LA CANASTA

EXPERIENCIA EN EL MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS
FUNDACIÓN RED AGROECOLÓGICA LA CANASTA

JULIO 2015

LA CANASTA se fundó en el año 2012, después de una experiencia de compra directa a productores campesinos que se hizo en conjunto con un grupo de amigos entre el 2009 y 2011.

Se buscaba desde el inicio trabajar de acuerdo con 3 principios de trabajo y consolidar redes entre el campo y la ciudad… acercar al consumidor al origen de su comida y al productor a quienes consumen sus productos.

Agroecología

Para garantizar una producción sin agroquímicos de síntesis, en armonía con la naturaleza…protegiendo ecosistemas y fuentes de agua y la salud de quienes consumen los productos de la Red…

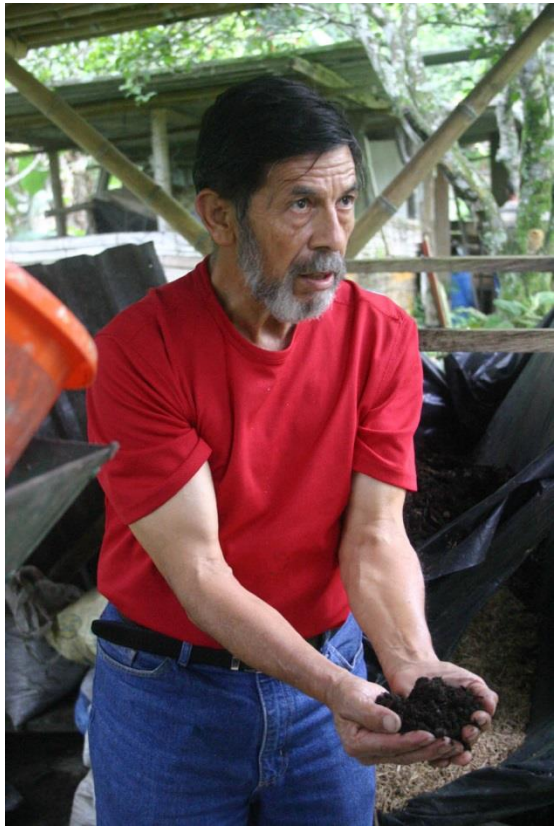
La salud del suelo y la diversidad en la producción son los pilares de trabajo en las fincas.

La Canasta trabaja en tres ejes: Economía solidaria, Agroecología y Consumo Responsable

Economía solidaria

¿Por qué?

Porque así le garantizamos a Don Jorge pagar un precio justo, cubrir su tiempo de trabajo y darle otro lugar en la cadena de comercialización.



El consumo responsable

Pues invitamos a quienes quieran unirse a la Red a consumir con responsabilidad, pensando en los impactos de nuestras decisiones.

Buscamos un modelo en el que se superen los problemas que implica para los campesinos la venta a intermediarios, la falta de vías de acceso a centros urbanos y los bajos precios de productos agrícolas.

Sabemos que en la ciudad hay personas interesadas en productos orgánicos, pero además, en involucrarse en procesos de comercio justo.

La Canasta es un puente entre consumidores y productores y logra materializar este vínculo a través de la venta de productos frescos y agroecológicos semanalmente en Bogotá.

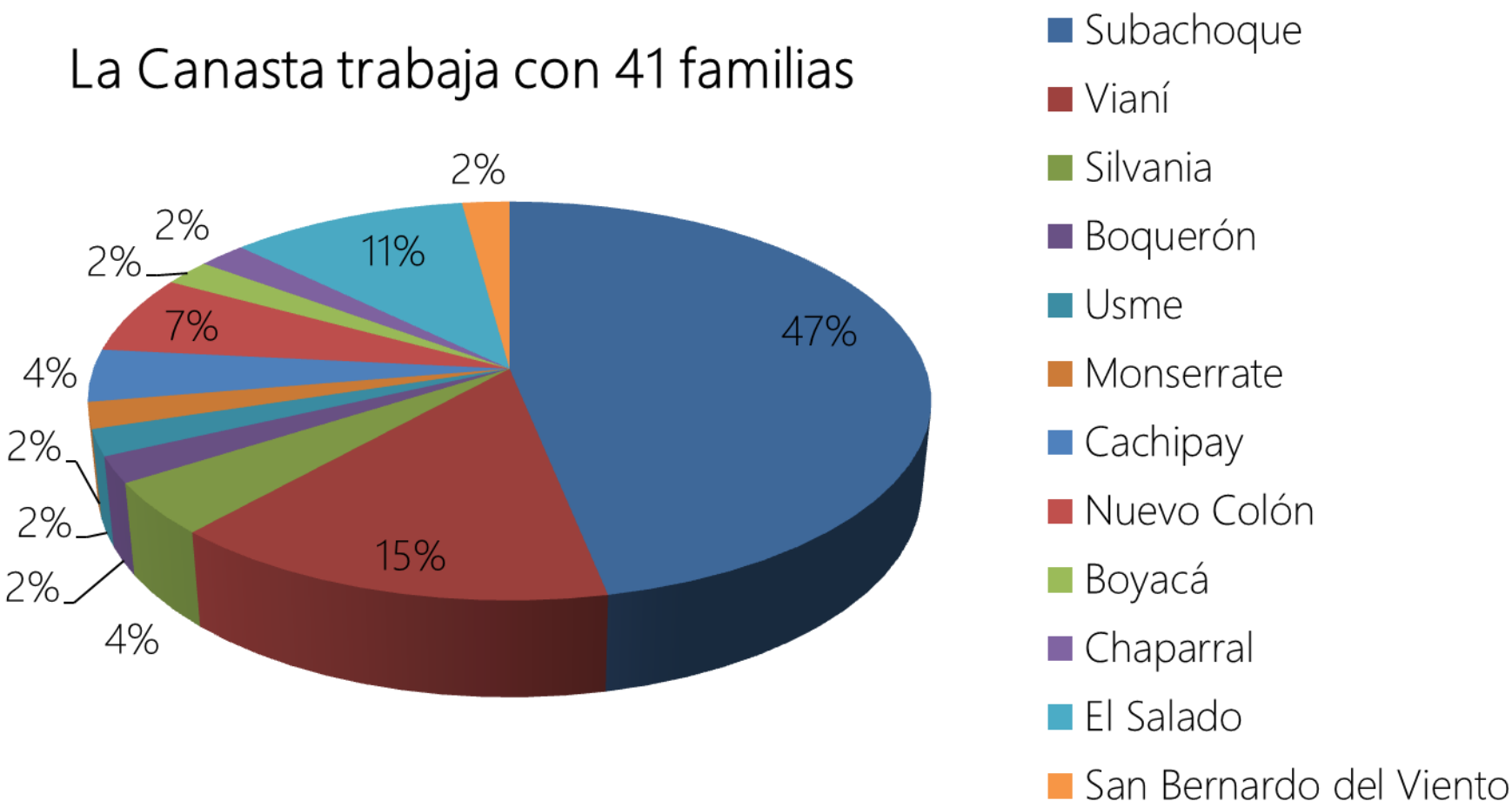
El consumidor hace su pedido a través de la web www.la-canasta.org

Los productores trabajan sus cultivos orgánicos y al final de la semana entregan la oferta de productos para La Canasta

El equipo de La Canasta cruza la información de pedidos y oferta y define la composición de las canastas del siguiente miércoles.

El martes los productos llegan a Bogotá desde 7 municipios y se arman las canastas

El miércoles se distribuyen a domicilio en Bogotá


La Canasta trabaja con 41 familias
47%
15%
4%
2%
2%
2%
4%
7%
2%
2%
11%
2%
Subachoque
Vianí
Silvania
Boquerón
Usme
Monserrate
Cachipay
Nuevo Colón
Boyacá
Chaparral
El Salado
San Bernardo del Viento

Aprendizajes

- No hay suficiente información sobre lo que implica la producción orgánica
- Cada vez más personas buscan alimentos orgánicos, pero sigue siendo un nicho
- Hay más productores interesados en vincularse al proceso que consumidores
- Se requiere unión de esfuerzos para dar a conocer las ventajas de la comida orgánica, más allá de los beneficios de belleza y salud
- La comida orgánica puede implicar cambios en muchos niveles y es importante que los consumidores sean conscientes de ello.

Karen Langton
Sabina Rasmussen
Daniel Jiménez

www.la-canasta.org

pedidos@la-canasta.org
info@la-canasta.org