



CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN

VÊRTICE
PARA EL COMERCIO
RESPONSABLE

CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN

Los criterios aquí expuestos responden a la misionalidad de la Corporación Vértice en tanto que esta busca disminuir las brechas que hay entre el campo y la ciudad, a partir del trabajo con agricultores y agricultoras bajo el modelo de comercio justo.

Esto implica conocer los contextos en los que se dan los proyectos productivos de las y los proveedores a partir de visitas constantes a los territorios, su origen y la conformación de sus diferentes formas de organización, para que a partir de esta información se puedan establecer acuerdos que tengan en cuenta la condición socioeconómica, el enfoque de género y etario, la producción agroecológica artesanal, los procesos de asociatividad y la facilidad de acceso al producto.

 Este documento debe servir como guía al momento de identificar e incluir a los proveedores de la red de Vértice para el Comercio Responsable.

Cabe aclarar que la Corporación Vértice no exige certificaciones en tanto a la producción agroecológica u orgánica, estos y los demás factores anteriormente mencionados se establecen a partir de la confianza en la palabra de quien pertenece o buscan pertenecer a la red y lo que se constate en la visitas al territorio.

Los criterios que se expresan en este documento tienen carácter de priorización, por lo tanto no son excluyentes para pertenecer a la red de Vértice para el Comercio Responsable.

Todos los criterios aquí planteados están estrechamente ligados y tienen un enfoque transversal.



VÉRTICE
PARA EL COMERCIO
RESPONSABLE



1. CONDICIÓN SOCIOECONÓMICA

Según el DANE (2022), el 27.3% de la pobreza multidimensional está localizada en los centros poblados y rural disperso, frente a un 8.7% en las cabeceras municipales.

La situación se acrecienta cuando las jefaturas de hogar son femeninas o los hogares pertenecen a población víctima del conflicto armado.



La Corporación Vértice tiene dentro de su misionalidad aportar a la disminución de la pobreza (ODS1) en los escenarios rurales, a partir del trabajo con pequeñas y pequeños agricultores, en proyectos productivos que les permitan alimentarse a ellos y sus familias, y sean al mismo tiempo una fuente de ingresos económicos.

Es por esto que la Corporación Vértice, incluye dentro de sus factores de priorización la condición socioeconómica, en transversalidad con los otros criterios (género, asociatividad, formas de producción), pues estos dan cuenta, por un lado, de las desventajas a los que se encuentran determinados actores, y por otro, de las estrategias para la superación de estas desventajas.

Los criterios que se expresan en este documento tienen carácter de priorización, por lo tanto no son excluyentes para pertenecer a la red de Vértice para el Comercio Responsable, todos los criterios aquí planteados están estrechamente ligados y tienen un enfoque transversal.

2. GÉNERO



La mujer rural ha sido reconocida ampliamente como objeto de derechos siendo un proceso social justo pero insuficiente.

Según las Naciones Unidas (2021) “las mujeres rurales garantizan la seguridad alimentaria de sus comunidades, generan resiliencia ante el clima y fortalecen las economías, sin embargo, las desigualdades de género tales como leyes y normas sociales discriminatorias, junto con un panorama económico, tecnológico y ambiental que cambia rápidamente, limitan su pleno potencial situándolas muy por detrás de las mujeres urbanas y de los hombres”.

Para el año 2022, los datos del DANE exponen que entre la población rural en Colombia, el 48,2% son mujeres (equivalentes a 5,9 millones de personas) y el 51,8% son hombres (equivalentes a 6,3 millones de personas)”, evidenciando que la población de mujeres rurales se acerca a la mitad de la población rural, demostrando así la relevancia de este grupo de interés en la toma de decisiones que involucran la ruralidad nacional, las cuales en gran medida suplen las necesidades alimenticias de la población nacional, conservan los recursos naturales y promueven el respeto por sus territorios y cosmovisiones particulares.



La Corporación Vértice para el Comercio Responsable prioriza a las mujeres rurales como actores centrales en sus iniciativas de promover y apoyar un comercio justo, a partir de las actividades que ellas realizan en el campo en donde se reconozca y se valore su labor y su esfuerzo en construir su autonomía e independencia económica, en contraste con indicadores que muestran que sus oportunidades en mayor medida en la zona rural son muy reducidas, de acuerdo al DANE (2022) “el 30,8% de las mujeres urbanas tiene educación superior o posgrado, mientras que solo el 7,9% de las mujeres rurales tiene este nivel educativo”, evidenciando carencia de oportunidades disponibles en las zonas rurales, lo cual afecta de forma estructural la participación activa de las mujeres en la toma de decisiones.



Las razones por las cuales las mujeres rurales no acceden a las ofertas de educación, se deben en gran medida a la imposibilidad de tener autonomía de su tiempo, debido a que deben dedicarse a labores que se han invisibilizado históricamente, es así, que “el 11,2% de las mujeres rurales entre 6 y 21 años que no estudia, no lo hace porque debe encargarse de los oficios del hogar y el 4,4% por embarazo” sumado a estas condiciones “el 27,7% de las mujeres rurales asegura que el motivo por el que no estudia es falta de dinero o costos educativos elevados.”, lo que se relaciona directamente con la baja capacidad que poseen de generar sus propios recursos de forma autónoma, consecuencia de las escasas iniciativas del estado.

3. ASOSIATIVIDAD

La Corporación Vértice se propone trabajar con pequeños y medianos agricultores y productores campesinos, dando prioridad en la participación a pequeñas y pequeños agricultores que buscan comercializar los productos que producen de más en sus huertas de pancoger.

Es por esto que uno de los criterios de priorización es la asociatividad pues a partir de esta es que los pequeños agricultores logran dar abasto a la demanda presente.

La asociatividad genera unas dinámicas de apoyo entre los asociados para la revisión y verificación de los cultivos, las estrategias para combatir las plagas y males.

La asociatividad se constituye como una verdadera alternativa, generadora de avance y desarrollo al interior de las comunidades campesinas y más específicamente para la mujer en la búsqueda de autonomía en la toma de decisiones y empoderamiento.

Diversos trabajos investigativos de experiencias comunitarias muestran que la autonomía y el empoderamiento de las mujeres rurales se fortalecen por medio de la asociatividad, y que una vez integradas a estos sujetos colectivos, el crecimiento en los aspectos personales, sociales, productivos, y económicos es significativo; no obstante, aunque existe un extenso marco legal aplicable a esta comunidad en particular, es deficiente en su aplicación.



 A partir de la mujer rural surge la necesidad de organizarse con fines específicos que cubran las necesidades presentes en sus comunidades, entonces de acuerdo a lo expuesto por la Sociedad Agrícola Colombiana “la asociatividad se convierte en un modelo eficiente en beneficio de los productores del campo, con el fin de mejorar su acceso a nuevos mercados, lograr la formalización del trabajo y el desarrollo de capacidades empresariales”.



Las organizaciones de mujeres rurales logran ejercer su derecho legítimo a la participación a partir de la cohesión de sus fortalezas individuales y sus resultados visibles como grupos de interés particular que toman fuerza al paso del tiempo.

El desempeño de funciones relacionadas con el soporte de sus núcleos familiares y sociales es una parte esencial de la sociedad; a su vez, la producción de alimentos y el soporte a la seguridad alimentaria es innegable, punto en donde convergen las cualidades que poseen las mujeres rurales bajo un marco organizacional, debido a la solidez que aportan al desarrollo rural en su conjunto.

Basados en lo anteriormente expuesto la Corporación Vértice busca integrar las asociaciones de mujeres rurales que produzcan alimentos con técnicas de producción orgánica y agroecológica, con familias, personas o negocios interesados en contar con productos limpios y de buena calidad; promoviendo un comercio justo, sin procesos de tercerización que deterioren los procesos organizativos y su crecimiento integral.

4. FORMAS DE PRODUCCIÓN

Con el aumento de la capacidad agroproductiva global, tras los grandes cambios de la Revolución verde del siglo pasado, fue necesario centrar la atención en el desmonte de modelos industriales de producción agropecuaria en vista de las graves problemáticas ambientales y sociales devenidas de dichos sistemas.

Como consecuencia, surgen nuevos enfoques que priorizan una relación armónica entre el productor, el consumidor, el medio ambiente y la salud; así como los debates entorno a la seguridad y soberanía alimentaria, el cuidado del agua, prevenir la erosión de los suelos, proteger la diversidad y riqueza de productos y tradiciones culinarias, entre otros, sobre el crecimiento económico y la disponibilidad de comida (Manual de producción agroecológica).

Para el caso colombiano, los retos que afronta la ruralidad y con ella los sistemas agroalimentarios, además de lo ya mencionado, pasan por históricas dinámicas territoriales de violencia y criminalidad y altos niveles de pobreza (27% multidimensional y 74% subjetiva) (Agroecología en Colombia; Pobreza Subjetiva Col; Pobreza multidimensional Col).



Para responder a este contexto multiescalar de complejas dinámicas sociales, ambientales y económicas, se formulan alternativas como la agroecología que según la FAO (Elementos de Agroecología), es una práctica de producción alterna que busca adaptar los conceptos surgidos de esos nuevos enfoques en una valiosa herramienta con la que se construyan no solamente sistemas alimentarios sostenibles sino además humanos, justos y dignos, comprometidos con la autonomía económica de pequeñas comunidades agrarias y la conservación de elementos socioculturales esenciales para la identidad de los diversos pueblos.



✿ Conforme a lo anterior, y en línea con la institucionalidad colombiana, la Corporación Vértice busca promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) o Agenda 2030, tejiendo redes de comercio justo con las pequeñas comunidades de productores campesinos que día a día luchan por superar la pobreza, mejorar su calidad de vida y al mismo tiempo, reivindicar unos nuevos relacionamientos con la naturaleza a través de dichas prácticas agroecológicas.

Así pues, la Corporación no solamente apoya proyectos de esta índole sino que los incentiva y fortalece por medio de acompañamiento técnico y social en los territorios y a distancia; visibilizando a su vez en zonas urbanas estos procesos y conectando de manera solidaria al consumidor con mejores sistemas socio-alimentarios.



5. FACILIDAD DE ACCESO AL PRODUCTO

A raíz del uso intensivo de tecnología (químicos sintéticos, técnicas ineficientes de conservación, transporte de largas distancias, etc.) en la producción y comercialización de productos agropecuarios, fueron germinando nuevas tendencias globales cuya pretensión era la de acortar la distancia entre productor y consumidor promoviendo lazos de confianza que garantizaran la mayor calidad de los alimentos frescos (Cepal Circuitos CC).

Así nació el concepto de Circuitos Cortos de Comercialización (CCC), que con el tiempo se fue nutriendo de iniciativas como la producción ética, ecológica y sostenible; y la comercialización solidaria, justa y rentable, en la que el papel del intermediario fue disminuyendo su participación y se reivindicó la producción local y de temporada (Los CCC y los mercados Institucionales).

Dado lo anterior, los pequeños campesinos, con unidades familiares de producción, vieron allí la oportunidad de obtener mayores réditos económicos (dada la baja o nula intermediación y las ventajas comparativas en el mercado con productos exclusivos o de origen), lo que les podría garantizar la conservación de sus modos de vida.



En la actualidad los CCC se han visto fortalecidos debido a la contingencia de situaciones como la pandemia de Covid 19 y al uso del internet y las redes sociales, lo que ha promovido los mercados innovadores, mercados campesinos y diversas estrategias que han mejorado esa conexión más cercana entre productor y consumidor, la resiliencia de los agroproductores y las condiciones de salud y nutrición (Circuitos Cortos, Elementos de Agroecología).

Desde el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Sostenible (CCC FAO Col) se han implementado programas y acuerdos que persiguen la integración de las economías campesinas, familiares y comunitarias a esas formas alternativas de comercio justo indicando la necesidad de generar un vínculo que trascienda lo transaccional y comparta además prácticas cotidianas y experiencias de superación de contextos de pobreza y conflicto.

A estas iniciativas se une la Corporación Vértice en el entendido del fortalecimiento de la economía campesina y el tejido social urbano-rural, promoviendo el comercio justo con productores locales y regionales que requieren encontrar canales y rutas de comercialización para sus productos (sobre todo cuando son de pequeña producción: agricultura familiar y pan coger).



✿ Así mismo, es del interés de la Corporación, incentivar la producción ética y limpia generando transiciones entre las grandes producciones industriales y aquellas orgánicas que requieren abrirse un nicho en el mercado nacional.



WWW.CORPOVERTICE.ORG

VÊRTICE
PARA EL COMERCIO
RESPONSABLE