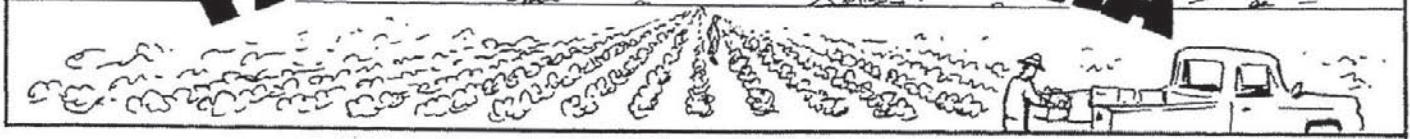


NUEVOS MERCADOS PARA SU COSECHA





ENTIENDA LAS NECESIDADES DEL COMPRADOR Y AYUDE AL COMPRADOR A ENTENDER:

- CUALES PRODUCTOS TIENE PARA LA VENTA
- CUÁNTO CUESTAN
- CUÁNDO ESTÁN DISPONIBLES Y EN QUÉ CANTIDADES

MUESTRAS GRATUITAS DE BUENA CALIDAD PUEDEN COMENZAR EL PROCESO.

SÍ, TENGO LECHUGA ROJA Y VERDE DE HOJA, PERO NO TENGO EJOTES. PUEDO CONSEGUIRLE UNA LISTA DE LO QUE CULTIVO Y LOS PRECIOS. TAMBIÉN PUEDO DEJARLES UNA MUESTRA MAÑANA AL MEDIODÍA

AL MEDIODÍA ESTOY MUY OCUPADO. TEMPRANO EN LA MAÑANA ES MUCHO MEJOR. HABRÁ MÁS TIEMPO PARA HABLAR SI TENGO PREGUNTAS.



INTENTE ESTABLECER UNA RELACIÓN AMISTOSA CON EL COMPRADOR INSTITUCIONAL, PERO RECUERDE: LOS COMPRADORES NO DEBEN SER INTERRUMPIDOS CUANDO ESTÁN OCUPADOS.

CLARO, PUEDO HACER ESO.

BUENO, NOS VEREMOS MAÑANA POR LA MAÑANA. ¿EN CASO DE QUE PASE ALGO, CÓMO PODEMOS COMUNICARNOS?



TRAIGO UN TELÉFONO CELULAR. AQUÍ TIENE MI NÚMERO....



LOS COMPRADORES DE ALIMENTOS ESTÁN MUY OCUPADOS

HÁGALO FÁCIL PARA QUE COMPREN SUS PRODUCTOS

- DÉLES UNA LISTA DE SUS PRODUCTOS Y PRECIOS CADA SEMANA
- DÍGALES CÓMO ESTAR EN CONTACTO POR EL TELÉFONO CELULAR, EL FAX, O E-MAIL.


DESCUBRE LO QUE REQUIEREN DE USTED COMO AGRICULTOR

- ¿INSTALACIONES DE LAVADO Y REFRIGERACIÓN?
- ¿TIPO DE EMPAQUE?
- ¿HORARIOS DE ENTREGA?
- ¿CANTIDAD DE PRODUCTO?
- ¿SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL?
- ¿BUENAS PRÁCTICAS AGRÍCOLAS ("GAPS")?
(ALGUNOS COMPRADORES REQUIEREN QUE SUS AGRICULTORES SIGAN "GAPS")

AQUÍ ESTÁ UNA LISTA DE PRECIOS Y UNA CAJA DE LECHUGA DE HOJA ROJA Y VERDE; Y AGREGUÉ UNAS CANASTAS DE FRESAS PARA SU FAMILIA



GRACIAS PEDRO, SI A MIS CLIENTES LES GUSTA LA LECHUGA, LE INFORMARÉ CUANTAS VOY A NECESITAR.

Los agricultores que venden por medio de un grupo de agricultores (cooperativa) o una organización no lucrativa pueden tener mejor acceso a los nuevos mercados porque estos grupos pueden proveer mayores volúmenes y variedades de producto. Véase la lista de organizaciones que ayudan a agricultores Latinos, en la página 6.

La consistencia en volumen, tiempo de entrega, y calidad son factores críticos para mantener su buena relación con los compradores de alimentos.

Los Agricultores Pueden Cooperar para Vender a las Instituciones

Un esfuerzo del mercadeo cooperativo entre agricultores puede proporcionar muchas ventajas. Tiene sentido que los agricultores trabajen juntos para proveer la diversidad y el volumen de producto que las instituciones pueden requerir.

Lentamente creciendo, un grupo cooperativo de mercadotecnia permite que los agricultores, los compradores, y los clientes de los compradores intenten algo nuevo sin demasiado riesgo. Recuerde: toma tiempo para construir estas relaciones.

Algunos estados tienen comisiones o mesas directivas de ciertos productos que han desarrollado programas de mercadeo y capacidades de procesamiento para ayudar a los agricultores vender sus productos.

Puede ser difícil organizar a los agricultores vender como grupo. Afortunadamente, hay ayuda para los agricultores que estén interesados en mercados institucionales. Véase la página 6.



Ventajas y Desventajas de la Comercialización Cooperativa de Productos con una Organización No Lucrativa

Mejor acceso a las instituciones: Varios agricultores que trabajan juntos pueden producir cantidades más grandes y más variedades de alimentos. Pueden mejorar el acceso a los mercados institucionales.

Combinar recursos: El embalaje y el grado se pueden hacer por grupo, que puede proporcionar refrigeración y el otro equipo. El seguro de responsabilidad civil puede ser más fácil de obtener a través del grupo.

Carencia del control: Los clientes pagarán a la cooperativa antes que a agricultores individuales. La organización tendrá control sobre la calidad del producto entregado a la institución.

Mercadeo a Instituciones Locales

Los hospitales, las escuelas, los centros comunitarios para adultos mayores, y las universidades pueden proveer a los agricultores un mercado local seguro. Vendiendo una fuente constante de productos de la granja a estas instituciones requiere mucho contacto cara a cara con los compradores, y también la flexibilidad, y la organización. Para tener éxito, los agricultores deben entender exactamente lo que requiere el comprador en términos de calidad, cantidad, empaquetado, seguro, la disponibilidad de temporadas, y frecuencia y tiempo de entregas.

En algunas situaciones, puede ser práctico que los agricultores cooperen en la venta de sus productos a las instituciones creando una red informal de agricultores, o formando a una cooperativa. Tenga cuidado: organizar a los agricultores es como pastorear a los gatos! Otra opción es localizar un tercer grupo—tal como una organización no lucrativa o basada en la comunidad local que trabaja en sistemas alimenticios—para ayuda en el mercadeo a instituciones locales (véase la página 6 para información sobre estas organizaciones). Algunos distribuidores privados de alimento están comenzando a comprar a agricultores locales para proveer mercados locales.

¿Cómo Funciona la Comercialización a las Instituciones?

Las instituciones típicamente compran grandes cantidades de producto a la vez, típicamente de unos cuantos distribuidores. Reciben la mayor parte de sus frutas y hortalizas frescas con entregas por lo menos una vez por semana.

Los agricultores no deberían esperar estar pagados a la entrega. Los servicios de alimentos institucionales compran alimento a precios al por mayor, y pagan por cheque después de recibir el producto. Para cada entrega que hacen, los agricultores deben dejar una factura o un conocimiento de embarque con el nom-

bre de la granja y la cantidad de productos. La institución pagará a cada vendedor con cheque en una fecha atrasada, muchas veces 30 a 90 días después de recibir la mercancía.

Los servicios de alimento institucionales prefieren recibir mercancías en las cajas etiquetadas que incluyen el nombre de la granja y el tipo de producto. Hable con el director del servicio de alimentos sobre requisitos adicionales en relación con la seguridad del alimento y especificaciones del embalaje.

Las instituciones son generalmente un mercado constante y confiable. Mientras la comunidad aprende sobre los productos de una granja a través de las instituciones locales, la demanda para los productos puede aumentar en tiendas locales de comestibles, en los mercados abiertos de agricultores, y en acciones de la agricultura apoyada por la comunidad (CSA).



Ventajas y Desventajas de Vender a las Instituciones

Consideraciones financieras:

Las cuentas institucionales pueden traer más ingresos que el mercado de agricultores. Los pagos de la mayoría de las instituciones son seguros, aunque pagan típicamente 30 al 40% menos que al por menor (es decir, los precios de mercado abierto de agricultores), y después de 30 a 60 días de recibir el producto. El seguro de responsabilidad civil de \$1 millón generalmente es un requisito.

Aviso adicional: Los compradores institucionales de alimentos requieren la buena comunicación, buena calidad del alimento, y entregas a tiempo.

El empaque especial y el grado del producto pueden ser necesarios, posiblemente requiriendo equipo adicional.

Instituciones que Pueden Comprar Alimentos de Agricultores Locales

Escuelas—Jardín de Niños al 12° Grado (K-12)

Estas escuelas sirven el almuerzo y a veces desayunos los lunes a los viernes desde Setiembre a Junio. Algunas escuelas también preparan almuerzos durante el verano y pueden estar interesadas en comprar productos locales durante esa temporada. Las escuelas representan un mercado mediano a grande. Según los proyectos establecidos de “granjas a las escuelas,” alimentos frescos de granjas locales son los alimentos preferidos entre las opciones de las comidas de los estudiantes. Frutas y hortalizas enteras, tales como uvas, zanahorias, manzanas, y peras, son fáciles para que el personal de la escuela los prepare. Las frutas u hortalizas más pequeños pueden ser particularmente apropiados para las escuelas primarias. Muchas escuelas tienen una “barra de ensaladas,” que proporciona las oportunidades de ventas para una amplia variedad de hortalizas.

¡Es muy importante minimizar el tiempo del personal de la escuela en la preparación de la comida! La comercialización a las escuelas proporciona las oportunidades educativas para los niños de visitar su granja y de hablar en la clase de donde viene el alimento.

Colegios de la Comunidad y Universidades

De todas las instituciones, los colegios comunitarios y las universidades tienden a ser más receptivo en compras de alimentos regionales y producidos sosteniblemente. Ofrecen un volumen de ventas más grande y una ganancia más provechosa que la mayoría de las escuelas primarias y secundarias. Las universidades de vez en cuando funcionan todo el año, aunque con las compras reducidas de alimento durante el verano. Los servicios de alimentos son función de la universidad o pueden ser administrados por una compañía de servicio de alimentos privado. .

Guarderías Infantiles y Centros “Head Start”

La mayoría de las comunidades tienen centros de niños y la mayoría de los padres están interesados en que sus niños coman alimentos buenos. Estos centros representan un mercado pequeño, con 5 a 25 niños cada uno. La preparación fácil de su producto es importante para este mercado. Particularmente apropiadas son las frutas o las hortalizas enteras, tales como uvas, zanahorias, manzanas, peras, fresas y moras, o grados más pequeños de la fruta o de la hortaliza.

Hospitales, Clínicas de Reposo, y Programas de Comida para Mayores

Un número creciente de hospitales y de clínicas de reposo están interesados en cumplir con su misión de promover la salud y a prevenir las enfermedades, ofreciendo opciones más sanas de alimentos a los pacientes. Algunos están mejorando la calidad nutricional de los platos que sirven en sus cafeterías, comprando productos frescos de granjas regionales.

Otros hospitales, tales como instalaciones de Kaiser Permanente en California, Oregon, y Hawaii, animan los mercados agrícolas en sus sitios porque aumenta el acceso del personal y del paciente a los alimentos sanos. Estos servicios de alimento institucionales sirven a una población constante a lo largo de todo el año, y pueden recibir cantidades grandes de alimentos frescos durante el apogeo de la temporada de crecimiento. Semejante a los colegios comunitarios, universidades y escuelas, la base de clientes no disminuye en los meses del verano.

Cárceles del Condado y Prisiones

Las cárceles y las prisiones sirven tres comidas diarias a los presos todo el año. Representan un mercado nuevo con respecto a los alimentos regionales, y el proceso de valor añadido no es un obstáculo, puesto que las prisiones utilizan los presos para preparar los alimentos. Los alimentos locales pueden mejorar las preferencias étnicas del alimento.

Organizaciones que ayudan a agricultores Latinos vender sus productos a instituciones

Todos los individuos mencionados en esta lista hablan español.

Nacional

Latino Farmers & Ranchers National Trade Association capacita y proporciona ayuda a campesinos en la transición a dueños de granjas y/o a los agricultores inmigrantes para la adquisición de tierra. También proporciona ayuda técnica para los productos de valor agregado con el establecimiento de sistemas de integración vertical de grupos agrícolas utilizando un modelo de cooperativas para el embalaje y la comercialización maximizando los beneficios para los agricultores locales. Contacto: Rudy Arredondo, 202-628-8833, latinofarmersandranchersdc@yahoo.com.

The National Center for Appropriate Technology (NCAT) tiene una línea telefónica gratuita en español que está disponible para contestar preguntas de agricultores en todo el país sobre la producción y la comercialización de productos agrícolas sostenibles y orgánicas. NCAT también puede ayudar a agricultores a localizar a grupos que pueden ayudarles a vender sus productos. Contacto: Karen Van Epen, 800-411-3222, karenv@ncat.org, www.attra.org.

California

Agriculture and Land-Based Training Association (ALBA) crea oportunidades para agricultores aspirantes y de recursos limitados, incluyendo trabajadores agrícolas y otros, para comenzar pequeños negocios agrícolas. ALBA que funciona en el área de la bahía de Monterey, es una organización sin fines de lucro que proporciona educación en aula de clase y capacitación práctica en el campo, también proporciona acceso a tierra y a equipo. “ALBA Organics” es un distribuidor autorizado de frutas y hortalizas que apoya las ventas y la capacitación en ventas de los agricultores de ALBA. ALBA Organics conecta a sus clientes con producto disponible en temporada, y ofrecen la oportunidad de apoyar a pequeños agricultores principiantes de bajo recursos. Para más información, comuníquese con Deborah Yahar, coordinadora de sistemas de alimentos al (831) 786-8768, deborah@albafarmers.org.

California Farmlink ayuda a pequeños agricultores, particularmente agricultores Latinos, encontrar tierra agrícola. También ayuda con la planificación de negocios, pequeños préstamos y financiamiento agrícola, planeamiento de sucesión (pasando la granja o finca a la siguiente generación ya sea esa persona un miembro de la familia o un pequeño agricultor fuera de la familia), y planeamiento para los impuestos. La organización tiene una cuenta de ahorros en la que iguala los ahorros en una tasa de 3:1 por dos años para el enganche de un terreno o compra de maquinaria. Para más información llame a Kendra Johnson al 530 756-8518 ext. 32, kendra@californiafarmlink.org, o a Reggie Knox al 831-425-8145, reggie@californiafarmlink.org, www.californiafarmlink.org.

Community Alliance with Family Farmers (CAFF) creyó la Colaboración de Productores de California para distribuir a escuelas, universidades, hospitales, y empresas grandes, frutas y hortalizas producidas localmente por pequeños agricultores. Actualmente, la Colaboración de Productores está funcionando en Ventura, Los Ángeles, Fresno, el valle de Sacramento, Santa Cruz/Salinas y la área de la bahía de San Francisco. Con el propósito de superar las barreras que obstaculizan las ventas de productos regionales a esas instituciones, la Colaboración espera abrir nuevos mercados para los pequeños agricultores. Contacto: Ildi Carlisle-Cummins, 831-761-8507, ildi@caff.org.

University of California Small Farm Program proporciona información de producción y de comercialización a agricultores sobrepasados por programas tradicionales de extensión. El programa se centra en granjas o fincas pequeñas familiares, sus mercados y la administración de ellos con recursos limitados. Contactos: Manuel Jimenez, (559) 685-3309, ext. 216, mjjimenez@ucdavis.edu, condado de Tulare; Richard Molinar, (559) 456-7555, rhmolinar@ucdavis.edu, condado de Fresno; Ramiro Lobo, (858) 694-3666, relobo@ucdavis.edu, condado de San Diego; Mark Gaskell, 805-934-6240, mlgaskell@ucdavis.edu, condado de Santa Bárbara.

Georgia

El Programa Incubador, proyecto para agricultores principiantes de Heifer International, asiste a las familias inmigrantes que hacen la transición de trabajadores de campo a agricultores. El Programa Incubador ayuda a grupos de inmigrantes locales, ofreciendo educación para agricultores principiantes, conecta a agricultores a mercados locales y a programas de ventas a escuelas. Acentúa producción de hortalizas de especialidad y productos de valor agregado. Actualmente, el programa trabaja con las familias campesinas en Georgia. Se han desarrollado asociaciones estratégicas que facilitan ayuda sobre información técnica, acceso a tierra y el mercadeo. Comuníquese con David Hiney, coordinador de programa, Heifer Internacional, 706-354-6001, david.hiney@heifer.org.

Maine

El New American Sustainable Agriculture Project (NASAP) fue creado en el otoño de 2002 y trabaja con agricultores aspirantes somalís y Latinos en Maine y New Hampshire. NASAP proporciona acceso a terreno para entrenamiento, en Lisboa y Scarborough. Los agricultores venden el producto en mercados abiertos y están explorando oportunidades de vender productos a las escuelas, colegios, y universidades locales. Por favor deje su nombre y número de teléfono y alguien que habla español les devolverá su llamada. Contacto: Amy Carrington: 207-772-5356, extensión 103; arc@ceimaine.org.

Massachusetts

Nuestras Raíces es una organización del pueblo que promueve desarrollo económico, humano y comunitario en Holyoke, Massachusetts por medio de proyectos de alimentos, agricultura y del medio ambiente. Contacto: Eric Toensmeier, Tierra de Oportunidades Director Agrícola, 413-535-1789, erict@nuestras-raices.org, o Hilda Colon, Directora de Desarrollo Económico, 413-535-1789, hcolon@nuestras-raices.org.

New Entry Sustainable Farming Project (NESFP) es una sociedad sin fines de lucro que asiste a inmigrantes a conseguir experiencia agrícola para ser buenos agricultores comerciales. El proyecto apoya actualmente a 50 agricultores asiáticos, africanos y Latinos en fincas en el este y centro de Massachusetts. NESFP proporciona servicios tales como localización de tierras agrícolas, educación, entrenamiento y asistencia técnica, desarrollo de negocio y empresas, y ayuda en la producción y comercialización. NESFP también apoya a la cooperativa World Peas, una cooperativa de comercialización de productores étnicos que ayuda a pequeños agricultores a vender sus productos en los mercados abiertos de la área de Boston-, en programas de agricultura apoyada por la comunidad (CSA), y ventas al por mayor. Para más información, comuníquese con Jennifer Hashley, 617-636-3793, jennifer.hashley@tufts.edu.

Michigan

Michigan Food and Farming System (MIFFS) es una organización que trabaja al nivel del estado, sin fines de lucro. Su propósito es de mejorar la economía, el medio ambiente y el bienestar social de las comunidades de Michigan con iniciativas en la agricultura sostenible. MIFFS ayuda a agricultores a vender su producto a varias instituciones por medio de asistencia técnica en la planificación de empresas, la producción, el mantenimiento de registros, el mercadeo, el desarrollo de sitios Web y ayuda personal. El sitio web de MIFFS—www.miffs.org/espanol/index.asp—está en español. Contacto: Estella Rodriguez, 269-921-5306.

Minnesota

Minnesota Food Association, una organización sin fines de lucro cuya misión es de construir un sistema alimenticio más sostenible, maneja el proyecto agrícola nuevo inmigrante, que es un recurso para los nuevos agricultores en Minnesota. Contacto: Juan Carlos Cervantes, 651-433-3676 x13.

Nebraska

Community CROPS tienen dos iniciativas: (1) la red del jardín de la comunidad y (2) el proyecto experimental de agricultores urbanos. La red del jardín de la comu-

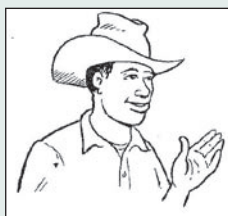
nidad proporciona pequeños terrenos para jardines en diversos lugares, así como el agua, semillas y herramientas. En las fincas del proyecto agricultores urbanos, trabaja con refugiados y agricultores inmigrantes urbanos que producen hortalizas para el mercado. Los agricultores se capacitan y se les da asistencia técnica a través de la temporada. Está desarrollando un nuevo mercado abierto de agricultores para las comunidades inmigrantes, y mantienen un programa de agricultura apoyada por la comunidad (CSA). Contacto: Ingrid Kirst, 402-474-9802, ingrid@communitycrops.org.

New México

Farm to Table ha estado involucrado en el desarrollo de mercados para los agricultores de Nuevo México con las escuelas públicas desde 1997, primero como programa experimental en las escuelas públicas de Santa Fe, luego ampliándose en los distritos escolares de Taos y de Albuquerque. Se espera que las ventas a las escuelas públicas continúen aumentando y proporcionando una oportunidad importante de mercadeo y de ventas para las granjas locales en Nuevo México. Comuníquese con Pam Royal, 505-473-1004.

New York

New Farmer Development Project (NFDP). Esta organización, parte de Greenmarket, trabaja con agricultores inmigrantes en la región de la ciudad de Nueva York por medio de



Pedro el agricultor dice

Tienes una historia interesante a contar. Utilízela para ayudarle a vender tus productos!

¿De donde viene? ¿Que hace su historia única? ¿Que es distinto de sus alimentos? ¿Es local, fresco, sabroso, orgánico? ¿Provee mejor nutrición? ¿Apoyando su granja ayuda a la economía local, o ayuda a los pequeños agricultores a preservar el espacio abierto?

La historia de su granja, familia, y productos son una herramienta en la comercialización que le interesa a los clientes.

12 clases de capacitación en cómo cultivar y trabajar con los mercados locales. Todos que trabajan en NFDLP hablan español. Contacto: Kate Granger, kgranger@greenmarket.cc.org, www.cenyc.org/site/.

Just Food conecta a agricultores de la ciudad de Nueva York, el norte del estado de Nueva York, Long Island, Connecticut, y Nueva Jersey a los mercados de NYC como los mercados de agricultores administrados por la comunidad (El Programa de Granjas Urbanas), la agricultura apoyada por la comunidad (CSA en NYC). CSA es una oportunidad para que los agricultores vendan partes de su cosecha al principio de la temporada a un grupo de la comunidad, y después entregar parte de la cosecha semanalmente a través de la temporada de cosecha. Para más información, comuníquese con Emily Gunther, emily@justfood.org o info@justfood.org, (212) 645-9880 x231, www.justfood.org.

New York Sustainable Agriculture Working Group (NYSAWG) sirve a productores y consumidores de alimentos en el estado de Nueva York aprendiendo de ambos intereses, construyendo sus capacidades para desarrollar sistemas alimenticios independientes, basados en la comunidad, y para construir mercados locales. Contacto: Hank Herrera, director administrativo, NYSAWG, 585-271-0490, hank@c-prep.org.

Farmers of the World, dirigido por un grupo de agricultores aspirantes inmigrantes, trata de consolidar la capacidad de los agricultores para proporcionar alimentos para sí mismos y la comunidad. La granja de la organización proporciona los servicios de capacitación para agricultores que planean producir miel de abeja, aves de corral en pastos, champiñones, y leche. El proyecto construye la capacidad de los participantes' a ser buenos agricultores y capacitación; aumenta el acceso a los recursos agrícolas por medio del programa "compartiendo el futuro," y trabaja para mejorar el conocimiento público sobre pequeñas granjas y poblaciones inmigrantes. Contacto: Hector Tejada, 917-306-8746, hectortejada@earthlink.net

Texas

C.A.S.A. (Communities Assuring a Sustainable Agriculture) del Llano, Inc., es una organización basada en la comunidad de Herford, Tejas, población 15.000, el 65% de quienes son hispanos. C.A.S.A. une los intereses educativos regionales y las metas de entrenamiento de otros grupos con el desarrollo de las metas de grupos Latinos de pequeños propietarios de tierra basados en la comunidad. La organización ha establecido proyectos como; producción de aves de corral en pastos, un programa de verano para jóvenes, programas de jardines comunitarios para jóvenes y asegurando un sistema local del alimentos. CASA está explorando oportunidades para que los agricultores del área vendan sus productos a escuelas locales, a universidades, y a otras instituciones. Contacto: Lydia Villanueva, 806-364-4445, casa2@amaonline.com.

Washington

El Departamento de Agricultura del estado de Washington (WSDA) tiene el Small Farm and Direct Marketing Program que trabaja para promover la agricultura a pequeña escala como una opción económicamente viable, crear vitalidad de la comunidad y para mejorar la calidad ambiental del estado de Washington. Contacto: Malaquias Flores, WSU Small Farms Program, 509-952-3346 (cell), 509-574-1600, mflores@wsu.edu.

Wisconsin

Growing Power (GP) ha trabajado en el área de Milwaukee por 15 años y en Chicago desde 2002. GP recientemente estableció la iniciativa de inmigrantes del sureste de Wisconsin (SWIFI) para trabajar con grupos de inmigrantes y refugiados, incluyendo a agricultores aspirantes Latinos. SWIFI proporciona acceso a espacio de invernadero, a tierra (una granja rural de 30 acres y tres granjas urbanas en Chicago), capacitación sobre la agricultura sostenible, y ayuda en la comercialización. Growing Power ha desarrollado la infraestructura para la producción a lo largo del año con invernaderos y técnicas de extensión de la temporada. Los agricultores podrán vender la mayoría de sus productos a través de la cooperativa agrícola Rainbow Farmer's Co-op. www.growingpower.org. Contacto: 414-527-1546.



Nuevos Mercados para Su Cosecha © 2007 NCAT

Escritor: Rex Dufour, NCAT

Ilustraciones: Robert Armstrong

Traducción al español: Martin Guarena, NCAT

Redactores: Karen Van Epen, NCAT; Kristen Markley, CFSC
SP309, Slot 308

Version 092407

http://attra.ncat.org/espanol/pdf/nuevos_mercados.pdf

Esta publicación resulta de la colaboración entre Community Food Security Coalition y National Center for Appropriate Technology. Los fondos para el proyecto fueron proporcionados por USDA/Farm Service Agency.

Para sus comentarios provechosos, muchas gracias a Andy Fisher (CFSC), Kendra Johnson (California FarmLink), Brett Melone (ALBA), y Lydia Villanueva (CASA).

Para más información, las organizaciones siguientes tienen recursos adicionales en inglés.

National Center for Appropriate Technology (NCAT)

www.attra.ncat.org, www.ncat.org.

En español: www.attra.ncat.org/espanol

Community Food Security Coalition (CFSC)

www.foodsecurity.org, www.farmtocollege.org

Center for Food & Justice, Occidental College

www.farmtoschool.org

Muchas gracias por el contenido informativo a Washington State University y Farm-to-Cafeteria Connections

<http://agr.wa.gov/Marketing/SmallFarm/102-FarmToCafeteriaConnections-Web.pdf>