



## Simposio Internacional SIPAM y Agricultura Familiar 2022

### A. Antecedentes

Como actividad para implementar el proyecto financiado por el proyecto japonés “*Apoyar a través del Programa SIPAM las actividades internacionales para la agricultura familiar sostenible (GCP/GLO/283/JPN)*”, se organizará un Simposio internacional sobre SIPAM y Agricultura familiar en 2022, en Japón, para aprender de las experiencias de los agricultores familiares en los SIPAM relacionadas con temas específicos.

El anterior simposio, realizado virtualmente en octubre de 2021, confirmó que el enfoque SIPAM podría proporcionar insumos valiosos para la realización del Pilar 7 del Plan de Acción Global de la Década de la Agricultura Familiar de la ONU. Esto es posible para el SIPAM al garantizar la seguridad alimentaria y la sostenibilidad de la producción agroecológica de los agricultores familiares y al promover el paisaje, la gestión y transferencia de conocimientos tradicionales, culturas y valores sociales arraigados en las áreas agrícolas.

El Simposio de este año se organizará con un estilo híbrido y se centrará en actividades más concretas de los agricultores familiares en los SIPAM para la comercialización de sus productos agrícolas a través de diversos métodos y enfoques. Por ejemplo, sistemas de etiquetado o certificación, exploración de nuevas cadenas de suministro, nueva demanda, nicho de mercado, etc. También se discutirá sobre sus impactos, así como los retos y desafíos que enfrentan los pequeños agricultores familiares para iniciar y lograr resultados exitosos de tales actividades de promoción del mercado.

En las actividades de conservación dinámica relacionadas con el SIPAM, es muy importante mejorar las condiciones económicas de los agricultores y activar a las comunidades rurales para implementar una buena gestión del sistema. Hay varios SIPAM que han estado implementando activamente sistemas de etiquetado o certificación para transmitir los valores incorporados en sus sistemas SIPAM a los consumidores y aumentar las ventas de los productos. Algunos otros SIPAM han estado trabajando para explorar nuevas cadenas de suministro de tal manera de promover la compra de los productos cosechados en el sitio de producción cerca del área urbana o para establecer un mercado de agricultores, o una nueva demanda o nicho de mercado.

El Simposio invitará a expertos y representantes de los SIPAM en Japón y en otros países a compartir sus experiencias de estas actividades de promoción del mercado y buscar los factores y condiciones clave para lograr el éxito.

La información presentada sobre las actividades de promoción del mercado en los SIPAM nominados y los resultados de la discusión en la reunión se resumirán para hacer un informe. Este informe se desarrollará aún más para formar un material que recopile muchos estudios de casos sobre cómo los pequeños agricultores familiares pueden llevar a cabo la promoción de mercado de los productos de los sitios SIPAM.

### B. Fechas e información logística

- Fechas: 28, 29 y 30 de noviembre
- Lugar: ODAIBA Hilton Hotel, 3F Sunrise Terrace; Tokyo, Japón
- Detalles de la reunión: híbrido, abierto a todo el público interesado
  - Expositores y expertos de los SIPAMs en Japón: participación física
  - Expositores extranjeros de los SIPAM y otros participantes: participación virtual



- La reunión será transmitida por web

## C. Participantes

### Presentadores (referirse a la sección E.)

- Expertos y representantes de los sitios SIPAM
- Expertos en mercadeo/etiquetado de productos agrícolas
- Secretaría FAO-SIPAM

### Audiencia

- Partes interesadas de los sitios SIPAM
- Expertos SIPAM
- Comunidad agrícola y agricultores
- Aquellos involucrados en la Década de las Naciones Unidas para la Agricultura Familiar
- Funcionarios gubernamentales y formuladores de políticas
- Investigadores
- ONG
- Oficiales de la FAO y otras agencias de la ONU

## D. Objetivos:

1. Comprender bien los efectos de las actividades de promoción del mercado, como el etiquetado, la certificación, la marca, el desarrollo de una nueva cadena de suministro, una nueva demanda y un nicho de mercado en la mejora de las condiciones económicas de los pequeños agricultores familiares en los sitios SIPAM;
2. Buscar factores y condiciones efectivos para desarrollar y operar tales actividades de promoción de mercado para pequeños agricultores familiares.

**E. Idioma:** inglés, español, francés y japonés

## F. Presentadores

- (i) Expertos y/o representantes de SIPAM en Japón
  - Isla de Sado (etiquetado ecológico)
  - Sitio de producción de té de Sizuoka (Certificación)
  - Sitio Osaki-koudo (Certificación)
  - Sitio de Nishi-Awa (Etiquetado/certificación y exploración de nueva demanda)
- (ii) Expertos y/o representantes de SIPAM extranjeros
  - Sistema de Aohan (China): Establecimiento de nueva cadena de valor
  - Sistema de riego de Valencia (España): Promoción de productos de producción local como agricultura urbana
  - Isla de Chiloé (Chile): Etiquetado de SIPAM
  - Barroso (Portugal); Promoción de productos de producción local.
  - Sistema de producción de argán (Marruecos): desarrollo de la cadena de suministro de productos de argán
- (iii) Expertos en mercadeo, desarrollo de la cadena de suministro de alimentos y productos agrícolas

## Programa y horarios

### Día 1: 28 de noviembre (lunes)

<b>9:30-10:00</b> Hora estándar de Japón (JST)	<b>Ceremonia de bienvenida</b> <b>Moderator: Yoshihide Endo</b>	
9:30 - 9:40	Introducción al simposio.	<b>Sr. Yoshihide Endo</b> GIAHS Coordinator, FAO
9:40 - 9:45	Palabras de bienvenida	<b>Sr. Eiji Tanimura</b> Director General Adjunto, Oficina de Exportaciones y Asuntos Internacionales, Ministerio japonés de Agricultura, Pesca y Forestería, MAFF
9:45 - 9:50	Palabras de inauguración	<b>Sra. Eriko Hibi,</b> Directora, Oficina de la FAO en Japón
<b>10:00 – 17:30</b>	<b>Sesión 1: Moderador Yoshihide Endo</b>	
10:00 - 11:00 45 min. Presentación 15 min. Debate	Explicación sobre las iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en el sitio SIPAM: Tipo I (etiquetado, certificación, marca, entre otros)	<u>SIPAM de OHSAKI (Japón)</u> <b>Sr. Reiji FUNAHASHI</b> Jefe, NPO: Fuyumizi Tambo
11:00-11:30	Receso	
11:30-12:30 45 min. Presentación 15 min. Debate	Explicación sobre las iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en el sitio SIPAM: Tipo I (etiquetado, certificación, marca, entre otros)	<u>SIPAM de la Isla de Sado (Japón)</u> <b>Sra. Mako IKARASHI</b> Jefe de Promoción de Toki y Satoyama, División de Política Agrícola, Ciudad de Sado
12:30 -14:00	Almuerzo	
14:00-14:30	<b>Evento paralelo*</b> : Informe de los expertos de la promoción del mercado en los sitios SIPAM	SIPAM (por definir) (Un/a agricultor/a o un operador de negocios)
14:30-15:30 45 min. Presentación 15 min. Debate	Explicación sobre las iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en el sitio SIPAM: Tipo I (etiquetado, certificación, marca, etc.)	<u>SIPAM de producción de té de SHIZUOKA (Japón)</u> <b>Sr. Yasutoshi SADA</b> Jefe Técnico, División de Promoción del Té, Gobierno de la Prefectura de Shizuoka
15:30-16:00	Receso	
16:00-16:30 30 min. Presentación	Explicación sobre las iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en el sitio SIPAM: Tipo I (etiquetado, certificación, marca, etc.)	<u>SIPAM de Nishi-Awa (Japón)</u> <b>Ms Yasuyo Toyonaga</b> Director Adjunto, Unidad de Apoyo a la Agricultura, Departamento de Agricultura Gobierno de la Prefectura de Tokushima
16:30 –17:30 (SPT: 7:30-8:30) 30min. Presentación 30 min. Debate	Explicación sobre las iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en el sitio SIPAM: Tipo I (etiquetado, certificación, marca, etc.)	<u>SIPAM de Barroso, Portugal</u> <b>Sra. Susan Luzio</b> ADRAT (Associação de Desenvolvimento da Região do Alto Tâmega)

\* Sin traducción.

## Puntos clave esperados para la presentación de tipo I

**Método de Promoción de Mercado Tipo I:** Promoción de mercado de productos agrícolas de sitios SIPAM mediante sistema de etiquetado, sistema de certificación, estrategia de marca, etc.

- Explique el esquema completo del sistema introducido como estrategia de promoción del mercado (por ejemplo, ¿etiquetado, certificación, marca?)
- ¿Qué tipos de productos agrícolas y alimentos procesados son el objetivo de los sistemas de etiquetado/certificación?
- ¿Cuál es el propósito/concepto básico del sistema de etiquetado o certificación? ¿Es simplemente para informar o certificar que los productos se producen en sitios SIPAM, o además, para demostrar cualquier garantía de calidad o para informar los antecedentes o características del proceso de producción (p. ej., en cumplimiento de las buenas prácticas agrícolas para el mantenimiento de la biodiversidad /paisajes, larga historia de producción o cualquier otra característica única)
- ¿Cuáles son los criterios y procesos/procedimientos para otorgar permiso para el etiquetado o certificación SIPAM?
- ¿Qué instituto gestiona el sistema de etiquetado/certificación, incluidos los permisos y el seguimiento?
- ¿Cómo son los impactos del etiquetado/certificación en términos de mejora de la visibilidad de los productos y cualquier impacto económico, como el aumento de las ventas o el aumento de los precios?
- ¿Existe algún tipo específico de mercado en el que se venden los productos agrícolas etiquetados?
- ¿Cuáles son las condiciones necesarias para que los pequeños agricultores participen plenamente en el sistema y compartan bien los beneficios económicos derivados de los sistemas de etiquetado o certificación en el sitio SIPAM?

### Día 2: 29 de noviembre (martes)

9:00 – 12:00		
<b>Sesión 1 (cont.): Moderador Yoshihide Endo</b>		
9:00 - 10:00 (en vivo desde Chile: 21:00-22:00) 40 min. Presentación 20 min. Debate	Iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en sitios SIPAM: Tipo I (etiquetado, certificación, branding, etc.)	<u>SIPAM de Chiloé (Chile)</u> <b>Sra. Teresa Agüero</b> Ministerio de Agricultura, Chile
10:00-10:20 Receso		
10:20-12:00	<b>Resumen de la discusión sobre la sesión 1</b> <u>Punto de discusión 1</u> Cómo desarrollar un etiquetado, una certificación y una marca efectivos de los productos SIPAM que puedan transmitir bien los valores de los sitios SIPAM a los consumidores y promover sus ventas. <u>Punto de discusión 2</u> Cómo involucrar a los pequeños agricultores familiares de manera efectiva y exitosa en las iniciativas anteriores. ¿Problemas y desafíos que enfrentan y alguna solución?	1. Todos los presentadores de los SIPAM 2. Otros SIPAM que participan
12:00 -13:30 Almuerzo		
13:30-14:00 30 min. debate	<b>Evento Paralelo</b> : Informe de los profesionales de la promoción del mercado en los sitios SIPAM.	SIPAM por definir (agricultores u operadores comerciales)
14:00-14:30	<b>Evento paralelo</b> : Informe de los profesionales	SIPAM por definir

30 minutes talk	de la promoción del mercado en los sitios SIPAM.	(agricultores u operadores comerciales)
14:30 – 17:30	<b>Sesión 2: Moderadora Sra. Clelia Maria Puzzo FAO</b>	
14:30-15:30 (CET: 6:30-7:30) 40 min. Presentación 20 min. Debate (en caso de video mensaje, sin debate)	Iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en sitios SIPAM: Tipo II (desarrollo de nueva cadena de suministro, nueva demanda, nicho de mercado, etc.)	SIPAM de Marruecos (por confirmar)
15:30-16:00	Receso	
16:00-17:30 (CET: 8:00-9:30) 70 min. Presentación 20 min. Debate	Iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en sitios SIPAM: Tipo II (desarrollo de nueva cadena de suministro, nueva demanda, nicho de mercado, etc.)	<u>SIPAM de Valencia (España)</u> • <b>Profesor José-María García-Alvarez-Coque</b> , Departamento de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad de Valencia y actores locales • <b>Sra. Amparo Marti</b> Concejal del Ayuntamiento de Meliana, València • <b>Sra. Natalia Castellanos</b> Agente rural y dinamizador en l'Horta

\* Sin traducción.

**Los puntos esperados para la presentación del Método de Promoción de Mercado Tipo II: Promoción de mercado de productos agrícolas de sitios SIPAM mediante el desarrollo de una nueva cadena de suministro, nueva demanda, colaboración de nicho de mercado con usuarios específicos con fines de comercialización, etc.**

- a) Explique en detalle qué tipo de actividad de promoción del mercado se lleva a cabo en su sitio SIPAM.
  - Desarrollo de nueva cadena de suministro y nuevo mercado, incluido un canal de entrega específico o comercio electrónico, etc.
  - Desarrollo de nuevo tipo de demanda
  - Promoción de productos de producción local en ferias comerciales.
  - Campaña de promoción de los productos del sitio SIPAM en medios, redes sociales
  - Desarrollo de nuevos usuarios o red de seguidores de los productos del sitio SIPAM
  - Otras iniciativas
  
- b) ¿Cómo son los impactos de estas actividades de promoción del mercado en términos de la mejora de la visibilidad de los productos y los impactos económicos tales como el aumento de las ventas o el aumento de los precios y el aumento de la producción agrícola?
  
- c) ¿Cuáles son las condiciones necesarias para que los pequeños agricultores participen plenamente en el sistema y compartan bien los beneficios económicos derivados de estas actividades de promoción del mercado en el sitio SIPAM?

**Día 3: 30 de noviembre (miércoles)**

9:30–17:00 <b>Sesión 2 (cont.): Moderadora Sra. Clelia Maria Puzzo FAO</b>		
9:30-10:10 40 min. (Presentación grabada)	pre-	Los impactos de los esquemas efectivos de etiquetado de productos agrícolas y los problemas y desafíos que enfrentan los agricultores
10:10-11:00 40 min. Presentación 10 min. Debate	min.	Iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en sitios SIPAM: Tipo II (cadena de suministro, nueva demanda, nicho de mercado, etc.)
Receso		
11:30-12:30 (CST: 10:30-11:30) 40 min. Presentación. 20 min. Debate		Iniciativas de promoción de mercado de productos agrícolas en sitios SIPAM: Tipo II (cadena de suministro, nueva demanda, nicho de mercado, etc.)
Receso		
Almuerzo		
14:00-15:00 50 min. Presentación 10 min. Debate		Cómo promover la comercialización, el etiquetado, el desarrollo de la cadena de suministro y los problemas y desafíos que enfrentan los pequeños agricultores familiares
Receso		
15:30-17:00		<p><b>Resumen de la discusión</b></p> <p><u>Punto de discusión 1</u> ¿Cómo desarrollar una nueva cadena de suministro, una nueva demanda, un nicho de mercado que pueda contribuir a la promoción de ventas de productos agrícolas SIPAM?</p> <p><u>Punto de discusión 2</u> Cómo involucrar a los pequeños agricultores familiares de manera efectiva y exitosa en las iniciativas anteriores. ¿Problemas y desafíos que enfrentan y alguna solución?</p>
<p>a) Todos los presentadores de los sitios SIPAM</p> <p>b) Otros sitios SIPAM</p> <p>c) Cualquier comunidad rural que tenga experiencias similares</p>		