ALIMENTA VALLADOLID

Hacia una estrategia alimentaria para Valladolid

DIAGNÓSTICO SOCIAL

Primeros pasos hacia una estrategia alimentaria para Valladolid

fundación entretantos

Ayuntamiento de Valladolid

UVa

fundación daniel & nina carasso

Índice

RESUMEN EJECUTIVO: DIAGNÓSTICO SOCIAL PARA LA PROMOCIÓN DE UN SISTEMA ALIMENTARIO LOCAL Y SOSTENIBLE PARA VALLADOLID 3

1. PRESENTACIÓN 5
1.1. El proyecto: estructura y orígenes 5
1.2. Papel de este estudio en el marco general del proyecto 7

2. CONTEXTO Y MARCO CONCEPTUAL 8
2.1. Evolución del consumo de alimentos locales y ecológicos en el Estado español, en Castilla y León y en Valladolid 8
2.2. Evolución de la producción ecológica y local en Castilla y León 16
2.3. Marcas de calidad vinculadas con las producciones locales de Valladolid 19
2.4. El marco competencial y normativo de las políticas alimentarias 20
2.5. Políticas y estrategias alimentarias locales 23

3. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO 27
3.1. Objetivos del presente estudio 27
3.2. Diseño metodológico general 28
3.3. Encuesta on-line 28
3.4. Ronda de entrevistas abiertas semi-estructuradas 29
3.5. Mapa social de relaciones para la promoción de un sistema alimentario local y sostenible en Valladolid y Alfoz 30

4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA ON-LINE 31
4.1. Perfil de las personas participantes en la encuesta 31
4.2. Posicionamientos respecto a la re-localización de los sistemas alimentarios locales 34

5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS 39
5.1. Un nuevo modelo alimentario necesario 39
5.2. Potencial para la relocalización del sistema agroalimentario 40
5.3. Barreras para alcanzar un sistema alimentario sostenible 41
5.4. Oportunidades 43
5.5. ¿Por dónde empezar a trabajar? 44

6. MAPA SOCIAL DE RELACIONES PARA LA PROMOCIÓN DE UN SISTEMA ALIMENTARIO LOCAL Y SOSTENIBLE EN VALLADOLID Y ALFOZ 47

7. CONCLUSIONES: SENTANDO LAS BASES PARA LA DISCUSIÓN PARTICIPATIVA DE UNA ESTRATEGIA ALIMENTARIA PARA VALLADOLID. 48
7.1. Las percepciones de la sociedad local (metropolitana) sobre los retos que plantea el sistema agroalimentario local 48
7.2. Ideas preliminares para la elaboración de una Estrategia Alimentaria Local. 55
7.3. El presente estudio en el marco internacional de las políticas alimentarias locales 62

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 64

ANEXOS 67

Resumen ejecutivo: diagnóstico social para la promoción de un sistema alimentario local y sostenible para Valladolid

El presente estudio se enmarca en el proceso de elaboración de la Estrategia Alimentaria Local en el que está embarcada la ciudad de Valladolid y su entorno. Pretende recoger, desde una perspectiva sistemática, las percepciones de la sociedad local (metropolitana) acerca de los retos que plantea el sistema agroalimentario local.

Las conclusiones vertidas en el mismo son complementarias de los resultados obtenidos del estudio del metabolismo social alimentario de la ciudad elaborado en paralelo a este estudio por la Universidad de Valladolid. A su vez, se complementarán con las conclusiones de los debates abiertos que se realicen a partir de dichos informes, con la participación de la ciudadanía vallisoletana.

Los posicionamientos recogidos en el presente estudio coinciden en una percepción generalizada de crisis en el sistema agroalimentario vallisoletano. Esta crisis tendría su expresión en ámbitos diversos, como el ecológico (degradación de recursos productivos y de los servicios ecosistémicos que proveen los sistemas agrarios metropolitanos, desperdicio de alimentos, emisión de gases de efecto invernadero); el socio-económico (pérdida de empleo y fuga de rentas desde las producciones locales hacia los grandes operadores en el sistema agroalimentario global); o el socio-sanitario (pérdida de calidad e incluso inducción de enfermedades a través de los alimentos, cambio de dietas hacia las basadas en "calorías vacías"); o el territorial (con una creciente despoblación del medio rural castellano-leonés y subordinación socio-económica y cultural de éste frente a los grandes centros de consumo, ya sea la propia Valladolid o incluso la conurbación madrileña). En este sentido, las políticas alimentarias urbanas, desde un enfoque agroecológico, aparecen como el marco más adecuado para la construcción de una estrategia agroalimentaria sostenible para Valladolid.

Los perfiles de la ciudadanía a los que dirigirse de forma prioritaria serían las familias con poder adquisitivo medio-bajo, con nivel educativo elevado y preferentemente hijos, así como personas y parejas de edad avanzada que valoran la calidad y el origen local de los alimentos que consumen. Sin embargo, no deben dejarse de lado los grupos sociales más desfavorecidos, que han sido relacionados con problemas de salud vinculados con la alimentación. Así como grupos de mayor poder adquisitivo que podrían interesante en la alimentación local y sostenible.

Se han señalado como principales grupos sociales aliados del presente proyecto a los grupos de consumo y redes de productores que hoy conforman las redes alimentarias alternativas en la ciudad. Sin embargo, también se han señalado como potencialmente importantes las alianzas con el pequeño comercio y los mayoristas especializados, así como con actores sociales implicados en el interés general, como la comunidad educativa y las organizaciones vecinales y ambientalistas. Se ha señalado la desconfianza previa entre productores ecológicos y comercio local como un posible obstáculo a superar.

A partir de lo expuesto anteriormente se ofrece un listado de posibles ámbitos de acción:

- Dinamización y articulación de la cadena alimentaria local.
- Fomento de la producción ecológica diversificada.
- Diversificación de los canales comerciales y puntos de venta del alimento local y ecológico.
- Apoyo a la distribución y comercialización de alimentos ecológicos y locales.
- Sensibilización e información acerca del producto ecológico y local.

Por último, al comparar las conclusiones de este estudio con otras estrategias alimentarias locales en nuestro ámbito geográfico, se señalan carencias relevantes en las aportaciones recogidas en cuanto a problemáticas como el desperdicio de alimentos, las estructuras y procesos de gobernanza, el acceso de grupos sociales desfavorecidos al alimento local, ecológico y de calidad, y el desarrollo de marcos de evaluación adecuados a las políticas a implementar.

1. Presentación

La ciudad de Valladolid y su alfoz se encuentran actualmente en un proceso de reflexión sobre sus políticas alimentarias locales, que han cristalizado en la aprobación en septiembre de 2017 y por unanimidad del pleno municipal, de la adhesión de Valladolid a la Red de Ciudades por la Agroecología. El actual contexto político local e internacional ha abierto una ventana de oportunidad que puede permitir a Valladolid y su entorno metropolitano (la Comunidad Urbana de Valladolid) poner en marcha la redacción de una estrategia alimentaria propia cuyos primeros cimientos se levantarían a partir del presente proyecto.

Pero este proceso no surge espontáneamente, sino que se apoya en los diversos movimientos sociales que, aunque sin articular, están trabajando hacia la soberanía alimentaria en el territorio desde hace años: la decena de grupos de consumo que activan los circuitos cortos de comercialización; la media docena de huertas comunitarias que se reparten por toda la ciudad y las parcelas de huertos sociales y de huertos de ocio promovidos desde el Ayuntamiento que están poniendo la cultura agroecológica en el centro de la ciudad; las varias organizaciones vecinales ocupadas en mejorar la alimentación y condiciones de vida de sus vecinos desde la solidaridad; el incipiente movimiento asociativo entre los productores agroecológicos locales; o las investigaciones desde la Universidad de Valladolid tendentes a comprender el metabolismo social de la alimentación en nuestra ciudad. Todos ellos son algunos de los ingredientes y de los actores con los que contará este proyecto para poder conseguir sus objetivos.

1.1. El proyecto: estructura y orígenes

El presente documento se inserta dentro del proyecto "Estrategia agroalimentaria de Valladolid: proceso participativo", implementado por la alianza formada entre el Excmo. Ayto. de Valladolid, la Fundación Entretantos y el Grupo de Energía, Economía y Dinámica de Sistemas de la Universidad de Valladolid; y está cofinanciado por la Fundación Daniel y Nina Carasso dentro de la convocatoria "Iniciativas Alimentarias Alimentarias Locales 2016". Dicho proyecto se propone alcanzar los siguientes objetivos y resultados esperados:

Objetivos del proyecto

- Conocer la percepción social de la alimentación y la sostenibilidad del sistema agroalimentario local.
- Determinar los actores sociales más relevantes en la conformación del sistema agroalimentario local, y las redes sociales, económicas y relacionales que los acompañan y condicionan.
- Construir, de forma participativa, un plan de trabajo para impulsar la sostenibilidad de los flujos alimentarios en Valladolid y su área de influencia, a través de su relocalización:
- Realizar un proceso participativo para priorizar retos y plantear propuestas de acción.
- Impulsar el debate y la incorporación de la soberanía alimentaria y la equidad en la agenda social, promoviendo la implicación ciudadana en las políticas alimentarias locales.
- Generar un proceso de trabajo entre los actores locales, para establecer unas líneas generales de políticas alimentarias para la ciudad.
- Constituir estructuras y mecanismos estables y reconocidos para la gobernanza alimentaria en distintas escalas.
- Dar a conocer el proceso realizado a la ciudadanía, así como los valores de la alimentación sostenible y de cercanía.

Resultados esperados

- Un diagnóstico sobre la situación actual del sistema alimentario de la ciudad de Valladolid.
- Un documento de Estrategia Agroalimentaria de Valladolid y su Comunidad Urbana, redactado de forma participada por los actores locales más relevantes del sistema alimentario de Valladolid, que define los objetivos y líneas de acción para conseguirlos.
- Una estructura participativa, germen de un posible Consejo Alimentario Local, con representantes de los actores sociales implicados en el sistema alimentario local, que ha iniciado su andadura en 2017.
- Un avance de comunicación a la ciudad sobre el proceso y los beneficios de un sistema alimentario sostenible y local.

Las líneas de acción apuntadas en la Estrategia se implementarán por los actores participantes en sucesivas anualidades. Mención especial hay que hacer al Ayuntamiento, que trabajará en la incorporación de las propuestas que surjan en sus políticas municipales en la medida de lo posible. En este sentido, será el futuro Consejo Alimentario Local que surja de este proceso quien asegure el seguimiento de los acuerdos consensuados en la Estrategia.

1.2. Papel de este estudio en el marco general del proyecto

El presente documento es el segundo de los productos de la acción 1 ("Investigación previa"), que se compone de dos estudios complementarios que servirían de base para el diseño e implementación del proceso participativo:

- Un análisis de metabolismo social del sistema alimentario, a elaborar por el Grupo de Energía, Economía y Dinámica de Sistemas de la Universidad de Valladolid.
- Un diagnóstico social sobre percepciones acerca de la sostenibilidad del sistema alimentario local, y las potencialidades para profundizar en esta sostenibilidad. Este estudio ha sido elaborado por la Fundación Entretantos, como parte de las labores acordadas respecto a su participación en el presente proyecto.

2. Contexto y marco conceptual

2.1. Evolución del consumo de alimentos locales y ecológicos en el Estado español, en Castilla y León y en Valladolid

Es posible diferenciar al menos tres etapas en el desarrollo de las redes alimentarias alternativas en el Estado español. Después de la creación de la primera cooperativa de consumo de alimentos ecológicos en 1987 (El Brot, Reus), en 1992 se crearon *Otarra* en San Sebastián-Donostia, *Landare* en Pamplona-Iruña y *El Encinar* en Granada. Al año siguiente se crearon *Bio Alai* en Vitoria-Gasteiz, *Germinal* en Barcelona, *Almocafre* en Córdoba y *La Ortiga* en Sevilla. Todas estas cooperativas siguen hoy existiendo y hoy son entidades emblemáticas y de referencia, vinculadas a los mundos de la economía social y el ecologismo. En una década -los '90- de auge de nuevos movimientos sociales, el cooperativismo vinculado al consumo de alimentos ecológicos fue creciendo muy lentamente. Mientras tanto, las iniciativas pioneras de producción ecológica luchaban por sobrevivir, especialmente aquellas que apostaban por intentar que los alimentos de calidad que producían se consumiesen en el entorno local o, al menos, estatal.

A principios de siglo la agroecología emerge como incipiente nuevo movimiento social -mayoritariamente urbano-, con iniciativas pioneras como la Xarxa Agroecológica de Catalunya (2001) o la red de iniciativas de producción y consumo *Bajo el Asfalto está la Huerta* (Madrid, 2000) en el centro peninsular. El número de grupos de consumo empieza a crecer de forma sensible en las zonas metropolitanas, especialmente con la formula de pequeños grupos de consumo (entre 10 y 20 unidades de consumo), normalmente aislados y dispersos. Será el ariete que poco a poco va abriendo el mercado interior de alimentos ecológicos desde un fuerte voluntarismo, tanto del consumo como de la producción. Diversas redes locales y estatales de producción y consumo aparecen y desaparecen; y se extienden modelos variados, incluyendo aquellos que hoy denominamos "agricultura sostenida por la comunidad", de los que la red *Nekasarea* (Bizkaia, 2006) es actualmente su principal exponente[1]. Al mismo tiempo van abriendo las primeras tiendas de alimentos ecológicos, a menudo con

1

Se puede consultar López García, D., 2014: "Experiencias de ASC en el Estado español" en <http://www.osala-agroecologia.org/primer-censo-de-experiencias-de-agricultura-sostenida-por-la-comunidad-en-el-estado-espanol-2015/>, o el censo europeo de 2015 en <www.urgenci.net>

un fuerte carácter militante y compromiso con las pequeñas producciones más locales. Y se produce en Andalucía el primer experimento de gran escala de comedores escolares ecológicos abastecidos por producciones locales (2004-2007), incluyendo hasta 150 centros públicos y dos hospitales, en un contexto político anómalo.

A finales de esta primera década de siglo XXI la propuesta agroecológica como movimiento social, se amplía con el de la soberanía alimentaria en un proceso estatal como el de la Alianza por la Soberanía Alimentaria de los Pueblos (2009), impulsado por Plataforma Rural y algunas de sus organizaciones miembro. Así, se crean redes territoriales (de ámbito provincial o autonómico) para la promoción de la soberanía alimentaria, que en algunos casos toman la promoción de redes alimentarias alternativas y locales como una de sus principales líneas de acción. La producción ecológica no para de crecer, y el número de grupos de consumo se multiplica exponencialmente en 10 años, especialmente a partir del 15M y la necesidad de este movimiento de encontrar formas alternativas de organizar el cotidiano. En la actualidad los Grupos de Consumo superan a los 200 en territorios como Catalunya, la Comunidad de Madrid o Euskadi, y en total probablemente superan hoy el millar[2].

En estos últimos 8 años se crean un buen número de redes territoriales de producción orientadas a circuitos cortos de comercialización; y aparecen algunos mercados emblemáticos de productores ecológicos, como los de Valls (2008), Zaragoza (2009) o Sevilla (2010), que hoy serían cerca de 100 en todo el territorio estatal, con frecuencia semanal o mensual. Se multiplican las experiencias de comedores escolares ecológicos y las tiendas especializadas. También se generaliza la presencia de alimentos ecológicos (y en muchos casos de producción local) en las grandes superficies, siendo pioneras Carrefour y Aldi con sus correspondientes marcas blancas ecológicas.

El consumo de alimentos ecológicos… ¿se dispara?

Desde hace muchos años el Estado español es una potencia mundial en la producción ecológica (primer país de la UE por superficie certificada, 5º en el mundo) con elevados crecimientos anuales medios, si bien se ha

2

Se trata de una cifra estimada y que debe tomarse de manera muy tentativa porque no existen datos disponibles para verificarlo.

ralentizado desde 2011. La producción ecológica representa el 5% de la superficie agraria útil, alrededor del 2,5% de las explotaciones, y algo menos del 2% de la producción final agraria en la escala estatal. Por contra, el consumo de alimentos ecológicos aun no alcanza el 1% del total[3]. Estas cifras indican unas estructuras agroalimentarias ecológicas orientadas a la captación de subvenciones y, en el mejor de los casos, a la exportación; de cara a captar mayores valores añadidos de la producción, mayormente primaria. Y también denotan un mercado interior muy reducido y claramente desestructurado.

Pese a ello, se observa que el consumo de alimentos ecológicos viene creciendo por encima del 5% anual en los últimos años (hasta los 1.018M€ estimados en 2015)[4]. El mercado interior estatal se caracteriza por una mayor importancia de los canales "especializados" (pequeñas tiendas y supermercados, que ocupan cerca del 50% de las ventas), y un peso relativamente importante de los canales de venta directa (grupos y cooperativas de consumo, mercados de productor/a, etc), de en torno al 25%. Esta estructura, similar a otros países productores de la Europa mediterránea, poco a poco se concentra en los pequeños supermercados especializados, y crece velozmente en los grandes hipermercados convencionales, hacia el modelo mayoritario en los grandes países consumidores (Suiza, con un 8,4% del consumo alimentario total; o Dinamarca, con un 7,7%).

En cuanto a las redes alimentarias alternativas, los modelos que muestran una expansión más fuerte son las grandes cooperativas de consumo (por encima de 100 familias socias), con tienda abierta al público, entre las que podríamos contar más de 25 iniciativas en distintas partes del Estado español, y cuyos mayores exponentes son las ya citadas *Landare* (Pamplona-Iruña, 2800 familias socias) y *Bio-Alai* (Vitoria-Gasteiz, 1500 familias socias). Estas iniciativas, con modelos muy interesantes de cooperativismo entre producción y consumo, han profesionalizado la gestión comercial, así como la dinamización social y política de su base social; y se van abriendo paso en el comercio on-line desde una perspectiva de economía social. En algunos casos, estas cooperativas construyen redes de distribución de gran

3 MAPAMA, 2015. Caracterización de la comercialización y distribución de productos ecológicos a través de los canales de venta especializados. Madrid: MAPAMA, p.57

4 *Ibídem*.

relevancia en la dinamización del mercado ecológico provincial, como en los casos de *Biosegura* (Murcia) y *Biotrémol* (Alacant). A su vez, los mercados de productores/as se multiplican, suponiendo un importante espacio de visibilización de las producciones locales y alcanzando valores importantes de ventas [5]. Las experiencias de comedores escolares ecológicos van creciendo lentamente, con muy reducido apoyo público[6], pero suponiendo una salida importante para las producciones locales en determinados territorios (especialmente en Catalunya y Andalucía).

El modelo de pequeños grupos de consumo sigue siendo, en todo caso, el canal que absorbe un mayor volumen de las producciones ecológicas locales, aunque no es el preferido por los agricultores por la carga de trabajo asociada a su gestión y los reducidos volúmenes por cada punto de reparto[7]. Este modelo sigue creciendo, especialmente en ciudades de mediano tamaño y zonas rurales; pero en las grandes zonas metropolitanas (y especialmente en Catalunya) parece que se empieza a agotar. La dificultad de muchos grupos de consumo por mantenerse -en situaciones de muy elevada rotación en las unidades de consumo- contrasta, sin embargo, con el crecimiento de experiencias del mundo de la empresa convencional como *La Colmena que dice Si!* (más de 100 grupos creados en el Estado español desde 2014). En esta experiencia se combina la comodidad del consumo, el acompañamiento profesionalizado a la creación de nuevos grupos, la oportunidad de autoempleo para promotores de nuevas "colmenas", y un elaborado aparato comunicativo. Otros modelos de "distribuidoras transparentes" (como *La Ecomarca* en Madrid, con 25 grupos de consumo), en las que se crean grupos de consumo desde la distribución, cargan márgenes muy ajustados y se encargan también de formar y acompañar a los nuevos grupos, sin el aparato comunicativo ni la profesionalización del trabajo en cada grupo.

---

5 En un reciente estudio, se han calculado las ventas anuales de 10 mercados de productor/a en Gipúzkoa en más de 10M€ en total. Begiristain, M., E. Malagón y A. Oñederra, 2017: "¿Por qué acudimos a los mercados locales? Una valoración social de los mercados locales de productores de Gipuzkoa". Vitoria-Gasteiz, Symposium ICAS

6 El único programa público vigente de cierto alcance es el del gobierno canario: *https://www.ecocomedoresescolaresdecanarias.com/*

7 Ver López García, D., 2015: "Producir alimentos, reproducir comunidad". Madrid: Libros en Acción.

En todo caso, si la proporción que representa el consumo de alimentos ecológicos en el Estado español es anecdótica, el volumen de alimentos que movilizan las redes alimentarias alternativas es residual. Y no por falta de voluntad de miles de pequeños agricultores ecológicos que preferirían que sus alimentos fuesen consumidos por sus paisanos y paisanas. Tampoco por falta de voluntad de los millones de personas que, por ejemplo en las movilizaciones del 15M, han clamado por otros modelos de economía orientados a la gente y a la sostenibilidad. Los tejidos alternativos, que desde los '90 del siglo pasado llevan trabajando sin descanso por la socialización de los alimentos locales y ecológicos, ven como la distribución de éstos se convencionaliza a marchas forzadas. Claramente, hay importantes inercias para ello, como su exclusión de los grandes canales de comunicación o el fuerte monopolio generado en las últimas décadas por la gran distribución comercial, muy apoyada por los distintos niveles de la administración. Sin embargo, quizá podamos encontrar algunos otros limitantes internos a los propios movimientos alimentarios, como su falta de articulación -tanto en la producción como en el consumo-; o una decidida apuesta por modelos de distribución que requieren un fuerte compromiso y componente ideológico -los grupos de consumo-, que no alcanzan a integrar en sus redes a capas muy amplias de los grupos sociales de rentas medias y bajas de nuestras ciudades.

Las redes alimentarias alternativas en Castilla y León

En un informe de 2016[8], se identificaron en la comunidad autónoma de Castilla y León un total de 47 redes alimentarias alternativas, muy diversas en cuanto a forma organizativa se refiere. El tejido y engranaje que sustenta estas redes de comercialización es muy diverso, en ocasiones depende del modo en el que se gestó la iniciativa, otras veces del marco social y asociativo del entorno y de la situación socio política y ambiental de ese momento, dentro de este abanico tan diverso nos podemos encontrar con iniciativas de muy diverso tipo:

- Surgidas de una o varias personas, a otras que se promueven desde una entidad tipo ONG, sindicato agrario, grupo de acción local, etc.

8 Fundación Entretantos, 2016; Inventario de iniciativas de circuitos cortos de comercialización en el noroeste peninsular.

- Desde organizaciones sin ningún tipo de estructura legal, a otras del tipo asociaciones o cooperativas legalmente constituidas, Iniciativas o grupos totalmente independientes a otras dependientes o que nacen del impulso de otras entidades.
- Que agrupan a consumidores y productores (Agricultura de Responsabilidad Compartida) a otras solo formadas por productores (Cooperativa ARAE).
- Unas con organización totalmente horizontal, a otras más piramidal.
- De barrios urbanos a otras rurales que abarcan grandes extensiones del territorio, con sus problemas de logística y comunicación asociados.
- Las hay autogestionadas sin ningún tipo de apoyo económico externo o institucional, pero también otras que nacen a raíz de subvenciones de desarrollo rural con un presupuesto para material de difusión y divulgativo, para la organización de reuniones y visitas, etc.
- Hay modelos que distribuyen únicamente productos alimentarios frente a otras de carácter integral, abarcando no solo la cooperación en la adquisición de bienes y su gestión sino que abarcan también la cooperación en cuanto a servicios se refieren.
- Que opera a través de la venta directa, a otras que cuentan con un intermediario o que cargan a los productos un porcentaje para el mantenimiento de la estructura.

De estas 47 iniciativas de consumo, 10 de ellas se encuentran emplazadas en la capital de Valladolid, siendo la capital con mayor presencia de grupos de consumo de la comunidad autónoma, muy distante de las siguientes que son Salamanca y Zamora que cuenta con 4 cada una.

Se ha podido constatar que la ciudad de Valladolid es una capital dinámica desde el punto de vista de la transformación social hacia modelos de economía sociales, sostenibles y justos. Estos modelos, que aunque puedan parecen nuevos porque son recientemente visibles, llevan décadas transitando hacia modelos agroecológicos y en favor de la soberanía alimentaria y la justicia social y medio ambiental. En efecto, el primer grupo de consumo que puede incluirse dentro de la categoría de 'circuito corto de comercialización' de productos agroecológicos surgió en 1997 con *La Patata Solidaria*, a iniciativa del 'pueblo ecológico' de Amayuelas (Palencia) donde había una creciente comunidad de productores agroecológicos, y en colaboración con miembros del movimiento ecologista de la ciudad. Con

unos inicios complejos y de una extensión limitada, hoy cuenta con cuatro decenas de unidades familiares que semanalmente se proveen de prácticamente la totalidad de sus necesidades alimenticias con productores locales y ecológicos. Tras esta primera iniciativa, hay que esperar hasta 2012 para la aparición de una segunda red de consumo (*La Cesta Verde*), a la que siguen en los años siguientes otras cuantas iniciativas hasta llegar a la decena actual y que se distribuyen geográficamente por la práctica totalidad de los barrios de la ciudad y que abastecerían a unas 750 personas en la ciudad.

Las relaciones y comunicación de todos estos grupos de consumo, más los de localidades próximas, son muy cercanas y basadas en los contactos informales entre sus participantes, en una ciudad con una densa red de organizaciones sociales de muy diversa índole que funcionan como espacios virtuales de encuentro e intercambio. El inicio de varias de ellas, de hecho, surgió del aprendizaje a partir de *La Patata Solidaria* que colaboró de una u otra manera en el nacimiento de varias de las redes que la siguieron. Junto a ello, durante los años 2013 y 2014 se organizaron los I y II Encuentros Provinciales de Redes de Consumo de Productos Ecológicos, espacios que han servido para articular de manera más formalizada el encuentro y la colaboración entre estas organizaciones, que se ha traducido en la práctica en líneas de colaboración como la organización de pedidos conjuntos o compartir espacio virtual para la administración de las redes.

Paralelamente, la aparición de comercios especializados en consumo ecológico arranca en 2003, con la cooperativa *Ecogermen*, que además de servir a sus socios, pone en marcha un comercio abierto a cualquier consumidor. Tras esta primera iniciativa, que se suma a los herbolarios y tiendas de dietética con una presencia puntual de productos ecológicos, afloran otra decena de comercios promovidas algunas por organizaciones sociales, y por emprendedores en la mayoría de los casos, con una presencia creciente en las calles de Valladolid que no parece haber alcanzado su máximo. Por último, citar los "mercados viarios" de los que hay varias iniciativas en la ciudad y su entorno: dos veces al mes en el Centro de Recursos Ambientales PRAE, y una vez al año en la Plaza de España, son iniciativas a las que se suman algunos mercados que se organizan de manera esporádica, que tienen una excelente acogida y que evidencian una demanda creciente de este tipo de iniciativas.

La distribución de alimentos locales y ecológicos en el Área Metropolitana de Valladolid

Tras la revisión de diversos estudios de consumo y comercialización de alimentos ecológicos en la provincia, se ha podido constatar la casi total ausencia de datos sobre la comercialización a través de canales cortos; a excepción de los datos de ferias y mercados, esto supone que únicamente podamos analizar y tener resultados de la comercialización a través de canales largos: supermercados e hipermercados.

En relación a este tipo de comercialización a través de circuitos largos se evidencia el aumento del consumo de estos alimentos. En encuestas [9] realizadas dentro de centros comerciales un 67% de las personas encuestadas afirmaban haber comprado alimentos ecológicos o bio, principalmente por razones medio ambientales, de salud, calidad y sabor de alimento. De éstas un 34,60% eligió las grandes superficies, un 14,70% en supermercados, un 18% en tiendas especializadas, un 10% en herbolarios, un 7,10% la venta en el lugar de producción, un 6,60% en ferias y mercadillos, un 5,20% en tiendas tradicionales y un 2,4% en otras. Según este estudio los canales menos utilizados son las asociaciones de consumidores.

No obstante y en contraposición con lo expuesto anteriormente, a partir del estudio exploratorio citado anteriormente (entretantos, 2016) se pudo constatar la existencia y el dinamismo de multitud de iniciativas de circuito corto de comercialización, ya sea a través de la venta directa como por ejemplo los mercados, o del circuito corto con un único intermediario, como es el caso de las asociaciones o grupos de consumidores y de alguna sociedad cooperativa o tienda, así como la venta de productos ecológicos y locales a través del pequeño comercio especializado, como son los herbolarios u otras tiendas especializadas, o de la venta directa no formalizada.

Esta ausencia de datos nos lleva a valorar la posibilidad de realizar un mapeo de iniciativas y volumen de negocio, así como un estudio de precios

9

Urbano, Beatriz & Temprano, Víctor. (2004). Distribución y consumo de productos ecológicos en Castilla y León. Modelos de canales de comercialización, canalización y hábitos de consumo. Análisis y evaluación. Revista de investigación económica y social de Castilla y León, ISSN 1575-5835, Nº 7, 2004 (Ejemplar dedicado a: Trabajos seleccionados en el Premio de Investigación del Consejo Económico y Social de Castilla y León 2004), pags. 1-135 https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1424526.pdf

en futuros estudios vinculados con la estrategia dado el interés de contar con esta información.

2.2. Evolución de la producción ecológica y local en Castilla y León

El sector de la producción ecológica muestra un elevado ritmo de crecimiento y estructuración. Actualmente representa más del 5% de la superficie agraria útil, el 3,6% de la producción final agraria en 2015 y el 3,2% de las explotaciones agrarias en 2013 (López García 2017a). La mitad de la superficie certificada se concentra en Andalucía si bien tiene también una importancia reseñable en Castilla-La Mancha, Catalunya y Extremadura. Los establecimientos industriales se concentran, por este orden, en Catalunya, Andalucía, Comunitat Valenciana y Madrid.

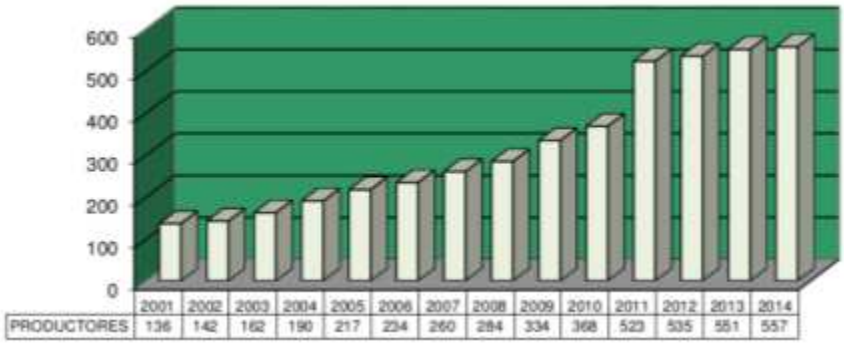

Figura 1. Evolución del número de productores ecológicos en Castilla y León (2001-2014). Fuente: JCYL, 2016.

Por contra, la superficie certificada en ecológico en Castilla y León no superaba en 2014 el 0,6% de la superficie agraria útil autonómica, con 557 explotaciones y ocupando el puesto 9 en el ranking nacional por superficie (1,81% del total), a pesar de ser la tercera región más grande de la UE-27. A su vez, la tendencia fuertemente creciente experimentada hasta 2011 se ha ralentizado sensiblemente desde entonces (Figura 1), mostrando una ligera reactivación desde entonces. Por provincias, Zamora es la que más superficie dedica a la agricultura ecológica con un 33% de la superficie regional; Ávila es la provincia con mayor número de explotaciones ganaderas; Valladolid es la provincia con mayor número de actividades industriales relacionadas con la producción vegetal y Segovia la que registra mayor número de actividades relacionadas con la producción animal.

En el año 2014 se cultivaron bajo los criterios de la agricultura ecológica 30.621 ha en Castilla y León. Los principales cultivos (Figura 2) son los

prados y pastos (30%), los cereales (24%), seguidos de las plantas cosechadas en verde para alimentación animal (12%), las legumbres secas (9,3%), los cultivos industriales (9%) y el viñedo (7%). En ese mismo año se registraron 17.785 cabezas de ganado que se gestionaron en 56 explotaciones ganaderas. La cabaña predominante es el bovino extensivo para carne (43% de las explotaciones), si bien muestran importancia las explotaciones apícolas (18%) y las de aves de corral (17%).

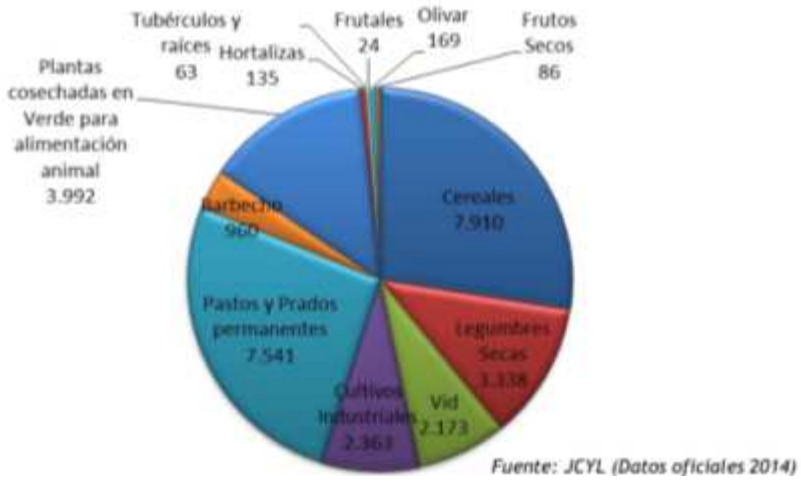

Figura 2. Superficie (ha) de los principales cultivos ecológicos en Castilla y León (2014). Fuente: JCYL, 2016

La industria alimentaria ecológica está muy poco desarrollada en la región y en 2014 sumaba 181 operadores industriales. Respecto a la industria vegetal predominan las bodegas de vino; fábricas de piensos animales y envasadoras cereales y legumbres para consumo humano; centrales horto-frutícolas y harineras o industrias de repostería (Figura 3). Respecto a la industria animal, se concentra en tres sectores: elaboración y conservación de carne y productos cárnicos, mataderos y salas de despiece, y preparados lácteos (principalmente queso). También se encuentran establecimientos de envasado de huevos y miel.

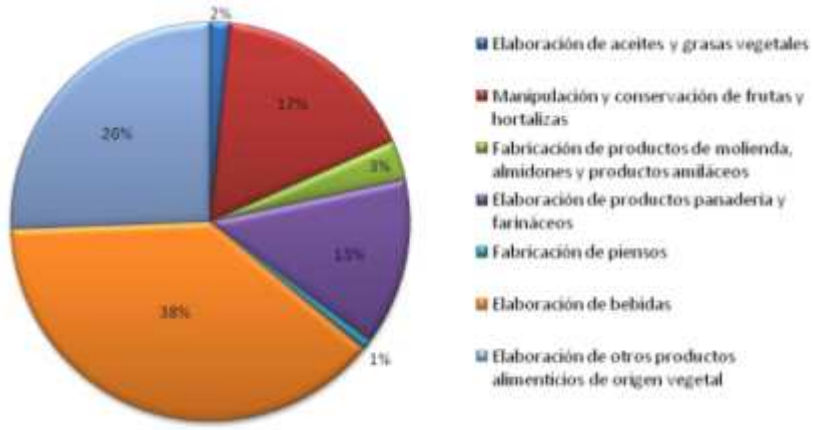

Figura 3. Principales actividades industriales de producción vegetal ecológica en Castilla y León (2014). Fuente: JCYL, 2016

Se puede afirmar que el sector ecológico en Castilla y León es un sector orientado a las subvenciones (a tenor de la preponderancia de los pastos y cultivos cerealistas extensivos), en el que el gran potencial para la ganadería ecológica no se ha desarrollado, ni tampoco el potencial industrial. La escasa importancia de los cultivos horto-frutícolas ecológicos (157 ha certificadas en la región en 2015) limita sin duda el potencial para ampliar el mercado local de alimentos ecológicos, pues son justamente estos cultivos los que lo abren. La elevada amplitud del territorio, ligada a la muy reducida densidad de población de la mayor parte del mismo, limita las posibilidades de articulación del sector productor ecológico, especialmente cuando es tan reducido. La limitada capacidad de consumo regional, debido a su elevada dispersión, tampoco ayuda en este sentido, y promueve que la concentración de las producciones en origen se oriente al mercado exterior o, en el mejor de los casos, hacia Madrid.

Sin embargo, resulta un territorio con un gran potencial de expansión para la producción ecológica y los circuitos cortos de comercialización, debido a su gran diversidad edafoclimática y a una elevada presencia de manejos agrarios tradicionales en muchas zonas. La presencia en el territorio de ciertas redes autonómicas de productores ecológicos muy asentadas también es un elemento de fuerza, que se expresa en una elevada articulación de la producción con los grupos de consumo urbanos, y en la presencia de mercados de productores ecológicos (algunos de frecuencia mensual, como en Segovia, Palencia y Valladolid) en todas las capitales de provincia. Por último, la actitud proactiva del Comité de Agricultura Ecológica (CAECYL) podría ser una de las principales fortalezas del sector

ecológico regional. En todo caso, en el siguiente recuadro se apuntan las principales conclusiones del diagnóstico del sector incluido en el Plan Estratégico de Producción Ecológica en Castilla y León (2016-2020).

Conclusiones del análisis DAFO del Plan Estratégico de Producción Ecológica en Castilla y León (2016-2020)

Existencia de una preocupación creciente de los consumidores por la calidad y seguridad alimentarias, así como por la adquisición de productos elaborados en su entorno más inmediato (kilómetro 0).

Necesidad de transmitir de forma clara las características de este tipo de producción al consumidor para que conozca sus cualidades y poder diferenciarlos claramente de otros productos procedentes de otros modelos de agricultura.

Disposición de un gran potencial de producción ecológica en cultivos de secano y en zonas en entornos de Espacios Naturales Protegidos, donde un pequeño cambio en el sistema productivo las convierte en sistemas de producción ecológicos.

Existencia de infraestructuras agrarias recientemente modernizadas en zonas de regadío, lo que hace muy conveniente su utilización para la producción ecológica aprovechando sus ventajas.

Conveniencia de transformar las pequeñas fincas a la producción ecológica que podría permitir un cambio para mantener su viabilidad económica.

Necesidad de crear una red comercial estable, con industrias y puntos de venta que pudiesen ofrecer productos ecológicos de forma continuada.

Conveniencia de aumentar el número de establecimientos y tiendas donde se vendan productos ecológicos, y no sólo en tiendas especializadas.

Apremio por apoyar al productor y operador para acortar los canales de distribución, acercándoles al consumidor para que el precio final del producto sea asequible al consumo y poder garantizar la venta.

Conveniencia de disponer de un sistema ágil de información y comunicación que acerque a todos los agentes del sector y así poder garantizar de forma permanente el acceso a las demandas del mercado.

Necesidad de garantizar el control de la producción por los organismos de control y certificación.

Conveniencia de aprovechar que la agricultura ecológica es motor del desarrollo rural, necesitando más mano de obra y siendo atractiva para jóvenes y mujeres, sirviendo de freno al despoblamiento del medio rural.

Importancia de incentivar proyectos de investigación, formación, experimentación y transferencia de tecnología que permitan profundizar en los puntos más débiles de la producción ecológica.

2.3. Marcas de calidad vinculadas con las producciones locales de Valladolid.

En relación a la producción agroalimentaria local de calidad, en la provincia de Valladolid encontramos varios distintivos de certificación de origen. El más actual es la marca "*Alimentos de Valladolid. A gusto de todos*" promovida por la Diputación Provincial en 2016 y que en enero de 2017 contaba con 18 productores y 85 productos inscritos como vino, repostería, quesos,

miel o embutidos. También destaca la marca de calidad regional *"Tierra de sabor"* que engloba en la provincia 16 producciones que van desde el vino, queserías, fábricas de embutidos, dulces, miel, cerveza o piñones.

Son varias las figuras de calidad alimentaria como por ejemplo las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) con productores en la provincia: Lenteja Pardina de Tierra de Campos y Lechazo de Castilla y León o las Marcas de Garantía del Espárrago de Tudela de Duero o de Pan de Valladolid donde la harina de trigo y de centeno procede exclusivamente de las fábricas de Castilla y León. Completan este panorama las denominaciones de origen de diversas zonas con una larga tradición vitivinícola como son las Denominaciones de Origen (DO) Vinos de la Tierra de Castilla y León, Riberas del Duero, Rueda y Cigales.

Así mismo en 2002 se crea en Valladolid la Asociación de Artesanos Alimentarios de Castilla y León que en la provincia agrupa a 26 productores artesanales de cerveza, repostería o queso.

Por último anotar que se está observando cierta tendencia en la industria convencional a la presencia de líneas de productos ecológicos, como es el caso de la conservera Helios S.A de mermeladas, ubicada en un municipio del entorno peri urbano de Valladolid, y que ha empezado a comercializar mermelada ecológica.

2.4. El marco competencial y normativo de las políticas alimentarias

Políticas agrarias y sostenibilidad

Las referencias de políticas agroalimentarias con enfoque de sostenibilidad en el Estado español son escasas y débiles en relación con otros países de nuestro entorno, si bien podemos identificar dos vectores de cambio en este sentido, claramente diferenciados y a menudo contradictorios. Por un lado, las políticas europeas de sostenibilidad, especialmente representadas en este ámbito por la Política Agraria Común (PAC), que desde la reforma McSharry (1992) vienen introduciendo elementos que promueven ciertos cambios hacia la sostenibilidad en las políticas agrarias estatales. Por otro lado, el propio crecimiento y estructuración del sector estatal de la producción ecológica, especialmente vinculado a la exportación de aceite, vino y productos vegetales frescos, que ha animado a algunas administraciones de distintos niveles a prestar mayor atención y apoyo a uno de los pocos subsectores agrarios que no está en crisis.

Las sucesivas reformas de la PAC han ido introduciendo mecanismos de acción positiva y negativa para contener la degradación de los ecosistemas por parte de la actividad agraria, que se concretaron desde 2009 en medidas dispersas incluidas en el Fondo Europeo de Agricultura y Desarrollo Rural (FEADER). De entre ellas, los pagos por hectárea a la producción ecológica han sido probablemente el instrumento de mayor impacto, si bien ha introducido numerosas perturbaciones en el sector ecológico debido a su oportunismo. En la reforma del FEADER aprobada en 2014 estos pagos se concretan en una medida agro-climático-ambiental específica, y se introducen posibilidades, para los gobiernos estatales y autonómicos, de destinar fondos al desarrollo de mercados locales, protección y promoción de la biodiversidad agraria, o la agregación de valor añadido a los productos ecológicos por medio de marcas de calidad y agroindustria. Estos tímidos avances suponen un muy pequeño esfuerzo respecto a la mayoría de fondos que se destinan a una mayor concentración, intensificación, modernización y globalización de las producciones convencionales europeas. En todo caso, las tímidas posibilidades que introduce el nuevo FEADER han sido muy débilmente acogidas por las distintas escalas de la administración en el Estado español.

El crecimiento del sector ecológico ha obligado a la administración estatal agraria al desarrollo de ciertas políticas de apoyo al sector, más allá del pago directo procedente de FEADER. Estos esfuerzos se han centrado en el desarrollo agroindustrial y la apertura de canales largos de comercialización (especialmente en el mercado de exportación). Se han basado en una visión del alimento ecológico como producto "de nicho" para públicos exclusivos con elevado poder de compra. Desde esta perspectiva se han desarrollado un puñado de estudios comerciales y acciones de apoyo a la exportación; y en ningún caso se ha afirmado públicamente una mejor calidad o salubridad de los alimentos ecológicos respecto a los convencionales. Las organizaciones del sector ecológico han adoptado una posición defensiva, atravesada por las contradicciones que generan los diversos modelos productivos que se engloban dentro de la definición oficial de agricultura ecológica [10]. Estas contradicciones han llevado, en la escala europea, al fracaso de las negociaciones para la reforma del reglamento europeo de agricultura ecológica en 2014.

10 Incluida en el reglamento (CE) 834/2007, actualmente en revisión.

Posiblemente, los instrumentos de planificación más potentes que se han dispuesto han sido los diversos planes estratégicos de agricultura ecológica, que en general han tenido poco impacto más allá de modestos titulares en prensa. A escala estatal, en 2004 se aprueba el Plan Estratégico para la Producción Ecológica del Ministerio de agricultura, que ha sido seguido de otro Plan Integral (2007-2010) y una Estrategia (2014) sin plazo de finalización, objetivos ni indicadores de evaluación. Estos tres planes han sido dotados de un débil presupuesto aplicado en algunos estudios y muy débiles y ambiguas campañas de promoción del consumo; y han carecido de objetivos definidos en cuanto a incremento de la superficie, el número de operadores o el consumo. En algunas CCAA (Canarias, Extremadura, Andalucía, Castilla y León, y Euskadi) se han aprobado planes estratégicos u operativos de promoción de la agricultura ecológica, que generalmente incluían la producción, el consumo y la comercialización. Varios de ellos no se han llegado a implementar, y otros con muy escaso presupuesto. En 2017, sin embargo, diversos planes estratégicos autonómicos se encuentran en período de redacción o discusión.

En los últimos años, otros planes y actuaciones con interés agroecológico han sido desarrolladas, de forma más o menos débil, en algunas CCAA. Normativa específica para la venta directa de alimentos (Andalucía, Navarra, Catalunya y Euskadi); programas de compra pública (en Andalucía y Canarias principalmente, centradas en comedores escolares); o la convocatoria de subvenciones del MAGRAMA para programas plurirregionales de formación en producción ecológica, con un valor de las ayudas muy reducido y decreciente de año en año. Las ayudas para las formaciones de posgrado relacionadas con agricultura ecológica y desarrollo rural sostenible, lamentablemente, estuvieron vigentes tan solo durante unos años.

Las competencias municipales en alimentación

Hay un gran número de administraciones con competencias en cuestiones relacionadas con la alimentación, desde la propia administración agraria hasta las de sanidad (debido a los problemas relacionados con la dieta o los impactos de los agrotóxicos), educación (en relación con la educación alimentaria y por ser un gran consumidor de alimentos por medio de la

compra pública), medio ambiente (en relación con las normativas sobre contaminación de suelos y acuíferos, consumo de agua agrario, o la limitación de la actividad agraria en la red de Espacios Naturales Protegidos) u ordenación del territorio. La mayor parte de estas competencias se sitúan, sin embargo en la escala autonómica.

Las competencias en la escala municipal relacionadas con la actividad alimentaria están limitadas, pero aun así muestran importantes ventanas de oportunidad en aspectos como la formación profesional, el consumo, la política fiscal, el urbanismo y la planificación territorial, el comercio y el fomento del emprendimiento. También poseen competencias en el control de actividades industriales, que ha sido señalado un elemento clave en la promoción de los sistemas alimentarios sostenibles[11]. Son las responsables del mantenimiento de importantes infraestructuras públicas para las redes de distribución alimentaria, como son los mercados de abastos o la red de MERCAs (en este caso, Mercaolid). Y gestionan y regulan los mercados de calle (no sedentarios), que son una de las principales vías de comercialización de los alimentos vegetales frescos en las ciudades de Castilla y León. Todo ello ha permitido que las ciudades hoy se hayan convertido en uno de los actores más dinámicos en la promoción de sistemas alimentarios locales y sostenibles.

2.5. Políticas y estrategias alimentarias locales

Las administraciones locales están siendo los actores más dinámicos de la administración en promover un giro hacia la sostenibilidad en los sistemas alimentarios. Entre otras razones para ello podríamos encontrar, precisamente, la carencia de tener competencias y por tanto una mayor apertura al cambio; el ser la administración más cercana a la ciudadanía; la necesidad urgente de modelos diferentes de economía, más dependientes de los recursos propios o, al menos, cercanos, después del estallido de las burbujas inmobiliarias y de la crisis financiera; o la acción decidida de ciertas trabajadoras públicas y organizaciones sociales con una voluntad firme de recuperar y conservar el espacio fértil periurbano con todos sus servicios ambientales asociados.

11

Red Calea 2013. Guía práctica: pasos para instalar un a industria artesanal de transformación de alimentos en Extremadura. Cáceres: Red Calea. Descarga disponible en: <http://www.redcalea.org/pasos_emprendiemiento_industria_transformacion_alimentos.pdf>

A partir de iniciativas pioneras como la de Toronto, distintas ciudades han ido desarrollando acciones tan diversas como innovadoras (Ver recuadro 1). Las iniciativas de políticas alimentarias se van asociando a distintas prioridades y estrategias vinculadas con el medio ambiente y la sostenibilidad. En muchos casos cuelgan de los departamentos de lucha contra el cambio climático, ya que el conjunto de la cadena alimentaria global produciría hasta un 40% de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero. En otros se orientan claramente a la protección y conservación de los servicios que generan los ecosistemas agrarios sostenibles, tales como la regulación climática, la provisión de agua potable, la preservación de la biodiversidad o la conservación de paisajes culturales para el disfrute de las poblaciones urbanas. En el mundo anglosajón estos programas suelen abordarse desde los departamentos de salud y servicios sociales, frente a la epidemia que representan las dietas de comida basura -basadas en las llamadas *calorías vacías* o "junkies"-, especialmente en las capas sociales de bajos ingresos. E incluso hay otros proyectos -como el de Friburgo, en Alemania- que se justifican en la necesidad de sostener los paisajes agrarios que atraen turistas a la ciudad.

Recuadro 1: Evolución de las políticas alimentarias urbanas en el Mundo

La ciudad de Toronto fue pionera en desarrollar una Estrategia Alimentaria Local, ya en 1991, centrada en la participación y la compra pública de producción local y ecológica para los equipamientos públicos.

En 2006, la alcaldía de Londres lanza la estrategia "London Mayor's Food Strategy", poniendo el acento en el acceso de las minorías étnicas y grupos sociales de rentas bajas a alimentos frescos, saludables y culturalmente apropiados; y estableciendo una estrategia de círculos concéntricos para el abastecimiento de la ciudad.

En 2009 Gante (Bélgica) se destaca como "capital vegana" al hacer un día por semana de alimentación vegana en los comedores municipales como estrategia de lucha contra el cambio climático; y cinco años más tarde inicia un proceso participativo de planificación territorial sostenible con perspectiva alimentaria.

En 2010 Malmö (Suecia) establece para 2020 su objetivo de un 100% de alimentación local y ecológica en todos los comedores de dependencias municipales, y para ello emprende un ambicioso proceso de estructuración de las redes regionales de distribución.

Bristol saltó en 2011 a la palestra con su "Bristol Good Food Plan", y especialmente por la creación del primer Consejo Alimentario Municipal en Europa, que agruparía a actores sociales y económicos locales en un órgano colegiado.

En Alemania destacan proyectos como los de Nuremberg o Munich, con decididos proyectos de compra pública ecológica, un fuerte impulso de los mercados de productores, ambiciosos proyectos de biocompostaje de residuos urbanos, y procesos de compra de miles de hectáreas periurbanas por los Ayuntamientos, que se ponen en cultivo ecológico desde la propia administración.

París sigue la línea de la compra de terreno para asegurar el abastecimiento de agua y alimentos, y un programa de compra pública con 30 millones anuales de menús diarios ecológicos y locales, que prevé doblarse en 2020; en la línea de otras grandes capitales como Viena.

Las cumbres mundiales de Hábitat II (Estambul, 1994) y III (Quito, 2016) para la sostenibilidad urbana han sido importantes momentos de sensibilización hacia las ciudades. En 2002 la FAO lanza el programa *"Food for the Cities"* para potenciar la producción urbana de alimentos en megaciudades-miseria del Sur global. Más tarde este programa se amplía a todo el globo, centrándose en promover la sostenibilidad a través de sistemas alimentarios de ciudad-región. Pero probablemente, el principal evento para la promoción de los sistemas alimentarios localizados y sostenibles sea la firma en 2015, por parte de más de cien alcaldes de las mayores ciudades del mundo, del Pacto de Milán sobre Políticas Alimentarias Urbanas.

El Pacto de Milán sobre Políticas Alimentarias Urbanas en el Estado español

El Pacto de Milán[12] es un texto de dos páginas, sencillo pero profundamente ambicioso. La alimentación se plantea como una actividad que atraviesa todos los ámbitos de la vida en las ciudades, generadora de riqueza social, económica y cultural. Y por tanto las políticas alimentarias se plantean como transversales, incluyendo muy diversos niveles y departamentos de la administración; y tan importantes como para requerir la plena participación de los actores sociales y económicos del territorio. A su vez, el Pacto va unido a un listado de acciones muy concretas y que cubren una gran amplitud de ámbitos de los sistemas alimentarios, que las ciudades firmantes se comprometen a desarrollar y a dar un correcto seguimiento.

Entre las ciudades firmantes del documento inicial había 6 ciudades españolas[13]. El Pacto está sirviendo para impulsar las agendas alimentarias en las ciudades, que están saltando de los huertos urbanos a perspectivas de sistema alimentario, mucho más ambiciosas y profundas. En otros casos, algunas ciudades pioneras (como Zaragoza, Vitoria-Gasteiz o el área metropolitana de Barcelona) están viendo como las acciones iniciales se

12 www.milanurbanfoodpolicypact.org

13 En septiembre de 2017 las ciudades españolas signatarias de este Pacto son 21:: Alcalá de Henares, Barcelona, Bilbao, Córdoba, Denia, Donostia-San Sebastián, Fuenlabrada, Godella, Jàtiva, Las Palmas de Gran Canaria, Madrid, Málaga, Menorca, Navàs, Oviedo, Pamplona-Iruña, Rivas-Vaciamadrid, València, Villanueva de la Cañada, Vitoria-Gasteiz y Zaragoza

fortalecen con un marco estratégico para sus políticas alimentarias, y con propuestas claras de evaluación.

Los avances se hacen sentir especialmente en la construcción de marcos de gobernanza alimentaria abiertos y participativos. Así, Barcelona o Vitoria-Gasteiz han trabajado en la construcción participada de estrategias alimentarias locales; en Madrid y Córdoba se han creado comités de seguimiento del Pacto de Milán, reuniendo a varias concejalías y organizaciones sociales; y en València se está constituyendo un consejo alimentario municipal. Muchas ciudades están trabajando en la revitalización del tejido agrario periurbano y la promoción de la agricultura ecológica. Otras se han volcado en la reorientación de infraestructuras públicas, como los mercados de abastos y los mercas, para facilitar la distribución local y sostenible. Y en muchos casos, se trabaja para que las compras alimentarias de los servicios municipales (lotes de emergencia alimentaria, comedores sociales, guarderías y otras residencias, etc.) fortalezcan los tejidos de producción ecológica y de proximidad.

Los retos a los que se enfrentan las ciudades son numerosos y diversos. El primero es la inexistencia de departamentos municipales con una visión integral de lo alimentario, y por tanto la carencia de personal y recursos estables para estas políticas. Vinculado a éste, el marco de austeridad impulsado por la administración estatal dificulta las políticas innovadoras y los cambios en la estructura administrativa; especialmente en los casos de ciudades con gobiernos multipartitos o en minoría. Otro reto sería la falta de competencias en agricultura, salud o educación de las ciudades, lo que limita sus opciones. Por último, algunas ciudades (como Madrid) ya no cuentan con suelo agrario ni posibilidad de desarrollar estrategias mínimamente ambiciosas para obtenerlo; y en casi todos los territorios, la producción ecológica supone aún una proporción muy reducida y claramente insuficiente para las demandas urbanas. Y tan solo en Barcelona hay figuras de administración metropolitana que permitan el planeamiento alimentario y territorial en escalas superiores. Pero probablemente, el principal reto que plantean estas políticas es un cambio cultural en la sociedad, de forma que se restituya el valor de la alimentación sostenible y de la relación de las comunidades humanas con su territorio.

3. Metodología del estudio

A partir del marco conceptual planteado en las líneas anteriores, el presente estudio se ha dotado de unos objetivos de investigación y de un diseño metodológico que se describen en las siguientes líneas.

3.1. Objetivos del presente estudio

- Conocer las percepciones de la sociedad local (metropolitana) acerca de los retos que plantea el sistema agroalimentario local:
  - Conocer los principales centros de interés de la población en general, tanto en cuanto a los retos como en las potenciales acciones.
  - Conocer los posicionamientos de actores locales respecto a la relocalización del sistema alimentario.
  - Identificar retos y limitantes para el desarrollo de sistemas alimentarios locales, en complementación con la investigación académica (cuestiones sociales y legal-normativas).
  - Identificar recursos, apoyos potenciales y posibles nichos de innovación.

- Obtener información operativa de cara a la elaboración de una Estrategia Alimentaria Local:
  - Identificar actores relevantes.
  - Obtener información útil para la investigación académica con relación a la dieta y desecho de alimentos, en complementación con el estudio de Metabolismo Social del sistema alimentario actual.
  - Obtener información suficiente y de calidad para el diseño del proceso participativo:
  - Obtener un perfil socio-económico de las actitudes frente a la alimentación y posibles transiciones hacia sistemas alimentarios locales y sostenibles.

3.2. Diseño metodológico general

Para la caracterización social de percepciones sobre el sistema alimentario local, se han empleado dos métodos complementarios: una encuesta on-line y una ronda de entrevistas abiertas semi-estructuradas.

Mediante este método mixto se ha intentado maximizar la potencia de diversos métodos, combinando el análisis distributivo de los métodos cuantitativos y el análisis estructural de los métodos cualitativos. Esta combinación, a su vez, aportará los datos necesarios para el diseño de posteriores fases del proyecto, en las que se desplegará el potencial performativo de los métodos participativos de investigación social, que se anticipa a partir de la elaboración del mapa social.

3.3. Encuesta on-line

Diseño de la encuesta on-line y descripción de la muestra

Para el presente análisis se realizó una encuesta online mixta para recoger opiniones, posicionamientos e información general entre la población de Valladolid, con especial atención a personas participantes en experiencias de redes alimentarias locales y alternativas preexistentes en el territorio.

Se trató de una encuesta ciudadana denominada '¿cómo come Valladolid?, a través de un cuestionario online de 14 preguntas, además de las 7 variables sociodemográficas utilizadas. La encuesta permaneció colgada en la página web del proyecto y enlazada desde la oficial del ayuntamiento durante un mes, a lo largo del cual se recogieron un total de 426 respuestas, con un resultado final de 417 respuestas válidas . El cuestionario utilizado se muestra en el Anexo I.

Tratamiento de los datos

Con los datos obtenidos tras la realización de las encuestas se procede al procesado de esta información mediante la herramienta informática SPSS.

Tras el proceso de codificación de las variables se realizó un análisis de frecuencias, comenzando por las variables sociodemográficas (sexo, edad, nivel de estudios, nivel de ingresos, ocupación, número de personas que conviven en el hogar, y de ellas cuántas son menores de 10 años) para la caracterización social de la muestra y continuando con el resto de variables.

Se organizó el cuestionario en varios bloques; el primero centrado en los hábitos particulares de consumo; el segundo en el acceso al producto local y ecológico; el tercero relativo a la búsqueda de propuestas para la sostenibilidad. Además, se diseñó un cuarto bloque de preguntas exclusivo para las personas que habitualmente consumen productos locales/ecológicos a través de grupos o cooperativas de consumo.

Posteriormente, dado el carácter categórico de muchas de las variables, se realizaron tablas de contingencia, de forma que se ha podido analizar a relación entre dos variables (X,Y) cuantificando el recuento de una determinada categoría de la variable X para otra categoría de la variable Y.

La significación estadística del análisis se realiza a través de la prueba de χ^2 de Pearson suponiendo que las cifras de la tabla son una muestra aleatoria de la población. Si la proporción de individuos en cada categoría de la variable Y varía entre las diversas categorías de la variable X se puede afirmar que hay asociación entre ambas variables. Si no hay asociación se dice que las variables son independientes.

3.4. Ronda de entrevistas abiertas semi-estructuradas

Complementario a la encuesta descrita en el apartado anterior, se llevó a cabo una serie de entrevistas en profundidad a distintos informantes-clave del ámbito social, administrativo y económico. El formato utilizado fue el de entrevistas presenciales semi-estructuradas en profundidad. La muestra de las entrevistas se realizó mediante un enfoque posicional (Linton y otros 1973), recogiendo representantes de los diferentes actores sociales relevantes para el tema de estudio. Se entrevistó a un total de 11 personas, seleccionadas a partir del mapa social que se efectúa paralelamente a la elaboración de este estudio, para contar con una diversidad suficiente de miradas a la cadena alimentaria local. Los perfiles de los entrevistados fueron estos:

Ámbito	**Organización/entidad**
Social	Cooperativa Entrevecinos
Social	Ecologistas en Acción-Valladolid
Social	Huerto Urbano Villa del Prado
Investigación	Universidad de Valladolid, departamento de Geografía
Administración	Ayuntamiento de Tudela de Duero

Administración	Consejería de Sanidad (Junta de Castilla y León)
Administración	Dirección General Desarrollo Rural (Junta de Castilla y León)
Economía	MERCAOLID
Economía	Consejo de Agricultura Ecológica de Castilla y León
Economía	Alianza por el campo UPA-COAG ó UCCL
Economía	Ecogermen coop. / REAS

Las entrevistas, de carácter semiestructurado tuvieron una duración entre 40 y 80 minutos. Se organizaron alrededor del guión que aparece en el Anexo II, que se abordó de forma flexible a partir de las aportaciones del entrevistado. Las entrevistas fueron grabadas en soporte digital y transcritas literalmente. Posteriormente se procedió a la organización de discursos y al análisis de los contenidos que se detalla a continuación.

3.5. Mapa social de relaciones para la promoción de un sistema alimentario local y sostenible en Valladolid y Alfoz

Para la futura elaboración del mapa social participado, se ha recogido información de las entrevistas y encuesta on-line. Se ha completado esta información a partir de búsqueda documental y en hemeroteca, así como en la movilización de las redes sociales del equipo de trabajo que está detrás de este proyecto.

4. Discusión de los resultados de la encuesta on-line

4.1. Perfil de las personas participantes en la encuesta

Caracterización socio-económica

Del análisis de los resultados de la encuesta se ha extraído en un primer momento la caracterización social de la muestra encuestada. Dos terceras partes de las personas encuestadas son mujeres, casi el 50% están entre el rango de edad de 46 a 65 años y más del 80% entre los 31 y los 65, evidenciando que los gupos de edad de menos de 30 años (jóvenes o en edad estudiantil) y más de 65 (jubilados) casi no han participado en la encuesta (Figura 4).

Se evidencia también que han participado mayoritariamente personas con un nivel educativo alto: casi en 80% tienen estudios superiores y más del 90% tienen estudios avanzados, por lo que podemos concluir que con la encuesta no se ha llegado adecuadamente a la población con estudios básicos o sin estudios.

Desde el punto de vista del tamaño de los hogares, más del 60% son hogares pequeños con 3 ó menos personas conviviendo, y más del 70% tiene uno o ningún hijo/a. El nivel de ingresos de la unidad familiar también es medio-bajo (Figura 5). La mitad de las familias ingresan 2000 euros mensuales o más, y casi la otra mitad ingresa entre 1000 y 2000[14]. Los hogares con rentas más bajas están menos representados, así como los de rentas medias-altas y altas. Un 82% de las informantes residen en la capital; de ellas, el 18,71% viven en la zona centro y el 64,03% en otros barrios. En relación a la ocupación, predomina el trabajo en otros servicios y otros, seguido de las personas jubiladas, el sector de la salud y los desempleados. Cabe destacar que casi no se han obtenido respuestas del sector primario ni del sector del comercio.

14

Nótese que un 45% de las personas trabajadoras en España ingresaba en 2014 menos de 18000€ anuales; y un 13% menos de 9000€ anuales. Un 40% de la población ingresa menos de 9000€/año por persona (INE 2017).

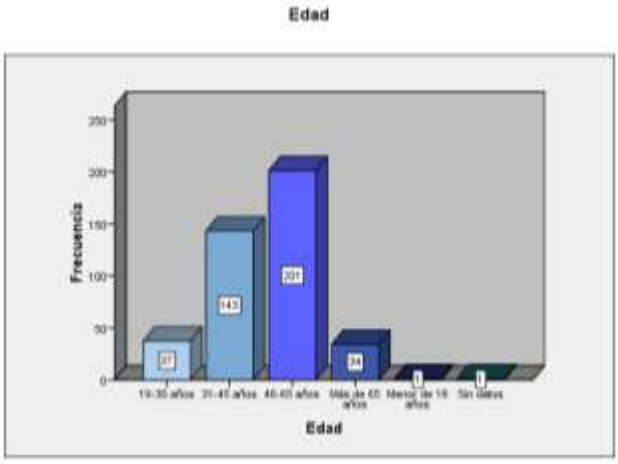

Figura 4. Estructura de edad de las personas informantes

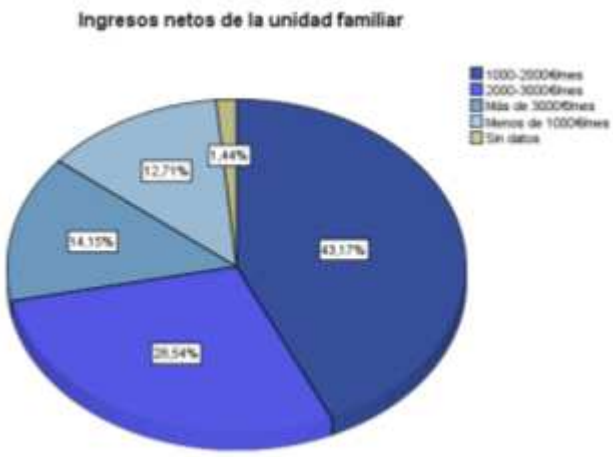

Figura 5. Ingresos netos de la unidad familiar declarados por las personas informantes

Hábitos de compra y consumo alimentario

En relación a los hábitos de consumo, lo más habitual es que el alimento se consuma en el hogar en comida preparada allí mismo, y el 67,1% consume fuera del hogar de forma esporádica (Figura 6). Se ha evidenciado que los grupos de edades más jóvenes consumen alimentos fuera del hogar con mayor asiduidad, al contrario que los grupos de edad de más de 45 años, que consumen de forma esporádica fuera del hogar. Por su parte, los jubilados y las personas trabajadoras del sector primario serían los grupos sociales que consumen alimentos de forma más esporádica fuera del hogar.

Es destacable además la realización de la compra habitual en supermercados dentro del casco urbano y en el pequeño comercio de barrio. Únicamente el 7% de las respuestas indica la compra en grandes superficies, como hipermercados emplazados en las afueras de la ciudad. En la muestra de la encuesta, ha resultado más habitual que sean mujeres las que consuman en pequeños comercios especializados de productos ecológicos, que los hombres consuman en supermercado autoservicio dentro de la ciudad, y que la categoría "otros" consuma más habitualmente en cooperativas o grupos de consumo.

Existe relación entre los trabajadores del sector comercio y salud y la compra en establecimientos tipo pequeño comercio especializado de productos ecológicos/locales. Así como que el sector primario y la categoría de "otras ocupaciones" compren en hipermercados, quizá por no residir en cascos urbanos consolidados; y que la categoría "jubilados" compre en cooperativas y grupos de consumo ecológicos, quizá por su mayor

disponibilidad de tiempo. Una proporción sensible de las personas que compran directamente al productor no han facilitado datos acerca de su ocupación.

Se observa correlación entre la compra directa al productor y los hogares con 4 o más personas. También hay relación entre la compra en hipermercado y los hogares con 4 o más personas, así como entre el pequeño comercio y los hogares formados por 3 o menos personas (Figura 7). A su vez, se ha identificado correlación entre la compra en el pequeño comercio alimentario, la compra directa al productor y la compra en pequeño comercio especializado y los hogares con uno o ningún menor. Estas correlaciones podrían mostrar una sensibilidad diferencial de los distintos tipos de familia a los diversos canales comerciales, en función de la disponibilidad de tiempo en relación con el cuidado de la familia. La correlación entre familias amplias y compra directa, en todo caso, no se podría explicar mediante esta hipótesis. No se ha detectado correlación significativa entre las personas que compran en los grupos de consumo ni en el pequeño comercio especializado en productos ecológico /local y el número de personas que conviven en el hogar.

Respecto a la cantidad de comida que se desecha, cabe destacar que los grupos de edad más jóvenes desechan mayor cantidad de comida.

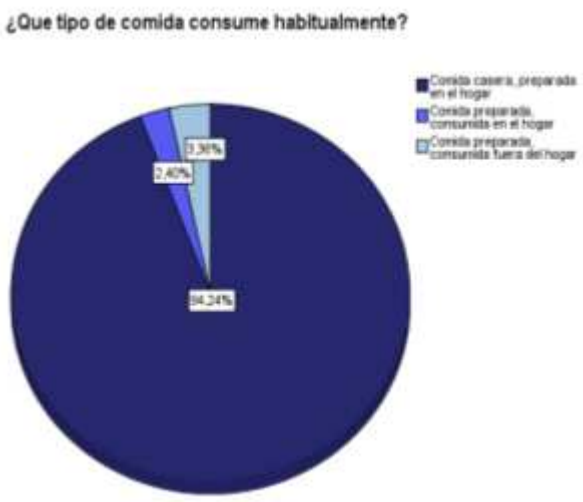

Figura 6. Elaboración doméstica de las comidas entre las personas informantes

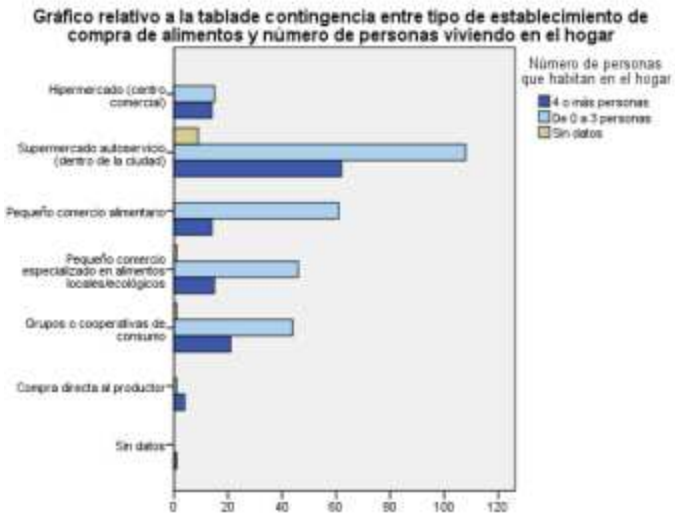

Figura 7. Correlación entre tamaño del hogar y lugares habituales de compra

4.2. Posicionamientos respecto a la re-localización de los sistemas alimentarios locales

Dificultades para un mayor consumo de alimentos locales y ecológicos

Más del 90% de las personas encuestadas han opinado que se viviría mejor si hubiera más mercado local y ecológico en la ciudad. Más del 50% de las informantes encuentra múltiples dificultades a la hora de consumir alimento local/ecológico. Se muestran como principales dificultades, por orden de importancia, el precio, la falta de diversidad en los productos, las dificultades o falta de información en relación a cómo diferenciarlos, así como la falta de disponibilidad de productos en los lugares habituales de compra habituales (Figuras 8). Y se señala además que la venta a través del pequeño comercio especializado (el que absorbe alrededor del 50% de ventas de alimentos ecológicos en España, según el MAPAMA (2016) encarece mucho el producto.

Han sido mencionadas a su vez otras dificultades frente a la re-localización centradas en el formato de grupos de consumo, como una de las vías de comercialización de alimentos locales y ecológicos más conocidas entre el consumo, y aquel circuito corto que absorbe mayor cantidad de producto local fresco (López García 2015). De entre ellas, la opinión de que los grupos de consumo suponen un esfuerzo y una implicación importante para el consumo, o los horarios de compra restringidos.

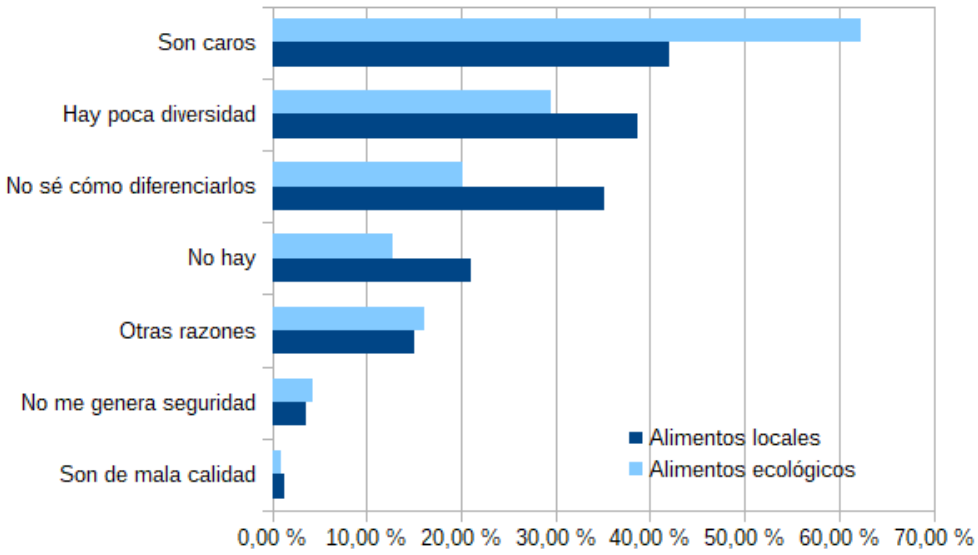

Figura 8. Principales retos para un mayor consumo de alimentos locales y ecológicos

Queda patente la necesidad de facilitar la accesibilidad, tanto económica como de distribución y compra (canales de venta habituales, horarios, etc.), y la necesidad de una buena identificación (que se reconozcan y generen confianza, que se informe sobre la procedencia, etc.) y la diversidad y oferta de productos. Y la falta de una apuesta seria por ello. Se señala además la necesidad de un cambio de hábitos en el consumo, especialmente respecto a la estacionalidad de las producciones locales.

En relación a los productos locales se denota una falta de información sobre los modelos de producción. Y en relación a la producción en ecológico se añade además la falta de ayudas o apoyos a la producción, la multitud de trabas y la falta de sensibilización.

Argumentos para la relocalización

En cuanto a las razones que se consideran más importantes para impulsar una alimentación ecológica y de cercanía en Valladolid, destacan por orden de importancia: el medio ambiente, la salud y el bienestar, la economía y el desarrollo comunitario, la seguridad alimentaria y justicia social, vínculos entre campo y ciudad, el aprendizaje y empoderamiento continuo, y los aspectos sociales y culturales (Figura 9).

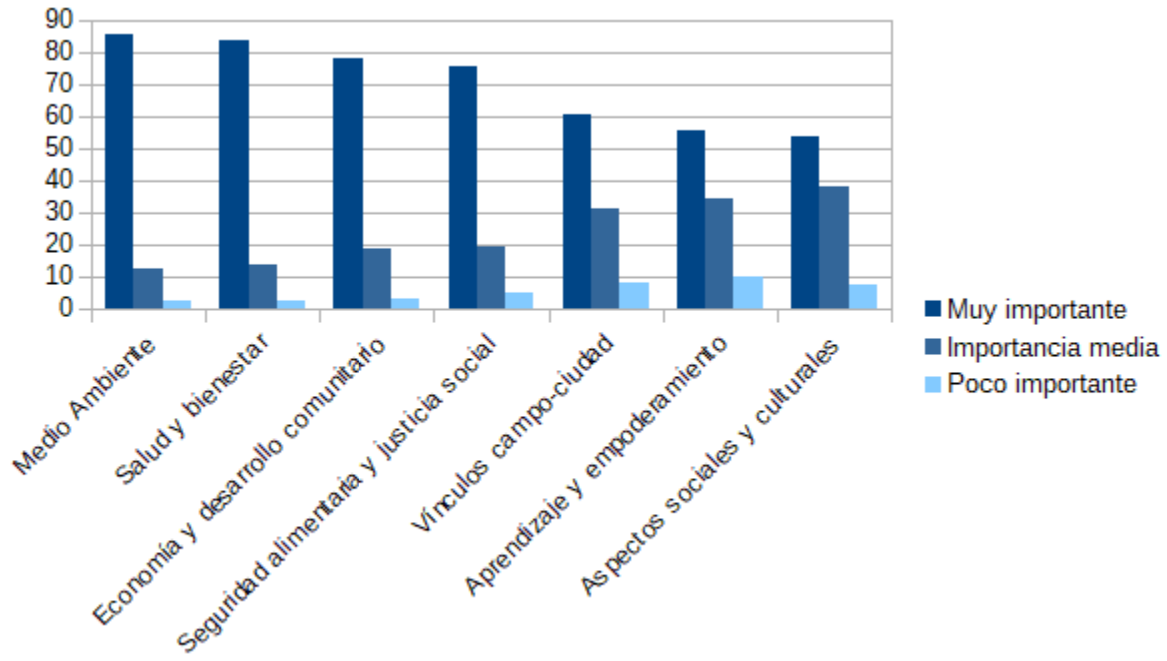

Figura 9. Principales argumentos para la re-localización de los sistemas alimentarios

Acciones prioritarias para la re-localización

Los principales ámbitos de acción priorizados en la encuesta (Figura 10) serían, por este orden de valoración: la promoción de los circuitos cortos, sensibilizar al consumo, apoyar el acceso y uso a las infraestructuras municipales y metropolitanas, y facilitar el acceso de la población de rentas bajas a alimentos variados, frescos, locales, de calidad y sostenibles, compra pública sostenibles, apoyar el desarrollo de nuevos negocios relacionados con la alimentación ecológica y local. Más del 95% de las encuestadas opinan que el Ayuntamiento debería tener un papel activo en el impulso de estas medidas.

Figura 10. Principales ámbitos de acción para la re-localización de los sistemas alimentarios

El papel de los Grupos de Consumo en la re-localización

A pesar de que los grupos de consumo no son el canal corto de distribución mejor valorado ni por la producción ni por el consumo (López García, 2015), sigue siendo aquel que absorbe un mayor volumen de alimentos frescos, locales y ecológicos; siendo los alimentos frescos (especialmente los vegetales) los que muestran un mayor potencial para el establecimiento de redes alimentarias alternativas. Por ello, en la encuesta se incluyó un bloque de preguntas realizadas exclusivamente a las personas que participan en grupos o cooperativas de consumo.

Las principales motivaciones que apuntaron para participar en este tipo de redes alimentarias fueron las siguientes por orden de prioridad: fomentan la economía local y mantienen la población rural; los alimentos son más saludables; por un sistema más justo en el reparto de valor y precio; son formas de producción y distribución que conservan los recursos naturales; por apoyar un sistema económico alternativo.

Y en cuanto a las razones para considerar que estos modelos alternativos no están más extendidos, las principales opiniones recogidas (Figura 11), por orden de prioridad, fueron: productos caros; poca información y cultura sobre los beneficios de lo ecológico y los peligros y desventajas de lo no-ecológico; problemas de distribución; y pocos productores.

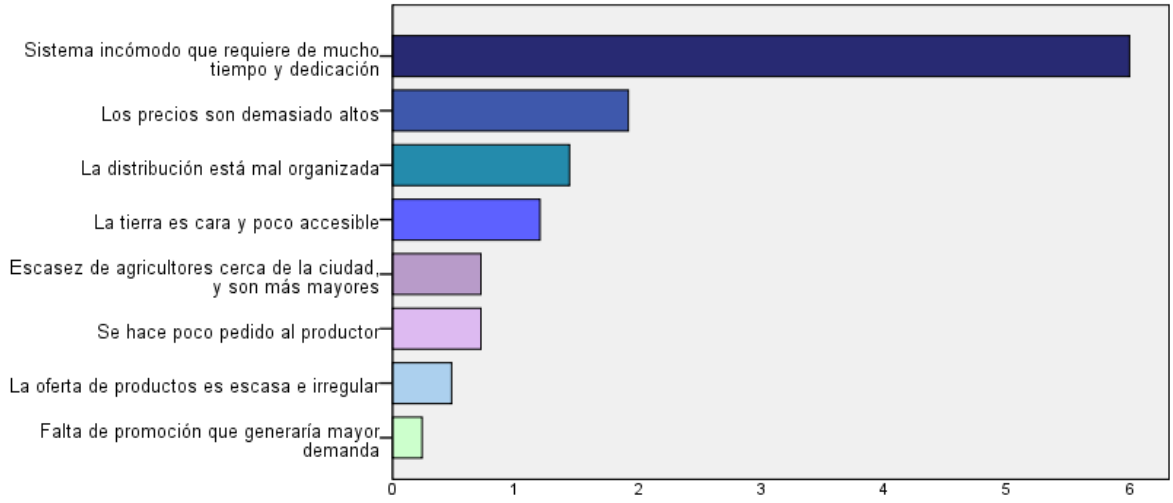

Figura 11. Principales retos que plantea el modelo de Grupos de Consumo de alimentos locales y ecológicos

5. Discusión de los resultados de las entrevistas

Con las entrevistas en profundidad a informantes clave se pretendía recoger una diversidad de miradas de expertos acerca del sistema agroalimentario actual de Valladolid, y las posibilidades para su transición hacia una mayor sostenibilidad. Las miradas recogidas, además, pretendían resultar representativas de distintos sectores sociales y administrativos, así como de distintos posicionamientos frente a dicha transición. El conjunto de posicionamientos recogidos ofrecerían una perspectiva sistemática de las distintas visiones presentes en la sociedad local respecto al tema que ocupa al presente estudio. El análisis de las entrevistas que emprenderemos en las siguientes páginas se ha estructurado a partir de las categorías que han servido para el diseño del cuestionario de entrevista (Anexo II), complementado con categorías emergentes a lo largo del propio análisis.

5.1. Un nuevo modelo alimentario necesario

Que el actual modelo alimentario está en crisis, es un lugar común en la mayoría de los entrevistados, que reconocen sus limitaciones en distintos ámbitos. Para ellos, un sistema alimentario local, de cercanía, que produce alimentos a partir de los principios de la agroecología tendría notables beneficios.

Beneficios a los consumidores, para quienes "*mejora la calidad del alimento*", que es "*más fresco, de mejor calidad nutricional*". Son alimentos, en general "*de mayor calidad*", lo que es de vital importancia "*porque la salud viene del sistema alimentario*" sobre todo en tiempos en los que van aflorando "*patologías/síndromes asociados a la mala alimentación: sensibilidad química múltiple, etc.*". Por ello debería considerarse la alimentación como una "*prioridad social*" por su relación con la salud física, pero también psicosocial, relacionada con el bien comer dado que los alimentos no proporcionan "*solo combustible a nuestro organismo*", sino también decenas de micronutrientes vitales para una salud plena.

La dimensión educativa del hecho alimenticio –darle a la alimentación un carácter cultural y educativo, más allá de lo nutricional- aparece en esta parte de los discursos pero también en otros momentos de las entrevistas, como se anotará más adelante; porque "es *fundamental que la gente sepa de dónde vienen las cosas que come*" y los efectos que sobre su organismo y sobre la sociedad en general tienen uno u otro modelo de consumo.

Pero un abastecimiento de cercanía y ecológico también es positivo porque proporciona seguridad (la "*trazabilidad*" del alimento) al ser productores de cercanía, con quienes pueden establecerse relaciones de confianza y de afinidad, los encargados del abastecimiento alimentario, lejos de los sistemas industriales abastecidos por productores lejanos al albur de "*cualquier percance a nivel global o del sistema establecido*", como son algunas de las sonadas crisis alimentarias en Europa que han aflorado en los últimos tiempos. En este sentido, apostar por productores que venden en mercados locales y no a grandes compañías hace, además, que su producción sea diversificada y no se tienda tanto al monocultivo; la diversificación "*es garante de salud vegetal, animal y por tanto humana*" y hace a los cultivos –y el sistema alimentario en general- más resilientes.

Esta relación con el campesinado de cercanía tiene otros efectos positivos en el ámbito económico y laboral: "*favorecería el sistema económico local*", especialmente como incentivo para el empleo joven, generando nuevos puestos de trabajo y fortaleciendo la economía local. La relación con el territorio –además de con el campesinado- también aparece en esta parte de las entrevistas, denotándose el peso que los entrevistados dan al hecho de haber visto desaparecer "*la tradición de las huertas y la hemos cambiado por el ladrillo*". En este sentido, poner en uso las huertas próximas tendría ese doble beneficio de evitar la especulación urbanística por un lado, y de recuperar parte de la memoria local por otro.

Los beneficios ambientales de este tipo de sistema alimentario también han sido referidos por los entrevistados: "*reduce los transportes*" con sus consecuentes efectos positivos sobre las emisiones de gases de efecto invernadero; y también reduce la intensificación agrícola, el uso de biocidas y pesticidas, con lo que supone de evitar la incorporación de productos químicos a la tierra y los ciclos naturales. De hecho debería ser una prioridad el fomento de la producción agroecológica en los entornos urbanos por "*la protección del suelo fértil, por todas las cuestiones colaterales que conlleva, cambio climático, incluso para preservar en las zonas urbanas la contaminación, como sumideros de carbono*".

5.2. Potencial para la relocalización del sistema agroalimentario

Aunque el material de partida de este informe son las percepciones y opiniones, más que las valoraciones objetivas, parece que efectivamente "*cada vez hay más demanda de este tipo de consumo, hay más redes, más tiendas*": por el lado del consumo pareciera que en efecto hay este aumento

de la demanda, en parte porque "*el consumidor está empezando a cansarse de la homogeneización del consumo que ha provocado la gran distribución*" y porque el valor añadido que aporta la gran distribución no se percibe como suficiente por una porción cada vez más numerosa de consumidores.

Por el lado de la oferta, de la disponibilidad de huerta en el entorno de Valladolid, también se percibe como suficiente: "*Hay municipios como Tudela con potencial productivo para recuperar. En Valladolid capital aún hay vegas cultivadas muy buenas…*". Todavía quedan infraestructuras (acequias, etc.), el recuerdo en la población local ("*mucha gente está relacionada aun con el pueblo y eso es muy importante para reconducir el trabajo, la fuerza de trabajo hacia la agricultura ora vez*"), así como pequeñas iniciativas de producción agroecológica ejemplarizantes muy valiosas ("*hay uno o dos productores de producción en la propia ciudad, (…) y son ejemplos para otros también y son recursos que se podría contemplar en la estrategia, es gente muy activa*"), mimbres sobre los que apoyarse para construir un nuevo modelo alimentario en el entorno de Valladolid.

No queda clara la dimensión de ese 'entorno' geográfico sobre el que hablamos, pero tampoco parece que preocupe a ninguno de los entrevistados definir con precisión cuáles son los municipios que entrarían o no en el concepto de 'alimentación de cercanía'; se nombran distintos pueblos, distintos "*círculos de proximidad*" sin que definir un límite estricto parezca efectivamente relevante.

5.3. Barreras para alcanzar un sistema alimentario sostenible

Son distintas las dificultades a las que se enfrenta un proceso destinado a hacer más sostenible el sistema agroalimentario local. Un grupo de ellas se refiere a la situación actual del tejido productivo: las dificultades de acceso a la tierra de los nuevos productores, la contaminación a la que se ha visto sometida, la inestabilidad laboral, la especulación que asola los terrenos periurbanos o el estado de abandono de algunas infraestructuras (de riego, particularmente), son algunas de las más nombradas por los entrevistados y a las que seguramente deba dar respuesta esta Estrategia. Tampoco podemos olvidar las características agronómicas del entorno de Valladolid ("*climatológicamente estamos limitados*") y la dificultad que tiene Castilla para abastecer de productos de "contratemporada" que ahora mismo se encuentran fácilmente en los lineares de cualquier supermercado.

Pero quizá las más nombradas, precisamente por los entrevistados más vinculados a la producción agroecológica, son las dificultades logísticas y de

distribución ("*Redes de consumo son precarias*"; "*Los mercados están casi vacíos de puestos y los horarios no son muy compatibles con el horario laboral*"; "*faltan espacios logísticos y envasadores*") que se aparece como el nudo gordiano que se debería resolver y que en cualquier caso debería quedar en manos de los productores, y que derive el comercio de estos productos desde la gran superficie al pequeño comercio. Entre las razones que explicarían esta situación está, también, en la histórica falta de coordinación donde los productores parece que "*se ven como competencia, no como aliados*".

Vinculadas también a las características sociológicas (de profundas raíces históricas) del sector, están también las resistencias que se observan en los profesionales "convencionales" del sector agroganadero: "ellos" están "atrapados" en una espiral de consumos-insumos vinculados a un modelo agroquímico de gran escala, adaptado a un mercado globalizado del que es difícil escapar y que incluso algunas organizaciones profesionales agrarias apuestan "*por una agricultura modificada genéticamente*" y se resisten a apoyar al tránsito hacia el cultivo ecológico, lo que hace que los pocos profesionales de este sector no encuentren ni en sus propias organizaciones agrarias el apoyo deseable.

La diversa regulación normativa tampoco lo pone fácil; la normativa higiénico-sanitaria, por ejemplo, "*trata por igual a pequeños y grandes productores*" lo que les obliga a los primeros a unos estándares y unas inversiones desmesuradas para el tamaño de sus explotaciones. Los procesos de certificación de producción ecológica también generan controversia: por un lado "*Los productores ecológicos tiene unas normativas, controles, unas tasas, etc. a mayores que los convencionales. que a veces dificulta o ralentizan*" y que pone el coste de la carga de la prueba (de producción limpia) en quien se esfuerza en no contaminar, mientras que la contaminación le sale gratis al agricultor convencional. Pero por otro lado, la incorporación de certificadoras privadas genera suspicacias porque "*yo lo pago y tú me lo certificas*" .

Por último, la Política Agraria Común (PAC) como referente fundamental del modelo alimentario europeo, es puesta sobre la mesa porque "*ha tendido a favorecer las grandes dimensiones agrarias*", basando la alimentación en "*monocultivos que son comprados en grandes cantidades por grandes compañías, distanciando a los agricultores de los mercados y del consumidor*". Mientras, se marginan a las pequeñas explotaciones que son las que necesariamente podrían asumir el abastecimiento de sistemas alimentarios agroecológicos y de cercanía. Desde las administraciones tampoco parece

que haya habido un apoyo muy decidido a la producción ecológica ("*yo echo en falta algo de apoyo de la administración regional*") y una apuesta más decidida hacia un sistema de producción limpia y más saludable, que aunque cuenta con un Plan Estratégico, no es todo lo ambicioso que debería ser ("*a las pruebas me remito: tenemos unas condiciones climáticas y edáficas similares a Castilla-La Mancha y mientras aquí tenemos 783 operadores ecológicos en Castilla-La Mancha tienen 6.000*").

Pero quizá son las cuestiones ligadas a los hábitos de consumo las que muchos entrevistados consideran el "hueso duro" de este cambio de modelo alimentario. Aunque hay indicios que apuntan al optimismo en la emergencia de nuevas demandas del consumidor (que abordaremos más adelante), es cierto que existe una generalizada "*tendencia a comprar lo más cómodo (ya cortado y en bolsas) a dedicar poco tiempo a la compra y a hacer la comida*" con un "*ritmo de vida*" urbana que pone las "*prioridades personales en otro lado, no en la alimentación*". El precio ("*el producto ecológico tiene un precio disparatado*") o el desconocimiento de los ciclos naturales por parte del consumidor ("*el consumidor se ha acostumbrado a consumir cualquier producto en cualquier época del año*") hacen difícil poderle hacer un hueco a la producción local y de temporada, que es de una oferta más corta que la que aparecen en las cadenas convencionales de alimentación y que obligarían a una reformulación de hábitos de comida y de habilidades culinarias probablemente difíciles de asumir sin un esfuerzo didáctico y comunicativo fuertes. Es probable que desde las instituciones también se haya "*contribuido a generar despiste en el consumidor*" como nos apunta uno de los entrevistados: "*por ejemplo [el Mercado de] la Marquesina, que intentó nacer como una salida de producción de los agricultores no es nada más (…) que vendedores ambulantes que captan el género en los mercas y así sencillamente el* Melón de Bollo *va a ser de Brasil o de Senegal en un determinado momento y no es un producto de aquí*".

5.4. Oportunidades

Como ya hemos apuntado más arriba, hay hueco para la esperanza. En efecto: "*Hay nuevos consumidores cuya escala de valores pone en primer lugar este sistema de alimentación*", que son conscientes que "*comer calidad (…) es salud*" y que las referencias a la salud, a lo local, lo tradicional y de cercanía son elementos que resultan atractivos interesantes para muchos consumidores. Hay, en efecto, un sector de consumidores que "*va buscando el producto* 'premium' *de todo aquello que tenga asignado el calificativo de*

saludable, sostenible, etc." Pero también podemos aprovechar que "*hay algunos productos de temporada corta que generan cierta alegría en el consumidor su aparición (las frutas de hueso, por ejemplo)*" lo que invitaría a pensar que ese tipo de 'sorpresas' podrían aplicarse a otros productos que la sociedad de consumo ha 'banalizado' (tomates, guisantes, etc.)

También hay modelos distintos de relación consumidor-productor que han demostrado su capacidad de funcionamiento: "*hay una gran red de grupos de consumo, casi en cada barrio hay una, hay un grupo de consumidores capaces de autogestionarse el consumo ecológico y local y gestionarse la distribución para hacerse llegar a los otros consumidores*". También, un cierto movimiento social, numerosas organizaciones sociales, activistas en diferentes ámbitos como "*la banca ética que apoya pequeñas iniciativas para facilitar el acceso a la inversión*" que tiene un enorme potencial de amplificación de este nuevo modelo de consumo.

Además de una red notable de pequeño comercio todavía bien activo, existen infraestructuras públicas con potencial para ser utilizadas en esta Estrategia: los mercados municipales (con puestos libres) o el Mercado de la Marquesina ("*que vende muchos más kilos de fruta y verdura que los mercadonas juntos")*, locales públicos en desuso que puedan usarse a tiempo parcial para grupos de consumo o labores de distribución (Las Norias, etc.), el CAECyL o el propio Mercaolid son elementos que pueden jugar un papel importante en la difusión, comercialización o distribución.

Por último, la gran cantidad de terreno en el entorno de Valladolid en propiedad de administraciones públicas o del SAREB, hacen que la posibilidad de crear un 'banco de tierras' para ponerlas a disposición de producción agroecológica no parezca una labor imposible.

5.5. ¿Por dónde empezar a trabajar?

El tránsito hacia un modelo alimentario sostenible y de cercanía que comienza a recorrer Valladolid y su alfoz, requiere de la puesta en marcha de acciones decididas desde todos los ámbitos. Especialmente relevante sería el rol de las administraciones locales, que deberían jugar un papel fundamentalmente "*facilitador y dinamizador*", promoviendo el encuentro de los protagonistas de la cadena alimentaria y contando con su implicación para poderla reconvertir. Porque la administración "*es la que tiene que dar el salto de escala para el cambio*", aunque las limitaciones de la administración local ("*no puede legislar prácticamente nada, simplemente*

promover o favorecer determinadas iniciativas") también se ponen encima de la mesa.

En el político "*son necesarias medidas a todos los niveles, desde el nivel europeo, de protección del suelo fértil…*" hasta lo local, con revisión de normas urbanísticas que protejan ese suelo fértil con vocación productiva, las ordenanzas de comercio y venta de productos alimentarios o la facilitación de acceso a espacios y equipamientos públicos ("[que por ejemplo] *cubra los gastos de un seguro de responsabilidad civil colectivo para los productores del mercado; revisar y adecuar las tasas para acceder al mercado del Val; en los mercados dar una cadencia de cuota de alquiler de 5 años para que puedan asentarse"*) para su uso en los nuevos sistemas que se fomenten de distribución alimentaria.

También se apuntan "*incentivos a los emprendedores que se incorporen a este ámbito*" como una de las líneas de apoyo que se podrían poner en marcha desde las administraciones locales.

Es el ámbito de los instrumentos sociales el que más profusamente ha sido abordado por los entrevistados: desde "*campañas institucionales de apoyo al comercio local y ecológico"* y del consumo agroecológico, sin envases, a formación al consumidor, o campañas en centros escolares, apoyadas por ejemplo en la red de Huertos Escolares, que den a conocer los valores (sobre la salud, el medio ambiente, el desarrollo local, etc.) de este tipo de consumo, acciones sensibilizadoras innovadoras aprovechando el tirón mediático de determinados formatos ("*clases de cocina saludable con alimentos locales y de temporada, tipo Masterchef!*"; "*animar a los hosteleros/casas regionales a apostar por los productos locales*"); también acciones formativas a diferentes sectores (productores, sanitarios, etc.) son algunas de las iniciativas sugeridas por los entrevistados.

El tema de la identificación de los productos locales, para facilitarle al consumidor la facilidad en su selección también se ha apuntado por alguno de los entrevistados; aunque deberían ser modelos de certificación sencillos de cumplir para no cargar excesivamente de trabajo al productor "*porque si les empezamos a exigir determinadas cosas en materia de trazabilidad, confección, etc….se desengancha*"

Facilitar espacios para este tipo de comercio pasaría, también, por colaborar en la puesta en marcha de "*centrales de compra o distribución*" pero también en facilitar "*mercados o ferias semanales o quincenales dentro de la ciudad*" en definitiva, la apuesta por proyectos que acerquen la agricultura periurbana al consumidor urbano a través del contacto directo productor-

consumidor, que facilitarían la confiabilidad y el establecimiento de vínculos sólidos entre los dos extremos de la cadena alimentaria.

6. Mapa social de relaciones para la promoción de un sistema alimentario local y sostenible en Valladolid y Alfoz

A partir de las fuentes anteriormente citadas (encuesta y entrevistas), así como la labor documental y relacional del equipo de trabajo, se han identificado diferentes categorías en las que incluir a los diferentes actores y actrices del sistema alimentario para la posterior elaboración participada de un mapa social de la cadena alimentaria en Valladolid, de entidades y personas directa o indirectamente vinculadas con el tema. Toda esta información se ha volcado a una base de datos, constituida en el momento de redactar este informe por 245 registros. Las categorías identificadas son:

1. Administración
2. Centros escolares y AMPAs
3. Comercialización
4. Comercialización ECO
5. Consumidoras
6. Educación formal y centros de formación agraria y alimentaria
7. Huerto urbano comunitario
8. Organización conservacionista
9. Organización de consumidoras
10. Organización de desarrollo rural
11. Organizaciones de productoras ECO y de productoras y consumidoras
12. Organización social
13. Organización vecinal
14. Producción ECO
15. Red de consumo ECO
16. Restauración (Restaurantes, bares, cafeterías,...)
17. Restauración colectiva (comedores escolares, comedores de residencias, centros de día, comedores sociales, ...)
18. Sindicato agrario
19. Universidad y centros de investigación

7. Conclusiones: sentando las bases para la discusión participativa de una estrategia alimentaria para Valladolid.

En las páginas anteriores se han mostrado los datos, opiniones y posicionamientos recogidos a partir de la investigación social desarrollada. A partir de estas aportaciones es posible construir un diagnóstico social acerca de las potencialidades y limitaciones que presentan la ciudad de Valladolid y su alfoz para avanzar hacia la sostenibilidad del sistema alimentario local.

7.1. Las percepciones de la sociedad local (metropolitana) sobre los retos que plantea el sistema agroalimentario local

Cabe decir que los posicionamientos recogidos en el presente estudio coinciden en una percepción generalizada de crisis en el sistema agroalimentario vallisoletano. Esta crisis tendría su expresión en ámbitos diversos, como el ecológico (degradación de recursos productivos y de los servicios ecosistémicos que proveen los sistemas agrarios metropolitanos, desperdicio de alimentos, emisión de gases de efecto Invernadero, etc.); el socio-económico (pérdida de empleo y fuga de rentas desde las producciones locales hacia los grandes operadores en el sistema agroalimentario global, por ejemplo); o el socio-sanitario (pérdida de calidad e incluso inducción de enfermedades a través de los alimentos, cambio de dietas hacia las basadas en "calorías vacías", etc.); o el territorial (con una creciente despoblación del medio rural castellano-leonés y subordinación socio-económica y cultural de éste frente a los grandes centros de consumo, ya sea la propia Valladolid o incluso la conurbación madrileña).

El perfil del consumo comprometido con la alimentación sostenible en Valladolid y alfoz

Una primera apreciación mostrada por el presente estudio es la fuerte segmentación del consumo alimentario en relación con el consumo de alimentos locales, de calidad y sostenibles (representados por los alimentos ecológicos). Las respuestas recogidas en la encuesta online son relativamente numerosas (aproximadamente un 0,34% de las familias residentes en Valladolid), sin embargo presentan un fuerte sesgo en cuanto a sus rasgos socio-económicos. En efecto, la muestra de personas

participantes en la encuesta responden a un perfil mayoritario identificado como personas de clases medias-bajas, con nivel educativo alto, y con uno o ningún hijo; al que cabría añadir otro grupo importante pero menos representado, compuesto por personas y parejas de edad avanzada que valoran la calidad.

Estos perfiles sociales se corresponden con los perfiles mayoritarios para el consumo de alimentos ecológicos. Más en concreto, con el perfil de consumo que se acerca al producto ecológico no como un producto "de nicho" (de consumo ocasional de productos de alto valor añadido), sino de un grupo más amplio del consumo, más preocupado por la salud y por cuestiones sociales (como el origen del producto y sus condiciones sociales de producción), que se orientan a un consumo cotidiano (MAPAMA 2014). El sesgo que introduce la propia metodología de investigación aplicada (encuesta *on-line* voluntaria) podría reforzar la sobrerrepresentación de este grupo social. Por ello, las opiniones y posicionamientos recogidos en la encuesta no pueden ser tomados como una muestra representativa de la sociedad vallisoletana, sino más bien de aquellos segmentos de ésta que se muestran sensibles y favorables a la promoción de transiciones hacia la sostenibilidad social y ecológica en el sistema agroalimentario local.

Esta conclusión resulta altamente relevante de cara a la construcción participada de una estrategia alimentaria para la ciudad. Por un lado, señala aquellos grupos sociales más abiertos a la colaboración en este proceso. A su vez, aporta datos relevantes acerca de sus hábitos de compra y consumo (consumo fuera del hogar muy esporádico, y compra en supermercados de cercanía y pequeño comercio), y por tanto acerca de las acciones que se podrían emprender de cara a facilitar su implicación en el proceso y un incremento del consumo agroecológico y de cercanía en estos grupos sociales. Por otro lado, esta conclusión señala que hay amplios grupos sociales cuyas opiniones y posicionamiento quedan fuera de este estudio, para los cuales será necesario realizar futuras aproximaciones adaptadas a su realidad.

Entre ellos, y de especial importancia respecto a la proporción que suponen respecto a la sociedad local, estarían los grupos sociales de rentas más bajas. Estos grupos a menudo muestran pautas de consumo construidas a partir del producto elaborado y compra en superficies comerciales de tamaño medio (supermercado de cercanía) o grande (centros comerciales), próximas al lugar de residencia, y cuya principal barrera de cara al consumo de alimentos de calidad sería el mayor precio relativo (Elika 2008; MAPAMA 2014; MAGRAMA 2017). Por otro lado, aquellas clases medias no

interpeladas por la salud en relación con la alimentación, con pautas de compra y consumo similares al grupo anterior, pero mayor poder adquisitivo. Y por ultimo, algunos grupos sociales de mayor renta y capacidad de compra, preocupados por la salud (y no tanto por cuestiones sociales o culturales), que encajarían más con esa visión del consumo ocasional de producto "de nicho", y que serían susceptibles de ampliar la compra de alimento ecológico y local si se ampliase la accesibilidad física de los mismos (Elika 2008; MAPAMA 2014).

En todo caso, como tendencias generales de la sociedad española, se puede apuntar un descenso en el consumo de alimentos "listos para consumir", a la vez que se incrementa el tiempo que se destina a cocinar; se le da cada vez mayor importancia al origen de los alimentos y a su etiquetado; se incrementa el interés por los productos frescos y su calidad. Por último, se incrementa el interés en el consumo de alimentos "de granja" y ecológicos, que en este último caso se incrementó en 2016 en un 24,5% (MAGRAMA 2016b; MAGRAMA 2017).

Las motivaciones: salud y territorio

El sesgo comentado anteriormente, en relación con la muestra de personas que respondieron a la encuesta *on-line*, se muestra a su vez en cuanto a las motivaciones para el consumo de alimento local y ecológico. Mientras que, en general, el consumidor medio de alimentos ecológicos lo haría por razones de salud (Hughner y otros 2007; MAPAMA 2014), la motivación principal entre las personas encuestadas ha sido de tipo medioambiental. Esto mostraría un perfil social de participantes en esta encuesta más comprometido con el entorno, tanto en sus aspectos sociales como ecológicos, y que se acerca por tanto a un perfil de consumidor de producto local (Goodman 2009). Las respuestas obtenidas en las entrevistas a informantes clave, sin embargo, sí sitúan los aspectos de salud a la cabeza de las razones aportadas de cara a fundamentar una transición hacia la sostenibilidad del sistema alimentario vallisoletano. En este sentido, las motivaciones de salud serían probablemente el principal anclaje para emprender procesos de relocalización y sostenibilidad para el sistema agroalimentario local.

De estas entrevistas podríamos obtener la segunda idea-fuerza para apoyar estas transformaciones: el elevado potencial productivo agrario de la huerta vallisoletana. Esta motivación, que más bien es una imagen, se expresa al menos en dos vertientes bien definidas: por un lado por el potencial de sostenibilidad de las producciones de cercanía (en relación a la reducción de

distancias de transporte), así como en el incremento de calidad de los productos en relación con una mayor frescura; y en su potencial para mantener y crear nuevo empleo digno vinculado con una actividad agraria sostenible. Por otro lado, en la pérdida de empleo que supone el abandono del territorio agrario y en último término su degradación agronómica, paisajística y productiva. Esta motivación, que podríamos denominar socio-económica, ha sido la tercera más valorada en la encuesta *on-line* y probablemente la más común en las entrevistas. A su vez, recoge claramente, desde una perspectiva más profunda, las motivaciones medioambientales que han resultado las más valoradas en la encuesta.

En último término, las entrevistas a informantes clave mostrarían, a su vez, una creciente demanda social de confianza hacia el producto alimentario, que la distribución local podría satisfacer por medio de la relación directa producción-consumo. La creciente desafección hacia el sistema alimentario globalizado, así como la desconfianza que introducen los repetidos escándalos alimentarios y las enfermedades relacionadas con la alimentación industrial, mueven a la población hacia esquemas de compra mediados por la seguridad y la confianza (MAGRAMA 2017). Si bien esta demanda de seguridad alimentaria se puede satisfacer a través de los sistemas de "gobernanza alimentaria global" (sistemas de trazabilidad y etiquetado, marcas oficiales de calidad, etc.), de las entrevistas se extrae que también abre importantes espacios para los esquemas de venta directa y en general las redes alimentarias alternativas (entendidas como sistemas de gobernanza alimentaria "de abajo arriba").

Precio, diversidad y accesibilidad física: barreras para un consumo local y ecológico

Ciñéndonos a los sesgos muestrales expuestos en la discusión del perfil social de las respuestas a la encuesta *on-line*, podemos ampliar el análisis a partir de la complementación de datos con aquellos obtenidos desde un enfoque más sistemático a partir de las entrevistas a informantes clave. Desde este enfoque mixto, y siempre dando los datos como aproximados y operativos más que exhaustivos, si sería posible establecer un listado general de barreras percibidas por la población local para la promoción de un sistema alimentario sostenible en Valladolid y Alfoz.

Las principales barreras señaladas en la encuesta online para el incremento del consumo han sido principalmente su precio; y por detrás la accesibilidad física (dónde encontrar los productos) y su diversidad. Las entrevistas refuerzan el peso de la escasa diversidad de productos ligada a la marcada

estacionalidad que introduce la climatología local. Por su parte, los recientes estudios sobre pautas de consumo en España refuerzan el peso de la accesibilidad física, que ha pasado a ser el principal condicionante del consumo alimentario en España (MAGRAMA 2017). En este sentido los mercados municipales podrían tener un notable papel por su carácter simbólico, y por la posibilidad de posicionarse estratégicamente como espacios donde poder reducir el tiempo de compra por la concentración de productos. Se ha señalado que hay pocos puntos de venta de producto local y ecológico, y que éstos no se conocen por el público en general, más allá de las grandes superficies. Los testimonios relativos al canal de comercialización alternativo más común para el alimento local y ecológico -los denominados "grupos de consumo"- refuerzan la dificultad de acceso al producto a través de este canal como una de las principales motivaciones; especialmente en cuanto a los horarios limitados y la carga de gestión que conllevan para el consumo.

La dificultad de accesibilidad física, ligada a la dificultad de accesibilidad por precio para amplias capas sociales, se potencia con la elevada dificultad para identificar o diferenciar el producto local y ecológico. Esta dificultad aparece señalada en numerosos estudios relativos al consumo de alimentos ecológicos y de calidad (MAPAMA 2014; MAPAMA 2015; MAGRAMA 2017). Algunos testimonios han señalado la falta de un compromiso institucional -en los distintos niveles de la administración- por diferenciar estos productos y sensibilizar acerca de su cualidad y calidad diferenciales.

La producción ecológica local (provincial y autonómica) es la que se orienta al mercado local

Otro elemento a resaltar es la dificultad del pequeño comercio y aun el comercio mayorista (representado por Mercaolid) para la provisión de producto local, y especialmente en cuanto a diversidad y estabilidad en el abastecimiento. Se ha mencionado que las producciones convencionales, desde hace décadas cada vez menos presentes en las vegas vallisoletanas, siguen canales comerciales que no se ajustan bien a las precarias redes y puntos de distribución de producto local. El crecimiento en la escala de producción y la especialización productiva que ha conllevado la globalización de los mercados agroalimentarios, hace que las producciones locales se comercialicen a través de canales largos y en grandes cantidades. Las producciones agrarias locales, especialmente de producto vegetal fresco, son altamente valoradas -desde el espárrago de Tudela de Duero hasta las verduras y hortalizas de la segoviana huerta del Carracillo- por el consumo.

Sin embargo, fuera de las temporadas de producción de algunos productos, no hay consumo de producto local.

Por contra, podemos encontrar una importante variedad de producciones ecológicas de las cercanías de Valladolid, tanto frescas como transformadas, que sí se encuentran fácilmente en los canales alternativos de venta de alimentos y especialmente en aquellos canales especializados en producto ecológico. Podríamos decir que, quizá por las menores escalas de producción y por un mayor interés en este perfil de consumo, son los alimentos ecológicos los que están abriendo el mercado local de alimentos producidos localmente (provinciales o autonómicos). Especialmente aquellos que se destinan al gran consumo y no al consumo ocasional o "de lujo". Es en este sentido en el que se puede encontrar un importante potencial para la revitalización de la huerta vallisoletana, especialmente si se realiza a través de una producción ecológica diversificada. La concentración de la agroindustria ecológica autonómica en torno a la capital ofrece, por su parte, oportunidades adicionales en este sentido.

Una cadena alimentaria local débil, desarticulada y envejecida

Se han recogido numerosas problemáticas que limitan el potencial de comercialización local de los alimentos ecológicos. A los ya reseñados respecto al consumo: accesibilidad económica y física, escasa diversidad y dificultad para la diferenciación) cabe sumar la desarticulación del sector productor, así como las desconfianzas e incluso relaciones conflictivas entre éste y el pequeño comercio local. La desorganización entre numerosos puntos de provisión y venta, cada uno de los cuales debe distribuir pequeños volúmenes de una alta diversidad de producto, lleva a un importante encarecimiento de los productos. Los intentos del sector productor ecológico por abrir canales de venta directa (mercados de productores/as) han sido vistos como amenaza y señalado como competencia desleal por el pequeño comercio.

En todo caso, se ha señalado de forma indistinta -o quizás complementaria- una falta de demanda de producto local y ecológico, así como una falta de oferta, lo que coincide con otros estudios consultados y realizados en otros territorios y escalas españoles (López 2015; Begiristáin y López 2017). Ello lleva a pensar en una desarticulación en las redes de distribución, que conlleva el desencuentro entre producción y consumo. Se señala la desarticulación y la falta de cooperación entre sector productor y comercio local en el origen de esta situación. A su vez, se ha señalado la necesidad de

centros de acopio adaptados a los canales de venta del producto local y ecológico como una importante necesidad.

El papel de Mercaolid como infraestructura pública se ha visto como impotente para superar estas dificultades, a la vez que se muestra como un canal comercial -el denominado "canal tradicional"- en crisis. No está consiguiendo retener -o sostener- las producciones locales, y a su vez abastece a un pequeño comercio centrado en una estrategia de precios bajos, sin importar el origen del producto. En este sentido le esta costando trabajo servir para el objetivo para el que estaba planteado: la dinamización de la producción y el comercio agroalimentarios locales.

El sector productor en el área metropolitana de Valladolid sigue viendo como descendiende el número de activos agrarios y no se observa relevo generacional. El alza de precios del suelo y la fragmentación del territorio se han nombrado como un gran límite para el acceso a la tierra de eventuales nuevas incorporaciones. La carencia de agua y la degradación de las infraestructuras de regadío se han señalado como una dificultad adicional. A su vez, la falta de conocimiento técnico y la escasa capacidad de inversión de las personas que inician la actividad ecológica en el alfoz de Valladolid limitan su viabilidad económica. Otros estudios recientes señalan a su vez la dificultad de las pequeñas iniciativas productivas ecológicas, orientadas al mercado local, para desarrollar planes de comercialización adecuados (Begiristáin y López, 2017).

El papel de las administraciones: adaptar la normativa higiénico-sanitaria y de venta directa

Respecto a las normativas que más dificultan la transición hacia un sistema agroalimentario local y sostenible, las opiniones recogidas se centran en dos: el denominado "paquete higiénico-sanitario" por un lado, y la normativa y el apoyo público al establecimiento de mercados no sedentarios de venta directa por otro. También ha sido mencionada la necesidad de proteger los usos agrarios del suelo.

En el primero de los casos hay numerosa bibliografía al respecto (entre otras: EMAUS 2011; QUERED 2017), y las competencias municipales se limitan a los permisos de actividad y los informes ambientales para las instalaciones agroindustriales artesanales. Estos trámites municipales han sido señalados como una barrera relevante para ciertas iniciativas de transformación y distribución, si bien la mayor parte de las competencias sanitarias quedan en la escala autonómica.

Respecto a la facilitación en el establecimiento de mercados de calle, los Ayuntamientos si tienen grandes capacidades, tal y como se expresa en distintos estudios (entre otros: Mauleón 2011; Landatur 2016). Se ha mencionado la necesidad de facilitar el acceso a suelo y facilitar los permisos necesarios. Los estudios ya mencionados también ponen el énfasis en una localización apropiada, la articulación del sector productor para el desarrollo de reglamentos o estatutos adaptados del mercado, la mediación o coordinación con el pequeño comercio local, o la adecuada difusión y visibilización de los mercados municipales, que se apuntan como posibles espacios para la comercialización de la producción local aunque deberían superar algunas de sus limitaciones actuales (horarios poco adaptados a los usos actuales de los consumidores, por ejemplo).

Hay importantes competencias relacionadas con la alimentación que se sitúan fuera del ámbito municipal, como son agricultura, sanidad y educación (en relación con eventuales proyectos de compra pública con criterios sociales o de sostenibilidad).

Un tejido social agroecológico débil y aislado

Los actores sociales que han sido mencionados como más favorables a la relocalización del sistema agroalimentario vallisoletano son la red de grupos de consumo locales, así como algunas organizaciones del sector productor ecológico que llevan tiempo abriendo canales cortos o alternativos para la comercialización del producto local (incluyendo el provincial o autonómico) en la ciudad. Fuera de estos actores, directamente implicados en las redes alimentarias alternativas actualmente existentes, no se han mencionado otros. La importancia de otros actores sociales de muy diverso tipo en otros procesos y proyectos de relocalización de los sistemas agroalimentarios (López y otros 2017) señala en este aislamiento un importante límite, . Sin embargo, la respuesta altamente favorable recibida desde el presente proyecto por parte de algunos actores entrevistados ajenos a estas redes -por ejemplo, determinadas organizaciones sociales o Mercaolid-, hace emerger que en esta carencia subyace una importante potencialidad.

7.2. Ideas preliminares para la elaboración de una Estrategia Alimentaria Local.

A partir de lo expuesto hasta este momento, se pueden extraer distintos elementos que nos serán de utilidad de cara a activar un proceso deliberativo con la población local vallisoletana, que derive en la construcción participada de una Estrategia Agroalimentaria Local para la sostenibilidad. En las siguientes líneas trataremos de exponer las principales ideas al respecto.

Perfiles de la ciudadanía a los que dirigirse

A partir del perfil de ciudadanía que ha participado en la encuesta, y de algunas ideas sugeridas en las entrevistas a informantes clave, podría dibujarse algunos rasgos de la ciudadanía que podría mostrarse como más dispuesta a implicarse en la promoción de una transición hacia la sostenibilidad del sistema agroalimentario local. Éste perfil podría estar caracterizado por los siguientes rasgos: personas con elevado nivel educativo y cultural, vinculadas con actividades asociativas y a menudo con redes alimentarias alternativas, con elevada sensibilidad socio-ambiental, poder adquisitivo medio o medio-bajo y trabajadora en el sector servicios y preferentemente con hijos. A su vez, aparece un segundo grupo social objetivo de eventuales acciones, representado por personas y parejas de edad avanzada que valoran la calidad y el origen local de los alimentos que consumen. Como ya se ha comentado, a partir del análisis de otros estudios aparecen otros grupos sociales de interés para los objetivos del presente estudio, pero que no han aparecido en las opiniones recogidas en el mismo.

Uno de ellos sería el de los grupos sociales de rentas bajas y bajos niveles de estudios, con escasa orientación hacia la alimentación local y saludable y escasa capacidad de gasto, pero en los que se detecta un incremento en los problemas de salud relacionados con la alimentación (Elika 2008). La integración de este grupo social en procesos de sostenibilidad alimentaria podría realizarse a través de recursos asistenciales de la ciudad, o a través del sistema educativo.

Otro grupo social de interés sería aquel de rentas medias-altas, altamente sensibilizado con cuestiones de salud ligadas a la alimentación, y que queda fuera de las redes alternativas de distribución. A estos grupos sociales se podría acceder por medio de comercio especializado en alimentos de calidad o ecológicos, así como a través de eventos públicos.

Por último, un grupo social de gran relevancia para los objetivos del presente estudio sería el propio sector agrario convencional del territorio metropolitano de Valladolid. Sin duda, un salto de escala hacia la

sostenibilidad del sistema agroalimentario local debe pasar por la conversión de una parte importante de los productores locales (tanto primarios como del sector agroindustrial) hacia la producción ecológica. A este grupo se podría acceder a través de la implicación en el proceso de las cooperativas agroalimentarias, los sindicatos agrarios y los propios municipios incluidos en la Comunidad Urbana de Valladolid (CUVA).

Cada uno de los grupos sociales mencionados presenta perfiles y rasgos altamente diferenciados. Los intentos de integrar a cada uno de ellos en el presente proceso debería estar definida y diseñada de antemano, y dotarse de herramientas y estrategias específicas adaptadas a la realidad de cada uno de ellos.

Grupos sociales aliados y alianzas potenciales

De entre los actores sociales locales potencialmente más abiertos a la implicación en el avance hacia la sostenibilidad del sistema agroalimentario vallisoletano, los que se han nombrado con mayor frecuencia son la red de grupos, asociaciones y cooperativas de consumo de alimentos locales y ecológicos que existen en la ciudad y su entorno. Estas entidades reúnen a ciudadanía sensibilizada y movilizada con la alimentación sostenible y ofrecen una red de distribución de alimentos y de transmisión de información que ha de estar en la base de cualquier acción sucesiva. A través de esta red, a su vez, se articulan distintas entidades y agrupaciones de productores/as ecológicos/as con implicación previa en el desarrollo de redes de distribución locales y alternativas, con el consiguiente conocimiento técnico y las redes de contactos necesarias para ello. La articulación de ambos actores puede ser un punto de partida de gran valor para los procesos que aquí se plantean.

A su vez, se han mencionado otros actores que, si bien en el momento actual no están articulados ni comprometidos con la transición hacia una mayor sostenibilidad del sistema agroalimentario local, si podrían verse interesados en ello. Ya sea por revertir situaciones de crisis sectorial, por incorporar un valor añadido en su actividad cotidiana, o por compromiso con la sostenibilidad ecológica y su propia ciudad. En este sentido, se ha hablado del pequeño comercio alimentario como un actor de gran relevancia, que presenta una extensa red de distribución y que poco a poco va incorporando producto local y en algunos casos ecológicos. En este grupo cabe resaltar el comercio situado en los mercados de abastos municipales, por estar concentrado físicamente y ser altamente visible; así como el pequeño comercio especializado en alimentación ecológica y/o

local, que supondría el inicio de una incipiente red de distribución de este tipo de alimentos. A su vez, se ha señalado el papel que algunas iniciativas de comercio mayorista y distribución especializada en alimentos locales y ecológicos podrían jugar en este proceso, como forma de facilitar y canalizar la distribución.

Por último, se ha nombrado algunos actores que, sin formar parte directa de la cadena alimentaria local, pueden suponer un importante apoyo para este tipo de procesos. Por un lado, la Universidad (en concreto el INEA), como espacio de formación de nuevos/as agricultores/as y técnicos/as, y como grupo social prescriptor con un peso importante en las tendencias futuras en la producción y el consumo agroalimentarios locales. Por otro lado, la escuela de hostelería local, que jugaría a su vez un importante papel como actor prescriptor, y que puede suponer un punto de entrada del alimento local y ecológico en futuros emprendimientos en el sector HORECA.

A su vez, los centros educativos se han nombrado no tanto por la capacidad de consumo que tengan[15], sino por su capacidad para vehicular acciones de comunicación, sensibilización y fomento de pautas de consumo alimentario saludable y sostenible. Dentro del medio escolar, las AMPAs han sido nombradas como un aliado potencial de gran interés, y en otros territorios están jugando un importante papel en la profundización y ampliación del mercado local de alimentos ecológicos, a través de los comedores escolares[16].

Por otro lado, el tejido local de la Economía Social y Solidaria ha sido nombrado como un apoyo potencial tanto para el apoyo técnico y financiero al nuevo emprendimiento agroecológico, como por su capacidad para extender las redes de consumo de alimento local y ecológico.

Desde una misma perspectiva, las asociaciones vecinales y ambientalistas locales, con un interés indiscutible en el bien común de la ciudadanía vallisoletana, así como en la sostenibilidad de la ciudad, pueden suponer un apoyo importante para los procesos que aquí se tratan. A pesar de no haber salido estos actores en la investigación, experiencias analizadas en otros

15 Ya que la alimentación escolar solo es competencia municipal en cuanto a la educación infantil.

16 Ver la plataforma vasca "Gure Platera Gure Aukera": http://www.gureplateragureaukera.eus/es/gure-platera-gure-aukera/

territorios sugieren su inclusión en el presente apartado. Así como de otros grupos prescriptores, como podrían ser el colectivo médico o de dietistas-nutricionistas.

Los conflictos latentes y potenciales

Respecto a posibles conflictos latentes entre algunos de los colectivos citados en el anterior apartado, cabe resaltar malas experiencias previas entre el sector productor ecológico y el pequeño comercio local, así como el comercio alimentario ambulante. Las situaciones de conflicto referidas se han centrado especialmente en torno al mercado de La Marquesina, y por lo tanto esta infraestructura pública debe considerarse como un recurso en el que trabajar en adelante para prevenir una profundización en las relaciones de conflicto. Especialmente cuando la mejor articulación entre ambos actores -producción ecológica y pequeño comercio locales- se ha señalado como uno de los objetivos prioritarios para el presente proyecto. La divergencia de intereses entre ambos actores, en relación a la estructura de precios y márgenes comerciales en la cadena de valor de los alimentos locales, también podría ser fuente de conflictos, tal y como se ha recogido en el análisis de experiencias previas similares[17].

A partir de otras experiencias previas[18], se puede adelantar a su vez no tanto un conflicto, sino una falta de entendimiento en relación a intereses divergentes entre el sector productor local, el comercio minorista, y el comercio mayorista relacionado con Mercaolid. Los intereses divergentes se situarían, de nuevo, en la esfera de la estructura de precios y márgenes comerciales en la cadena de valor de los alimentos locales. El papel de recurso público de dicha infraestructura, sin embargo, debería resultar de utilidad para mediar en una eventual situación de este tipo.

17 López García, D., B. Pontijas, M. González de Molina; G.I. Guzmán Casado, J. Infante y M. Delgado, 2015. *Diagnóstico y Guía de Objetivos y actuaciones para una estrategia orientada a la conexión de la distribución comercial con la producción endógena andaluza y evaluación externa de las acciones encaminadas a la implantación de un modelo de territorialización de la cadena productiva en Andalucía*. Inédito.

18 *Ídem.*

Un listado de posibles ámbitos de acción prioritarios

A partir de lo expuesto anteriormente se puede extraer un listado de posibles ámbitos de acción para una futura estrategia agroalimentaria de Valladolid y alfoz. La siguiente lista no incluye una priorización de ámbitos de acción y tan solo agrupa en estos ámbitos las acciones concretas que han sido propuestas desde las personas informantes del presente estudio, nunca de forma exhaustiva. Por tanto debe tomarse como preliminar y aproximativa. Dicha lista se plantea como punto de partida del debate participativo que, con la implicación de los actores sociales implicados y de la ciudadanía vallisoletana en general, debe ser el proceso que construya una propuesta definitiva y completa de acciones a desarrollar.

- Dinamización y articulación de la cadena alimentaria local. Se ha propuesto que la administración local, así como las entidades públicas e instrumentales de que ésta se dota, han de asumir un papel central en la articulación horizontal y vertical en la cadena alimentaria local, así como en la articulación entre ésta y otros actores no directamente vinculados con la misma (movimiento asociativo, sistema educativo, etc.). A su vez, se plantea que puede cumplir un papel de gran importancia en la articulación y coordinación entre distintos ámbitos de la administración, ya sea en la perspectiva horizontal (entre departamentos de la administración local y entre los municipios integrados en la Comunidad Urbana de Valladolid) y vertical (con los distintos departamentos implicados de la administración autonómica, así como en el impulso de cambios legislativos en los ámbitos de las políticas agroalimentarias estatal y europea).
- Fomento de la producción ecológica diversificada. Se ha planteado la necesidad de disponer instrumentos que faciliten el acceso a la tierra para su cultivo sostenible en el territorio metropolitano de Valladolid, así como a otros recursos productivos como el regadío. Se ha propuesto el fomento de nuevas instalaciones de jóvenes en la actividad agraria ecológica, así como la promoción y el acompañamiento de conversiones al cultivo ecológico entre las producciones convencionales locales.
- Diversificación de los canales comerciales y puntos de venta del alimento local y ecológico. Se ha planteado la necesidad de desarrollar nuevos canales cortos de comercialización en la ciudad, de cara a poder ampliar la diversidad de perfiles de consumo que de ellos se

benefician y mejorar la accesibilidad física del producto local y ecológico. Dentro de este ámbito, los mercados no sedentarios de venta directa de alimentos locales y ecológicos se han propuesto como una herramienta central en la visibilización de la oferta existente, así como de la articulación del sector productor. Los proyectos de compra pública sostenible, especialmente aquellos ligados a infraestructuras municipales (centros de día, servicios asistenciales, escuelas infantiles y otros) han sido señalados como un instrumento de gran valor en el mismo sentido de la articulación de las redes de producción y distribución.

- Apoyo a la distribución y comercialización de alimentos ecológicos y locales. Este ámbito se ha considerado vital para mejorar la accesibilidad económica (por reducción en costes de transporte) y física al producto local y ecológico, y se han nombrado al menos dos líneas de trabajo: incentivos fiscales a la comercialización y facilitación en el uso de infraestructuras públicas. En el primer caso se han mencionado descuentos o bonificaciones en las tasas municipales para aquellos establecimientos que comercialicen cantidades reseñables de alimento local y/o ecológico. En el segundo caso se ha recogido un gran consenso en cuanto a la necesidad de establecer centros de acopio y distribución del producto local/de cercanía, que se podría apoyar en infraestructuras municipales preexistentes, como Mercaolid o los mercados de abastos. En todo caso, la escasa cantidad, diversidad y estabilidad de la oferta local de alimentos ha llevado a pensar en una estructura de círculos concéntricos, en los que la distribución de alimento local se amplia a las escalas provincial y autonómica, de cara a asegurar también volúmenes adecuados de producto distribuido, lo que precisaría en primera instancia de una exhaustiva catalogación de las iniciativas de producción existentes.
- Sensibilización e información acerca del producto ecológico y local. Se ha recogido un amplio consenso en cuanto a la necesidad de dotar de mayor visibilidad a los alimentos y redes de distribución locales y ecológicas. A su vez, se demanda información acerca de la trazabilidad y seguridad del alimento local y ecológico y sus cualidades nutricionales y organolépticas también en el sector sanitario. También se han reclamado acciones que faciliten la diferenciación e identificación del producto local y ecológico por parte del consumo, de colectivos prescriptores, así como de la comercialización. Se ha expresado que los puntos de venta de alimento local y ecológico no son visibles para amplias capas de la población, y por tanto serían deseables campañas

de comunicación de los puntos de venta ya existentes. Por último, se ha propuesto la realización de eventos para el fomento del consumo de alimento local y ecológico, en los que se sitúa en el centro la celebración de la buena alimentación y se transfieran herramientas para el mejor aprovechamiento del producto local, como las distintas formas de cocinarlo.

- Accesibilidad de la alimentación de calidad para grupos sociales desfavorecidos.

7.3. El presente estudio en el marco internacional de las políticas alimentarias locales

Tras exponer estas conclusiones, se hace necesario ampliar la mirada desde el entorno local, de cara a enmarcar el presente documento en los desarrollos actuales de las políticas alimentarias locales en un entorno geográfico más amplio. En este sentido, se han contrastado las presentes conclusiones con las que presentan otros cuatro documentos de referencia respecto a estrategias alimentarias urbanas en el Estado español y en el continente europeo[19]. Desde este análisis, se constata la coincidencia de prácticamente todos los principales ámbitos de acción identificados con las estrategias alimentarias locales consultadas, así como una estructura de contenidos también análoga. Sin embargo, se observan también algunas diferencias de contenidos, que deberían servir para mantener la perspectiva en una ulterior redacción de una estrategia agroalimentaria para Valladolid.

Una de las principales diferencias observadas es la ausencia de reflexión y de propuestas de acción respecto al desperdicio de alimentos, que cobra una importancia relevante en los cuatro documentos analizados. En estos documentos se afronta esta cuestión de formas diversas, que van desde la reducción en el desperdicio; el fomento de acciones de reciclaje (a partir del biocompostaje útil para la actividad agraria, tanto profesional como en huertos urbanos comunitarios); o el fomento del emprendimiento en la reutilización de los alimentos desechados, ya sea a través de su transformación en nuevos alimentos o en actividades de restauración.

19 Mayor of London, 2006. *Healthy and Sustainable Food for London. The Mayor's Food Strategy*. London: London Development Agency; Carey, J., 2011. *A good food plan for Bristol*. Bristol: Bristol City Council; Ghent Food Policy Council, 2016. *From strategic to operational goals for the Ghent en Garde food policy. Recommendations of the food policy council*. Gent: Stadt Gent; Ajuntament de Barcelona, 2016. *Estrategia d'impuls de la política alimentaria. 2016-2019*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Otra ausencia relevante es el foco en la diversidad cultural y socio-económica, que cobra especial relevancia en los documentos británicos consultados (estrategias alimentarias de Bristol y Londres). La diversidad socio-cultural y económica se incluye en dichos documentos al menos en dos sentidos. Por un lado, al poner un especial acento en el acceso de grupos sociales de rentas bajas a alimentos suficientes, diversos, de calidad, sostenibles y locales, a través de dietas saludables. Las líneas de acción planteadas pasan por la implicación de estos grupos sociales en la autoproducción de alimentos (en huertos urbanos) y por la articulación de los servicios asistenciales locales con las redes de producción y distribución de alimentos locales sostenibles y de calidad. Por otro lado, al incluir una perspectiva de diversidad cultural, tratando de implicar a las minorías étnicas o nacionales en el diseño de las Estrategias, así como facilitar el acceso a alimentos relativos a las dietas y culturas gastronómicas relativas a los territorios y pautas culturales de origen.

El plan de Londres introduce un apartado específico relacionado con los aspectos de gobernanza en la implementación del plan. Este apartado describe futuras alianzas a desarrollar, pautas de interacción entre la administración local y otros actores sociales y económicos locales, así como la discusión de la relación entre esta estrategia y otras normativas y políticas locales relacionadas. El documento de Barcelona, a su vez, introduce un listado de normativas y reglamentos locales relacionados con la implementación de la estrategia local, o en cuyos instrumentos se apoyará esta estrategia. El trabajo de interrelación de las estrategias agroalimentarias con otros instrumentos preexistentes o futuros de la administración local puede suponer una herramienta de gran valor de cara a la operativización y el éxito de las primeras.

Por último, tan solo la estrategia alimentaria para Barcelona incluye una mención explícita al seguimiento y evaluación en la implementación del Plan, si bien el resto de documentos realizan una enumeración pormenorizada de objetivos y resultados esperados con el plan. Este escaso desarrollo de los marcos de evaluación de los documentos estratégicos supone una importante debilidad de los mismos; y la generalización de esta debilidad no debería suponer un aliciente para que una futura estrategia agroalimentaria para Valladolid no incorpore un marco sistemático de evaluación de dicha estrategia.

8. Referencias bibliográficas

Ajuntament de Barcelona, 2016. *Estrategia d'impuls de la política alimentaria. 2016-2019*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.

Begiristain, M. y D. López García, 2017. *Viabilidad económica y viabilidad social. Una propuesta agroecológica para la comercialización de la producción ecológica familiar*. Donostia-San Sebastián: ENEEK-Universidad del País Vasco.

Begiristain, M., E. Malagón y A. Oñederra, 2017: "*¿Por qué acudimos a los mercados locales? Una valoración social de los mercados locales de productores de Gipuzkoa*". Vitoria-Gasteiz, Symposium ICAS

Carey, J., 2011. *A good food plan for Bristol*. Bristol: Bristol Good Food.

Elika, 2008. *Estudio cuantitativo del consumo de alimentos en la CAPV. AÑO 2007*. Departamento de Agricultura, Pesca y Alimentación, Gobierno Vasco.

Emaús Fundación Social, 2011. *Políticas Públicas para la Soberanía Alimentaria. Barreras y oportunidades. Análisis europeo, estatal y local* Donostia-San Sebastián: Emaús-Mugarik Gabe-EHNE Bizkaia. Descarga disponible en: <http://www.emaus.com/informate/publicaciones>

Freeman, L.C., T.J. Fararo, W.JR. Bloomberg, M.H. Sunshine, 1963. Locating leaders in local communities: a comparison of some alternative approaches. *American Sociological Review*, 28(5), p. 791-798.

Ghent Food Policy Council, 2016. *From strategic to operational goals for the Ghent en Garde food policy. Recommendations of the food policy council*. Gent: Stadt Gent. Descarga disponible en: <https://stad.gent/sites/default/files/page/documents/20160913_PU_Gent%20en%20garde_operationele%20doelstellingen_Engels_web.pdf>

Goodman, D. 2009. *Place and Space in Alternative Food Networks: Connecting Production and Consumption*. Environment, Politics and Development Working Paper Series, 21. London: King's College London.

Hughner, R.S., P. McDonagh, A. Prothero, C.J. Shultz II y J. Stanton 2007. Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 6, p. 1–17

Ibáñez, J., 1996. "Perspectivas de la investigación social: el diseño en las tres perspectivas". En García Ferrando, Ibáñez y Alvira (Coords.): *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza.

INE, 2017. *Indicadores de Calidad de Vida 2016*. Madrid: Instituto Nacional de Estadística. <http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INEPublicacion_C&cid=1259937499084&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalleGratuitas&param2=1259944522424&param4=Mostrar#top>

Junta de Castilla y León, 2016. *Plan Estratégico de Producción Ecológica de Castilla y León (2016-2020)*. Valladolid: Junta de Castilla y León

Landatur 2016. Guía para la Organización de Mercados y Ferias locales en Euskadi. Vitoria-Gasteiz: Gobierno Vasco

López García, D., 2014. *Experiencias de ASC en el Estado español*. <http://www.osala-agroecologia.org/primer-censo-de-experiencias-de-agricultura-sostenida-por-la-comunidad-en-el-estado-espanol-2015/>

López García, D., 2015: *Producir alimentos, reproducir comunidad*. Madrid: Libros en Acción.

López García, D., 2017a. Cooperativismo agroecológico y saltos de escala. *Boletín ECOS*, 39, Fundación Hogar del Empleado. Descarga directa en <https://www.fuhem.es/ecosocial/boletin-ecos/>

López García, D., 2017b. Políticas alimentarias urbanas. Agroecología en red para las ciudades del estado español. *La Fertilidad de la Tierra*, 70.

López García, D., J.L. Fernández Kois, N. Morán y E. Oteros-Rozas, 2017. "Semillas en la nieve o la oportunidad para el despliegue de las políticas públicas agroecológicas". En López García, D., J.L. Fernández Kois, N. Morán y E. Oteros-Rozas (Eds.), *Arraigar las instituciones, propuestas de políticas agroecológicas desde los movimientos sociales*. Madrid: Libros en Acción. P. 30-34.

López García, D., B. Pontijas, M. González de Molina; G.I. Guzmán Casado, J. Infante y M. Delgado, 2015. *Diagnóstico y Guía de Objetivos y actuaciones para una estrategia orientada a la conexión de la distribución comercial con la producción endógena andaluza y evaluación externa de las acciones encaminadas a la implantación de un modelo de territorialización de la cadena productiva en Andalucía*. Inédito.

MAGRAMA, 2016a. *Estadísticas agricultura ecológica 2015*. Madrid: MAPAMA. Disponible en <http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/estadisticas/>

MAGRAMA 2016b. *Caracterización del sector de la producción ecológica española en términos de valor y mercado. 2015*. Madrid: MAGRAMA.

MAGRAMA, 2017. *Informe del consumo de alimentación en España 2016*. Madrid: MAGRAMA.

MAPAMA, 2014. *Evolución de la caracterización de la tipología y perfil sociodemográfico del consumidor de alimentos ecológicos en España*. Madrid: MAGRAMA.

MAPAMA, 2015. *Caracterización de la comercialización y distribución de productos ecológicos a través de los canales de venta especializados*. Madrid: MAPAMA, p.57

Martín Gutiérrez, P., 2000. "Mapas sociales: método y ejemplos prácticos". En Villasante, T. R. *et al*. (Coords.): *Prácticas locales de creatividad social. Construyendo ciudadanía II*. Barcelona: El Viejo Topo.

Mauleón, J.R. 2011. Mercados de agricultores en España. Análisis y propuesta de actuación. *Ager* 5,1, p: 53-82

Mayor of London, 2006. *Healthy and Sustainable Food for London. The Mayor's Food Strategy*. London: London Development Agency

Red Calea, 2013. *Guía práctica: pasos para instalar un a industria artesanal de transformación de alimentos en Extremadura*. Cáceres: Red Calea. Descarga disponible en: <http://www.redcalea.org/pasos_emprendiemiento_industria_transformacion_alimentos.pdf>

Renting, H. y J. Wiskerke, 2010. New Emerging Roles for Public Institutions and Civil Society in the Promotion of Sustainable Local Agro-Food Systems. *9Th European IFSA Symposium*. Vienna. <http://ifsa.boku.ac.at/cms/index.php?id=111>

ANEXO I: Cuestionario utilizado en la encuesta on-line

1.-Valladolid come todos los días. Caracterización social:

- sexo: (masculino, femenino, otros)
- edad: (0-18; 19-30; 31-45; 46-65; más de 65)
- Distrito (respuesta cerrada: centro, periferia o extrarradio)
- Ocupación: (respuesta cerrada: desempleado, sector primario, industria, sector de la salud, comercio, otros servicios, jubilado, otros)
- Ingresos medios netos (mensuales) de la unidad familiar: (0-1000€; 1000-2000€; 2000-3000€; más de 3000€)
- nivel de estudios (sin estudios; primaria; secundaria; superiores)
- Nº de personas que habitan en el hogar.
- De ellas, nº de menores de 10 años.

2.- Hábitos de consumo de alimentos en Valladolid.

2.1. ¿Con qué frecuencia come fuera del hogar?

- Diariamente
- Varios días a la semana
- Varios días al mes
- Esporádicamente

2.2. ¿Qué tipo de comida consume habitualmente?

- Casera
- Comida preparada en el hogar
- Comida preparada fuera del hogar

2.3. Al final de la semana, ¿qué parte de la comida fresca comprada tiene que tirar?

- Alguna (0-25 %)
- Poca (25-50 %)
- Mucha (50-75 %)
- La mayoría (75-100 %)

3.- Valladolid quiere comer cosas buenas. Acceso al producto local y sostenible

-3.1. ¿En cuál de estos establecimientos sueles comprar la mayoría de los alimentos que consumes de forma cotidiana? (respuestas única):

- Compra directa al productor
- Grupos o cooperativas de consumo >>> SALTAR A PREGUNTA 4
- Pequeño comercio alimentario
- Pequeño comercio especializado en alimentos locales/ecológicos
- Supermercado autoservicio (dentro de la ciudad)
- Hipermercado (centro comercial)

-3.2. ¿Crees que se viviría mejor en Valladolid si hubiese más producción agraria ecológica en sus alrededores y si se alimentase de producción local y sostenible? (SI/NO)

¿Por que? (respuesta abierta)

-3.3. ¿Qué dificultades encuentras para consumir alimentos locales en tus lugares de compra habituales? (respuesta múltiple):

- No se cómo diferenciarlos.
- No hay.
- Son caros.
- Son de mala calidad.
- No me generan seguridad.
- Hay poca diversidad.
- Otras. (Explicar)

-3.4. ¿Qué dificultades encuentras para consumir alimentos ecológicos de Castilla y León? (respuesta múltiple):

- No se cómo diferenciarlos.
- No hay.
- Son caros.
- Son de mala calidad.
- No me generan seguridad.
- Hay poca diversidad.
- Otras. (Explicar)

4. Buena comida para buena gente. Propuestas para la sostenibilidad del sistema alimentario en Valladolid

4.1. Qué razones le parecen más importantes para impulsar una alimentación ecológica y de cercanía en Valladolid (aportar valores a cada opción de respuesta):

- Salud y bienestar (mejorar la salud de la población desde una perspectiva integral, incrementar la riqueza social, reducir gastos en sanidad, etc.)
- Medio ambiente (reducir impactos negativos del sistema alimentario, como la contaminación y agotamiento de acuíferos, las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, la pérdida de biodiversidad, etc.)
- Economía y desarrollo comunitario (revitalizar la economía local, impulsar la economía verde, apoyar las producciones y el comercio local, etc.)
- Aspectos sociales y culturales (fortalecer la comunidad y los vecindarios, celebrar y promover la gastronomía local, proveer de alimentos adaptados a minorías culturales, etc.)
- Seguridad alimentaria y justicia social (luchar contra la pobreza alimentaria, asegurar acceso a alimentos sanos y diversos para toda la población, reparto justo del valor en la cadena productiva, etc.)
- Aprendizaje y empoderamiento (aprendizaje continuo sobre nuestros medios de vida, empoderamiento local, etc)
- Vínculos entre el campo y la ciudad (conectar ambos territorios para mejorar el bienestar en ambos)

-4.2. ¿Qué acciones crees que serían las más importantes para desarrollar, de cara a mejorar la sostenibilidad del sistema alimentario en Valladolid? (asignar valor)

- Promover circuitos cortos de comercialización (mercados de productores, grupos de comprar colectiva, pequeño comercio, etc.) para los productos locales y ecológicos
- Crear nuevos huertos urbanos y fortalecer los que hay
- Apoyar el desarrollo de nuevos negocios relacionados con la alimentación ecológica y local
- Apoyar el acceso y uso de las infraestructuras municipales y metropolitanas (Mercaolid, mercados municipales, etc.) para las redes de distribución de productos locales y ecológicos.
- Desgravaciones e incentivos fiscales para el comercio de alimentos ecológicos, el biocompostaje, o el alquiler de tierra a producción ecológica.
- Planificación territorial para la protección y el fomento de usos agrarios sostenibles en el término municipal

- Compra pública sostenible (comida local y ecológica en los comedores de las instalaciones municipales, eventos municipales, etc.)
- Apoyo a la incorporación a la actividad agraria de jóvenes agricultores en el área metropolitana
- Sensibilizar al consumo
- Compostaje de residuos orgánicos para uso agrario
- Reducir y reutilizar el desperdicio de comida en el transporte, la industria y el consumo de alimentos.
- Facilitar el acceso de la población de rentas bajas a alimentos variados, locales, frescos, de calidad y sostenibles.
- Otros (explicar)

-4.3. ¿Cuales de estas acciones crees que se podrían impulsar por el Ayuntamiento con un menor esfuerzo, financiero o de otro tipo? (asignar valor)

- Promover circuitos cortos de comercialización (mercados de productores, grupos de comprar colectiva, pequeño comercio, etc.) para los productos locales y ecológicos
- Crear nuevos huertos urbanos y fortalecer los que hay
- Apoyar el desarrollo de nuevos negocios relacionados con la alimentación ecológica y local
- Apoyar el acceso y uso de las infraestructuras municipales y metropolitanas (Mercaolid, mercados de abastos, etc.) para las redes de distribución de productos locales y ecológicos.
- Desgravaciones e incentivos fiscales para el comercio de alimentos ecológicos, el biocompostaje, o el alquiler de tierra a producción ecológica.
- Planificación territorial para la protección y el fomento de usos agrarios sostenibles en el término municipal
- Compra pública sostenible (comida local y ecológica en los comedores de las instalaciones municipales, eventos municipales, etc.)
- Apoyo a la incorporación a la actividad agraria de jóvenes agricultores en el área metropolitana
- Sensibilizar al consumo
- Compostaje de residuos orgánicos para uso agrario
- Reducir y reutilizar el desperdicio de comida en el transporte, la industria y el consumo de alimentos.
- Facilitar el acceso de la población de rentas bajas a alimentos variados, locales, frescos, de calidad y sostenibles.

4.3- ¿Crees que el Ayuntamiento de Valladolid tiene que tener un papel activo en el impulso de estas medidas? SI/NO

5. Sistemas alternativos de distribución (*solo para personas que consuman en grupos de consumo o mercados de agricultor de forma habitual*)

-5.1. ¿Por qué consumes en circuitos de venta directa de alimentos ecológicos y locales? (respuesta múltiple)

- Son más saludables.
- Son más baratos que en el comercio especializado.
- Tienen más calidad y mejor sabor.
- Son formas de producción y distribución que conservan los recursos naturales.
- Fomenta la economía local y mantiene a la población rural.
- Por un sistema alimentario más justo en el reparto de valor y precio.
- Por relacionarme con otras personas.
- Relacionarme directamente con quien produce los alimentos.
- Apoyar un sistema económico alternativo.
- Otros. (explicar)

-4.2. ¿Por qué crees que este modelo de consumo no está más extendido? ¿Cuáles son los principales retos que afrontan los sistemas de venta directa de los que participas?

- Hay poca diversidad de producto.
- La oferta de productos es escasa e irregular.
- Los productos no son apetecibles.
- Los precios son muy altos.
- Se hace poco pedido al productor.
- La distribución está mal organizada.
- Es un sistema incómodo, que requiere de mucho tiempo y dedicación personal.
- Cada vez hay menos agricultores cerca de la ciudad, y son más mayores.
- La tierra es cara o es poco accesible.
- Otros (explicar)

6. Continuidad del proceso

Esta encuesta se enmarca en un proyecto del ayuntamiento de Valladolid para relocalizar el sistema alimentario local, y va a consistir en reuniones de trabajo, mesas de debate y acuerdo entre actores sociales para elaborar una estrategia agroalimentaria local.

Si está interesado en continuar al tanto de este proyecto, facilítenos su correo electrónico para mantenerle al tanto. Sus datos se incluirán en un fichero debidamente registrado conforme a la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico y a la vigente Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de 1999, de Protección de Datos de Carácter Personal cuyo titular es la Fundación Entretantos. Estos datos se utilizarán para sus actividades sociales, así como para proporcionarte información de interés alrededor del proceso de Estrategia Agroalimentaria de Valladolid. Puedes ejercitar tus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición en los términos y plazos establecidos por la legislación, dirigiéndote a entretantos@entretantos.org

ANEXO II: Guión de las entrevistas abiertas semi-estructuradas

1. Posicionamientos y percepciones acerca de la relocalización del sistema agro-alimentario

(INTRODUCCIÓN) El ayuntamiento de Valladolid, con la colaboración de la fundación entretantos y la Universidad de Valladolid, ha puesto en marcha un proyecto destinado a revisar, junto con actores económicos (de la producción al consumo) y organizaciones sociales, la cadena alimentaria local para intentar mejorar en la medida de lo posible su sostenibilidad. En términos generales ¿qué opinión le merece esta iniciativa?

- Una de las claves de este proceso es intentar relocalizar la cadena alimentaria. ¿Cree que fortalecer la distribución y el consumo de alimentos locales y sostenibles puede ser bueno para Valladolid y su área metropolitana? ¿Por que?
- Y para usted o su entidad ¿cree que puede ser positivo este proceso de fomento de la alimentación de cercanía? ¿porqué?
- ¿Que potencial de producción y distribución alimentaria local crees que tiene Valladolid y su área metropolitana?
- ¿Que dificultades puede presentar el fomento de unas redes de distribución alimentaria más local y sostenible en este marco territorial?
- ¿Cuales son las principales normativas, leyes o políticas (en cualquier escala de competencias) que habría que tener en cuenta en este proceso y que pueden condicionar –en positivo o en negativo- estos procesos de desarrollo del mercado local en este territorio?
- ¿Que oportunidades hay al respecto? (recursos disponibles o en desuso, demanda, bloqueos actuales, etc.)
- ¿Que proyectos, personas o entidades conoce en el territorio que estén ya trabajando bien en esta línea?

2. Ideas para una estrategia alimentaria local

- ¿Cuales serían los argumentos que te parecen más importantes a la hora de explicar una estrategia para fomentar un sistema alimentario más local?
- Para conseguir este objetivo de relocalizar la cadena alimentaria local ¿Que acciones considera más necesarias poner en marcha?
- El papel del consumidor en este camino para intentar acercar consumo y producción es importantísimo. ¿Cuáles cree usted que pueden ser las dificultades que nos podamos encontrar desde el punto de vista del consumidor?
- Y su entidad ¿Qué papel cree que podría tener en este proceso para conseguir, a largo plazo, que buena parte de la alimentación consumida en Valladolid sea producida en un entorno local y con criterios respetuosos con el medio ambiente?