



La idea de Red la vemos gráficamente como un puente entre el campo y la ciudad. Dentro de la ciudad a su vez se forma micros redes con los grupos de consumo y los puntos de venta... sería como una gran telaraña.

La Red es una propuesta organizativa para construir entre todos una **relación más justa entre trabajo, producción y comercialización**, que permite:

- al productor la subsistencia, el desarrollo de su familia y su organización
- al consumidor beneficiarse con un producto artesanal y sano
- al vendedor una alternativa laboral

También es una herramienta que nos permite llegar con nuestros productos a la mayor cantidad de familias del campo y la ciudad, garantizando una distribución equitativa de la ganancia.

A través la Red defendemos el comercio justo y la soberanía alimentaria.

• Origen de la Red

La **Red de Comercio Justo** surge en el año 2002 y está integrada por estudiantes y trabajadores de la ciudad de Córdoba. Nace a partir de la necesidad de dar respuesta a condiciones

muy desfavorables de comercialización, que nos obligan a vender nuestros productos a precios muy bajos y sometidos a intermediaciones que se apropiaban de nuestro trabajo.

• La Red en el MCC

La Red forma parte del **Movimiento Campesino de Córdoba**, formado por seis organizaciones integradas por familias campesinas: **APENOC** (en la zona de Serrezuela), **OCUNC** (Deán Funes, Quilino), **UCAN** (Sebastián el Cano), **UCATRAS** (Traslasierra), **Valle de Buena Esperanza** (Alta Gracia) y **Central Cruz del Eje**.

Aproximadamente son mil familias las que forman el MCC, pero no todas envían sus productos a la Red. Para nosotros todos nos vemos beneficiados con esta forma de comercialización ya que apostamos a la construcción colectiva y al trabajo comunitario porque nos permite valorarnos humanamente, respetar la naturaleza y vivir con dignidad.

• Producción, circulación, precios, comercialización

La producción se realiza monte adentro. La producción está a cargo de las familias campesinas o en algunos casos de "grupos", por ejemplo, el grupo de dulceras. Son productos hechos artesanalmente, a leña y con frutos naturales.

Cuando se tiene que enviar a la Red aprovechamos cuando viene algún compañero en vehículo para utilizar el transporte, ya que el costo de los fletes es muy alto. Sin embargo cuando son volúmenes muy altos lo hemos hecho a través de fletes. Cuando llegan a la sede de Córdoba desde la Red nos encargamos de la distribución a los distintos puntos de venta.

Los precios se discuten con los productores y a nivel MCC tratamos de unificar pero sin obviar las necesidades de cada organización.

En lo que hace específicamente a la comercialización nosotros vemos las estrategias y luego las compartimos. Siempre está presente la discusión y la socialización, para que los compañeros

sepan cómo se comercializan sus ptos, quiénes los consumen, etc.

Los que integramos la Red nos juntamos todas las semanas para discutir, planificar y evaluar las estrategias de venta,

Como MCC tenemos instancias plenarias de las que participamos y también nos damos reuniones específicas de producción-comercialización para definir entre todos el camino a seguir.

• Articulación con otras organizaciones

El año pasado empezamos a trabajar con la Red de Comercio Justo del **FPDS** (Frente Popular Darío Santillán). La idea fue intercambiar productos a forma de trueque y nos fue bien. Este año estamos recibiendo mermeladas de la **UST** (Unión de Trabajadores Sin Tierra) de Mendoza que a su vez forma parte del **MNCI** (Movimiento Nacional Campesino Indígena).

• El comercio justo

Trabajamos a partir del **comercio justo** que implica que en toda la cadena de comercialización haya una distribución equitativa de la ganancia, donde se establece una relación más justa entre producción y comercialización. De esta manera, definimos y decidimos con las familias campesinas el **precio justo** de los productos teniendo como insumo fundamental el valor de nuestro trabajo. Evaluamos y construimos en conjunto diferentes estrategias de comercialización como la **venta sin intermediarios** que nos permite construir una relación más directa entre productores y consumidores.

• Proyectos y expectativas

Actualmente nos estamos



dando estrategias para fortalecer los puntos de ventas que ya tenemos y ampliarlos con los nodos de consumo. Los nodos son grupos de personas que se organizan para comprar periódicamente a la Red.

También este año queremos afianzar la articulación y comercialización con las demás organizaciones del **MNCI**. Creemos que este tipo de articulaciones sirven para fortalecer la **Soberanía Alimentaria**, entendiéndola como el derecho que tenemos los pueblos de decidir sobre nuestra alimentación. Tenemos el derecho de decidir qué y cómo producir; por eso utilizamos los frutos del monte, la cocción a leña y las recetas familiares transmitidas por generaciones. No consideramos nuestros productos como una mercancía según lo establecen las leyes del mercado, lo cual implica no producir en serie porque algo "venda" más, sino tener en cuenta la biodiversidad

y el modo de producción propia de las tradiciones campesinas. También tenemos el derecho de elegir qué consumir. Para esto necesitamos conocer y ser conscientes de lo que comemos, cómo, en qué condiciones y quiénes lo elaboran.

• Nuestros productos

Arrope de algarroba, mistol, miel y tuna, mermeladas de frutas de estación (naranja, durazno, tomate, uva, ciruela, mandarina, zapallo), Miel pura de monte, tomate triturado, dulce de leche de cabra, remeras serigrafadas, cabritos serranos.

• Contacto:

correo:

redcomerciojusto@hotmail.com.ar

teléfono: 0351- 4742508

En Córdoba encontramos los fines de semana en la Feria de las Pulgas, sobre calle Laprida, desde las 18.00 hs.