

¿Qué es un Agrohub?. Solución local a problemas globales



Alberto Matarán Ruiz.

Universidad de Granada

Rafael Fuentes–Guerra Soldevilla.

Habitat 4 S.C.A.

Jose María López Medina.

Habitat 4 S.C.A.

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Carolina Yacamán Ochoa

Universidad Autónoma de Madrid

Rafael Mata Olmo

Universidad Autónoma de Madrid

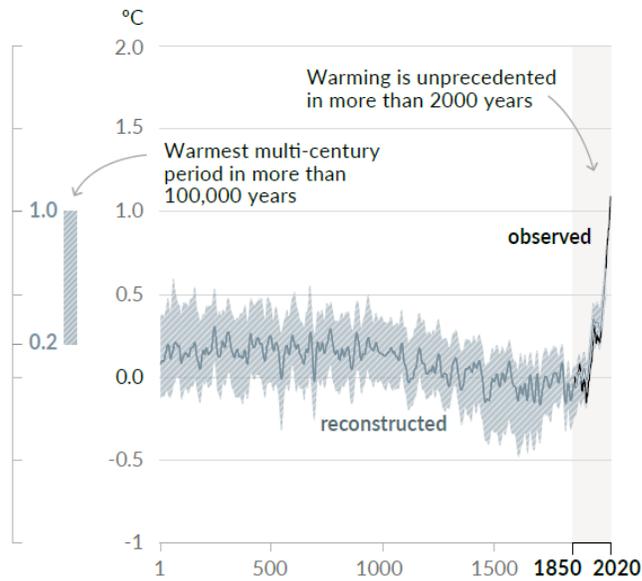
Mikel Fernández

Heliconia S.C.M.

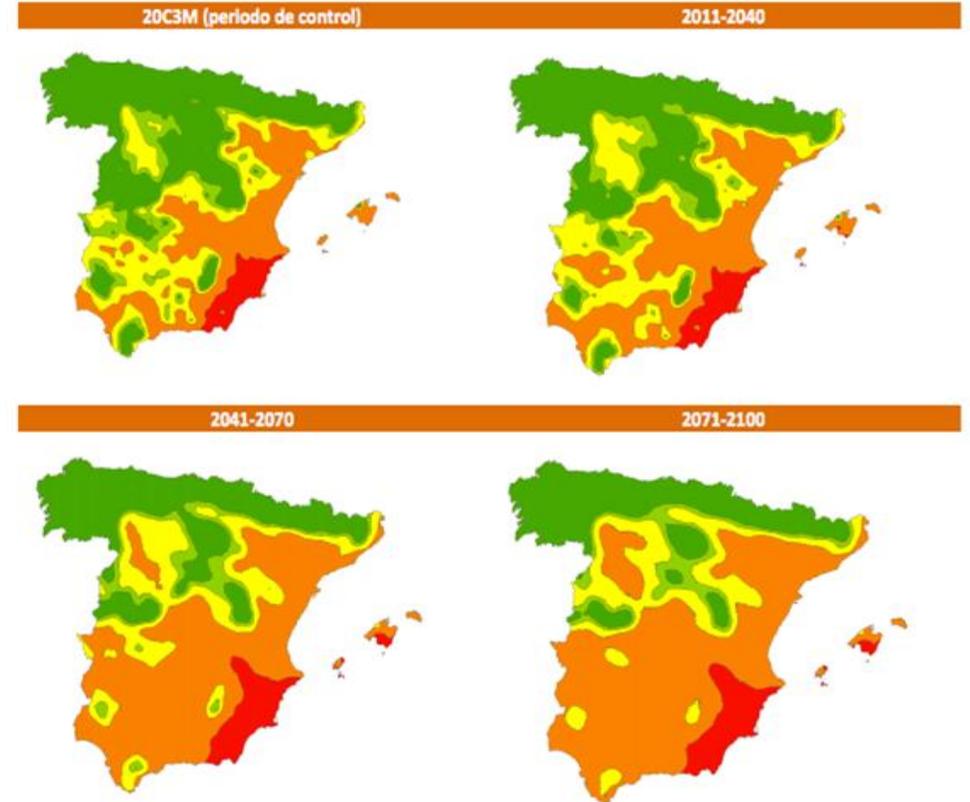
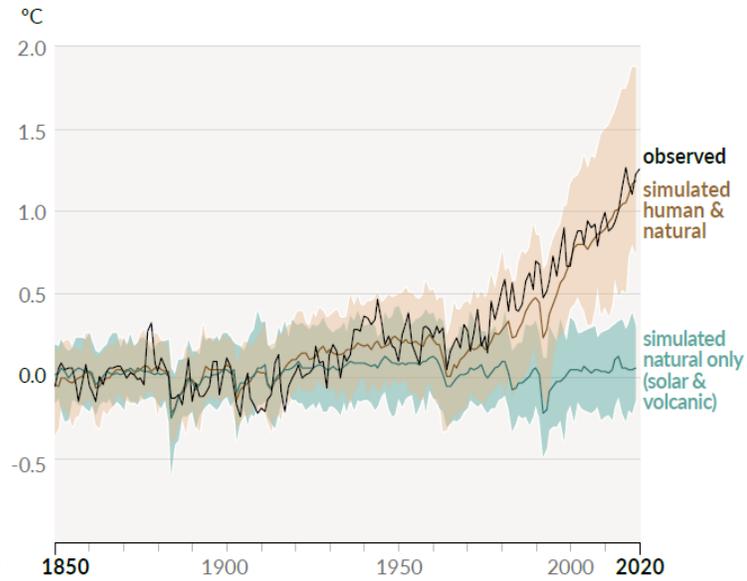
Emergencia climática

Changes in global surface temperature relative to 1850-1900

a) Change in global surface temperature (decadal average) as reconstructed (1-2000) and **observed** (1850-2020)



b) Change in global surface temperature (annual average) as **observed** and simulated using **human & natural** and **only natural** factors (both 1850-2020)



Sistema alimentario globalizado

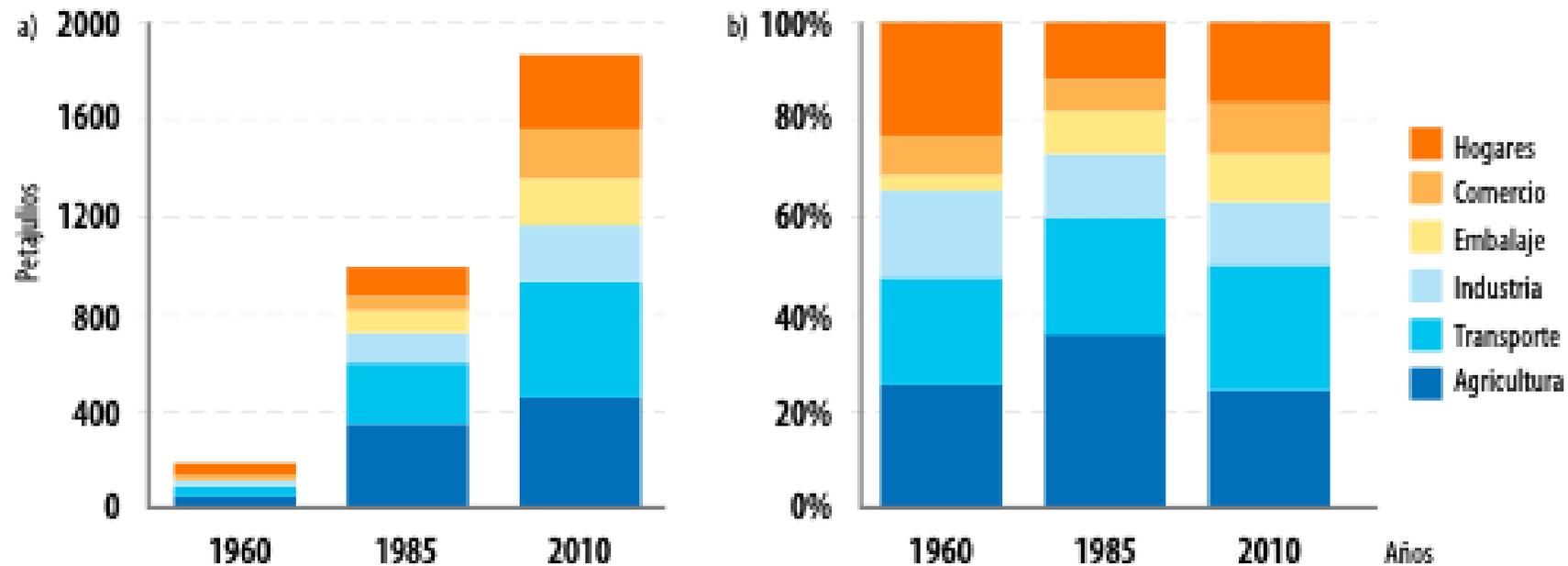


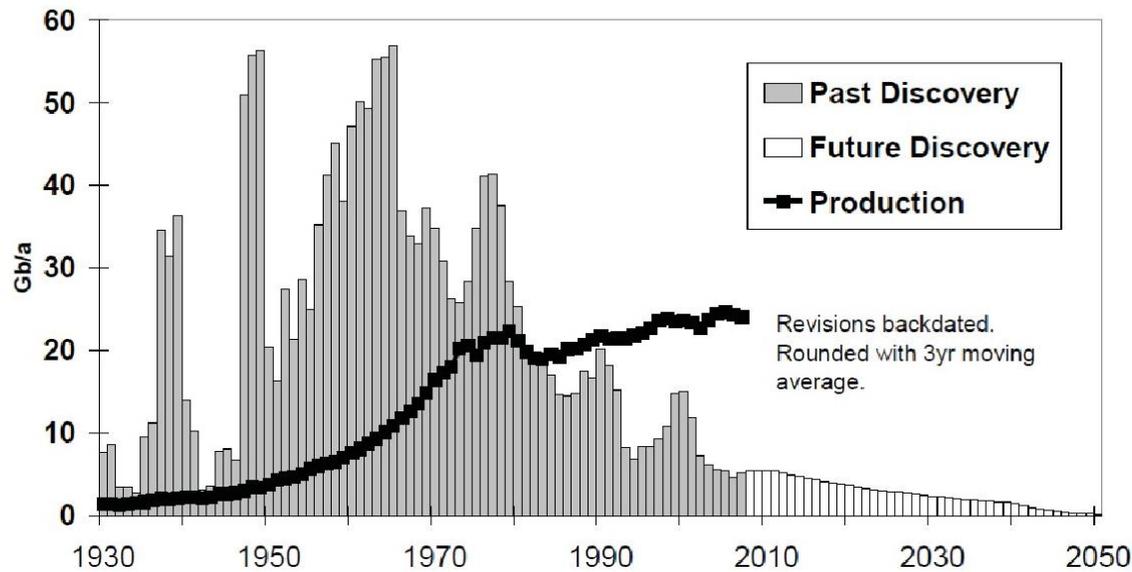
Figura 9: Consumo de energía total del sistema agroalimentario. Fuente: Infante-Amate et al 43

Se ha calculado que el sistema alimentario globalizado supone el 50% del total de emisiones

Fuente: Ecologistas en Acción (2019). "Agroecología para enfriar el planeta". <https://www.ecologistasenaccion.org/wp-content/uploads/2019/12/informe-agroecologia-2019.pdf>

Escasez de energía y materiales

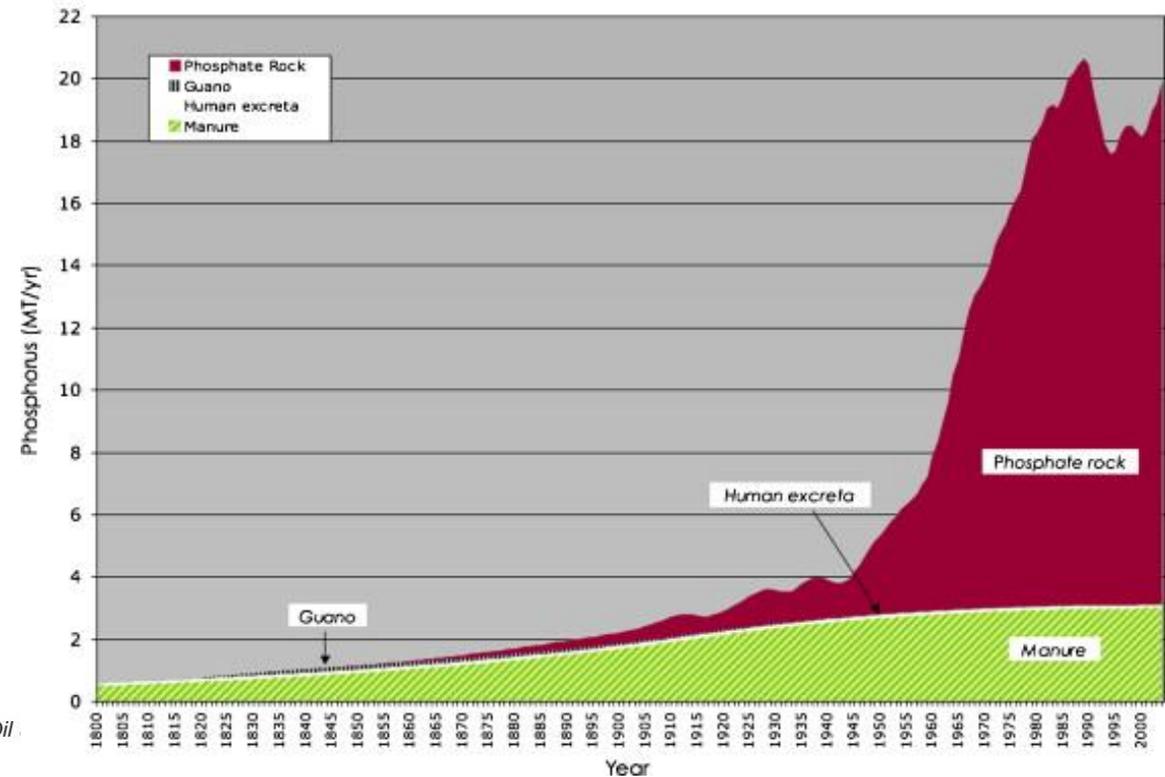
The Growing Gap – Regular Conventional Oil



Note: "Regular Conventional Oil" excludes heavy oil (tar sands, oil shale, etc.), deepwater oil, polar oil, NGLs and refinery gain.

Source: Association for the Study of Peak Oil.

Historical global sources of phosphorus fertilizers (1800-2000)



La alimentación local ha aparecido en la agenda política por muchas razones, siendo la más importante las que tienen que ver con que quienes consumimos nos preocupamos más por la procedencia de nuestra comida; quienes producen demandan obtener mejores rendimientos económicos de sus productos; y las normativas que intentan asegurar los estándares de calidad, ambientales y etc.

Problemas de partida en las ciudades

- Reducción superficie agraria y superficie hortícola, competencia usos del suelo, regresión de la actividad agraria periurbana, etc.
- El creciente número de población requiere mayor cantidad de alimentos: no se trata sólo de garantizar la disponibilidad de alimentos, sino también de mejorar la sostenibilidad, equidad social y el desarrollo económico de Sistemas Alimentarios Territorializados.

Problemas de partida para la pequeña y mediana producción

- Carece del volumen y del suministro regular que se necesita para atraer clientes minoristas y de servicios alimentarios.
- No cuenta con el capital necesario ni el acceso a las instalaciones para almacenar, procesar y distribuir sus productos.
- Personal limitado o con falta de experiencia para entablar relaciones comerciales exitosas.
- Muchos recorridos individuales dentro de la ciudad que tienen un impacto ambiental alto y mayores costes asociados a la distribución.

¿Qué es un Food Hub ?



¿Qué es un Food Hub ?

Estructuras para construir sistemas agroalimentarios locales de base agroecológica:

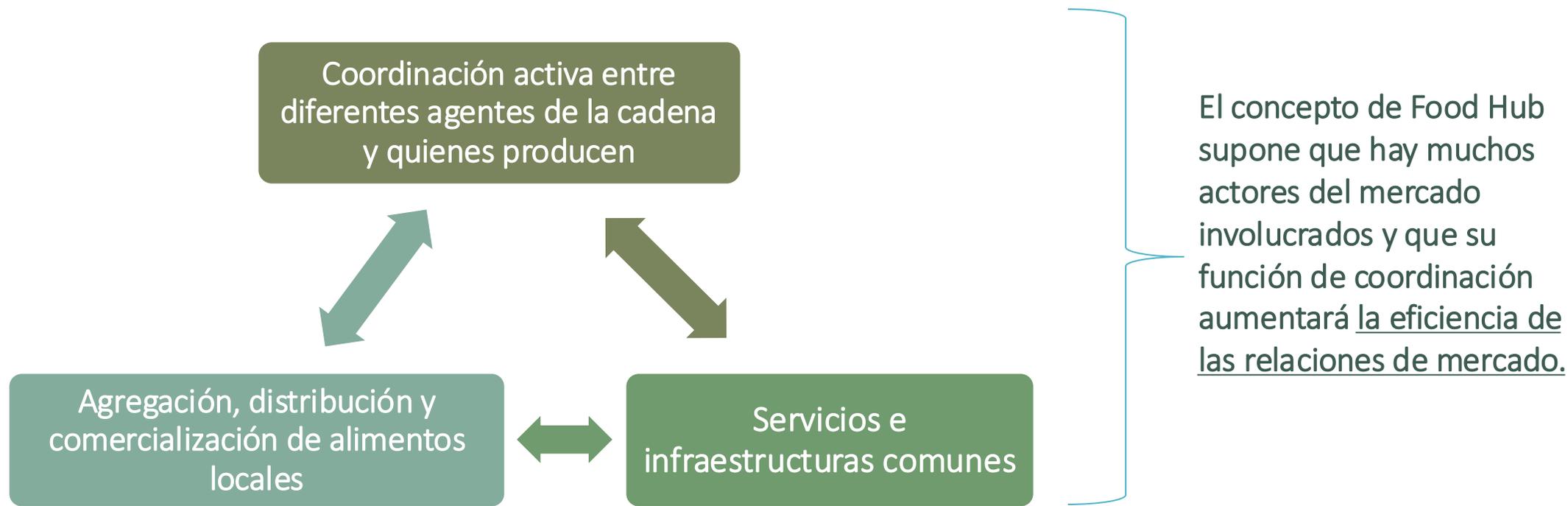
- ❖ Son modelos comerciales innovadores basados en la cadena de valor que se esfuerzan por generar un impacto final en sus comunidades desde una triple dimensión (social, ambiental y económica).
- ❖ Son centros necesarios para aumentar la escala y el alcance de los canales cortos de comercialización, de modo que los alimentos locales puedan llegar a los mercados que actualmente son atendidos por grandes distribuidoras del canal largo.



La centralidad del modelo comercial es la de apoyar a la pequeña y mediana producción, garantizando un buen precio para sus productos al implementar estrategias de diferenciación: producción ecológica, variedades locales, marcas territoriales, etc.

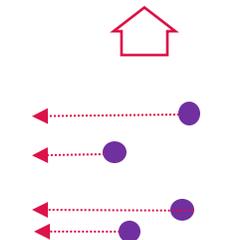
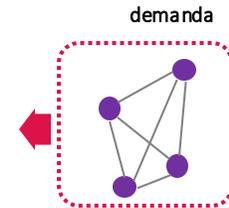
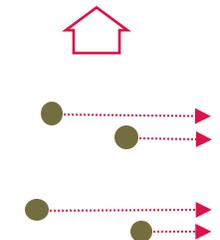
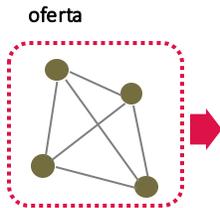
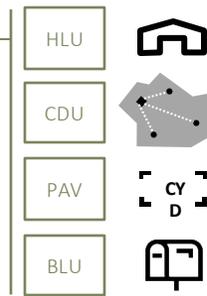
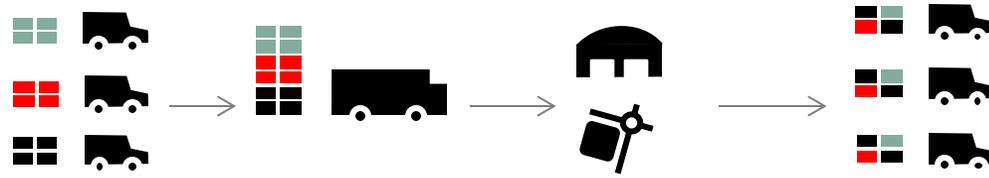
¿Qué es un Food Hub ?

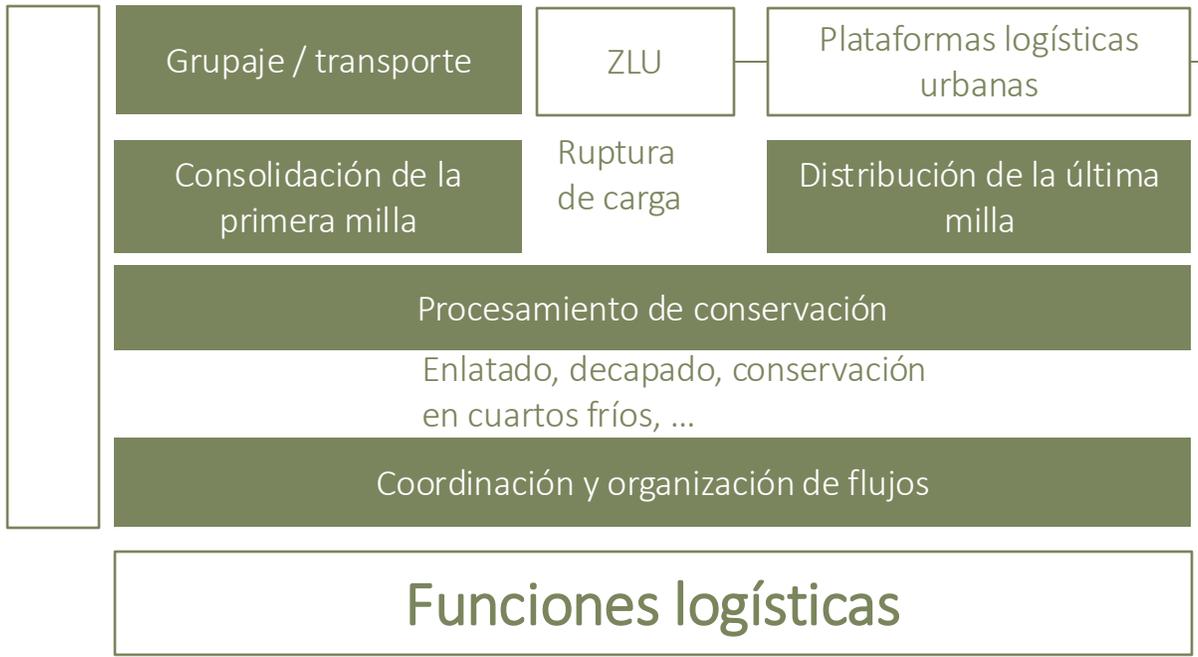
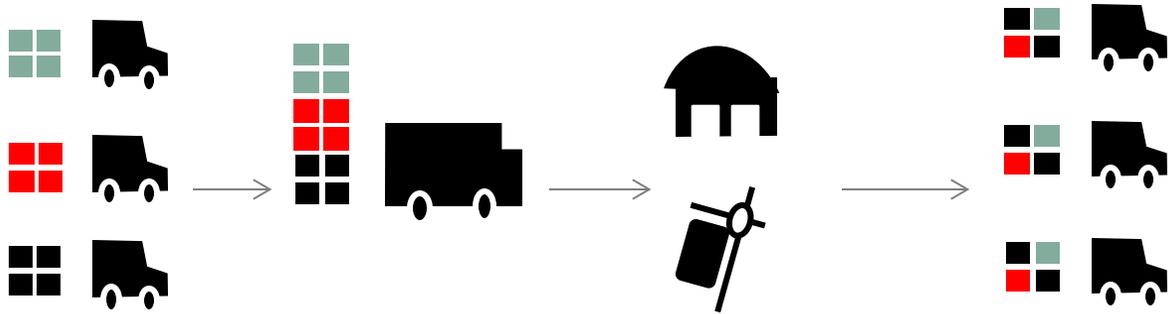
- ❖ Es una empresa u organización que maneja activamente la centralización, distribución y comercialización de productos alimentarios de productor@s locales y regionales con el fin de fortalecer su capacidad para satisfacer la demanda mayorista, minorista e institucional.
- ❖ Es una instalación céntrica con una estructura de gestión empresarial que facilita la agregación, almacenamiento, procesamiento, distribución y / o comercialización de productos alimentarios locales y regionales.



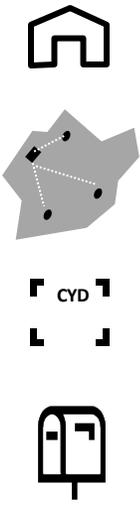
Elementos imprescindibles para una solución eficiente del suministro

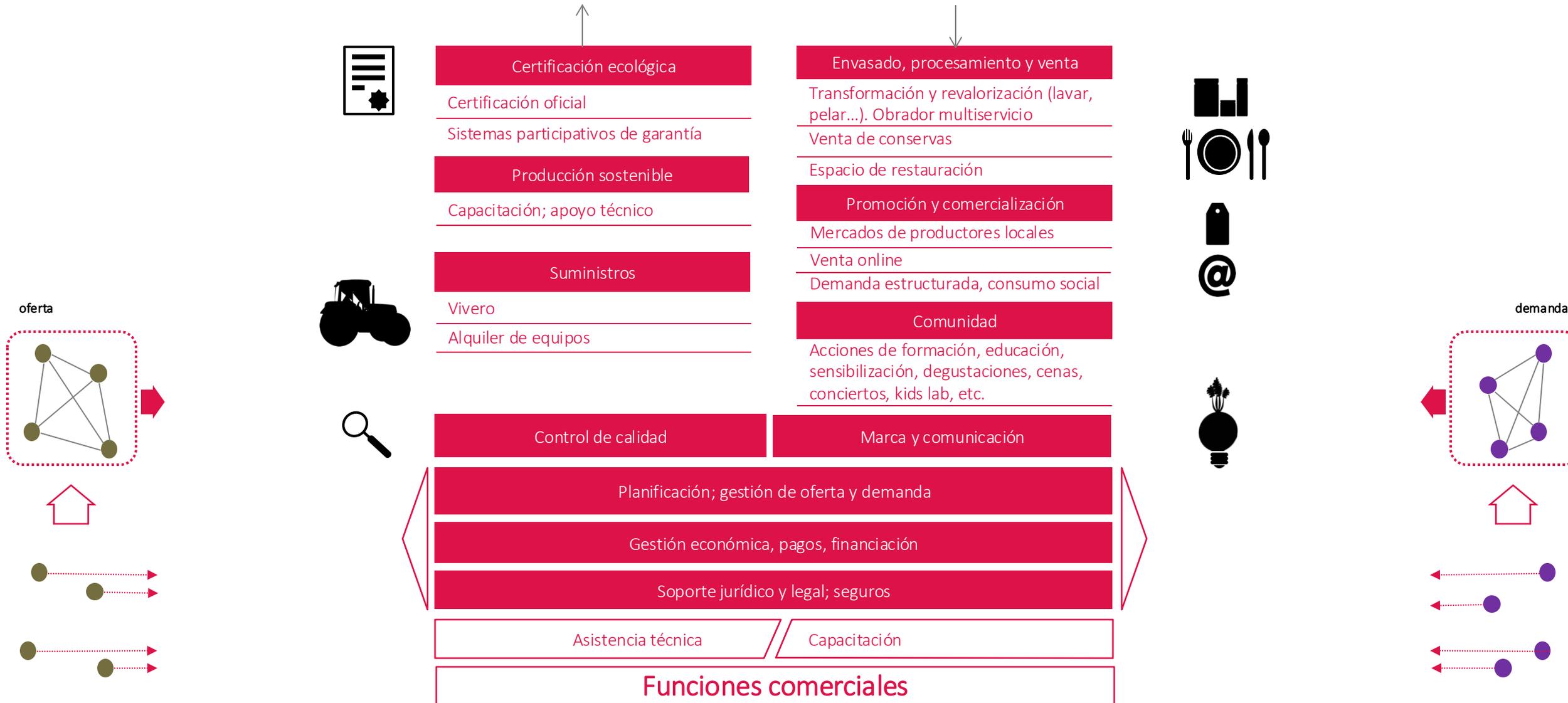






- HL
U
- CD
U
- PAV
- BL
U





Elementos del Food Hub en relación a sus funciones

Funciones Principales	Espacios asociados
Mercado comunitario	<ul style="list-style-type: none"> • Punto de venta agricultor@s • Cafetería/restaurante
Cocina industrial	<ul style="list-style-type: none"> • Obrador comunitario
Almacenaje y distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Sala de almacenaje en seco • Cámaras frigoríficas • Mesa de picking
Administración	<ul style="list-style-type: none"> • Oficina • Punto de atención
Sala multiusos	<ul style="list-style-type: none"> • Coworking • Sala de formación • Sala de reunión
Soporte General	<ul style="list-style-type: none"> • Parking • Compostaje



Program Distribution

- 1st Floor - Retail, Restaurant/ Café, Cooking Demo. space - +/- 9,900 sqft
- 2nd Floor - Administration space, Education Classes - +/- 9,900 sqft
- 3rd Floor - Food processing facility, Commercial kitchen - +/- 9,900 sqft
- Storage, Distribution space, Loading and shipping - +/- 18,000 sqft



Kitchen Lab: fortalece la cadena de valor

- Nuevas recetas para fomentar el consumo local
- Ampliar nichos de mercado
- Crear nuevos formatos
- Aumentar el valor añadido de productos
- Innovar en nuevos segmentos
- Transformar el producto de mucha producción y poca demanda (verano)
- Abastecer comedores escolares
- Crear conexiones estratégicas con chefs, tecnólogos@s de alimentos, creativ@s, nutricionistas... encuentran y desarrollan ideas para que la marca trascienda y se adapte al nuevo contexto de sostenibilidad, salud.



Gastrolab Villaverde. Mares Alimentación



Servicios para consumidor@s y la comunidad

- Punto de encuentro entorno a la alimentación
- Reparto a consumidor@s
- Concienciar a la comunidad sobre los beneficios de comprar productos locales
- Distribución a desiertos alimentarios cercanos
- Donaciones a bancos de alimentos
- Creación de puestos de trabajo
- Espacios de formación
- Cocinas comunitarias
- Innovación.

Conclusiones:

Los Food Hub con un enfoque integrado ofrecen muchos beneficios

- Mejorar el bienestar económico de la pequeña y mediana producción en un área geográfica específica.
- Desarrollar relaciones directas entre quienes producen y el comercio minorista e institucional.
- Combinar estrategias comerciales tradicionales con el compromiso social y ambiental. Ir más allá de las actividades de marketing directo a consumidor@s. Se incorpora el principio básico de construir relaciones directas entre productor@s y consumidor@s.
- Equilibrar las necesidades a corto plazo y las estrategias a largo plazo.
- Proporcionar productos de alta calidad para desarrollar una posición sólida en el mercado. Desarrollar, comercializar y vender productos diferenciados, lo que puede resultar en precios más altos para quienes producen y abre nuevos mercados.

¿Cómo fortalecer los sistemas agroalimentarios agroecológicos desde los Food Hub?

- ¿Qué infraestructuras y servicios debe de tener un Food Hub para contribuir de manera significativa a la construcción de sistemas agroalimentarios de base agroecológica?
- Analizar la cadena de suministro de alimentos de la ciudad en términos de eficiencia, de manera cualitativa y cuantitativa (capacidad para abastecer X puntos con la cantidad, variedad y calidad de alimentos), económica (capacidad para suministrar los productos alimentarios necesarios a un precio competitivo) y temporal (garantizar el suministro a través del tiempo (Argüello et al., 2017)).
- Dimensionar la planificación agroecológica de las fincas para que pueda abastecer comedores escolares y otros centros institucionales y empresariales, partiendo que es un canal estratégico para mejorar el acceso al producto local y fresco a toda la población incluyendo la vulnerable.
- Desarrollar modelos de innovación social y estructuras colaborativas que permitan mejorar la gestión de los canales cortos de comercialización.
- Proponer modelos de reparto que ayuden a reducir la huella ecológica causada por la dispersión de los centros receptores.
- Aportar soluciones para hacer frente a los retos de: equilibrar la oferta y la demanda; acceso al capital; precios justos, manejar el crecimiento sin perder la triple dimensión económica, ambiental y social.