

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

JARDÍN BOTÁNICO DE CÓRDOBA

13 y 14 de noviembre de 2010

LA MESA DE TRABAJO DE LOGÍSTICA EN EL SEMINARIO DE CANALES CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN III

Participan las siguientes asociaciones y grupos:

- Almocafre, Cordoba, Cooperativa sin ánimo de lucro. Originado por productores. Consejo rector abierto a socios. Tienda. Personal laboral 3 personas completo y 1 media jornada. No todo certificado. Tienen pérdidas económicas pero pueden seguir. Facturación 60% socios, 40% no socios. Intentaron con productores locales y región andaluza, pero no cumplían; así que su principal proveedor es Gumendi, que cubre un 20% (unos 1.000kg semanales) de las necesidades de la cooperativa.
- Gazpacho Rojo, ¿Cordoba, Sevilla?, quieren ser más que un grupo de consumo. Trabajan mediante comisiones. Buscan productores locales. Utilizan mail, wiki... Cuota participación. Local de reunión y reparto. Cesta semanal cerrada. Turnos. 1 productor hortalizas y huevos. 1 productor aceite. Reciben alimentos de familia productora en transición a ecológico.
- Karakola, Madrid, grupo consumo, estructura informal, proponen: crear Red de grupos de consumo; uso de locales de asociaciones sociales donde la gente va a por su cesta; coincidir y compartir productores; gestión conjunta de los pedidos; comentan que una coordinadora de Madrid trae sus pedidos a Mercamadrid.
- Landare, Pamplona, asociación sin ánimo de lucro aunque sí pagan impuesto de sociedades. La junta directiva se reúne cada 15 días. 1200 socios. 9 personas trabajando a tiempo parcial. Tienda, son 2 locales grandes. No almacén. Los productores almacenan y van trayendo a tienda. Lo normal es certificado pero también de confianza. El 65% de su volumen de compras es a través de distribuidores, como Gumendi, pero quieren reducir esta manera de funcionar. Incrementan los precios desde un 10% en alimentos hasta un 35% en cosmética. Muchos de los productos de la zona no los pueden aprovechar, porque los socios consumen mucho transformado tipo leche de soja. Quieren potenciar la formación. Hay grupos de trabajo (voluntario?) en formación, almacén y pedidos. También actúan como central de compras para otras asociaciones más pequeñas a las que proveen sin un incremento extra en los precios. Esto se hace para aprovechar los transportes. Gestoría externa.
- Madrileñam, Madrid, grupo de consumo recién nacido promovido y gestionado por una persona. Aprovecha desplazamientos que igualmente va a hacer para diseñar rutas de productores y bajo pedido previo traer alimentos a Madrid, repartiendo a domicilio. Consigue conocer a los productores en sus lugares de origen. Preferencia a campesinado familiar y buenos manejos agroecológicos.

- Mercatrébol, Alicante, asociación sin ánimo de lucro. 3 personas trabajan 40 h/semana, y se paga su trabajo con cuota mensual de 11€ por los socios. 200 socios. Hay trabajo voluntario, sobre todo se pide compromiso para ayudar a hacer las cestas. Grupos de trabajo en pedidos, mantenimiento, sensibilización y contabilidad. Proximidad, pequeña producción, certificado y de confianza. Los huevos y los lácteos sí se piden certificados. Utilizan también los servicios de distribuidoras tipo Gumendi. Tienda. No hay incremento en los precios. Los productores transportan sus productos hasta la tienda. Se les paga a 30-60 días. También utilizan algo de transporte propio.
- Yemayá, Marchena, Sevilla, familia productora. Hay un listado de productos disponibles y el pedido se hace por internet. Distribuyen a 1 lugar donde la gente lo recoge.

Después de las presentaciones se establece debate:

Como contactar con los productores: a través del boca a oreja, compartir listados y contactos, aprovechar estos encuentros.

Se pregunta a las asociaciones y cooperativas si utilizan herramientas de métodos de análisis tipo Dafo (debilidades, a., fortalezas, oportunidades). Gazpacho sí; Landare gestoría externa y breve cuestionario a nuevos socios; Mercatrebol fichas nuevos socios para gestionar habilidades.

El tema de la distancia de la que vienen los productos. Ser conscientes de que el carro de la compra hay que hacerlo igualmente y todas estas iniciativas son mejores que ir al supermercado.

Es complejo el tema de la logística, y básicamente 3 problemas: las logísticas grandes no son satisfechas por pequeños productores locales, los hábitos de consumo podrían adaptarse mejor a las posibilidades de la sostenibilidad, y la legislación actual es axfisiante para el trabajo artesanal.

Los volúmenes pequeños son un problema para los productores que viven lejos de los consumidores, pues no les merece la pena el transporte.

Se propone aumentar los intercambios entre comarcas limítrofes o cercanas.

Hay que colaborar: combinar una escala pequeña de consumo con las posibilidades de diversificación de la producción local.

Ofrecer diferentes proyectos, precios... Cuanto mayor porcentaje del consumo familiar sea a través del grupo de consumo, asoc, coop,.. mayor será la viabilidad de dichos grupos. Porque se podrán aprovechar mejor los stocks, las gestiones y los movimientos.

Se habla de la necesidad de una representatividad política para cambiar las dificultades legales del Código Alimentario.

Lo más fácil para los grupos de consumidores son las grandes distribuidoras pues proporcionan los pedidos con rapidez y comodidad. Estas grandes distribuidoras caen en los monocultivos, en las negociaciones abusivas,..

En Francia se está promoviendo la “bioquerencia” sello de confianza que mira cuestiones sociales.

Se habla de la mucha dificultad que tienen los pequeños productores para aliarse entre sí para formar redes de logística compartida. Del lado de los consumidores se dice que hay más voluntad.

Hay una polémica con que asociaciones grandes vendan con incremento 10% a pequeñas asociaciones. Se apunta que los intermediarios si hacen gestiones es normal que cobren por ello, es un ingreso mas para el sostenimiento de dichos puestos de trabajo. Y se dice que los intermediarios son necesarios, pero que no puede ser que abusen. Hay que trabajar con unos márgenes e incrementos justos. Respetando y apoyándose todos los eslabones de la cadena.

En Cataluña se va a legislar el tema de los grupos de consumo, y esto va a provocar que desaparezcan las pequeñas o que trabajen ilegalmente.

Se habla de crear estructuras logísticas en las propias asociaciones (transportistas liberados).

Para fomentar una cadena de distribución alternativa: Son necesarias gestorías de compra venta comarcale, estatal, peninsular. Podría ser una función de la ASAP (Asamblea Sberanía Alimentaria de los Pueblos) coordinar estas gestorías. O una gestoría a nivel peninsular , estatal,... La gestoría tendría la información: bases de datos con productores, producción, consumidores, kilómetros, puntos de encuentro e intercambio de mercancías. Los usuarios van metiendo sus datos: lo que venden, lo que compran, precios, fechas, plazos, condiciones de conservación... Los gestores organizan la logística de la distribución y aprovechamiento de los recursos, respetando los principios generales de la agroecología.

Como relator espero haber recogido las opiniones vertidas por los participantes y pido disculpas por los posibles datos erróneos o incompletos.

Fdo: Oscar Gonzalez Frechilla.