

SEMINARIO INTERNACIONAL DE EXPERIENCIAS EN CANALES CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

JARDÍN BOTÁNICO DE CÓRDOBA

13 y 14 de noviembre de 2010

Relatoría [MESA DE EXPERIENCIAS INTERNACIONALES EN CCC](#)

- Canales cortos son parte fundamental en la definición de un modelo agroecológico y en la lucha por la agricultura campesina y familiar.
- Es un elemento clave en un modelo de desarrollo alternativo y fuera de la economía del mercado (!!!) Mathilde-AMAP
- Común: Visión integral: medio ambiente, economía alternativa, justicia social
- vincular la vida en el mundo urbano con el mundo rural (visita a la finca, participación en las tareas, tenencia común de los medios de producción, etc.)
- Defensa de principios: confianza, participación, independencias de los circuitos industriales (semillas), agricultura social (confianza, seguridad de empleo, compromiso solidario de los consumidores), ecológica, económica (remuneración justa, mantenimiento de la actividad agrícola, garantizar la accesibilidad frente) -> sana, viable, sostenible / preferencia en el consumo de alimentos basado en productos locales
- modelo controlable por los productores frente al poder de los intermediarios que dominan los precios, incluso en los mercados campesino. (Objetivo: poder vivir del trabajo y que el productor tengo un papel destacado)
- Métodos diversos: a) venta directa b) mercado campesino c) punto de venta organizado colectivamente d) venta a domicilio e) grupos de consumo o sistema de cestas f) recogida en la finca g) venta en internet
- profesionalidad, mucha diversidad durante todo el año, planificación, intercambio entre productores, compromiso de consum'actores, comunicación buena y regular entre ambas partes.

- Ojo: Discusión de los criterios y principios vs. ideologizar las condiciones para avanzar.

- Por un lado consiste en resolver cuestiones logísticas muy concretas (sin ideologizar: diversidad como estrategia / aumentar la oferta a los consumidores), pero por otro lado estamos hablando de cambiar las relaciones de poder. Frente a los problemas sociales y económicos: (auto)organización como campesina/o.

- alma del sistema: vínculo de confianza entre productor y consumidor

-> Potencialidades

- Interacción con muchos otros elementos de un modelo alternativo: defensa del territorio, alternativas económicas como ecoturismo y conservación de la biodiversidad, nuevo modelo alimentario, mitigación del Cambio Climático

- Lo político en el centro de la agroecología

- Agricultura como creación de empleos (argumento fundamental)

- Potencial: creación de cooperativas y empresas pequeñas para un modelo de economía solidaria (caterings)

- Cooperación y confluencia con diferentes sectores sociales y creación de plataformas amplias

- Potencias de crear tejido social y fortalecer comunidades o crear comunidad

- conservar pequeños comercios y crear nuevas cooperativas de consumo

- crear mapas de la cadena alimentaria local

- recuperación, ocupación o tenencia colectiva de tierras

Diferencias:

- Modelos de distribución
- Certificación: entre nuevos modelos de certificación y confianza basada en la relación entre productor y consumidor
- Hoy por hoy no es posible que los ciudadanos coman productos de menos de 10 km de distancias
- Debilidad: soledad de los productores frente al mercado.
- Intercambios a través de canales largos, aunque más justos y solidarios / - Criterio: que ningún productor puede vivir de revender los productos de otros productores
- Etiquetados alternativos: sistema de semáforo: consumo de agua, condiciones laborales, distancia recorrida, también contenidos en sal, grasas y proteínas

-> Superar la saturación de la gente sensibilizada / Romper los límites:

- profesionalidad y planificación
- estabilidad en el empleo
- consumidor fundamental: comedores escolares
- Gobiernos y administraciones locales tienen que jugar un papel - compra pública - cambio de las políticas comerciales
- Ferias locales autoorganizados por comunidades y productores
- Campañas promocionales
- Publicidad - trabajo de medios
- búsqueda de financiación externa, pero no depender de ella
- coordinadores regionales / fomento de estructuras organizativas que apoyen la expansión de los modelos alternativos
- materiales, formación, medios propios - trabajo de difusión a través de los medios / sensibilización. Puntos locales de AMAP -> reto para ASAP.

- vínculos con otros movimientos. Transition Town movement (energía y transporte)
- crisis ha dejado muchas superficies valdío porque se paró las construcciones a favor de cultivos locales en las ciudades: huertas urbanas

-> retos macro:

- nuevas/os campesinas/os

- tenemos muchas experiencias y buenas prácticas (gran potencialidad del movimiento agroecológico y de los canales cortos): pero necesitamos una propuesta política, esta política puede cambiar la agricultura y el modelo de consumo

- Alianza Europea: movimiento europeo por la Soberanía Alimentaria (alimentación de arma de dominación a arma de liberación). Necesitamos fuerza social y fuerza económica. Cambio en la PAC. Si el tema de la mesa hubiese sido sobre el cambio de la PAC no habría tanta participación

- lucha contra grandes superficies y apuesta institucional por mayores procesos de industrialización y concentración del poder

- modelos comercial, económico y financiero global -> influir en las normativas y políticas públicas para extender modelos alternativos

Notas en bruto (por si lo necesitas para algo)

Asociación Italiana para la Agricultura Ecológica (www.aiab.it)

- 20 años. 18 organizaciones federales. Han definido la agricultura ecológica en el país (campesina y familiar). 1,5 millón de fincas (media de 6 ha, 1,1 mio ha, 48.000 productoras/es). Como un modelo de desarrollo alternativo. Visión integral: medio ambiente, economía alternativa, condiciones sociales de los trabajadores agrícolas (mucha población inmigrante), compromiso ética. Alternativas y enfrentado al modelo industrial. Necesitamos modelos distintas: también en la distribución. Cambiar

relaciones de poder. Frente a los problemas sociales y económicos: (auto)organización como campesina/o.

- Canales cortos parte central del modelo alternativo: justo. Valorización del territorio. Excelencias productivas. Turismo. biodiversidad. Necesitamos también de nuevo modelo alimentario para un modelo agrícola alternativo y justo. Mitigación del Cambio Climático: agricultura ecológica es una solución.

- Medios: a) venta directa b) mercado campesino c) punto de venta organizado d) venta a domicilio e) grupos de consumo f) recogida en la finca g) venta en internet h)

- Agricultura como creación de empleos (argumento fundamental). Italia: 200.000 empleos. (véase entrevista con Rosa Aguilar El País, 13.11.2010)

- Experiencias nuevas: la ciudad de la otra economía (como Roma: finanzas éticas, turismo alternativo, software libre, ... agricultura ecológica), consumidor fundamental: comedores escolares (Italia: 1 millón de comidas al día en ecológico, demanda pública y compra pública). Roma. catering. Pequeños pueblos: productores. Logística en la hostelería colectiva es complejo. Si cambia la relación de poder en el ayuntamiento, el poder del productor aumenta: frente al catering.

- Gallina Feliz.

- ¿Por qué no podemos vender naranjas del Sur de Italia a los grupos de consumo en Milán del Norte? ¿Puedo comer una vez al año queso español? (Liga Norte muy a favor de la agricultura ecológica) -> no tiene en cuenta la deuda ecológica

- Ferias locales.

- Campañas promocionales.

- Etiqueta "Garantía de AIAB". Necesidad de nuevos sistemas de certificación: por ejemplo certificado de canales cortos. (con principios: participación, confianza, ...)

- Alianza Europea: movimiento europeo por la Soberanía Alimentaria. Necesitamos fuerza social y fuerza económica. Cambio en la PAC. Si el tema de la mesa hubiese sido sobre el cambio de la PAC no habría tanta participación

CSA

- Mercados locales.

- Soil Asociacion: certificadores (80%) en Asia y Africa también.

- Charity: departamento de programas, certificación,
- box esquemas, 1500 markets
- programa de escuelas. Consumo de productos ecológicos introducir en el CV de la escuela (cocinar, contactos con los productores)
- trabajo con los caterings (programa food for life)
-

CSA (financiado: National Lottery)

2007-2012

Trabaja n con productores organicos y no organicos

partnership con otras 6 organizaciones

vincular la vida con el mundo rural

Community enterprise

conservar los últimos pequeños comercios

local food mapping project

setting up food coop

legal advice para las nuevas cooperativas (resolver

- Publicidad - trabajo de medios

- coordinadores regionales

- materiales, formación, medio propio,

- Modelo viene de EEUU: cuanto dinero se necesita al año para alimentar x personas y se calcula el dinero por persona y se paga en adelanto

- Mas antiguo: 200 personas. Alquilaron las tierras, Pagan 2 agricultores. la producción se distribuye entre todos. Un voto una persona.

- Comunicados compran tierra y compran los medios de producción y en la . Compartir tam

- 45 trade CSA. 150 start up stage

- strategic partnership. Los mas dificiles. farmers. Local farming divided: Land ownerns. National Trust (keep public land).
- relación con proyectos sociales y educarivos alternativos
- Church of England (segundo tenedor de tierra en el país)
- Transition Town movement (energy and transportr)
- No hemos sido tan exitosos como hemos querido.
- Los que funcionan tienen cierta estabilidad, da confianza para seguir. estabilidad financiera
- CSA: no es "un" modelo
- dependencia de subvenciones vs. comenzar sin subvenciones
- falta de tierra
- muchos CSA han fracasado por problemas personales ... resultantes por problemas económicos
- Más y más instituciones públicas reciben demandas de abrirse a las comunidades y su participación

CSA entra en competencia sobre la población pequeña local que está involucrada en asuntos alimentarios locales.

AMAP (Asociación para el Mantenimiento de la Agricultura Campesina)

- Falta de trabajadores
- viveros / independencias de los circuitos industriales
- diversidad como estrategia / aumentar la oferta a los consumidores (huevos, fruta, verdura) /
- pequeña explotación: 200 personas comen
- Evolución de los AMPA: Japón (60/70), Suiza (70), US - CSA (86), Québec ASC (98), Sureste Francia 2001

- modelo controlable por los productores frente al poder de los intermediarios que dominan los precios, incluso en los mercados campesino. (Objetivo: poder vivir del trabajo)
- Bases: agricultura social (confianza, seguridad de empleo, compromiso solidario de los consumidores), ecológica, económica (remuneración justa, cálculo de precio. costes de producción en un año dividido entre entregas de cesta y consumidores: 25 euros/semana, para 4 personas, mantenimiento de la actividad agrícola) -> sana, viable, sostenible
- Contrato. 6 meses
- recogida individual (en la finca?) o en ciudades? (complementario)
- se divide la producción completa entre todos
- visita a la finca (2 al año), participación en las tareas. Actividades colectivas.
- alma del sistema: vínculo de confianza entre productor y consumidor
- AMPA: profesionalidad, mucha diversidad durante todo el año, planificación, intercambio entre productores, compromiso de consum'actores, comunicación buena y regular entre ambas partes.
- Sistema virtuoso fuera de la economía del mercado (!!!)
- 160 cestas a la semana / 120 (en invierno)
- para el debate: tienda colectiva de venta directa (10 productores)
- Remuneración por mes?
- Puede llegar el momento de saturación de la gente sensibilizada: ¿cómo superar esto? ¿Y a qué tipo de gente podemos llegar? ¿Qué diferencias hay entre países que los canales cortos evoluciona más que en otros (teniendo mercados de lo ecológico igualmente maduros)?
- Riesgo de no poder pagar la cuota en adelanto.
- Debate en los AMAP sobre la venta "fuera".

- Garantizar la máxima de ofertas. Gobierno tiene que jugar un papel. Toronto: public procurement to sirve food from less than 10 miles.

- trabajo de difusión a través de los medios fue fuerte e importante para la sensibilización. Puntos locales de AMAP. Comunicación fundamental (directa y virtual)
- qué tipo de gente: gente comprometida, comida ecológica barata (capacidad de evolucionar hacía la militancia), por facilidad,
- prepago: cheque de 6 meses o 6 cueques para cobrar cada mes
- transparencia importante
- se comparte los riesgos y las adversidades
- se paga el trabajo realizado

- diferencias entre países: procesos de industrialización han tenido que ver y problemas de salud por contaminación (Japón, EEUU) / mensajes políticos

- farmer markets: every week (diferencia entre los que están organizados por las comunidades y los municipios)
- crisis ha dejado muchas superficies valdío porque se paró las construcciones a favor de cultivos locales en las ciudades

- ¿Hay criterios sobre productos y distancias? Café, frutas, etc.

- Contratos entre productor y consumidor: para decidir sobre precios
- Hay que hacer una preferencia en el consumo de alimentos basado en productos locales.
- Hoy por hoy no es posible que los ciudadanos coman productos de menos de 10 km de distancias
- Debilidad: soldedad de los productores frente al mercado.
- Reto: construir un movimiento sociales en el que los productores sean una parte para organizarse

- Desafío de la certificación: confianza, participación,
- tenemos muchas experiencias y buenas prácticas: pero necesitamos una propuesta política, esta política puede cambiar la agricultura y el modelo de consumo (pliego de condiciones de la comuna de Roma)
- Una finca no puede depender solo de un "mercado", sino diversidad en los consumidores
- multifuncionalidad
- diversificación en las relaciones con el mercado
- cambios en la sociedad

- AMAP: no estamos sometidos a una certificación, nuestra apuesta los 3 pilares (social, ecológico y económico)
-

- Importaciones de CSA UK: palets de aceite de olvia y vino de Italia. traffic light system: Water consumption, labour conditions, distance travel, also in salt, fett and
- Redes de consumidores: intercambio justo a nivel local, regional, nacional e internacional
- Criterio: que ningun productor puede vivir de revender los productos de otros productores

- Discusión de los criterios vs. ideologizar las condiciones para avanzar.
- Lo político en el centro de la agroecología