

TALLER:

BUSCANDO LAZOS ENTRE EL MOVIMIENTO DE COMERCIO JUSTO Y EL MOVIMIENTO DE CONSUMO AGROECOLÓGICO

1. Presentación de los objetivos del taller y enfoque metodológico

- El marco de esta propuesta por parte de las organizaciones convocantes.

2. ¿Nos presentamos?

- ¿Quiénes somos?
- Breve descripción de la entidad
- Expectativas que tenemos de este Taller

3. Introducción

¿Qué pretendemos en el taller?

Que nos ayude a entablar un diálogo, desde las posturas del *Espacio por el Comercio Justo* <http://www.espaciocomerciojusto.org> y las entidades presentes, con los sectores de consumidores organizados que están trabajando temas de soberanía alimentaria y/ o agroecología, y nos permita establecer más puentes de complicidades entre el movimiento del comercio justo y el movimiento agroecológico.

¿Cómo?

Partiendo de las reflexiones del *Espacio por un Comercio Justo*, la visión del comercio justo desde la soberanía alimentaria, y las múltiples experiencias de las entidades invitadas, crear un guión que nos pueda ayudar en el debate y en las concreciones de las aportaciones del movimiento del comercio justo y el movimiento agroecológico orientados para generar herramientas de transformación social.

¿Qué tipo de guión / debate?

Se trata de organizar un **conjunto de preguntas** que lleven a los debates que consideramos importantes entre los movimientos del Comercio Justo y el del consumo agroecológico. Esta es **la parte más importante** del instrumento que queremos crear y la que nos puede ser de más utilidad a la hora de trabajar.

También recopilaremos respuestas a dicha preguntas por parte de los participante del taller que en un porcentaje muy importante serán comunes y en algunos casos serán diferentes. Dadas las características del guión: instrumento para orientar un debate, no es un problema que sobre algunos temas haya más de una postura.

4. PROPUESTA PARA DEBATIR EN EL TALLER

Entendemos la Soberanía alimentaria (SA) como un derecho y un objetivo que tiene como mínimo dos terrenos de lucha interrelacionados.

1) La acción de incidencia social y política.

Frases a tener en cuenta (reflexiones surgidas en otros encuentros)

- “SA es derecho de los pueblos a decidir sobre su alimentación,”
- “No ver el tema de la SA como una opción más dentro del modelo en el que estamos, sino como el único modelo, porque es un derecho, no una opción.”
- No utilizar la frase “tu compra es tu voto”, porque no defendemos opciones sino derechos. No tienes que tener derecho a elegir entre explotar a gente o no.
- “Se ve la necesidad de establecer la conexión de los temas de consumo y soberanía alimentaria (SA) con un cambio estructural “
- Considerar el consumo desde la perspectiva de una acción colectiva, inmersa dentro de una lucha política y con prácticas de movilización social.

¿Qué preguntas?

- ¿Es necesaria una acción de sensibilización y una acción de movilización política en torno a la soberanía alimentaria? ¿Es consciente de ello y lo tiene asumido vuestro grupo de consumo?
- Si es así, ¿cómo lo plasma en su práctica? ¿Tiene alguna estructura que facilite la participación en este terreno? ¿Si desarrolla actividades de formación está este tema incluido? ¿ Como?
- ¿Son posibles alianzas para desarrollar este tema? ¿Participáis u os planteáis la posibilidad de participar en alguna? ¿Cómo las valoráis?
- ¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

2) Soberanía alimentaria y criterios de compra

A. UNA PRIMERA VISIÓN GLOBAL

Frases a tener en cuenta (reflexiones surgidas en otros encuentros)

- Que los grupos de consumo no tengan sólo criterios de salud o ecológicos, sino político-económicos.
- No ver el tema de la SA como una opción más dentro del modelo en el que estamos sino como el único modelo, porque es un derecho, no una opción.
- Muchas organizaciones tienen prácticas comerciales contrarias a la SA.

- Es necesario introducir factores que conecten SA y CJ con amplitud de criterios, sin entender por ejemplo que se trata sólo de criterios de proximidad o ambientales, sino también sociales, entre otros.
- Conclusión: queremos buscar un enfoque global y una definición de CJ que represente la manera de comercialización de la SA (teniendo en cuenta que estamos hablando siempre desde nuestro modelo de CJ).
- Queremos introducir el concepto de proceso, las cosas no pasan de hoy para mañana, y matizar el tema de lucha política, no en abstracto, sino con objetivos, cosas concretas en torno a lo que estamos hablando

¿Qué preguntas?

¿La visión de la soberanía alimentaria tiene que influir los criterios de compra? ¿Cómo lo debería hacer ?

¿Los diferentes criterios a veces se contradicen? ¿Se os ocurren algunos casos? ¿Cuáles? ¿Cómo manejar estas situaciones?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

B. EL CRITERIO DE LA PROXIMIDAD

Frases a tener en cuenta (reflexiones surgidas en otros encuentros)

- No tiene por qué suponer la no importación de productos, sino que la importación puede entrar dentro de la SA. Es decir abogamos por establecer CRITERIOS AMPLIOS.
- No tendría que existir sólo el debate de vender café o no, sino de consumir o no (ejemplo de los Grupo de Consumo más ligados a lo local).
- Desde este punto de vista es de dónde hemos de ver la proximidad productor-consumidor. Es necesario que la transparencia incluya toda la cadena y la cadena de valor (añadido) esté repartida equitativamente. Todos los intermediarios necesarios tienen que estar en el reparto del valor añadido entre los eslabones de la cadena (aunque se trate de la misma persona).

¿Qué preguntas?

¿Como entendemos la proximidad? ¿Todos los productos tienen la misma área de incidencia?

¿Hemos de valorar la proximidad sólo como la distancia entre el productor de la materia prima y el consumidor? ¿O ha de ser una valoración de :.....

¿Hemos de valorar la proximidad sólo como un tema de kms o de tejidos sociales locales y rurales?

¿Hemos de tener en cuenta el tema del impacto ecológico del transporte ponderado con otros impactos ecológicos como los ligados a una forma de producción, de elaboración o de ...

¿Si en nuestra dieta tradicional hay productos tropicales, la idea de proximidad lleva a rechazarlos o a poner unas condiciones? ¿Cuáles serían estas condiciones?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

C. EL CRITERIO DEL IMPACTO SOCIAL

Frases a tener en cuenta (reflexiones surgidas en otros encuentros)

- A) Se han establecido unos puntos:
 1. Cada actor de la cadena tiene una realidad diferente, por tanto costes y márgenes diferentes.
 2. Distribución equitativa en toda la cadena de valor.
 3. Transparencia REAL.
 4. Diálogo para acuerdos.
 5. No basarse en el mercado capitalista sino en costes + márgenes que permitan vivir dignamente (establecidos en cada contexto).
 6. Todos los actores deberían tener un compromiso político.
- Aportaciones sobre el punto 5 (no basarse en el mercado capitalista), no sólo porque vivir dignamente puede ser subjetivo, sino por cómo se fijan los costes de producción. Tenemos un mercado y tenemos que tenerlo en cuenta. Tratamos de distribuir los beneficios de forma más equitativa, pero para ser realistas a veces nos tenemos que adaptar al mercado, es decir fijar un precio que haga viable la comercialización. ¿Es esto complementario con lo dicho previamente?
- De acuerdo con la frase si el objetivo es que el precio sea justo, pero en estos momentos estamos en un contexto capitalista y hemos de tenerlo en cuenta. Esto está en la línea de entenderlo como un proceso.
- El debate es necesario y muy interesante, no podemos basarnos en el precio de mercado, sino que hay que explicar porqué el PVP tiene que ser más alto, pero que es un debate más largo que hay que tener.
- No hay mucho que debatir ahí, y no son contrarias las posturas de los otros dos grupos, sino que entienden que la primera enfatiza en que hay que tender a y la segunda en la realidad del momento.

¿Qué preguntas?

¿Los circuitos cortos que defendemos pueden hacerse eliminando procesos que son necesarios?
¿no estaremos ocultando costes? ¿y si así fuese, qué problemas de viabilidad nos crearía?

Si creemos que los pasos técnicamente necesarios no se pueden eliminar, ¿qué pasa con las virtudes de los circuitos cortos? ¿Cuáles son? ¿Cómo las preservamos?

Cadena de valor. ¿Es posible un precio que remunere justamente todas las fases necesarias en el proceso desde el campo hasta el plato? ¿Cómo determinar el precio y la parte que corresponde a cada pieza de la cadena?

¿Podemos hacer precios que sólo sean aceptados por la parte de los consumidores con más poder adquisitivo?

¿Cómo conseguir procesos eficientes en agroecología o como mínimo no dar cobertura a procesos de ineficiencia? ¿Los referentes sociales han de jugar un papel a la hora de determinar precios?

¿Cómo relacionar referentes sociales con especificidades de ecosistemas que el hecho de que se conservan es un valor en si mismo?

¿Hay qué aplicar en lo precios principios de transparencia, negociación i estabilidad? Como?

¿La transformación y la elaboración han de seguir criterios en relación a mantenimiento del medio rural vivo? ¿en relación a favorecer el valor añadido de la agricultura?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

D. EL CRITERIO DEL IMPACTO ECOLÓGICO

¿Qué preguntas?

¿Analizamos los productos en todo su ciclo de vida?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

E. EL CRITERIO DE LA ADECUACIÓN CULTURAL

Frases a tener en cuenta (reflexiones surgidas en otros encuentros)

- En el punto “adecuado culturalmente” tenemos algunas dudas. Éste es un asunto que no está cerrado (se pide expresamente que esto conste en el acta), ha habido un largo debate en torno a café y tofu, el plátano macho y el tema de la inmigración (por ejemplo).**Es un debate que se debe continuar.**

¿Qué preguntas?

Mantener la cultura agraria y alimenticia es mantener una sabiduría que se ha mantenido por su relación armoniosa con el ecosistema, de ahí la importancia que damos a mantener y recuperar la cultura de nuestra tierra. Sin embargo, como se relaciona este objetivo con qué también hay culturas agrarias que son de exportación, y por qué no deben mantenerse también?

La cultura es fruto de una evolución en donde la interrelación con otras realidades es decisiva, como la preservación de una cultura que quiere ser viva, ¿debe ser abierta a otras realidades?

¿Una cultura diversa como preserva respetando la riqueza de esta diversidad

Sin embargo, ¿hay introducciones “culturales” que podemos considerar destructivas (ex: fast food)?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

F. EL CRITERIO DE LA IMPLICACIÓN CON LA SOBERANÍA ALIMENTARIA, COMO LUCHA COLECTIVA

¿Qué preguntas?

¿La implicación de los proyectos productivos en las luchas por la soberanía alimentaria y en defensa del territorio, son un criterio a tener en cuenta a la hora de seleccionar proveedores?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

G. LA UTILIDAD DE LOS CRITERIOS

¿Qué preguntas?

- ¿Criterios para un examen o para un dialogo?
- ¿Cómo los manejamos en relación a las otras partes de la cadena?
- ¿Cómo transmitirlos a nuestros asociados?
- ¿Algún tipo de políticas comerciales diferentes según unos productos u otros?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

3. NUESTRAS ALIANZAS

¿Qué preguntas?

- ¿Se puede avanzar en la SA sin una política de alianzas?
- ¿Qué niveles de trabajo conjunto notáis como necesarios?
 - En el terreno de la acción política, social, cultural ,
 - en el terreno de la producción,
 - del consumo, de la comercialización?
 - ¿Con quien? ¿Cómo?
- ¿Estáis participando en alguna alianza? ¿Cómo la valoráis? ¿Aspectos positivos y aspectos negativos o a mejorar?

¿Otras preguntas que pensáis valdría la pena plantear en este tema de discusión?

¿Qué repuestas damos en nuestras organizaciones a estas preguntas?

¿Cómo las llevamos a cabo? ¿Ejemplos de buenas prácticas a compartir?

MUCHAS GRACIAS POR VUESTRAS APORTACIONES EN EL DEBATE