

VI FORO POR UN MUNDO RURAL VIVO

RED:

MERCADOS LOCALES

COORDINA: Alberto, coordinador del Espacio por un Comercio Justo
3 entidades en torno la soberanía alimentaria. www.espaciocomerciojusto.org

4 de octubre de 2008, 12:00 – 14:15

Esquema de la sesión:

- 1º Presentaciones de experiencias de comercio alternativo
- 2º Propuesta de acción para desarrollar mercados locales
- 3º Debate.

Presentaciones:

1- Eva, red Andaluza de sistema participativo de garantía (SPG)

Sistema de certificación bio, reglamento. Certifica procesos productivos, no personas.

Consecuencias negativas para el agricultor:

- demasiada burocracia
- gente inexperta que valora la calidad
- coste añadido del producto para entrar en el mercado
- estrategias de empresas privadas
- se paga por cada producto, así que se reduce la biodiversidad

Sistemas participativos de garantía, alternativa para generar credibilidad, participación real y efectiva de todas las personas, transparencia, proceso educativo entre todos los participantes.

Agricultores y consumidores que visitan las fincas, porque son quienes saben y pueden evaluar las prácticas. El consumidor aporta la visión global externa, para que no haya “tongo”.

Crean tejido social, generan confianza.

Sistema definido con los agricultores, participando desde el principio.

Aunando consumo y producción.

- generar confianza, calidad: los vecinos vigilan a los vecinos y saben cómo trabaja cada uno.
- Respeto a la palabra
- Intercambios
- Visitas mínimas por ley

- Análisis en laboratorio que se hacen al azar

Paralelo: intercambio de semillas, cursos de formación....

Cómo funciona:

Asociación, se constituye asamblea, dividida en comisiones independientes. Un año de prueba al entrar en el grupo.

Todas las normas, las visitas establecidas y las penalizaciones por infracciones han sido consensuadas por todos los participantes en el proyecto, entre productores y consumidores de tres países diferentes.

-Isa, Vitoria, ¿como llega el producto a los consumidores?

- respuesta: Eso no está estipulado, pero se generan iniciativas de cooperativas o grupos de consumo entre las reuniones, resultados

-Andrés: ¿cuanta gente participa en el proceso? ¿se necesita otro sello para la exportación? ¿alguna alternativa a los sellos públicos?

- respuesta Hay grupos que no tienen consumidores dentro del grupo, ¿qué consumidor vale? Debate interno: la salida más lógica es el mercado local. Se intenta diversificar la producción, hay que exportar porque en la misma zona todos tienen aceite alrededor. SPG hay en cada vez más países, Latinoamérica, por Internet. 25 participantes, ninguno agricultor a título principal. 37 en la sierra de Segura, que se han constituido para vender a comedores. 16 en Castril, 15 Alpujarra....

-Daniel, de la Universidad Paulo Freire: ¿cuál es el papel de la junta de Andalucía, conflictos?

No hay posición oficial. "Hay que archivarlo",

-Respecto a la regulación: certificación mixta de la junta. Hay que cumplir las ISO de calidad, así que los certificados de garantía nunca pueden entrar. Propuesta que las entidades públicas sean las que paguen.

- intervención ¿cuál es el papel de los consumidores y qué relación tienen con los productores?

- respuesta: hay varios perfiles

Consumidores como grupo de apoyo al agricultor. Comprometidos por el desarrollo rural.

2- Román, de la cooperativa trigaza. Espacio colectivo de economía rural.

Objetivo de apertura a la gente, actividades, organización colectiva

Comercialización de pan y repostería, catering, ferias, comidas populares...

El producto se vende y la gente lo acepta.

Canales de comercio: grupos de consumo, asociaciones de consumidores, herbolarios, panaderías, tiendas de alimentación normal y eco, ferias, despacho en el pueblo, exportar a Burgos. Distr. Con furgoneta como panadería tradicional. Horno que ya existía, alquilado.

El colectivo, además, mantiene una huerta con una variedad autóctona de alubia

Están empezando a madrugar menos en la panadería, porque esas condiciones echan para atrás la participación y el compromiso de los posibles nuevos trabajadores. Este es el principal problema actual.

La comercialización depende del esfuerzo, y la confianza la da la cercanía con los vecinos. Reciben visitas de familias, colegios,

Utilizan leña de los montes de alrededor, productos de la huerta y comercio justo

Sistema asambleario de organización. Antes, además, compartían la vivienda todos los de la asociación.

En el pueblo hay muchas viviendas vacías y cayéndose, sin que nadie les de uso.

Cuatro en el proyecto, más amigos y voluntarios

La harina se trae de dos harineras, de la rioja, Burgos, Navarra

Distribuyen el producto en cuarenta puntos de venta.

Sistema de turnos para la panadería,

3- Platuné, castellnou.

Producción de galletas y muesli, de la Xarxa Consum Solidari

Empresa de ecología que pretende sacar dinero, competir con la calidad

Certificados en Cataluña, Francia y Europa.

200 productos ecológicos, uno de los fundadores de la agricultura ecológica de Aragón, 12 años en marcha

Galletas de la xarxa con los propios elementos de la xarxa.

Todos los productos llevan garantía de calidad.

Harina de amsterdam, con su análisis y certificado de calidad

Producción como se hacía antes, pero con motores.

Venta en casi toda España, Francia, asociación de consumidores,

- Yolanda, xarxa de consumo solidari.¿Cómo es el pueblo, que otras actividades tiene, cual es la situación?
- Pueblo de 100 hab, trabajan con mujeres, se hace todo a mano, 2 propietarios, empaquetación en base a humedades, porque no llevan conservantes, controles de calidad en todo el proceso.
- Problemas: casi no puede comprar en España porque el producto es más caro que en el extranjero, y además requiere un tratamiento, ej, limpiar las lentejas, y son de peor calidad. Los huevos ecológicos también son más caros, y si los utiliza se encarecen las magdalenas. Canela y cacao son de ecuador, comercio justo.

4-Pedro Luis, Xarxa Consum solidari

Objetivo: consumo responsable, lo que respete el medio ambiente, lo que no se puede producir se importa de productores que en sus regiones intentan desarrollar un consumo local, que buscan la soberanía alimentaria. Que los productores ganen lo que merecen por su trabajo.

Ley de la UE favorece que se importe y se haga todo aquí, porque los impuestos suben cuanto más elaborado está el producto, así que las materias primas no son tan caras de importar

Multinacionales madereras y mineras que presionan a la población cafetera en Ecuador. La importación permite a las poblaciones vivir bien. El café está hecho en el bosque, bajo los árboles, porque es una baya que crece así normalmente, los que cultivan a campo abierto necesitan productos químicos.

5-Andrés, de Ong que trabaja con Nicaragua

Que los productores participen de la comercialización, a través de red de comercialización alternativa. Comercializadora se convirtió en cooperativa sin ánimo de lucro.

No confundir valor con precio: el valor añadido es lo que va encareciendo la materia en el proceso de elaboración

Propuesta de acción

Para facilitar el comercio en productos no perecederos y socializar el conocimiento:

Elaborar un catálogo de productos de confianza: que una entidad presente un proyecto/producto, coordinarlo en un catálogo accesible por internet. Porque las cooperativas no tienen de todo, para obtener esos productos diferentes que no puedes conseguir cerca de casa. Red que facilite información y contactos.

Principales puntos a debate:

- registro sanitario,
- dificultades de distribución

- Paquita, de la Acequia, ¿criterios para elaborar el catálogo?:
- Hay que matizar quién avala a ese producto, en principio las organizaciones del espacio de comercio justo, y si se involucra Plataforma Rural. Productos de producción local, o importados pero que se produzcan y vendan localmente.

- Dani, bajo el asfalto está la huerta, cual es la visión de los productores
- Respuesta de un productor: la realidad es distinta. En el mercado es difícil.

- Dani, la hortaliza abre el mercado en circuitos cortos y genera estabilidad. Es más fácil vivir de la transformación que de la materia prima.

- Isa, Vitoria, Arco: bar ecológico, local, materia prima es más cara, pagan 3 sueldos... y los bares de al lado son más caros, y ganan para mantenerse. Distribuyen red de cestas. No solaparse, porque hay cosas que ya funcionan.

- Coordinador: cada uno que se incorpore como pueda, no es un sistema de comercialización, sino de información. Hay muchas carencias en las cooperativas. Se intentan crear mercados alternativos.

- Maite, asociación Amari. Que en cada territorio confluyan las asociaciones de consumidores y los productores, el sindicato. Los consumidores crean una federación para crear compras en común. 3 asociaciones se han unido para comprar cítricos. Se necesita a una persona que conozca los productores y establezca la relación con los consumidores. Estrategia: por zonas, promover la coordinación entre el sindicato y socializar con los consumidores, con sello o sistema participativo.
- Dani: en Andalucía hay redes que ya funcionan muy bien entre provincias, manejan referencias de cientos de productores, se intercambian entre Andalucía y Cataluña. Procesos muy interesantes pero también frágiles.
- Maite hay que ver cómo funciona cada región
- El consumo crece a nivel local, da riqueza y experiencias, en Cataluña hay tradición de cooperativas de consumo, muy zonales. No se saben los excedentes de la zona de al lado, hay que buscar formas de transmitir confianza. Mejor con una cosa más pequeña. Información para que las cooperativas se ahorren pasos o pasta. Primero es mejor empezar con una cosa más pequeña y prudente, y luego a nivel estatal. Web
- Coordinador: allá donde haya una red que tenga más datos, pues se cuenta con esos datos. Pedimos a las organizaciones que hagan el esfuerzo de socializar toda la información.
- Alfredo de la xarxa de consum solidari Intervención para asegurarse de que ha entendido. Idea: espacio web en el que mucha gente que ya tiene esos contactos pueda colgar la información allí, colgar una ficha en la que cada producto tiene muchos datos: técnicos, productores, que asociación o cooperativa, quién avala...pero en producto no perecedero.
- Miriam, de la Vera: producir de todo es la estrategia. Huerta y grupos con los que se abastece, pero los no perecederos sería una iniciativa fundamental.
- Alfredo, si hay consenso, que se pasen las direcciones de correo electrónico para ponerse en contacto los que quieran participar.
- Panadera ecológica de Noguera, xarxa ecológica, los consumidores desconocían productores de Barcelona, y se formaron para ponerse de acuerdo
- La xarxa ecológica tuvo problemas complejos, ahora están en *stand by*.
- Alfredo: queda la xarxeta, un grupito de productores. Quedan vínculos que luego funcionan
- Coordinador: dar la dirección de correo electrónico no es suficiente, si adquiere cierta dimensión el trabajo hay que redimensionarlo, a través de Plataforma Rural. El Espacio de Consumo solidario tienen un trabajo iniciado, pero la intención es que el proceso de construcción del catálogo sea muy participativo
- Maira, Emaus: como están muchas cosas hechas, la cuestión es cómo estructurarlo y volcarlo. ¿Quién gestiona todos los e-mails?
- Joserra, asociación de consumidores: Propone no levantarse de aquí sin que salga quién se responsabilice de su zona. ¿Qué información hay que poner? Productores, transformadores y consumidores. ¿Qué tipo de agricultura? Tienen contacto de hortelanos del entorno, pero a 50 km de distancia no les interesa. Los productos hortícolas menos perecederos, legumbres, frutos secos, queso, aceite, huevo...
- Coordinador: solo los comercializables a cierta distancia y tengan previsto un sistema de envío. Es importante el trabajo territorial y, pero sobre todo alguien que lo coordine.

- Con la definición mínima, proponerlo mañana, que lo asuma plataforma rural y lo articule.
- Un contacto por provincia, al menos, sería bueno, de los que estén en el plenario, el que se responsabilice de los contactos de su zona
- ¿Cuál sería el papel de esta persona? Enviar la información a alguien que coordine localmente.
- Si es una pagina web, solo es dar difusión a la pagina web y cualquiera se apunte
- Pero no se trata de cualquiera, sino de apuntar a los que ya tienen confianza, hay que articularlo.
- Una dirección para que con el tiempo no pierda el trabajo, alguien con quién contactar
- En el plenario se pasa una lista y se apunta quien quiera., después el siguiente paso, está por discutir, que haya alguien que lo articule, lo dinamice..

- Joserra: plataforma rural debería potenciar los mercados locales de agricultores. es muy importante, la punta de lanza, y en Zaragoza está prohibida la venta directa. Propone hacer una iniciativa en defensa de los mercados locales. En Vitoria se regula quién y qué vende. Reivindicar los espacios tradicionales de venta directa de agricultores, un día al año hacer un mercado local en todas las ciudades, slow food por ejemplo.
- Coordinador, Existe un mercado no sólo de agricultura, funciona hace 5 años, con subvenciones. Periodicidad y alianzas, ampliar no solo agricultura si no también incluir a la artesanía. Es bueno para ambos
- Joserra, los mercados son visualización, disfrute, cambio de significado de la comida, biodiversidad, la historia, recuerdos familiares, tradición, reparto de la riqueza, autoestima de los productores,
- Hay que compartir la información del ayuntamiento de Vitoria para que se extienda el reglamento a otros lugares.
- Coordinador, los artesanos tienen el mismo problema.
- Isa, de Vitoria, Arco. Los productores tiran más por grupos de consumo que mercados. Si son pequeños no llegan a abarcar ambos frentes.

Queda hecha la propuesta de que haya una iniciativa de impulso a los mercados locales, que no haya intermediarios que se aprovechen.

CONCLUSIONES:

- El espacio por un comercio justo propone la creación de un catálogo de productos no perecederos, de confianza demostrada, que sean comercializables a cierta distancia y cuyos productores tengan previsto un sistema de envío. Los productos deben ser de producción local, aunque también pueden incluir productos importados que no puedan ser producidos localmente en las mismas condiciones sociales o medioambientales. Este catálogo servirá como espacio de encuentro e intercambio de información, pretende ser una red de contactos para tiendas, cooperativas, transformadores, consumidores y productores.
- Solicita la colaboración de todos los interesados a través de una primera lista de contactos, que dinamizará el espacio por un comercio justo. Para el desarrollo real de este proyecto es imprescindible la participación efectiva de la Plataforma Rural y las organizaciones que la componen.

- Considerando que los mercados locales son un lugar para la visualización de los productos, disfrute de los consumidores, cambio de significado de la comida, biodiversidad, mantenimiento de la historia, recuerdos familiares, tradiciones, reparto de la riqueza, y autoestima de los productores, el grupo de trabajo de mercados locales propone defender e impulsar los mercados locales que tradicionalmente han permitido la venta directa sin intermediarios y el encuentro personal entre productor y consumidor. Existen dos experiencias de recuperación de estos mercados en Gijón y Vitoria, cuyo reglamento se facilitará a través de los canales de información de Plataforma rural.