

Hacia una Estrategia Agroalimentaria Sostenible de Vitoria-Gasteiz

Mesa sectorial sobre distribución y comercialización

24 de mayo de 2016. Palacio Europa, de 14:30 a 16:30 horas



Documento de resultados

La participación es la vida de las ciudades
Fernando Pindado

Este documento recoge los **resultados de la mesa sobre distribución y comercialización agroalimentaria** celebrada el pasado 24 de mayo de 2016, en el marco del proceso de participación ciudadana para la definición de la Estrategia Agroalimentaria Sostenible de Vitoria-Gasteiz.

El contenido de este documento ha sido elaborado **gracias a la implicación y aportación de las personas participantes**, junto con:

- Equipo del Centro de Estudios Ambientales (CEA), en la dirección y coordinación técnica del proceso.
- GEA 21, en el diseño y coordinación técnica del proceso participativo.
- Prometea, como equipo de dinamización y facilitación de la mesa sectorial.

Su detalle se estructura a partir del siguiente **esquema de contenidos**:

1. Personas participantes
2. Objetivos específicos de la mesa sectorial
3. Metodología y desarrollo de la mesa
4. Resultados grupales:
 - Objetivos seleccionados por el grupo.
 - Detalle de líneas de acción y medidas por objetivo.
5. Agradecimiento



1. Personas participantes

La mesa sectorial sobre distribución y comercialización agroalimentaria ha estado protagonizada por:

Adrián Angulo	Uxue Arbe
Jon Ander Areses	Sugoi Auzmendi
Pedro Calvo	Javier Chaves
Maite de Juan	Roberto de Miguel
Carmen de Vega	Carlos Dorronsoro
Ainhoa Etxeandia	Sonia Etxenausia
Sergio Fernández	Javier Goikoetxea
Eduardo Gómez de Segura	David González
Idoia Jalón	Javier Knörr
Ana Lafuente	Félix López
María Martínez	María Mesanza
Eduardo Ochoa de Aspuru	Gurutze Ocio
Nieves Perera	Txaro Preciado
Beatriz Rosales	Jon Ruiz de Infante
Janire Saenz de Buruaga	María de Santiago

En total **30 personas** –15 hombres y 15 mujeres-, con perfiles diferentes (comerciantes, distribuidores, técnicos/as agricultores/as, consumidores/as), y todas ellas con un alto conocimiento sobre el modelo de comercialización agroalimentaria en Vitoria-Gasteiz.

2. Objetivos de la mesa sectorial

En esta segunda fase del proceso de participación las 3 mesas sectoriales organizadas -de producción agroganadera, de consumo y metabolismo agroalimentario y de distribución y comercialización- se han concebido como **espacios de debate temáticos en los que definir las principales líneas de acción y medidas** para la Estrategia Agroalimentaria, en función de los objetivos generales consensuados en la primera fase del proceso.

Para ello, en cada mesa sectorial se plantea:

- Seleccionar los objetivos generales a trabajar en detalle.
- Definir las principales líneas de acción y medidas que permitan abordar y desarrollar los objetivos seleccionados, desde la perspectiva temática.

3. Metodología y desarrollo de la mesa

Para responder a los objetivos establecidos la mesa sobre distribución y comercialización se ha dividido en **4 fases o momentos** concretos:

- Presentación del taller y sus objetivos, en el marco de la elaboración de la Estrategia Agroalimentaria Sostenible de Vitoria-Gasteiz.
- Recordatorio de los 21 objetivos generales o estratégicos consensuados en el último taller de participación –celebrado el 15 y 16 de marzo-, y selección de los objetivos a trabajar de forma concreta en la mesa.
- Trabajo grupal –distribuidos en 2 grupos de trabajo- en torno a los objetivos seleccionados. Cada grupo ha reflexionado y trabajado sobre 2 objetivos concretos utilizando dinámicas diferentes –conversación grupal y dinámica Lego Serious Play-.
- Cierre de la mesa sectorial.

4. Resultados grupales

4.1 Objetivos seleccionados por el grupo

A partir de una dinámica específica, el grupo ha seleccionado **4 objetivos sobre los que trabajar** en profundidad durante la sesión; todos ellos referidos al ámbito de distribución y comercialización.

En concreto, los objetivos estratégicos seleccionados son los siguientes¹:

- 2. REDES DE INICIATIVAS. Fomentar la conexión entre transformadores, distribuidores y comerciantes.
- 10. URBANISMO. Repensar el urbanismo y la gestión de barrios para incluir instalaciones pequeñas de transformación / mercado / comercio alternativo y flexible.
- 11. PEQUEÑO COMERCIO. Apoyar el pequeño comercio.
- 13. ABASTECIMIENTO PÚBLICO. Garantizar el compromiso público por el abastecimiento ecológico y local.



¹ Los objetivos aparecen numerados según la prioridad establecida por el grupo en el taller anterior.

En detalle, la selección realizada por el grupo es la siguiente:

Nº	Ámbito: Distribución y comercialización	Votos Mesa sectorial
2	REDES DE INICIATIVAS Fomentar la conexión entre transformadores, distribuidores y comerciantes.	■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ ■■■■■ (18)
10	URBANISMO Repensar el urbanismo y la gestión de barrios para incluir instalaciones pequeñas de transformación / mercado / comercio alternativo y flexible.	■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ ■ (15)
11	PEQUEÑO COMERCIO Apoyar el pequeño comercio.	■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ ■ (15)
13	ABASTECIMIENTO PÚBLICO Garantizar el compromiso público por el abastecimiento ecológico y local.	■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ ■■■ (16)
21	TRAZABILIDAD Crear un sistema de información sobre el productor - distribuidor - comerciante y sobre el producto.	■■■■■■■■■■ ■■■■■■■■■■ (13)

Nº	Objetivos transversales	Votos Mesa sectorial
9	BIODIVERSIDAD Impulsar un modelo agroalimentario / agroganadero que fomente la biodiversidad.	■■ (2)
12	INVESTIGACIÓN ALIMENTARIA Mejorar el conocimiento en relación con todas las fases de la cadena agroalimentaria.	■■■■■■■■■■ ■■■■■ (10)
14	GESTIÓN DEL AGUA Gestionar los recursos hídricos de forma racional y consensuada entre todos los actores del sistema agroalimentario.	■■■■ (3)
15	GESTIÓN DE LOS RESIDUOS Reducir los residuos generados en todas las fases y reutilizar los residuos orgánicos como compost.	■ (1)
18	ENERGÍA Reducir el consumo energético en todas las fases.	■■■■■■■■■■ ■■■ (9)

4.2 Detalle de las líneas de acción y medidas por objetivo

El grupo 1, dinamizado por Zorione Aierbe, ha trabajado los siguientes objetivos:

- 2. REDES DE INICIATIVAS. Fomentar la conexión entre transformadores, distribuidores y comerciantes.
- 10. URBANISMO. Repensar el urbanismo y la gestión de barrios para incluir instalaciones pequeñas de transformación / mercado / comercio alternativo y flexible.



Y el contenido de lo trabajado por el grupo queda detallado a continuación.

- **Objetivo 2. REDES DE INICIATIVAS:** Fomentar la conexión entre transformadores, distribuidores y comerciantes

Como idea fuerza y punto de partida para favorecer las redes, el grupo ha destacado la necesidad de inventariar agentes, personas, instituciones, iniciativas... todo aquello que tenga que ver con la Estrategia Agroalimentaria Sostenible.

Así, las líneas de actuación y medidas concretas propuestas por el grupo han sido las siguientes:

Objetivo 2: Redes de iniciativas. Medidas y acciones concretas

- **1. Inventario de agentes implicados e iniciativas: red de agentes de la Estrategia Agroalimentaria Sostenible de Vitoria-Gasteiz.**
 - Inventario detallado de agentes y contactos comprometidos con la Estrategia Agroalimentaria Sostenible: quién, características, dónde... Junto con el mapeo de iniciativas ya existentes a nivel de ciudad y territorio.
 - Se trata de crear un directorio de contactos e iniciativas diverso, abierto y accesible, de cara a facilitar el acceso al conocimiento y favorecer comunicación, conexiones y sinergias.
 - Conforme se trabaje en el directorio, es importante:
 - Buscar aplicaciones al directorio o base de datos, por ejemplo vía online: web, apps, guías...
 - Visibilizar y comunicar de forma rigurosa el directorio como un conjunto de agentes y personas comprometidas con la Estrategia Agroalimentaria y sus objetivos.
 - Facilitar un entorno favorable para la creación de conexiones, sinergias, grupos de trabajo... entre agentes y personas de ese directorio asociados a proyectos, iniciativas u objetivos concretos.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz]

Objetivo 2: Redes de iniciativas. Medidas y acciones concretas

- **2. Estudio anual cruzado de necesidades de los agentes de la red.**

- Un sondeo sencillo de los diferentes agentes, de cara a identificar:
 - Necesidades
 - Barreras, problemáticas
 - Propuestas

Y que permita dibujar un plan de trabajo conjunto.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, con el resto de agentes implicados]

- **3. Organización de encuentros y jornadas de trabajo multiagente físicas y periódicas.**

- Organización planificada de encuentros de formación y trabajo, actividades formativas, ferias específicas... concretas y asociadas a objetivos compartidos por los diferentes agentes implicados en la Estrategia Agroalimentaria –productores/as, distribuidores, comerciantes, representantes de consumidores/as...):
 - Agenda semestral-anual, cuidando los ritmos de los diferentes agentes –sobre todo productores/as-.
 - Para focalizar y trabajar juntos en torno a bases y objetivos compartidos de la Estrategia y temas de interés común: sostenibilidad, circuitos cortos...
- Podrían complementarse con otro tipo de actividades, como:
 - Visitas a productores/as.
 - Ferias.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, con el resto de agentes implicados]

- **4. Observatorio activo de experiencias inspiradoras.**

- Búsqueda activa de ejemplos exitosos y buenas prácticas que puedan adecuarse y ser útiles en la realidad de Vitoria-Gasteiz, de cara a favorecer redes de iniciativas. Por ejemplo se señala la "Alianza agroalimentaria aragonesa".

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, con el resto de agentes implicados]

- **Objetivo 10. URBANISMO:** Repensar el urbanismo y la gestión de barrios para incluir instalaciones pequeñas de transformación / mercado / comercio alternativo y flexible.

Con respecto a este objetivo, el grupo ha puesto **el foco de la acción** en 2 ámbitos claros:

- La adaptación del **marco normativo**.
- La promoción de **los mercados** a nivel de barrios.

Su detalle, en forma de **líneas de actuación y medidas concretas propuestas**, es el siguiente:

Objetivo 10: Urbanismo. Medidas y acciones concretas

- **1. Adecuación de la normativa urbanística que facilite la implantación de instalaciones pequeñas de transformación/mercados/comercio alternativo y flexible en los barrios de la ciudad.**
 - Integrando en el Plan General de Ordenación Urbana y en las ordenanzas correspondientes, criterios de agroecología en el diseño y proyección de la ciudad, de modo que se favorezcan y permitan:
 - Espacios y zonas más flexibles, diáfanos, multiuso, de encuentro y que favorezcan iniciativas agroalimentarias diversas.
 - La presencia de cultivos y animales en la ciudad, rompiendo la barrera con el campo.
 - Pequeñas instalaciones de transformación.
 - Instalaciones de energías renovables dentro de la ciudad.
 - En barrios bien comunicados, cómodos y amables para vivir.
 - Para ello la adaptación debe ir dirigida a trabajar una normativa urbana y periurbana más permisiva y facilitadora de espacios de encuentro y de trabajo ligados a la Estrategia Agroalimentaria; junto con mayores obstáculos para la implantación de grandes superficies.
 - La Administración, con apoyo de la normativa, debe convertirse en facilitadora de iniciativas.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz]

Objetivo 10: Urbanismo. Medidas y acciones concretas

- **2. Impulso/recuperación de mercados abiertos y cerrados de barrio en la ciudad, como elementos complementarios y necesarios para favorecer el acceso a productos de proximidad y de calidad.**
 - Entendiendo los mercados cerrados como espacios a priori más dirigidos a los/as comerciantes, y los mercados abiertos o ambulantes como espacios más propios de productores,
 - El objetivo es conseguir barrios “autónomos” desde la perspectiva agroalimentaria y el consumo responsable.
 - Y a su vez favorecer el movimiento y la comunicación entre barrios, radial y creando red, mediante una buena accesibilidad y un transporte público y/o no motorizado adecuado.
 - Y para ello es importante:
 - Aprovechar los espacios ya existentes de cara a revitalizar los mercados cerrados –tratando de superar la complejidad que supone la cuestión de la propiedad-.
 - Visibilizar y comunicar las pequeñas iniciativas como elementos tractores que puedan inspirar a los/as consumidores/as a apostar por formas de consumo responsable.
- **3. Política fiscal que favorezca los mercados como espacios para el consumo responsable.**
 - Análisis e incorporación de medidas que, por ejemplo, puedan favorecer la apuesta y demanda de productores/as y otros agentes por los mercados de barrio: tasas, seguros...

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz]



El grupo 2, dinamizado por Iciar Montejo, ha trabajado los siguientes objetivos:

- 11. PEQUEÑO COMERCIO. Apoyar el pequeño comercio.
- 13. ABASTECIMIENTO PÚBLICO. Garantizar el compromiso público por el abastecimiento ecológico y local.



Y los resultados construidos por el grupo han sido los siguientes.

• Objetivo 11. PEQUEÑO COMERCIO: Apoyar el pequeño comercio.

Como primer foco de atención, el grupo ha tratado de definir **qué entiende por pequeño comercio**. Así, se señala que:

- Es la pequeña tienda tradicional de alimentación, aquella donde las personas que la gestionan deciden lo que compran, el precio, etc.
- Por tanto, bajo la calificación de pequeño comercio no nos referimos a grandes cadenas, hipermercados o supermercados de alimentación.

En cuanto a **las líneas de actuación y medidas concretas propuestas** por el grupo para dar respuesta a este objetivo, son las siguientes:

Objetivo 11: Pequeño comercio. Medidas y acciones concretas

- **1. Una mayor agrupación del pequeño comercio de alimentos de Vitoria-Gasteiz.**
 - Ante la dispersión que existe entre los pequeños comercios de alimentación de la ciudad –“cada cual va por su lado”-, sería bueno trabajar en su agrupación y coordinación.
 - Ello permitiría:
 - Reforzar su posición respecto a otros agentes de venta: grandes cadenas, franquicias, supermercados...
 - Generar una imagen asociada y fortalecer el comercio de alimentación ante distribuidores y consumidores.

[Principal agente impulsor: Pequeños comercios de alimentación de la ciudad]

- **2. Más coordinación y cercanía entre comerciante y productor.**
 - Búsqueda de una conexión directa entre el comerciante y el productor para acercar la oferta y la demanda de alimentos.
 - Puesta en valor del conocimiento que tiene el comerciante de las necesidades directas de las personas consumidoras para su adecuación por parte de los/as productores/as.

[Principal agente impulsor: Pequeños comercios de alimentación y productores/as de la ciudad]

Objetivo 11: Pequeño comercio. Medidas y acciones concretas

- **3. Formación especializada al comercio:** Una formación en el contexto de la Estrategia Agroalimentaria Sostenible, y en cuestiones como:
 - Etiquetado del producto, trazabilidad, registros sanitarios...
 - Argumentario de venta del alimento local, sostenible y ecológico.
 - Marketing y comunicación.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz junto con el comercio]
- **4. Apoyo institucional al comercio desde la coherencia.**
 - En el marco de la Estrategia Agroalimentaria, desarrollo de **campañas de comunicación** que potencien el valor del pequeño comercio, del alimento sostenible / ecológico producido en el territorio...
 - Cuidando la **coherencia en las políticas públicas**: ¿se puede apoyar al pequeño comercio de alimentación y al mismo tiempo favorecer el establecimiento de grandes cadenas de hipermercados en la ciudad?
 - A partir de la **investigación especializada**: por ejemplo, con el estudio de la relación calidad/precio en el productos de alimentación.
 - Con programas de **apoyo económico**.
 - **Desde la planificación**, que permita cubrir los actuales nichos que existen en la ciudad: algunos barrios apenas cuentan con pequeñas tiendas de alimentación –por ejemplo, Zabalgana- y por el contrario, otras zonas como el centro están saturadas.
 - **Alquileres sociales** que favorezcan el establecimiento de pequeños comercios, cumpliendo una serie de criterios derivados, por ejemplo, de la planificación citada.
 - **Canje de los bonos sociales** para compra de alimentos que se distribuyen a personas con pocos recursos en los pequeños comercios de alimentación de la ciudad.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, con el resto de agentes implicados]
- **5. Mercados de barrio.** Mayor apoyo y promoción de los actuales mercados de barrio de la ciudad.
 - Puesta en valor de sus potencialidades: diversificación de la oferta (en un único espacio se puede hacer la compra completa –pescado, verduras, frutas, pan...), localizaciones descentralizadas en los diferentes barrios de la ciudad...
 - Creación de la figura de coordinador/a de mercados de barrio como nexo de unión entre el comercio y las demandas y necesidades de la ciudadanía.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz junto con los agentes implicados]

Objetivo 11: Pequeño comercio. Medidas y acciones concretas

- **6. Comunicación y visualización.** Dar a conocer las alternativas de compra de alimentos ecológicos / sostenibles / locales y de comercio justo que ya existen en la ciudad:
 - **Mapa y callejero** ubicando los diferentes puntos de venta: cestas, mercados, productores, pequeños comercios...
 - **Distintivo o imagen** que facilite los comercios con producto local / sostenible / ecológico y/o de comercio justo.
 - En los pequeños comercios de alimentación, desarrollo de **espacios concretos o secciones** de producto local /sostenible / ecológico y/o de comercio justo que faciliten su identificación y promoción.
 - Puesta en marcha de **un espacio expositivo** flexible, céntrico y conjunto que permita dar a conocer las diferentes alternativas y puntos de venta de alimentos ecológicos / sostenibles / locales y de comercio justo que existen en la ciudad. Se podría abrir 2 ó 3 días al mes con el objetivo de dar a conocer la oferta existente en la ciudad.
[Principal agente impulsor: Pequeños comercios de alimentación y productores/as de la ciudad, en colaboración con el Ayuntamiento]
- **7. Mercado virtual homologado**
 - Puesta en marcha de un mercado virtual que, sin ser obstáculo para el mercado físico, permita la exposición y venta de productos locales / ecológicos / sostenibles y/o de comercio justo.
 - Garantizando que los productos que se vendan tengan una trazabilidad ecológica, social y local.
[Principal agente impulsor: Pequeños comercios de alimentación y productores/as de la ciudad]
- **8. Sensibilización permanente en los valores asociados a una alimentación sana, saludable y de calidad.**
 - Asociada a la Estrategia Agroalimentaria Sostenible y dirigida a personas, familias, comedores públicos de empresas, centros hospitalarios, centros educativos...
 - Para ello, previamente sería necesario realizar un estudio de resistencias cuyos resultados sirvieran como argumentario para la sensibilización.
[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz]

- **Objetivo 13. ABASTECIMIENTO PÚBLICO:** Garantizar el compromiso público por el abastecimiento ecológico y local.

Como reflexión de partida, el grupo señala que **garantizar el abastecimiento ecológico y local:**

- Es un proceso lento y es importante ser consciente de ello.
- Es una idea “grande” que tiene que hacerse visible paso a paso.
- Requiere de un trabajo de “abajo-arriba” que haga mover a las instituciones. Y para ello es necesario dar más información, trabajar la sensibilización y comunicación a la ciudadanía; así como la presencia y participación de más productores locales en el sistema.
- Y también necesita establecer puentes de colaboración y coordinación entre los diferentes agentes implicados en el sistema: productores y consumidores, productores y comerciantes, comerciantes y consumidores, Administración y ciudadanía...
- Sin olvidar el papel protagonista de cada persona individual en todo el proceso: “el carrito de la compra es el “carrito de combate”, porque lo que no compras no se vende”.

A partir de estas primeras ideas, **las líneas de actuación y medidas concretas propuestas** por el grupo son:

Objetivo 13: Abastecimiento público. Medidas y acciones concretas

- **Como apunte inicial, señalar que las diferentes medidas y acciones propuestas para el objetivo 1. Comedores públicos tienen aplicación directa en este objetivo.** Así, el grupo hace referencia a:
 - La necesidad del compromiso político para introducir cambios en el modelo actual de comedores escolares en la escuela pública: sistema de catering.
 - La importancia de adquirir compromisos políticos para con la compra pública verde referida a productos y servicios.
 - Introducir el concepto de trazabilidad social, ambiental y local en los productos, y darlo a conocer a la ciudadanía. Se trata de un concepto que va más allá de lo que la legislación actual obliga.
- [Principal agente impulsor: diferentes niveles de la Administración Pública Vasca]

Objetivo 13: Abastecimiento público. Medidas y acciones concretas

• 2. Apuesta local por los pequeños centros de transformación.

- Es una deficiencia en el sistema agroalimentario de la ciudad y es necesario trabajar en su desarrollo.
- Junto con ello, es preciso facilitar los registros sanitarios de los productos transformados por parte de los pequeños productores. La experiencia de Iparralde puede servir como referencia.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y resto de agentes implicados]

• 3. Los centros cívicos de la ciudad como espacios de referencia para la Estrategia.

- Los centros cívicos de Vitoria-Gasteiz son centros neurálgicos en la ciudad, tienen vida y son lugares de referencia para la ciudadanía. Además, muchos de sus usos están ligados a la salud.
- En este contexto, se plantea desarrollar en los centros un módulo alimentario:
 - Con cocinas que puedan utilizarse como espacios de aprendizaje.
 - Para recuperar una cultura culinaria ligada al producto fresco y de temporada.
 - Para generar ganas de cocinar y de degustar alimentos de calidad.
 - Y todo ello integrado en la programación socio-cultural de los centros.
- Además, se plantea la posibilidad de generar pequeños espacios expositivos y de compra de alimentos. ¿Se podría desarrollar la idea de centro cívico-mercado?

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y resto de agentes implicados]

• 4. Sello distintivo "Red de agentes de la Estrategia Agroalimentaria Sostenible de Vitoria-Gasteiz"

- Puesta en marcha de un sello distintivo que permita identificar y dar a conocer los diferentes agentes implicados en la Estrategia: productores, transformadores, distribuidores, comerciantes, consumidores, Ayuntamiento...

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y resto de agentes implicados]



Objetivo 13: Abastecimiento público. Medidas y acciones concretas

- **5. Pequeños gestos de apoyo a la Estrategia.**
 - Desarrollo de pequeños gestos en actos concretos organizados por el Ayuntamiento.
 - Por ejemplo:
 - Caramelos que se reparten en Olentzero y la Cabalgata de Reyes: podrían ser de comercio justo
 - Actos festivos locales abastecidos con producto local.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y resto de agentes implicados]

- **6. Educación y sensibilización.**
 - Consumir es un acto político; y por tanto es preciso incidir en el protagonismo ciudadano en esta cuestión.
 - Es preciso reeducar y generar una cultura culinaria que ponga en valor el alimento sano y saludable.

[Principal agente impulsor: Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz y resto de agentes implicados]

5. Agradecimiento



Eskerrik asko guztioi!
Gracias por aportar valor y energía a la Estrategia Agroalimentaria
Sostenible de Vitoria-Gasteiz.
Zuekin posible da eta!