



FOOD HUBS Y LA RED DE FOOD HUBS EN MICHIGAN

Información importante para agricultores
español-hablantes y propietarios de empresas
alimentarias



MSU CENTER *for* REGIONAL FOOD SYSTEMS

DEFINICIÓN DE UN FOOD HUB REGIONAL

Definición de un food hub regional (definición actual del USDA):

- Un food hub regional es un negocio u organización que maneja la agregación, distribución, y el marketing de productos que son de origen-conocida principalmente de productores locales o regionales para fortalecer su capacidad de satisfacer demanda por mayor, por menor, e institucional.

*USDA (E.E.U.U. Departamento de Agricultura) Food Hub Regional Guía de Recursos

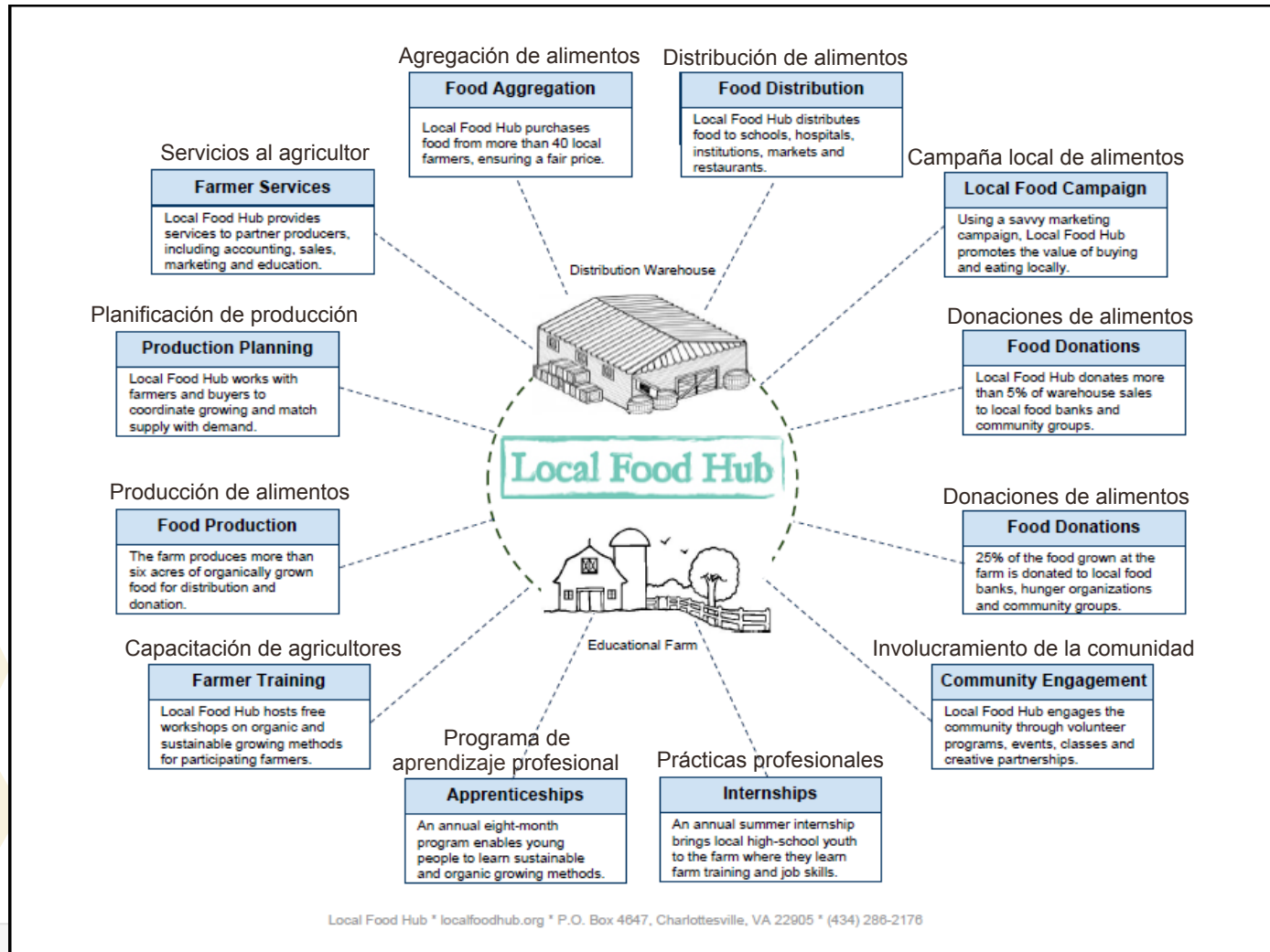


CLARIFICANDO EL CONCEPTO DE UN FOOD HUB

Características definitorias del un food hub regional:

- Coordinando la agregación, distribución, y marketing de productos alimentarios al nivel local o regional de múltiple productores a múltiple mercados, con la prioridad yendo a pequeños y medianos productores.
- Utilizando una o más estrategias de diferencial al producto para asegurar que productores pueden obtener un buen precio por sus productos.
- Un impacto económico, social, y ambiental positivo dentro de la comunidad respectiva; trabajando con los socios de cadena de valor para lograr metas financieras y sociales comunes.

MODELO DE UN FOOD HUB REGIONAL: UN FOOD HUB LOCAL EN VIRGINIA



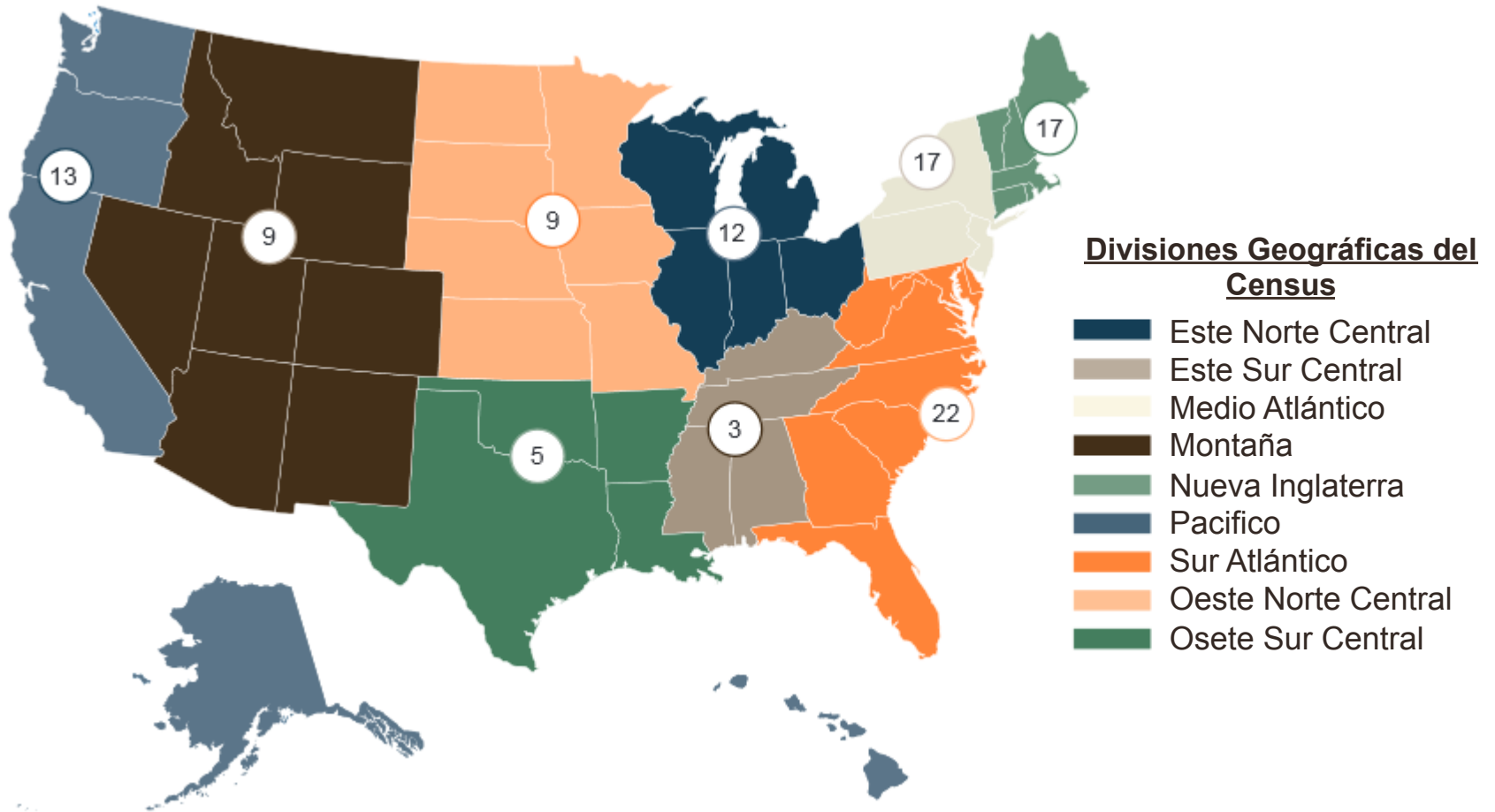
RESUMEN DE ESTUDIO DE FOOD HUBS

Quienes fueron encuestados:

- Food hubs fueron reclutados para tomar esta encuesta de la lista de food hubs en “NGFN’s Food Hub Collaboration” (total de 222 food hubs en los principios de 2013).
- 125 food hubs de los 48 estados del sur respondieron a la encuesta, 107 de las respuestas fueron usadas.

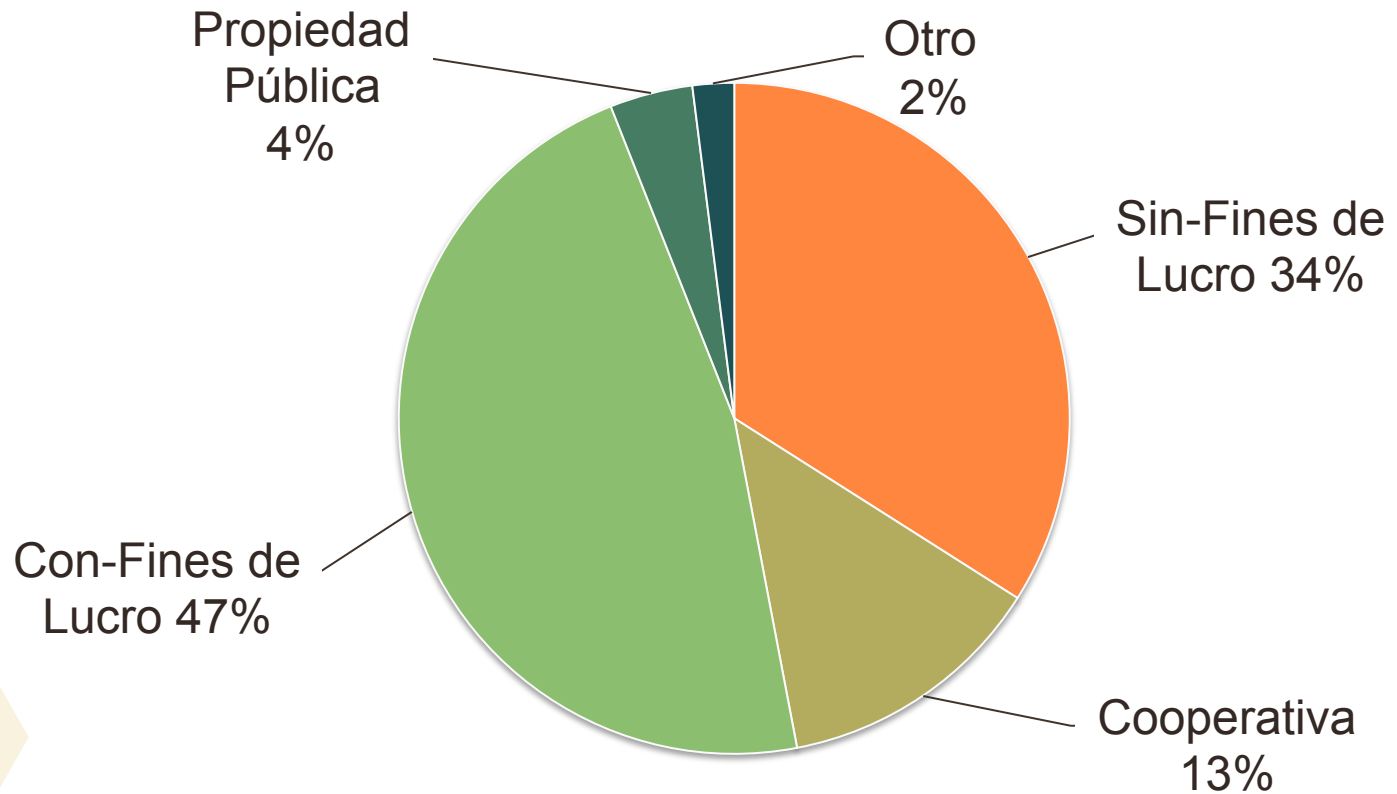
SOBRE LOS RESPONDIENTES

Distribución geográfica:



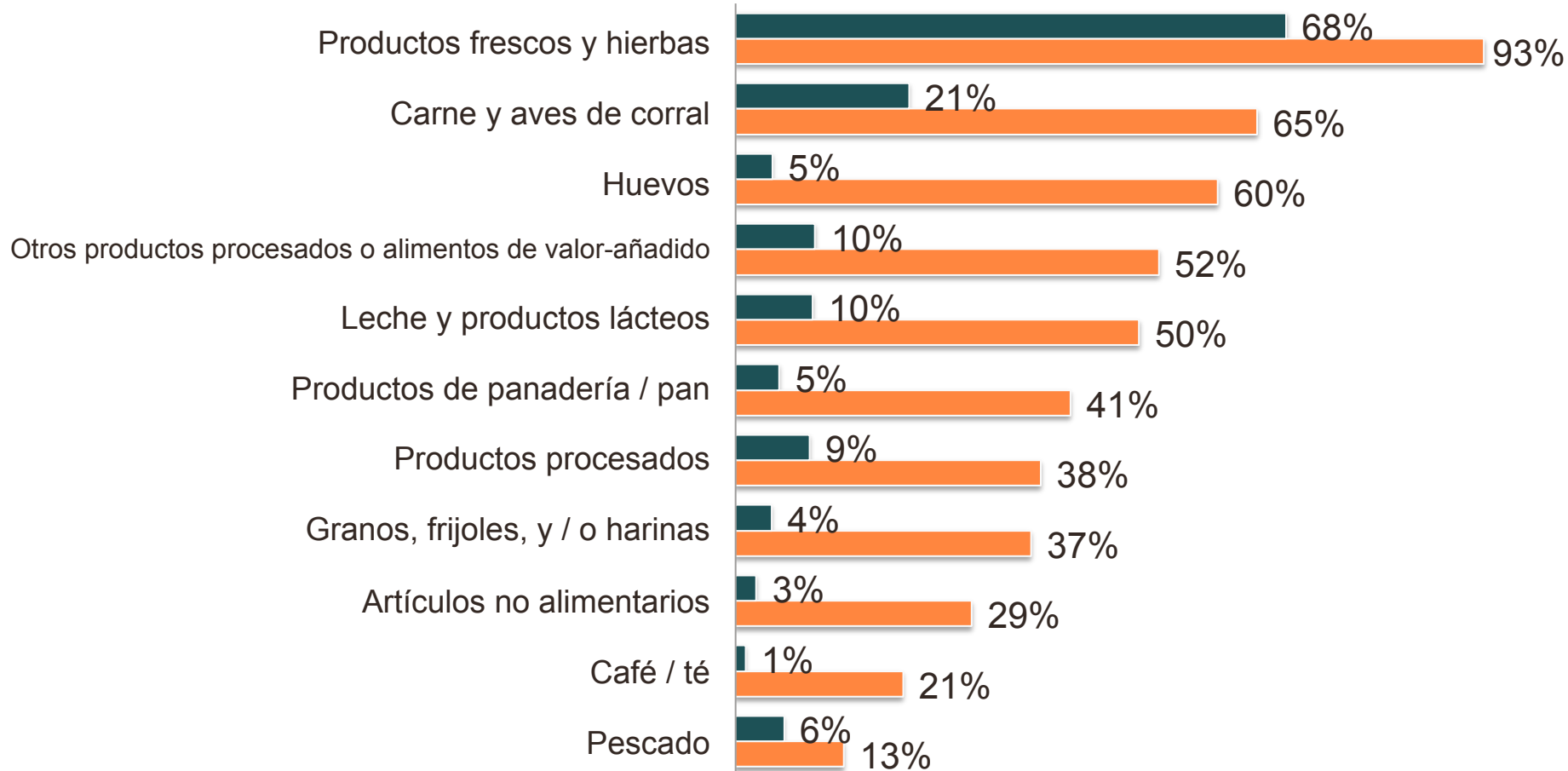
SOBRE LOS RESPONDIENTES

Estructura Operativa (N=107)



SOBRE LOS RESPONDIENTES

Tipo de productos vendidos (N=81)



■ Medio porcentaje de total ventas brutas

■ Porcentaje de food hubs que tienen estos productos

RESULTADOS: LAS FINANZAS DE FOOD HUBS

Ingresos (*N*=104)

	Revenue
Media	\$3,284,632
Mediana	\$450,000
Rango	\$1,500 a \$75 millón

Los ingresos significativamente correlacionaron con años en operación - food hubs viejos tienen la tendencia de tener ingresos más grandes que nuevos food hubs.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Food hubs son negocios financieramente viable:

- Food hubs con diferente años de servicio y estructuras operacionales (incluyendo organizaciones sin fines de lucro) se observaron generar un flujo positivo de ingresos.
- Casi todos los food hubs creen que la demanda por sus productos y servicios esta creciendo.

Pero retos todavía existen:

- Food hubs enfrentaron barreras que les impedían cumplir con esta demanda.
- Gestionando crecimiento
- Equilibrando la oferta y la demanda

LA RED DE FOOD HUBS EN MICHIGAN – LA ESTRUCTURA

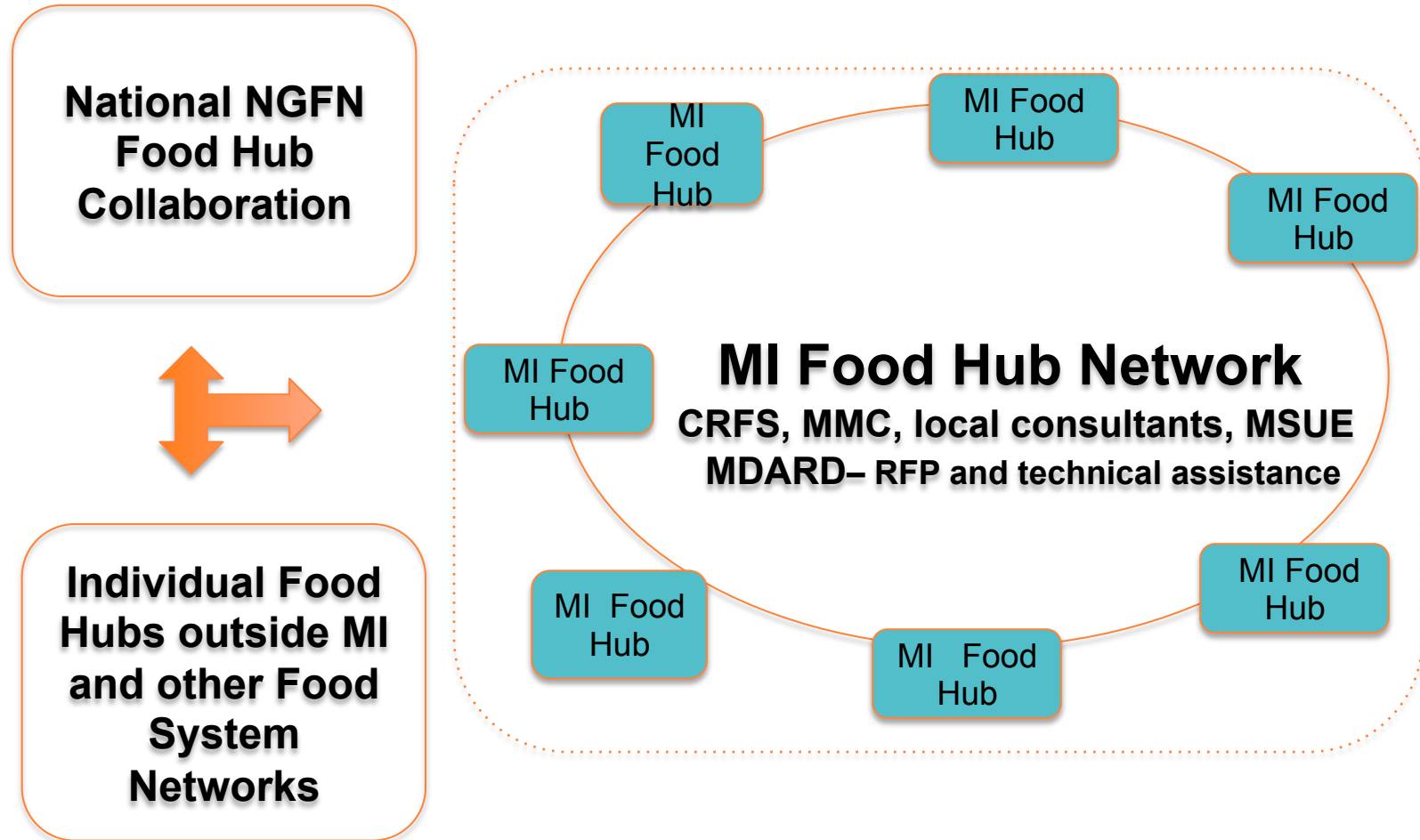
- Co-coordinadores: Rich Pirog, MSU Centro de Sistemas Regionales de Alimentos y Marty Gerencer, Morse Marketing Conexiones LLC
- 6 facilitadores de food hubs locales
- Listserv y recurrentes webinars
- Reuniones al nivel del estado trimestrales
- <http://foodsystems.msu.edu/activities/food-hub-network>
- MDARD y MSU socios de Extensión
- Financiamiento – Fundaciones Kresge y Kellogg

LA RED DE FOOD HUBS EN MICHIGAN

Meta común:

- El crecimiento de food hubs para aumentar la cantidad de alimentos producidos al nivel local y regional a mercados y comunidades regionales en Michigan
- Fortalecimiento de capacidad al agricultor y crecimiento regional a la cadena de suministro para acelerar los sistemas regionales de alimentación y economías de todo el país.
- Suministro de alimentos saludables a los mercados desatendidos
- Reuniones en todo el estado, conferencias web, LISTSERV, asistencia técnica

LA RED DE FOOD HUBS EN MÍCHIGAN – LA ESTRUCTURA



Benefits – MI Food Hub Network

- Ofrece apoyo coordinado, asistencia técnica y financiera, y investigación y desarrollo.
- Ofrece oportunidades para que los agricultores de Michigan puedan acceder mercados nuevos.
- Aumenta la cooperación de negocio a negocio
- Trae atención a los varios retos que mantienen los pequeños productores competitivos en los mercados más grandes
- Aprovecha las inversiones estatales con inversión privada y federal (becas, préstamos)

PARA MÁS INFORMACIÓN

Co-Líderes de la Red:

- Rich Pirog – MSU Centro de Sistemas Regionales de Alimentos (rspirog@msu.edu)
- Marty Gerencer – Morse Marketing Connections, LLC (marty@morseconnections.com)

Adicional Información de Contacto:

- Noel Bielacyzc – MSU Centro de Sistemas Regionales de Alimentos
- Chad Gerencer – Morse Marketing Connections, LLC (chad@morseconnections.com)