

Actas taller infraestructuras y redes logísticas y de distribución local y programas de compra pública sostenible

Jueves 18 enero _ 17:30 h – 20:30 h _ Centro Cívico El Campillo [Valladolid]

Daniel López García, facilitador del taller, presenta brevemente a las participantes –se incluye un listado en el anexo- los objetivos y el proceso de elaboración de la Estrategia Alimentaria de Valladolid, el trabajo realizado hasta la fecha y sus diferentes fases, así como los talleres que se están realizando, de los cuales éste es el tercero celebrado hasta la fecha. Se puede consultar la información sobre el proceso en la web www.alimentavalladolid.info

Tras una ronda de presentación, se describe la propuesta de trabajo para el taller, que incluye dos presentaciones, la primera sobre infraestructuras, plataformas logísticas y grandes redes de distribución, por parte de Javier Puertas -gerente de Mercaolid- y la segunda de Daniel García sobre algunas alternativas existentes y puestas en marcha para la distribución en agroecología. Tras estas presentaciones se abrirá un tiempo para la realización de propuestas sobre los retos que la Estrategia debe abordar en materia de distribución y, por último, se priorizarán las propuestas realizadas en base a los criterios previamente acordados.

Infraestructuras, plataformas logísticas y grandes redes de distribución Javier Puertas _ Gerente de Mercaolid

Javier Puertas realiza una exposición muy detallada –complementada con unos dossiers documentales que se reparten a todos los asistentes- en la que describe cómo funcionan en la actualidad los grandes canales de distribución en el sector de la alimentación, así como los acelerados cambios que se están produciendo en los últimos años. A continuación sintetizamos su exposición:

Las razones por las que se organizan los canales de distribución comercial se pueden resumir en la **búsqueda de eficiencia y efectividad para reducir los costes operativos** que, en caso contrario, tiene que asumir el productor/a o los consumidores/as y, también, aminorar los riesgos inherentes al proceso de comercialización. Entre las actividades que se realizan dentro de un canal de distribución están las de transporte, diversificación (permite que el consumidor pueda encontrar variedad en los puntos de venta), fraccionamiento, almacenamiento, servicios complementarios, financiación,... Todo ello justifica la presencia del intermediario, sobre todo en productos perecederos y, especialmente, en los hortofrutícolas.

Las infraestructuras clave de la distribución tradicional han venido siendo los **mercados centrales mayoristas o Mercas**, que surgen en los años 60 en pleno desarrollo del régimen franquista, para solucionar los problemas de abastecimiento e higiénico-sanitarios derivados en ciudades que, en esos años, estaban creciendo de forma exponencial en población. El Estado creó la empresa pública Mercasa que, a su vez, creó sociedades mixtas con muchos ayuntamientos de grandes ciudades para la constitución de los Mercas. La idea era generar polígonos alimentarios a las afueras de las ciudades que concentrasen a la mayoría de operadores mayoristas, con instalaciones idóneas de frío y conservación y buenas dotaciones de servicios a los usuarios, lo que se conoce como Unidades Alimentarias. Hoy son 25 en España, de las cuales 23 son Mercas, que suman una cuota del 61,2% del suministro de productos hortofrutícolas en España, a pesar del crecimiento de la moderna distribución, asociada a las grandes superficies de venta. Desde sus instalaciones se suministra a la distribución tradicional, las cadenas especializadas, el sector Horeca (hostelería y restauración), la restauración colectiva y alguna cadena de supermercados de carácter regional.

En el caso de Mercaolid es una Sociedad Mixta sin participación de Mercasa (aunque se han mantenido conversaciones para su entrada), con el 51% de acciones del Ayuntamiento, el 35% de mayoristas y el resto de otros accionistas.

En los próximos años se va a ir evolucionando hacia Mercas de tercera generación, con intermodalidad en el transporte (ferrocarril) y se hablará de Parques Agroalimentarios, que integrarán a las plataformas logísticas y en los que los Mercas serán un elemento más del conjunto. Y también va a irrumpir con fuerza creciente, en los próximos años, la distribución de ecológico. En Mercabarna, por ejemplo, se va a construir un pabellón de ecológico en exclusiva.

Por otro lado están las **plataformas de la moderna distribución**, que concentra la actividad de los grandes grupos que tienen una enorme capacidad de compra en muchos puntos de origen y de venta en destino, a escala a menudo internacional. En los últimos años ha sufrido procesos severos de centralización tanto en la operativa como en la toma de decisiones en relación a los suministradores, estrategias comerciales y marketing, cambiando por completo las reglas del juego del sector alimentario. En ocasiones sus plataformas de distribución son realmente enormes (de hasta 440.000 m²), aunque también las hay más pequeñas para supermercados regionales. Cada cadena tiene diferentes estrategias tanto en la ubicación de estas plataformas como en su gestión (a veces externalizada a grandes compañías de logística o gestionadas mediante sistemas mixtos). Javier Puertas detalló algunos datos de las grandes empresas de la distribución, como Mercadona, El Corte Inglés, Día, etc.

Al mismo tiempo está cambiando el consumo, lo que obliga a las plataformas y canales de distribución a actualizarse permanentemente, ya que se requiere una gran ampliación del surtido, hay nuevas pautas de consumo (producto ecológico, alimentos preparados,...), hay más actos de compra y cobran una mayor importancia los productos frescos para fidelizar a la clientela, hay una mayor diversidad en los consumidores, aparece la venta on line -incluso en los alimentos perecederos-...

Así, se están reinventando los procesos en las plataformas de distribución, incorporando con mucha fuerza nuevas tecnologías y nuevos modos de mecanización, centros multitemperatura, packing sin intervención humana, centros propios de clasificado residuos, megacamiones de hasta 60 toneladas... Se persigue el conocimiento a tiempo real de lo que se necesita en los lineales y la reducción de kilómetros en el transporte. También aparecen nuevos retos para la distribución, como los que suponen por ejemplo las nuevas normativas para proteger la calidad del aire (en Madrid se estima que el 40% de la flota va a tener que renovarse para 2020 para cumplir con las normativas de emisiones del Plan A de calidad del aire, por ejemplo).

Están surgiendo también nuevos competidores potencialmente muy fuertes, como son los gigantes el e-commerce, como Amazon, aunque hasta ahora tengan cuotas muy bajas de suministro en alimentación y perecederos. Y traerán nuevas estrategias de distribución, como es el caso ya en EEUU, donde se ensaya que los propios usuarios se ocupen de la distribución a vecinos de áreas cercanas.

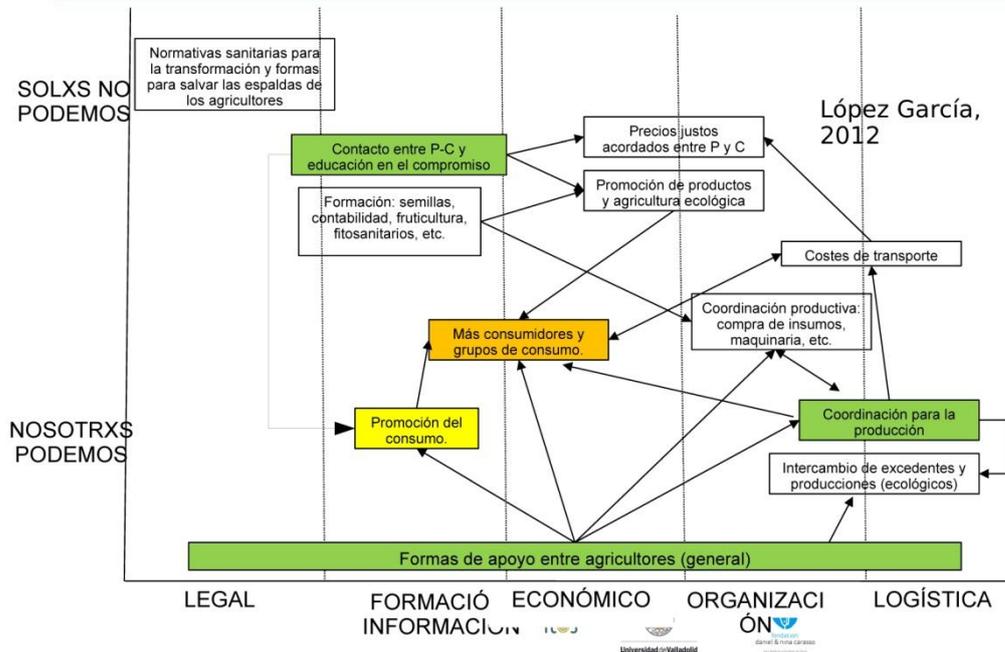
Canales de distribución alternativos. La evolución de los circuitos cortos y otras experiencias

Daniel López García _ Fundación Entretantos

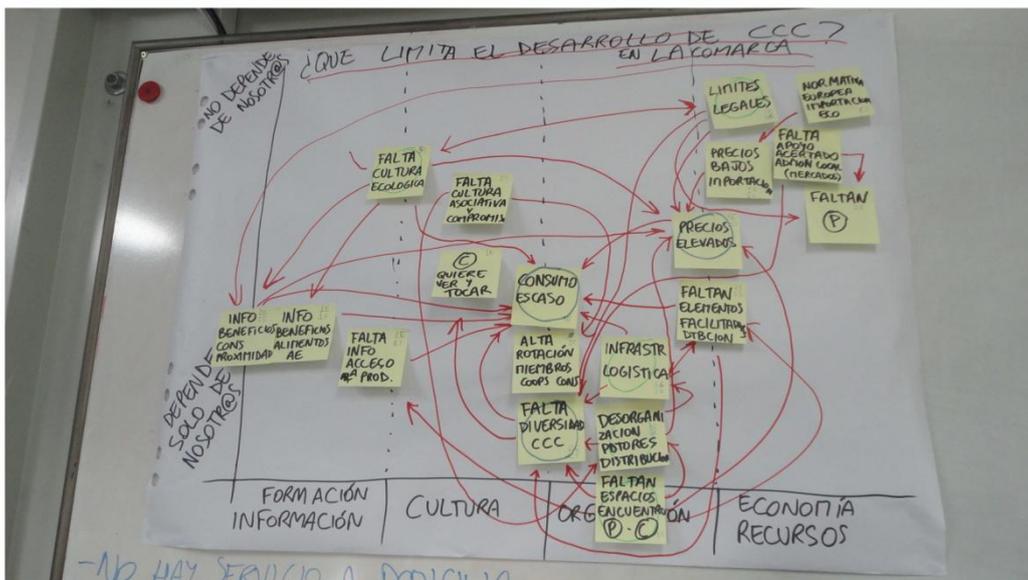
En lo pequeño también la gente se mueve. Y se van ensayando, en diferentes lugares, fórmulas de mejora y cambio de escala en los modelos que se estaban desarrollando hasta ahora, fundamentalmente grupos de consumo, cooperativas y otras alternativas de distribución.

Daniel nos trasladó el análisis de los retos que se ha hecho de los circuitos cortos de comercialización en territorios como Madrid -desde el punto de vista de la producción- o la comarca del Bagés.

Retos para los CCC en la Comunidad de Madrid, visto desde la producción



Retos de los CCC en la Comarca del Bages (Manresa), BCN



Aunque, evidentemente, la distribución en ecológico está mucho menos centralizada que en convencional, los canales de distribución alternativos se van poco a poco estructurando, como apuntan los datos de la siguiente tabla, en que se analiza un periodo relativamente corto:

CIRCUITOS DE APROVISIONAMIENTO DE LOS CANALES ESPECIALIZADOS EN P. ECOLÓGICOS		
Circuitos principales	Año 2013/2014 (% del aprovisionamiento)	Año 2011 (% del aprovisionamiento)
A través de mayoristas independientes y/o importadores distribuidores	45-60%	35-50%
Directamente del productos, cooperativa o elaborador industrial	25-35%	30-40%
Almacenistas o distribuidores locales; u otros minoristas locales	10-15%	5-10%
Otros circuitos	5-10%	5-10%
TOTAL	100%	100%

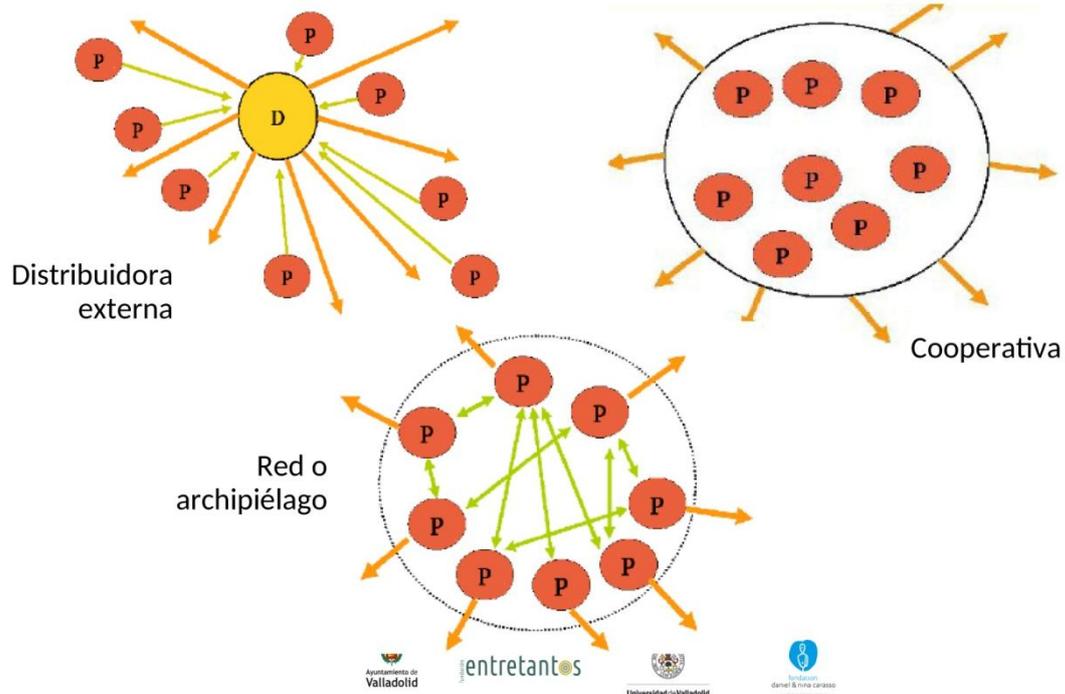
Fuente: Elaboración propia a partir de datos MAGRAMA.

En la actualidad conviven modelos de distribución muy diversos en lo referente a la venta directa y los canales cortos:

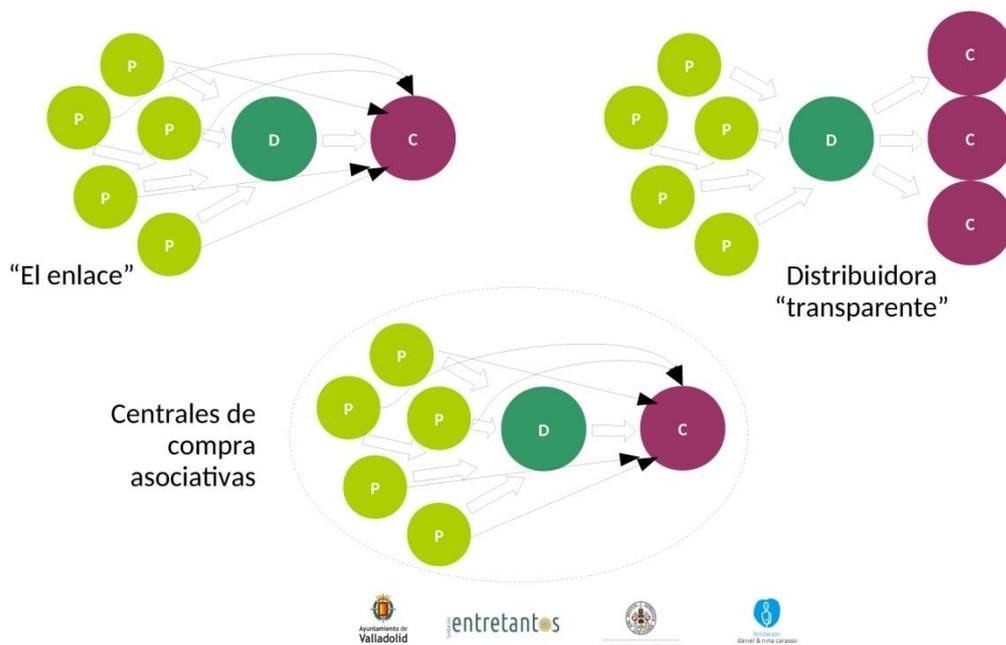


En un estudio realizado en 2013 sobre el ejemplo de ARAE se detectó que se utilizan estructuras de distribución en red, muy flexibles, sin ningún tipo de infraestructura unitaria, en el caso de los productos hortofrutícolas, pan y lácteos, mientras que en ecológico extensivo sí se recurre a un modelo más centralizado.

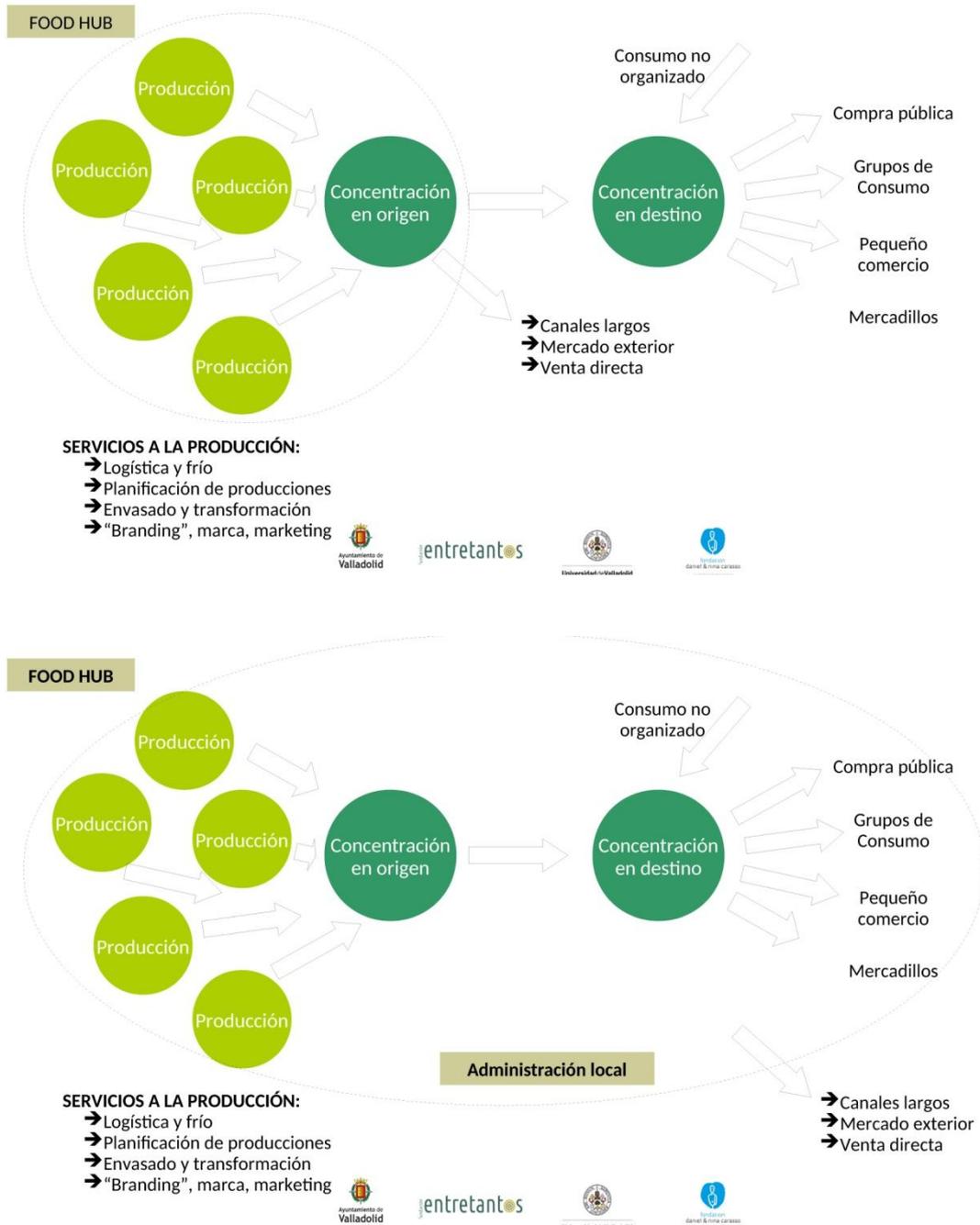
A continuación Daniel López comentó –sobre la base de esquemas gráficos- algunos modelos de distribución impulsados desde la producción...



y la distribución...



Así como diferentes modelos de 'food hub' que se están implementando en algunos países como EEUU que, además de la distribución y logística, asumen tareas de apoyo, creación de marcas, etc.



Por último, comentó una experiencia llevada a cabo en Andalucía para la creación de una red de experiencias piloto con 18 Oficinas de Integración Comercial, diseñado para superar la desconfianza intra e intersectorial, que puede reducirse con nuevas iniciativas. El proyecto generó resultados muy interesantes, incluyendo dos centros de acopio nuevos en un año, una gran variedad de eventos, la adhesión de muchos pequeños comercios, la creación de 5 marcas de calidad local,... La idea era potenciar las iniciativas ya existentes mediante un proceso de dinamización y mediación en que la gobernanza era un elemento clave, dando el protagonismo al sector agrario. También se evidenció la relevancia de tener gente en el territorio, de contar con otros

operadores que ya están funcionando en el territorio (y con su infraestructura), de combinar canales de comunicación diversos y de conseguir resultados pronto, con el fin de estimular los procesos...

Retos y propuestas en materia de distribución para la Estrategia Alimentaria de Valladolid

Hasta ahora se han definido, en las fases previas de trabajo, cuatro retos en materia de distribución:

1. Articular redes de distribución y consumo locales con redes de producción (ecológica y convencional de calidad) de ámbito autonómico
2. Desarticulación del sector productor. Desorganización entre los puntos de provisión y venta de alimento local y ecológico. Desconfianza e incluso relaciones conflictivas entre los distintos operadores de la cadena de distribución local.
3. Reforzar el papel de infraestructuras públicas municipales en la articulación de la cadena de distribución local
4. Impulsar programas de compra pública como procesos que articulan la cadena local de producción y distribución

Además, se han identificado algunas propuestas que podrían ayudar a abordar dichos retos:

1] Articular redes de distribución y consumo locales con redes de producción (ecológica y convencional de calidad) de ámbito autonómico

- ✎ Impulsar proyectos piloto para coordinar la distribución mayorista de cercanía a distintos actores (pequeño comercio especializado, grupos de consumo, compra pública, etc.).
- ✎ Impulsar proyectos de compra pública sostenible con objetivo de articular la cadena de distribución Autonómica
- ✎ Complementar las temporadas de producción local (ecológica y convencional) con productos de mayor lejanía
- ✎ Vincular la agroindustria artesanal (y/o ecológica) local con producciones primarias de ámbito autonómico.

2] Desarticulación del sector productor. Desorganización entre los puntos de provisión y venta de alimento local y ecológico. Desconfianza e incluso relaciones conflictivas entre los distintos operadores de la cadena de distribución local.

- ✎ Lanzar procesos participativos de dinamización y articulación de la cadena de distribución alimentaria local (desde el área metropolitana hasta la Comunidad Autónoma)
- ✎ Crear espacios/momentos de encuentro entre el sector productor y el consumo y la distribución especializada en alimento ecológico y/o local
- ✎ Promover el asociacionismo y la cooperación vertical en la cadena de distribución local
- ✎ Promover el asociacionismo y la cooperación horizontal en la cadena de distribución local
- ✎ Promover la implicación de la hostelería en la promoción del producto local y saludable
- ✎ Impulsar órganos y procesos de coordinación intra- e interadministrativa, para una dinamización integral de la cadena de distribución local

3] Reforzar el papel de infraestructuras públicas municipales en la articulación de la cadena de distribución local

- ✎ Aprovechar la infraestructura logística de Mercaolid o los mercados de abastos como centros de acopio en destino
- ✎ Coordinar las producciones y redes logísticas y de distribución locales desde infraestructuras logísticas (públicas o participadas por actores económicos), para asegurar volumen, diversidad y estabilidad adecuadas en el abastecimiento.
- ✎ Facilitar el acceso a puestos en mercados de abastos para producciones locales y/o ecológicas
- ✎ Incentivos fiscales a la comercialización de producto local y/o ecológico para establecimientos privados, especialmente en mercados de abastos

4] Impulsar programas de compra pública como procesos que articulan la cadena local de producción y distribución

- ✎ Impulsar la compra pública sostenible y ética en los pliegos de condiciones de las guarderías municipales, promoviendo la articulación del sector productor y de la distribución mayorista
- ✎ Impulsar la introducción de alimento saludable (fresco, local y/o ecológico) en los recursos asistenciales del Ayuntamiento para grupos sociales de bajos ingresos (coordinación con servicios sociales).
- ✎ Dar visibilidad al alimento local y ecológico en los eventos públicos del Ayuntamiento

A partir de esta presentación, el grupo propuso otras ideas y acciones que pueden complementar a las ya detectadas.

Se generaron las propuestas que aparecen en la tabla, que después se priorizaron –separadamente- de acuerdo a los dos tipos de criterios previamente acordados en el proceso:

Grupo 1)

- ✎ Viabilidad estimada
- ✎ Diversidad de actores implicados
- ✎ Adecuación a los retos
- ✎ Contemplación de ejes transversales (género, sostenibilidad, equidad e incidencia)

Grupo 2 [frutas maduras]

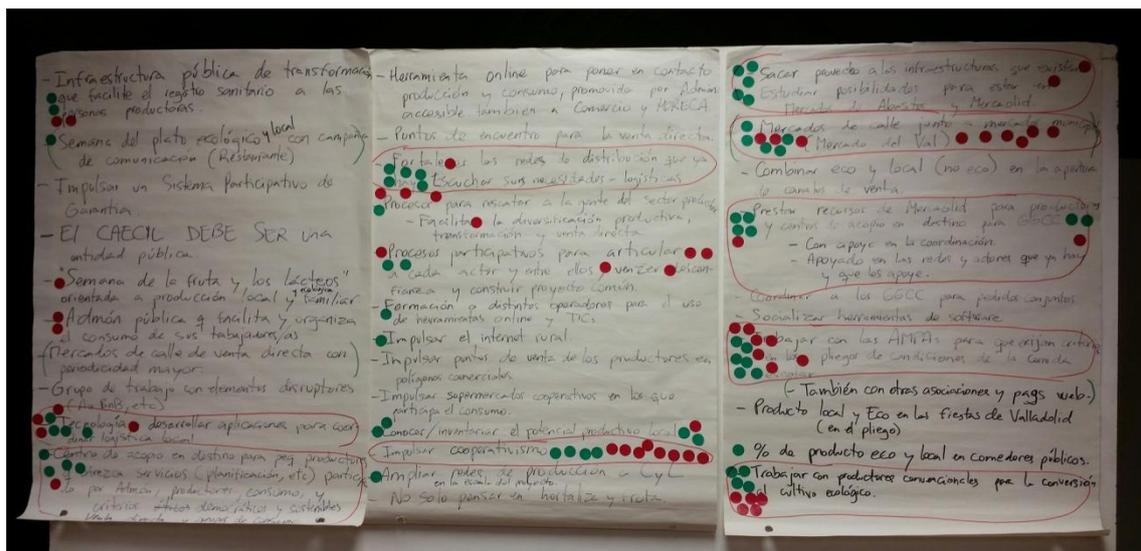
- ✎ Sencillez y reducción de costes
- ✎ Capacidad educativa y de sensibilización
- ✎ Efecto demostrativo

Propuesta	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 1) _ número de votos obtenidos	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 2) _ número de votos obtenidos

Propuesta	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 1) _ número de votos obtenidos	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 2) _ número de votos obtenidos
1) Infraestructura pública de transformación – obrador colectivo- que facilite el registro sanitario a las personas productoras	2	2
2) Semana del plato ecológico y local con participación de la hostelería y otros eventos (charlas, etc.)	1	
3) Impulsar un Sistema Participado de Garantía		
4) El CAECyL debe ser una entidad pública		
5) Reorientar la ‘semana de la fruta y los lácteos’ a la producción local, ecológica y familiar, en lugar de a grandes productores/distribuidores		1
6) Articular un mecanismo para incentivar la adquisición de cestas verdes descontándose las de las nóminas a los empleados públicos (el modelo seguido por la Oficina Verde de la Universidad de León)		2
7) Organizar mercados de calle de productores/as de forma regular		
8) Crear aplicaciones tecnológicas que ayuden a acercar la oferta de productores/as a la demanda de los consumidores/as, articulando mecanismos de coordinación logística local	4	4
9) Crear un centro de acopio en destino promovido por la Administración para pequeños productores -que ayude a éstos con criterios participados y transparencia- con diferentes servicios, incluyendo la planificación de la demanda y la resolución de conflictos con equidad, habilitado también para venta directa y grupos de consumo.	4	1
10) Herramienta on line promovida por la administración pública, que permita coordinar a consumidores y productores, también para pequeño comercio y el sector Horeca		
11) Crear puntos de encuentro para la venta directa.		
12) Fortalecer las redes de distribución que ya existen y escuchar sus necesidades logísticas	5	1

Propuesta	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 1) _ número de votos obtenidos	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 2) _ número de votos obtenidos
13) Fortalecer y apoyar al sector productivo y facilitar la diversificación, la transformación y la venta directa		1
14) Generar procesos participados para estimular la cooperación y la confianza tanto intra como intersectorial	2	5
15) Impulsar el internet rural	1	
16) Desarrollar instrumentos de formación para los productores/as y otros operadores sobre herramientas de trabajo on line y TICs	1	
17) Impulsar la apertura de puntos de venta compartidos de productores en los lugares con elevada presencia de consumidores (junto a centros comerciales, hipermercados, etc.)		
18) Impulsar la apertura e supermercados cooperativos en los que participen productores/as y consumidores/as		
19) Conocer bien e inventariar a las personas productoras, la producción y el potencial productivo existente para abastecer a la ciudad, teniendo en cuenta distintos ámbitos geográficos según el tipo de producto	4	1
20) Impulsar el cooperativismo	4	8
21) Ampliar redes de producción a Castilla y León en la escala del proyecto y no pensar sólo en hortaliza y fruta.	1	
22) Sacar provecho a las infraestructuras que existen, especialmente los mercados de abastos y Mercaolid	5	2
23) Abrir mercados de calle para los productores/as junto a los mercados municipales, específicamente en el Mercado del Val	5	9
24) Combinar lo ecológico y lo local (no ecológico) en la apertura de nuevos canales de venta.		

Propuesta	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 1) _ número de votos obtenidos	Priorización de acuerdo a criterios del grupo 2) _ número de votos obtenidos
25) Prestar recursos de Mercaolid -incluso zonas de frío y envasado- para productores/as y centro de acopio en destino, con apoyo para la coordinación y también apoyándose en las redes, grupos de consumo y agentes que ya existen	6	2
26) Articular pedidos conjuntos de los grupos de consumo _ cítricos, pasta, aceite...		
27) Socializar las herramientas de software ya existentes		
28) Trabajar con las AMPAs para que exijan a la Junta de Castilla y León nuevos criterios en los pliegos de condiciones de los comedores escolares	6	7
29) Incluir referencias al producto ecológico y local en los pliegos de condiciones de las casetas de día en las fiestas de Valladolid, así como en los comedores de guarderías, albergues,, etc.	1	
30) Captar a agricultores/as convencionales locales para que se transformen a ecológico	4	5



Anexo _ Listado de participantes en el taller

Nombre	Entidad
Abilio Merino	¡La colmena dice sí!
Alberto Colina Hernández	Productor ecológico
Alberto Lentijo	Productor ecológico
Antonio Lázaro	Vaklladolid Toma La Palabra
Belén Verdugo Martín	Productora ecológica
Carmen Carricajo	Particular
Carmen Duce	Oficina de Cooperación al Desarrollo Universidad de Valladolid
Cristina de Raymundo	Ayuntamiento de Valladolid
Fátima Pérez	Cocinera comercial productos gourmet
Francisco Javier Rodríguez Conde	ecomarketing.es
Guillermo Puerta	Huerta ecológica La Alholva
Joaquín Chamorro	Federación de Padres de Alumnos FAPA
Luis Miguel Domínguez de la Iglesia	Huerto ecológico 'Las maduras'
Maite Porres Tomé	Particular
Manuel Fernández Calderón	
Marga Mediavilla	Ecogermen
Nuria González Escudero	UGT Valladolid
Ramón Juste	Ayuntamiento de Tudela de Duero
Sara Vega	Red de Consumo Cesta Verde, Ecologistas en acción
Tran-Vu Mai	¡La colmena dice sí! (Boecillo)