

**PROCESO RECOGIDA APORTACIONES PLANES DE ACCIÓN
ESTRATEGIA DE ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE Y SALUDABLE (EASS)**

FORTALECIMIENTO DE LOS MERCADOS AGROECOLÓGICOS

En este documento encontraréis las **aportaciones al plan de acción “Fortalecimiento de los mercados agroecológicos”** realizadas por distintas entidades miembro del Consejo Alimentario Municipal (CALMZ) a través de la web municipal en el proceso abierto entre el 6 y el 29 de abril de 2022. En la **columna de resultados**, podéis ver si la aportación ha sido recogida en los documentos de los planes, en qué medida, así como una pequeña explicación. Os enviamos también la **nueva ficha** en la que hemos marcado las **aportaciones incorporadas en verde**.

Además, tras analizar las aportaciones, creemos importante realizar un pequeño **recordatorio en cuanto a las fases y el planteamiento general** de este proceso de participación sobre los planes de acción.

En primer lugar recordar que estos planes de acción son fruto del proceso de selección realizado a partir de un **mapeo de acciones en marcha o con posibilidades de desarrollo en este período inmediato**. Después ese mapeo pasó por un filtro de aprobación política que, en el caso del Plan de acción de la Marca Huerta de Zaragoza, supuso su retirada de este proceso participativo por no ser posible su ejecución a día de hoy, por estar definiéndose las necesidades técnicas y los servicios implicados. Se espera resolver estas cuestiones durante los próximos meses y traer el plan de acción al CALMZ para su aprobación.

Las fichas no pretenden establecer cuestiones concretas de ejecución de los planes de acción, sino que recogen una **metodología o secuencia** de pasos lógicos para alcanzar los objetivos de cada plan. Es esta secuencia la que se ha sometido a participación.

Las **cuestiones concretas de ejecución**, como por ejemplo elegir el público objetivo de la campaña de sensibilización, o definir un criterio de contratación, **son decisiones a tomar por parte de los Grupos de Trabajo de cada plan de acción**. Los Grupos de Trabajo (GT) son el espacio donde aprovechar al máximo las capacidades y expertises de los miembros del CALMZ. De manera más sosegada (en varias reuniones) y consensuada entre agentes diversos, aspecto que esperamos aporte una calidad diferencial a la ejecución final de los planes de acción. Cerrando así un ciclo donde la participación es progresiva y maximizada a las posibilidades que ofrece el ámbito de decisión del Consejo Alimentario. Es por esta razón que, en algunas de las aportaciones al proceso participativo, respondemos diciendo que “corresponde a las tareas que realizará el Grupo de Trabajo (GT) y que deberá ser expuesta y validada por el GT en sus sesiones de trabajo. Asimismo, para que queden registradas y no se pierdan estas propuestas se trasladan al documento de aprobación de los GT y se tratarán dentro de los mismos.

ANÁLISIS DE LAS APORTACIONES RECIBIDAS EN EL PROCESO DE APORTACIONES A LOS PLANES DE ACCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE Y SALUDABLE (EASS)
FORTALECIMIENTO MERCADOS AGROECOLÓGICOS


Fecha, hora	Nombre	Aportación	Aportación relacionada con:	Resultado
20-04-2022, 13:13	UCARAGON	Fomentar modelos de autoconsumo colectivo. Formación, apoyo y seguimiento.	A todo el conjunto de objetivos y acciones en general	Aportación incorporada al OE3, acción 2 como otros modelos de venta directa.
26-04-2022, 20:18	Olga (ANSAR)	Me parece muy acertado hacer un estudio pero que aspectos va a contener dicho estudio. Para decir si parece bien o no o si se podría aportar, sería necesario contar con más información.	Objetivos y Acciones nº 1	En la próxima sesión del CALMZ (10 de mayo) se explicará en qué va a consistir el estudio.
26-04-2022, 20:24	Olga (ANSAR)	Creo que sería importante, en cuanto a las acciones a poner en marcha, sobre el potencial de los mercados no sedentarios para la transición hacia un sistema alimentario local más sostenible, hablar con hortelanos y hortelanas de estos mercados, si la vena directa de sus productos más días de la semana y en más lugares es la alternativa para poder aumentar sus ventas. Por las consultas establecidas en otros momentos aquí y en otros lugares, si están en los mercados no están en el campo para producir.	Objetivos y Acciones nº 2	Aportación incorporada a los OE1 y OE3
26-04-2022, 20:27	Olga (ANSAR)	Me parece importante pero es clave que participen los hortelanos y hortelanas. Por lo que habrá que establecer con ellos las modalidades más factibles para que puedan participar.	Objetivos y Acciones nº 3	Esta aportación corresponde a la forma de funcionamiento del Grupo de Trabajo (GT). Se tendrá

				en cuenta cuando se ponga en marcha.
26-04-2022, 20:30	Olga (ANSAR)	Por lo que he hablado con los productores del mercado agroecológico se demanda una mayor publicidad en la ciudad, hoy por hoy , tras 13 años casi de su existencia hay mucha gente que no conoce la Muestra Agroecológica de la Plaza del Pilar: las cuñas de radio o TV serían medios a incorporar para su difusión.	A todo el conjunto de objetivos y acciones en general	Aportación incorporada al OE3, acción 2
27-04-2022, 11:55	ZAMAS	Acercar más a los barrios, los mercados no sedentarios. Incentivar metodologías y sinergias entre los mercados de barrio y los no sedentarios	A todo el conjunto de objetivos y acciones en general	- El acercamiento a los barrios está recogido dentro del OE3. - Añadida acción 4 dentro del OE3.
28-04-2022, 16:15	Ana Angelines (Plataforma Huerta de Zaragoza)	Dado que los mercados no sedentarios son insuficientes para avanzar hacia otro modelo de alimentación es importante poner en marcha la Marca Huerta de Zaragoza Agroecológica para acercar el producto ecológico y de cercanía a los barrios de la ciudad.	Objetivos y Acciones nº 2	Esta acción no corresponde a este plan de acción. La Marca Huerta de Zaragoza tiene un plan de acción propio que en estos momentos no está lo suficientemente trabajado. Se están definiendo las necesidades técnicas y los servicios implicados. Se espera resolver estas cuestiones durante los próximos meses y traer el plan de acción al CALMZ para su aprobación.

<p>29-04-2022, 18:56</p>	<p>Coordinador Planta Piloto CTA Unizar</p>	<p>Valorar desarrollar iniciativas semejantes con agricultura no ¿agroecológica¿ pero de cercanía para potenciarla también. Establecer comparaciones entre los diferentes modelos, previa deifinición de unos indicadores adecuados, para demostrar la validez de las propuestas</p>	<p>A todo el conjunto de objetivos y acciones en general</p>	<p>En estos momentos existen varias iniciativas semejantes con agricultura convencional y de cercanía: - La Asociación de Hortelanos de Zaragoza tiene puestos en el mercado ambulante - Pon Aragón en Tu Mesa tiene puestos en el mercado agroalimentario de la Universidad de Zaragoza y gestiona el mercado agroalimentario de los sábados en Parque Venecia</p> <p>No obstante, hay un problema de base en cuanto a que los convencionales suelen tener su producción dirigida a otros canales que no son este tipo de mercados</p>
<p>29-04-2022, 18:57</p>	<p>Coordinador Planta Piloto CTA Unizar</p>	<p>Evaluar el por qué de la marginal presencia de productores de alimentos de origen animal en la misma. ¿Qué habría que hacer para que se incorporaran?</p>	<p>A todo el conjunto de objetivos y acciones en general</p>	<p>Aportación incorporada al OE3, acción 2 como la posibilidad de contar con mayor diversidad de productos en los mercados</p>

<p>29-04-2022, 22:17</p>	<p>ANGELES (Alianza por la Emergencia Climática)</p>	<p>Nuestro modelo de alimentación contribuye a la tercera parte de las emisiones de efectos invernadero es por ello que hay que apostar por una alimentación ecológica y de proximidad. Los mercados que se celebran en la Plaza del Pilar, Campus y Parque Venecia, son importantes pero insuficientes. Es preciso apoyar la producción ecológica de cercanía y a las personas que quieren apostar por otro modelo de alimentación acercando la producción a los barrios.</p> <p>Por todo ello consideramos se debe poner en marcha la Marca Huerta de Zaragoza Agroecológica aprobada por el Ayuntamiento en 2017</p> <p>Es importante crear espacios de venta diaria entre el agricultor y el cliente final más allá de los que ahora existen.</p>	<p>A todo el conjunto de objetivos y acciones en general</p>	<p>Respecto a la Marca Huerta de Zaragoza: Esta acción no corresponde a este plan de acción. La Marca Huerta de Zaragoza tiene un plan de acción propio que en estos momentos no está lo suficientemente trabajado. Se están definiendo las necesidades técnicas y los servicios implicados. Se espera resolver estas cuestiones durante los próximos meses y traer el plan de acción al CALMZ para su aprobación.</p> <p>Respecto a la creación de espacios de venta diaria: su valoración está incluida en las acciones del OE3.</p>
<p>29-04-2022, 23:34</p>	<p>Red de Semillas de Aragón</p>	<p>Apoyar a los productores locales con el abastecimiento de semillas y planteros de Variedades locales ecológicas</p>	<p>A todo el conjunto de objetivos y acciones en general</p>	<p>Esta aportación va más allá del ámbito de intervención de este plan de acción. Se podrá plantear su estudio y análisis en el futuro.</p>

<p>Recibida por correo electrónico el 01-05-2022, 13:13</p>	<p>Aragón Hacia la Soberanía Alimentaria (Carmen Velasco)</p>	<p>1. Más que aumentar el número de mercados, son fundamentales campañas de publicidad y promoción de los mercados existentes en la ciudad de forma que la información de su existencia llegue a la población en general, no a la que ya conoce y compra en dichos mercados. Pues la función de los agricultores es producir y no pueden dedicarse a vender durante la semana repetidamente en los distintos mercados y no hay agricultores suficientes para que sean distintos agricultores en los distintos mercados. Además de que hace falta una oferta de productos suficientemente variada que los haga atractivos, por lo tanto es conveniente dar paso a la producción artesanal, garantizando los sistemas de producción respetuosos con el medioambiente y la salud.</p>		<p>Aportación incorporada al OE3, acción 2</p>
<p>Recibida por correo electrónico el 01-05-2022, 13:13</p>	<p>Aragón Hacia la Soberanía Alimentaria (Carmen Velasco)</p>	<p>2. Además de los mercados, debería ponerse en marcha una central de compras y distribución del producto ecológico, como ya existe en otras ciudades como Barcelona, fomentando, facilitando y potenciando dicho canal, que facilite y garantice de alguna forma a los agricultores la comercialización de su producción.</p>		<p>Esta propuesta está fuera del ámbito de este plan de acción y no se encuentran entre las prioridades del Ayuntamiento en este momento. Se planteará su estudio y análisis más adelante.</p>

PLAN DE ACCIÓN: FORTALECIMIENTO DE LOS MERCADOS AGROECOLÓGICOS	
OBJETIVO GENERAL	
Caracterizar los mercados agroecológicos como canales de venta directa y planificar su futuro y posibilidades de réplica en otras localizaciones.	
RESULTADO GENERAL ESPERADO	
Se dispone de un estudio sobre el potencial de los mercados no sedentarios como transformadores del sistema alimentario local a partir de las características que definen a la muestra agroecológica como canal de venta directa en la actualidad.	
TEMPORALIZACIÓN	2022 - 2023
ACCIONES DE LA ESTRATEGIA DE ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE Y SALUDABLE RELACIONADAS	
<p>4.5.1.1. Fortalecer la Muestra Agroecológica de Zaragoza, dotándola de más recursos, y mejorando la coordinación y la dinamización, así como el control y seguimiento con la participación de los operadores afectados y la colaboración del CAAE u otras entidades.</p> <p>4.5.1.2 Impulsar nuevos canales de comercialización de circuito corto y/o venta directa de producto hortofrutícola de proximidad y ecológico en emplazamientos ubicados en los distintos barrios de la ciudad.</p>	
 <p>The illustration depicts a vibrant market stall. A farmer with a beard and a blue cap, wearing a white apron over a yellow shirt, stands behind a counter. On the counter, there are various fresh produce items including green leafy vegetables, oranges, and other fruits. A scale is visible on the counter. To the left of the stall, a wooden sign reads 'Productos de km 0'. The background features a pink brick wall, a small bird perched on the roof, and stylized green trees and bushes.</p>	

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES
<p>OE1. Estudiar la Muestra Agroecológica como canal de comercialización en venta directa y motor de sostenibilidad del sistema alimentario municipal. El estudio incluirá una consulta al sector productivo.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de contrato del estudio 2. Licitación y adjudicación del contrato 3. Devolución de resultados al CALMZ
<p>OE2. Co-diseñar, en el marco del CALMZ, un plan de seguimiento y fortalecimiento de la muestra y del resto de mercados agroecológicos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Creación del G.T de mercados no sedentarios. 2. Establecimiento del marco de trabajo y contenido del plan 3. Celebración de sesiones de co-diseño 4. Devolución de resultados del co-diseño al CALMZ
<p>OE3. Dimensionar, en base a la caracterización obtenida en el estudio anterior y seguimiento de los mercados en marcha, el potencial de los mercados no sedentarios para la transición hacia un sistema alimentario local más sostenible. Este trabajo se desarrollará dentro del GT con todos los agentes que quieran participar y de la mano con el sector productivo que participa en los mercados.</p>	<p>Algunos de los temas que se podrán trabajar son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definición de un protocolo que recoja las características (condiciones higiénico sanitarias, movilidad, viabilidad comercial..) que deben cumplir los emplazamientos para nuevos mercados 2. Identificación de posibles mejoras sobre los mercados existentes (acciones de promoción, mayor diversidad de productos, otros modelos de venta directa...). 3. Identificación de posibles ubicaciones con potencial para replicar mercados no sedentarios 4. Identificación y puesta en marcha de metodologías y sinergias entre los mercados de barrio y los no sedentarios
SERVICIOS MUNICIPALES IMPLICADOS	
<ul style="list-style-type: none"> ● Servicio de Mercados ● Instituto Municipal de Salud Pública ● Servicio de Medio Ambiente y Sostenibilidad 	