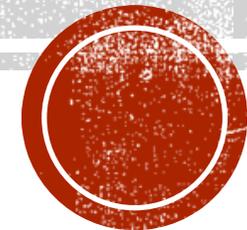


XII Congreso de la Asociación Española de Economía Agraria  
Lugo, 4-6 de Septiembre de 2019



**INNOVACIONES SOCIALES Y GOBERNANZA TERRITORIAL EN REDES  
ALIMENTARIAS ALTERNATIVAS DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN LA  
COMUNIDAD DE MADRID:  
INICIATIVAS EN TORNO AL PROYECTO MAR DE ALIMENTACIÓN**

**Javier Sanz Cañada\*, Aintzira Oñederra \*\* y Maria Vittoria Fiorelli\*\*\***



\* Instituto de Economía, Geografía y Demografía (IEGD/CSIC), Madrid, [javier.sanz@cchs.csic.es](mailto:javier.sanz@cchs.csic.es)

\*\* Instituto de Estudios Campesinos (ISEC) de la Universidad de Córdoba

\*\*\* Università di Firenze (Italia)



# PROYECTO FONTAGRO

- Financiación: Fondo FONTAGRO: BID / IICA
- Sentido: Heterogeneidad de respuestas de los sistemas alimentarios alternativos, en materia de comercialización de productos locales (agroecológicos) en Argentina, Bolivia y España
- Socios: INTA Argentina (coord.), Univ. de la Plata y de Mar del Plata, Fundación para el Desarrollo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (Bolivia), Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB/Bolivia), AGRUCO/Univ. de Cochabamba, Universidad del País Vasco, IEGD/CSIC
- Objetivo del proyecto: contribuir, mediante técnicas de investigación participativa, al impulso a estrategias de innovación social en materia de cadenas cortas de producción y comercialización de alimentos locales que permitan a los agricultores familiares retener una mayor proporción de valor agregado.
- Procesos de innovación social y gobernanza territorial como ejes de investigación



- ✓ Investigación acción participativa.
- ✓ Análisis comparativo de estudios de caso.
- ✓ Estudios de caso: 4/12 de ellos en España:
  - Centro de acopio *Sareko* de abastecimiento a la restauración de la ciudad de Donostia
  - Mercado de productores locales *Elikagunea* de Azpeitia (Gipuzkoa)
  - Plataforma logística on-line de distribución de alimentos locales *Farmidable* (Madrid)
  - Centro logístico asociativo de productores agroecológicos / *Mar de Alimentación* (Madrid)



# METODOLOGÍA. FASES DE LA INVESTIGACIÓN

1. Diagnóstico preliminar: bibliografía, observación participante, entrevistas
2. Análisis de las innovaciones sociales en materia de comercialización en circuitos cortosgobernanza territorial en logística y distribución
  - *Entrevistas semi-estructuradas de larga duración* a los agentes que participan en las iniciativas: superan la veintena, carácter abierto
  - 23 entr. (Mares): agricultoras, agroindustrias, distribuidoras sociales y tiendas pequeñas
  - *Análisis del discurso* mediante técnicas de investigación cualitativa (Atlas.ti)
  - *Codificación deductiva e inductiva*



# INNOVACIONES SOCIALES

«El proceso de inventar, asegurar el apoyo e implementar soluciones novedosas para las necesidades y problemas sociales (...) disolviendo fronteras y entablando un diálogo entre los sectores público, privado y sin fines de lucro»

James A. Phills Jr., Kriss Deiglmeier, and Dale T. Miller,  
"Rediscovering Social Innovation",  
Stanford Social Innovation Review, Fall 2008

*"Uno de los objetivos del centro logístico es la **planificación conjunta de la producción**, de tender a funcionar como si fuéramos una sola finca"*

*"Alcanzar cierto tamaño para realizar **compras conjuntas a proveedores**, especialmente en invierno, pues ahora mismo muchos nos vemos obligados a hacerlo a través de intermediarios porque no tienes tamaño suficiente para comprar solo"*

*"La tercera pata consiste en montar una **plataforma de ventas conjuntas**, de tal manera, que tú tengas una salida de mercado adicional a tus productos"*

# GOBERNANZA TERRITORIAL

«Es un modo organizativo de acción colectiva territorial, basado en la apertura y la transparencia del proceso en sí, en la cooperación / coordinación entre actores (horizontal y verticalmente), y en el marco de una subsidiariedad más o menos explícita»

S. Davoudi, N. Evans, F. Governa, M. Santangelo,  
“Territorial Governance in the making. Approaches, Methodologies, Practices”,  
Boletín de la A.G.E. N°46 - 2008, p 33-52

*“En el centro logístico sería necesario que alguien, **profesional**, se encargara de la gestión del centro y de la **coordinación** de los socios, pues va a ser un tema complicado. Ha de promover la **participación**, tener capacidad de decidir qué productores pueden participar y ver en qué condiciones se participa... Además habría que pagar a alguien que estuviera encargado de recepcionar, distribuir y transportar”.*

*“Articular una nueva alternativa de logística y distribución entre muchos pequeños es complicado.....Fíjate, si empiezas por algo más reducido, nosotros y cinco proyectos más... Entonces, si empiezas por algo así de pequeño y funciona, va a animar a que se vayan añadiendo más. Creo que se tiene que **articular despacio**”*

# GUÍA DE ENTREVISTA:

---

Caracterización e historia de los agentes desde la óptica de las

Prácticas agroecológicas con las que se produce / distribuye

Caracterización de los canales cortos

Relaciones entre productoras y consumidoras

Características de la innovación social (i.e., centro logístico y su organización colectiva)

Postura de cada uno de los agentes ante la innovación social y su gobernanza



**Códigos y supercódigos resultantes de la codificación inductiva mediante atlas.ti: n° de veces que aparecen por término medio en cada entrevista.**

**Centro Logístico Mar de Alimentación**

<b>TERRITORIO 5,17</b>	<b>GOBERNANZA 21,65</b>	<b>MAR DE ALIMENTACIÓN 4,65</b>
local, territorio, proximidad, accesibilidad 5,17	apoyar, aportar, colaborar, cooperar, asociar, integrar, incluir, compartir, acuerdos, confluir 8,13	mares, julia, ayuntamiento 4,65
<b>LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN 30</b>	participación, comisión, autogestión, votación, debate, reunión, representar 4,48	<b>AGROECOLOGÍA Y PRODUCTOR 15,69</b>
transporte, camión, furgoneta, cargar 4	compromiso, confianza, autonomía, resiliencia, conflicto, rivalidad, disputa 3,52	agricultor, ganadero, agroecológico, biodinámico, autóctono, típico, artesanal, estacional 15,69
reparto, pedido, entrega, suministro 6,74	coordinación, convenio, pacto, vínculo, negociación, interrelación 2,22	<b>CONSUMIDOR 11,26</b>
distribución comercial y restauración 13,22	colectivo, común, comunidad 3,30	consumidor, cliente, mercado 11,26
almacenamiento, cámara, frigorífico, palet, plataforma, polígono 5,22	<b>INNOVACIÓN ORGANIZATIVA Y COMERCIAL 4</b>	<b>GESTIÓN DE RESIDUOS 1,3</b>
concentrar, agrupar, aglutinar 0,83	promoción, marketing, sensibilización 2,43	compostaje, residuos, reciclaje, reutilización 1,3
	profesionalización, especialización, formación 1,57	



# EXPECTATIVAS DE LOS ACTORES COMERCIALES

---

## PRODUCTORES

- Más profesionalización
- Apertura de nuevos canales de comercialización
- Puesta en valor del trabajo agroalimentario
- Impulsar la economía local
- Asociarse para ser más competitivo
- Compromiso entre la rentabilidad y los criterios agro-ambientales

## CONSUMIDORES

- Vinculación con los productores
- Mejor relación calidad/precio
- Agroecología
- Productos de proximidad
- Conciencia social



# MATRIZ DE CO-OCURRENCIAS SUPERCÓDIGOS / CÓDIGOS

	TERRITORIO	GOBERNANZA					MAR DE ALIMENTACIÓN	INNOVACIÓN ORGANIZATIVA Y COMERCIAL		LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN					AGROECOLOGÍA Y PRODUCTOR	CONSUMIDOR	GESTIÓN DE RESIDUOS
SUPERCÓDIGOS	local, territorio, proximidad, accesibilidad, gr=119	apoyar, aportar, colaborar, cooperar, asociar, integrar, incluir, compartir, acuerdos, confluir gr=187	participación, comisión, autogestión, votación, debate, reunión, representación gr=103	compromiso, confianza, autonomía, resiliencia, conflicto, rivalidad, disputa gr=81	coordinación, convenio, pacto, vínculo, negociación, interrelación gr=51	colectivo, común, comunidad gr=76	mares, julia, ayuntamiento gr=107	promoción, marketing, sensibilización gr=56	profesionalización, especialización, formación gr=36	transporte, camión, furgoneta, cargar gr=92	reparto, pedido, entrega, suministro gr=155	distribución comercial y restauración gr=304	almacenamiento, cámara, frigorífico, palet, plataforma, polígono gr=120	concentrar, agrupar, aglutinar gr=19	agricultor, ganadero gr=361	consumidor, cliente, mercado gr=259	compostaje, residuos, reciclaje, reutilización gr=30
TERRITORIO		0,83	0,17	0,52	0,13	0,52	0,39	0,57	0,22	0,30	0,52	1,35	0,30	0,00	2,22	1,43	0,17
GOBERNANZA	1,87						2,17	1,26	0,96	1,35	1,91	4,13	1,35	0,26	5,61	3,09	0,74
MAR DE ALIMENTACIÓN	0,39	1,17	0,74	0,39	0,22	0,35		0,30	0,13	0,22	0,35	1,00	0,39	0,04	0,78	0,52	0,09
INNOVACIÓN ORGANIZATIVA Y COMERCIAL	3,91	0,91	0,52	0,35	0,17	0,26	0,39			0,13	0,17	1,00	0,13	0,00	0,87	0,57	0,13
LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	2,26	3,78	1,35	1,04	0,83	1,74	1,61	0,96	0,52						6,43	6,61	0,65
AGROECOLOGÍA Y PRODUCTOR	2,13	2,83	0,91	1,04	0,70	1,13	0,74	0,57	0,43	0,96	1,22	3,96	1,17	0,22		2,87	0,65
CONSUMIDOR	1,39	1,26	0,83	0,70	0,26	0,57	0,57	0,61	0,04	1,09	1,43	4,13	1,22	0,22	2,87		0,13
GESTIÓN DE RESIDUOS	0,17	0,48	0,22	0,04	0,04	0,13	0,09	0,13	0,04	0,04	0,13	0,35	0,13	0,00	0,70	0,13	

0 - 1
1 - 2
2 - 3
3 - 4
4 - 5
>5



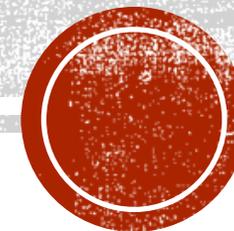
	PRODUCCIÓN	PRODUCTORES Y DISTRIBUIDORES	PRODUCCIÓN Y ELABORACIÓN	ELABORACIÓN	DISTRIBUCIÓN	TIENDAS PEQUEÑAS	PROMODOR A
TERRITORIO	4,83	4,86	6,38	7,96	6,43	8,77	0,95
GOBERNANZA	17,93	19,43	17,55	23,89	29,53	19,88	29,52
INNOVACIÓN ORGANIZATIVA Y COMERCIAL	4,83	4,66	4,26	5,31	2,92	4,09	6,67
LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN	27,58	34,01	34,57	30,97	23,98	30,99	20,95
AGROECOLOGÍA Y PRODUCTOR	24,83	19,03	16,49	14,45	16,96	15,79	11,43
CONSUMIDOR	11,03	13,36	19,68	14,16	10,82	16,37	2,86
GESTIÓN DE RESIDUOS	4,83	1,82	0	0,59	0,58	0,58	0
MARES	4,14	2,83	1,07	2,67	8,78	3,53	27,62
TOTALES	100	100	100	100	100	100	100

0 - 10
10 - 20
20 - 30
30 - 40

**Distribución del porcentaje de citas asignado a cada supercódigo según tipología de agente entrevistado.**

**Centro Logístico**

**Mares**



# FUTUROS DESARROLLOS DE LA INVESTIGACIÓN

- ✓ Fase de *acción participativa*
  - *Talleres de devolución* de los resultados de la primera fase: integración progresiva en las dinámicas participativas y técnicas de creatividad social
  - Grupos de discusión, técnicas de visualización por tarjetas, sociogramas, ARS ?
  - Indicadores de seguimiento de los procesos de toma de decisiones
- ✓ *Evaluación del proceso*: talleres participativos que permitan una evaluación operativa de los resultados y posibilidad de entrevistas comparativas
- ✓ *Análisis comparativo* de los 12 estudios de caso de los 3 países y *difusión de resultados*







Proyecto  
**Agricultores Familiares,  
Innovación y Mercados**

PROYECTO FONTAGRO 2017-2021



Ministerio de Agricultura,  
Ganadería y Pesca  
Presidencia de la Nación



Universidad del País Vasco  
Euskal Herriko Unibertsitatea



Instituto de Economía, Geografía y  
Demografía



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE LA PLATA



UNIVERSIDAD  
NACIONAL de  
MAR DEL PLATA