

## ESTRATEGIAS EXTENSIONISTAS PARA LA VALORIZACION DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS DE LA AGROINDUSTRIA FAMILIAR

La valorización de lo que se produce por la búsqueda de la autosuficiencia de las comunidades rurales incentiva la realización de acciones que permitan alternativas para ofrecer productos alimenticios artesanales más atractivos, valorizando el agricultor y las culturas regionales. Sabemos que la tecnología tiene un papel importante en la determinación de los resultados financieros de la agroindustria familiar, sin embargo, la poca integración de la actividad productiva en el mercado ha limitado el aumento de la comercialización de los productos elaborados artesanalmente. Sin embargo, los escenarios favorables para nichos de mercado diferenciados, como los alimentos más saludables, productos con valor cultural agregado y sustentable, son formas innovadoras de mejorar la actividad productiva de la agroindustria familiar. En este contexto, los objetivos de esta acción fueron identificar los productos desarrollados y comercializados por los agricultores y proponer las etiquetas de los productos que pueden dar lugar a productos con mejor aceptación e ingreso a los mercados. La acción extensionista se llevó a cabo con agricultores de los asentamientos de Lagoa Grande y Amparo del municipio de Dourados, Mato Grosso do Sul, Brasil. Inicialmente se distribuyó un cuestionario con preguntas sobre tres temas o indicadores (productos elaborados, comercialización y análisis de los costos), con el fin de facilitar el análisis del emprendimiento familiar en la región estudiada. Después de analizar los cuestionarios, como una de las alternativas identificadas como dificultades en la comercialización de los productos, han sido desarrolladas etiquetas para los productos conteniendo las siguientes informaciones: lista de ingredientes, origen (fabricante del producto y lugar de fabricación), fecha de vencimiento y la información nutricional obligatoria. El análisis de las respuestas indicaron que la producción principal de las familias son los alimentos, especialmente dulces como cocadas, chancaca, dulce de leche, y otros con nombres regionales, así como "pé-de-moleque", comercializados en pequeñas porciones. También se venden panes, pasteles, galletas, mantequilla, verduras en conserva como pepinos y zanahorias. Frutas en almíbar (manzanas, naranjas, higos, papaya y pequi, fruto típico de la sabana), dulces y licores. Las etiquetas de los productos se presentaron a los agricultores, así como sugerencias en su presentación en relación al envase, a fin de presentar al consumidor un producto más atractivo, diferenciándose de los productos industrializados y aumentar su comercialización.