

Tema del Taller:

Promoción de la Agricultura Familiar e Indígena por Medio de Ferias de Productoras/es u Otros Tipos de Comercialización Alternativa, Local o Regional

Participantes: Laercio Meirelles - GIAS (Sistemas de Garantía Participativa)
Elena Castillo Domínguez (PIDAASSA PERU) –Mercados Campesinos
Vicente Puh - Rede Ecovida l (Experiencias de comercialización en Brasil)
Zulma Gareca Facilitadora –PIDASSA Bolivia (Comercialización por medio de ferias en Bolivia)

Moderación: Manuel Amaral, GTNA, Brasil

Ideas Centrales de las Participaciones

Problemática en torno a la comercialización campesina e indígena, se refleja en:

- a. *Las cadenas de comercialización en el que predomina la intermediación de productos- aunados a los altos costos, impiden que la/os pequeña/os productores campesinos locales se beneficien de la transacción comercial. Si bien ello permite un cierto nivel de ingreso monetario, no se refleja un beneficio proporcional al esfuerzo que realizan por producir productos sanos.*
- b. *La práctica del trueque o la injusticia en el intercambio: El intercambio de productos es una práctica muy antigua, que no sólo ocurre entre comuneros sino también entre comerciantes intermediarios y campesinos. Se tiene que en la mayoría de los casos el intermediario abastece de productos complementarios para su alimentación tales como el arroz, aceite, azúcar, coca, sal y los términos de intercambio resultan siendo injustos para los campesinos.(por ejemplo cambian 1 kilo de arroz por 4 kilos de papa, 2 kilos de azúcar por 1 kilo de queso) Esta situación se agrava en las comunidades de las zonas medias y altas, ya que muchas veces ella/os no pueden salir de sus comunidades a vender sus productos y necesariamente caen en las manos de los que llevan productos a la comunidad como frazadas, cubrecamas, ollas, baldes, tinas, algunos artefactos chinos que muchas veces son de mala calidad y sus condiciones de cambio son muy injustas y desiguales.*
- c. *Comunidades campesinas e indígenas, postergadas por el estado (no hay acceso a capacitación, financiamiento, no tienen mercados donde vender sus productos) por tanto persisten problemas estructurales: pobreza, desnutrición, analfabetismo, ausencia de mercados, poca competitividad, débil institucionalidad.*
- d. *Priorización del estado por los cultivos de agro exportación.*
- e. *Los cultivos de agro genera riesgos alimentarios (caso Ica- Perú durante el terremoto: Cultivo de espárrago. La gente vende sus tierra a los empresarios, para trabajar como jornaleros en las que fueron sus chacras, genera dependencia alimentaría y por otro lado no hay costumbre de consumir espárragos.*
- f. *La legislación es muy débil en cuanto a promover la comercialización campesina.*
- g. *Muchas ferias solo dependen de la voluntad de los gobiernos locales.*
- h. *La/os campesina/os practican comercio informal.*

Propuestas que se trabajan desde los países para revertir esta situación

- *En el Perú, El PIDAASSA PERU ha impulsado el proyecto de ley: “Fomento y promoción de mercados Campesinos Locales”. Es una iniciativa legislativa que tiene por finalidad brindar un marco institucional que fomente y promueva el desarrollo y crecimiento de los mercados campesinos locales a lo largo del territorio nacional, en especial a aquellos donde se practica la agricultura sostenible. Se realizó una campaña de conscientización a la opinión pública, productora/es, consumidora/es para debatir el proyecto de ley y recoger sus opiniones. También se recolectaron más de 70,000 firmas con el apoyo de promotores, promotoras, representantes de organizaciones sociales de bases que se sumaron a esta gran campaña.*
- *Bolivia, el Presidente Evo Morales, promulga la ley 3525, “regulación y promoción de la producción agropecuaria y forestal no maderable ecológica y su reglamento”*
- *Brasil, experiencias exitosas de venta de productos en ferias locales sobre todo en comunidades indígenas, de los cuales muchos productos se destinan a los programas sociales, con el apoyo de los gobiernos locales.*
- *Sistemas de garantía participativa: Avance interesante acerca de este tema en Brasil. En el caso de Perú se dan los primeros pasos (conversaciones con la ANPE- Asociación Nacional de Productores Ecológicos), pero hay trabas por parte de entidades del estado como SENASA.*



La valoración de haberse presentado como PIDAASSA Continental en el FSM:

Posicionar el trabajo del PIDAASSA a nivel del mundo, cuyas propuestas que se impulsan: agricultura sostenible y seguridad alimentaría son alternativas viables para combatir el hambre en el mundo y que además protegen el medio ambiente y generan relaciones equitativas entre mujeres y varones.

En el contexto actual a nivel nacional e internacional (crisis financiera, alto costo de los alimentos y la crisis ambiental), estas propuestas impulsadas por el PIDAASSA Continental y llevadas a la práctica, se convierten en la esperanza que “otro mundo, s,i es posible”.

Es importante y valorable el inter aprendizaje y la interrelación con gente de todo el Mundo, especialmente de movimientos sociales cuyo trabajo está en la misma apuesta.

Pendientes:

El trabajo de promoción de mercados campesinos debe alcanzar también a la/os consumidores, creando consciencia ideológica para que adquieran productos sanos provenientes de la pequeña agricultura familiar o de las comunidades indígenas, sin necesariamente depender de un sello que entregan las empresas certificadoras para recién poder adquirir los productos

- *El sistema de garantía participativa se convierte en una alternativa coherente para las familias campesinas*
- *Trabajar temas de incidencia política en los países que permitan reorientar presupuestos a favor de proyectos sostenibles, que mejoren la economía de las familias campesinas*

*Elena Carmen Castillo Domínguez, PIDECAFE y PIDAASSA, Perú
26.02.09*