



PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID 2014-2020

| | |
|---|--|
| NOMBRE DEL GRUPO OPERATIVO (GO) | Madrid-KmRegión: Canales cortos de comercialización como oportunidad para la agricultura familiar y social de la CM. Acrónimo: Madrid- KmRegión |
| AÑO DE CREACIÓN | 2018 |
| DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS PLANTEADOS | <p>El objetivo general del proyecto es diseñar, implementar y evaluar estrategias piloto para la (re)construcción de las relaciones entre productores, transformadores y distribuidores agroalimentarios con los consumidores de la CM a través de los canales cortos de comercialización (en adelante CCC).</p> <p>Tomando como referencia los trabajos realizados durante la fase de constitución del Grupo Operativo se identificaron tres elementos fundamentales. Por una parte, la gran distancia existente entre productores y consumidores hasta el punto de que el principal motivo por el que los consumidores reconocen no optar por los canales cortos es “porque no conocen un agricultor de confianza al que dirigirse”. En este sentido, las tareas planteadas en el paquete de trabajo número 1 (red de fincas visitables, mercados y ferias, página web,...), tratan de facilitar la creación y comunicación de espacios de encuentro. En segundo lugar, es necesario que los consumidores sepan cómo identificar y diferenciar los tipos de productos de proximidad existentes. Para facilitar esta labor se ha diseñado el paquete de trabajo número 2. A través de un sistema de etiquetado dinámico y participativo se establecerá un código de comunicación entre productores y consumidores.</p> <p>Por último, atendiendo al espíritu de implicar a agentes con potencial de innovación en los grupos operativos se ha diseñado el paquete de trabajo 3 que está abierto a la participación de todos aquellos agentes sociales interesados en poner en marcha iniciativas innovadoras para la promoción de los canales cortos. Se ha reservado un capítulo en el presupuesto para la realización de una convocatoria de apoyo a proyectos innovadores de distribución y comercialización de productos locales. De esta manera se fomentará la cooperación.</p> |
| EFFECTOS ESPERADOS A ALCANZAR | <p>Como resultados esperados:</p> <p>1. Resultados correspondientes al OP01 sobre la creación y mejora de las condiciones de contexto que acompañan al proceso de acortamiento de circuitos comerciales y el aumento de la producción y el consumo agroalimentario de proximidad en la Comunidad de Madrid.</p> <p>R1.1. Red de huertas y fincas visitables. Identificar agricultores y ganaderos interesados en ser fincas visitables, en determinadas fechas configurando y difundiendo una agenda, teniendo esta actividad agroturística por objetivo el vender productos.</p> <p>R1.2. Promoción de los canales cortos de comercialización en Ferias y mercadillos de productores. Realización de un calendario de mercados, y un programa de eventos que dinamice el encuentro entre productores y consumidores.</p> <p>R1.3. Web de comunicación. Plataforma web con información de los avances del proyecto, incluyendo desarrollo y coordinación con otras páginas de comercialización y difusión públicas y privadas.</p> <p>R1.4. Observatorio. Funciones de coordinación y encuentro entre los socios del GO, elaborando propuestas y aportando casos, recibiendo y emitiendo experiencias. Se valorarán propuestas de mejora del acceso a la tierra, y análisis de las medidas de apoyo el emprendimiento en materia financiera y</p> |

la viabilidad económica vinculada al circuito corto. Se valorará la implantación de una sección en Mercamadrid en la línea de “La Tira de contar” en Valencia.

R1.5. Crear un Consejo mixto entre productores, consumidores y entidades de mediación.

Este Consejo permitirá de modo sinérgico un clima de mayor cooperación y valorar sistemas de organización y coordinarnos entre pequeños y medianos actores para compensar el poder de los grandes.

Explicación: mediante este paquete de trabajo se tratará de crear el contexto favorable para el encuentro entre consumidores y productores como paso imprescindible en la creación de vínculos de confianza. Conocer de primera mano las zonas de cultivo y los calendarios productivos es esencial para que los consumidores sepan qué tipo de productos hay disponibles a través de canal corto. Las visitas a huertos (1.1), las promociones en ferias y el calendario (1.2) y la página web (1.3) cumplen con esta función. El observatorio (1.4) de CCC sería una fuente permanente de alimentación del proyecto ofreciendo datos actualizados de otras experiencias, lugar de encuentro entre los socios y con otros grupos operativos. Por su parte, el consejo Mixto (1.5) servirá para integrar los trabajos de este proyecto que están fundamentalmente centrados en los productores en un contexto más amplio, en el que participarán consumidores, entidades de mediación y otros agentes implicados de interés.

2. Resultados correspondientes al OP02 sobre la mejora de los códigos de la comunicación entre productores y consumidores.

R2.1 Crear un sistema de información “diana” sobre proximidad y sostenibilidad, para productores, generando indicadores sencillos. Se creará un sistema de información por el que se valorarán y comunicarán a los productores en función de las variables de proximidad, temporada y sostenibilidad. De esta manera se podrá comunicar a los consumidores la multifuncionalidad de los productores locales y se podrá poner en valor los beneficios de los alimentos locales y de temporada.

Explicación: en el proceso de construcción de relaciones comerciales duraderas la confianza es una pieza esencial. Esta confianza se construye, evalúa y reconstruye en cada acto de compra. Los consumidores están permanentemente evaluando los productos adquiridos y decidiendo si mantienen su confianza en determinado productor/a. Como se ha podido comprobar en el estado del arte el etiquetado es un mecanismo para facilitar y estandarizar los elementos esenciales de este intercambio de información. A través de este resultado se trabajará en un sistema de etiquetado voluntario que satisfaga este tipo de necesidades.

3. Resultados correspondientes al OP03 sobre dinamización de las relaciones entre productores y consumidores.

R.3.1 Ensayar diferentes modelos de dinamización de relaciones comerciales entre productores y consumidores.

Explicación: a través de este paquete de trabajo se introduce la figura del dinamizador de las relaciones entre productores y consumidores. Prestará apoyo en las fases iniciales en el desarrollo de iniciativas de promoción de los productos a través de canales cortos y apoyo a los productores para el establecimiento y consolidación de esta forma de comercialización de tal forma que el proceso de adaptación no sea una barrera para adherirse a este tipo de iniciativas.

4. Resultados correspondientes al OP04

R.4.1. Seguimiento de la evolución del GO.

R.4.2. Evaluación del GO.

Explicación: junto a estos tres OP se ha considerado de relevancia el establecimiento de un cuarto objetivo de carácter más transversal OP 04 destinado a conformar todo el paquete de trabajo relacionado con el seguimiento y la evaluación. Al tratarse de iniciativas piloto se destinará una parte importante del trabajo del grupo operativo al diseño de un sistema de seguimiento y evaluación así como su implementación, recopilación de

| | |
|--|---|
| | información y análisis de la mesa. |
| Nº MIEMBROS DEL GO | 5 |
| BREVE DESCRIPCIÓN DE LOS SOCIOS | <p>1. AUPA. Asociación de pequeños productores agroecológicos, de diferentes cultivos y productos. Agrupa a un total de 27 productores de diferentes localidades de Madrid, con algunos socios en Guadalajara, Ávila y Toledo. AUPA es la asociación creada en 2016 para agrupar a los productores que se consideran agroecológicos.</p> <p>2. Ayto Redueña- RED TERRAE-MADRID. El Ayuntamiento de Redueña en representación de la Asociación Intermunicipal Red TERRAE en Madrid. Es una Asociación de municipios rurales, periurbanos con inquietudes afines en lo relativo a la apuesta por un modelo de sostenibilidad avanzada en sus municipios, generando iniciativas agroecológicas que ayuden a fomentar, mantener, divulgar y recuperar los usos agrarios, preservando, recuperando y conservando la biodiversidad y el paisaje agrario rural, la cultura agraria, la educación medioambiental, la calidad alimentaria, la Custodia del territorio, la mitigación del Cambio Climático y fomentando nuevas oportunidades de autoempleo.</p> <p>Estos compromisos se ven materializados en una metodología denominada Método TERRAE, destinado a garantizar la reactivación del paisaje agrario local, abandonado y sin relevo generacional posible, dado el elevado índice de envejecimiento y la escasa actividad agropecuaria que existe en los municipios rurales.</p> <p>3. Asociación por la Alimentación Local Sostenible y Saludable (ALYSS). Se constituyó recientemente y asocia a 10 pequeños distribuidores de productos agroecológicos y de proximidad de la Comunidad de Madrid basados en el comercio electrónico. Vinculados todos sus integrantes con la alimentación saludable y los problemas de conectar con un público preocupado por su alimentación y la calidad de los productos, así como preocupado por la incidencia ambiental de la compra, decidimos organizarnos asociativamente para impulsar una acción conjunta más potente, que debe intentar plantar cara a los modelos comerciales convencionales y mayoritarios.</p> <p>4. OCU Ediciones Es eminentemente el instrumento de comunicación de la organización de consumidores y usuarios OCU. La entidad OCU Ediciones S.A. fue creada en Madrid en 1987, para formar informar y defender a los consumidores a través de la defensa, formación e información a través de sus publicaciones y comunicación directa con sus socios suscriptores. Sus objetivos informar, formar, defender y representar a los consumidores y usuarios españoles. Su actividad está especialmente enfocada en la necesidad de informar al consumidor sobre los bienes y servicios a su alcance, en especial a aquellos encaminados a facilitar o mejorar su calidad de vida y a tomar decisiones de compra informadas y libres, con criterio y con el convencimiento de que las decisiones de compra de los consumidores pueden y deben cambiar el mercado, la oferta disponible, la información facilitada y la forma de comprar. De forma que su actividad y su información no afecta solo a sus asociados sino a la sociedad en general.</p> <p>La OCU y las publicaciones OCU ediciones, que son el vehículo de comunicación de OCU con sus socios, siempre ha procurado llevar a cabo iniciativas encaminadas a que los consumidores tengan la mayor información posible a la hora de elegir sus productos, sobre el origen, la calidad y la forma de obtención de dichos alimentos. OCU ha procurado facilitar información sobre los precios de los productos y servicios al alcance de los consumidores, que les permitan comparar la oferta disponible, entender cómo se forman los precios y facilitar la transparencia en la cadena alimentaria.</p> <p>5. Organismo Autónomo Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario-IMIDRA. Este organismo autónomo dependiente de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid, tiene como objetivos: (1) Realizar, impulsar y fomentar la investigación e innovación tecnológica en el ámbito del sector primario y de su industria asociada, (2) Promover el desarrollo integral del medio rural, y (3) Colaborar con otras entidades de carácter público o</p> |

| | |
|-----------------------------------|--|
| | privado, para la realización de actividades de interés común mediante convenios, contratos o proyectos, priorizando todos aquellos que promuevan el equilibrio y la cohesión social y territorial en el ámbito de la Comunidad de Madrid. En este GO aporta investigadores multidisciplinares con distintas áreas de competencia (agronomía, ecología, economía ambiental) vinculados con los servicios de los ecosistemas de los agroecosistemas, relaciones participativas, y suministro-demanda en gradientes urbano-rural, gestión en el departamento de Investigación Aplicada y Extensión Agraria vinculada con el Desarrollo Rural. |
| SECTOR OBJETIVO DEL GRUPO | Agricultura, Investigación, Consumidores. |
| OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE | |
| CORREO DE CONTACTO | secreaupa@gmail.com joseluis.cruz@madrid.org |