

Guía práctica y teórica

PARA LA PERSONA FACILITADORA



CARACTERÍSTICAS DEL MANUAL DE CAPACITACIÓN CIALCO

Antecedentes

Este manual fue elaborado a base de una primera experiencia de capacitación dirigida a los líderes/as de las organizaciones que inciden en el territorio del proyecto Píllaro-LAIF en Tungurahua, y a los técnicos/as de instituciones como el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el Honorable Gobierno Provincial Intercultural de Tungurahua, los actores de los GAD parroquiales y de los municipios, la CONAGOPARE, las fundaciones que inciden localmente, etc.

A base de esta primera experiencia se elaboró la presente guía de capacitación, a destinación de las personas capacitadoras.

Características del manual

Este manual de capacitación es dirigido a las personas facilitadoras para los talleres de CIALCO. El módulo Género tiene una duración total de **9h30**.

El manual está elaborado con apoyo teórico y anexos, que se encuentran en el **DOSIER DOCUMENTAL**.

Recomendaciones

Las recomendaciones elaboradas a partir de la primera experiencia de capacitación son las siguientes:

- ✓ Utilizar en mayoría una metodología participativa
- ✓ Tener una actitud proactiva y dinámica con los participantes del curso
- ✓ Utilizar dinámicas para mezclar los participantes y así homogeneizar el grupo
 - *Ejemplo: Cada que la persona capacitadora dice ¡SIGA CALIENTE! Los participantes tienen que rápidamente levantarse y cambiar de silla.*
- ✓ Prohibir el uso del Power Point: favorece la somnolencia de los participantes y excluye a los participantes que tienen dificultades en leer, o en escuchar y leer al mismo tiempo.
- ✓ Adaptar los datos a los de la zona donde se da la capacitación
- ✓ Al inicio de cada taller hacer una dinámica de estiramientos para calentar el cuerpo (más que todo si se inicia el taller en la mañana).
- ✓ Hacer las actividades al aire libre cuando es posible (juegos, socio dramas) para cambiar de ambiente y relajar las tensiones.
- ✓ Antes de iniciar con la temática, la persona capacitadora va a hacer una dinámica de presentación si es la primera vez que conoce a los participantes, o si hay nuevos participantes.

La dinámica de presentación puede hacerse de diferentes formas: compararse a un animal, una planta, un color, un paso de baile, y explicar por qué; cada uno escribe su nombre en una carta, las mezclamos, y cada participante (empezando por la persona capacitadora) se presenta, pregunta la carta de quién tiene, y esta persona se presenta, etc. Puede haber otras dinámicas de presentación.

Evaluación de la capacitación

Después de cada taller se recomienda hacer una evaluación, para ver si los conocimientos han sido asimilados por parte de los participantes, evaluar su grado de satisfacción, y que se pueda dar sugerencias para mejorar el contenido del presente manual.

Al final de la temática de CIALCO, se recomienda hacer una actividad-juego para recordar lo que se ha aprendido en los talleres

AGENDA DE CAPACITACIÓN EN

CIALCO

Este manual de capacitación no menciona video, por lo que las personas facilitadora podrá escoger cualquier video para indicar una(s) experiencia(s) exitosa de CIALCO.

CIALCO			Duración total: 9h30
Activi- dad/ duración	Descripción de la actividad	Materiales necesarios, apoyo documental	
A1 1h	El juego del mercado Como introducción al taller, hay que dejar claras cuáles son las reglas del mercado con las que jugamos los productores. Para eso, se hace el juego descrito en Anexo 1. Objetivo Los/as participantes entienden que la cooperación, la asociación, la organización en grupo, da peso y más oportunidades para crecer en la sociedad capitalista.	Anexo 1	
A2 1h15	Definición y tipos de CIALCO Se distribuyen a los participantes las cartas en Anexo 2, con el objetivo de ordenarlas: cada tema (productores, consumidores, distribución, modelo de producción, recursos naturales) tiene entre una y 4 cartas asociadas. Una vez que han ordenado todas las cartas, reflexionan para elaborar una definición de los CIALCO. Se puede hacer en forma de una lluvia de ideas o bien de un debate/conversación. Si algunos conceptos faltan la persona facilitadora guía los/as participantes para que la definición fuera la más completa posible. En un segundo tiempo, se pregunta a los participantes, a base de la definición que se ha dado, que tipos de comercialización son mecanismos de CIALCO. Para que encuentren los 5 tipos de CIALCO mas importantes en el Ecuador, la persona facilitadora guía la reflexión de los/as participantes. Objetivo Los/as participantes pueden definir los CIALCO y conocen los diferentes tipos de CIALCO que existen. Se da más importancia a la venta directa (ferias, canastas)	Guía de apoyo teórico A2 Anexo 2	
A3	CIALCO y desarrollo	Guía de apoyo teórico A3	

1h	A partir de la actividad anterior, los/as participantes reflexionan en los objetivos de los CIALCO. Muchos ya aparecen en las cartas del Anexo 2, pero la persona facilitadora completa con lo que falta. Se hace en forma de una lluvia de ideas, donde los/as participantes escriben sus ideas en cartas de papel y la persona facilitadora ordena las cartas al momento de pegarlas en un papelote. Se hace un mapa mental de los objetivos de los CIALCO a partir de los resultados de la lluvia de ideas. Los/as participantes pueden ilustrar con dibujos. Objetivo Los/as participantes conocen los objetivos de los CIALCO, y lo relacionan con el desarrollo justo y sostenible del territorio.	
A4 1h	Comparación de modelos de comercialización Los participantes se dividen en 2 grupos, que tienen que mencionar las características de la comercialización convencional y de la comercialización alternativa. Después de una reflexión en grupo anotan en la pizarra o en un papelote para hacer dos columnas, una para cada modelo. En vez de columnas se pueden usar otras formas (por ejemplo un planeta feliz y un planeta triste) Después de tener los dos modelos de comercialización se hace una reflexión debate sobre la importancia de los CIALCO para el desarrollo comunitario. Objetivo Los/as participantes hacen una comparación entre CIALCO y modelo convencional de comercialización.	Guía de apoyo teórico A4 Anexo 3
A5 1h15	Vinculación de los CIALCO con otras temáticas del desarrollo La persona facilitadora da las definiciones de los conceptos transversales de los CIALCO: soberanía alimentaria, agricultura resiliente, economía solidaria, consumo responsable. A base de estas definiciones, los/as participantes tienen que encontrar los vínculos entre los CIALCO y estos temas. Se dividen en 4 grupos, y cada grupo tiene que reflexionar: ¿qué aportan los CIALCO a la soberanía alimentaria? ¿Cómo los CIALCO contribuyen al consumo responsable? ¿Por qué los CIALCO son un modelo de comercialización resiliente? ¿En qué participan los CIALCO a la economía solidaria? Después de un momento de reflexión en grupo, los participantes tienen que hacer un mapa mental, vinculando cada característica de los CIALCO con los temas transversales. Previa a la elaboración del mapa mental la persona facilitadora puede ayudar a sintetizar las características que son comunes a varios temas. Pueden llegar a un mapa mental parecido al que tenemos en Anexo 3. Objetivo Los/as participantes relacionan los CIALCOs con soberanía alimentaria, agricultura resiliente, economía solidaria, consumo responsable	Guía de apoyo teórico A5 Anexo 3

A6	Impactos de los CIALCO	Guía de apoyo teórico A6
1h	A base de lo que ya se ha realizado en las actividades anteriores, los/as participantes reflexionan acerca del impacto de los CIALCO. Se dividen en 3 grupos: un reflexionara sobre los impactos en el ámbito productivo, otro en el ámbito económico, y otro en el ámbito social. Después de la reflexión en grupo, se hace una exposición al resto de los/as participantes. Basándose en el apoyo teórico, la persona facilitadora podrá guiar la reflexión para llegar a encontrar todos los impactos, ya sea en el momento de la reflexión grupal o bien en el momento de la exposición general. Objetivo Los/as productores identifican los cambios que se dan en todos los ámbitos de las vidas de productores y consumidores, y lo relacionan con beneficios directos o indirectos.	
A7	Juego de roles	Anexo 4
2h	Esta actividad es un juego de roles. La persona facilitadora reparte los/as participantes entre los 3 tipos de personajes, como indicado en las reglas. Se explican las reglas a todos los participantes. Las partes en <i>cursiva</i> son para la persona facilitadora, no se tienen que indicar a los/as jugadores. Cuando se termina el juego, los/as participantes empiezan la reflexión descrita en las reglas. Objetivo Los/as productores conocen el funcionamiento de una feria campesina.	
A8	Fomento de los CIALCO	Guía de apoyo teórico A8
1h	A partir de la reflexión que se dio en el juego de roles, los/as participantes identifican los factores claves para la implementación y la sostenibilidad a la vez productiva, económica, ambiental y social de una feria campesina. Se hace en una forma de lluvia de ideas en la que todos los/as participantes escriben sus idean en varias cartas de papel; la persona facilitadora ordena las cartas al momento de pegarlas. Completará e insistirá en particular en los puntos que no han sido mencionados durante el juego de roles, apoyándose en el apoyo teórico. Para cerrar el taller, se hace una ronda entre todos los participantes que tienen que mencionar cómo a nivel individual podemos apoyar a los CIALCO. Objetivo Los/as participantes pueden definir las diferentes etapas para fomento de las ferias campesinas	

APOYO TEÓRICO A2

Definición

Los circuitos alternativos de comercialización (CIALCO) son una forma de comercialización que busca vender productos diversificados, de origen agroecológico, sano, o con una producción limpia, con la voluntad de preservar los recursos naturales y los patrimonios culturales, y que fortalezca las relaciones campo-ciudad involucrando en el mecanismo de CIALCO tanto los productores como los consumidores.

Son espacios locales de encuentro directo entre productores y consumidores en condiciones equitativas para las dos partes, donde se establecen relaciones que superan la compra-venta de productos. Se valora tanto la importancia del trabajo del agricultor como el rol del consumidor y se consolida la soberanía alimentaria a escala territorial.

Principios de los CIALCO

1. Abastecimiento local
2. Encuentro directo entre productores y consumidores
3. Condiciones equitativas de intercambio
4. Valoración de la importancia del agricultor
5. Productos frescos y generalmente más sanos
6. Rol activo del consumidor

¿Qué tipos de CIALCO se encuentran en Ecuador?

En relación con la definición de CIALCO, se identifican 5 tipos de CIALCOs en Ecuador.

Ferias campesinas

Son espacios privados o públicos (plazas, mercados, predios,...) en los cuales se organizan las familias de micro, pequeños y medianos productores, para **vender sus productos**, con una frecuencia establecida (semanal, quincenal, mensual) y **facilitan el acceso** a los consumidores de **productos de calidad** (limpios, "de campo", agroecológicos,...) lo que permite **mejorar sus ingresos y favorecer la seguridad y soberanía alimentaria**.

En la práctica existen más ferias campesinas en la región Sierra que en la región Costa, probablemente por el hecho de que las organizaciones de productores no son fortalecidas, y las producciones se orientan más a la exportación.

Canastas de consumidores

Muy raras veces las organizaciones de productores son al origen de la formación de las canastas.

Generalmente son iniciativas de grupos de familias urbanas que se organizan para **comprar colectivamente productos frescos**, que luego se reparten de forma equitativa.

Estas experiencias generalmente presentan dificultades acerca de:

- El **precio de venta** que a veces no responden a los costos de producción ,
- Los **pequeños volúmenes** pedidos,
- La **falta de diversidad** de productos,
- La **falta de tesorería o capital** para permitir un pago directo a los productores.

Por estas dificultades no existen muchas experiencias positivas de este tipo de CIALCO.

Tiendas campesinas y las tiendas de productos campesinos

Las **tiendas campesinas**, son tiendas de las organizaciones de campesinos, administradas por ellas, y que les permiten vender los productos de sus socios, y generar una mínima ganancia para el funcionamiento de la tienda.

Las **tiendas de productores o productos campesinos**, al contrario, pertenecen a organizaciones privadas con o sin fines de lucro, que se especializan en la venta de productos adquiridos a los productores, y con una visión de comercio solidario (Ejemplo: CAMARI).

Exportación asociativa de productos campesinos bajo normas de comercio justo o sostenible

Las organizaciones de productores que tienen mayor producción se dirigen al comercio internacional, enfocado a un **"Comercio Justo"**.

Para ello necesitan obtener una **certificación**, a veces costosa y complicada.

Sin embargo, esto les permite:

- **Recibir un precio justo** para sus productos,
- **Mejorar sus condiciones de vida** con el fortalecimiento organizativo y el empoderamiento individual,
- **Responsabilizarse en el cuidado del medio ambiente.**

En Ecuador la Coordinadora Ecuatoriana de Comercio Justo (CECJ) es una plataforma nacional que agrupa a 12 organizaciones.

Compras públicas

En el marco de programas públicos de compra de productos básicos y de primera necesidad, los pequeños productores pueden llegar a ser **oferentes de sus productos directamente al Estado**.

Sin embargo en la práctica existen dificultades para los micros, pequeños y medianos productores:

- En algunos casos los volúmenes que se demandan son muy altos, y en algunos casos son demasiado pequeños.
- El precio no siempre responde a los costos de producción
- Hay muchos requisitos para los productores: ser organización jurídicamente reconocida, tener RUC, RUP, estar inscrito en el INCOP, etc.
- Se requiere un suficiente capital de trabajo para la compra de los productos
- Disponer de una oferta de productos que compita con los intermediarios (en precio y calidad) y que se ajuste a los presupuestos del Estado.

Otros mecanismos de CIALCO

Se puede imaginar un sin límite número de mecanismos de CIALCO, así como: venta directa a hoteles, restaurantes, venta por Internet, la comercialización "hormiga" organizada (puerta a puerta), etc. Para que se considere un CIALCO, todos estos mecanismos requieren la organización tanto por parte de los productores como de los consumidores.

APOYO TEÓRICO A3

Beneficios de los CIALCO

- Valoración de los productores familiares como proveedores de alimentos.
- Contribuye a la sostenibilidad del medio ambiente y la conservación de la biodiversidad
- Promueve la diversificación productiva

- Fomenta el abastecimiento de alimentos locales
- No existen intermediarios
- Favorece la soberanía alimentaria
- Encuentro directo entre productores y consumidores
- Construye procesos de autonomía económica local
- Genera vínculos directos de concientización y colaboración entre el campo y la ciudad
- Intercambio de productos y semillas con otros productores
- Mejora las destrezas de venta asociativa.

Por las dimensiones que abarcan los CIALCOs, y por los diferentes actores que involucra, el fomento de circuitos alternativos de comercialización tiene los siguientes objetivos:

- La implicación de una o varias **organizaciones** en el proceso;
- La implicación **del consumidor** durante todo el proceso de implementación del CIALCO: encontrar el espacio para implementación del nuevo mercado, involucramiento en el funcionamiento de la organización, consolidación de la organización, etc.
- El deseo de **relaciones sociales** campo-ciudad más fuertes y equitativas;
- El acceso al mercado de los **productores familiares**;
- La voluntad de **preservar o dinamizar patrimonios culturales y revalorizar la producción local**;
- Mantener el principio de **sostenibilidad ambiental** lo que permitiría conseguir una “producción sana y limpia”

APOYO TEÓRICO A4

Impactos de los CIALCOs	Impactos de los circuitos convencionales
Reduce o elimina los intermediarios	Muchos intermediarios, lo que tiene consecuencias negativas en el medio ambiente (contaminación)
Precio justo pagado al productor, sin aumentar el precio que paga el consumidor	Precio muy bajo pagado al productor.
Disminuye el riesgo de mercado	Aumenta la dependencia a semillas patentadas, variedades y precios impuestos por los mercados convencionales
Permite aumentar los ingresos agrícolas de los pequeños productores y su nivel de vida	Aumenta la vulnerabilidad económica de la población agrícola rural.
Permite al consumidor conocer y controlar el origen y el modelo de producción de los productos agrícolas que compra	El consumidor no tiene ningún poder ni información sobre el origen y el modelo de producción de lo que compra
Promueve una producción agroecológica, sin uso de insumos químicos, reemplazados por el uso y producción de bioinsumos.	Favorece un modelo agrícola convencional, con uso de muchos insumos químicos.
Promueve una producción diversificada, que permite mejorar la dieta de los productores y de los consumidores	
Promueve la identidad cultural a través de la alimentación, el rescate y el intercambio de saberes, semillas y variedades ancestrales.	

Promueve el consumo y la producción responsable: uso de canastas o fundas de tejido que se reúsan, en vez de las fundas de plástico a uso único; disminución de las pérdidas poscosecha.	Favorece una agricultura dañina para el medio ambiente y los seres humanos, que desperdicia alimentos (poscosecha), y que hace un uso intensivo de recursos fósiles elaborados en mayoría a base de petróleo, sin futuro a largo plazo.
Favorece una agricultura resiliente, autosuficiente, respetuosa del medio ambiente y de los seres humanos	

Los CIACLO tienen otros alcances: alcances en el tipo de economía, de producción agrícola y de consumo que se fomenta. Los CIALCO participan a defender los derechos (alimentación), participan al empoderamiento de las mujeres y a la soberanía alimentaria.

APOYO TEÓRICO A5

Soberanía Alimentaria

El concepto de soberanía alimentaria desarrollado en los últimos años se ha convertido en un importante eje de lucha de las organizaciones campesinas en defensa de la agricultura.

La soberanía Alimentaria es un concepto definido por la organización de campesinos **Vía Campesina** a finales del siglo XX, y que propone una alternativa para priorizar la alimentación de los pueblos en vez del comercio internacional.

Los **5 pilares** de la soberanía alimentaria son:

- El derecho a una alimentación adecuada,
- La preservación de los recursos naturales,
- La eliminación del hambre y de la malnutrición,
- El acceso a los medios de producción (agua, tierra, semillas, plantas, animales, crédito, etc.)
- Reorganizar la comercialización de productos alimenticios (más local)

Alcanzar la soberanía alimentaria requiere que se garantice a los productores campesinos, **el acceso** en cantidad suficiente y en condiciones de equidad a la tierra, al agua y a las semillas para poder decidir libremente **de qué forma valorizar sus alimentos y comercializarlos**.

¿De qué manera logran los CIALCOs favorecer la soberanía alimentaria?

Adoptar circuitos alternativos de comercialización permite a las productoras y a los productores:

- **Alcanzar una mejor sostenibilidad económica:** pueden vender sus productos a un precio más justo ya que se evitan intermediarios, sin que sea más elevado para el consumidor.
- **Acceder a productos saludables y recuperar el patrimonio alimentario:** la comercialización de productos sanos le da al consumidor la posibilidad de acceder a productos que no ponen en riesgo su salud, ni la de su familia.
- Además, favorece el autoconsumo y el trueque en las ferias, lo que permite mayor diversidad en las dietas de los productores.
- **Favorecer la resiliencia de las cadenas agrícolas:** tener puntos de comercialización seguros, promover la agricultura sin insumos químicos y la protección del medio ambiente son funciones que cumplen los CIALCOs y que aumentan la resiliencia en toda la cadena agrícola.

Agricultura Resiliente

Como vimos, los CIALCOs permiten aumentar la resiliencia de los sistemas agrícolas, no solo a nivel de insumos y recursos; transformación, sistema de distribución, sistema de comercialización, y por ende el consumo.

¿Cómo el fomento de los CIALCOs aumenta la resiliencia de la agricultura a todos los niveles de la cadena agrícola?

- **Cultivos y Medio Ambiente:** los CIALCOs promueven un modelo de agricultura con bajos y hasta cero insumos. Lo pueden controlar con sistemas participativos de garantía donde productores y consumidores definen las exigencias de la producción.
- **Diversidad de producción y semillas:** promueven la diversidad de cultivos, variedades y razas, la recuperación de los saberes ancestrales y locales, y la protección de las semillas.
- **Agua y suelos:** el fomento de una agricultura de bajos insumos respetuosa del medio ambiente va de mano con la conservación de los recursos como el agua y la tierra.
- **Empoderamiento de las mujeres y resiliencia económica:** en la aplicación práctica de los CIALCOs, el papel de la mujer es primordial y genera ingresos que les permite ser parte de la economía familiar y local.

Todos los factores descritos son parte íntegra de la agricultura resiliente, y son estrategias para aumentar la resiliencia de los sistemas agropecuarios. Por esa razón el fomento de los CIALCOs es directamente vinculado, y favorece la agricultura resiliente.

Economía Solidaria

La Economía Solidaria es un concepto reciente, sin embargo es antiguo en cuanto a su existencia en las diversas prácticas socioeconómicas. El MESSE (Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador) define la economía solidaria como:

“La forma de convivencia entre las personas en armonía con la naturaleza para satisfacer las auténticas necesidades humanas y garantizar el sostenimiento de la vida, mediante la fuerza de la organización, aplicando los saberes y prácticas ancestrales de manera integral, para transformar la sociedad y construir una cultura de paz”.

En el caso particular de los circuitos alternativos de comercialización, la economía solidaria propone un modelo alternativo de desarrollo, que se construye desde la propia experiencia de las organizaciones y sus pueblos con experiencias prácticas. El objetivo es de tener una **transición desde los mercados convencionales y excluyentes, hacia mercados éticos a nivel económico, productivo, comercial y de relaciones sociales**. Las ferias solidarias son un ejemplo de construcción de espacios de intercambio, de comercialización, de aprendizaje y de articulación.

Consumo Responsable

La comercialización vía mercados alternativos es una oportunidad para el consumidor de ejercer su derecho de acceder a una alimentación adecuada y de ejercer este derecho de manera más responsable:

- **Oportunidad de informarse** sobre el origen de los productos, y de tomar parte en la elaboración de las exigencias de producción.
- **Oportunidad de escoger** productos sanos, saludables, que no son dañinos ni para la salud humana ni para el medio ambiente. Esto contribuye a diversificar y recuperar el patrimonio alimentario local.
- **Oportunidad de proteger** los recursos naturales y el medio ambiente, así como favorecer la resiliencia de las familias campesinas.

APOYO TEÓRICO A6

El fomento de los CIALCOs va mucho más allá que la simple comercialización de productos, están relacionados con la producción, el consumo, la economía familiar, el nivel de vida, la resiliencia de los sistemas agrícolas, etc.

En esta parte consideramos las formas de venta directa (feria y canastas) son los CIALCO que tienen mayor impacto, por lo que se detalla a continuación.

Impacto en los sistemas campesinos de producción

- **Diversificación y aumento de la producción:** en particular diversificación con hortalizas y animales menores. Esta diversificación permite aumentar la producción, y además la implementación de prácticas agroecológicas, conlleva a un aumento en los rendimientos de los cultivos.
- Hay que tener presente que es la demanda existente en los mercados de venta directa (demanda de una producción frecuente y diversificada) que permite por ende la diversificación en los sistemas productivos.
- **Disminución del uso de químicos:** la transición hacia sistemas de producción orgánicos o agroecológicos, motivada desde las exigencias de los consumidores y de los propios productores, permite una disminución del uso de agrotóxicos.
- **Mejora en la calidad de productos:** la confrontación directa con los consumidores y las exigencias de los mercados de venta directa permiten mejorar la calidad de los productos: fresca, presentación y producción limpia.

Impacto en la economía de las familias campesinas

- **Incremento de los precios y valorización de productos de calidad:** gracias a la eliminación de los intermediarios se aumenta el precio pagado al productor sin impacto en lo que paga el consumidor, salvo productos de cualidades específicas, tales como huevos o pollos “de campo”. Los precios son fijados con anticipación por las organizaciones de productores y consumidores, lo que permite tener precios fijos y más seguridad económica para las familias campesinas.
- **Procesos de transformación:** son muchas veces basados en una demanda real de los consumidores, y permiten generar valor agregado al producto.
- **Incremento de los ingresos agropecuarios de las familias:** por el incremento de la producción, el aumento del precio al productor y el valor agregado generado por los procesos de transformación.
- **Mejor estabilidad en la economía familiar:** la frecuencia de las ventas directas garantiza un ingreso adicional regular a las familias. Esto permite evitar la descapitalización o el sobre-endeudamiento, que son la única estrategia de las familias para hacer frente a los imprevistos.
- Sin embargo, podemos ver también que el aumento de los ingresos agrícolas permite, al contrario, un acceso al crédito para inversiones en la finca (que podríamos calificar de “endeudamiento positivo”).

Impacto en la generación de fuentes de trabajo familiar

El trabajo suplementario que ocasiona la transición agroecológica u orgánica y la transformación es compensado por el ingreso adicional que genera. Además de ser una fuente de trabajo, permite **valorar** la mano de obra de las mujeres y adultas mayores.

Cuando es un freno para las familias con escasa mano de obra o con mayor volumen de producción o superficie de tierra, se requiere a **acuerdos** vecinales o con otros miembros de la organización, para delegar tareas.

Impacto en el empoderamiento de las familias y las mujeres

La autoestima de las familias campesinas y en particular de las mujeres aumenta mediante mecanismos tales como: ir a la **ciudad**, relacionarse con los consumidores urbanos –considerados económica y socialmente “superiores”, enfrentar intermediarios comerciantes o a la policía, **realizar gestiones** en los bancos, **gestionar apoyos institucionales** –públicos o privados–, coordinar una asociación que va ganando protagonismo en el territorio.

El empoderamiento permite la adquisición de una independencia económica, y la gestión del dinero familiar.

Impacto en la organización campesina y su articulación a otros actores

- **Fortalecer las organizaciones:** con la generación de conocimientos, de competencias y capacidades (administrativas y de autogestión), y de poderes de los líderes, los socios y en particular de las mujeres, incluyen técnicos, promotores y hasta gerentes.
- **Generación de empleo dentro de la organización:** se logran generar empleos de tiempo completo en las organizaciones.
- **Relación productores /consumidores:** la relación entre consumidores y productores muestra las necesidades y las exigencias de los dos actores. Se fortalece mediante la elaboración de objetivos comunes, y se llega a establecer relaciones transparentes y de confianza entre poblaciones que han tenido relaciones de desconfianza, recelo, racismo, discriminaciones...

APOYO TEÓRICO A8

Fortalecer las organizaciones existentes

La base de la confianza de los consumidores es el control social de la organización. Esta tiene diferentes papeles que garantizan la sostenibilidad de la feria:

- Garantiza el origen de la producción,
- Califica a los productores,
- Fija los precios,
- Establece mecanismos de coordinación con las organizaciones y actores territoriales,
- Asegura que no haya intermediación en la feria,
- Se encarga de la construcción de un sistema de seguimiento de información sobre las ventas y el funcionamiento de la feria.

Tener diversidad de productos

Es la clave del éxito, porque permite evitar que los consumidores vayan a comprar los productos faltantes en otro lugar.

La diversidad de productos incluye: productos frescos, secos, transformados, agrícolas, pecuarios. También se pueden incluir artesanías y valorización de saberes medicinales (plantas medicinales, aguas de remedio, etc.). Se logra esta diversidad trabajando con productores de diferentes pisos ecológicos.

No pagar el transporte

Para la sostenibilidad de la feria a mediano y largo plazo, es importante que desde un comienzo el transporte no sea pagado a los productores.

Lo mejor es que los productores paguen el transporte de forma individual o alquilando transporte entre todos los que van a las ferias.

El acceso a espacios de venta seguros

Es indispensable para fortalecer el vínculo de confianza mutua entre productores y consumidores que se establezca un lugar de venta a largo plazo: ya sea por intermedio de gobiernos locales, juntas parroquiales, municipios, barrios, o bien un espacio privado.

El fortalecimiento de las relaciones productor-consumidor

Las relaciones entre productores y consumidores tienen que ser justas y solidarias. Se pueden favorecer mediante:

- El apoyo a la difusión y comunicación sobre las ferias (en los barrios, escuelas, radios, periódicos, etc.).
- El fomento de actividades complementarias como: intercambios entre productores, visitas de los consumidores a las fincas, ferias de semillas, elaboración de recetas, celebración de las fiestas naturales dentro de las ferias.

Mantener precios y pesos justos

La posibilidad para el consumidor de poder averiguar el precio y el peso de los productos es importante para establecer y mantener relaciones de confianza.

- Los precios deben garantizarse por cálculos participativos de costos de producción, y ser mostrados y visibles para los consumidores. Tienen que ser fijados con anticipación para periodos mínimos de 6 meses o 1 año.
- Los productores deben tener mecanismos de verificación de pesos, como balanzas para que los consumidores puedan comprobar el peso.

Brindar un producto distinto

Es importante que los consumidores puedan encontrar productos diferentes de los que están en el mercado convencional en relación a las características nutricionales, organolépticas y sanitarias: alimentos frescos, cosechados del día anterior, de variedades nativas, agroecológicos, etc. Esto permite la recuperación del patrimonio alimentario.

Formas de apoyar a los CIALCO

- Priorice sus compras de alimentos en espacios directos de comercialización
- Infórmese sobre los alimentos que consume, su origen y forma de producción
- Valore la producción de la Agricultura Familiar Campesina
- Consuma productos locales, frescos y saludables directamente de los agricultores familiares
- Sea solidario en sus hábitos de consumo
- Utilice bolsos de tela o canastos para realizar sus compras

ANEXO 1

JUEGO DEL MERCADO

Cada uno de los participantes tiene un papel:

- peones,
- comuneros,
- pequeños propietarios
- pequeños comerciantes,
- grandes propietarios (dueño de la farmacia, el consultorio médico)
- grandes comerciantes (dueño de la tienda y la ferretería).

A cada uno de los personajes se le distribuye bienes y efectivo (ver tabla)

- cerdos de 5\$
- caballos de 15\$
- vacas de 30\$

Personaje	Peón 1	Peón 2	Peón 3	Peón 4	Peón 5	Comu- nero 1	Comu- nero 2	Comu- nero 3	Comu- nero 4	Pequeño propieta- rio	Pequeño comer- ciante	Gran pro- prietario	Gran co- merciante
efectivo	30	30	30	30	30	90	90	90	90	105	105	180	180

Cada personaje tiene diferentes necesidades que tienen que pagar con efectivo (distribuir las cartas "necesidades": 15\$ a la tienda, 30\$ al médico, etc.). Si no pagan durante el tiempo de juego, van preso o se mueren. Al inicio no tienen las mismas oportunidades ya que los más pequeños tienen menos bienes y menos efectivo.

A parte de los personajes hay un banco (persona facilitadora) que entrega 180\$ de préstamo cuando los personajes puedan justificar de 180\$ de pertenencias (bienes o efectivo), y la policía (persona facilitadora) encargada de averiguar que todo el mundo respeta las reglas.

El juego inicia con las sencillas reglas: pagar sus necesidades, y prosperar, ser exitosos.

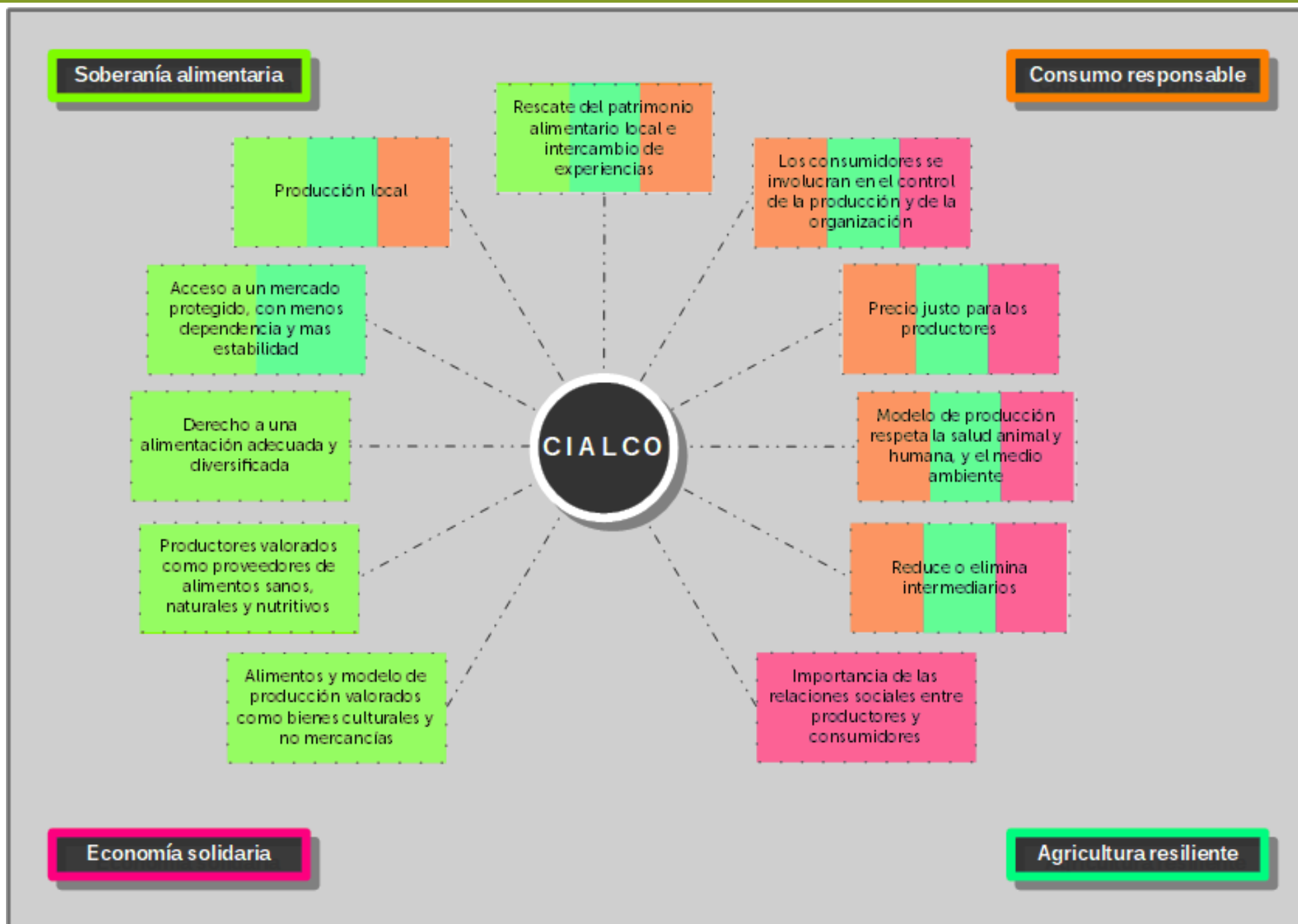
Después del primer tiempo, se contabilizan los bienes y pertenencia, se averigua que todos hayan pagado sus necesidades.

En el segundo tiempo se propone un cambio de objetivo: en este caso ya no se trata de ver quien gana, o quien obtiene más riqueza. El nuevo objetivo es "garantizar que todos los participantes puedan resolver sus necesidades y acceder a un desarrollo económico más equitativo".

ANEXO 2

Ver dossier documental, ANEXO 2.

ANEXO 3



ANEXO 4

Ver dossier documental: ANEXO 4 Reglas juego de roles-Feria campesina