

Jornada de Impulso a la Promoción de Productos Locales de la Sierra Oeste

1 febrero 2019, Palacio de La Sagra, Chapinería



Cinco inspiradoras experiencias, un foro de casi una treintena de personas, y los medios de comunicación Cope Pinares, Radio 21 y A21, nos acompañaron en la jornada organizada por el proyecto Sierra Oeste Agroecológica el pasado 1 de febrero. Además disfrutamos de un excelente almuerzo agroecológico con productos locales y continuamos asentando las bases para la transición agroecológica en la comarca.

A continuación, mostramos un resumen de la Mesa de Redonda de Experiencias de comercialización de productos locales y los Grupos de trabajo. Podéis acceder a algunas de las interesantes presentaciones en este vínculo:

<https://drive.google.com/drive/folders/1pziCSDyeutut-isKwL52u0qTSHH8GZM-?usp=sharing>

Alberto Cruz, Heliconia. Parque Agrario de Fuenlabrada y de Parque Agroecológico Soto del Grillo de Rivas Vaciamadrid (Madrid).

En el caso de Fuenlabrada, se trata de una zona de agricultura periurbana, donde tradicionalmente se daba el monocultivo de repollo y acelga y donde los principales objetivos de trabajo son la gobernanza y la igualdad de oportunidades en el acceso a la tierra, entre otros. Sobre comercialización, se busca dar a conocer entre la población del municipio la agricultura que se desarrolla en él. Se trata, por tanto, de acercar la realidad agrícola al municipio, así como solventar el problema de la dependencia de Mercamadrid de los productores. Para ello se puso en marcha la campaña “Cómete Fuenlabrada” con siete puntos de venta en distintos distritos de Fuenlabrada los cuales, una vez afianzados, se incrementaron en municipios cercanos. El primer paso para la comercialización es la logística que se canalizó a través de una cooperativa de mujeres surgida a partir de un curso de conservas. Se trata de dos mujeres que, junto a un grupo de agricultores, abastecen de productos los puntos de venta. El segundo punto importante es la progresión: no generar al principio unas expectativas y unos objetivos muy altos, pero aportando continuidad al proceso. Anualmente se realiza una feria agroecológica de promoción y, recientemente, se ha realizado un convenio con los comedores escolares del municipio para aprovisionarlos de verduras. Hay una finca

experimental para la promoción de la agricultura sostenible. Las acciones se complementan con publicaciones y trabajo en redes. Todo esto ha llevado su tiempo y ha sido un proceso de 7 años. En el caso de Rivas, las condiciones de partida han sido distintas, ya que las tierras son del municipio (quien las alquila a bajo precio). En este caso, hay menos continuidad en la comercialización (lo que es un elemento clave) y existe un mercado agroecológico, aunque “en baja forma”. Otros elementos clave que se extraen de estas experiencias son: el asociacionismo, la necesidad de adaptación de las ayudas de los PDR a la realidad productiva, etc.

Mercedes Pérez González, alcaldesa de Redueña (Madrid) y vicepresidenta de la Red Terrae.

La Red Terrae es una red de municipios a nivel estatal que promueven la agroecología: <http://www.tierrasagroecologicas.es/>

La experiencia de Redueña se centra en la creación de un banco de tierras, la formación y acompañamiento de agricultores/as para dar alternativas, entre otras, a los excedentes de los productos que empiezan a tener y, en este sentido, realizan cursos para vender a restaurantes, elaborar cestas, etc. Se establecen contratos de tutela: ayuntamiento-consumidor-productor. Red Terrae también ha promovido el sello de Km0 en los municipios involucrados en la Red. Se apunta la necesidad que tienen los alcaldes y alcaldesas de implicarse en apuestas innovadoras en los territorios rurales que los dinamicen. Municipios de referencia son El Boalo, Cerceda, Matalpino con su política de economía circular apostando por la gestión de residuos, la ganadería comunitaria y la formación de pastores, entre otras iniciativas. Carcaboso ha apostado por las cocinas comunitarias y los registros sanitarios municipales y otros municipios como San Juan de la Rambla o Miguelturra han implementado, respectivamente, un espacio de comercio local semanal y una escuela de emprendimiento agroecológico.

Además, se recordó como los 42 municipios de la Sierra Norte de la Comunidad de Madrid se unen bajo el distintivo Sierra Norte de Madrid como una forma de aunar esfuerzos entre los municipios, como un ejemplo que podría ser interesante replicar en la Sierra Oeste.



Joan Cartanyà, Fet a la Conca (Tarragona).



La Conca de Barbera es una comarca cerealista formada por 22 municipios y con unos 22.000 habitantes. El 80% es producción agroindustrial. En la zona sur producen viñedo, algo de olivos, almendros y avellanos. Montblanc es un pueblo medieval con gran influencia de turistas. En la Conca no hay muchos productores de todos los productos originales de la zona a excepción de los vinos. Presentan diversidad de productos, entre los cuales, el azafrán es el producto-baluart. El planteamiento de la iniciativa de la marca territorial fue dar valor al producto local y que este valor añadido se quedara en el territorio de manera que el sector primario tenga opciones de “ganarse la vida”. Al comienzo empezaron como asociación (porque esta figura era más fácil que la de la cooperativa) con dos

servicios principales: comprar insumos de manera conjunta y hacer la comercialización juntos. Actualmente son 13 socios y administran una tienda en el monasterio de Poblet (punto de venta). Hay un catálogo de productos, productos con identidad propia, cuya calidad la van a ir estableciendo para cada producto, estableciendo una barrera entre lo artesano e industrial. “Al vender el producto, se vende territorio”. De momento su foco está en llegar al visitante, pero con la confianza de que esto llame la atención a la población local.



Juan Gil, Turisabor.

Es un proyecto a nivel estatal que se inicia en 2015 y que trata de conectar las mujeres en el medio rural poniendo en valor los espacios naturales protegidos. Impulsado por Afammer (Asociación de Familias y Mujeres del Medio Rurales) dentro del Programa Mujer Rural y Oportunidades de Autoempleo financiado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Es un espacio informativo donde dar a conocer las iniciativas existentes, las cuáles están localizadas geográficamente en un visor. Esta tarea se complementa con sesiones formativas para el emprendimiento y la puesta en valor de los productos locales a través de una gastroteca online. Juan nos invita a incorporar las iniciativas existentes de nuestra comarca Sierra Oeste. Más información en: <https://turisabor.es/>

José Luis Cruz, Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural Agrario (IMIDRA)

José Luis presenta el estudio sobre canales cortos de comercialización (CCC) realizado por el IMIDRA, en el que se presentan los CCC como una alternativa a la gran distribución. El objetivo del estudio es conocer el porqué los consumidores se acercan a los CCC y conocer la realidad sobre el imaginario colectivo que lleva a elegir los productos de proximidad o los productos ecológicos. De este modo, se podrán impulsar mecanismos para satisfacer el alto potencial que tienen los CCC buscando espacios de encuentro entre consumidores y productoras

a través de mercados de productores que fidelizan el consumo, generando fórmulas híbridas o mejorando la logística en la distribución. Se informa, además, sobre dos próximas convocatorias de financiación de CCC: una a través de los Grupos Operativos que gestiona el IMIDRA y otra convocatoria específica a través del Área de Industrias Alimentarias, ambas de la Comunidad de Madrid.

Se cierra la sesión de ponencias dando paso al trabajo grupal sobre los siguientes aspectos clave, en los que se identificarán necesidades, problemáticas y propuestas, para una posterior puesta en común.



Comunicación y Sensibilización

Circuitos Cortos de Comercialización

Logística

Grupo 1: Comunicación y sensibilización



“Hay necesidad de organizarse y agruparse creando grupos de trabajo/mesas sectoriales en distintos sectores que permitan asentar los conceptos para así defenderlos”

“Hay una clara necesidad de poner en valor el territorio y generar una marca territorial partiendo de ciertas

experiencias pasadas, planteándose marcas y viendo la necesidad de poner en valor el concepto de sostenibilidad que es el que más nos aúna”

“Se proponen campañas y presencia en ferias”

Grupo 2: Logística

“Principales problemáticas: diversidad de productos y sistemas de producción; gestión del tiempo del sector: falta tiempo para dedicarse a distribución y la comercialización además de producir y transformar; compatibilizar la presencia en mercadillos con las tiendas locales; atomización producción que dificulta la organización de la distribución compartida”

“Propuestas: Producto local exento de pagar en mercadillos; el punto nuclear para pedidos y distribución debe ser la central logística que está ya en marcha en el distritito de Villaverde en Madrid y paralelamente organizar una oferta para las tiendas locales, que vendan productos del territorio y de calidad”

Grupo 3: Circuitos cortos

“Hay necesidad de asociarse para facilitar la distribución en los mercados estables (Madrid principalmente)”

“Falta un sello que aporte identidad a la comarca, a diferencia de otras marcas territoriales que si que existen, por ejemplo en la Sierra Norte”

“Los productores deben estar produciendo no distribuyendo por lo que toca pensar en cómo vincularse con el centro logístico que ya se está creando en Madrid: ¿a través de una cooperativa de distribución comarcal?”

“Importancia de tener ferias puntuales en el año para que el productor tenga contacto con el consumidor y puedan explicar sus valores”



El Almuerzo Agroecológico de VayVegan (Robledo de Chavela) consistió en un aperitivo de queso de La Cabezuela con pan de El Árbol del Pan, Vino de Las Moradas de San Martín y un cocido vegetariano con garbanzos de La Asociación Garbancera Madrileña y verduras de la Huerta de Floresta.

Tras el almuerzo, en la sesión de tarde, presentamos los avances del trabajo de Sierra Oeste Agroecológica y del primer encuentro de la Plataforma Sierra Oeste Agroecológica dando lugar a la sesión de trabajo para la formalización de la Plataforma.