la encuesta de 2010, donde se les pedía a los productores que calificaran los precios de insuficientes a excelentes, el Local Food Hub descubrió que el 100 % de sus productores calificaron los precios que recibían como justos a excelentes.⁴³

Mayor rentabilidad y viabilidad para los productores

Al ofrecer a los productores mayores volúmenes de ventas, más fuentes de ingresos estables y rendimientos

más altos, los centros de distribución de productos alimentarios brindan oportunidades para que expandan y diversifiquen la producción, lo que con frecuencia se traduce en una mayor rentabilidad y en la viabilidad a más largo plazo de las operaciones agrícolas. Por ejemplo, Eastern Carolina Organics (ECO) señala que muchos de sus miembros productores afirmaron haber tenido la intención de jubilarse o de dedicarse a la producción convencional de algodón antes de trabajar con ECO. Desde el establecimiento de ECO, uno de los agricultores que solía cultivar cientos de acres de algodón convencional ha comenzado a incursionar en la producción orgánica de verduras, comenzando con 5 acres el primer año hasta llegar a 30 acres el tercer año.⁴⁴



La ALBA respalda a los nuevos agricultores a través del Programa de Capacitación para Agricultores y del programa Vivero para Granjas Pequeñas.

40 Correspondencia con Jim Crawford, propietario de New Morning Farm, 22 de septiembre de 2011

41 Schmidt, et al. (2011)

42 Barham, James (2012). *Regional Food Hubs: One Solution for Overcoming Barriers for Local Producers*. Presentación en el Foro sobre el Futuro de la Agricultura. 24 de febrero, Washington, D.C. www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5097265

43 Ibid.

44 Entrevista con Sandi Kronick, directora general, Eastern Carolina Organics, 26 de enero de 2011

Los productores del Intervale Food Hub informaron ventas brutas promedio de \$85,085 en 2007 antes de vender al centro de distribución de productos alimentarios. Después de haber comenzado a utilizar el Intervale Food Hub, sus ventas brutas promedio aumentaron a \$132,237 a fines del 2009.⁴⁵

Los productores del Local Food Hub informaron que sus ventas agrícolas aumentaron aproximadamente un 25 % desde que comenzaron a trabajar con el centro de distribución de productos alimentarios, y el 60 % informó que planea aumentar la producción. Uno de los productores del Local Food Hub, Whitney Critzer de Critzer Family Farm, que ahora puede vender a universidades y hospitales locales, afirmó que el Local Food Hub brindó una "buena oportunidad para abrir un mercado al que no podíamos acceder de otra manera y, como resultado, hemos expandido considerablemente la producción de nuestros cultivos y contratado a más personas gracias al aumento de la demanda."⁴⁶

Impactos sociales y medioambientales

Además de generar un impacto considerable en sus economías locales, los centros de distribución de productos alimentarios realizan varios servicios y actividades que producen mejoras sociales y medioambientales en las comunidades en que residen. Dichos servicios y actividades incluyen capacitación y desarrollo profesional para aquellos que estén interesados en dedicarse a la agricultura o expandir su trabajo agrícola; aumento de la disponibilidad de los productos alimentarios frescos y saludables que se venden en mercados minoristas e institucionales y promoción de la adopción o del uso de prácticas de producción agrícola sustentables o ecológicas.



Empaquetado de tomates reliquia (heirloom) en el depósito del Local Food Hub

¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios respaldan el desarrollo de los trabajadores rurales?

Un servicio importante que brindan muchos centros de distribución de productos alimentarios es el acceso gratis a oportunidades de capacitación y asesoramiento formales e informales diseñadas para ayudar a los productores de todos los niveles de la escala, desde agricultores principiantes, en transición y con recursos limitados hasta empresas agrícolas comerciales medianas que quieran aumentar sus flujos de ingresos minoristas y de servicios alimentarios. Gracias a la coordinación activa y comprometida que normalmente brindan los equipos de administración de los centros de distribución de productos alimentarios, pueden ofrecer a los agricultores y ganaderos locales capacitación y asistencia técnicas directamente relevantes que les podría resultar difícil encontrar por sí solos. En la encuesta 2011 de la NFHC, más del 50 % de los centros de distribución de productos alimentarios informó brindar

a los productores capacitación en producción y manipulación posterior a la cosecha o capacitación en agricultura y planes de cultivo. Casi el 40 % afirmó brindar ambas capacitaciones. A continuación, se presentan solo algunos ejemplos específicos:

Appalachian Sustainable Development, en Abingdon, Virginia, ofrece a los productores de Appalachian Harvest capacitación, asesoramiento, consultoría y visitas a granjas en relación con una gama de temas, lo que les permite expandir y mejorar sus métodos de producción y manipulación, aumentar las ventas y reforzar sus vínculos con las redes de suministro local. En los últimos 3 años, el personal de Appalachian Harvest realizó 326 visitas a granjas y organizó 75 talleres de capacitación y reuniones de productores.⁴⁷ También creó una red de pares para que los agricultores brinden apoyo y asistencia mutua y para conectar a agricultores más expertos con agricultores más novatos a fin de poder llevar a cabo sesiones personales de asesoramiento. Esto les brinda a los nuevos agricultores, o a aquellos que no están familiarizados con los métodos orgánicos de producción, oportunidades para recibir capacitación práctica y personalizada en un campo desconocido.

45 Schmidt, M.C., A. Matthews, D. Farrell, G. Mattessich, J. Kolodinsky. Evaluation of the Intervale Food Basket: Perspectives from Participating Farmers. (diciembre de 2009). [mysare.sare.org/mySARE/assocfiles/9022865.%20Food%20Hub%20Farmer%20Evaluation%20\(2010\).pdf](http://mysare.sare.org/mySARE/assocfiles/9022865.%20Food%20Hub%20Farmer%20Evaluation%20(2010).pdf)

46 flavormagazinevirginia.com/localfoodhub

47 Informe final de Appalachian Sustainable Development para el programa de subsidios Productos Alimentarios y Sociedad (Food and Society) de la W.K. Kellogg Foundation, junio de 2011



Clasificación y empaque de frutas y verduras para su envío en el depósito de Appalachian Harvest en Duffield, Virginia.

La **ALBA**, en Salinas, California, respalda a los nuevos agricultores a través del Programa de Capacitación para Agricultores (Farmer Education Program) y del programa Vivero para Granjas Pequeñas (Small Farm Incubator), que brinda a los graduados del programa de capacitación para agricultores arrendamientos de tierras y acceso a equipos, de modo que puedan establecer sus propias empresas agrícolas. También ofrece capacitación en seguridad alimentaria, una creciente necesidad de los productores que buscan acceder a canales de mercado comercial. En 2010, la ALBA brindó a 40 pequeños agricultores un plan de seguridad alimentaria integral con procedimientos operativos estándar adecuados a la magnitud de su operación.⁴⁸ También ayudó a 25 agricultores a autoevaluar sus operaciones agrícolas a fin de que puedan cumplir con los requisitos de certificación de US GAP y GLOBAL G.A.P. Además, la ALBA cuenta con un sólido historial de éxito en haber ayudado a los pequeños agricultores pertenecientes a las minorías, en especial a los de la comunidad latina, en el Valle de Salinas a hacer la transición de trabajador agrícola a emprendedor agrícola y ejercer la agricultura como una profesión económicamente viable. En 2009 y 2010,

44 agricultores finalizaron su programa de capacitación para agricultores y contribuyó al establecimiento de 25 empresas agrícolas nuevas, lo que permitió que los agricultores accedieran a información, capital de operación y oportunidades para obtener tierras.⁴⁹

El Programa Agrícola (Farm Program) de Intervale Center en Burlington, Vermont, arrienda tierras, equipos, invernáculos, servicio de riego e instalaciones para almacenamiento a agricultores pequeños e independientes. Todos los años, entre una y tres empresas agrícolas nuevas se unen al programa como viveros y reciben tasas de alquiler subsidiadas, asistencia para la planificación comercial y asesoramiento por parte de agricultores establecidos. A través de su programa Éxito en las Granjas (Success on Farms), Intervale ofrece todos los años un programa de planificación comercial de 2 años a entre 10 y 15 agricultores de Vermont, donde se trabaja en forma personal con los agricultores para brindar capacitación y asistencia especializadas en administración y planificación comerciales, diseñadas para ayudar a los agricultores a comprender mejor los costos reales de producción, administrar su flujo de dinero, fijar precios y evaluar sus ingresos previstos. El Intervale Center

también se asoció con el programa New Farms for New Americans a fin de ayudar a los refugiados a crear su propia empresa agrícola y alimentaria exitosa desarrollando un plan de estudios para capacitación y trabajando personalmente con los agricultores para ayudarlos a mejorar sus aptitudes comerciales y de marketing.

¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios aumentan el acceso a productos alimentarios saludables?

Muchos centros regionales de distribución de productos alimentarios están buscando formas de aumentar el acceso a productos alimentarios locales asequibles y saludables en sus comunidades, en especial en barrios de bajos ingresos clasificados como “desiertos alimentarios”, donde las opciones de compra de productos alimentarios son limitadas, así como el acceso a frutas y verduras frescas y de alta calidad. Al brindar servicios como seguro, control de calidad, distribución y procesamiento, y al entablar relaciones entre los compradores, los centros de distribución de productos alimentarios ayudan a derrumbar las barreras en toda la cadena de suministro que hacen que a los productores les resulte difícil cumplir con los requisitos de los compradores mayoristas que operan en barrios clasificados como desiertos alimentarios, tales como escuelas, hospitales y tiendas del vecindario. De los 72 gerentes de centros de distribución de productos alimentarios que encuestó la National Food Collaboration en 2011, el 47 % informó que distribuye productos a los desiertos alimentarios cercanos activamente, lo que permite aumentar el acceso a alimentos frescos de origen local en áreas que, de otro modo, probablemente no los recibirían. Además, incluso en los casos de centros de distribución de productos alimentarios que no suministran

48 ALBA. Informe trimestral del Healthy Urban Food Enterprise Development Center presentado al Centro Wallace, 27 de abril de 2011

49 ALBA Biennial Report (2009-2010).albefarmers.org/2011-06/alba-Biennial-Report-2009-2010.pdf

activamente productos alimentarios locales frescos en las comunidades menos favorecidas, los centros con frecuencia se asocian con organizaciones que trabajan para aumentar el acceso a productos alimentarios.

Asimismo, muchos centros de distribución que venden directamente a los consumidores aceptan los beneficios del Programa Asistencial en Nutrición Suplementaria (Supplemental Nutrition Assistance Program, SNAP) del USDA (anteriormente conocidos como cupones para alimentos). Esto permite que los consumidores cuenten con un acceso aun mayor a sus productos. La encuesta de 2011 de la NFHC señala que aproximadamente el 25 % de los centros de distribución de productos alimentarios afirmó que aceptan los beneficios del SNAP o del Programa de Nutrición del Mercado de Agricultores (Farmers Market Nutrition Program, FMNP).

Muchos centros también cuentan con iniciativas que respaldan a los programas de asistencia alimentaria, como los que operan los bancos de alimentos y las organizaciones para el alivio del hambre, al suministrar productos de segunda calidad a estas organizaciones. Los productos de segunda calidad son frutas y verduras sanas que no cumplen con los requisitos estándar de venta minorista o del servicio alimentario, como el aspecto o el tamaño y que, por lo tanto, resultan difíciles de vender en la mayoría de los canales de mercado de productos alimentarios frescos. Los centros de distribución de productos alimentarios (y los agricultores en general) se benefician de dichas transacciones al recibir un mejor precio por parte de los bancos de alimentos y las organizaciones para el alivio del hambre que el que recibirían si vendieran estos productos a un procesador. A su vez, los bancos de alimentos y las organizaciones para el alivio del hambre se benefician al recibir una mayor cantidad de alimentos más frescos que la que recibirían normalmente a partir de donaciones comunes, que pueden ofrecer a sus



El Eastern Market facilita el acceso a productos frescos cultivados en Michigan a través del programa de vales Double Up Food Bucks.

clientes. A continuación, se presentan algunos ejemplos de las diversas formas en que los centros de distribución de productos alimentarios aumentan el acceso a alimentos saludables:

El Eastern Market de Detroit está asociado actualmente con el distrito escolar Escuelas Públicas de Detroit para ayudarlo a cumplir su meta de que el 30 % de los \$16 millones que se destinan a compras anuales de productos alimentarios dejen de invertirse en alimentos altamente procesados y, en cambio, se inviertan en alimentos mínimamente procesados y cultivados en Michigan, al superar las barreras de la cadena de suministro.⁵⁰ Eastern Market también trabaja con organizaciones asociadas para llevar productos alimentarios de su mercado mayorista a las comunidades menos favorecidas. Por ejemplo, gracias a una asociación con Gleaners Community Food Bank y The Greening of Detroit, Eastern Market contribuye a ofrecer el Programa de Canastas Alimentarias Cuota de Productos Alimentarios Frescos (Fresh Food Share Food Box), que

compra alimentos a precios mayoristas para poder ofrecer canastas alimentarias a precios asequibles a los habitantes del lado este de Detroit. Además, Eastern Market trabaja con grupos comunitarios a fin de construir una red sustentable de mercados vecinales y operar puestos de venta de productos agrícolas en lugares que no pueden mantener un mercado de agricultores. Mediante asociaciones con 14 grupos comunitarios, organizaciones de atención médica y mercados vecinales, el Programa de Puestos de Venta de Productos Agrícolas (Farm Stands Program) busca aumentar el compromiso de los habitantes y los participantes en relación con los hábitos alimentarios saludables, a fin de fomentar la cultura del bienestar en la ciudad de Detroit y en todo el sudeste de Michigan.⁵¹ Como lugar de encuentro principal para la compra minorista directa por parte de los consumidores y para transacciones mayoristas, Eastern Market también procesa hasta \$30,000 por mes en transacciones del SNAP y participa en el programa de vales Double Up Food Bucks⁵², que suma hasta \$20 de los beneficios del SNAP de los

49 ALBA Biennial Report (2009-2010). albafarmers.org/2011-06/alba-Biennial-Report-2009-2010.pdf

50 Food Hubs: Viable Regional Distribution Solutions. Presentado en el Foro de Sustainable Agriculture and Food Systems Funders, 22 de junio de 2011, www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5091774

51 Sitio web del Eastern Market de Detroit. www.detroiteasternmarket.com/page.php?p=1ands=24

52 www.doubleupfoodbucks.org



El personal de Appalachian Sustainable Development descargando frutas y verduras en un banco de alimentos local.

consumidores cuando compran frutas y verduras cultivadas en Michigan en el Eastern Market, lo que les permite aumentar su poder adquisitivo.⁵³

El Local Food Hub vende productos a hospitales del área para aumentar las opciones saludables en las cafeterías y las bandejas de comida para los pacientes, como tomates frescos, ensalada mixta, calabacines, fresas y manzanas.⁵⁴ También brinda a más de 45 escuelas públicas y privadas acceso a frutas, verduras y material educativo para programas de bocadillos, clases de economía doméstica y eventos especiales. Además, el Local Food Hub está asociado con el Boys and Girls Club local para organizar mercados temporales de productos alimentarios locales en vecindarios de bajos ingresos. También está asociado con Parques y Recreación para ofrecer un programa alimentario de verano. El Local Food Hub donó más de 100,000 libras de frutas y verduras a bancos de

alimentos, comedores comunitarios y hogares de tránsito del área, y el 25 % de las frutas y verduras orgánicas cultivadas en sus propios 6 acres en la granja educativa se dona a los bancos de alimentos del área.⁵⁵

La ALBA comenzó recientemente el programa Receta de Frutas y Verduras (Fruit and Veggie Prescription) en asociación con la clínica de salud del Valle de Salinas, donde los médicos extienden recetas a los habitantes junto con vales para comprar frutas y verduras de ALBA Organics. La ALBA también evalúa los productos seleccionados con una empresa que es propietaria de 50 tiendas exclusivas de WIC⁵⁶, con miras a aumentar el acceso de los participantes de WIC a opciones de frutas y verduras frescas.⁵⁷

Farm Fresh Rhode Island ofrece el Programa Comida Saludable, Familias Saludables (Healthy Food, Healthy Families Program), que brinda educación

sobre nutrición en los mercados de agricultores y un vale por \$25 llamado Fresh Bucks, que se pueden utilizar en el mercado de agricultores. Según una encuesta de Farm Fresh Rhode Island a los participantes del programa, el 40 % de los encuestados (66 participantes) informó haber aumentado su ingesta de frutas y verduras al menos 1 porción.⁵⁸

Appalachian Sustainable Development dirige la iniciativa Familias Saludables, Pequeños Agricultores (Healthy Families, Family Farms) que recauda dinero a través de programas de recaudación de fondos para comprar productos de segunda calidad a los agricultores de Appalachian Harvest por un precio reducido. Luego, estos productos de segunda calidad se donan a Feeding America, que distribuye las frutas y verduras a las despensas de alimentos del área. Desde su comienzo en 2004, la iniciativa ha donado alrededor de 500,000 libras de frutas y verduras frescas a las despensas de alimentos locales.

¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios respaldan el uso de prácticas de producción sustentables para el medioambiente?

Muchos centros de distribución de productos alimentarios ofrecen productos de agricultores y ganaderos que implementan algún tipo de práctica agrícola sustentable, como manejo integrado de plagas o métodos orgánicos de producción y, en algunos casos, eligen como miembros productores solo a agricultores y ganaderos que emplean un conjunto determinado de prácticas. También trabajan en estrecha

53 Food Hubs: Viable Regional Distribution Solutions. Presentado en el Foro de Sustainable Agriculture and Food Systems Funders, 22 de junio de 2011, www.ams.usda.gov/AMSV1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5091774

54 Ibid.

55 Correspondencia con Kate Collier, fundadora y codirectora, Local Food Hub, 13 de septiembre de 2011 y el sitio web del Local Food Hub: localfoodhub.org/about/mission

56 Las tiendas exclusivas de WIC venden solo los productos alimentarios enumerados en el programa WIC, Programa Especial de Nutrición Suplementaria para Mujeres, Infantes y Niños (Special Supplemental Nutrition Program for Women, Infants, and Children) del USDA y atienden las necesidades de los participantes de WIC

57 ALBA, informe trimestral del Healthy Urban Food Enterprise Development Center, presentado al Wallace Center, 27 de abril de 2011

58 Resultados de la encuesta de 2010 del Programa Comida Saludable, Familias Saludables (Healthy Food, Healthy Families Program) de Farm Fresh Rhode Island



eco apples™

BORN AND RAISED HERE™

Grown on Northeast family farms, by stewards of land, water and wildlife, using natural methods and minimal spray, closing the distance from farm to table.



Trust the Farmer. Know the Orchard. LOVE the Fruit.

La marca Eco Apple™ de Red Tomato hace hincapié en las prácticas de producción sustentables.

colaboración con los productores a fin de brindar capacitación y asistencia técnica en forma directa o mediante la asociación con otros proveedores de servicios, a fin de promover el uso de prácticas de producción sustentables.

Red Tomato respalda las prácticas de producción sustentables a través de su programa Eco Apple™. Mediante este programa, certifica a los productores que siguen el protocolo de Red Tomato y los incluye en su programa de comercialización bajo la marca Eco Apple™. Para establecer su identidad de marca, Red Tomato trabajó con el Manejo integrado de plagas (Integrated Pest Management, IPM) Institute of North America, así como con científicos y agricultores, para establecer normas en función de las últimas técnicas de IPM. También desarrolló el protocolo de "IPM avanzado", que se vale de un método mínimamente tóxico para el control de plagas.⁵⁹ Además de este estricto protocolo, Red Tomato facilita a sus miembros productores el acceso a una red de aprendizaje que les permite mantenerse actualizados sobre las últimas prácticas e investigaciones

mediante conferencias mensuales con asesores científicos de Red Tomato y el IPM Institute y mediante una reunión anual con productores y expertos en el campo del manejo de plagas. El programa, que comenzó en 2005 con 6 huertas participantes que abarcaban un total de aproximadamente 400 acres, en la actualidad cuenta con 22 huertas que abarcan más de 1,000 acres.⁶⁰

Otro ejemplo de un centro de distribución de productos alimentarios que ofrece capacitación y asistencia en materia de prácticas de producción sustentables es el Local Food Hub, que brinda talleres sobre IPM a sus productores. También encuesta anualmente a sus productores a fin de conocer qué tipos de talleres les interesan y busca a expertos en los campos de interés para brindar estos talleres a sus productores. En su encuesta más reciente, muchos productores afirmaron que estaban interesados en aprender sobre la ampliación de temporada con túneles altos (68 %), la siembra directa de verduras y producción orgánica (58 %)

y el Manejo integrado de plagas (Integrated Pest Management) (64 %).⁶¹

Mientras tanto, en Vermont, el Programa Agrícola del Intervale Center arrienda tierras, equipos, invernáculos, servicio de riego e instalaciones para almacenamiento a agricultores pequeños e independientes que cumplen con los estándares orgánicos, lo que los ayuda a establecer empresas agrícolas. El resultado fue el uso de más de 120 acres para agricultura orgánica.⁶²

¿De qué manera los centros regionales de distribución de productos alimentarios ayudan a reducir el uso de energía y la generación de residuos en sus operaciones?

Muchos centros regionales de distribución de productos alimentarios están preocupados por su impacto medioambiental y buscan formas de

60 Correspondencia con Sue Futrell, gerente de comunicaciones, Red Tomato, 4 de octubre de 2011

61 Correspondencia Kate Collier, fundadora y codirectora, Local Food Hub, 13 de septiembre de 2011

62 Correspondencia con Sona Desai, gerente del centro de distribución de productos alimentarios, Intervale Center, 24 de agosto de 2011



El Central New York Regional Market reemplazó estas luces HID (en la foto) en sus puestos de venta por luces LED con menos consumo de energía.

de cinco productos era la cadena de suministro local intermediada.⁶³ Este estudio comparaba las cadenas de suministro principales, locales intermediadas (a través de un centro de distribución de productos alimentarios) y directas (mercado de agricultores) de cinco productos alimentarios: manzanas en Nueva York, arándanos en Oregón, verduras de hoja en California, carne vacuna en Minnesota y leche líquida en el área de Washington, DC. Si bien la cadena de suministro principal tendía a usar camiones más grandes y más llenos, la mayor cantidad de kilómetros que recorrían para el transporte de productos alimentarios resultaba en un mayor uso de combustible por cada 100 libras de productos transportados, lo que no compensaba la eficacia que se obtenía al transportar cargas más grandes. De la misma manera, si bien la cadena directa solía recorrer menos kilómetros en total que la cadena de suministro intermediada, el mayor número de cargas muy pequeñas que transportaban los comerciantes directos resultaba en un mayor uso de combustible por cada 100 libras de productos transportados, lo que no compensaba la eficacia que se obtenía al recorrer menos kilómetros.

A continuación, se presentan algunos ejemplos de la forma en que determinados centros de distribución de productos alimentarios reducen la generación de residuos y el uso de energía en sus operaciones:

reducir la generación de residuos, el uso de energía y los costos relacionados. La encuesta de 2011 de la NFHC señala que la mitad de los centros cuentan con programas de reciclado, el 44 % con programas de compostaje y el 22 % con programas de ahorro de energía.

Además, dado que los centros actúan como intermediarios entre los

productores y los mercados mayoristas, reducen el número de viajes que realizan los productores para enviar los productos a los compradores y esto permite que los productores ahorren combustible y dinero. Un estudio patrocinado por el Economic Research Service del USDA realizado en 2010 concluyó que la cadena de suministro con menor consumo de combustible para cuatro

CROPP Cooperative, con sede en La Farge, Wisconsin, reduce la generación de residuos y usa energías alternativas en varias formas. Realiza compostaje in situ en su casa central y programas de reciclado en todas sus instalaciones.⁶⁴ Además, su casa central está en vías de obtener la certificación LEED-EBOM, que es el sistema de calificación LEED⁶⁵ para los edificios existentes que "aumentan al máximo la eficacia operativa y, al

63 King, R.P., M.S. Hand, G.D. DiGiacomo, K. Clancy, M.J. Gómez, S.D. Hardesty, L. Lev, E.W. McLaughlin (junio de 2010) Comparing the Structure, Size, and Performance of Local and Mainstream Food Supply Chains. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service. www.ers.usda.gov/Publications/ERR99/ERR99.pdf

64 Correspondencia con Evan Roberts, Departamento de Sustentabilidad, Organic Valley Family of Farms, 12 de septiembre de 2011

65 Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental (Leadership in Energy and Environmental Design), un sistema de calificación ecológico desarrollado por el Consejo de la Construcción Ecológica de los EE. UU.

66 Sitio web del Consejo de la Construcción Ecológica de los EE. UU., Existing Buildings: Operations and Maintenance. www.usgbc.org/DisplayPage.aspx?CMSPageID=221

67 Entrevista con Jeff Taylor, gerente general, Tuscarora Organic Growers Cooperative, 19 de enero de 2011

68 Correspondencia con Kate Collier, fundadora y codirectora, Local Food Hub, 13 de septiembre de 2011

Viabilidad económica de los centros regionales de distribución de productos alimentarios, barreras para su crecimiento y estrategias para su abordaje

Como parte de la evaluación inicial de centros regionales de distribución de productos alimentarios de la National Food Hub Collaboration, se seleccionó a un subconjunto de centros que participaron en la encuesta en línea para participar en entrevistas telefónicas de seguimiento (consulte el Apéndice 4 para conocer más antecedentes sobre los métodos y resultados de la investigación). Se entrevistaron a veinte operadores de centros de distribución de productos alimentarios en enero y febrero de 2011. Les hicieron preguntas sobre la viabilidad económica de sus empresas, los desafíos que enfrentaban y las oportunidades que se presentaban para el crecimiento comercial y la expansión del mercado. La sección comienza explorando una de las preguntas más frecuentes sobre centros regionales de distribución de productos alimentarios: ¿estas empresas de la cadena de valor son capaces de operar empresas económicamente viables y abordar los objetivos sociales y medioambientales que se proponen? La sección continúa destacando algunas de las barreras más persistentes para el crecimiento, así como las oportunidades emergentes del mercado, y concluye ofreciendo varias estrategias para garantizar el crecimiento y éxito futuros de los centros regionales de distribución de productos alimentarios.

¿Los centros regionales de distribución de productos alimentarios son emprendimientos comerciales económicamente viables?

De los 20 operadores que participaron en las entrevistas telefónicas de seguimiento, 17 afirmaron que ya eran empresas económicamente viables (es decir, que los ingresos que generan las ventas cubren los costos operativos básicos de centralización, distribución y comercialización de productos alimentarios) o que estaban en vías de serlo. Diez de estos centros de distribución de productos alimentarios se describieron como empresas económicamente viables en la entrevista, cinco estimaron que probablemente logren el equilibrio financiero en 1 a 3 años y otros dos afirmaron de manera más general que se encontraban “muy cerca” de lograr el equilibrio o “en vías” de lograrlo en un corto período.

En función de los perfiles de los centros de distribución de productos alimentarios entrevistados, la viabilidad de un centro de distribución de productos alimentarios no dependía de la ubicación geográfica ni del tipo de estructura legal (como empresa de capital privado, cooperativa u organización sin fines de lucro). Naturalmente, los centros de distribución de productos alimentarios que habían operado por más tiempo fueron más propensos a afirmar que ya eran económicamente viables. La mediana de los años de operación de los centros de distribución de productos alimentarios económicamente viables era de 9.5 años, en comparación con la mediana de 5 años de los centros que todavía no se encontraban en esa situación. También cabe señalar que todos los centros económicamente viables informaron ventas brutas mínimas de \$1 millón por año y una mediana de ventas brutas de \$6 millones por año, en comparación con la mediana de \$500,000 en ventas brutas de los centros que aún no habían logrado la viabilidad económica (consulte el Apéndice 4 para conocer más resultados).

Si bien la mayoría de los operadores de centros de distribución de productos alimentarios son optimistas con respecto a su futura viabilidad económica, aun están preocupados sobre cómo manejarán su crecimiento comercial futuro. Varios operadores mencionaron la necesidad de invertir en infraestructura adicional, como un espacio para depósito más grande, más camiones, plataformas informáticas más sofisticadas para transacciones y logística, y refrigeradores y congeladores adicionales. No previeron poder realizar estas inversiones sin depender de respaldo externo.

Varios operadores también declararon que, para lograr la viabilidad a largo plazo, deberían abordar su dependencia de las contribuciones en especie, como espacio para depósito y mano de obra gratuitos. Tal como declaró el operador de un centro de distribución de productos alimentarios: “Tenemos espacio que podemos utilizar, 1,500 pies cuadrados, y lo obtenemos sin



Furgonetas de Green B.E.A.N. Delivery listas para enviar cajas de frutas y verduras directo a las viviendas o lugares de trabajo de los clientes. Green B.E.A.N. Delivery opera en Indianápolis, Cincinnati, Columbus y Louisville.

cargo... . No nos rebotan cheques, tenemos dinero en el banco, pero no somos precisamente viables en términos económicos porque no pagamos el costo total de nuestra empresa". Otro operador expresó su necesidad de crecimiento de la siguiente manera: "Debemos aumentar las ventas y generar más ingresos para cubrir los costos. Eso incluye el costo de los salarios. Siempre habrá una parte de contribuciones voluntarias, pero debemos tener mano de obra asalariada".

Otro desafío que enfrentan muchos centros de distribución de productos alimentarios es invertir en su crecimiento y, al mismo tiempo, cumplir sus objetivos sociales más amplios, como brindar respaldo a pequeños y medianos productores y fomentar el acceso de los menos favorecidos a los productos alimentarios. Tal como declaró un operador, la empresa "probablemente siga en la búsqueda de proveedores de fondos para poder brindar otros servicios, como asistencia técnica [para los productores]", aunque prevé que pronto logrará el equilibrio para cubrir sus gastos operativos básicos. Muchos otros operadores comparten esta opinión. Si bien muchos centros de distribución de productos alimentarios están bien posicionados para convertirse en empresas económicamente viables que puedan desempeñar las funciones básicas de centralización y distribución sin subsidios externos, estos reconocen que necesitan más respaldo o asociaciones si desean brindar una gama de servicios complementarios a los productores y la comunidad.

Además, vale aclarar que los operadores de incluso los centros de distribución de productos alimentarios mejor establecidos expresaron sus reservas en relación con la naturaleza precaria de la distribución de alimentos, donde los productos son muy perecederos, los márgenes son muy estrechos y la inestabilidad del clima pueden tener



Conductor del Common Market, un centro con sede en Filadelfia, recolectando duraznos de uno de sus agricultores.

un impacto decisivo en el éxito o el fracaso de dicha actividad. El operador de uno de los centros de distribución de productos alimentarios más antiguos de los Estados Unidos de propiedad de productores declaró que, aunque la empresa genera ingresos suficientes como para cubrir sus gastos, aun se siente como si estuviera "al borde del precipicio". El gerente de otro centro de distribución de productos alimentarios que ha operado durante más de 30 años describió a su empresa como "viable, pero definitivamente vulnerable".

¿Cuáles son algunos de los desafíos más persistentes que enfrentan los centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Equilibrar la oferta y la demanda

El desafío que mencionaron con más frecuencia los operadores de centros de distribución de productos alimentarios entrevistados fue la dificultad para equilibrar la oferta y la demanda. La mayoría de esos centros se están dando

cuenta de que la demanda de productos alimentarios locales es mayor que la que sus regiones pueden satisfacer, especialmente dentro de algunas categorías de productos. El operador de un centro de distribución de productos alimentarios, cuya organización trabaja exclusivamente con productos alimentarios orgánicos, observó que hay muy pocos agricultores orgánicos que operan en su región para satisfacer la demanda de productos alimentarios orgánicos locales. Otro operador identificó fluctuaciones estacionales en la oferta como un desafío particularmente difícil de superar, teniendo en cuenta que "no hay suficientes productos para comprar, en especial durante el invierno; los agricultores no están interesados en la agricultura con temporadas invertidas", que requeriría reducir la producción en el verano y aumentarla en el invierno con prácticas de ampliación de temporada. Otros operadores observaron que el desafío de manejar la oferta y la demanda variaba según el producto. Tal como declaró el operador de un centro de distribución de productos alimentarios del medio oeste: "Tenemos un suministro excesivo de carne y un suministro insuficiente de frutas y verduras frescas y productos con valor agregado".



Depósito de Co-op Partners Warehouse en St. Paul, Minnesota. Co-op Partners Warehouse vende principalmente frutas y verduras orgánicas suministradas por una red de aproximadamente 30 agricultores de Minnesota y Wisconsin durante la temporada de cultivo y por fuentes de la costa oeste el resto del año.

Sensibilidad de los precios

A pesar de las numerosas indicaciones de la firme y creciente demanda de productos alimentarios locales y regionales por parte de los consumidores, muchos compradores mayoristas aun se resisten a pagar más por productos alimentarios de un centro de distribución de productos alimentarios en comparación con otra entidad de distribución, independientemente de la ventaja comparativa de los centros al ofrecer productos alimentarios de origen identificado directos de las granjas locales pequeñas y medianas. Esta resistencia por parte de los compradores a pagar un precio más alto por productos alimentarios de origen local y regional puede disuadir a los compradores mayoristas de hacer compromisos de compra a largo plazo. Tal como declaró en la entrevista uno de los gerentes: "Las empresas deben preocuparse por comprar productos a un precio más alto", pero no todos lo hacen. Para superar este desafío, varios centros de distribución de productos alimentarios señalaron haberse visto obligados a destinar recursos para ofrecer capacitación orientada al cliente y respaldo al problema de los "costos reales" de la producción, a fin de alentar a los clientes (y a los compradores comerciales) a que adquieran mercancías en los centros de distribución de productos alimentarios. Un factor agravante del problema es el extenso trayecto desde las áreas de

producción rurales hasta los mercados urbanos, que hace que a los gerentes de centros de distribución de productos alimentarios les resulte incluso más difícil enviar las mercancías a un precio satisfactorio para ambas partes.

Manejar el crecimiento

Otro desafío que mencionaron muchos de los operadores de centros de distribución de productos alimentarios entrevistados fue la dificultad para manejar su crecimiento de manera eficaz a fin de adaptarse a la demanda del mercado. Tal como declaró el operador de un centro de distribución de productos alimentarios: "Hemos crecido en tal medida que superamos nuestra capacidad en términos de infraestructura física y sistema comercial. Nos vemos enfrentados con la necesidad de expandir nuestra instalación para refrigeración y de implementar sistemas de contabilidad y administración más sofisticados. No invertimos adecuadamente en infraestructura a medida que avanzábamos, simplemente desconocíamos el potencial que teníamos". Otro operador manifestó la misma opinión: "intentar hacer crecer a la empresa implica más ventas, más miembros y lugares de distribución adicionales". Ellos ven que el desafío es "realizar este trabajo mesuradamente, hacer crecer a la empresa a un ritmo adecuado".

Acceso al capital

Otro desafío que está estrechamente relacionado con el manejo del crecimiento es la dificultad de los centros de distribución de productos alimentarios para acceder al capital. Muchos de los participantes de la entrevista identificaron al acceso al capital como uno de los principales factores limitantes para el crecimiento. La falta de acceso al capital se asoció no solo con las inversiones en infraestructura, sino también con la dificultad para obtener líneas de crédito renovables a corto plazo que permitieran mantener un flujo de dinero adecuado para efectuar pagos. Tal como describió el operador de un centro de distribución de productos alimentarios: "Intentamos pagarles a los agricultores en 2 semanas, mientras que muchos de nuestros clientes tardan de 6 a 8 semanas en pagarnos, de modo que debemos financiar estas cuentas a cobrar". Fuera de los centros de distribución de productos alimentarios en sí, también se mencionaron los problemas de acceso al capital como un desafío persistente para los productores. Muchos gerentes de centros de distribución de productos alimentarios señalaron que los agricultores con los que trabajan también se enfrentan al acceso inadecuado al capital, que afecta su capacidad para producir mayores volúmenes de productos de alta calidad.

Otros desafíos notables

Otros desafíos que mencionaron los operadores de centros de distribución de productos alimentarios fueron: dependencia del trabajo voluntario, encontrar personal de temporada y medio tiempo confiable, cumplir con las especificaciones de los compradores en términos de constancia y calidad del producto, la gestión de inventarios y conservar la identidad de la granja en toda la cadena de suministro. Varios operadores de centros de distribución de productos alimentarios también señalaron el desafío que enfrentan sus pequeños productores para cumplir con los requisitos de seguridad alimentaria de algunos de sus compradores, así como el desafío potencial que enfrentarán dichos productores para cumplir con las normas futuras de seguridad alimentaria.

¿Qué oportunidades hay para el crecimiento del mercado y la expansión de los centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Casi todos los operadores de centros de distribución de productos alimentarios que participaron en la encuesta de 2011 de la NFHC y en las entrevistas de seguimiento afirmaron que existen oportunidades para expandir sus operaciones. Estos mencionaron conquistar nuevos mercados y aumentar la oferta de productos como los dos caminos más adecuados para la expansión. Como parte de la encuesta de 2011, se les pidió a los encuestados que enumeraran sus mercados principales y secundarios. Los mercados principales son aquellos canales de mercado que representan la mayoría de las ventas, y los mercados secundarios son otros canales de mercado en los que

participan, pero que representan una parte más pequeña de las ventas totales. Agrupando los mercados principales y secundarios, los mercados que más utilizan los centros de distribución de productos alimentarios son: restaurantes (84 %), tiendas de comestibles (69 %), universidades (62 %), cooperativas alimentarias (53 %), otros distribuidores (53 %) y proveedores de servicios alimentarios para escuelas (53 %). Cabe señalar que los centros consideran a las universidades un mercado secundario más que un mercado principal, una tendencia que también se ve reflejada en otros mercados institucionales. Por ejemplo, solo el 16 % de los centros de distribución de productos alimentarios encuestados enumeraron a los hospitales como un mercado principal, mientras que el 27 % los enumeró como un mercado secundario. Estos hallazgos se reafirmaron durante las entrevistas de seguimiento con los operadores de centros de distribución de productos alimentarios. Muchos encuestados mencionaron que la demanda comenzaba a presentarse en los canales de mercado institucional, como universidades y hospitales, así como en determinados canales de

mercado sensibles a los precios, como los sistemas escolares públicos, programas de alimentación para personas mayores financiados por el gobierno federal y bancos de alimentos, pero que el volumen de productos alimentarios que compraban estas entidades no era equivalente al que compraban los clientes no institucionales.

En lo que respecta a los tipos de productos que los centros ofrecen a su clientela, la encuesta de 2011 de la NFHC señala que casi todos los centros (96 %) venden frutas y verduras frescas, y la mayoría también vende una gama de otros productos, como huevos (76 %), lácteos (64 %), carnes (62 %), productos avícolas (62 %) y cereales (56 %), además de varios productos con valor agregado. Si bien las frutas y verduras frescas son esenciales para las ventas totales de la mayoría de los centros, muchos operadores de centros de distribución de productos alimentarios afirmaron en las entrevistas de seguimiento que tienen la intención de aumentar la oferta de productos para incluir más proteínas, cereales y productos con valor agregado, a fin de adaptarse a la demanda de los clientes y de asegurarse de poder ofrecer productos durante todo el año.



Proceso de descarga de un envío de frutas y verduras de un agricultor en el depósito de Appalachian Harvest en Duffield, Virginia.

Varios centros de distribución de productos alimentarios ven el procesamiento como una forma de utilizar los productos de segunda calidad,⁶⁹ lo que permite reducir la generación de residuos y aumentar los ingresos para los productores. También ven el procesamiento como una forma de aumentar la cantidad de productos de larga duración que distribuye el centro, que les permitiría ofrecer una mayor variedad de productos fuera de estación y seguir atrayendo a los compradores durante todo el año. Algunos de los centros de distribución de productos alimentarios entrevistados tienen la intención de obtener equipos de procesamiento para desarrollar productos con valor agregado. Otros afirmaron que están buscando entablar nuevas asociaciones comerciales con los procesadores existentes para que desempeñen esta función por ellos.

69 Los productos de segunda calidad son frutas y verduras sanas que no cumplen con los requisitos estándar de venta minorista o del servicio alimentario, como el aspecto o el tamaño y que, por lo tanto, resultan difíciles de vender en la mayoría de los canales de mercado de productos alimentarios frescos.



Cajas de tomates reliquia (heirloom) con la marca Red Tomato

¿Qué necesidades se identificaron en términos de respaldo para el desarrollo futuro de los centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Según la encuesta de 2011 de la NFHC, muchos centros están comenzando a establecerse o se encuentran en una fase temprana de desarrollo. La mayoría cuenta con menos de 5 años de trayectoria, genera un promedio de aproximadamente \$1 millón en ventas brutas anuales, cuenta con siete miembros del personal a tiempo completo (en promedio) para su operación y depende en gran medida del trabajo voluntario (cinco personas en promedio). Debido a la etapa temprana de desarrollo en que se encuentran, muchos centros de distribución de productos alimentarios aun dependen de los subsidios para brindar servicios y realizar las actividades operativas esenciales. Para ayudar a los operadores de centros de distribución de productos alimentarios a aumentar su viabilidad económica y a que contribuyan a la creación de puestos de trabajo y al desarrollo del mercado, se deben abordar las siguientes áreas de asistencia:

Respaldo financiero

El desarrollo y la expansión de los centros de distribución de productos alimentarios normalmente requieren de una inversión inicial importante en activos fijos, como depósitos, soportes regulables de palet, montacargas, refrigeradores, camiones, cajas de embalaje, líneas de clasificación y otros equipos de manipulación. Generalmente, este tipo de infraestructura se debe financiar, pero con frecuencia los centros de distribución de productos alimentarios tienen dificultades para acceder al capital. Se necesitan subsidios para respaldar puestas en marcha y expansiones a fin de poder invertir en estos activos fijos, así como para posicionar a los centros como mejores candidatos para obtener préstamos. Los centros también pueden beneficiarse de las innovadoras y creativas opciones de préstamos que están comenzando a ofrecer empresas sociales, instituciones financieras de desarrollo comunitario e incluso algunos programas de préstamos del USDA. Estos préstamos con intereses bajos pueden incluir (y con frecuencia incluyen) asistencia técnica práctica para respaldar el éxito prolongado del centro.

Además del capital proveniente de los préstamos, los centros de distribución de productos alimentarios se beneficiarían del establecimiento de fuentes menos tradicionales de inversión en acciones o de capital donado, como aquellas a las que se puede acceder en condiciones

razonables por ser miembro de una cooperativa, a partir de programas de inversión comunitarios locales, financiación en masa e inversiones de impacto para empresas sociales.

Estrategias comerciales innovadoras y flexibles

Se necesita una mayor creatividad e innovación para posicionar a los centros de distribución de productos alimentarios de modo que puedan adaptarse más rápidamente a un mercado en constante cambio. Se requiere innovación en áreas como financiamiento, obtención de tierras e instalaciones, coordinación de productores, manipulación y logística de envíos, herramientas de administración comercial, plataformas informáticas y técnicas de comercialización, que ayudarán a los centros de distribución de productos alimentarios a manejar y lograr más satisfactoriamente las metas propuestas. Tanto las fundaciones privadas como las entidades gubernamentales tienen un papel que cumplir al aportar capital semilla para proyectos piloto "en el campo", lo que permitiría implementar más métodos experimentales en el desarrollo de los centros de distribución de productos alimentarios y explorar de qué manera las metas económicas, sociales y medioambientales podrían relacionarse mejor con las actividades de dichos centros.

Servicios para el desarrollo comercial

Muchos operadores de centros de distribución de productos alimentarios necesitan capacitarse en aspectos relacionados con el desarrollo comercial. Dado que los centros intentan mantenerse en una buena situación fiscal y alcanzar determinadas metas sociales y medioambientales, equilibrar estas demandas en un único plan comercial puede ser un proyecto muy complejo y agobiante. El éxito de los centros también podría fomentarse mediante la disponibilidad de ejemplos de modelos comerciales de centros de distribución de productos alimentarios en diferentes etapas de desarrollo, desde

la puesta en marcha hasta las fases más maduras, que brindarían información sobre productos y mercados potenciales, volúmenes anticipados de productos manipulados con el transcurso del tiempo y los ingresos, costos operativos y de inversión asociados con diversas etapas de crecimiento. La “comunidad de práctica”⁷⁰ de un centro de distribución de productos alimentarios podría ayudar a facilitar el intercambio de información comercial útil.

Asistencia técnica sobre operaciones y diseño de las instalaciones

Los nuevos operadores de centros de distribución de productos alimentarios y las personas que quieren establecer un centro se beneficiarían de información detallada sobre los requisitos de instalación e infraestructura, como los tipos y tamaños de los equipos de manipulación y distribución, planos de plantas para un óptimo flujo de productos, costos anticipados de puesta en marcha y operación, etc. Este tipo de información es esencial para el plan comercial de cualquier centro de distribución de productos alimentarios. Si bien cada centro tiene su propia huella en función de su variedad de productos, su escala de operación y la región a la que abastece, la información general sobre los requisitos de la instalación, infraestructura y equipos le resultaría útil a la mayoría de los gerentes de estos centros.

Respaldo comunitario y mayor colaboración de las partes interesadas

Para que los centros de distribución de productos alimentarios generen su impacto económico, social y medioambiental completo, es esencial que colaboren con una amplia gama de partes interesadas de la comunidad y que aprovechen sus recursos. Los esfuerzos de comunicación y de extensión relacionados con los beneficios de las actividades de los centros de

distribución de productos alimentarios no deben estar orientados solo a un pequeño círculo de partes interesadas industriales, gubernamentales y sin fines de lucro que estén directamente involucrados en el respaldo de las operaciones de los centros de distribución de productos alimentarios, sino que se deben difundir a todos los participantes potenciales de la cadena de suministro, que incluyen a compradores escolares e institucionales de productos alimentarios, distribuidores, tiendas minoristas, fundaciones interesadas en la agricultura sustentable, el desarrollo económico rural y la nutrición, agencias de desarrollo económico regional y de ciudades y condados, organizaciones de planificación y departamentos de salud.

Desarrollo de plataformas de aprendizaje entre pares y redes eficaces

Los operadores de centros de distribución de productos alimentarios señalaron que los mecanismos de extensión en curso, como las comunidades de práctica en persona y en línea, los ayudarían a mejorar las operaciones al facilitar la comunicación con otros operadores. Dichas oportunidades de comunicación fomentan el aprendizaje entre pares, contribuyen a difundir información, descubren y analizan modelos, y capacitan a socios clave y potenciales. Están comenzando a surgir comunidades de práctica a nivel local y regional de centros de distribución de productos alimentarios, que tienen la ventaja de presentar un conjunto de partes interesadas que pueden trabajar en equipo y participar en las actividades comerciales incluso después de una reunión. Se pueden encontrar ejemplos de esta situación en Chicago, donde la Iniciativa Fresh Taste estableció una red regional de empresas en los Grandes Lagos; en el noreste, con una red informal de empresas alimentarias y organizaciones civiles; y en California, con el establecimiento de la Red de centros regionales de distribución de

productos alimentarios de California. Además, una comunidad de práctica a nivel nacional ayudaría a satisfacer las necesidades relacionadas con inversión, innovación, información y comunicaciones descritas anteriormente, así como a atraer a más socios gubernamentales, filantrópicos e industriales a nivel nacional.



70 Las comunidades de práctica son grupos de personas en organizaciones que se unen para intercambiar conocimientos, familiarizarse con algunos aspectos del trabajo de otros miembros y brindar un contexto social para dicho trabajo. Para obtener más información, consulte www.leopold.iastate.edu/sites/default/files/copresourceguide.pdf

Recursos disponibles para respaldar el desarrollo de los centros regionales de distribución de productos alimentarios

A medida que los centros de distribución de productos alimentarios siguen cobrando impulso y expandiendo sus operaciones, una de sus necesidades principales es obtener acceso al capital y al respaldo para el desarrollo comercial. Hay disponible un abanico de opciones de fondos provenientes de fuentes federales y no federales para financiar las diferentes etapas del desarrollo de un centro de distribución de productos alimentarios, desde planificación comercial y asistencia técnica hasta capital circulante y mejoras en la infraestructura física. Esta sección está dedicada a ayudar a los operadores y colaboradores de los centros a comprender y explorar la variedad de recursos humanos y financieros que tienen a su alcance.

¿Qué fondos del gobierno federal se encuentran disponibles para respaldar a los centros de distribución de productos alimentarios?

Muchos programas federales de subsidios y préstamos podrían financiar diversos aspectos de las operaciones de un centro de distribución de productos alimentarios. La National Food Hub Collaboration identificó más de 30 de estos programas federales (incluidos 20 programas solo del USDA) que tienen una trayectoria comprobada o el mayor potencial para proveer fondos para el

trabajo de los centros de distribución de productos alimentarios. La Tabla 1 en la página 35 enumera a los postulantes elegibles para cada programa y las actividades de provisión de fondos.

Es importante tener en cuenta que muchas oportunidades de financiación federal están administradas a través de agencias estatales o regionales. Por ejemplo, muchas de las oportunidades de financiación disponibles en las agencias del USDA, como Farm Service Agency, Natural Resources Conservation Service y Rural Development, están administradas por el Estado, y el personal a cargo de estos programas normalmente se encuentra en los Centros de Servicios del USDA. Para conocer la ubicación de un Centro de Servicios del USDA en su estado, consulte el localizador de centros de servicios.⁷¹

También se les recomienda a los operadores de centros de distribución de productos alimentarios y a sus socios que se pongan en contacto con el personal de los programas de subsidios para asegurarse de que sean elegibles antes de postularse para cualquier programa. Las áreas de interés y las entidades elegibles de los subsidios pueden variar ocasionalmente. Además, dado que las fechas límite para el envío de las postulaciones puede variar según el año, es importante verificar con el personal del programa y en los sitios web correspondientes si se actualizaron las fechas límite de postulación u otra información relevante. Puede encontrar una lista de programas de subsidios federales en "Fuentes de fondos dentro del Gobierno federal".

Otros recursos disponibles a nivel estatal y local, como los Centros de Servicios del USDA, el Sistema de Extensión Cooperativa⁷², las oficinas de la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa⁷³ y los Centros de Desarrollo Cooperativo,⁷⁴ pueden brindar abundante información sobre investigación y preparación de postulaciones para subsidios gubernamentales.

Si bien es importante prestarles atención a los requisitos de elegibilidad del programa, no sea demasiado restrictivo al momento de determinar si un programa de subsidios determinado es apto para usted. También es importante adoptar un enfoque integral con respecto a las oportunidades de financiación: sea creativo e ingenioso. Por ejemplo, algunos programas de subsidios enumerados en esta guía podrían ser más aptos para los operadores de centros de distribución de productos alimentarios a través de asociaciones con una organización elegible que pueda ofrecer actividades básicas, como capacitación en comercialización o producción, o asistencia técnica para agricultores y proveedores. Finalmente, además de esta guía informativa, los operadores de centros y sus socios deberían revisar otras guías y sitios web excelentes cuando busquen información sobre provisión de fondos para empresas relacionadas con el sector alimentario (consulte el Apéndice 5). De especial utilidad es el sitio web de Conozca a su Agricultor, Conozca sus Alimentos⁷⁵ del USDA, que brinda una lista exhaustiva de programas de provisión de fondos que respaldan los sistemas alimentarios locales y regionales.

71 offices.sc.egov.usda.gov/locator/app

72 www.csrees.usda.gov/Extension

73 www.sba.gov/about-offices-list/2

74 www.cooperationworks.coop/

75 www.usda.gov/knowyourfarmer

Preparación para fondos federales

Cuando se prepara para solicitar fondos federales, es importante aclarar que muchos programas de subsidios federales solo aceptan postulaciones en línea enviadas a través de Grants.gov,⁷⁶ un portal gubernamental centralizado. Registrarse en Grants.gov es un primer paso esencial en el proceso de envío de postulaciones. Generalmente, las organizaciones que se postulan para un subsidio del gobierno federal deben tener un número del Sistema Universal de Numeración de Datos (Data Universal Numbering System, DUNS),⁷⁷ un número de identificación del empleador (Employer Identification Number, EIN)⁷⁸ y estar inscritas en el Registro Central de Contratistas.⁷⁹

¿Hay fondos disponibles de fundaciones filantrópicas?

Las fundaciones filantrópicas se están interesando cada vez más en los sistemas alimentarios locales y regionales, así como en su relación con la salud, el desarrollo económico, el medio ambiente y varios otros aspectos subyacentes. Sin embargo, hace muy poco tiempo que los centros de distribución de productos alimentarios comenzaron a recibir la atención de varias organizaciones filantrópicas, de modo que no son muchas (excepto algunas excepciones

notables que se analizan abajo) las que respaldan explícitamente a los proyectos de los centros en las descripciones de sus programas.

Las fundaciones filantrópicas suelen priorizar la provisión de fondos para un proyecto orientado a generar un conjunto de resultados o impactos propuestos en lugar de otorgar subsidios a un tipo de actividad en particular. Por lo tanto, al confeccionar las propuestas de subsidios para las organizaciones filantrópicas, es importante hacer hincapié en el impacto previsto del proyecto y demostrar de qué manera dicho proyecto contribuirá a cumplir las metas de la fundación. Sin embargo, dada la diversa gama de actividades en que participan los centros de distribución de productos alimentarios y sus objetivos correspondientes, desde impactos muy localizados y centrados en un área geográfica específica (como mejorar el acceso a productos alimentarios más saludables en un vecindario específico), hasta impactos con alcance regional (como preservar las tierras de cultivo y los trabajos agrícolas) y global (como reducir la emisión de gases de efecto invernadero y otros contaminantes), los operadores de centros de distribución de productos alimentarios y sus socios cuentan con considerable libertad para

desarrollar propuestas de subsidios que podrían captar el interés de una gama de organizaciones filantrópicas con objetivos muy diferentes. Para obtener más información sobre la relación entre el trabajo de los sistemas alimentarios y los impactos que puedan interesar a las fundaciones que otorgan subsidios, consulte la guía *A Grant Maker's Guide to Food Systems for the Good of the Community*.⁸⁰

En la Tabla 1, se encuentra una lista de fundaciones que proveen fondos para actividades en las áreas de sistemas alimentarios, salud, acceso a productos alimentarios, desarrollo económico y sustentabilidad medioambiental. Los ejemplos que se brindan en esta sección de la guía y en la Tabla 1 no implican que estas fundaciones proveerán fondos para los centros de distribución de productos alimentarios, sino que dichas fundaciones financiaron sistemas alimentarios o que al menos están interesadas en algunos de los impactos económicos, sociales o medioambientales que los centros de distribución de productos alimentarios pueden generar. No pretende ser una lista exhaustiva. Puede obtener más información sobre estas y otras fundaciones en Sustainable Agriculture and Food Systems Funders.⁸¹



En la granja educativa de Local Food Hub en Scottsville, Virginia, una granja orgánica certificada que actúa como un centro de aprendizaje comunitario y ofrece clases de capacitación agrícola, talleres y eventos comunitarios.

76 www.grants.gov

77 fedgov.dnb.com/webform

78 www.irs.gov/businesses/small/article/0,,id=98350,00.html

79 www.bpn.gov/ccr/default.aspx

80 bit.ly/grantmakers-guide

81 www.safsf.org/who/directory.asp

¿Cuáles son algunos ejemplos de fundaciones filantrópicas que proveen fondos a los centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Muchas fundaciones filantrópicas privadas proveen fondos para proyectos relacionados con los sistemas alimentarios de los Estados Unidos, y varias de estas están interesadas en lo que los centros de distribución de productos alimentarios tienen para ofrecer. Los ejemplos a continuación lo orientarán sobre los tipos de proveedores de fondos privados que usted puede investigar y buscar.

Algunas fundaciones tienen directamente “en la mira” a sistemas alimentarios locales. El Fondo Blue Moon⁸² está interesado en generar resiliencia humana y natural frente a un mundo cambiante y en proceso de calentamiento. Este utiliza capital natural, social y financiero para implementar nuevos modelos en regiones con gran biodiversidad en todo el mundo, incluida la región de Chesapeake/Appalachia. En su sitio web, esta fundación enumera varias “joyas”, es decir, ideas que consideran prometedoras para cumplir sus metas. Una de ellas es la “construcción de sistemas alimentarios locales saludables”. El Fondo Blue Moon está claramente interesado en la promesa de los centros de distribución de productos alimentarios. En 2009, el Local Food Hub recibió un subsidio “para respaldar la disponibilidad y asequibilidad de productos alimentarios de origen local mediante el aumento de la eficacia del sistema alimentario local, el respaldo a las granjas existentes y el desarrollo de nuevas granjas”.

La W.K. Kellogg Foundation es una de las más grandes del país. Su objetivo es “respaldar a niños, familias y comunidades a medida que fortalecen y generan condiciones que alientan a los niños vulnerables para que tengan éxito como individuos y contribuyentes de la comunidad y la sociedad en general”. La Kellogg Foundation otorgó al Common Market de Filadelfia un subsidio de \$1.1 millones para expandir el impacto de su centro de distribución de productos alimentarios. Entre las actividades financiadas, el subsidio pagó por infraestructura física crítica para ampliar las operaciones y reducir los costos. El Common Market se ganó este subsidio ya que su trabajo aumenta la calidad y cantidad de productos alimentarios asequibles, saludables y frescos para las comunidades vulnerables, y la Kellogg Foundation estaba segura de que estos objetivos no iban a cumplirse igual de rápido o de bien sin el respaldo que brindan las actividades del centro de distribución de productos alimentarios.

La Ford Foundation, otra de las fundaciones filantrópicas más grandes de los Estados Unidos, ha colaborado con los sistemas alimentarios durante muchos años. Sus áreas de interés son diversas, y varias se superponen a los intereses de los centros de distribución de productos alimentarios. La Ford Foundation otorgó un subsidio de

\$500,000 al Eastern Market de Detroit en el marco de su iniciativa de “Promoción de la Innovación en el Uso de Tierras de las Regiones Metropolitanas” (Promoting Metropolitan Land-Use Innovation). Otras tres iniciativas de la Ford Foundation que podrían proveer fondos para el trabajo de los centros de distribución de productos alimentarios son “Respuestas al cambio climático que fortalecen a las comunidades rurales”, “Expansión de los derechos comunitarios sobre los recursos naturales” y “Aseguramiento de buenos puestos de trabajo y acceso a servicios”.

Puede encontrar una lista de las organizaciones filantrópicas que podrían ayudar a proveer fondos para centros de distribución de productos alimentarios en “Fuentes de fondos provenientes de fundaciones y organizaciones sin fines de lucro”.

Como es de esperar, existen muchas más fundaciones pequeñas que fundaciones nacionales grandes. Con frecuencia, las fundaciones más pequeñas y los fideicomisos familiares tienen un enfoque regional específico y es posible que se interesen en proveer fondos para las actividades de los centros de distribución de productos alimentarios que se encuentran en su área geográfica de influencia. Obtenga más información sobre fundaciones pequeñas en la Association of Small Foundations.⁸³



El Eastern Market de Detroit, establecido en 1891, es uno de los mercados mayoristas y minoristas de propiedad pública más antiguos del país.

82 bluemoonfund.org

83 www.smallfoundations.org



El Eastern Market de Detroit en su "Día de las flores".

¿Los centros regionales de distribución de productos alimentarios pueden obtener fondos de fuentes diversas que tienen intereses diferentes?

Establecer o expandir un centro de distribución de productos alimentarios es intensivo en capital, y los proveedores de fondos individuales no siempre pueden cubrir todos los costos asociados con la realización total de las operaciones de dicho centro. Por esto, muchos gerentes emprendedores de centros de distribución de productos alimentarios buscaron obtener fondos de diversas fuentes públicas y privadas. Un ejemplo de esta situación es el Eastern Market de Detroit.

Eastern Market, un mercado público ubicado en el centro de Detroit que ha operado durante más de cien años, se está transformando para actuar como un verdadero centro de distribución de productos alimentarios frescos y saludables. Además, dirige programas

destinados a aumentar el acceso de los productores a los mercados y el acceso minorista a productos alimentarios frescos y cultivados a nivel local en las comunidades menos favorecidas. Eastern Market Corporation (EMC), la organización sin fines de lucro que administra el mercado, desarrolló una visión integral, ya que llegó a la conclusión de que diferentes partes de esa visión les resultaban atractivas a diferentes proveedores de fondos. Los aumentos de capital para el mercado fueron financiados en parte por la ciudad de Detroit y en parte con fondos que la EMC obtuvo de diversas fundaciones y corporaciones. Tres organizaciones filantrópicas de alcance nacional, pero centradas especialmente en Detroit, la Kresge Foundation, la Ford Foundation y la W.K. Kellogg Foundation, fueron colaboradores clave. La EMC también recibió un modesto respaldo financiero a través de un acuerdo de cooperación para la investigación con el USDA. Cada proveedor de fondos tiene una razón levemente diferente por la que quiere mejorar el mercado:

El Programa de Desarrollo Comunitario (Community Development Program) de la Kresge Foundation tiene como

meta crear oportunidades y mejorar la calidad de vida de las poblaciones menos favorecidas y marginadas. El programa se enfoca principalmente en Detroit, lo que convierte al Eastern Market en un candidato excelente, dado que su visión incluye varios programas dirigidos a las poblaciones menos favorecidas en las inmediaciones del emplazamiento del mercado. La fundación también cuenta con un programa de salud, cuyos objetivos son similares a los del Eastern Market. Esto le permite a la fundación cumplir varios objetivos con un solo subsidio.

El programa de promoción de la innovación en el uso de tierras de las regiones metropolitanas de la Ford Foundation busca desarrollar simultáneamente un uso innovador de las tierras, planificación comunitaria y estrategias de desarrollo de infraestructura que impulsen esfuerzos de desarrollo regionales. La infraestructura física del Eastern Market respalda el comercio regional de una manera integrada que resulta atractiva para el programa de uso de tierras de la Ford Foundation.

La Kellogg Foundation ha respaldado los aumentos de capital y las operaciones del mercado con varios subsidios. Un subsidio reciente encaja perfectamente en dos áreas de interés de la Kellogg Foundation: Niños Sanos (Healthy Kids), con el énfasis del Eastern Market en los productos alimentarios saludables y cultivados a nivel local, y Compromiso Civil (Civic Engagement), ya que el Eastern Market forma parte de la estructura de la vida urbana de Detroit.

En 2010, el Agricultural Marketing Service del USDA firmó un acuerdo de cooperación para la investigación con la EMC, como parte de su mandato general de identificar las oportunidades del mercado emergentes para los productores agrícolas y que prometen ofrecer rendimientos más altos a los agricultores. El acuerdo de 2 años busca expandir el acceso a frutas y verduras frescas en las tiendas minoristas de áreas urbanas marginales mediante un mayor número de operaciones del mercado y mejorar la coordinación de los envíos entre productores y proveedores mayoristas a través de

servicios de logística, como compra conjunta y almacenamiento refrigerado.

Otro subsidio notable otorgado al Eastern Market proviene de la Herrick Foundation. Herrick es más pequeña que otros otorgantes, pero también tiene un interés especial en Detroit, así como en las soluciones tecnológicas para los problemas. Los fondos de Herrick se están utilizando para incorporar el software de Local Orbit en las operaciones del Eastern Market. Local Orbit ofrece al Eastern Market una plataforma en línea para facilitar la compra y venta de productos cultivados en Michigan. Esto cumple con la meta de la fundación de aplicar la tecnología para generar un impacto social y contribuye a que más productores accedan en forma directa a un mercado de clientes en Detroit.

¿Qué otras fuentes de capital respaldan a los centros regionales de distribución de productos alimentarios?

Durante la etapa de puesta en marcha, muchos empresarios recurren a activos personales, piden prestado dinero a su familia o utilizan sus tarjetas de crédito. Si la empresa es una cooperativa, se reúne capital de los miembros que invierten al comienzo y son propietarios de una parte de la empresa. En un determinado momento, los empresarios buscan más allá de estas fuentes inmediatas para obtener algún tipo de préstamo, línea de crédito o inversión en acciones. Los centros de distribución de productos alimentarios son, en esencia, pequeñas empresas y siguen este patrón, pero también tienen opciones con las que no cuentan muchas pequeñas empresas. Dado que la mayoría de los centros son empresas sociales, estos pueden ser una inversión atractiva para los inversores en empresas sociales. Diversas organizaciones buscan inversiones que generen beneficios sociales o medioambientales y rendimientos financieros. Sin embargo, para calificar para obtener un préstamo para empresas sociales o una inversión en

acciones, la gerencia de un centro de distribución de productos alimentarios debe asegurarles a los inversores que podrá devolverles el dinero. Si bien pedir un préstamo (capital de empréstito) para establecer o expandir un centro de distribución de productos alimentarios puede parecer lógico, hay algunas preguntas importantes que responder.

- ¿Usted prevé que los ingresos aumentarán lo suficiente como para sentirse seguro de que podrá pagar un préstamo?
- ¿Cuenta con documentación que inspire confianza en que usted es un riesgo de inversión razonable?
 - valores significativos (suficientes activos propios pagados) en el centro,
 - un plan comercial escrito,
 - contratos o compromisos con compradores que respalden su postulación para un préstamo y
 - registros financieros que muestren sus ingresos, gastos y activos durante varios años.

- ¿Las condiciones son competitivas, razonables y se encuentran dentro de sus posibilidades?

Con frecuencia, los centros de distribución de productos alimentarios y otras empresas alimentarias locales tienen dificultades para obtener un préstamo de los prestamistas tradicionales. Muchos prestamistas ven a estas empresas como una inversión demasiado riesgosa y consideran que no encajan en el patrón con el que están familiarizados. Es cierto, muchos centros no encajan en los modelos convencionales, sus activos pueden no ser igual de seguros y es posible que sus mercados estén menos desarrollados. Sin embargo, hay un número cada vez mayor de opciones para acceder a préstamos, y el campo está cambiando rápidamente.

Varios tipos de entidades otorgan préstamos a empresas alimentarias locales, y cada una tiene sus propias metas, razones y condiciones. Un número cada vez mayor de estas se centran en proveer fondos para empresas sociales y desean respaldar a empresas que tienen objetivos sociales o medioambientales



Productos del Common Market exhibidos en una tienda de comestibles de Filadelfia.

además de financieros. A continuación, se mencionan algunos ejemplos:

RSF Social Finance⁸⁴ ofrece varias opciones de préstamos e inversiones de capital y tiene como una de sus tres áreas de interés a los productos alimentarios y la agricultura. Por ejemplo, a través del Fondo de Inversión Relacionada con el Programa (Program-Related Investing Fund) de RSF, las empresas sociales con y sin fines de lucro involucradas en “la producción de alimentos, acceso a productos alimentarios, procesamiento con valor agregado, distribución, venta minorista y manejo de residuos” tienen a su disposición préstamos de \$50,000 o más. La primera inversión relacionada con el programa (program-related investment, PRI) que se realizó a través de este programa estaba dirigida al Common Market, un centro de distribución de productos alimentarios de Filadelfia con más de 60 clientes y 100 agricultores proveedores. Las PRI son inversiones que realizan las fundaciones, o las organizaciones que estas eligen para realizar dichas inversiones en su lugar (como RSF), que respaldan los objetivos de la fundación. Normalmente, se devuelve el dinero con intereses y dentro de un período establecido. Si bien cada vez más fundaciones brindan opciones de PRI, acceder a estas sigue siendo difícil. Sin embargo, el trabajo de organizaciones como RSF y otras facilita la obtención de una PRI, y esperamos ver más actividad en este sector a corto plazo. Para obtener más información sobre las PRI, consulte la PRI Makers Network.⁸⁵

Whole Foods Market tiene un Programa de Préstamos para Productores Locales (Local Producer Loan Program)⁸⁶ que

otorga préstamos con intereses bajos de entre \$10,000 y \$100,000. El préstamo no puede ser superior al 80 % de los costos totales del proyecto. El programa intenta reducir al mínimo las tarifas, las tasas de interés y el papeleo que normalmente implica un préstamo. Whole Foods desea “facilitarles [a los agricultores y productores] el crecimiento de sus empresas e incorporar más productos locales en el mercado. Eso es bueno para nosotros y para usted”. Muchos de los préstamos proveen fondos para pequeñas empresas que producen y venden productos que cumplen con los estándares de Whole Foods. Muchos centros de distribución de productos alimentarios podrían adaptarse perfectamente a este programa.

Desde luego, los centros de distribución de productos alimentarios también son elegibles para obtener fondos más convencionales y deberían considerar los préstamos del Sistema de Crédito Agrícola (Farm Credit System, FCS).⁸⁷ El FCS es una red de cooperativas financieras y el proveedor líder de créditos para los agricultores jóvenes, principiantes y pequeños del país. Según la estructura actual, solo los agricultores pueden recibir un préstamo del FCS. Cada prestamista independiente en el FCS tiene su propio nivel de comprensión sobre centros de distribución de productos alimentarios. El Consejo de Crédito Agrícola (Farm Credit Council, FCC), una organización afín al FCS, trabaja arduamente para impartir conocimientos a los prestamistas. Por ejemplo, el FCC trabajó con socios para desarrollar la Guía Práctica para una Nueva Zona Alimentaria Norteamericana (Field Guide to a New American Foodshed),⁸⁸ que presenta estudios

de caso e información financiera para mostrar cómo son y cómo operan estas nuevas empresas alimentarias.

Las Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario (Community Development Financial Institutions, CDFI) son organizaciones que brindan créditos a los mercados y las poblaciones menos favorecidas y, con frecuencia, ofrecen tasas menores a las del mercado y una importante asistencia técnica. Las CDFI cuentan con certificación del Departamento de Hacienda de los EE. UU. Dichas instituciones se describen detalladamente en la sección “Recursos federales” de esta guía. Consulte la CDFI Coalition⁸⁹ para conocer una lista de las CDFI por estado y por tipo. El sitio también tiene una base de datos de otorgamientos donde se pueden realizar búsquedas.

Además de estos programas de préstamos, existen otras opciones regionales o innovadoras que pueden ser las indicadas para usted. Por ejemplo, The Carrot Project⁹⁰ en el noreste otorga préstamos a pequeñas y medianas granjas y a empresas agrícolas que implementan prácticas sustentables u orgánicas y que abastecen a mercados locales o regionales. Estos fondos de préstamos pueden utilizarse para cubrir una amplia gama de costos comerciales, y tanto las empresas agrícolas como las no agrícolas son elegibles. Tal como se describe en su sitio web, los programas de préstamos de The Carrot Project incluyen dos modelos operativos diferentes. Un modelo brinda capital a los prestamistas que, a su vez, emiten pagarés y se comprometen a prestar el capital. En el segundo modelo, el dinero se entrega como garantía a un

84 rsfsocialfinance.org

85 www.primakers.net

86 www.wholefoodsmarket.com/values/local-producer-loan-program.php

87 www.farmcreditnetwork.com/about/locations

88 www.foodshedguide.org

89 cdfi.org

90 thecarrotproject.org

socio prestamista que utiliza su propio capital para otorgar los préstamos.

Otra idea innovadora se refleja en el trabajo de Kickstarter,⁹¹ que se describió como “financiación en masa”. Kickstarter y otras de su tipo (Indie GoGo⁹² y Profounder⁹³) utilizan una plataforma en línea para solicitar donaciones pequeñas de muchas personas, que pueden alcanzar un número elevado. Se describen los proyectos junto con

una meta de financiación y un límite de tiempo. Si un proyecto publicado cumple su meta de financiación antes de que finalice el período, este recibe el dinero. Los fondos son donaciones, no préstamos. Se puede publicar cualquier proyecto, como centros de distribución de productos alimentarios y otras empresas alimentarias locales. Para tener éxito en este tipo de financiamiento, es importante contar con excelentes habilidades de uso de Internet y

comunicación, de modo que pueda promocionar el proyecto de manera eficaz y solicitar contribuciones para este.

Para conocer más información, ideas y fuentes, consulte las páginas web de Finance for Food,⁹⁴ la sección Financial Resources (recursos financieros) de FamilyFarmed.org página,⁹⁵ y Sustainable Agriculture & Food Systems Funders.⁹⁶



Fuentes de fondos dentro del gobierno federal

La National Food Hub Collaboration identificó a más de 30 programas federales (incluidos 20 programas solo del USDA) que tienen una trayectoria comprobada o el mayor potencial para proveer fondos para los centros de distribución de productos alimentarios. Las Tablas 1 y 2 son resúmenes de la información en la lista que se presenta a continuación. En la Tabla 1, se muestra para qué se pueden utilizar los fondos y, en la Tabla 2, los tipos de organizaciones que son elegibles para cada fondo.

91 www.kickstarter.com

92 www.indiegogo.com

93 www.profounder.com

94 www.financeforfood.com

95 www.familyfarmed.org/FinancialResources

96 www.safsf.org

Tabla 1. Usos de los fondos disponibles del gobierno federal

En esta tabla, se describen los usos que se pueden dar a los fondos provenientes de diversos subsidios. Para conocer más detalles sobre los subsidios, busque el programa en la sección que le sigue a la Tabla 2.

Programa	Planificación ⁹⁷	Construcción	Tierras ⁹⁸	Equipos	Comercialización	Capital circulante	Capacitación ⁹⁹
USDA, Rural Development							
Subsidios y Préstamos para Instalaciones Comunitarias (Community Facilities Grants and Loans)		X	X	X			
Programas de Préstamos Garantizados para Empresas e Industrias (Business & Industry Guaranteed Loan Programs)		X	X	X		X	
Subsidio Empresarial para Empresas Rurales (Rural Business Enterprise Grant, RBEG)	X	X	X	X		X	X
Subsidio de Oportunidad para Empresas Rurales (Rural Business Opportunity Grant, RBOG)	X						X
Subsidio para Productores de Productos de Valor Agregado (Value-Added Producer Grant, VAPG)	X				X	X	
Programa de Représtamos con Intermediario (Intermediary Relending Program)	X	X	X	X		X	
Programa de Asistencia para Microempreendedores Rurales (Rural Microentrepreneur Assitance Program)	X		X	X	X	X	X
Programa de Préstamos y Subsidios para el Desarrollo Económico Rural (Rural Economic Development Loan and Grant Program, REDLG)	X	X					X
Subsidios del Programa de Energía Rural para Estados Unidos (Rural Energy for America Program)/Programa para Sistemas de Energía Renovable y Aumento del Rendimiento Energético (Renewable Energy System and Energy Efficiency Improvement Program)	X			X			X

⁹⁷ Incluye investigaciones, estudios de viabilidad y planificación comercial

⁹⁸ Tierras para arrendamiento o compra

⁹⁹ Incluye asistencia técnica

Programa	Planificación	Construcción	Tierras	Equipos	Comercialización	Capital circulante	Capacitación
USDA, National Institute of Food and Agriculture							
Programa de Investigación y Educación sobre Agricultura Sustentable (Sustainable Agriculture Research and Education, SARE)							X
Programa de Subsidios Competitivos para Proyectos Alimentarios Comunitarios (Community Food Projects Competitive Grant Program)	X	X			X	X	
Programa para el Desarrollo de Agricultores y Ganaderos Principiantes (Beginning Farmer and Rancher Development Program)				X (no fijos)			X
Iniciativa de Investigación Agrícola y Alimentaria (Agriculture and Food Research Initiative): Seguridad alimentaria global	X						
USDA, Agencia de Manejo de Riesgos							
Programa de Acuerdos de Cooperación para Extensión y Capacitación en Manejo de Riesgos (Risk Management Education and Outreach Partnership Cooperative Agreements Program)							X

Programa	Planificación	Construcción	Tierras	Equipos	Comercialización	Capital circulante	Capacitación
USDA, Agricultural Marketing Service							
Programa de Promoción del Mercado de Agricultores (Farmers Market Promotion Program, FMPP)	X			X	X		X
Programa de Subsidios Globales para Cultivos Especiales (Specialty Crop Block Grant Program, SCBGP)	X				X		X
Programa para la Mejora de la Comercialización Federal-Estatal (Federal-State Marketing Improvement Program, FSMIP)	X				X		X
USDA, Farm Service Agency							
Programa de Préstamos para Instalaciones de Almacenamiento de Productos Agrícolas (Farm Storage Facility Loan Program)	X	X		X			
USDA, Natural Resources Conservation Service							
Programa de Incentivos para Calidad Ambiental (Environmental Quality Incentives Program, EQIP)	X	X		X			X
Subsidios para la Innovación en Materia de Conservación (Conservation Innovation Grants, CIG)	X (solo estudios de viabilidad)				X		X

Programa	Planificación	Construcción	Tierras	Equipos	Comercialización	Capital circulante	Capacitación
Departamento de Comercio de los EE. UU.							
Programa de Desarrollo Económico y Obras Públicas (Public Works and Economic Development Program)		X		X			
Programa de Asistencia para el Ajuste Económico (Economic Adjustment Assistance Program, EAA)	X	X		X	X	X	X
Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EE. UU. (HHS)							
Programa de Prevención en las Comunidades (Communities Putting Prevention to Work)							X
Subsidios para la Transformación Comunitaria (Community Transformation Grants)	X (solo estudios de evaluación)						X
Subsidios para el Desarrollo Económico Comunitario (Community Economic Development Grants)		X	X	X	X	X	X

Programa	Planificación	Construcción	Tierras	Equipos	Comercialización	Capital circulante	Capacitación
Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los EE. UU. (HUD)							
Subsidio para Planificación Regional de Comunidades Sustentables (Sustainable Community Regional Planning Grant)	X		X				X
Subsidio para Desafíos de la Comunidad (Community Challenge Grant)	X		X				X
Programa de Subsidios Globales para el Desarrollo Comunitario (Community Development Block Grant, CDBG)		X	X	X		X	X
Programa de Vivienda y Desarrollo Económico Rural (Rural Housing and Economic Development, RHED)		X	X	X		X	X
Departamento de Hacienda de los EE. UU.							
Programa de Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario (Community Development Financial Institutions, CDFI) (postúlese en una CDFI)	X	X	X	X	X	X	X
Crédito Tributario de Nuevos Mercados (New Market Tax Credit, NMTC) (postúlese en una entidad de desarrollo comunitario)						X	

Tabla 2. Entidades elegibles para recibir fondos de subsidios federales

En esta tabla, se describen las organizaciones elegibles para recibir fondos de subsidios. Para conocer más detalles sobre los subsidios, busque el programa en la sección que le sigue a esta tabla.

Programa	Sin fines de lucro	Con fines de lucro	Cooperativa	Pública	Tribal	Individual	De investigación
USDA, Rural Development							
Subsidios y Préstamos para Instalaciones Comunitarias (Community Facilities Grants and Loans)	X			X	X		
Programas de Préstamos Garantizados para Empresas e Industrias (Business & Industry Guaranteed Loan Programs)	X	X	X	X	X	X	
Subsidio Empresarial para Empresas Rurales (Rural Business Enterprise Grant, RBEG)	X			X	X		
Subsidio de Oportunidad para Empresas Rurales (Rural Business Opportunity Grant, RBOG)	X		X	X	X		
Subsidio para Productores de Productos de Valor Agregado (Value-Added Producer Grant, VAPG)			X			X	
Programa de Préstamos con Intermediario (Intermediary Relending Program)	X		X	X	X		
Programa de Asistencia para Microemprendedores Rurales (Rural Microentrepreneur Assistance Program)	X				X		X
Programa de Préstamos y Subsidios para el Desarrollo Económico Rural (Rural Economic Development Loan and Grant Program, REDLG)	X	X	X	X	X	X	X
Subsidios del Programa de Energía Rural para Estados Unidos (Rural Energy for America Program)/Programa para Sistemas de Energía Renovable y Aumento del Rendimiento Energético (Renewable Energy System and Energy Efficiency Improvement Program)		X	X			X	

Programa	Sin fines de lucro	Con fines de lucro	Cooperativa	Pública	Tribal	Individual	De investigación
USDA, National Institute of Food and Agriculture							
Programa de Investigación y Educación sobre Agricultura Sustentable (Sustainable Agriculture Research and Education, SARE)	X					X	X
Programa de Subsidios Competitivos para Proyectos Alimentarios Comunitarios (Community Food Projects Competitive Grant Program)	X						
Programa para el Desarrollo de Agricultores y Ganaderos Principiantes (Beginning Farmer and Rancher Development Program)	X	X	X	X			X
Iniciativa de Investigación Agrícola y Alimentaria (Agriculture and Food Research Initiative): Seguridad alimentaria global							X
USDA, Agencia de Manejo de Riesgos							
Programa de Acuerdos de Cooperación para Extensión y Capacitación en Manejo de Riesgos (Risk Management Education and Outreach Partnership Cooperative Agreements Program)	X	X	X	X	X		X

Programa	Sin fines de lucro	Con fines de lucro	Cooperativa	Pública	Tribal	Individual	De investigación
USDA, Agricultural Marketing Service							
Programa de Promoción del Mercado de Agricultores (Farmers Market Promotion Program, FMPP)	X	X	X	X	X		
Programa de Subsidios Globales para Cultivos Especiales (Specialty Crop Block Grant Program, SCBGP)				X			
Programa para la Mejora de la Comercialización Federal-Estatal (Federal-State Marketing Improvement Program, FSMIP)				X			X
USDA, Farm Service Agency							
Programa de Préstamos para Instalaciones de Almacenamiento de Productos Agrícolas (Farm Storage Facility Loan Program)							
USDA, Natural Resources Conservation Service							
Programa de Incentivos para Calidad Ambiental (Environmental Quality Incentives Program, EQIP)			X		X	X	
Subsidios para la Innovación en Materia de Conservación (Conservation Innovation Grants, CIG)	X			X	X	X	

Programa	Sin fines de lucro	Con fines de lucro	Cooperativa	Pública	Tribal	Individual	De investigación
Departamento de Comercio de los EE. UU.							
Programa de Desarrollo Económico y Obras Públicas (Public Works and Economic Development Program)	X			X	X		X
Programa de Asistencia para el Ajuste Económico (Economic Adjustment Assistance Program, EAA)	X			X	X		X
Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EE. UU. (HHS)							
Programa de Prevención en las Comunidades (Communities Putting Prevention to Work)				X			
Subsidios para la Transformación Comunitaria (Community Transformation Grants)	X			X	X		
Subsidios para el Desarrollo Económico Comunitario (Community Economic Development Grants)	X						

Programa	Sin fines de lucro	Con fines de lucro	Cooperativa	Pública	Tribal	Individual	De investigación
Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los EE. UU. (HUD)							
Subsidio para Planificación Regional de Comunidades Sustentables (Sustainable Community Regional Planning Grant)	X			X			
Subsidio para Desafíos de la Comunidad (Community Challenge Grant)				X	X		
Programa de Subsidios Globales para el Desarrollo Comunitario (Community Development Block Grant, CDBG)				X			
Programa de Vivienda y Desarrollo Económico Rural (Rural Housing and Economic Development, RHED)	X			X	X		
Departamento de Hacienda de los EE. UU.							
Programa de Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario (Community Development Financial Institutions, CDFI) (postúlese en una CDFI)	X						
Crédito Tributario de Nuevos Mercados (New Market Tax Credit, NMTC) (postúlese en una entidad de desarrollo comunitario)	X						

USDA, Rural Development

Subsidio Empresarial para Empresas Rurales (Rural Business Enterprise Grant, RBEG)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service.

Respalda el desarrollo de infraestructura física e instalaciones, incluidos los emprendimientos comerciales de procesamiento, comercialización y distribución de alimentos para productos agrícolas de origen local. Los usos elegibles de los fondos incluyen los siguientes: adquisición o desarrollo de tierras, derecho de acceso o derecho de paso; construcción, transformación o renovación de edificios, plantas, maquinaria, equipos, calles y carreteras de acceso, áreas de estacionamiento y servicios públicos; control y reducción de la contaminación; capitalización de fondos de préstamos renovables, incluidos los préstamos para puestas en marcha y capital circulante; capacitación y asistencia técnica; educación a distancia para adultos para capacitación y progreso laborales; mejoras en el transporte rural y planificación de proyectos.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, construcción, arrendamiento o compra de tierras, compra de equipos, capital circulante, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: no hay un monto máximo, pero los subsidios generalmente varían entre \$10,000 y \$500,000. Los proyectos más pequeños tienen más prioridad.

Postulantes elegibles: entidades rurales públicas, tribus indígenas y organizaciones rurales sin fines de lucro.

Proyecto de ejemplo: en 2007, Coast Grown en San Luis Obispo, California, recibió un subsidio de \$88,000 del programa de RBEG para establecer la Coast Grown Cooperative, conformada por 18 granjas y haciendas independientes de la costa central

de California, y para construir la primera unidad móvil de cosecha de California. El subsidio ayudó a pagar una encuesta a productores, un informe de viabilidad de la cooperativa, un informe de viabilidad de la unidad móvil, un plan comercial, escrituras de constitución, estatutos, estándares de calidad, requisitos de la instalación de la hacienda, un plan de análisis de riesgos, un plan operativo de sanidad estándar, todas las pautas y permisos de la unidad móvil, sitio web, logotipo, folletos y paquete de postulación para nuevos miembros. Además, contribuyó a establecer una Junta Directiva y a contratar a un director general.

Para obtener más información: Programa de RBEG.¹⁰⁰

Contacto: la información y los subsidios se desembolsan a nivel estatal. Encuentre su oficina local de Rural Development en la sección Agencies and Offices de la página.¹⁰¹

Subsidio de Oportunidad para Empresas Rurales (Rural Business Opportunity Grant, RBOG)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service.

Respalda la capacitación y asistencia técnica para el desarrollo comercial, incluido el desarrollo comercial para procesamiento, comercialización y distribución de alimentos para productos agrícolas de origen local. Hace hincapié en las actividades que promueven las "mejores prácticas" para el desarrollo económico sustentable de las comunidades rurales. Los fondos del programa de RBOG no pueden utilizarse para construcción o adquisición de bienes inmuebles, costos de postulación para subsidios, costos incurridos antes del otorgamiento del subsidio ni actividades políticas. Este no es un subsidio para capital circulante; por lo tanto, el dinero no puede utilizarse para gastos operativos.

Estos programas son administrados por las oficinas estatales de la agencia Rural Development del U.S. Department of Agriculture. Encuentre su oficina estatal en la sección Agencies and Offices (Agencias y oficinas) de Rural Development.¹⁰²

www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: varía anualmente. En 2011, los fondos eran de hasta \$50,000 por postulación para proyectos que comprendían un solo estado. Para los proyectos que comprendían varios estados, los fondos eran de hasta \$150,000. Cada postulante debe competir a nivel nacional para recibir los fondos. El período del proyecto durante el que se pueden utilizar los fondos no debe ser superior a 2 años.

Postulantes elegibles: organismos públicos, corporaciones sin fines de lucro, tribus y cooperativas rurales cuyos miembros residen mayormente en zonas rurales. El interés está puesto en las comunidades que han experimentado descenso de población a largo plazo o deterioro de las condiciones de trabajo, trauma debido a desastres naturales, cambios estructurales fundamentales o son persistentemente pobres. Este subsidio no está destinado a individuos ni empresas.

Proyecto de ejemplo: Ecotrust FoodHub en Portland, Oregón, recibió alrededor de \$250,000 para desarrollar food-hub.org, un directorio y mercado en línea para ayudar a que los compradores y vendedores mayoristas de productos alimentarios se conecten y comercien. Los fondos del programa de RBOG se utilizan para aumentar la incorporación

100 www.rurdev.usda.gov/rbs/busp/rbeg.htm

101 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

102 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

de productores y compradores en las comunidades rurales del noroeste del Pacífico y para brindar la capacitación y la asistencia necesarias para garantizar que FoodHub cumpla sus metas comerciales, de abastecimiento y comercialización.

Para obtener más información: RBOG.¹⁰³

Contacto: encuentre su oficina local de Rural Development.¹⁰⁴

Subsidio para Productores de Productos de Valor Agregado (Value-Added Producer Grant, VAPG)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service.

Respalda la producción de productos agrícolas con valor agregado a partir de materias primas. Los subsidios pueden utilizarse para actividades de planificación y capital circulante para la comercialización de productos agrícolas con valor agregado, así como para la implementación de energías renovables en la granja. Los usos no elegibles son: planificación, reparación, rehabilitación, adquisición o construcción de edificios o instalaciones; compra, alquiler o instalación de equipos fijos, incluidos los equipos de procesamiento; pago para la preparación de la postulación para el subsidio y pago de los costos incurridos antes de haber recibido el subsidio. Las actividades de valor agregado elegibles son: procesamiento de materias primas, diferenciación del mercado, segregación de materias primas, energías renovables en la granja, productos alimentarios locales y cadena de valor de nivel intermedio.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial y capital circulante.

Fondos: hasta \$100,000 para planificación o \$300,000 para capital circulante. Un otorgamiento típico es de \$130,000.

Postulantes elegibles: productores independientes, cooperativas

de agricultores y ganaderos, grupos de productores agrícolas y emprendimientos de productores con control mayoritario. Se les dará prioridad a las postulaciones de agricultores o ganaderos principiantes, socialmente desfavorecidos u operadores de pequeñas o medianas granjas o de haciendas estructuradas como pequeñas granjas. El 10 % de los fondos se reserva para los agricultores o ganaderos principiantes y socialmente desfavorecidos, y un 10 % adicional de los fondos se reserva para los proyectos de la cadena de valor intermedia. Las redes de suministro local y regional son elegibles para postularse para recibir solamente fondos que se reservan para los proyectos de la cadena de valor intermedia.

Proyecto de ejemplo: en 2006, Grasshoppers Distribution de Louisville, Kentucky, recibió un VAPG de \$85,480 para contribuir a su trabajo con pequeños productores agrícolas en Kentucky y el sur de Indiana. Este servicio opera un programa de agricultura apoyada por la comunidad y facilita la distribución mayorista a restaurantes, tiendas de comestibles y eventos especiales. También ayuda a que los productores consigan la certificación "KY Proud" (Orgullo de KY), una etiqueta que promociona los productos agrícolas de Kentucky y fomenta la compra y el consumo de productos locales.

Para obtener más información: VAPG.

Contacto: en primer lugar, cada oficina de Rural Development del USDA examina las postulaciones para subsidios.

Programa de Préstamos Garantizados para el Comercio y la Industria (Business and Industry Guaranteed Loan Program, B&I)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service

El Programa de Préstamos Garantizados para B&I mejora, desarrolla o financia empresas, industrias y puestos de trabajo

y mejora el panorama económico y medioambiental en las comunidades rurales al fortalecer la estructura de créditos privados existente mediante garantías de préstamos de alta calidad que brindarán beneficios a largo plazo a la comunidad. El USDA brinda garantías de préstamo a los prestamistas privados para garantizar mejores condiciones. Los préstamos pueden utilizarse para evitar el cierre de una empresa o para brindar más oportunidades de trabajo; para transformar, ampliar, reparar, modernizar o desarrollar de otra forma una empresa rural; para comprar y desarrollar tierras, derechos de acceso, derechos de paso, edificios o instalaciones y para comprar equipos, mejoras de inmuebles arrendados, maquinaria, suministros o existencias.

Actividades autorizadas: construcción, arrendamiento o compra de tierras, compra de equipos y capital circulante.

Fondos: el monto total de los préstamos de la Agencia a un solo prestatario no debe ser superior a \$10 millones. El administrador puede, a su discreción y en determinadas circunstancias, hacer una excepción al límite de \$10 millones para los préstamos de \$25 millones. Es posible que el Secretario de Agricultura apruebe préstamos garantizados superiores a \$25 millones (hasta \$40 millones) para organizaciones cooperativas rurales que procesan materias primas agrícolas con valor agregado.

Postulantes elegibles: organizaciones cooperativas, corporaciones, asociaciones u otras entidades legales organizadas y operadas con o sin fines de lucro; tribus indígenas en reservas federales o estatales u otros grupos tribales reconocidos a nivel federal; organismos públicos o individuos. Un prestatario debe participar, o proponerse participar, en una empresa que creará puestos de trabajo, mejorará el panorama económico o medioambiental, promoverá la conservación, el desarrollo y el uso del agua para la acuicultura, o reducirá la dependencia de las fuentes de energía no renovable al

103 www.rurdev.usda.gov/rbs/coops/rbog.htm

104 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

fomentar el desarrollo y la construcción de sistemas de energía solar y otros sistemas de energía renovable.

Proyecto de ejemplo: Organic Renaissance, LLC, en Athol, Massachusetts, ayuda a conectar a los agricultores locales con los restaurantes y minoristas al brindar transporte, centralización y distribución, preservando al mismo tiempo las relaciones directas entre compradores y vendedores. En 2010, recibió un préstamo garantizado para B&I de \$450,000 de la GFA Federal Credit Union para expandir sus operaciones; construir una instalación de centralización que se alimente únicamente de energía hidráulica; desarrollar su sistema de pedidos y programas educativos en línea, que se centran en la agricultura local; y brindar educación alimentaria a la comunidad (especialmente a los niños).

Para obtener más información: B&I.¹⁰⁵

Contacto: póngase en contacto con su oficina local de Rural Development.¹⁰⁶

Programas de Subsidios y Préstamos para Instalaciones Comunitarias Administrado por Rural Housing and Community Facilities

El Programa de Instalaciones Comunitarias (Community Facilities Program) tiene la autoridad para otorgar préstamos y subsidios directos y garantizados para el desarrollo de instalaciones comunitarias esenciales en las zonas rurales y los pueblos de hasta 20,000 habitantes.

Actividades autorizadas: los fondos pueden utilizarse para la construcción, ampliación, extensión u otro tipo de mejora de las instalaciones comunitarias esenciales que brindan un servicio importante, principalmente a los habitantes de zonas rurales y a las empresas rurales. Las instalaciones comunitarias están limitadas a aquellas que brindan o respaldan el desarrollo

comunitario general, como instalaciones de atención médica, seguridad pública y servicios públicos. Todas las instalaciones financiadas en parte o en su totalidad por los fondos del Rural Housing Service serán de uso público.

Fondos: el préstamo directo promedio en el año fiscal (Fiscal Year, FY) 2011 fue de \$1,140,319 y el subsidio promedio en el FY 2011 fue de \$29,825. Los fondos de los subsidios se pueden usar para cubrir hasta el 75 % del costo de desarrollo de la instalación. Los fondos para el saldo del proyecto pueden consistir en otro tipo de asistencia financiera del programa de CF, contribuciones del postulante o préstamos y subsidios de otras fuentes. La asistencia por medio de subsidios se brindará de acuerdo con una escala graduada: las comunidades más pequeñas con la mediana más baja de ingresos por hogar serán elegibles para los proyectos que tengan una mayor proporción de fondos de subsidios.

Postulantes elegibles: los subsidios están disponibles para organismos públicos, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos tribales. Además, los postulantes deben tener la autoridad legal necesaria para la construcción, operación y mantenimiento de la instalación propuesta. Los postulantes deben ser incapaces de obtener los fondos que necesitan de fuentes comerciales con condiciones y tasas razonables.

Proyecto de ejemplo: en 2010, Polson Loaves & Fish Pantry en Montana recibió un subsidio de \$20,000 para comprar una cámara frigorífica, a fin de complementar su capacidad de almacenamiento, y un montacargas para trasladar las donaciones que recibe de la comunidad.

Para obtener más información: Préstamos y Subsidios para Instalaciones Comunitarias.¹⁰⁷

Contacto: póngase en contacto con su oficina local de Rural Development.¹⁰⁸

Programa de Préstamos y Subsidios para el Desarrollo Económico Rural (Rural Economic Development Loan and Grant Program, REDLG)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service

Promueve el desarrollo económico rural y la creación de puestos de trabajo en zonas rurales. La asistencia puede incluir: costos de establecimiento comercial; expansión comercial; viveros de empresas; asistencia técnica; estudios de viabilidad; servicios avanzados de telecomunicación; redes informáticas para servicios médicos, educativos y de capacitación laboral; y proyectos de instalaciones comunitarias para el desarrollo económico.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, construcción, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: según las adjudicaciones, pero es posible que el monto máximo de un préstamo sea de \$740,000 y el de un subsidio sea de \$300,000.

Postulantes elegibles: servicios públicos locales que, a su vez, se transfieren a empresas locales (destinatarios finales) para proyectos que crearán y conservarán puestos de trabajo en las zonas rurales (incluidos los emprendimientos comerciales para productores de productos agrícolas de origen local).

Proyecto de ejemplo: ejemplos de proyectos financiados incluyen capitalización de fondos de préstamos renovables y asistencia técnica junto con proyectos financiados con un préstamo de REDLoan sin intereses (incluido el financiamiento de viveros de empresas y emprendimientos comerciales relacionados con el procesamiento, la comercialización y la distribución de productos alimentarios).

105 www.rurdev.usda.gov/rbs/busp/b&i_gar.htm

106 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

107 www.rurdev.usda.gov/HCF_CF.html

108 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

Para obtener más información: los fondos no se distribuyen a los estados, sino que permanecen en la oficina nacional. Las selecciones se realizan trimestralmente por medio de una competencia nacional. Consulte el programa de REDLG.¹⁰⁹

Contacto: póngase en contacto con su oficina local de Rural Development.¹¹⁰

Programa de Représtamos con Intermediario (Intermediary Relending Program, IRP)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service

Financia instalaciones comerciales y proyectos para el desarrollo comunitario que reducen la pobreza y aumentan la actividad económica y el empleo en las comunidades rurales. Ejemplos de proyectos incluyen adquisición, construcción, transformación, ampliación o reparación de una empresa o una instalación comercial, en especial cuando se vayan a crear o conservar puestos de trabajo; compra o desarrollo de tierras (derechos de acceso, derechos de paso, edificios, instalaciones, arrendamientos, materiales); compra de equipos, mejoras de inmuebles arrendados, maquinaria, suministros, costos de puesta en marcha y capital circulante; control y reducción de la contaminación; servicios de transporte y estudios de viabilidad.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, construcción, arrendamiento o compra de tierras, compra de equipos, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: un intermediario puede pedir hasta \$2 millones para su primer financiamiento y hasta \$1 millón a partir de ese momento. El límite de la deuda total es de \$15 millones. Durante los últimos años, los préstamos

a intermediarios tenían un límite de \$750,000. Los destinatarios finales pueden pedir hasta \$250,000.

Postulantes elegibles: gobiernos locales, organizaciones sin fines de lucro, tribus indígenas y cooperativas con un 51 % de miembros rurales¹¹¹ son elegibles para postularse.

Para obtener más información: IRP.¹¹²

Contacto: póngase en contacto con su oficina local de Rural Development.¹¹³

Programa de Asistencia a Microemprendedores Rurales (Rural Microentrepreneur Assistance Program, RMAP)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service

Respalda el desarrollo y éxito constante de microemprendedores y microempresas rurales. Se otorgan préstamos y subsidios directos para seleccionar organizaciones de desarrollo de microempresas (Microenterprise Development Organizations, MDO). Los préstamos pueden utilizarse para capital circulante; compra de mobiliario, accesorios, suministros, existencias, equipos, refinanciación de deudas, adquisiciones de empresas y compra de inmuebles que ya estén mejorados. Los subsidios pueden utilizarse para asistencia técnica, es decir, para capacitación, orientación o educación para los microemprendedores rurales a fin de prepararlos para el trabajo independiente, mejorar el estado de sus microempresas rurales actuales, aumentar su capacidad en relación con los aspectos técnicos de su empresa y ayudarlos a alcanzar un grado de preparación comercial que les permita obtener préstamos de manera independiente.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, construcción, arrendamiento o compra de tierras, compra de equipos, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: una MDO puede pedir un mínimo de \$50,000 y un máximo de \$500,000 por un único préstamo a través del RMAP en un año fiscal federal. Un microprestatarario que recibió asistencia financiera de una MDO está limitado a un préstamo de \$50,000 o menos. Las MDO elegibles son automáticamente para recibir subsidios a fin de brindar capacitación y asistencia técnica a microemprendedores que recibieron o que buscan recibir un micropréstamo a través del RMAP. Estos subsidios están limitados al 25 % del saldo pendiente total de los micropréstamos otorgados a través del RMAP. Los subsidios solo para asistencia técnica se otorgarán a las MDO mediante una competencia, con el objetivo de brindar capacitación y asistencia técnica a los posibles prestatarios. Los subsidios solo para asistencia técnica no deberán ser superiores al 10 % de los fondos disponibles para estos subsidios, según se publica anualmente en el Registro Federal.

Postulantes elegibles: entidades sin fines de lucro, tribus indígenas e instituciones públicas de educación superior.

Para obtener más información: RMAP.¹¹⁴

Contacto: póngase en contacto con su oficina local de Rural Development.¹¹⁵

109 www.rurdev.usda.gov/rbs/busp/redlg.htm

110 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

111 La definición de "rural" implica un límite de 25,000 habitantes

112 www.rurdev.usda.gov/rbs/busp/irp.htm

113 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

114 www.rurdev.usda.gov/BCP_RMAP.html

115 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

Subsidios del Programa de Energía Rural para Estados Unidos (Rural Energy for America Program)/Programa para Sistemas de Energía Renovable y Aumento del Rendimiento Energético (Renewable Energy System and Energy Efficiency Improvement Program)

Administrado por la agencia Rural Business-Cooperative Service.

Otorga subsidios para auditorías energéticas y asistencia para el desarrollo de energías renovables. También otorga fondos a los productores agrícolas y a pequeñas empresas rurales para comprar e instalar sistemas de energía renovable y realizar mejoras en la eficiencia energética. La mayoría de los proyectos rurales que reducen el uso de energía y que se traducen en ahorros para los productores agrícolas y pequeñas empresas son elegibles, incluidos los proyectos de renovación de la iluminación o aislamiento, o de compra o reemplazo de equipos por unidades más eficientes. Los proyectos de energía

renovable elegibles incluyen proyectos que generan energía por medio de fuentes eólicas, solares, de biomasa, geotérmicas, hidráulicas y a base de hidrógeno. Los proyectos pueden generar cualquier tipo de energía, como calor, electricidad o combustible.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, construcción, arrendamiento o compra de tierras, compra de equipos, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: los subsidios están limitados a \$500,000 para sistemas de energía renovable y a \$250,000 para mejoras en la eficiencia energética. Se considerarán las solicitudes de subsidios bajos de \$2,500 para sistemas de energía renovable y de \$1,500 para mejoras en la eficiencia energética. Al menos el 20 % de los fondos de subsidios otorgados deben ser para subsidios de \$20,000 o menos.

Postulantes elegibles: el programa está diseñado para ayudar a los agricultores, ganaderos y pequeñas empresas rurales que sean capaces de demostrar una necesidad financiera. Son elegibles todos los productores agrícolas, incluidos los agricultores y ganaderos, que generen el 50 % de sus ingresos o más mediante las operaciones agrícolas. También pueden postularse las empresas pequeñas ubicadas en zonas rurales. Las cooperativas eléctricas rurales también pueden ser elegibles.

Para obtener más información: Rural Business-Cooperative Service.¹¹⁶

Contacto: póngase en contacto con su oficina local de Rural Development.¹¹⁷

USDA, Agricultural Marketing Service

Programa de Promoción del Mercado de Agricultores (Farmers Market Promotion Program, FMPP)

Administrado por la Marketing Grants and Technical Services Branch

Programa de subsidios diseñado para promover y facilitar el acceso al mercado de agricultores y a otros canales de mercado de productos agrícolas directos al consumidor. El énfasis está puesto en la comercialización directa al consumidor, que incluye las CSA que reúnen la producción de varias granjas y las asociaciones de compradores en línea.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, compra de equipos, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: el monto máximo que se otorga a una propuesta no puede ser superior a \$100,000. Aproximadamente, hay asignados \$10 millones cada año para los años fiscales 2011 y 2012.

Postulantes elegibles: cooperativas agrícolas, redes de productores, asociaciones de productores, gobiernos locales, corporaciones sin fines de lucro, corporaciones para el beneficio público, corporaciones de desarrollo económico, autoridades de mercados de agricultores y gobiernos tribales.

Proyecto de ejemplo: en 2007, Oklahoma Food Cooperative recibió \$66,200 para optimizar su sistema de distribución con mejor transporte y mejores equipos de registro computarizado, de modo

www.ams.usda.gov

que pudo acelerar el envío de frutas y verduras utilizando un sistema de comercialización y pedidos por Internet para los productores regionales. La cooperativa es propiedad de productores y consumidores y tiene sede en Oklahoma City, Oklahoma. Más de 200 miembros productores venden 6,000 artículos individuales a los miembros de la cooperativa mediante un portal de pedidos en Internet. Estos manejan 48 rutas de distribución operadas por los miembros que llegan a ciudades, pueblos y aldeas en todo Oklahoma. Todos los productos que se venden a través de la cooperativa deben producirse en Oklahoma.

116 www.rurdev.usda.gov/BCP_ReapResEei.html

117 www.rurdev.usda.gov/recd_map.html

Programa de Subsidios Competitivos para Proyectos Alimentarios Comunitarios (Community Food Projects Competitive Grant Program, CFP)

Administrado por el National Institute of Food and Agriculture

Diseñado para aumentar la seguridad alimentaria en las comunidades de bajos ingresos al conectar a los sectores del sistema alimentario, respaldar el desarrollo de proyectos emprendedores y promover la planificación a largo plazo de las comunidades.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, construcción, capital circulante, comercialización y promoción.

Fondos: de \$10,000 a \$300,000 (con un plazo de 1 a 3 años).

Postulantes elegibles: entidades sin fines de lucro que necesitan un aporte inicial de asistencia federal para establecer y realizar proyectos alimentarios comunitarios con varios objetivos.

Proyecto de ejemplo: en 2009, el American Friends Service Committee en Albuquerque recibió un subsidio de \$300,000 durante 3 años a fin de desarrollar la Agri-Cultura Network en Nuevo México, una zona alimentaria local que trabaja con pequeños agricultores, agentes de compras, compradores institucionales y legisladores para llevar frutas y verduras frescas directas de la granja a las escuelas públicas de Albuquerque. La revitalización económica de South Valley es una prioridad, y el proyecto hace hincapié en capacitar a los miembros de bajos ingresos de la comunidad para que se conviertan en productores agrícolas. También se centra en contribuir a satisfacer las necesidades alimentarias locales y en incorporar estrategias de mercado innovadoras que beneficien

tanto a los productores agrícolas como a los consumidores de bajos ingresos.

Para obtener más información: CFP.¹²²

Contacto: Jane Clary, líder nacional del programa, nutrición/extensión: 202-720-3891 o jclary@nifa.usda.gov.

Programa de Investigación y Educación sobre Agricultura Sustentable (Sustainable Agriculture Research and Education, SARE)

Administrado por el NIFA mediante acuerdos de cooperación con las oficinas regionales del noreste, centro norte, sur y oeste.

Promueve innovaciones sustentables en la agricultura estadounidense. Respaldar la investigación sobre temas como energías renovables en la granja, manejo de plagas y malezas, comunidades sustentables, agrosilvicultura, comercialización, etc.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad (pero no planificación comercial), capacitación y asistencia técnica.

Fondos: investigación y educación.

Subsidios: de \$10,000 a \$200,000 o más.

Subsidios para desarrollo profesional: de \$20,000 a \$120,000.

Subsidios para productores: entre \$1,000 y \$15,000. Existen otros tipos de subsidios en algunas regiones.

Postulantes elegibles: organizaciones sin fines de lucro, investigadores y productores individuales.

Proyecto de ejemplo: Great Falls Food Hub, ubicado en la biorregión de Vermont en el valle central del río Connecticut, recibió un subsidio para comunidades sustentables de \$15,000

por parte del programa de SARE de la región noreste, a fin de investigar y evaluar nuevos modelos de distribución, aumentar el acceso a infraestructura de valor agregado y desarrollar programas para enviar productos alimentarios locales a las familias de bajos ingresos. El establecimiento incluye instalaciones para almacenamiento en seco, en frío y para congelación; una cocina para procesamiento de alimentos de tamaño comercial y con licencia para realizar actividades de valor agregado, viveros, comerciales y educativas. También incluye una tienda de distribución mayorista/minorista de alimentos locales frescos, almacenados y procesados. Además, el centro dirige talleres comunitarios (sobre jardinería, cocina, preservación, almacenamiento y ampliación de temporada) y realiza celebraciones comunitarias y eventos culturales.

Para obtener más información: puede encontrar enlaces para visitar los sitios web regionales en la página de SARE.¹²³

Contacto: Rob Hedberg: rhedberg@nifa.usda.gov

Programa para el Desarrollo de Agricultores y Ganaderos Principiantes (Beginning Farm and Rancher Development Program, BFRDP)

Administrado por el National Institute of Food and Agriculture

Cubre costos relacionados con educación, capacitación, extensión y asesoramiento para agricultores y ganaderos principiantes, siempre y cuando los costos se consideren admisibles y razonables. Los fondos pueden utilizarse para pagar a los agricultores principiantes a fin de que participen en el programa. Se admiten

¹²² www.nifa.usda.gov/funding/rfas/pdfs/11_community_foods.pdf

¹²³ www.sare.org

pasantías pagadas. Pueden utilizarse para adquirir equipos no fijos para usar en el proyecto, incluidos los túneles altos. No pueden utilizarse para la planificación, reparación, rehabilitación, adquisición o construcción de edificios o instalaciones, ni para comprar tierras, compensar fondos de la International Development Association, comprar equipos para establecer una empresa agrícola o ganadera, o para actividades de investigación.

Actividades autorizadas:

capacitación, asistencia técnica y compra de equipos (no fijos).

Fondos: no hay un mínimo establecido; el otorgamiento máximo es de \$250,000 durante un máximo de 3 años (\$750,000 en total).

Postulantes elegibles: redes o asociaciones colaborativas, estatales, tribales, locales o regionales de entidades públicas o privadas, que pueden incluir el servicio de extensión cooperativa estatal, organizaciones no gubernamentales y comunitarias, universidades (incluidas las instituciones que ofrecen carreras de dos años) o cualquier otro socio según corresponda. Es posible que otros sean elegibles para postularse.

Proyecto de ejemplo: en 2010, la Gorge Grown Food Network, un centro de distribución de productos alimentarios ubicado en la zona rural del cañón del río Columbia, recibió \$246,533 a fin de conformar un grupo de trabajo autónomo de productores para comunidades y nichos de producción clave que brindan a los agricultores el conocimiento, las aptitudes y las herramientas que necesitan para tener éxito y aumentar el asesoramiento mutuo y el intercambio de recursos. Consulte *Growing Gorge Farmers Through Producer Working Groups (Crecimiento de Gorge Farmers a través de Grupos de Trabajo de Productores)*.¹²⁴

Para obtener más información: BFRDP.¹²⁵

Contacto: Siva Sureshwaran, líder nacional del programa, División de Sistemas Agrícolas (Division of Agricultural Systems): 202-720-7536 o ssureshwaran@nifa.usda.gov.

Iniciativa de Investigación Agrícola y Alimentaria (AFRI): Seguridad alimentaria global Administrado por el National Institute of Food and Agriculture

La AFRI tiene siete áreas “problemáticas”; esta área se centra en la seguridad alimentaria global. Los resultados a largo plazo de este programa son aumentar la disponibilidad de productos alimentarios mediante la producción sustentable de alimentos y reducir el número de individuos, familias y comunidades con inseguridad alimentaria a través del abordaje de limitaciones clave para acceder a productos alimentarios y de la implementación de soluciones que optimicen sistemas alimentarios sustentables. Un área del programa que los centros de distribución de productos alimentarios consideran relevante es el tema de los “sistemas alimentarios sustentables para reducir el hambre y la inseguridad alimentaria”. Este programa respalda los proyectos integrados de investigación, educación y extensión que aumentan la seguridad alimentaria por medio del acceso a sistemas alimentarios locales y regionales sustentables y mejorados. Los proyectos pueden incluir componentes como producción sustentable de alimentos, procesamiento, distribución, comercialización, abordaje de asuntos relacionados con las políticas y los consumidores, opciones de alimentos saludables, prosperidad de los agricultores y asuntos relacionados con los recursos naturales, como aumento de la biodiversidad, agua limpia y suelos sanos.

Actividades autorizadas: investigación, educación y proyectos integrados de extensión, conferencias y subsidios para reforzamiento.

Fondos: en el año fiscal 2010, aproximadamente \$19 millones estaban disponibles para respaldar el área problemática de la AFRI relacionada con la seguridad alimentaria global, mientras que en el año fiscal 2012 estaban disponibles \$15 millones. En 2010, se disponía de cinco proyectos de hasta \$1 millón por año (\$5 millones en total) durante un máximo de 5 años para el programa de sistemas alimentarios.

Postulantes elegibles: universidades, instituciones establecidas en terrenos cedidos por el estado en 1994 y universidades agrícolas al servicio de los hispanos.

Proyecto de ejemplo: la AFRI otorgó fondos para la conferencia “Cómo Lograr el Éxito de los Productos Alimentarios Saludables” (Making Good Food Work) en Detroit (abril de 2011). Esta conferencia orientada hacia la acción reunió a más de 200 participantes con experiencia en sistemas alimentarios y administración de empresas de todo Estados Unidos para ayudar a impulsar la puesta en marcha de 13 iniciativas locales y regionales de distribución y comercialización de productos alimentarios y para promover las metas de investigación, políticas, comunitarias y de desarrollo económico relacionadas. Visite Making Good Food Work¹²⁶ para obtener más información.

Para obtener más información: AFRI.¹²⁷

Contacto: Diana Jerkins, líder nacional del programa, Instituto de Bioenergía, Clima y Medioambiente: 202-401-6996 o djerkins@nifa.usda.gov.

124 www.reeis.usda.gov/web/crisprojectpages/223598.html

125 www.nifa.usda.gov/fo/beginningfarmerandrancher.cfm

126 www.makinggoodfoodwork.com

127 www.nifa.usda.gov/funding/rfas/afri.html

USDA, Farm Service Agency

Programa de Préstamos para Instalaciones de Almacenamiento de Productos Agrícolas (Farm Storage Facility Loan Program)

Administrado por el Administrador Adjunto de Programas Agrícolas, Price Support Division

Brinda financiamiento con baja tasa de interés a productores para construir o modernizar instalaciones para almacenamiento y manipulación en la granja. Financia la compra, construcción o renovación de las instalaciones para almacenamiento de productos agrícolas, que incluyen almacenamiento in situ, refrigeradores, graneros, silos, equipos de seguridad y dispositivos de refrigeración y supervisión, así como el trabajo y los materiales no agrícolas. Los fondos pueden utilizarse para la construcción de instalaciones para almacenamiento de granos y heno; equipos fijos de refrigeración, circulación y supervisión; nuevos cimientos de hormigón, superficies de descarga, fosos y lechos, mano de obra, materiales y preparación del emplazamiento; y nuevos graneros y silos convencionales diseñados para el almacenamiento de

granos enteros. Este es un programa de préstamos, no de subsidios.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial (se permiten honorarios de abogados o arqueológicos), construcción y compra de equipos.

Fondos: hasta \$500,000.

Postulantes elegibles: los adjudicatarios deben producir materias primas elegibles para recibir un préstamo para instalaciones. El productor puede ser cualquier persona que sea terrateniente, arrendador, arrendatario o inquilino. Debe tener un grado de solvencia estimado satisfactorio y demostrar capacidad para pagar el préstamo para instalaciones. La instalación debe ser usada únicamente por los prestatarios y no con objetivos comerciales.

Proyecto de ejemplo: los agricultores que venden a centros de distribución de productos alimentarios podrían seguir el ejemplo de un agricultor adjudicatario del estado de Washington, que cultiva moras, fresas, arándanos,

www.fsa.usda.gov

frambuesas, pepinos y papas. Antes de recibir un préstamo del Programa de Préstamos para Instalaciones de Almacenamiento de Productos Agrícolas, este agricultor tenía que pagar para almacenar sus productos en frío fuera del emplazamiento a fin de cumplir con los requisitos de los supermercados que obligaban a refrigerar los productos inmediatamente después de la cosecha. Actualmente, es propietario de una instalación refrigerada de 90 por 160 pies que le permite reducir los costos de transporte y mejorar la calidad de sus productos.

Para obtener más información: FSA.¹²⁸

Contacto: para obtener más información sobre este u otros programas agrícolas de la FSA, póngase en contacto con la oficina local de la FSA en su condado o con Toni Williams, gerente del programa: 202-720-2270 o Toni.Williams@wdc.usda.gov.

USDA, Natural Resources Conservation Service

Programa de Incentivos para Calidad Ambiental (Environmental Quality Incentives Program, EQIP)

Administrado por el Natural Resources Conservation Service

Brinda asistencia técnica y financiera para planificar e implementar prácticas de conservación que abordan los problemas de amenazas al suelo, al agua, al aire y a otros recursos naturales en las tierras de las granjas y haciendas. Puede utilizarse para mejorar los sistemas de riego a fin de conservar el agua, instalar un digestor anaeróbico o un lecho de

compostaje para manejar los residuos animales, o instalar amortiguadores a fin de reducir la erosión y proteger la fauna. Las prácticas de conservación establecidas a través del EQIP ayudan a los productores a cumplir con las normas medioambientales federales, estatales y locales. La ley agrícola de 2008 incluye cláusulas que exigen ayudar a los productores orgánicos certificados y a aquellos que están haciendo la transición a la producción orgánica para que puedan cumplir con las cláusulas del Programa Nacional Orgánico (National Organic Program).

www.nrcs.usda.gov

En 2010, el EQIP comenzó a respaldar una nueva práctica de conservación, la "Iniciativa de Túneles Altos Estacionales" (Seasonal High Tunnels Initiative), a fin de abordar problemas relacionados con la calidad del suelo y ampliar la temporada de cultivo para los productores de verduras del mercado de productos alimentarios frescos.

Actividades autorizadas: ayuda técnica para desarrollar planes de conservación y asistencia financiera para implementar prácticas de conservación. En determinadas circunstancias, los pagos pueden incluir asistencia para capacitación y otros servicios de proveedores de servicios técnicos.

Fondos: los participantes no podrán recibir, en forma directa o indirecta, pagos que en total superen los \$300,000 para todos los contratos con el EQIP celebrados durante cualquier período de 6 años.

Postulantes elegibles: propietarios de tierras que se dediquen a la producción agrícola o a la explotación forestal o personas que participen en la ganadería, la producción agrícola o la explotación forestal en tierras elegibles y que tengan problemas relacionados con los recursos naturales. También son elegibles las tierras tribales.

Proyecto de ejemplo: en 2010, Local Food Hub en Charlottesville, Virginia, recibió fondos para la implementación de un túnel alto estacional, a fin de ampliar la temporada de cultivo y ofrecer los cultivos con alta demanda durante un período más prolongado. El túnel alto estacional también se utiliza como herramienta de instrucción para los

productores, a fin de que aprendan sobre conservación y producción orgánica.

Para obtener más información: NRCS.¹²⁹

Contacto: los contactos están disponibles por estado. Visite la sección State Offices Directory (Directorio de oficinas estatales) del NRCS.¹³⁰

Subsidio para la Innovación en Materia de Conservación (Conservation Innovation Grant)
Administrado por el Natural Resources Conservation Service

Estimula el desarrollo y la adopción de métodos y tecnologías innovadores de conservación. Beneficia a los productores agrícolas al brindar más opciones para la optimización medioambiental y para el cumplimiento de las normas federales, estatales y locales. No provee fondos para estudios de investigación ni planificación comercial.

Actividades autorizadas: estudios de viabilidad, comercialización y promoción, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: la provisión de fondos se anuncia anualmente. Los fondos para proyectos que duran un año o varios años (no más de 3 años) se otorgan mediante una competencia nacional de

otorgamiento de subsidios. Los subsidios de la competencia estatal son de hasta \$75,000 y los de la competencia nacional, de hasta \$1 millón. Al menos el 50 % del costo total del proyecto debe provenir de fondos de contrapartida no federales.

Postulantes elegibles: organizaciones no federales gubernamentales o no gubernamentales, tribus o individuos.

Proyecto de ejemplo: en el proyecto EcoApple de Red Tomato, los agricultores participantes siguen un protocolo de producción agrícola sustentable desarrollado por EcoApple y revisado anualmente para incluir nuevas prácticas de conservación, productos e información. Red Tomato se esfuerza por incorporar en el protocolo medidas de conservación, criterios de seguridad y control de calidad más sólidos, y seguirá innovando al combinar los beneficios medioambientales con otros beneficios comercializables (cultivo local, calidad superior, empaque, marca y mensajes simples).

Para obtener más información: Programa de Subsidios para la Innovación en Materia de Conservación.¹³¹

Contacto: Gregorio Cruz: 202-720-8071 o gregorio.cruz@wdc.usda.gov.

USDA, Agencia de Manejo de Riesgos

Programa de Acuerdos de Cooperación para Extensión y Capacitación en Manejo de Riesgos (Risk Management Education and Outreach Partnership Cooperative Agreements Program)
Administrado por la Agencia de Manejo de Riesgos

Provee fondos para estrategias de manejo de riesgos relacionadas con problemas de producción (incluido el seguro de cosecha), comercialización, legales, sociales y financieros. Los

proyectos posibles pueden abordar la capacitación en manejo de riesgos relacionada con prácticas de producción, seguridad alimentaria en la granja; seguro; contabilidad y planificación comercial; marketing y desarrollo de marca; y planificación legal y de sucesión. Los fondos también pueden utilizarse para capacitar y ayudar a los productores desfavorecidos, así como para concienciar a los productores (mediante extensión comunitaria) sobre los programas de seguro

www.rma.usda.gov

de cosecha y otras herramientas y estrategias de manejo de riesgos.

Actividades autorizadas: capacitación para productores en las cinco áreas de riesgo (producción, comercialización, legal, social y financiera).

Fondos: de \$20,000 a \$100,000.

¹²⁹ www.nrcs.usda.gov

¹³⁰ www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/main/national/contact/states

¹³¹ www.nrcs.usda.gov/technical/cig/index.html

Postulantes elegibles: organizaciones con y sin fines de lucro, organizaciones tribales, organizaciones religiosas comunitarias, grupos de productores, agencias estatales y universidades.

Proyecto de ejemplo: en 2011, el proyecto Mujeres Veteranas en la Agricultura (Women Veterans in Agriculture) estableció programas de capacitación en seguros de cosecha y otras estrategias de manejo de riesgos para mujeres que recientemente se habían separado del servicio militar y

que querían dedicarse a la agricultura. El proyecto consistió en una conferencia en Davis, California, donde se brindó capacitación y ubicación en granjas viveros, así como capacitación técnica en la administración de granjas. Los temas incluyeron información sobre las cinco áreas de riesgo (incluido el seguro de cosecha), las buenas prácticas de agricultura, las empresas de valor agregado, la sanidad agrícola y la planificación comercial. Este proyecto único se centró en ayudar a las mujeres veteranas en

lo que respecta a oportunidades de trabajo en la agricultura y, al mismo tiempo, en brindar capacitación en el desarrollo de aptitudes técnicas y en manejo de riesgos.

Para obtener más información: Acuerdos de cooperativas y asociaciones.¹³²

Contacto: Lana Cusick: 202-720-3325 o lana.cusick@rma.usda.gov.

Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EE. UU.

Subsidios para el Desarrollo Económico Comunitario (Community Economic Development Grants, CED)

Administrado por la Administración para Niños y Familias, Oficina de Servicios Comunitarios (Office of Community Services)

Brinda asistencia técnica y financiera para la creación de puestos de trabajo y oportunidades comerciales en las comunidades de bajos ingresos. Cumple el doble objetivo de facilitar el acceso a productos alimentarios saludables y crear oportunidades de trabajo y de desarrollo comercial en las comunidades de bajos ingresos. Incluye proyectos orientados hacia la eliminación de desiertos alimentarios y proyectos que financian tiendas de comestibles, mercados de agricultores y otras fuentes minoristas que brindan acceso a productos alimentarios frescos y nutritivos. Incluye proyectos que colaboran con la Iniciativa de Financiamiento de Alimentos Saludables (Healthy Food Financing Initiative) a través de Créditos Fiscales para Nuevos Mercados; Fondos de Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario; o préstamos, subsidios o promociones a través del U.S. Department of Agriculture. Los fondos pueden utilizarse para la puesta en marcha o expansión de una empresa o de actividades comerciales; gastos de capital (como la compra de equipos o bienes inmuebles);

gastos operativos admisibles y préstamos o inversión patrimonial. Los tipos de proyectos financiados incluyen viveros de empresas, centros comerciales, empresas de fabricación e iniciativas agrícolas. Financia a tiendas de comestibles, mercados de agricultores y a otras fuentes de productos alimentarios frescos.

Actividades autorizadas: construcción, comercialización y promoción, capital circulante, capacitación, asistencia técnica, compra de equipos y arrendamiento o compra de tierras.

Fondos: hasta \$20 millones para el programa. Se otorgan de 20 a 25 subsidios. El otorgamiento máximo para un subsidio es de \$800,000. Los fondos pueden cubrir los costos del proyecto relacionados con la puesta en marcha o expansión de empresas y el desarrollo de nuevos productos y servicios que se centren en la eliminación de desiertos alimentarios o que brinden a las comunidades acceso a alimentos saludables.

Postulantes elegibles: corporaciones 501(c)(3) de desarrollo comunitario (Community Development Corporations, CDC) privadas y sin fines de lucro con experiencia en la confección y administración de proyectos para el desarrollo económico. A los fines de este programa de subsidios, las CDC

www.hhs.gov

deben estar dirigidas por una Junta Directiva conformada por habitantes de la comunidad y líderes comerciales y civiles. El objetivo principal de las CDC debe ser la planificación, el desarrollo y la administración de viviendas para personas de bajos ingresos o actividades para el desarrollo comunitario. Las organizaciones religiosas y comunitarias también son elegibles para postularse.

Proyectos de ejemplo: tiendas de comestibles, mercados de agricultores, viveros de empresas e iniciativas de acceso a productos alimentarios saludables. Alienta a los beneficiarios para que se centren en industrias medioambientales, como productos ecológicos, reciclado, energías renovables o alternativas, o agricultura y horticultura urbanas.

Para obtener más información: CED.¹³³

Contacto: Thom Campbell, Oficina de Servicios Comunitarios, Administración para Niños y Familias: 370 L'Enfant Promenade SW, Washington, DC, 20447 o 202-401-5483 o thom.campbell@acf.hhs.gov.

¹³² www.rma.usda.gov/aboutrma/agreements

¹³³ www.acf.hhs.gov/programs/ocs/ced/index.html

Programa de Prevención en las Comunidades (Communities Putting Prevention to Work)

Administrado por los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades

Provee fondos para 50 comunidades por medio de acuerdos de cooperación de 2 años para implementar estrategias de control de la obesidad, nutrición, actividad física y consumo de tabaco. Los fondos son para iniciativas en materia de políticas, medioambiente y cambios en los sistemas. Los destinatarios solo pueden emplear los fondos para cumplir los objetivos razonables del programa, que incluyen personal, viajes, suministros y servicios contractuales para reducir el riesgo de los miembros. Los fondos pueden utilizarse para prevenir y retrasar la aparición de enfermedades crónicas, promover el bienestar o tratar mejor las afecciones crónicas en las siguientes áreas: aumentar el nivel de actividad física, mejorar la nutrición (por ejemplo, aumentar el consumo de frutas y verduras o reducir la ingesta de sal y grasas trans), reducir la prevalencia del consumo de tabaco y la iniciación de los adolescentes en dicho consumo, y reducir la exposición al humo de segunda mano. Los fondos no pueden utilizarse para investigación, atención clínica ni para la compra de mobiliario o equipos.

Actividades autorizadas: capacitación y asistencia técnica.

Fondos: Febrero de 2010: \$119 millones para estados y territorios. Marzo de 2010: \$372.8 millones en fondos de la Ley de Reinversión y Recuperación de Estados Unidos. Septiembre de 2010: \$30.1 millones en fondos de la Ley de Cuidado de Salud Asequible para 50 comunidades, como parte de un aporte único. La mayoría de los otorgamientos son de \$1 millón a \$16 millones para prevención de la obesidad y del consumo de tabaco.

Postulantes elegibles: programas en departamentos de salud estatales y territoriales (que incluyen el Distrito de Columbia, Puerto Rico y las Islas Vírgenes) y sus agentes de buena fe. Los fondos están dirigidos específicamente a los departamentos estatales y locales de salud para el desarrollo de actividades clínicas comprobadas y de actividades comunitarias de prevención y bienestar.

Proyecto de ejemplo: la Agencia de Salud y Servicios Humanos del condado de San Diego, California, recibió \$16.1 millones para promover una mejor nutrición. El condado de San Diego abordará sistemas alimentarios regionales y el establecimiento de un centro de distribución de alimentos con sede en San Diego. Además, conectará la demanda con la oferta de productos alimentarios locales y aumentará el acceso a alimentos saludables, especialmente en las áreas más necesitadas. Aumentar las intervenciones con actividad física mejorará el medioambiente a través de la integración de la salud pública en las políticas de transporte y planificación del uso de tierras. Para promover entornos escolares saludables, el condado fomentará e implementará políticas de bienestar escolar y de actividad física antes y después del horario escolar a fin de crear entornos que promuevan la nutrición, la actividad física y el bienestar general de los estudiantes. Para obtener más información, consulte el Programa de Prevención en las Comunidades.¹³⁴

Para obtener más información: Información sobre los subsidios del Programa de Prevención en las Comunidades¹³⁵ y la Ley de Cuidado de Salud Asequible.¹³⁶

Contacto: Technical Information Management Section, Department of Health and Human Services, CDC Procurement and Grants Office, 2920 Brandywine Road, MS E-14, Atlanta, GA 30341 o 770-488-2700.

Subsidios para la Transformación Comunitaria (Community Transformation Grants)

Administrado por los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades

Crea comunidades más sanas al generar capacidad para implementar cambios en políticas, medioambiente, programas e infraestructura. Respaldar la implementación de intervenciones en cinco áreas estratégicas:

- cambios en el peso,
- cambios en la nutrición adecuada,
- cambios en la actividad física,
- cambios en la prevalencia del consumo de tabaco y
- cambios en el bienestar emocional y la salud mental general.

Los otorgamientos para generación de capacidad contribuyen a formar coaliciones, capacitar al personal, evaluar necesidades y desarrollar planes de acción. Por ejemplo, pueden crear entornos sociales y físicos que respalden un estilo de vida saludable y que garanticen que las elecciones saludables sean las más fáciles de hacer mediante el aumento de la disponibilidad de productos alimentarios saludables y asequibles (como frutas y verduras frescas), así como del acceso a estos. Dichos otorgamientos podrían aumentar las posibilidades de elección de los consumidores y eliminar los desiertos alimentarios.

Los otorgamientos para implementación ayudan a las comunidades a implementar programas para mejorar la salud y el bienestar. Tenga en cuenta que, si bien estos subsidios no permiten realizar investigaciones, los destinatarios pueden realizar actividades de evaluación para documentar el impacto de sus programas financiados.

Actividades autorizadas: capacitación, asistencia técnica y estudios de evaluación.

¹³⁴ www.sdcounty.ca.gov/hhsa/programs/phs/chronic_disease_health_disparities/CPW.html

¹³⁵ www.hhs.gov/recovery/programs/cppw/grantees.html

¹³⁶ www.cfd.gov/?s=programandmode=formandtab=step1andid=d67e9bb88f5750a983f448646d4df647

Fondos: en 2011, los otorgamientos para generación de capacidad fueron de entre \$50,000 y \$500,000. Los otorgamientos para implementación eran de entre \$500,000 y \$10 millones para estados, gobiernos locales y organizaciones sin fines de lucro; de entre \$50,000 y \$150,000 para territorios, y de entre \$100,000 y \$500,000 para consorcios tribales y de indígenas estadounidenses o nativos de Alaska.

Postulantes elegibles: jurisdicciones estatales y locales, redes nacionales de organizaciones comunitarias, organizaciones sin fines de lucro estatales o locales y tribus indígenas estadounidenses.

Proyecto de ejemplo: se otorgaron 61 subsidios el 30 de septiembre de 2011. Los destinatarios terminarán sus planes de trabajo a fines de 2011.

Para obtener más información: lea información en los siguientes artículos en inglés CDC Awards Community Transformation Grants¹³⁷ (Otorgamiento de Subsidios para la Transformación Comunitaria del CDC) y Community Transformation Grants.¹³⁸

Contacto: John R. Lehnherr: ctg@cdc.gov o jrl5@cdc.gov.

Departamento de Hacienda de los EE. UU.

Programa para Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario (Community Development Financial Institutions, CDFI)

Administrado por el Fondo para Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario

El Programa para CDFI tiene dos componentes: asistencia financiera (financial assistance, FA) y asistencia técnica (technical assistance, TA). En ambos casos, los fondos se transfieren a intermediarios financieros (las CDFI), que proveen fondos a terceros. Si bien este programa no provee fondos directos para proyectos específicos, las CDFI pueden optar por suministrar fondos para casi cualquier aspecto de un proyecto. Los otorgamientos para FA pueden utilizarse para financiar capital, reservas para préstamos incobrables, reservas de capital y operaciones. Los otorgamientos para TA pueden utilizarse para cubrir gastos de personal (salarios y beneficios complementarios), capacitación, viajes, servicios profesionales, materiales y suministros, equipos y otros gastos de capital, y otros costos por servicios relacionados con envíos.

Actividades autorizadas: deben estar financiadas a través de una CDFI: investigación, estudios de viabilidad, planificación comercial, construcción, arrendamiento o compra de tierras, comercialización y promoción, capital circulante, compra de equipos, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: los otorgamientos para FA son de hasta \$2 millones. Normalmente, los otorgamientos para TA son de hasta \$100,000.

Postulantes elegibles: CDFI certificadas (instituciones financieras: bancos, entidades de ahorro y préstamo, cooperativas de crédito, fondos de préstamos y fondos de capital de riesgo) cuyo objetivo principal sea abastecer a las poblaciones menos favorecidas o a las comunidades afligidas. Los centros de distribución de productos alimentarios deben ponerse en contacto con una CDFI local para obtener más información sobre las oportunidades de financiación.

Proyecto de ejemplo: en 2011, Coastal Enterprises Inc. (CEI), una CDFI certificada en Maine, recibió un subsidio para CDFI de \$3 millones por parte de la Iniciativa de Financiamiento de Alimentos Saludables a fin de respaldar su iniciativa de Acceso de la Población Rural a Productos Alimentarios Saludables (Rural Healthy Food Access), un programa diseñado para aumentar la posibilidad de acceso de los habitantes de las comunidades de bajos ingresos a productos alimentarios frescos, saludables y locales, así como para aumentar la disponibilidad de dichos productos. CEI trabaja con diversas empresas agrícolas en toda la cadena de suministro, granjas, mataderos, molinos harineros, empresas de procesamiento de alimentos, empresas de semillas, instalaciones para procesamiento

Todos los programas que ofrece el Departamento de Hacienda de los EE. UU. están destinados a instituciones financieras o entidades de desarrollo comunitario. Los centros de distribución de productos alimentarios pueden postularse para recibir fondos de entidades beneficiadas por estos programas, pero no pueden hacerlo directamente para recibir fondos.

www.treasury.gov

personalizado, mercados de agricultores, restaurantes, mercados comunitarios y cooperativas, que actúan como puntos centralizados de venta de productos agrícolas y facilitan el acceso a los mercados más grandes.

Para obtener más información: programas para CDFI.¹³⁹ Las CDFI adjudicatarias de la Iniciativa de Financiamiento de Alimentos Saludables 2011 se enumeran en el documento List of Award Recipients (Lista de beneficiarios de los otorgamientos).¹⁴⁰

Contacto: Ruth Jaure, gerente del Programa para CDFI: 202-622-9156 o jaurer@cdfi.treas.gov.

Crédito Tributario de Nuevos Mercados (New Market Tax Credit, NMTC)

Administrado por el Fondo para Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario (CDFI) Al igual que el Programa para CDFI,

137 www.cdc.gov/Features/CommunityGrants/

138 www.cdc.gov/communitytransformation/index.htm

139 www.cdffund.gov/what_we_do/programs_id.asp?programID=7

140 www.cdffund.gov/docs/2011/hffi/2011%20HFFI%20Award%20List.pdf

el Programa de Crédito Tributario de Nuevos Mercados realiza asignaciones a entidades financieras llamadas Entidades de Desarrollo Comunitario (Community Development Entities, CDE). Las CDE utilizan los créditos tributarios para recaudar capital, que luego se invierte en proyectos como deuda o patrimonio. Los individuos que estén intentando proveer fondos para proyectos específicos deben trabajar con las CDE que recibieron asignaciones, en lugar de postularse directamente en el Fondo para CDFI.

Actividades autorizadas: capital circulante.

Fondos: \$250 millones en autoridad para el NMTC y \$25 millones en asistencia financiera para las CDFI dedicadas a financiar productos alimentarios saludables. El crédito del Programa de NMTC se toma durante un período de

7 años y equivale al 39 % del monto de la inversión original. La tasa del crédito es el 5 % del monto de la inversión original durante cada uno de los primeros 3 años, y el 6 % del monto de la inversión original durante cada uno de los 4 años restantes.

Postulantes elegibles: entidades de desarrollo comunitario (CDE) certificadas o entidades cuyas postulaciones de certificación como CDE en el Fondo para CDFI se encuentran pendientes. Se les recomienda a los centros de distribución de productos alimentarios que se pongan en contacto con una CDE local para obtener más información sobre oportunidades de financiación.

Proyecto de ejemplo: en 2010, Carver Community Development Corporation en Nueva York recibió una asignación de \$25 millones a fin

de brindar capital para el desarrollo, la renovación o la adquisición de bienes inmuebles comerciales que crearán o conservarán puestos de trabajo y aumentarán el salario de las personas de bajos ingresos o de los habitantes de comunidades de bajos ingresos. Carver financia a empresas que brindan atención para niños, instalaciones comunitarias, productos alimentarios frescos, atención médica, educación u otros beneficios a las personas de bajos ingresos o a los habitantes de comunidades de bajos ingresos.

Para obtener más información: programas de NMTC.¹⁴¹

Contacto: Robert Ibanez, gerente del Programa de NMTC: 202-927-6232 o cdfihelp@cdfi.treas.gov.

Departamento de Vivienda y Desarrollo Urbano de los EE. UU.

Programa de Vivienda y Desarrollo Económico Rural (Rural Housing and Economic Development, RHED)

Administrado por la Oficina de Planificación y Desarrollo Comunitario

Otorga fondos para generación de capacidad estatal y local a fin de respaldar la construcción de viviendas rurales, el desarrollo económico y las actividades innovadoras relacionadas con la construcción de viviendas y el desarrollo económico en las zonas rurales. Las actividades posibles incluyen: preparación de planes, planos arquitectónicos, adquisición de tierras y edificios, demolición, provisión de infraestructura, compra de materiales y costos de construcción, uso de mercados locales de mano de obra, capacitación laboral y asesoramiento para beneficiarios y servicios financieros. Otras actividades posibles incluyen asesoramiento financiero; aplicación de métodos innovadores de construcción; provisión de asistencia financiera a empresas y urbanizadores y el establecimiento

de CDFI, líneas de crédito, fondos de préstamos renovables, microempresas y viveros de pequeñas empresas.

Actividades autorizadas: construcción, arrendamiento o compra de tierras, compra de equipos, capital circulante, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: no se solicita adjudicación de fondos en el año fiscal 2012 para el Programa de Vivienda y Desarrollo Económico Rural (RHED). En cambio, el presupuesto del año fiscal 2012, al igual que en 2010, propone otorgar \$25 millones a la iniciativa del Fondo para la Innovación Rural (Rural Innovation Fund) a la cuenta del Fondo para el Desarrollo Comunitario (Community Development Fund).

Postulantes elegibles: los postulantes elegibles son organizaciones rurales locales sin fines de lucro, corporaciones de desarrollo comunitario, tribus indígenas reconocidas a nivel federal, agencias estatales de financiamiento de viviendas y agencias estatales de desarrollo comunitario y económico.

www.hud.gov

Para obtener más información: RHED.¹⁴²

Contacto: Thann Young, especialista en planificación y desarrollo comunitario, 451 7th Street, SW, Washington, DC, 20410 o 877-787-2526 o 202-708-2290.

Programa de Subsidios Globales para el Desarrollo Comunitario (Community Development Block Grant, CDBG)

Administrado por la Oficina de Planificación y Desarrollo Comunitario

Trabaja para garantizar viviendas decentes y asequibles, brindar servicios a los más vulnerables de nuestras comunidades y para crear puestos de trabajo mediante la expansión y conservación de empresas. El programa de CDBG está conformado por muchas áreas: comunidades con derecho a subsidios, CDBG administrados por un estado, Programa de Garantías de

¹⁴¹ www.cdfifund.gov/what_we_do/programs_id.asp?programID=5

¹⁴² www.hud.gov/offices/cpd/economicdevelopment/programs/rhed

Préstamos de la Sección 108 (Section 108 Loan Guarantee Program), áreas insulares, asistencia para recuperación en caso de desastres y Programa de Estabilización de Vecindarios (Neighborhood Stabilization Program). Las actividades deben ser elegibles para recibir un CDBG y cumplir uno de los siguientes tres objetivos nacionales del programa de CDBG: beneficiar a las personas de ingresos bajos y moderados, prevenir o eliminar las áreas pobres o deterioradas o abordar una necesidad urgente de desarrollo comunitario.

Actividades autorizadas: arrendamiento o compra de tierras, construcción, compra de equipos, capital circulante, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: aproximadamente \$4.5 mil millones estaban disponibles en 2011. Otorga subsidios anuales según una fórmula a los gobiernos locales y los estados.

Postulantes elegibles: ciudades metropolitanas, condados urbanos y comunidades sin derecho a subsidios.

Proyecto de ejemplo: en 2009, el estado de Luisiana aprobó el otorgamiento de \$7 millones para el programa de la Iniciativa para Minoristas de Productos Alimentarios Frescos (Fresh Food Retailers Initiative), lo que permitió que la ciudad de Nueva Orleans accediera a fondos federales destinados a desastres del Programa de Subsidios Globales para el Desarrollo Comunitario necesarios para implementar el proyecto. La Iniciativa para Minoristas de Productos Alimentarios Frescos es un programa de 3 años que otorga préstamos condonables y con bajos intereses a supermercados, tiendas de comestibles y otros minoristas de productos alimentarios frescos que brindan productos alimentarios saludables a precios asequibles en los vecindarios menos favorecidos de Nueva Orleans.

Para obtener más información: Programa de CDBG.¹⁴³

Contacto: Stan Gimont, director, Oficina de Asistencia sobre Subsidios Globales (Office of Block Grant Assistance): 202-708-3587

Subsidios para la Planificación Regional de Comunidades Sustentables

Administrado por la Oficina de Viviendas y Comunidades Sustentables (Office of Sustainable Housing and Communities)

Respalda los esfuerzos de planificación que integran la construcción de viviendas, el uso de tierras, el desarrollo económico y de la mano de obra, el transporte y las inversiones en infraestructura. Prioriza a las asociaciones, incluidas las asociaciones no tradicionales como cultura y arte, recreación, salud pública, sistemas alimentarios, agencias de planificación regional y entidades de educación pública. Existen dos categorías de fondos:

Los fondos del grupo 1 pueden utilizarse para respaldar la preparación de planes regionales para el desarrollo sustentable. Los fondos respaldarán ejercicios orientados a los inversionistas y de planificación de escenarios y visiones que abordan y armonizan las decisiones críticas en relación con la inversión y el uso de tierras, respaldan inversiones rentables y sustentables en infraestructura de transporte e hidráulica, designan tierras para conservación y uso agrícola continuo, consideran de manera dinámica los riesgos por desastres y cambio climático, y desarrollan recursos de ubicación sofisticados a los que las comunidades pueden acceder para abordar estos y otros problemas de planificación regional.

Los fondos del grupo 2 pueden utilizarse para respaldar esfuerzos para modificar los planes regionales existentes. Las actividades elegibles incluyen las tareas necesarias para confeccionar un plan regional de desarrollo sustentable y alinear las inversiones con este plan; para mejorar la capacidad de administración a fin

de implementar el plan, y para generar capacidad relevante para elaboración de políticas, planificación y evaluación.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, arrendamiento o compra de tierras, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: en el año fiscal 2011, se disponía de \$67 millones, incluidos \$17.5 millones destinados a regiones con menos de 500,000 habitantes. Los subsidios varían de \$400,000 a \$5 millones.

Postulantes elegibles: asociaciones que abarquen varias jurisdicciones y sectores y que estén conformadas por un consorcio de entidades gubernamentales y socios sin fines de lucro.

Proyecto de ejemplo: la Comisión de Planificación Regional del Área de la Capital (Capital Area Regional Planning Commission) recibió un subsidio de \$2 millones del Programa de Subsidios para la Planificación Regional de Comunidades Sustentables. Un proyecto identificado en el subsidio está preparando un plan comercial a fin de crear "una instalación para centralización, almacenamiento y distribución que conecte a los agricultores del área de la capital con los compradores mayoristas del sur de Wisconsin y el norte de Illinois con el objetivo de preservar, fortalecer y promover la agricultura local de Wisconsin y de mejorar el acceso a los productos alimentarios en las comunidades menos favorecidas".

Para obtener más información: visite la página web de Sustainable Communities¹⁴⁴ y descargue el documento Notice of Funding Availability (Aviso de disponibilidad de fondos).¹⁴⁵

Contacto: Dwayne S. Marsh: 202-402-6316 o SustainableCommunities@hud.gov.

143 portal.hud.gov/hudportal/HUD?src=/program_offices/comm_planning/communitydevelopment/programs

144 www.sustainablecommunities.gov

145 portal.hud.gov/hudportal/documents/huddoc?id=2011scrpgpreappnfa.pdf

Programa de Subsidios para Desafíos de la Comunidad

Administrado por la Oficina de Viviendas y Comunidades Sustentables (Office of Sustainable Housing and Communities)

Fomenta la reforma y derrumba barreras para lograr el desarrollo de comunidades asequibles, sustentables y esenciales para la economía. Los subsidios pueden utilizarse para esfuerzos como modificación o reemplazo de planes maestros locales, códigos de zonificación y edificación para promover la urbanización de usos múltiples y para rehabilitación de estructuras y edificios antiguos a fin de promover la sustentabilidad local y vecinal. Las actividades elegibles incluyen: desarrollo e implementación de planes y estrategias en localidades, corredores o distritos que promuevan la viabilidad y la sustentabilidad, evitando al mismo tiempo el desplazamiento de habitantes y pequeñas empresas; revisiones integrales para realizar y priorizar verificaciones de códigos de zonificación, ordenanzas, estándares de edificación, acciones o normas administrativas, u otras leyes orientadas a derrumbar barreras y promover la urbanización sustentable y de usos múltiples. También incluyen el desarrollo

de códigos de edificación que equilibren la rehabilitación con rendimiento energético de las estructuras más antiguas y la construcción de viviendas saludables, así como el desarrollo de estrategias energéticas y planes de implementación y de adaptación al cambio climático a nivel comunitario.

Actividades autorizadas: estudios de investigación y viabilidad, planificación comercial, arrendamiento o compra de tierras, capacitación y asistencia técnica.

Fondos: en el FY 2011, se disponía de \$28 millones, incluidos \$3 millones reservados para jurisdicciones con menos de 50,000 habitantes. El otorgamiento más bajo es de \$100,000 y el máximo es de \$3 millones.

Postulantes elegibles: gobiernos estatales y locales, que incluyen los territorios de EE. UU., los gobiernos tribales, las subdivisiones políticas de gobiernos estatales o locales y las agrupaciones de varios estados o jurisdicciones.

Proyecto de ejemplo: en octubre de 2010, el HUD otorgó un subsidio de \$2.25 millones a la Agencia de Reurbanización Comunal de la ciudad de Los Ángeles

(Community Redevelopment Agency of the City of Los Angeles, CRA/LA). La Northeast Los Angeles (NELA) Collaborative involucrará a la CRA/LA, al Departamento de Planificación Urbana y al Departamento de Transporte de la ciudad, así como a consultores sobre planificación y la comunidad. Con la asistencia técnica del Instituto de Política Urbana y Medioambiental (Urban and Environmental Policy Institute) de Occidental College, la NELA Collaborative trabajará para crear un centro regional de distribución de productos alimentarios (Regional Food Hub, RFH) en Los Ángeles. Un RFH trabaja con agricultores para reunir, almacenar, procesar, distribuir y comercializar productos alimentarios locales o regionales, lo que crea puestos de trabajo ecológicos y brinda acceso a productos alimentarios frescos a la comunidad y las instituciones.

Para obtener más información: visite la página web de Sustainable Communities¹⁴⁶ y descargue el documento Notice of Funding Availability.¹⁴⁷

Contacto: Sunaree K. Marshall: 202-402-6011 o SustainableCommunities@hud.gov.

Departamento de Comercio de los EE. UU.

Programa de Desarrollo Económico y Obras Públicas (Public Works and Economic Development Program)

Administrado por la Administración para el Desarrollo Económico (Administered by Economic Development Administration, EDA)

Respalda la construcción o rehabilitación de infraestructura e instalaciones públicas esenciales a fin de ayudar a las comunidades y regiones a aprovechar sus recursos y fortalezas para crear nuevos y mejores puestos de trabajo, impulsar la innovación, convertirse en centros de competencia en la

economía global y garantizar economías con capacidad de recuperación. Los proyectos incluyen inversiones en alcantarillado y redes hidráulicas, banda ancha, carreteras de acceso industrial, parques empresariales e industriales, instalaciones portuarias, líneas privadas de ferrocarril, instalaciones para capacitación en aptitudes interpersonales, instalaciones para viveros de empresas y reurbanización de zonas industriales abandonadas.

Actividades autorizadas: construcción y compra de equipos.

La Administración para el Desarrollo Económico (Economic Development Administration, EDA) gestiona siete programas para el desarrollo económico¹⁴⁹ y otorga fondos por medio de competencias. De estos programas, es posible que los más relevantes para el respaldo de los centros de distribución de productos alimentarios sean el Programa de Obras Públicas y Desarrollo Económico (Public Works and Economic Development Program) y el Programa de Asistencia para el Ajuste Económico (Economic Adjustment Assistance Program).

www.commerce.gov

¹⁴⁶ www.sustainablecommunities.gov

¹⁴⁷ portal.hud.gov/hudportal/documents/huddoc?id=2011scccpnofa.pdf

¹⁴⁹ www.eda.gov

Fuentes de fondos provenientes de fundaciones y organizaciones sin fines de lucro

Estas fundaciones y organizaciones sin fines de lucro han financiado actividades en las áreas de sistemas alimentarios, salud, acceso a alimentos, desarrollo económico y sustentabilidad medioambiental. Esto no implica que estas fundaciones u organizaciones sin fines de lucro proveerán fondos para los centros de distribución de productos alimentarios, sino que financiaron sistemas alimentarios o

que al menos están interesadas en algunos de los impactos económicos, sociales o medioambientales que los centros de distribución de productos alimentarios pueden generar. Esta lista no pretende ser exhaustiva. Puede obtener más información sobre estas y otras fundaciones en la página web de Sustainable Agriculture and Food Systems Funders.¹⁵³

Tabla 3. Fuentes de fondos de fundaciones y subsidios

Organización	Ben & Jerry's Foundation
Nombre del programa	Programa de Subsidios para Grupos Comunitarios de Base Nacionales (National Grassroots Grant Program)
Intereses de financiación	Gran interés en la justicia social, protección del medio ambiente y de los sistemas alimentarios sustentables y sistemas alimentarios sustentables
Monto del subsidio	Hasta \$15,000 durante 1 año
Interés geográfico	Nacional
Sitio web	www.benandjerrysfoundation.org/what-we-do
Elegibilidad	Organizaciones sin fines de lucro; en general, organizaciones con presupuestos inferiores a \$500,000; específicamente, organizaciones de base dirigidas por sus miembros que implementen estrategias de organización comunitaria para cumplir sus metas y organizaciones que brindan a dichos grupos asistencia técnica o recursos para generación de capacidad.
Información de envío	El proceso comienza con la carta de interés (Letter of Interest, LOI). Las LOI se reciben permanentemente y se revisan dentro de 30 días de la fecha de envío.
Organización	Ben & Jerry's Foundation
Nombre del programa	Programa de Subsidios para Generación de Capacidad de Vermont (Vermont Capacity Building Grant Program)
Intereses de financiación	Gran interés en la justicia social, protección del medioambiente y sistemas alimentarios sustentables
Monto del subsidio	Subsidio de varios años de hasta \$25,000 por año
Interés geográfico	Vermont
Sitio web	www.benandjerrysfoundation.org/what-we-do
Elegibilidad	Organizaciones estatales de Vermont
Información de envío	La fecha límite de envío es el 30 de abril.

153 www.safsf.org/who/directory.asp

Organización	Cedar Tree Foundation
Nombre del programa	Agricultura Sustentable (Sustainable Agriculture), Educación sobre el Medio Ambiente (Environmental Education) y Salud Medioambiental (Environmental Health)
Intereses de financiación	Interés en la justicia medioambiental y la conservación, con un interés particular en la agricultura urbana
Monto del subsidio	Generalmente, de \$10,000 a \$100,000
Interés geográfico	
Sitio web	www.cedartreefound.org
Elegibilidad	
Información de envío	El proceso comienza con una carta de consulta. Los gestores del fondo solicitarán las propuestas completas de aquellos proyectos cuyas cartas se ajusten a la filantropía.

Organización	Claneil
Nombre del programa	Subsidios Comunitarios (Community Grants)
Intereses de financiación	Alivio del hambre y nutrición, sistemas alimentarios; salud y servicios humanos; educación y medio ambiente
Monto del subsidio	De \$5,000 a \$15,000 (por año)
Interés geográfico	El énfasis está puesto en las organizaciones que abastecen a las comunidades de los condados de Chester, Delaware, Montgomery y Filadelfia y que se encuentran ubicadas en dichos condados.
Sitio web	www.claneilfoundation.org
Elegibilidad	
Información de envío	

Organización	Claneil
Nombre del programa	Fondo para Proyectos Especiales (Special Project Fund)
Intereses de financiación	Alivio del hambre y nutrición, sistemas alimentarios; salud y servicios humanos; educación y medio ambiente. Especial interés en métodos vanguardistas que sean oportunos, demuestren potencial para generar un impacto importante y puedan servir como modelo para otros.
Monto del subsidio	De \$30,000 a \$100,000
Interés geográfico	Nacional
Sitio web	www.claneilfoundation.org
Elegibilidad	Organizaciones sin fines de lucro emergentes o proyectos nuevos de organizaciones establecidas que tengan el potencial de realizar cambios transformadores
Información de envío	

Organización	Clarence E. Heller Charitable Foundation
Nombre del programa	Medioambiente y Salud (Environment and Health)
Intereses de financiación	Promover el bienestar y la viabilidad a largo plazo de las comunidades y regiones al respaldar programas de prevención de daños a la salud humana a causa de sustancias tóxicas u otras amenazas medioambientales; al fomentar la planificación y el desarrollo regionales, destinados a integrar las metas económicas y sociales con políticas medioambientales sensatas; y al respaldar iniciativas que promuevan la sustentabilidad en la agricultura y los sistemas alimentarios.
Monto del subsidio	De \$5,000 a \$600,000
Interés geográfico	Se priorizan las propuestas de las organizaciones de California.
Sitio web	www.cehcf.org/env_health.html
Elegibilidad	Organizaciones sin fines de lucro
Información de envío	El proceso comienza con una breve carta de consulta.

Organización	First Nations Development Institute
Nombre del programa	Iniciativa para la Agricultura y los Sistemas Alimentarios de los Indígenas (Native Agriculture and Food Systems Initiative, NAFSI)
Intereses de financiación	Aborda problemas que enfrentan las tribus y comunidades indígenas en su intento de fortalecer el sistema alimentario en sus comunidades, mejorar la salud y la nutrición, y crear seguridad alimentaria. Mediante un enfoque integrado del programa, esta iniciativa busca aumentar el control de la agricultura y los sistemas alimentarios de los indígenas.
Monto del subsidio	
Interés geográfico	
Sitio web	www.firstnations.org
Elegibilidad	Tribus y organizaciones indígenas sin fines de lucro
Información de envío	

Organización	Geraldine R. Dodge Foundation
Nombre del programa	Resiliencia de los ecosistemas y soluciones sustentables para la comunidad
Intereses de financiación	Cuencas y humedales, adquisición y preservación de tierras, gestión y estrategias de administración integradora de recursos y tierras que aborden los efectos de la urbanización, la expansión suburbana y las prácticas agrícolas no sustentables; desarrollo de espacios urbanos ecológicos y sistemas alimentarios regionales, en especial mediante modelos comunitarios, innovaciones en el uso de tierras y estrategias de labranza de la tierra.
Monto del subsidio	De \$5,000 a \$350,000 (la mayoría de los subsidios en 2011 fueron inferiores a \$100,000)
Interés geográfico	Se centra en Morristown y Newark, Nueva Jersey.
Sitio web	www.grdodge.org
Elegibilidad	Organizaciones 501(c)3
Información de envío	Carta de consulta a fin de solicitar una invitación para enviar una propuesta completa

Organización	GRACE Communications Foundation
Nombre del programa	
Intereses de financiación	Desarrollo de redes sustentables y comunitarias de distribución de alimentos regionales y de producción de alimentos; concienciación pública sobre la manera en que la agricultura sustentable contribuye a la salud social, medioambiental, económica y personal; políticas que promuevan el uso sustentable de los recursos hídricos para generar energía y producir alimentos; políticas para proteger el agua potable y promover su consumo; desarrollo de sistemas de energía renovable distribuida a pequeña escala; mayor concienciación pública sobre la manera en que los individuos pueden mejorar su salud física y emocional.
Monto del subsidio	
Interés geográfico	
Sitio web	gracelinks.com
Elegibilidad	
Información de envío	

Organización	John Merck Fund
Nombre del programa	Nueva Inglaterra Rural (Rural New England)
Intereses de financiación	Crear más puestos de trabajo, capacitación laboral y oportunidades de acceso a la educación superior para los jóvenes adultos (de 16 a 25 años); expandir el empleo y las opciones de desarrollo profesional, incluidos los emprendimientos empresariales para mujeres de bajos ingresos, y preservar y apoyar las operaciones agrícolas a pequeña escala, económicamente viables y sustentables para el medio ambiente.
Monto del subsidio	De \$20,000 a \$200,000 (subsidios de 2011)
Interés geográfico	Se centra en Maine, Nuevo Hampshire y Vermont
Sitio web	www.jmfund.org/ruralnewengland.php
Elegibilidad	Organizaciones 501(c)(3) y organizaciones con clasificación fiscal conforme a la Sección 509(a) que confirme que la organización cuenta con respaldo público
Información de envío	

Organización	Kresge
Nombre del programa	Programa de Desarrollo Comunitario (Community Development)
Intereses de financiación	Modelos innovadores y replicables y vehículos financieros ejemplares para reinversión equitativa.
Monto del subsidio	Los subsidios destacados son de \$700,000 a \$3 millones.
Interés geográfico	Detroit y nacional
Sitio web	www.kresge.org/programs/community-development
Elegibilidad	Organizaciones sin fines de lucro y entidades gubernamentales
Información de envío	Propuestas solo mediante invitación

Organización	Kresge
Nombre del programa	Medio ambiente (Environment): Fomentar el desarrollo de estrategias de adaptación específicas a un lugar
Intereses de financiación	Iniciativas específicas de una localidad para desarrollar métodos innovadores de preparación para un futuro climático incierto.
Monto del subsidio	Los subsidios anteriores variaban entre \$60,000 y \$1.2 millones.
Interés geográfico	Nacional
Sitio web	www.kresge.org/programs/environment/adaptation-climate-change/fostering-development-place-based-adaptation-strategi
Elegibilidad	Organizaciones sin fines de lucro y entidades gubernamentales
Información de envío	Propuestas solo mediante invitación, aunque existe un formulario de postulación preliminar para informar al proveedor de fondos sobre su iniciativa

Organización	Kresge
Nombre del programa	Salud (Health)
Intereses de financiación	Reducir las desigualdades en materia de salud entre los niños y adultos de los Estados Unidos
Monto del subsidio	Los subsidios anteriores variaban entre \$250,000 y \$750,000.
Interés geográfico	Nacional
Sitio web	www.kresge.org/programs/health
Elegibilidad	Organizaciones sin fines de lucro y entidades gubernamentales locales, estatales y nacionales
Información de envío	Varía según el programa. Visite el sitio web para obtener más información.

Organización	Leopold Center for Sustainable Agriculture
Nombre del programa	Comercialización y Sistemas Alimentarios (Marketing and Food Systems)
Intereses de financiación	Estrategias de comercialización y estructuras comerciales que permitan que los agricultores y las comunidades de Iowa retengan un mayor valor por la energía, los alimentos o la fibra que producen; educación, investigación y asociaciones para aumentar las inversiones en empresas locales y regionales de fibras, productos alimentarios y energéticas, así como el respaldo a estas, y estrategias para abordar desafíos que les impiden a los agricultores y a las redes de agricultores ser socios igualitarios en las cadenas de valor alimentarias, energéticas y basadas en la producción de fibras.
Monto del subsidio	Alrededor de \$5,000 a \$60,000
Interés geográfico	Iowa
Sitio web	www.leopold.iastate.edu
Elegibilidad	Universidades, agencias y fundaciones privadas y sin fines de lucro de Iowa
Información de envío	Una solicitud de propuestas preliminares es el primer paso para postularse para recibir un subsidio competitivo.

Organización	Fondo Farmers Advocating for Organics (FAFO) de Organic Valley
Nombre del programa	
Intereses de financiación	Programas destinados a promover la educación sobre producción orgánica, la agricultura orgánica, la investigación sobre productos orgánicos y el respaldo a la producción orgánica.
Monto del subsidio	De \$5,000 a \$50,000 por año, además de subsidios menores inferiores a \$5,000
Interés geográfico	Nacional
Sitio web	www.organicvalley.coop/about-us/donations/fafo-fund
Elegibilidad	Individuos, universidades, escuelas públicas/privadas, ONG, agricultores y consumidores
Información de envío	La propuesta debe ser de 2 a 8 páginas y se reciben dos veces al año, en febrero y septiembre (los subsidios menores se aceptan en cualquier momento).

Organización	RSF Social Finance
Nombre del programa	Fondos para Asignación Colaborativa de Donaciones (Shared Gifting Funds) (áreas de interés: productos alimentarios y agricultura)
Intereses de financiación	Un programa poco común en el que los beneficiarios participan en el proceso de asignación de fondos.
Monto del subsidio	De 6 a 8 subsidios a partir de un fondo de \$50,000
Interés geográfico	Área de la bahía de San Francisco
Sitio web	rsfsocialfinance.org
Elegibilidad	
Información de envío	No se admiten propuestas no solicitadas.

Organización	Schmidt Family Foundation
Nombre del programa	Medio ambiente; desarrollo sustentable; 11th Hour Project
Intereses de financiación	La Schmidt Family Foundation respalda esfuerzos utilizando la información más adecuada de expertos a fin de ayudar a transformar las prácticas medioambientales y energéticas en el mundo del siglo XXI.
Monto del subsidio	De \$15,000 a \$1.25 millones (en 2008)
Interés geográfico	Nacional
Sitio web	theschmidt.org
Elegibilidad	
Información de envío	No se admiten propuestas no solicitadas.

Organización	Surdna Foundation
Nombre del programa	Entornos Sustentables (Sustainable Environments) Economías Locales Fuertes (Strong Local Economies)
Intereses de financiación	Reducir la emisión de gases de efecto invernadero y crear empresas ecológicas que representen una solución para que las comunidades menos favorecidas puedan salir de la pobreza. Crear puestos de trabajo y ofrecer capacitación laboral en empresas sustentables.
Monto del subsidio	
Interés geográfico	
Sitio web	www.surdna.org
Elegibilidad	
Información de envío	

Organización	1772 Foundation
Nombre del programa	Fondos renovables y fideicomisos de tierras en la región noreste
Intereses de financiación	Fondos renovables para propiedades en peligro; historia afroamericana, preservación del patrimonio histórico de Nueva Jersey, Connecticut y Rhode Island; agricultura y sistemas alimentarios sustentables.
Monto del subsidio	De \$6,400 a \$125,000 (en 2010)
Interés geográfico	Muchos subsidios están dirigidos a la región noreste.
Sitio web	www.1772foundation.org
Elegibilidad	Organizaciones 501(c)3 para fondos renovables; fideicomisos de tierras en Boston y Nueva York con ciertas restricciones
Información de envío	El proceso comienza con una carta de consulta.

Organización	Columbia Foundation
Nombre del programa	Los tres programas son candidatos potenciales.
Intereses de financiación	Columbia Foundation respalda a organizaciones que contribuyen a mejorar la calidad de vida de los habitantes del condado de Howard en las áreas de servicios humanos, arte, cultura, educación, medio ambiente y asuntos comunitarios. Las propuestas deben demostrar soluciones prácticas y esfuerzos en áreas de prevención, colaboración y trabajo voluntario.
Monto del subsidio	De hasta \$15,000
Interés geográfico	Condado de Howard, Maryland
Sitio web	www.columbiafoundation.org/receive/grants
Elegibilidad	Organizaciones 501(c)3 u organizaciones benéficas inscritas en el Servicio de Rentas Internas (Internal Revenue Service)
Información de envío	Cada tipo de subsidio tiene fechas límite diferentes.

Organización	W.K. Kellogg Foundation
Nombre del programa	Niños Sanos (Healthy Kids)
Intereses de financiación	Mejorar los sistemas alimentarios al fomentar la colaboración de líderes locales en las comunidades y escuelas (padres y otras partes interesadas) a fin de llevar productos alimentarios saludables a todos los niños y realizar cambios relacionados en las políticas. Transformar los desiertos alimentarios en oasis alimentarios al aumentar la participación de las comunidades locales en todos los aspectos de la producción y el envío de productos alimentarios, así como en la investigación relacionada y los cambios en las políticas.
Monto del subsidio	De \$5,000 a \$3 millones
Interés geográfico	Nacional
Sitio web	www.wkkf.org/what-we-support/healthy-kids.aspx
Elegibilidad	No se aceptan individuos
Información de envío	Presentación continua

Organización	Wholesome Wave Foundation
Nombre del programa	Iniciativa para el Comercio de Alimentos Saludables (Healthy Food Commerce Initiative, HFCI)
Intereses de financiación	Combinando la experiencia de base en sistemas alimentarios y la capacitación exclusiva en estrategias comerciales, el equipo empresarial de la HFCI comenzará por ayudar a que 15 centros de distribución de productos alimentarios estén preparados para realizar inversiones.
Monto del subsidio	
Interés geográfico	
Sitio web	wholesomewave.org/hfci
Elegibilidad	Centros de distribución de productos alimentarios
Información de envío	

Organización	William Penn Foundation
Nombre del programa	Medio ambiente y Comunidades (Environment and Communities)
Intereses de financiación	Paisajes regionales, recursos hídricos, prosperidad y competitividad regional, y revitalización del casco urbano del área metropolitana de Filadelfia
Monto del subsidio	Los subsidios anteriores eran de \$30,000 a \$10 millones.
Interés geográfico	Área metropolitana de Filadelfia
Sitio web	www.william penn foundation.org
Elegibilidad	Organizaciones 501(c)(3) o 509(a), agencias y fundaciones sin fines de lucro
Información de envío	El proceso comienza con una carta de consulta.

1. Mapa de centros regionales de distribución de productos alimentarios

Este mapa incluye 168 centros regionales de distribución de productos alimentarios identificados por la Collaboracion cuando se redactó este documento. Puede encontrar una lista actual de centros de distribución de productos alimentarios en www.ams.usda.gov/foodhubs.

Centros regionales de distribución de productos alimentarios



2. Desglose regional de centros de distribución de productos alimentarios

Los centros regionales de distribución de productos alimentarios se concentran mayormente en las regiones noreste y centro norte de los Estados Unidos. Un cuarto de los centros de distribución de productos alimentarios identificados hasta la fecha se encuentra en la región noreste. Las regiones sudeste, lejano oeste y Atlántico medio tienen aproximadamente el mismo número de centros de distribución de productos alimentarios. Las regiones con menos centros son la región de las Montañas Rocosas y la región sudoeste.

Región	Número	Porcentaje
Noreste	41	24 %
Centro norte	40	24 %
Sudeste	26	16 %
Atlántico medio	24	14 %
Lejano oeste	22	13 %
Montañas Rocosas	10	6 %
Sudoeste	5	3 %

Lejano oeste: Alaska, California, Hawái, Nevada, Oregón y Washington

Montañas Rocosas: Arizona, Colorado, Idaho, Nuevo México, Montana, Utah y Wyoming

Sudoeste: Arkansas, Luisiana, Oklahoma y Texas

Centro norte: Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Misuri, Nebraska, Dakota del Norte, Ohio, Dakota del Sur y Wisconsin

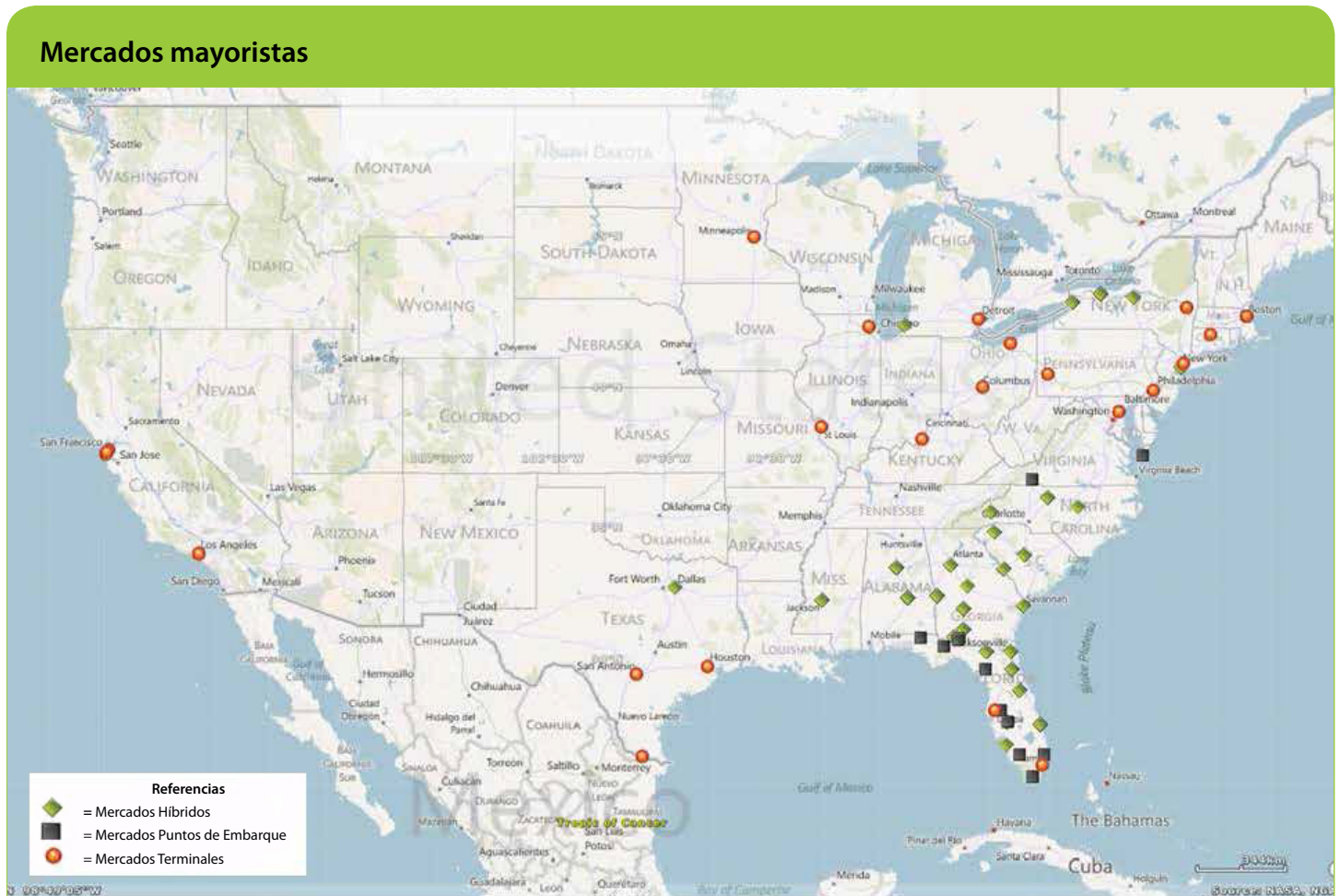
Sudeste: Alabama, Florida, Georgia, Kentucky, Misisipi, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Tennessee

Atlántico medio: Delaware, Distrito de Columbia, Maryland, Nueva Jersey, Pensilvania, Virginia y Virginia Occidental

Noreste: Connecticut, Maine, Massachusetts, Nuevo Hampshire, Nueva York, Rhode Island y Vermont

3. Mapa de mercados mayoristas

Este mapa incluye la mayoría de mercados mayoristas de los Estados Unidos. Los mercados mayoristas se pueden dividir en tres categorías principales: mercados mayoristas tradicionales y mercados terminales; mercados concentradores o de puntos de embarque; y mercados híbridos, que venden tanto al por mayor como al por menor. Es muy posible que los centros regionales de distribución de productos alimentarios aprovechen la infraestructura de distribución que ofrecen las instalaciones de estos mercados.



4. Antecedentes sobre la investigación y los resultados hasta la fecha de la National Food Hub Collaboration

La National Food Hub Collaboration, una asociación entre el USDA, el Wallace Center de Winrock International, la National Good Food Network, la National Association of Produce Market Managers y el Proyecto para Espacios Públicos, ha trabajado para identificar y describir los centros regionales de distribución de productos alimentarios de todo el país, así como para recopilar y analizar datos sobre el alcance y la magnitud de las operaciones de estos centros. Las actividades clave de investigación, los métodos utilizados y los resultados hasta la fecha incluyen los siguientes:

Grupo focal de partes interesadas con líderes en la industria del mercado mayorista

El 3 de noviembre de 2010 en Filadelfia, Pensilvania, los miembros del equipo de la Food Hub Collaboration crearon un grupo focal de partes interesadas con aproximadamente 30 miembros de la National Association of Produce Market Managers (NAPMM). El objetivo era comprender en qué actividades relacionadas con los centros de distribución de productos alimentarios participaban estos mercados y las oportunidades y los desafíos que veían para operar como centros de distribución de productos alimentarios. Se identificaron varias oportunidades y desafíos relacionados para el nuevo papel de los mercados mayoristas como centros de distribución de productos alimentarios. Las oportunidades más destacadas incluyeron:

- utilizar los mercados públicos para centralización y distribución de productos regionales y locales,
- rehabilitar y hacer más visible la imagen de los mercados públicos como actores clave en un sistema alimentario regional sólido y
- utilizar a los mercados públicos para aumentar el acceso a productos alimentarios saludables en los barrios necesitados.

Para conocer más hallazgos del grupo focal de la NAPMM, consulte los *Hallazgos preliminares de la encuesta a mercados públicos (Preliminary Findings from Public Market Survey)*.¹⁵⁴

Encuesta nacional a centros regionales de distribución de productos alimentarios

En enero de 2011, la National Food Hub Collaboration realizó una encuesta en línea a operadores de centros de distribución de productos alimentarios y a mercados públicos a fin de evaluar el alcance y la magnitud de las operaciones de dichos centros. La encuesta se envió a 72 centros (todos los centros que la Collaboration había identificado en ese momento) y a 36 mercados públicos. Los mercados públicos a los que se enviaron las encuestas incluían una muestra representativa de mercados mayoristas tradicionales, mercados híbridos que eran mayoristas y minoristas, y mercados de proveedores minoristas, que incluían

varios mercados de agricultores que operaban durante todo el año. La parte de la encuesta dedicada a los mercados públicos se utilizó para evaluar si estos mercados podían o no ser clasificados como centros de distribución de productos alimentarios. Por esto, los resultados preliminares de esta encuesta que se informan en esta guía solo reflejan las respuestas de los centros de distribución de productos alimentarios. Para conocer los hallazgos de la parte de la encuesta dedicada a los mercados públicos, consulte *Hallazgos preliminares de la encuesta a mercados públicos*.¹⁵⁵

Las encuestas que se completaron hasta el 7 de febrero de 2011 se incluyeron en el análisis. Cuarenta y cinco centros de distribución de productos alimentarios completaron la encuesta, una tasa de respuesta del 63 %. En la Tabla 4, se presenta un desglose regional de las encuestas enviadas y las respuestas. En función de la ubicación de los centros de distribución de productos alimentarios y las respuestas de la encuesta, hubo una representación geográfica bastante buena de las operaciones de los centros de distribución de productos alimentarios, con una representación levemente menor en el sur y una leve sobrerrepresentación en el este y el norte.

Tabla 4: Desglose regional de las ubicaciones de los centros regionales de distribución de productos alimentarios y las respuestas de la encuesta

	Oeste	Sudoeste	Medio oeste	Sur	Noreste	TOTAL
Encuesta enviada	11 (15 %)	5 (7 %)	22 (31 %)	15 (21 %)	19 (26 %)	72
Encuesta completada	7 (16 %)	2 (4 %)	13 (30 %)	8 (17 %)	15 (33 %)	45

154 www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5091432

155 www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5091432

A continuación, se presentan algunos de los hallazgos clave de la encuesta en línea a centros de distribución de productos alimentarios:

- Los emprendedores estuvieron a cargo de la organización para establecer el 40 % de los centros de distribución de productos alimentarios.
- Se trata de una industria incipiente: el 60 % de los centros de distribución de productos alimentarios ha estado operando durante 5 años o menos.
- Las ventas anuales promedio de un centro son de aproximadamente \$1 millón.
- En promedio, los centros contratan a siete empleados de tiempo completo y cinco de medio tiempo, con un promedio de cinco voluntarios regulares.
- La mediana del número de proveedores de un centro de distribución de productos alimentarios es de 40, muchos de los cuales son pequeños y medianos agricultores y ganaderos.
- Estos centros ofrecen una amplia gama de productos alimentarios, las frutas y verduras frescas son la categoría principal de productos, que venden a través de muchos canales de mercado. Los restaurantes son un importante mercado de introducción.
- Los centros de distribución de productos alimentarios son empresas comerciales orientadas a la sociedad con un fuerte énfasis en los “buenos precios” para los productores y en los “buenos productos alimentarios” para los consumidores.
- Los centros participan activamente en sus comunidades, ya que ofrecen una amplia gama de servicios tanto a los productores como a los consumidores.

- Alrededor del 40 % de los centros de distribución de productos alimentarios trabajan en desiertos alimentarios para aumentar el acceso a productos alimentarios frescos, saludables y locales en las comunidades mal abastecidas por tiendas minoristas de alimentos de servicio completo.

Para conocer más hallazgos de la encuesta nacional a centros regionales de distribución de productos alimentarios, consulte *Hallazgos preliminares de la encuesta a centros de distribución de productos alimentarios (Preliminary Findings from Food Hub Survey)*.¹⁵⁶

Tabla 5: Características de los centros de distribución de productos alimentarios según su viabilidad económica

	Actualmente viables	Todavía no viables
Región	<ul style="list-style-type: none"> ● 4 centros en el medio oeste ● 2 centros en el sur ● 2 centros en el noroeste ● 2 centros en el oeste 	<ul style="list-style-type: none"> ● 5 centros en el noreste ● 3 centros en el medio oeste ● 1 centro en el sudoeste ● 1 centro en el oeste
Estructura legal	<ul style="list-style-type: none"> ● 4 centros son LLC* ● 3 centros son organizaciones sin fines de lucro ● 2 centros son cooperativas ● 1 centro es una corporación tipo C 	<ul style="list-style-type: none"> ● 4 centros son organizaciones sin fines de lucro ● 3 centros son LLC ● 2 centros son cooperativas ● 1 centro es una corporación tipo S
Antigüedad del centro	<ul style="list-style-type: none"> ● Mediana: 9.5 años ● Media: 13.4 años ● Rango: 34 ● 8 de 10 centros tienen al menos 5 años de antigüedad 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mediana: 5 años ● Media: 7.1 años ● Rango: 23 ● 6 de 10 centros tienen al menos 5 años de antigüedad
Ventas brutas anuales	<ul style="list-style-type: none"> ● Mediana: \$6 millones ● Media: \$12.6 millones ● Rango: De \$1 millón a \$40 millones 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mediana: \$500,000 ● Media: \$950,000 ● Rango: De \$102,000 a \$5.5 millones

* Sociedad de Responsabilidad Limitada

Entrevistas detalladas con operadores de centros de distribución de productos alimentarios

Como parte de la evaluación inicial de los centros de distribución de productos alimentarios por parte de la National Food Hub Collaboration, se seleccionaron a algunos de los centros que participaron en la encuesta en línea para participar en entrevistas telefónicas de seguimiento. Se entrevistaron a veinte operadores de centros de distribución de productos alimentarios en enero y febrero de 2011, y se les hizo preguntas sobre la viabilidad económica de sus empresas, los desafíos que enfrentaban y las oportunidades que veían para el crecimiento comercial y la expansión del mercado.

Los centros de distribución de productos alimentarios que participaron en las entrevistas telefónicas se seleccionaron por su diversidad geográfica (centros en diferentes regiones de los Estados Unidos) y por su diversidad en estructura legal (por ejemplo, organizaciones sin fines de lucro, con fines de lucro y cooperativas). El equipo de investigación

seleccionó deliberadamente a centros de distribución de productos alimentarios más establecidos a fin de capturar una perspectiva a largo plazo de las trayectorias comerciales de estos centros. Por lo tanto, esta muestra no debe considerarse una representación de todos los centros de distribución de productos alimentarios. La información que brindan estas entrevistas permite comprender algunos aspectos de los centros establecidos, así como algunos de los desafíos y oportunidades que han encontrado.

De los 20 operadores de centros de distribución de productos alimentarios que participaron en las entrevistas telefónicas de seguimiento, 10 se describieron como empresas económicamente viables (es decir, que los ingresos que generan las ventas cubren los costos de centralización, distribución y comercialización) en la entrevista, 5 estimaron que lograrían el equilibrio financiero en 1 a 3 años y otros 2 afirmaron de manera más general que se encontraban “muy

cerca” de lograr el equilibrio o en vías de lograrlo a corto plazo. La Tabla 5 compara los centros de distribución de productos alimentarios económicamente viables con aquellos que todavía no se encuentran en esta situación en función de un número de variables diferentes, como su ubicación, estructura legal, antigüedad y ventas brutas anuales.

En “Viabilidad económica de los centros regionales de distribución de productos alimentarios, barreras para su crecimiento y estrategias para su abordaje” se describen más hallazgos de las entrevistas con los operadores, así como los desafíos que enfrentan y las oportunidades que se les presentan.

5. Recursos adicionales para los centros de distribución de productos alimentarios

Creación de Granjas, Haciendas y Comunidades Sustentables (Building Sustainable Farms, Ranches and Communities)¹⁵⁷

Centro Nacional de Tecnología Adecuada (National Center for Appropriate Technology, NCAT) (antes conocido como ATTRA)¹⁵⁸

Subtitulada “Programas federales para agricultura, silvicultura, espíritu emprendedor, conservación y desarrollo comunitario sustentables” (Federal Programs for Sustainable Agriculture, Forestry, Entrepreneurship, Conservation and Community Development), esta guía describe los programas federales que fomentan la creación de empresas innovadoras dedicadas a la agricultura y silvicultura, que brindan recursos para el desarrollo comunitario, la administración sustentable de las tierras y la agricultura y silvicultura diversificadas y con valor agregado.

Más allá del USDA: de qué manera otras agencias gubernamentales pueden respaldar el desarrollo de un sistema alimentario más saludable y sustentable (Beyond the USDA: How other government agencies can support a healthier, more sustainable food system)¹⁵⁹

Instituto de Agricultura y Política de Comercio (Institute for Agriculture and Trade Policy, IATP)¹⁶⁰

Este informe brinda un resumen de los papeles que las agencias federales que no forman parte del USDA cumplen en el sistema alimentario. Además, presenta los recursos relevantes y los programas de subsidios que ofrecen estas agencias.

Guía sobre fondos federales para los sistemas alimentarios locales y regionales (Guide to Federal Funding for Local and Regional Food Systems) Coalición Nacional para la Agricultura Sustentable (National Sustainable Agriculture Coalition)¹⁶¹

Coalición Nacional para la Agricultura Sustentable (National Sustainable Agriculture Coalition)¹⁶²

Se describen 15 subsidios y programas del USDA considerados relevantes para los sistemas alimentarios locales y regionales. También se brindan enlaces a recursos que pueden resultar útiles para diseñar un proyecto y confeccionar una propuesta para recibir un subsidio.

Recursos de la conferencia “Making Good Food Work”¹⁶³

Making Good Food Work (Cómo Lograr el Éxito de los Productos Alimentarios Saludables)¹⁶⁴

En la página “Conference Resources” (Recursos de la conferencia), haga clic en el enlace “Addressing Capital and Resource Challenges” (Abordaje de los desafíos en materia de capital y recursos) debajo del título Team Dropboxes (Buzones del equipo). La página que se abre contiene varios recursos: (planes comerciales, información sobre financiamiento y subsidios, y programas de préstamos), para los gerentes de centros de distribución de productos alimentarios.

The CDFI Fund’s Capacity Building Initiative for Financing Healthy Food Option: Financial Resources Catalogue (La Iniciativa de Generación de Capacidad del Fondo para CDFI para financiar productos alimentarios saludables: catálogo de recursos financieros)¹⁶⁵

El catálogo ofrece una lista extensa de recursos federales y no federales para respaldar las iniciativas relacionadas con productos alimentarios saludables. Si bien este catálogo está dirigido a las instituciones financieras de desarrollo comunitario (CDFI), muchos de los recursos que se enumeran son relevantes para las operaciones de los centros de distribución de productos alimentarios.

Building Successful Food Hubs: A Business Planning Guide for Aggregating and Processing Local Food in Illinois (Creación de centros de distribución de productos alimentarios exitosos: una guía de planificación comercial sobre centralización y procesamiento de productos alimentarios locales en Illinois)¹⁶⁶

La guía sirve como recurso para comunidades, empresas, organizaciones sin fines de lucro y otras partes interesadas en establecer centros de distribución de productos alimentarios.

157 www.attra.ncat.org/guide

158 attra.ncat.org

159 www.iatp.org/files/258_2_107172.pdf

160 www.iatp.org

161 sustainableagriculture.net/wp-content/uploads/2010/06/6.18-FINAL-Food-System-Funding-Guide2.pdf

162 sustainableagriculture.net

163 sites.google.com/site/mgfwpublic/conference-resources

164 sites.google.com/a/makinggoodfoodwork.com/2011

165 www.cdfifund.gov/what_we_do/resources/Finacial%20Resources%20Catalogue%20PDF.pdf

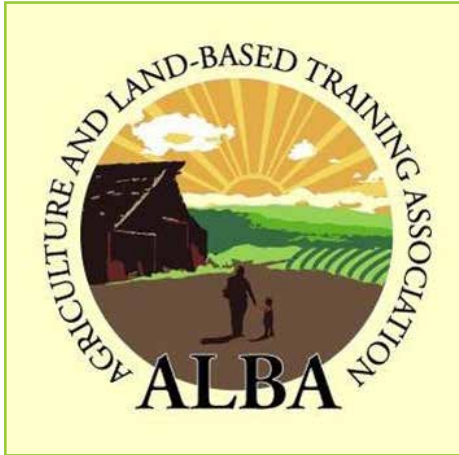
166 www.familyfarmed.org/our-reports-2/



6. Centros regionales de distribución de productos alimentarios presentados

Los centros regionales de distribución de productos alimentarios que se describen a continuación se utilizaron como ejemplos en el cuerpo de la guía. Para conocer la lista completa de centros regionales de distribución de productos alimentarios, consulte la próxima sección.

Agriculture and Land-Based Training Association (ALBA)



La ALBA es una organización sin fines de lucro que es propietaria y se ocupa de la administración de ALBA Organics, un distribuidor de frutas y verduras con licencia establecido en 2002 en Salinas, California. ALBA Organics vende frutas y verduras orgánicas y frescas provenientes de 50 agricultores con recursos limitados, principalmente de la comunidad latina. Ofrece almacenamiento y espacio de refrigeración, infraestructura de envío, asistencia en ventas y capacitación en ventas a sus productores. Los productos de ALBA Organics se venden a más de 80 clientes, que incluyen distribuidores mayoristas, servicios alimentarios corporativos, restaurantes, hospitales, universidades y tiendas minoristas en el Área de la Bahía de San Francisco y de Monterey. La ALBA busca crear oportunidades para los trabajadores agrícolas y los aspirantes a agricultores con recursos limitados a

través del Programa de Capacitación para Agricultores y del programa Vivero para Granjas Pequeñas, que brinda a los graduados arrendamientos de tierras y acceso a equipos para que puedan establecer sus propias empresas agrícolas. La ALBA ofrece a sus productores oportunidades de capacitación en áreas como producción, manipulación posterior a la cosecha, administración comercial, planes de cultivo y seguridad alimentaria. En 2010, sus ventas anuales fueron superiores a \$2 millones. Consulte ALBA.¹⁶⁷

Appalachian Sustainable Development (ASD)



ASD es una organización sin fines de lucro de Abingdon, Virginia. En 1999, ASD estableció Appalachian Harvest (AH), una red de aproximadamente 50 pequeños agricultores con certificación orgánica dedicados a la producción de verduras orgánicas y huevos de corral en el sudoeste de Virginia y el noreste de Tennessee. Appalachian Harvest clasifica, lava, etiqueta y empaqueta productos en sus instalaciones para empaque y clasificación, y los distribuye a 30 intermediarios de productos alimentarios y supermercados, que representan a más de 900 supermercados individuales en Virginia, Tennessee, Carolina del Norte, Carolina del Sur, Georgia, Maryland y Washington, DC. ASD también ofrece capacitación y asistencia técnica al organizar capacitaciones prácticas para los productores y al coordinar una red de pares para que los productores puedan intercambiar conocimientos. Las ventas anuales son de aproximadamente \$500,000. Consulte ASD.¹⁶⁸

Beneficial Farm CSA



Beneficial Farm fue fundada en 1994 como una CSA biodinámica tradicional que reunía la producción de una sola granja. En 2009, se organizó como una LLC y actualmente opera durante todo el año como una CSA que reúne la producción de varias granjas desde su central en Kitchen Angels, una organización sin fines de lucro que entrega comidas calientes y saludables a los clientes de Santa Fe, Nuevo México, que no pueden salir de sus hogares. La CSA ofrece diversas cuotas de frutas y verduras frescas, carnes, huevos y quesos. Otros productos como cereales, carnes, productos avícolas y productos con valor agregado también están disponibles a través de un mercado en línea. Beneficial Farm CSA centraliza la producción de más de 40 granjas pequeñas y medianas ubicadas a 250 millas del área de distribución central, y envía cuotas y artículos pedidos con anticipación a los miembros de la CSA en varios puntos de recolección de Santa Fe y Albuquerque. Las ventas anuales de la CSA son de aproximadamente \$150,000. También brinda a los productores servicios de comercialización y promoción, así como capacitación en producción y manipulación posterior a la cosecha. Consulte Beneficial Farm CSA.¹⁶⁹

¹⁶⁷ www.albafarmers.org

¹⁶⁸ www.asdevelop.org/

¹⁶⁹ www.beneficialfarm.com

Central New York Regional Market



Administrado por el estado de Nueva York como una corporación sin fines de lucro para el beneficio público, este mercado público en Syracuse, Nueva York, ha operado de manera continua en su emplazamiento de 60 acres desde la década de 1930. El mercado es un centro de distribución de productos alimentarios híbrido que cuenta con un mercado mayorista (para empresas) y un mercado de agricultores (para el público). Más de 300 proveedores venden en puestos bajo techo y al aire libre. Estos proveedores incluyen granjas pequeñas y grandes, distribuidores de alimentos, proveedores alimentos preparados y artesanos. Los días en que abre, el mercado público atrae hasta 26,000 personas, y anualmente se recaudan \$15.6 millones en ventas minoristas y \$600 millones en ventas mayoristas. El mercado cuenta con un sólido respaldo comunal, en parte porque ofrece servicios como EBT¹⁷⁰, demostraciones de cocina y participación en el Programa de Nutrición del Mercado de Agricultores del estado de Nueva York, que brinda respaldo financiero a las familias de bajos ingresos inscritas en el Programa Especial de Nutrición Suplementaria para Mujeres, Infantes y Niños (WIC) y en el Programa de Nutrición para Personas Mayores (Senior Nutrition Program). El mercado también opera el mercado móvil "Farm Fresh", un mecanismo de envío eficaz para aumentar el acceso de productos alimentarios saludables en las comunidades menos favorecidas. Consulte CNY Regional Market.¹⁷¹

Common Market



Common Market, un consolidador y distribuidor mayorista sin fines de lucro de alimentos locales en Filadelfia, Pensilvania, comenzó a operar en 2008. Cuenta con 75 productores, ubicados mayormente dentro de un radio de 90 millas de Filadelfia, que suministran frutas y verduras frescas, carnes, productos avícolas y huevos. Common Market posee un modelo de la granja a la institución y distribuye a entre 60 y 75 clientes, que incluyen escuelas, universidades, hospitales, cooperativas alimentarias y restaurantes. Su meta es respaldar la agricultura local y hacer que los productos alimentarios sean asequibles y accesibles a nivel mayorista mediante el trabajo con instituciones y minoristas que abastecen a las poblaciones de bajos recursos y con organizaciones sin fines de lucro que ofrecen asociaciones de compradores con costos bajos. En 2010, Common Market recaudó \$580,000 en ventas. Consulte Common Market.¹⁷²

Co-op Partners Warehouse



Co-op Partners Warehouse fue establecida en 1999 por The Wedge Cooperative, una cooperativa de consumo que abastece a los hogares de 14,000 miembros en Saint Paul, Minnesota. Utilizando su propia flota de camiones y camiones de compañías contratadas, vende principalmente frutas y verduras orgánicas provenientes de alrededor de 30 agricultores de Minnesota y Wisconsin durante la temporada de cultivo, y de fuentes de la Costa Occidental el resto del año, a 200 cooperativas de consumidores, tiendas de alimentos saludables, asociaciones de compradores y restaurantes del norte de la región medio oeste de los Estados Unidos. Las ventas anuales de Co-op Partners Warehouse son de \$16.8 millones. The Wedge representa aproximadamente un cuarto de las ventas. Esta organización es única ya que se centra en vender principalmente a cooperativas minoristas y se compromete a actuar como una distribuidora de frutas y verduras orgánicas con interés regional de servicio completo. Consulte Co-op Partners Warehouse.¹⁷³

CROPP Cooperative (Cooperative Regions of Organic Producer Pools)



Fundada en 1988, esta cooperativa de productores comercializa productos a nivel nacional con las etiquetas Organic Valley® y Organic Prairie®. Su misión es promover la diversidad agrícola regional y la estabilidad económica mediante el uso de métodos agrícolas orgánicos y la venta de productos con certificación orgánica. CROPP cuenta con 1,650 miembros productores en más de 35 estados. Ofrece frutas y verduras frescas, carnes, lácteos, huevos, jugo de naranja, productos a base de soja y cereales, que se venden en más de 10,000 tiendas minoristas. A pesar

170 Transferencia electrónica de beneficios

171 cnyrma.com

172 www.commonmarketphila.org

173 www.cooppartners.coop/index.php

de su presencia nacional, el modelo comercial de CROPP hace gran hincapié en conectar la oferta regional con los mercados regionales. Por ejemplo, CROPP trabaja con agrupaciones de productores de regiones geográficas específicas para producir y distribuir leche con la marca Organic Valley a nivel regional en la medida de lo posible, e identifica en cada cartón de leche la región donde se produjo la leche. En 2010, las ventas anuales fueron de \$618 millones. Consulte CROPP Cooperative.¹⁷⁴

Eastern Carolina Organics (ECO)



Esta empresa de capital privado, establecida en 2004 en Pittsboro, Carolina del Norte, comercializa y distribuye frutas y verduras orgánicas a minoristas, restaurantes y asociaciones de compradores. Eastern Carolina Organics cuenta con más de 40 productores que venden a más de 150 clientes en todo el sudeste. Vende principalmente a tiendas de comestibles, cooperativas alimentarias, asociaciones de compradores y distribuidores, pero también a restaurantes, servicios de comidas, proveedores de servicios alimentarios para escuelas y universidades. Ofrece servicios al productor, como planificación de la producción, capacitación en manipulación posterior a la cosecha, capacitación en seguridad alimentaria y seguro de responsabilidad civil. Consulte ECO.¹⁷⁵

Eastern Market



Establecido en 1891 en Detroit, Michigan, Eastern Market es uno de los mercados mayoristas y minoristas de propiedad pública más antiguos del país. El mercado está conformado por cuatro mercados individuales: minorista (para los consumidores), mayorista (para tiendas de comestibles, distribuidores, restaurantes y puestos de venta de productos agrícolas), de flores y de eventos especiales. Cuarenta mil personas visitan los cientos de puestos al aire libre del mercado, que ofrecen frutas y verduras frescas, carnes, productos avícolas, pescados, flores, plantas y muchos otros productos locales. Más de 250 proveedores y comerciantes de Michigan, Ohio y Ontario procesan productos alimentarios al por mayor y al por menor. Eastern Market coordina la centralización, distribución, procesamiento y los puntos de venta comercial para muchos de los pequeños y medianos agricultores de la región. El mercado planea reurbanizar un distrito de desarrollo económico para traer más viveros de empresas, restaurantes, minoristas, servicios mayoristas y un centro de distribución. Consulte Eastern Market.¹⁷⁶

Farm Fresh Rhode Island



Farm Fresh Rhode Island, una organización sin fines de lucro de Pawtucket, Rhode Island, tiene como meta crear un sistema alimentario local por medio de diversas iniciativas, que incluyen distribuir productos a clientes mayoristas a través de su programa Mercado Móvil (Market Mobile), mercados de agricultores minoristas y capacitación en cocina y nutrición. Mercado Móvil, creado en 2009, está conformado por 42 pequeños agricultores y procesadores que suministran productos a más de 100 clientes, que incluyen tiendas minoristas, una CSA que reúne la producción de varias granjas, asociaciones de compradores, restaurantes, servicios de comida y universidades de Rhode Island y Massachusetts. Los productos incluyen frutas y verduras, carnes, lácteos, huevos, cereales y alimentos preparados, así como algunas frutas y verduras congeladas y enlatadas, y productos con valor agregado. En 2010, las ventas de Mercado Móvil fueron de \$684,000. Farm Fresh Rhode Island también brinda servicios a los procesadores de productos alimentarios (como información y capacitación), los conecta con mercados de agricultores y cocinas certificadas y les ofrece capacitación en nutrición y programas de ayuda recíproca. Consulte Market Mobile.¹⁷⁷

174 www.farmers.coop/

175 www.easterncarolinaorganics.com/

176 www.detroiteasternmarket.com

177 www.farmfresh.org/hub

Farm to Family Naturally, LLC



Esta empresa de capital privado establecida en 2007 centraliza y vende frutas y verduras provenientes de más de 200 pequeños agricultores ubicados a 250 millas de St. Louis, Misuri. La empresa ofrece una amplia gama de productos a través de su propia tienda minorista, Sappington Farmers Market, a la que concurren más de 5,000 clientes por semana y envía productos a guarderías, asociaciones de compradores, escuelas y a un centro de procesamiento de productos alimentarios. Farm to Family Naturally ofrece diversos servicios a productores y consumidores, que incluyen aceptación de los beneficios del SNAP y capacitación en nutrición. Esta empresa planea establecer Farm Fresh Food Hub, un centro de 60,000 pies cuadrados para expandir su alcance en el área de St. Louis, especialmente en áreas con acceso limitado a productos alimentarios frescos y saludables. Los planes incluyen distribución a almacenes, redes de servicios humanos y operaciones de servicios alimentarios institucionales, así como la venta directa a los consumidores. Consulte Sappington Farmers Market.¹⁷⁸

Gorge Grown Food Network



Esta organización sin fines de lucro establecida en 2008 en Hood River, Oregón, abastece directamente a

los consumidores que viven en las regiones del cañón del río Columbia en Oregón y Washington a través de Gorge Grown Mobile Farmers' Market. Dieciséis pequeños agricultores y productores de la zona rural del cañón suministran frutas y verduras frescas, café, pan y otros productos, que se cargan en un furgón de 14 pies equipado con refrigeradores, estanterías y un congelador vertical, y luego se venden en cuatro comunidades rurales con acceso limitado a frutas y verduras frescas. Este mercado móvil ayudó a dos comunidades a crear mercados adicionales para frutas y verduras frescas: en Stevenson, Washington, la visita semanal del mercado móvil resultó en la creación de un pequeño mercado de agricultores, y en Mosier, Oregón, el éxito del mercado móvil inspiró a un agricultor para establecer un puesto de venta de frutas y verduras. Esta organización sin fines de lucro también dirige un mercado de agricultores y trabaja con instituciones de la región para ayudarlas a obtener frutas y verduras locales y frescas para sus cocinas. Gorge Grown Food Network tiene un ingreso anual de aproximadamente \$62,000. Consulte Gorge Grown Food Network.¹⁷⁹

Green B.E.A.N. Delivery



Esta empresa con fines de lucro opera como un centro de distribución de productos alimentarios híbrido que envía frutas y verduras frescas, huevos locales, lácteos, carnes, panes y otros alimentos artesanales provenientes de 56 productores regionales directamente a los hogares o lugares de trabajo de los consumidores. También realiza envíos

a minoristas por medio de su división mayorista, Tiny Footprint Distribution. Green B.E.A.N. Delivery (un acrónimo en inglés que representa sus iniciativas principales: Biodinámica, Educación, Agricultura y Nutrición) ofrece más de 400 productos en línea y abastece a mercados de Indianápolis, Cincinnati, Columbus y Louisville. Cada mercado tiene su propio depósito que funciona como punto de descarga para los agricultores locales. También administra una granja de 60 acres con certificación orgánica cerca de Indianápolis, cuyos cultivos se utilizan para armar los "cestos de envío". Un Genial Almuerzo Escolar (Cool School Lunch), uno de los programas más nuevos de la empresa, brinda a las escuelas una plataforma en línea de pedidos al por mayor de frutas y verduras que pronto podrá enviar almuerzos escolares. Desde su fundación en 2007, Green B.E.A.N. Delivery ha invertido más de \$2 millones en economías alimentarias locales y ha creado más de 100 puestos de trabajo en todo el medio oeste. Consulte Green B.E.A.N. Delivery.¹⁸⁰

Intervale Center



Esta organización sin fines de lucro en Burlington, Vermont, estableció Intervale Food Hub en 2007 para centralizar, distribuir y comercializar productos provenientes de agricultores, principalmente del condado de Chittenden, en el área metropolitana de Burlington. Intervale Food Hub trabaja con 22 agricultores que producen principalmente frutas, verduras, carnes y huevos, así como algunos lácteos, cereales, plantas, productos de panadería, alimentos preparados y frutas

178 www.sappingtonfarmersmkt.com

179 www.gorgegrown.com

180 www.greenbeandelivery.com

y verduras enlatadas y congeladas. Estos productos se venden durante todo el año a los miembros de las CSA. El centro de distribución de productos alimentarios también suministra productos a restaurantes, escuelas y a un hospital. Gracias a su programa de CSA, el centro puede aceptar los beneficios del SNAP, y se ha asociado con la Asociación del Noreste de Agricultura Orgánica de Vermont (Northeast Organic Farming Association of Vermont) para ofrecer cuotas subsidiadas a los habitantes de bajos ingresos. Intervale Center también opera el Programa Agrícola, que arrienda tierras, equipos, invernáculos, servicio de riego e instalaciones para almacenamiento a agricultores pequeños e independientes. En 2010, las ventas brutas de Intervale Food Hub fueron de \$300,000. Consulte Intervale Food Hub.¹⁸¹

La Montañita Co-op



Esta cooperativa de consumidores de propiedad comunitaria se encuentra en Nuevo México y cuenta con cuatro tiendas minoristas. En 2007, La Montañita lanzó la Iniciativa de Zonas Alimentarias Regionales a fin de expandir la compra y distribución de productos regionales cultivados de manera sustentable provenientes de pequeños y medianos productores. Gracias a esta iniciativa, el centro cooperativo de distribución (cooperative distribution center, CDC) de La Montañita brinda servicios de desarrollo comercial, distribución y comercialización a los

productores ubicados en una zona alimentaria regional que abarca la fosa tectónica de Río Grande (un radio de aproximadamente 300 millas desde Albuquerque). El CDC es operado y financiado, en gran medida, con los ingresos de la cooperativa. Tiene en existencia y vende más de 1,500 productos que se compran a alrededor de 900 agricultores y productores ubicados en su zona alimentaria regional. Consulte La Montañita Co-op.¹⁸²

Local Food Hub



Establecida en 2009 por dos mujeres en Charlottesville, Virginia, esta organización sin fines de lucro distribuye frutas, verduras, carnes congeladas y productos alimentarios con valor agregado locales provenientes de pequeños agricultores de Virginia Central a más de 120 empresas e instituciones, que incluyen escuelas, universidades, restaurantes, hospitales, centros de atención para mayores, minoristas, distribuidores y procesadores. Después de sus primeros 28 meses de operación, Local Food Hub ha comprado productos por más de \$850,000 a 70 granjas pequeñas ubicadas a 100 millas de Charlottesville. Los agricultores cuentan con asistencia técnica, comercial y para la planificación de la producción; servicios de promoción y comercialización; cobertura de responsabilidad y trazabilidad; y recursos de comunicación. Además de operar un depósito de 3,500 pies cuadrados, esta organización sin fines de lucro dirige una granja orgánica educativa de 60 acres, que ofrece a los agricultores capacitación, pasantías, capacitación en métodos de cultivo orgánicos y sustentables, programas de voluntariado y eventos. El centro también abastece a la comunidad mediante donaciones a bancos de alimentos, comedores comunitarios y hogares de tránsito. Consulte Local Food Hub.¹⁸³

Oklahoma Food Cooperative



Esta asociación de compradores en línea ubicada en la ciudad de Oklahoma, Oklahoma, ha operado desde 2003. La cooperativa es propiedad de productores y consumidores. Más de 200 miembros productores venden más de 4,000 productos hechos en Oklahoma a 3,800 miembros de la cooperativa mediante un portal de pedidos en línea. Los productos se envían por 48 rutas de distribución operadas por miembros que mensualmente llegan a ciudades, pueblos y aldeas en todo Oklahoma. Los miembros siempre saben qué agricultor produjo sus alimentos y tienen la oportunidad de conocer a estos agricultores en los días de envío. Los agricultores llevan sus productos a un punto central de descarga, donde son agrupados según los pedidos de los miembros y luego transportados por un grupo de voluntarios, a quienes se compensa por el tiempo dedicado con créditos de trabajo que se pueden canjear por las mercaderías que se venden a través de la cooperativa. Consulte Oklahoma Food Cooperative.¹⁸⁴

Red Tomato



181 www.intervalefoodhub.com/home

182 www.lamontanita.coop

183 www.localfoodhub.org

184 www.oklahomafood.coop/welcome.php

Red Tomato, una organización sin fines de lucro con sede en Canton, Massachusetts, fue fundada en 1996. Coordina la centralización, el transporte y la venta de una amplia gama de frutas y verduras suministradas por casi 40 agricultores a tiendas de comestibles y distribuidores ubicados principalmente en la región noreste. Se basa en agricultores y compañías de camiones contratadas para brindar servicios de centralización y transporte sin manipular físicamente en ninguna ocasión el producto que comercializa bajo su nombre. La línea de manzanas insignia, Eco Apple™, se cultiva utilizando métodos avanzados de manejo integrado de plagas sujetos a verificación por parte de terceros. Dicha línea representa más de la mitad del volumen de ventas de Red Tomato. Durante la temporada de cultivo, cada bolsa de Eco Apple contiene manzanas cultivadas por una granja, que está identificada y descrita en cada envase. Consulte Red Tomato.¹⁸⁵

Santa Monica Farmers Markets



Este centro es un grupo de cuatro mercados de agricultores de propiedad pública que abrieron en Santa Mónica, California, entre 1981 y 1995. Los cuatro mercados combinados ofrecen artículos de 185 productores que se venden

directamente a los consumidores. Dichos productos incluyen frutas y verduras frescas, carnes, huevos, productos avícolas, pescados, lácteos, productos de panadería y otros productos con valor agregado. Se estima que 900,000 compradores visitan los mercados anualmente. Además, el mercado brinda frutas y verduras frescas durante todo el año al programa "Barra de Ensaladas del Mercado de Agricultores" (Farmers Market Salad Bar) del distrito escolar unificado de Santa Mónica-Malibú. Las frutas y verduras frescas se encargan con anticipación a los proveedores agrícolas y se embalan a fin de que estén listas para que las escuelas las retiren antes de que abran los mercados. Los mercados participan aun más en la comunidad al ofrecer programas de capacitación y extensión, y al distribuir cupones a los niños durante los recorridos escolares. Consulte Santa Monica Farmers Markets.¹⁸⁶

Tuscarora Organic Growers Cooperative (TOG)



TOG es una cooperativa de propiedad de productores establecida en 1988 en Hustontown, Pensilvania, que se encarga de la centralización, comercialización y distribución de productos en las áreas metropolitanas de Baltimore y Washington DC. Cuarenta granjas miembros suministran frutas y verduras frescas a restaurantes, tiendas minoristas, mercados de agricultores y CSA. La cooperativa ofrece a sus miembros planificación coordinada de la producción, así como mercados confiables. Gracias a esto, los miembros cooperan en lugar de competir entre sí para brindar a los compradores un suministro de productos suficiente y diverso. Durante la temporada 2010-2011, TOG vendió más de 115,000 cajas de frutas y verduras. Consulte TOG.¹⁸⁷

Walsma & Lyons



Fundada en 1949 por John Walsma e incorporada como Walsma & Lyons en 1979, esta empresa de distribución de frutas y verduras frescas de capital privado tiene sede en Grand Rapids. Walsma & Lyons centraliza productos para distribuidores de servicios alimentarios como Sysco y otros minoristas importantes de la región de los Grandes Lagos. La empresa ha entablado relaciones a largo plazo con más de 15 pequeños y medianos agricultores de Michigan e Indiana del Norte, a quienes compra diversas frutas y verduras frescas durante la corta temporada de cultivo de la región. Durante el resto del año, para compensar, la empresa compra productos a agricultores de Texas, Florida, Arizona, Georgia y California. Walsma & Lyons conecta a los agricultores con información sobre seguridad alimentaria y garantiza que estos cumplan con los requisitos de GAP de los compradores. También implementa el reembalaje para que los pedidos sean más pequeños y fáciles de manejar para los clientes de servicios alimentarios, preserva la identidad regional de los productos, de modo que los agricultores puedan obtener un precio más alto, brinda seguro de responsabilidad civil, coordina la logística y realiza envíos a los clientes finales. La empresa se mantiene en comunicación estrecha con los agricultores a fin de resolver los problemas que surgen diariamente en la industria de las frutas y verduras frescas. Las ventas anuales son de aproximadamente \$20 millones. Consulte Walsma & Lyons.¹⁸⁸

¹⁸⁵ www.redtomato.org

¹⁸⁶ www.smgov.net/portals/farmersmarket

¹⁸⁷ www.tog.coop

¹⁸⁸ www.walsmalions.com

Créditos de las fotografías

Las nubes de palabras en la portada y en todo el documento se crearon con Tagxedo: www.tagxedo.com.



Página 6
Eastern Carolina
Organics



Página 32
Sue Futrell/Red
Tomato



Página 8
Jessica Lyons/
Walsma & Lyons



Página 8
Oklahoma Food
Cooperative



Página 9
Santa Monica
Farmers Market



Página 10
USDA



Página 10
Central New York
Regional Market



Página 13
Local Food Hub



Página 16
Brianna Farver/
Intervale Food Hub



Página 17
Nathan Greuel/
Green B.E.A.N.
Delivery



Página 18
Agriculture and
Land-Based Training
Association



Página 19
Tuscarora
Organic Growers
Cooperative



Página 21
© Mark Miller
Photography



Página 20
Agriculture and
Land-Based Training
Association



Página 22
Appalachian
Sustainable
Development



Página 23
Eastern Market
Corporation (EMC)



Página 26
Appalachian
Sustainable
Development



Página 24
Diane Stalford/Red
Tomato



Página 25
USDA



Página 28
Nathan Greuel/
Green B.E.A.N.
Delivery



Página 29
Common Market



Página 30
Co-op Partners
Warehouse



Página 31
Appalachian
Sustainable
Development



Página 35
Local Food Hub



Página 36
Eastern Market
Corporation (EMC)



Página 37
Eastern Market
Corporation (EMC)



Página 38
Common Market

