

El reto logístico de los canales cortos de comercialización

El centro logístico Madrid Rural agrupa productos de once municipios

Texto: Mario González Azcárate, Elena Parrado Molina y José Luis Cruz Macein

Para quienes trabajamos en innovación rural, los canales cortos de comercialización se identifican como una de las vías para revitalizar la agricultura familiar y acercar al consumidor alimentos frescos, saludables y con identidad territorial. La simplificación de la cadena permite elevar el precio en origen al productor, reduce la huella ambiental y fomenta la producción agrícola local. Sin embargo, cuando se trata de pequeñas producciones, su expansión tropieza una y otra vez con la misma piedra: la logística. La experiencia piloto Madrid Rural muestra que es posible explorar soluciones tecnológicas y colaborativas que contribuyan a superar estas barreras, manteniendo la cercanía como valor esencial.

Junto con la preeminencia de la gran distribución, los canales cortos se manifiestan como una palanca de competitividad para explotaciones pequeñas y medianas. La nueva Política Agraria Común les da respaldo explícito al reconocer su capacidad para diversificar las redes de suministro, reducir emisiones y reforzar la posición del agricultor en la cadena alimentaria. A ello se suma una creciente demanda social: los grupos de consumo, los mercados de productores y las secciones de *kilómetro cero* se multiplican, reflejo de un consumidor que exige cada vez más transparencia sobre el origen de lo que come.

El impacto territorial de los canales cortos es doble. En el plano económico, parte del valor añadido permanece en los agentes y zona de producción, en lugar de diluirse a lo largo de la cadena; en el ámbito social, se refuerza el tejido rural al generarse oportunidades de empleo estable y motivar el relevo generacional. Para el consumidor, supone acceder a alimentos de temporada más frescos

y compartir una historia de su origen que contribuye a estrechar su vínculo con el campo.

No obstante, traducir ese potencial en una práctica cotidiana requiere superar un cuello de botella muy concreto. Mover volúmenes pequeños, estacionales y muy variados resulta caro y complejo si se replica la mecánica de los grandes operadores. El agricultor debe encargarse de cosechar, clasificar, envasar, etiquetar, facturar y entregar: muchas horas extra que a menudo se restan al descanso o a la vida familiar. Al consumidor le toca desplazarse a un mercado de fin de semana o coordinar entregas personalizadas, lo que exige tiempo y compromiso. Y para una cadena de supermercados, gestionar decenas de microproveedores locales choca con sistemas logísticos pensados para camiones completos y calendarios de suministro *just-in-time* (JIT). De ahí que la logística aparezca, en todos los diagnósticos, como la pieza que impide que los canales cortos escalen de forma masiva.

UN CENTRO LOGÍSTICO DE PROXIMIDAD

La solución no puede pasar por obligar al pequeño productor a convertirse en transportista, comercial y *community manager*, todo a la vez; ni por exigir al consumidor una militancia heroica cada vez que llena la cesta. Hace falta una infraestructura intermedia que permita agregar la oferta, canalizar la demanda y repartir los costes de forma equilibrada. En otras palabras, se necesitan **hubs de proximidad** capaces de hacer con la producción local lo que los puertos mayoristas hicieron en su día con la distribución global, pero a escala humana y sin diluir la identidad del producto.

Con esa lógica nació, en 2022, el centro logístico **Madrid Rural**, impulsado por la Unión de Cooperativas Agrarias de Madrid (UCAM) con el apoyo del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA). Este centro logístico ha sido financiado por la Unión Europea, dentro del Programa de Desarrollo Rural de la Comunidad de Madrid 2014-2020. Se trata de un centro en Fuenlabrada donde se lleva a cabo un proyecto piloto. En esta nave se pesan, calibran y etiquetan los productos bajo una marca común; se agrupan los pedidos para llenar juntos el camión que ninguno podría fletar por separado; y se planifican las siembras a partir de la demanda futura de supermercados, restauración colectiva y comercio *online*.

VENTA Y TRAZABILIDAD GARANTIZADAS

Dos rasgos distinguen el modelo. Primero: los agricultores **saben que van a vender y a un precio justo**; antes de sembrar, el agricultor cultiva con la venta asegurada y puede invertir con menor riesgo. Segundo: la **trazabilidad está garantizada** mediante tecnología de registro distribuido (tipo *blockchain* pero de menor coste y consumo de energía). A través del sistema implementado en el Proyecto FP24- Aliver (financiado por IMIDRA), cada producto queda registrado desde la parcela hasta su presentación en el punto de venta, incluyendo la agrupación en lotes. Esta plataforma compartida y replicada permite a todos los agentes de la cadena acceder a la información en tiempo real, sin posibilidad de manipulación de los registros.

Además del origen, el sistema permite acreditar prácticas sostenibles, reforzando la transparencia y la confianza del consumidor. Así, el valor de lo *local* deja

de ser solo una etiqueta comercial para convertirse en una garantía verificable.

Los resultados iniciales son alentadores. En apenas seis meses, Madrid Rural movió más de cien toneladas de hortalizas de temporada procedentes de once municipios, con el tomate, la acelga y el calabacín a la cabeza. Grandes cadenas como Carrefour, Alcampo o Ahorramás han habilitado espacios para identificar el producto de cercanía en sus lineales, mientras comedores escolares y hospitales reciben partidas ajustadas a sus menús semanales. El abastecimiento se produce en menos de 48 horas de media desde la cosecha, se reduce el desperdicio y el agricultor percibe un margen superior al que obtenía vendiendo en solitario.

La iniciativa cuenta con financiación regional durante la fase piloto, pero la previsión es que, en tres años, la cooperativa que agrupa a los productores cubra los costes operativos gracias al incremento de volumen y a las economías de escala.

La experiencia de Madrid sugiere que el impulso inicial de la administración pública, puede ser un estímulo importante para el desarrollo de *hubs* locales. El proyecto piloto Madrid Rural ha dado resultados prometedores y apunta a la viabilidad de un modelo alternativo de comercialización al que esperamos que se sumen, de forma progresiva, nuevos agricultores. Los canales cortos, tradicionalmente encasillados como un mercado de nicho, podrían empezar a consolidarse como una opción real dentro de un sistema alimentario más justo, sostenible y resiliente: un modelo con potencial para dignificar el trabajo en el campo y dar respuesta a una ciudadanía cada vez más consciente y exigente con el origen de los alimentos que consume.

José Luis Cruz Maceín y Elena Parrado Molina son investigadores del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural Agrario y Alimentario (IMIDRA). Mario González Azcárate es profesor-investigador de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas (ETSIAB), en la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) ■

“El abastecimiento se produce en menos de 48 horas de media desde la cosecha, se reduce el desperdicio y el agricultor percibe un margen superior al que obtenía vendiendo en solitario



El proyecto es una prueba de la viabilidad de este tipo de hubs locales.