



Rigel Stuhmiller - www.rigelstuhmiller.com

## editorial: mercados campesinos

En prácticamente todos los pueblos de la India, los vendedores empujan los carritos de un barrio a otro, abasteciendo a los clientes con frutas y verduras anuales y de temporada. Por las costas, la pesca fresca de los pequeños barcos pesqueros se expone para su venta cada mañana y cada tarde. Los comerciantes ambulantes compran pescado en estos mercados y lo transportan a diferentes pueblos. Los mercados de pescado y marisco diario son habituales en cada área costera de la región del Pacífico asiático. En Tailandia, los mejores lugares para encontrar alimentos, hierbas y especias tradicionales son los mercados frescos locales. En la Camboya rural, es común ver los pequeños puestos a lo largo de la carretera vendiendo maíz, calabaza, verduras, frutas de temporada recién cosechadas, azúcar de palma y carne y pescado seco. Otras escenas similares se pueden ver en muchas otras partes del mundo, en diferentes zonas climáticas y geográficas.

Todos estos alimentos, crudos, cocinados y preservados son producidos y vendidos por los campesinos, pescadores, pastores, ganaderos y avicultores, procesadores de alimentos y empresarios locales a pequeña escala, la mayoría de ellos mujeres, a través de los diferentes tipos de mercados: temporales, permanentes, ambulantes, entregas directas, cooperativas, etc. La mayoría de los alimentos consumidos en el mundo son producidos por pequeños agricultores y trabajadores y distribuidos a través de los "mercados territoriales", que reflejan la gran diversidad de contextos que caracterizan la producción y distribución de alimentos a pequeña escala. Los mercados territoriales son una fuente importante de empleo y cruciales para combatir la hambruna y la pobreza.

Estos mercados cada vez se enfrentan más a las amenazas empresariales que lideran los supermercados e hipermercados, contratación, almacenaje y los sistemas de certificación y seguridad de alimentos. Las empresas usan políticas neoliberales y acuerdos de inversión, así como sistemas de marketing sofisticados para controlar cómo se producen, tasan, distribuyen y consumen los alimentos. La protección y el fortalecimiento de los mercados de los agricultores a pequeña escala son aspectos fundamentales de la soberanía alimentaria y de la restauración del control social sobre la economía.

Shalmali Guttal, *Focus on the Global South*

**suscríbete  
ahora!**

[www.nyeleni.org](http://www.nyeleni.org)

**Ayúdanos a construir el  
movimiento para la  
Soberanía Alimentaria  
desde las bases.**

**Cualquier contribución cuenta:  
Apoya el boletín Nyéléni.**

Banco: BANCA POPOLARE ETICA SCARL  
sucursal en España

Titular de cuenta: Asociación Lurbide –  
El Camino de la Tierra

IBAN: ES2315500001220000230821  
BIC/SWIFT: ETICES21XXX

## quiénes somos

En los últimos años, cientos de organizaciones y movimientos han participado en las luchas, actividades y diferentes tipos de trabajo para defender y promover el derecho de los pueblos a la soberanía alimentaria en todo el mundo. Muchas de estas organizaciones estuvieron presentes en el *Foro Internacional de Nyéléni* en el año 2007 y se sienten parte de un amplio Movimiento de Soberanía Alimentaria, que considera la declaración de Nyéléni 2007 como su plataforma política. **El boletín Nyéléni quiere ser la voz de este movimiento internacional.**

Las organizaciones involucradas son: Development Fund, FIAN, Focus on the Global South, Food First, Amigos de la Tierra Internacional, GRAIN, Grassroots International, IPC for food sovereignty, La Vía Campesina, Marcha Mundial de las Mujeres, Oxfam Solidarity, Radio Mundo Real, Foro Mundial de Pescadores y Trabajadores de la Pesca, TNI, VSF-Justicia Alimentaria Global, WhyHunger.

**! ha llegado la hora de la  
soberanía alimentaria !**

## Senegal: experiencias de marketing en cadenas cortas

Desde octubre de 2013, unas organizaciones de agricultores se han involucrado en un experimento de cooperativa agrícola llamado Sell Sellal, que facilita la distribución de frutas y verduras sanas en Dakar, verduras que se venden en mercados especializados semanalmente desarrollados y dirigidos por la cooperativa con el apoyo de Enda Pronat ([www.endapronat.org](http://www.endapronat.org)).

*“Esta iniciativa representa una oportunidad significativa para productores ya que la cooperativa compra los productos a un precio mucho más alto que en el mercado convencional (50 a 100 FCFA más por kilogramo adquirido).”*

Ndeye Binta Dione, presidente de los mercados Sell Sellal.

El principal resultado de Sell Sellal:

1. Entre 2013 y 2016, los volúmenes de ventas se multiplicaron por 10 (con 1.250 t / semana);
2. En 2015, la facturación alcanzó los 41.946 millones de FCFA de las que se beneficiaron 102 granjas familiares, incluyendo entre 5 y 7 empleados;
3. La cooperativa ahora tiene una estructura oficial y se encamina hacia la autonomía.

*“Los consumidores-actores de Dakar ahora pueden comer verduras sin pesticidas químicos ni fertilizantes en los cuatros puntos de distribución instalados en Dakar.”*

Maty Seck, vendedor de verduras de ASD.

Igualmente, la organización campesina Woobin, miembro de Sell Sellal, y apoyada por Enda Pronat, estableció un nuevo sistema de venta al por mayor en 2015. El mercado de venta al por mayor se basa en una lógica de economía circular que está garantizada por un sistema de monitorización y control de calidad y que aumenta la conciencia del productor sobre la agricultura sana y sostenible. Esto permitió la compra de 24.630 toneladas de cebollas en 2015 a 50 CFA/kg más que el precio convencional, contribuyendo al acceso a verduras sanas a la población en las áreas rurales y urbanas y al empoderamiento de mujeres.

## El reconocimiento, el apoyo y la protección de nuestros mercados territoriales<sup>1</sup>

(...)El grueso de los alimentos consumidos en el mundo (el 70%), es producido por productores y trabajadores a pequeña escala. La mayor parte de estos alimentos se canaliza a través de lo que proponemos llamar «mercados territoriales», tal y como se explica más adelante. Tan solo el 10-12% de los productos agrícolas se comercializa en el mercado internacional, en concreto se trata del 9% de la producción de leche, el 9,8% de la producción de carne, el 8,9% de la de arroz y el 12,5% de la de cereales<sup>2</sup>. La idea de «vincular a los pequeños productores con los mercados» es engañosa: más del 80% de los productores a pequeña escala de todo el mundo opera en los mercados territoriales, que son los más importantes para la seguridad alimentaria y la nutrición<sup>3</sup>. Queremos que estos mercados sean reconocidos, apoyados y defendidos mediante políticas públicas adecuadas.

Proponemos denominar a estos mercados «territoriales» porque todos están situados en áreas específicas con las que se identifican. La escala de estas áreas puede ir desde el nivel de una aldea hasta el de un distrito o incluso una región, de modo que no pueden definirse como «locales». Su organización y gestión puede incorporar un mayor o menor grado de formalidad, pero siempre hay alguna conexión con las autoridades competentes, de modo que no pueden definirse como puramente «informales». Satisfacen la demanda de alimentos en distintas zonas: rurales, peri urbanas y urbanas. Implican a otros actores a pequeña escala del territorio: comerciantes, transportistas y procesadores. A veces estas otras funciones las desempeñan los productores a pequeña escala o sus asociaciones. Las mujeres son aquí actores fundamentales, de modo que estos mercados les proporcionan una fuente importante de autoridad y de ingresos cuyos beneficios repercuten en sus familias.

Estos mercados son extremadamente diversos, pero todos se distinguen por ciertas características si se comparan con los sistemas globales de suministro de alimentos, por ejemplo:

- Están conectados directamente con los sistemas alimentarios locales, nacionales o regionales: los alimentos en cuestión se producen, procesan, comercializan y consumen dentro de un «territorio» concreto, la brecha entre los productores y los usuarios se reduce y la longitud del circuito se acorta.
- Desempeñan múltiples funciones económicas, sociales y culturales dentro de sus territorios, que comienzan por la provisión de alimentos, pero no se limitan a este aspecto.
- Son los más remunerativos para los productores a pequeña escala, ya que les ofrecen más control sobre las condiciones de acceso y los precios que las cadenas de valor establecidas.
- Contribuyen a la economía territorial, ya que permiten que una proporción mayor del valor añadido se mantenga en las explotaciones y las economías locales, y retorne a las mismas. Por lo tanto, suponen una importante aportación a la lucha contra la pobreza rural y a la creación de empleo.

Hay mercados vinculados a los territorios en todo el mundo. Son con gran diferencia los espacios más importantes de provisión de alimentos en regiones como África, Asia, Latinoamericano y el Cercano Oriente. Su importancia va en aumento en Europa y Norteamérica. (...) A pesar de ello, tanto las investigaciones y la recopilación de datos como la toma de decisiones sobre políticas públicas e inversiones los han ignorado, de modo que su funcionamiento no se entiende, apoya ni protege lo suficiente. Esto explica por qué todavía no existe un término consensuado para definirlos. El uso del enfoque territorial, del que los mercados son un componente importante, está ya muy extendido y va en aumento en el contexto de la gestión de recursos naturales, la planificación del desarrollo, la gestión de las relaciones en proceso de evolución entre los espacios rurales y los urbanos y la promoción del gobierno supranacional descentralizado.

1 - Este artículo ha sido extraído del documento “Vinculación de los productores a pequeña escala con los mercados” Qué propone el MSC. El documento completo [http://www.csm4cfs.org/wp-content/uploads/2016/02/SG\\_2016-SH\\_markets\\_4\\_pager-3-Clean\\_ES.pdf](http://www.csm4cfs.org/wp-content/uploads/2016/02/SG_2016-SH_markets_4_pager-3-Clean_ES.pdf)

2 - FAO (2015) *El estado de los mercados de productos básicos agrícolas 2015-16*; FAO (2015) *Perspectivas alimentarias. Resúmenes de mercado*.

3 - T.Reardon and J. Berdequé (de próxima publicación), “Agrifood marketing and value chains” del FIDA, Rural Development Report; E. Del Pozo-Vergnes (2013) *From survival to competition: informality in agrifood markets in countries under transition. The case of Peru*, IIED.

## Declaración de La Vía Campesina sobre Comercio, Mercados y Desarrollo en el marco de la CNUCYD 2016<sup>1</sup>

En el contexto de la décimo cuarta sesión de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (CNUCYD o UNCTAD), realizada del 17 al 22 de Julio en Nairobi, Kenya, La Vía Campesina reitera su compromiso con la Soberanía Alimentaria y el Derecho a la Alimentación, así como su resolución para acabar con el “paradigma de libre comercio” y el “desarrollo de mercado”; así llamados por el neoliberalismo, estos patrones que solo sirven para consolidar el poder de las multinacionales sobre nuestros sistemas alimentarios.

En cuanto a las Naciones Unidas, esperamos de la CNUCYD y sus estados miembros prioricen los procesos democráticos y participativos enfocados en políticas que promuevan con éxito la Soberanía Alimentaria. La CNUCYD no debe servir para promover los Acuerdos de Libre Comercio (ALCs), incluyendo los Acuerdos de Asociación Económica (AAE) con la Unión Europea en África, que sin excepción, han resultado en mayor hambruna, pobreza y exclusión para mucha gente de todo el mundo.

### Acerca de la CNUCYD

La Vía Campesina recibió con optimismo la publicación del informe de la CNUCYD titulado “Pequeños campesinos y el desarrollo de producción sostenible”, donde se reconoce el papel clave que desempeñamos en la cadena de producción alimentaria y en los mercados, así como la necesidad de que tanto gobiernos como instituciones multilaterales trabajen directamente con nosotros para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Pero nos oponemos frontalmente a las numerosas recomendaciones del informe acerca de mercantilizar la producción agrícola. Rechazamos de pleno la premisa implícita en el informe según la cual solo somos una fuente viable de alimento y nutrición a largo plazo si buscamos generar beneficios o “empresarializarnos”. Denunciamos los intentos continuos de mercantilizar la alimentación y la nutrición, y les recordamos a todos los asistentes de la 14a de la CNUCYD que la alimentación es un Derecho Humano. La CNUCYD puesta en marcha presenta un modelo neoliberal de comercio y libre mercado que contrasta fuertemente con el paradigma de Soberanía Alimentaria, en el cual los pequeños campesinos son actores sociales, culturales e históricos que toman decisiones basadas en una mirada de razones personales, éticas y culturales, no solamente el beneficio, el negocio y el mercado. Queremos que la CNUCYD nos proteja de los destructivos y secretos TLAs que promueve la antidemocrática OMC, tales como la Asociación Transatlántica para el Comercio y la Inversión (ATCI o TTIP), el Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP), el Acuerdo Económico y Comercial Global (AECG o CETA), el Acuerdo en Comercio de Servicios (TISA), los AAE y sus supuestos mecanismos de Arbitraje de diferencias estado-inversor (ISDS).

Nosotras y nosotros, el campesinado del mundo, actualmente, alimentamos a la mayoría de la población, a pesar de los múltiples tratados de libre comercio que buscan desubicar la producción y el comercio campesino en el mundo entero.

### Producción campesina y mercados locales

Más del 80% de las y los pequeños campesinos funcionan en ámbito local o regional, y una amplia mayoría lo hace mediante canales informales. Estos mercados tan diversos acogen la mayoría del flujo de alimento consumido mundialmente. El rango va de lo local a lo regional, y estos espacios se encuentran en zonas rurales, periurbanas y urbanas.

Dichos mercados están conectados a sistemas alimentarios locales, regionales y/o nacionales: el alimento se produce, procesa, comercia y consume en un área determinada, con lo que el valor añadido permanece en la zona y se comparte, con lo que se fomenta la creación de empleo. Tienen lugar en espacios organizados o de manera más informal, lo que dota a los pequeños agricultores de mayor flexibilidad y menos barreras para entrar en el mercado y más control sobre los precios y las condiciones. Sus funciones exceden el mero intercambio de bienes, son espacios de interacción e intercambio de conocimiento. Son los mercados más importantes, particularmente para las mujeres del campo, respecto a la inclusión y el acceso; contribuyen de manera significativa al cumplimiento de nuestro derecho a la alimentación y nutrición. *(continúa en la página 4)*

## Lanzamiento de un nuevo sistema de cajas de verduras

*Gian Paolo Berta, Los Jardines de Nyon, Suiza*

Mi nombre es Gian Paolo Berta y soy el coordinador de la ACP (Agricultura con contrato de proximidad por sus siglas en francés o Agricultura sostenida por la comunidad en inglés) “Los Jardines de Nyon” -un proyecto nuevo de agricultura local que la ciudad ha querido.

Primero tuvimos que encontrar un lugar para las entregas y las recogidas de las cajas. Contactamos con varias asociaciones, pero no funcionó. Parece que la percepción de organizaciones que apoyan las granjas contractuales no son muy positivas por aquí. Finalmente, el ayuntamiento nos encontró un almacén.

Cuando fuimos a visitarlo por primera vez, parecía frío y húmedo, ¡no era un salón de baile precisamente! Pero lo hemos renovado un poco y ahora estamos contentos con el resultado. Estamos encantados de haber podido empezar con las entregas.

Era importante para nosotros llegar a la raíz de esto, aunque no conseguimos el número de contratos que esperábamos. Nos falta cierta visibilidad, pero creo que, sobre todo, es importante transmitir los valores de este tipo de agricultura por contrato a la comunidad.

Para convencer a las personas para que se unan al proyecto, tienes que hablar de los problemas de los alimentos y de la agricultura e introducir la agricultura por contrato como una de las soluciones, tener un mensaje positivo.

Unirse a proyectos de agricultura por contrato es un acto simple (son accesibles a todos) siempre y cuando se conozcan las razones. Sólo somos un granito participando en un cambio mayor. Es importante presentarlo de esta manera.

**uno no vende  
la tierra por la cual  
camina su pueblo**

Tashunka Witko, 1840 –1877

**Mercados locales: producción sana y accesible**

*Lola Esquivel, Asociación de Trabajadores del Campo, Nicaragua*

Soy una productora afiliada a la Asociación de Trabajadores del Campo. Desde el 2001 comencé con esta práctica de los mercados locales, lo que ha representado una alternativa para generar ingresos y mejorar mi calidad de vida y de toda mi familia.

Para mí como productora es importante porque a través de los centros de distribución comunitarios das a conocer lo que producís, porque la producción de las mujeres está invisibilizado. Además te permite colocar tu producción fresca, sana y accesible para el consumidor.

El objetivo más rico es el traslado directo del productor al consumidor, porque normalmente los intermediarios se aprovechan de las y los pequeños productores y consumidores.

Además la iniciativa de los mercados locales contribuye con el mejoramiento de la dieta alimenticia porque el tomate que te comes, el ayote, el maduro son productos naturales y cosechados orgánicamente.



Rigel Stuhmiller - [www.rigelstuhmiller.com](http://www.rigelstuhmiller.com)

*(continúa de la página 3)* A pesar de su importancia, estos mercados informales se ignoran en los sistemas de recaudación de datos, lo que afecta negativamente a la hora de aportar pruebas que informen a las políticas públicas. La mayoría de mujeres pequeñas campesinas trabajan en estos mercados, su aporte esencial a la cadena alimentaria, incluyendo la distribución y el crecimiento económico permanece invisible en los procesos de desarrollo de políticas y en el comercio. Por eso estas mujeres enfrentan obstáculos a la hora de acceder a recursos y oportunidades de publicidad. Dada su relevancia para la seguridad alimentaria y las comunidades de pequeños campesinos, tanto inversiones como políticas públicas deberían orientarse a reforzar, ampliar y proteger los mercados campesinos locales y nacionales.

Nuestro llamado a la CNUCYD y sus estados miembros busca el apoyo al recabado extensivo de datos de los mercados a nivel local, doméstico e informal, tanto rural como urbano, su conexión al territorio en cuestión para mejorar la base de datos que crea políticas, incluso los datos no relacionados al género, y poder incorporar todo esto a los sistemas de recopilación de datos nacionales e internacionales.

Recomendamos precios transparentes y justos para todos los productos agrícolas que remuneren adecuadamente el trabajo y la inversión del pequeño campesino, especialmente las mujeres. Estas políticas de precios deberían proporcionar acceso asequible y puntual a la información del mercado que le permitiera tomar decisiones sobre qué, cuándo y dónde vender, y estar a resguardo del abuso de poder del comprador, especialmente en mercados saturados.

Exigimos programas públicos e institucionales de abastecimiento que permitan a los pequeños campesinos contar con una demanda regular y estable de sus productos a precios justos, y a los consumidores el acceso a productos sanos, nutritivos, variados, frescos y locales, incluso si hay crisis y conflictos. Queremos que dichos programas abastezcan a escuelas, hospitales, prisiones, asilos, cantinas de funcionarios, de manera que se integre en el proceso a los campesinos quienes aportan sus productos. Reiteramos nuestro llamado a una solución permanente al problema del almacenamiento público de los granos — dado los desequilibrios en las provisiones de apoyo de los países desarrollados — y nuestro compromiso en construir programas de abastecimiento públicos e institucionales sólidos.

Para que estos programas tengan éxito, les recordamos a los gobiernos nacionales que deben garantizar un acceso justo y equitativo a la tierra, el agua, el territorio y la biodiversidad, y para ello, les referimos a las Directrices voluntarias sobre la gobernanza responsable de la tenencia de la tierra, la pesca y los bosques en el contexto de la seguridad alimentaria nacional.

Los alimentos son un derecho humano y no se deben tratar como mera mercancía. Apelamos a la CNUCYD del 2016 a revisar cómo afronta el problema de la alimentación y su relación con el comercio y el desarrollo. El campesinado es el corazón de la producción de alimentos y necesitamos con urgencia la Soberanía Alimentaria — la cual requiere la protección y renacionalización de los mercados alimentarios nacionales, la promoción de circuitos locales de producción y consumo, la lucha por la tierra, la defensa de los territorios de los pueblos indígenas y una reforma agraria integral — no las falsas promesas de los sistemas de producción dependientes y muy exigentes en insumos externos y capital, al estilo de la Revolución Verde, los cuáles funcionan bajo la falsa premisa de la competitividad que logran éxito solo cuando perjudica los medios de subsistencia de los campesinos en otros lugares.

Recordamos a los gobiernos que tienen obligaciones respecto a la prestación de servicios públicos de calidad que dignifiquen la vida rural (salud, educación, etc.) y que no se puede cumplir con estas obligaciones sin precios justos que protejan los campesinos locales contra las transnacionales ávidas de lucro y el sistema de comercio internacional que sirve hoy en día solo a los intereses de la agroindustria y las otras élites empresariales. La CNUCYD, como órgano\* de la Naciones Unidas, debe procurar ser coherente con sus otros esfuerzos actuales, incluyendo la realización efectiva de la Declaración Universal de Derechos Humanos. Es así que junto con nuestros aliados en Nairobi, y en todo el planeta, les invitamos a unirse con nosotros en la lucha para la Soberanía Alimentaria y el fin del “libre comercio” promovido por instituciones antidemocráticas como la Organización Mundial del Comercio (OMC).

<https://viacampeina.org/es/index.php/temas-principales-mainmenu-27/soberanalimentary-comercio-mainmenu-38/2734-declaracion-de-la-via-campesina-sobre-comercio-mercados-y-desarrollo>

## cuadro 1 Pesca y agroecología

*“Estamos diciendo que nuestra manera de pescar...de hecho, es la agroecología que estamos haciendo. Pescando de manera muy selectiva, y cuidando el medio ambiente. Nuestra interconexión con el océano siempre ha estado ahí pero ahora tenemos un término que describe nuestra conexión con el océano. La agroecología ayuda a describir la práctica pesquera que hemos estado llevando a cabo en los últimos 5000 años.”*

Christian Adams, Masifundise, Sud Africa, pescador y miembro del WFFP

La pesca comparte dinámicas estructurales parecidas que la agricultura y la ganadería, y en muchos contextos los pescadores también son campesinos. La pesca de pequeña escala debe enfrentarse a la pesca industrial del mismo modo que las agriculturas y ganaderías campesinas se enfrentan a la agricultura industrial. Además, en la pesca artesanal o marisqueo y algunas formas de acuicultura de pequeña escala, se siguen unas normas, al igual que en la agroecológica, de la utilización en el uso de artes de pesca adecuadas para cada especie, el respeto por la época de trabajo, según las especies, el control de la cantidad estipulada por día de pesca, la siembra, protección y conservación de manglares, para asegurar la sostenibilidad, la biodiversidad en la producción y la dieta.

Además, la pesca se encuentra con las mismas dificultades que lo agrario en su relación con la comercialización y distribución. Al igual que en la agricultura, un cuello de botella se da en la concentración en la distribución. Mayor información sobre el lugar de origen, sobre su método de producción, la creación de sellos de calidad y de producción ecológica, se han visto desde lo agrario como pasos necesarios pero no suficientes: la venta directa, los canales cortos, los mercados de productores, junto con las tradicionales y nuevas formas de distribución de manera articulada entre productores y consumidores son estrategias que ya se trabajan en ambos sectores, entonces es un campo fértil para intercambiar aprendizajes.

Ya se aprendió que no sólo había que producir agroecológicamente sino que también había que venderlo agroecológicamente, para evitar que mediante sellos ecológicos se apropien las grandes productoras y comercializadoras de los beneficios económicos y conviertan esos alimentos en productos exclusivos para élites, sin que beneficien realmente a las productoras.

Para fortalecer este trabajo, hace falta la colaboración: 1.) entre productores pesqueros de pequeña escala incluyendo la participación creciente de jóvenes y mujeres para la defensa de sus territorios y sus manejos agroecológicos, para el acceso a los medios de producción y a canales de comercialización propios; 2.) entre los y las pescadores/as de pequeña escala y las consumidoras para construir canales de confianza basados en productos de calidad, locales, de temporada y con manejos agroecológicos; y 3.) el diálogo de saberes entre los movimientos pesqueros y campesinos. Son pasos que el mundo de la pesca va dando, a la vez fortaleciendo su voz colectiva y articulando alternativas reales.

## cuadro 2 Convertir la tendencia del supermercado tsunami

Es fácil ver la absorción empresarial de nuestro sistema alimentario desde la perspectiva de la agricultura: es visible en la expansión de los monocultivos a gran escala, en la apropiación de la tierra y las aguas y en el desplazamiento de los campesinos y de las comunidades indígenas. Pero la expansión del control empresarial se esparce por todas las cadenas de suministros de alimentos mundiales, desde las grandes explotaciones a las estanterías de los supermercados. De hecho, el rápido cambio de los mercados frescos a los supermercados en el contexto de la distribución de alimentos también tiene implicaciones alarmantes como el cambio del campesino a las explotaciones industriales.

En muchos países en desarrollo en la región del Pacífico asiático, por ejemplo, los mercados de productos frescos proporcionan subsistencia a millones de personas -desde los agricultores a pequeña escala que aportan sus cosechas a los pequeños propietarios de puestos, artesanos, vendedores callejeros y una gran variedad de otros trabajadores informales que obtienen escasos ingresos de este sector, tales como portadores y cargadores en los mercados. En India, casi 40 millones de personas dependen del sector del comercio informal y los mercados de productos frescos; y en Indonesia más de 12 millones de personas dependen de los mercados de productos frescos<sup>1</sup>. Miles de vendedores ambulantes -que trabajan cada día para proporcionar alimentos a las comunidades urbanas- son el corazón de las ciudades como Bangkok y Hanói. Una encuesta realizada por el Departamento de Comercio de Hanói sobre el estado de los vendedores ambulantes muestra que existen unos 5.000 vendedores de verduras y 9.000 vendedores de frutas en los distritos interiores de la ciudad, siendo las mujeres un 93 por ciento de las vendedoras, 70-80 por ciento de las cuales provienen de las provincias circundantes<sup>2</sup>. Una encuesta realizada en 2010 por la Administración Metropolitana de Bangkok muestra la sorprendente cifra de 40.000 vendedores ambulantes operando en la ciudad de forma diaria<sup>3</sup>.

La rápida “supermercatación” de los mercados mundiales de alimentos, facilitada por el crecimiento de numerosos acuerdos de inversión y de libre comercio, es lenta y sin duda un factor de marginación, también domina los lugares de millones de personas cuya subsistencia depende de este sector. Al mismo tiempo, reduce el acceso a los alimentos adecuados y nutritivos al manipular los precios de los alimentos y de la agricultura. Los supermercados hacen que los productos básicos sean caros mientras que también crea la explosión de la comida basura -inundando con alimentos baratos y procesados los mercados locales y afectando de manera adversa la salud pública<sup>4</sup>.

Este cambio hacia los supermercados no es una solución para alimentar una población en constante aumento. Sino que sólo transferirá el control y el acceso de los alimentos a un puñado de comerciantes internacionales estrechamente ligados con la agroindustria. En toda la región del Pacífico asiático existe un aumento de la concienciación y resistencia a los vendedores internacionales y cadenas de supermercados en las comunidades de campesinos, los sindicatos de vendedores ambulantes y consumidores. Es importante continuar construyendo alianzas estratégicas y alternativas que desafíen la tendencia de la “supermercatación”.

1 - <https://www.grain.org/article/entries/5010-food-sovereignty-for-sale-supermarkets-are-undermining-people-s-control-over-food-and-farming-in-asia>

2 - <http://vietnamnews.vn/talk-around-town/256804/street-vendors-vital-vibrant-part-of-ha-noi.html#uPfKopThd4xKdhAA.99>

3 - <http://wiego.org/sites/wiego.org/files/publications/files/Yasmeen-Vending-Public-Space-Bangkok-WIEGO-PB16.pdf>

4 - <https://www.grain.org/article/entries/5170-free-trade-and-mexico-s-junk-food-epidemic>

## cuadro 3 Agricultura orgánica y la experiencia del mercado comunitario de OFBMI

La Agricultura Orgánica de Barangay Macabud (OFBMI, por sus siglas en inglés) es una cooperativa de agricultores formada por casi cien beneficiarios de las reformas agrarias en la provincia de Rizal, Filipinas. Se formó tras dos décadas de lucha por la tierra, la OFBMI busca revitalizar la producción agrícola en el área a través de la agricultura comunal y agroecología.

Desde su creación en 2014, la OFBMI se comprometió seriamente con el gobierno para acceder a los servicios de apoyo necesarios para mejorar las capacidades y los ingresos de los campesinos. Esto entra dentro del contexto de la pobreza generalizada en el área causada por una batalla legal protegida por la propiedad de la tierra, con la mayoría de las familias viviendo por debajo de los 2 dólares al día y cultivos de subsistencia. En un año, la OFBMI recibió semillas y materiales vegetales, así como equipamiento, tales como trituradoras y tractores de mano.

Al ser parte de la PARAGOS-FILIPINAS, una organización nacional de campesinos y miembro de La Vía Campesina, algunos miembros de la OFBMI pudieron atender a la formación en agroecología. Esto, junto con la perspectiva de compromiso de los mercados especializados para productos orgánicos influyó positivamente en la decisión de la OFBMI para volverse 100% orgánica. En un corto período de tiempo, la mayoría de los miembros campesinos han podido producir suficiente aporte orgánico incluyendo humus de lombriz para sus propias necesidades y granjas comunales.

Sin embargo, la mayoría de los mercados orgánicos ahora están dominados por cooperativas/granjas más grandes con mayores capacidades de producción y la Certificación de Productos Orgánicos de Terceros. La OFBMI se dio cuenta de que, aunque los precios son más competitivos, simplemente no pueden continuar con la creciente demanda de productos orgánicos. El grupo decidió volver a su base. “¿Por qué deberían vender nuestras verduras a la clase media y alta cuando la mayoría de las familias en nuestro pueblo siguen hambrientas?!” exclamó un campesino. Hoy en día, la OFBMI ha establecido un “mercado comunitario” donde se venden productos orgánicos a precios que marca el productor en un esfuerzo de no crear sólo una conciencia de la agroecología sino también proporcionar alimentos seguros y saludables para igualar a los más pobres en la comunidad. Otros productores y vendedores de los mercados locales estaban incluso convencidos a atender a los ejercicios de formación orgánica que la OFBMI organiza de forma regular. Los beneficios son raramente altos en el mercado de la comunidad, pero son suficientes para sostener y ampliar la iniciativa para la disponibilidad y seguridad alimentaria.



## cuadro 4 Convertir la tendencia del supermercado tsunami

La Federación de Cooperativas para el Desarrollo - FECODESA trabaja para mejorar las condiciones de los pequeños agricultores, reducir el riesgo e incrementar las oportunidades de mercado. FECODESA es una federación nacional de cooperativas de pequeños y medianos agricultores en Nicaragua que unifica 6.000 familias comprometidas con la agricultura de pequeña escala. Las familias producen su propia comida y venden su exceso de producción a los mercados locales, nacionales e internacionales a través de sus cooperativas y de FECODESA. FECODESA ha adoptado los principios de la cooperativa para su trabajo poniendo énfasis en los procesos democráticos.

FECODESA se estableció en 2006 y proporciona capital, oportunidades de mercado y desarrollo de capacidad a sus miembros, contribuyendo así al incremento de la productividad en los campos, incrementando la calidad de la producción y añadiendo valor a los bienes primarios. Además, FECODESA participa activamente en las iniciativas gubernamentales y en las mesas redondas donde se deciden las políticas agrícolas, técnicas y mecanismos financieros.

Una integración formal en dichas áreas, donde los pequeños agricultores normalmente no tienen mucha representación, permite a FECODESA tener voz y voto representando los intereses de los pequeños agricultores.

**Mecanismos de mercado:** Organizar a los pequeños agricultores en cooperativas les ayuda a ser el motor central en los espacios económicos y políticos ligados al sector agrícola en Nicaragua. Esto se consigue organizando primero a los agricultores en cooperativas, después organizándolos como una red de cooperativas con intereses similares y, por último, participando en los casos de toma de decisiones para una mayor representación de los intereses de los pequeños agricultores.

**Elementos clave del éxito:** 1) Legitimidad. FECODESA fue establecida, es propiedad y está dirigida por los campesinos a pequeña escala. La operación está motivada por los intereses compartidos de los miembros; mejorando las condiciones de vida y teniendo en cuenta las consideraciones medioambientales; 2) Una fuerte organización. Todas las cooperativas en FECODESA trabajan para crear una estructura gubernamental financiera e interna en su propia organización; 3) Transparencia, alto rendimiento financiero y sistemas gubernamentales. Las operaciones de FECODESA se construyen en sistemas que permiten que las soluciones capitales, de conocimiento y técnicas lleguen rápidamente a sus miembros; 4) Fuerte promoción trabajando para defender los intereses de los pequeños agricultores, tanto a nivel local como nacional. FECODESA se dio cuenta de que la influencia de los pequeños agricultores en el proceso de la toma de decisiones es absolutamente fundamental para alterar el equilibrio de poder en el sector de la agricultura.

## El 2º Fórum Europeo Nyéléni sobre Soberanía Alimentaria - 26-30 de octubre de 2016, Cluj-Napoca, Rumanía

Los ciudadanos europeos de todo el continente se están organizando desde las bases para recuperar el control de sus sistemas de agricultura y alimentos. El 2º Fórum Europeo Nyéléni sobre Soberanía Alimentaria tendrá lugar en la Expo de Transilvania en la ciudad de Cluj-Napoca, Rumanía entre el 26 y el 30 de octubre. Es la segunda vez que el Fórum de la Soberanía Alimentaria tiene lugar en Europa. El primero se celebró hace 5 años, en 2011 en Krems, Austria, en el que se reunieron más de 600 personas de todo el continente. Estamos motivados y orgullosos de desarrollar este proceso, centrándonos esta vez en incluir más países del Este de Europa y de Asia Central.

*“Estoy orgullosa de que un evento con tanta transcendencia tenga lugar en Rumanía, un país con una cultura campesina muy arraigada. Soy una joven campesina en Rumanía y creo que no podemos trabajar solos para desarrollar nuestro futuro. Necesitamos cooperación, solidaridad y una estrategia común. ¡Este fórum será una gran oportunidad para todo ello! Juntos podremos construir nuestro propio sistema alimentario y luchar por nuestros derechos”,* Attila Szocs, Asociación Eco Ruralis.

¡Únete al Movimiento de la Soberanía Alimentaria! [www.nyelenieurope.net](http://www.nyelenieurope.net)