

Coordinación:
David Gallar Hernández
Isabel Vara Sánchez



ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN

Local
Próximo
Fresco de temporada
Ecológico
Directo de productores/as
Sostenible

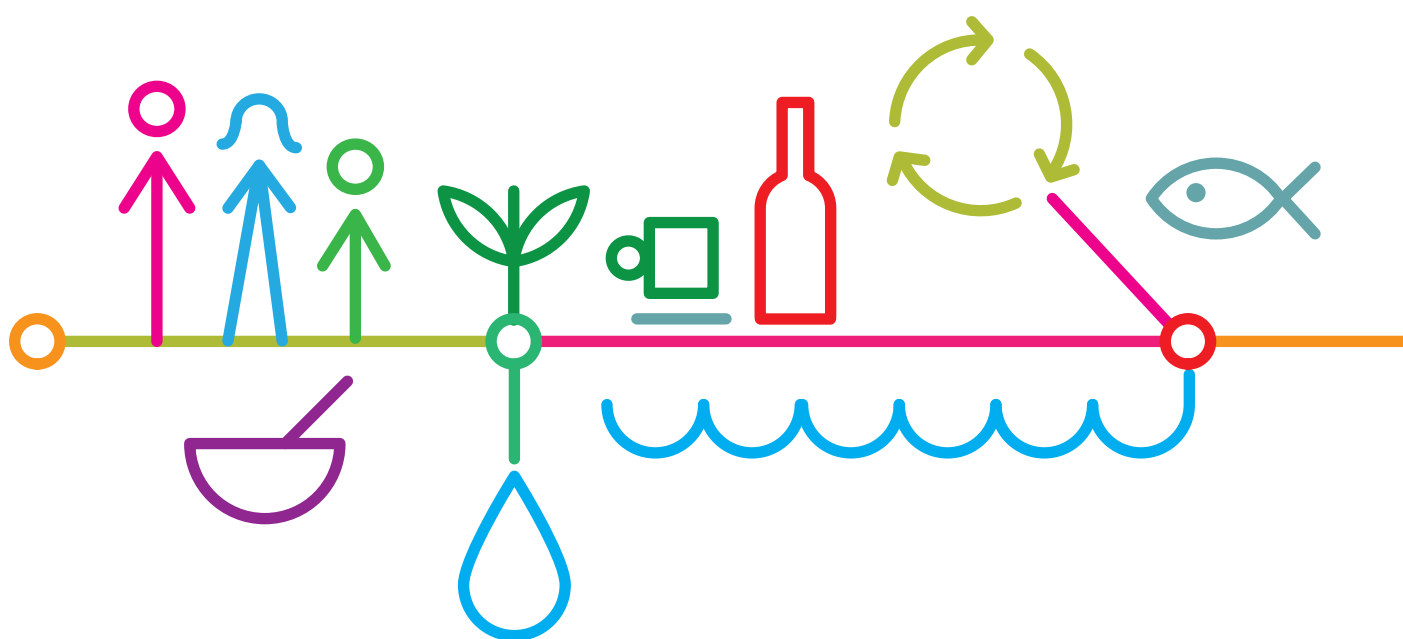
Centro-judería
Fuensanta
Ciudad jardín
Marrubial
Sector sur
Córdoba término municipal

Consumo
Producción
Distribución
Restauración
Políticas públicas

Esta investigación forma parte del proyecto “Alimentando Córdoba: Diagnóstico y proceso de articulación hacia una alimentación sana y sostenible en Córdoba”, financiado por la Fundación Daniel y Nina Carasso y el Ayuntamiento de Córdoba.

El equipo de investigación quiere agradecer su atención especialmente a todas aquellas personas que han participado en las entrevistas y las encuestas, y también a quienes han participado en las distintas jornadas de trabajo y a quienes forman parte de la Mesa de coordinación.

A todas aquellas personas y organizaciones que se preocupan y actúan por avanzar hacia sistemas agroalimentarios más sostenibles, el derecho a la alimentación adecuada y hacia la soberanía alimentaria.



Coordinación:

David Gallar e Isabel Vara

Instituto de Sociología y Estudios Campesinos –ISEC–, Universidad de Córdoba

Autoría:

Introducción: David Gallar, Isabel Vara

Capítulo 1: Marta González, David Gallar, Isabel Vara

Capítulo 2: David Gallar, Javier Poyato, Isabel Vara

Capítulo 3: David Gallar, Javier Poyato, Tereza Oliveira, Isabel Vara

Capítulo 4: David Gallar, Javier Poyato, Isabel Vara

Capítulo 5: David Gallar, Isabel Vara

Capítulo 6: David Gallar, Isabel Vara

Edita: AISEC

ISBN: 978-84-09-01353-1

Córdoba, 2017

Sumario

INTRODUCCIÓN.....	5
1. Introducción.....	6
2. El proceso (más allá del) Pacto de Milán – Alimentando Córdoba.....	7
3. Metodología.....	10
I. PRODUCCIÓN.....	11
1. Introducción: la producción y los sistemas agroalimentarios sostenibles.....	12
2. La producción alimentaria cordobesa.....	14
2.1. Población agraria.....	14
2.2. Análisis del Paisaje Agrario. Unidades del Paisaje y Corredores Ecológicos.....	17
3. Distribución y usos de los suelos agrarios.....	28
3.1. Olivar, Olivar-Frutal y Olivar-Cítrico.....	37
3.2. Forestal, Pasto Arbustivo, Pastizal y Pasto Arbolado.....	39
4. Tierras Alimentando Córdoba para Alimentos Alimentando Córdoba.....	41
4.1. Tierras Alimentando Córdoba (TAC).....	41
4.2. Cultivos Alimentos Alimentando Córdoba (AAC).....	45
5. La producción ecológica cordobesa.....	53
5.1. Alimentos Alimentando Córdoba (AAC) ecológicos.....	57
5.2. Productores/as con productos ecológicos.....	58
5.3. Los límites a lo ecológico desde la producción.....	59
6. Agricultura urbana y periurbana.....	60
6.1. Huertos urbanos municipales.....	60
6.2. Huertos urbanos comunitarios o sociales.....	64
7. La producción en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán en Córdoba.....	67
7.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	68
7.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	70
7.3. Reuniones ASACO.....	70
7.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán.....	71
7.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba.....	71
II. DISTRIBUCIÓN.....	74
1. El sector de la distribución cordobesa.....	75
1.1. Mercacórdoba.....	75
1.2. Distribuidoras cordobesas.....	76
1.3. Mercados municipales.....	77
1.4. Comercio de cercanía.....	78
1.5. Supermercados cordobeses.....	79
2. El comercio de proximidad cordobés.....	80
2.1. Datos descriptivos.....	80
2.2. Productos locales.....	82
2.3. Alimentos ecológicos.....	92
3. La distribución cordobesa y los alimentos ecológicos.....	96
3.1. Sector generalista.....	96
3.2. Sector ecológico.....	97
4. La distribución en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán en Córdoba.....	104
4.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	106
4.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	108
4.3. Reuniones ASACO.....	109

4.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán.....	110
4.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba.....	110
III. RESTAURACIÓN, GASTRONOMÍA Y HOSTELERÍA.....	113
1. Introducción.....	114
2. El sector de la gastronomía y restauración cordobesa.....	115
3. La cocina cordobesa (I).....	118
4. La cocina cordobesa (II).....	125
4.1. Datos descriptivos.....	125
4.2. Productos locales.....	127
4.3. Alimentos ecológicos.....	138
5. La gastronomía cordobesa y los productos locales.....	142
6. La gastronomía cordobesa y los alimentos ecológicos.....	143
6.1. Establecimientos con productos ecológicos.....	143
6.2. Los límites a lo ecológico desde la gastronomía y restauración.....	146
6.3. Las críticas a lo ecológico desde la gastronomía cordobesa.....	148
7. La gastronomía en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán en Córdoba.....	151
7.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	152
7.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	152
7.3. Reuniones ASACO.....	153
7.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán.....	153
7.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba.....	153
IV. CONSUMO.....	156
1. Introducción: el consumo de alimentos en Córdoba.....	157
2. Consumo generalista de alimentos en Córdoba.....	157
2.1. Datos sociodemográficos.....	157
2.2. Consumo de productos locales.....	162
2.3. Consumo de productos ecológicos.....	170
3. Consumidores de productos ecológicos: contexto, limitantes y estrategias de superación.....	174
Origen.....	175
Sabor.....	176
Libres de agrotóxicos.....	176
3.1. Los alimentos ecológicos en el <i>Comer bien</i>	176
Limitantes y estrategias de respuesta para el consumo de alimentos ecológicos.....	178
Precio.....	178
Disponibilidad y diversidad.....	180
Conocimientos y habilidades.....	181
Presión social.....	183
Tiempo.....	184
Políticas públicas.....	185
3.2. Conclusiones.....	186
3.3. Cooperativa agroecológica La Acequia.....	186
4. El consumo en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán.....	188
4.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	189
4.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	192
4.3. Reuniones ASACO.....	193
4.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán.....	193
4.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba.....	193
V. POLÍTICAS PÚBLICAS.....	197
1. Las políticas públicas alimentarias cordobesas.....	198
1.1. La oportunidad del proceso (más allá del) Pacto de Milán: de la desarticulación a la Mesa de Coordinación.....	198

1.2. Políticas públicas alimentarias municipales para un sistema agroalimentario más sostenible	201
Propuesta de comedor comunitario.....	209
Moneda social para alimentos.....	209
2. Las políticas públicas alimentarias cordobesas y los alimentos ecológicos.....	210
2.1. Acciones con alimentos ecológicos.....	210
Gastronomía sostenible.....	211
Puesto móvil de zumos y fruta ecológica “4 estaciones”	212
Compra pública: entrega de comida a domicilio.....	214
Compra pública: bar-cafetería del zoológico.....	215
3. Las políticas públicas en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán en Córdoba.....	215
3.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	216
3.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba.....	224
3.3. Reuniones ASACO.....	224
3.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán.....	225
3.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba.....	225
VI. CONCLUSIONES.....	231
1. Un diagnóstico de enfoque integral para un sistema agroalimentario más sostenible.....	232

ANEXOS

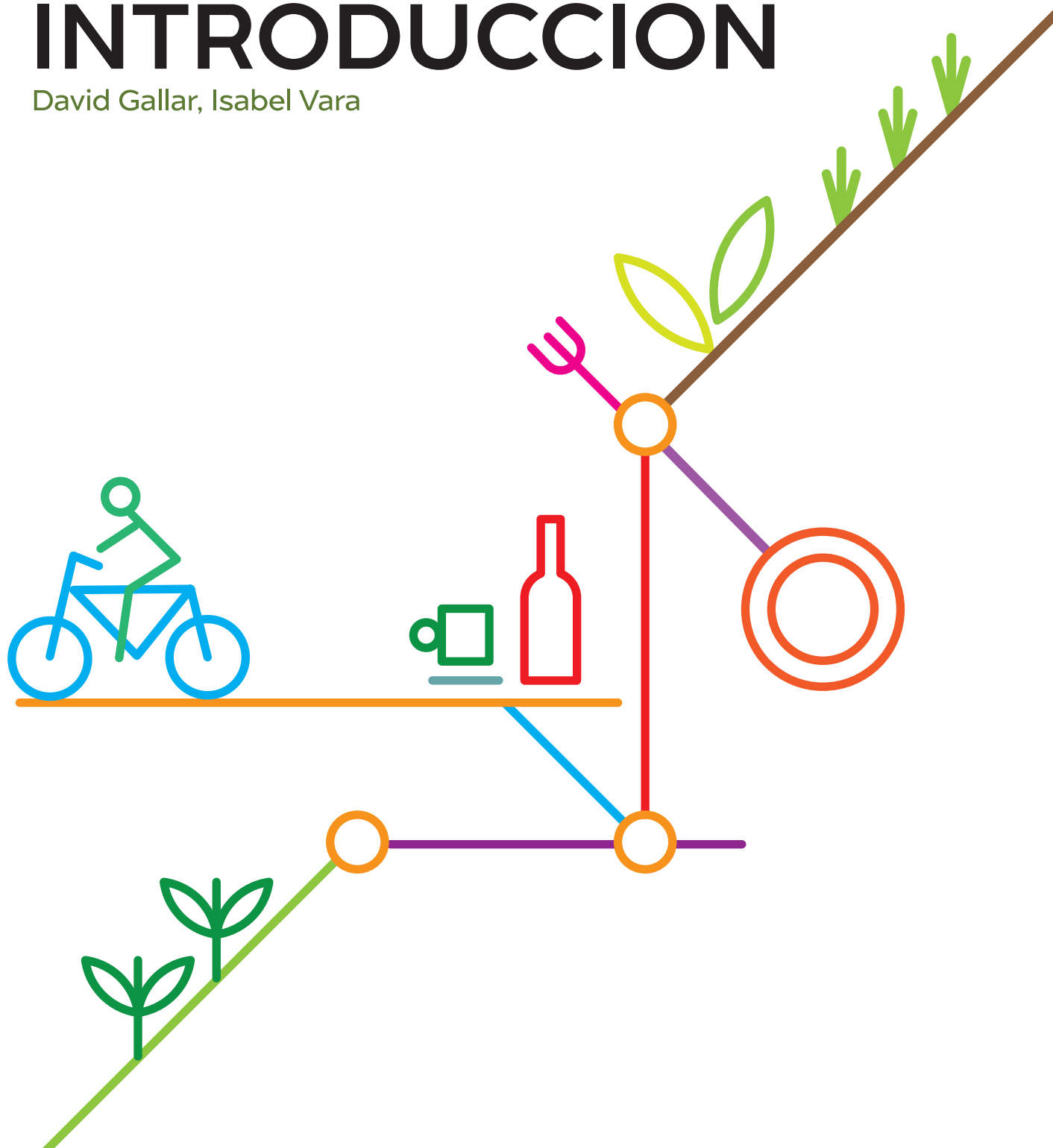
1. Pacto de políticas alimentarias urbanas de Milán
2. Adhesión de la ciudad de Córdoba al Pacto de Milán
3. Adhesión de la ciudad de Córdoba a la Red de ciudades por la agroecología
4. Intervención ISEC en el pleno municipal de la adhesión de la ciudad de Córdoba a la Red de ciudades por la agroecología
5. Resultados de I jornada de trabajo sobre la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba: Diagnóstico participativo de acciones vinculadas con el Pacto Milán en desarrollo por parte de diferentes actores
6. Resultados de II jornada de trabajo sobre la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba: Priorización participativa de propuestas de acción
7. Resultados de III jornada de trabajo sobre la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba: Hoja de ruta a corto, medio y largo plazo
8. Díptico resumen de resultados diagnóstico
9. Presentación resultados diagnóstico
10. Pliego de contratación de servicio de reparto de comida a domicilio
11. Pliego de contratación de servicio de bar-cafetería del zoológico
12. Guión-cuestionario a Distribución
13. Guión-cuestionario a Restauración
14. Guión-cuestionario a Consumo

ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN

INTRODUCCIÓN

David Gallar, Isabel Vara



1. Introducción

A lo largo de este trabajo, “Diagnóstico del sistema agroalimentario local actual y su potencial hacia una alimentación sostenible y sana”, analizaremos la composición, los elementos y la situación de dicho sistema agroalimentario y cuáles son las potencialidades y las acciones que efectivamente ya se están desarrollando en la ciudad de Córdoba para lograr un territorio y un sistema agroalimentario más sostenible y una alimentación más sana.

Dicho diagnóstico incluye los distintos elementos del sistema agroalimentario enfocándose a la evaluación de su sostenibilidad ambiental y salud alimentaria. Estos elementos y sectores son 1) territorio municipal: usos del suelo actuales, potencial agrario y de transición agroecológica; sector de producción agraria local, tanto de la ciudad como de las redes existentes y potenciales: caracterización de explotaciones e iniciativas productivas, identificación de necesidades y demandas, canales de comercialización y potencial de transición agroecológica; 2) sector de distribución: identificación de canales, uso y percepción de productos locales, potencial de uso de productos locales y potencial de transición a productos agroecológicos; 3) sector restauración y gastronomía: caracterización de perfiles, identificación de necesidades y demandas, uso y percepción de productos locales, potencial de uso de productos locales y potencial de transición a productos agroecológicos; 4) sector consumo: caracterización de perfiles y hábitos de consumo, identificación de necesidades y demandas, uso y percepción de productos locales, potencial de uso de productos locales y potencial de transición a productos agroecológicos; 5) diagnóstico participativo de acciones y líneas estratégicas y potencial de transformación inmediato de las políticas municipales.

Este diagnóstico forma parte de una estrategia global que se está desarrollando en la ciudad de Córdoba vinculada a la firma por parte del Ayuntamiento, a través de una declaración conjunta por parte de todos los partidos y con participación y apoyo expreso por parte de algunos colectivos sociales de la ciudad, del llamado Pacto de Milán, el Pacto por las políticas alimentarias urbanas de Milán, para consolidar un proceso social y político colectivo que desemboque en el avance hacia sistemas agroalimentarios más sanos, sostenibles y participativos, hacia la soberanía alimentaria.

Este proceso más amplio en ocasiones viene denominándose “Alimentando Córdoba”, como una forma de ir más allá de la figura del Pacto de Milán y una manera de dotar de una identidad propia al proceso. En algunas ocasiones se ha definido que parte del objetivo de este proceso es incrementar la producción y consumo de alimentos “Alimentando Córdoba” (AAC): 1) frescos, 2) producidos en el municipio y provincia de Córdoba, 3) de temporada, 4) que generan una relación directa y de proximidad entre quien produce y quien consume el producto, 5) de producción sostenible (ecológico certificado, SPG¹ o en proceso colectivo y controlado de transición hacia manejos más sostenibles -reducción de agua, reducción de químicos, incorporación de variedades locales, aspectos energéticos, etc.-), y 6) sostenibles también desde el punto de vista de lo social, respetando los derechos individuales y colectivos y promoviendo la equidad y la justicia social. En este primer momento de diagnóstico y proceso colectivo, de manera instrumental la definición de los AAC se ciñe a alimentos frescos, pero se entiende, evidentemente, que esta definición de AAC tendrá que irse ampliando al resto de productos.

A lo largo de este diagnóstico se abordará el papel de los Alimentos Alimentando Córdoba (AAC) y también a las tierras, en este caso del término municipal, en las que se producen dichos productos o que tienen potencial para ello: aquellas que hemos llamado Tierras Alimentando Córdoba (TAC).

En este sentido, el proceso Alimentando Córdoba se entiende desde una visión de sistema agroalimentario y de territorio: un territorio en primer lugar municipal pero que requiere necesariamente la ampliación a una escala provincial (y a las zonas limítrofes que históricamente forman parte de los flujos de producción y consumo de alimentos frescos en la ciudad de Córdoba),

1 Sistemas Participativos de Garantía

a una mirada biorregional, como parte de un proceso que se retroalimenta y por el cual tanto la producción y el consumo de la ciudad y de la provincia se necesitan mutuamente para generar “espirales virtuosas” y sinergias que favorezcan a todos los actores y favorezcan el mantenimiento y promoción de un paisaje territorial coherente y sostenible, con el protagonismo correspondiente de lo agrario y la promoción y protección de las tierras fértiles y todo su patrimonio agrario.

El proceso Alimentando Córdoba está en fase de gestación pero, como veremos más adelante, ya ha dado sus primeros pasos y avanza apoyado en otros proyectos, actividades y procesos colectivos en los que están implicados diferentes actores de la ciudad, tanto desde el ámbito productivo como desde el social, político o educativo, entre otros.

De hecho, como veremos más adelante, aunque el proceso en el que se encuentra actualmente la ciudad de Córdoba está vinculado a la firma del Ayuntamiento del Pacto de Milán, debe tenerse en cuenta que ya existían distintas iniciativas tanto desde las políticas públicas como desde fuera que trataban de apostar por la alimentación saludable, la educación ambiental a través de lo agrario, la soberanía alimentaria, la agroecología o la producción ecológica.

A continuación se presentan los diagnósticos parciales de los diferentes elementos del sistema agroalimentario de la ciudad de Córdoba.

2. El proceso (más allá del) Pacto de Milán – Alimentando Córdoba

El presente diagnóstico forma parte del propio proceso de implicación y apoyo colectivo, tanto desde las políticas públicas como desde las organizaciones sociales, a la puesta en marcha de un proceso de trabajo, de reflexión y acción para lograr sistemas agroalimentarios locales más sostenibles y sanos, y avanzar hacia mayores niveles de soberanía alimentaria y reconocimiento y práctica del derecho a la alimentación adecuada en la ciudad de Córdoba, además de su capacidad de ampliarse hacia el resto de la provincia y/o biorregión.

Los orígenes inmediatos de este proceso pueden encontrarse en el “descubrimiento” del Pacto de Milán por parte de algunos colectivos y su presentación al Ayuntamiento; sin embargo, esto obviaría los orígenes previos y la labor desde dichos colectivos sociales y también de parte del propio Ayuntamiento. En todo caso, a continuación nos centraremos en la presentación de los orígenes inmediatos del proceso y su desarrollo posterior.

Este proceso se enmarca en una oportunidad política marcada por un gobierno municipal en el que existe cierta sensibilidad en distintas esferas a la cuestión alimentaria. Por un lado, la concejalía de Medio Ambiente poseía su propio programa de actividades de educación ambiental, huertos sociales y alimentación saludable. A su vez, desde el ámbito de Comercio se habían abierto algunas vías de comunicación para trabajar la cuestión de los productos de proximidad y los mercados municipales. Igualmente, Mercacórdoba, en tanto que empresa municipal, estaba en negociaciones con el Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de la Universidad de Córdoba (ISEC) para trabajar y profundizar la cuestión de los alimentos locales y ecológicos. A su vez, desde algunos grupos políticos se estaba incorporando la cuestión de la agroecología y el derecho a la alimentación en sus líneas estratégicas.

En este contexto, VSF-Justicia Alimentaria Global propuso una reunión a la concejalía de Medio Ambiente en la que participa también el ISEC, para discutir sobre la potencialidad del Pacto de Milán como marco de trabajo que ya se estaba aprovechando en otras ciudades españolas (especialmente Valencia). En ese momento se empiezan a aglutinar las propuestas agroecológicas

alrededor de dicho Pacto de Milán como un marco instrumental útil para canalizar todas las propuestas previas y la construcción de un espacio de trabajo colectivo desde lo político con participación social. A este marco de trabajo se suma el acuerdo entre Medio Ambiente y el Ecomercado como una forma de dar cobertura a las dificultades administrativas de ubicación física del Ecomercado y de, en principio, ampliar el apoyo del Ayuntamiento al Ecomercado.

A su vez, los colectivos sociales miembros de la Alianza por la Soberanía Alimentaria de Córdoba (ASACO), comienzan un proceso de reflexión propuesto por VSF-Justicia Alimentaria Global e ISEC sobre cómo afrontar un plan de avance en agroecología en la ciudad.

Un marco de trabajo que, desde un inicio, por todas las partes se ve condicionado por tres compromisos: 1) la gestión a través de un proceso participativo de las acciones y desarrollo del Pacto de Milán, 2) la implementación de decisiones políticas integrales y 3) la dotación de recursos, todo ello orientado hacia un “nuevo modelo de ciudad” en lo que afectaba a la alimentación y la agricultura.

En este contexto se llega al compromiso de la firma del Pacto de Milán por el Ayuntamiento, algo que se logra incluyendo a todos los partidos políticos que, por unanimidad, deciden apoyar la firma del Pacto de Milán mediante declaración institucional en pleno del día 11 de noviembre de 2016, con la participación de dos colectivos sociales en el turno de palabra del pleno. A la vista de la predisposición y el compromiso político del Ayuntamiento, los colectivos sociales deciden apoyar la firma del Pacto de Milán con su presencia en el turno de palabra del pleno (el Ecomercado y VSF como representante de ASACO), insistiendo en las tres condiciones ya mencionadas.

Dicho compromiso de implementar un proceso participativo se materializa en la convocatoria de dos jornadas abiertas de reflexión y diagnóstico participativo, coordinadas por Medio Ambiente y con la participación en su diseño estratégico y técnico de la delegación de Participación, el Ecomercado, ISEC y VSF.

A partir de estas dos jornadas de trabajo, realizadas en enero y marzo de 2017, se sigue profundizando en la necesidad de un espacio real de participación y se propone la creación de una mesa de coordinación (y no de seguimiento) en la que los diferentes actores puedan plantear y proponer las líneas estratégicas de trabajo para la ciudad. Como veremos más adelante, esta Mesa de coordinación ha supuesto la consolidación de un espacio de trabajo colectivo, incluyendo diversidad de actores institucionales y sociales.

A su vez, en este contexto, desde la negociación política de modificaciones presupuestarias emerge un cambio presupuestario que incorpora, entre otras cosas, dos nuevas partidas destinadas a 1) *“Puesta en marcha del Plan de Apoyo al Comercio de Cercanía incluyendo **circuitos cortos, agroecología** y cooperativismo, así como medidas para apoyar la competitividad del comercio cercano frente a grandes superficies y creación de redes locales. Incremento del presupuesto de Comercio en un 50%. Total 207.043 euros”* y 2) *“Prever partidas para iniciar un proceso de “Comunidades en transición” (..) que incluyan medidas para la **soberanía alimentaria** (con un primer encuentro en enero para poner en común delegaciones y colectivos qué pueden hacer para desarrollar el **Pacto de Milán**), y la protección de los espacios de interés ambiental (...) los de uso agrícola (sentando las bases de un **parque agrario** en sintonía con el **Pacto de Milán**) (...) Partida de 200.000 euros”* [negrita propia].

Mientras tanto, este proceso participativo prevé como hito general unas jornadas en las que se construya colectivamente una hoja de ruta a corto, medio y largo plazo para las cuestiones relacionadas con la alimentación sostenible y sana de la ciudad. Dichas conclusiones, junto al resto de fases del proceso participativo se incluyen al final de cada capítulo.

EVENTOS	FECHAS
---------	--------

Córdoba agroecológica - ASACO	1990-2016
Convenio Ecomercado y Medio Ambiente	2015-16
Mercacórdoba y Comercio - ISEC	2015-16
Oportunidad política	2016
Negociación Ayto – ISEC - VSF	Julio – septiembre 2016
Proceso ASACO y Pacto de Milán	Noviembre – diciembre 2016
Adhesión Pacto de Milán	11 noviembre 2016
Presentación Proyecto Carasso: Diagnóstico y proceso de articulación hacia una alimentación sana y sostenible en Córdoba	28 noviembre 2016
Jornada Pacto de Milán 1: Acciones en desarrollo	23 enero 2017
Partidas presupuestarias Pacto de Milán	Enero 2017
Propuesta de Mesa de Coordinación	Febrero 2017
Jornada Pacto de Milán 2: Priorización de propuestas	13 marzo 2017
Presentación Proyecto Carasso Alimentando Córdoba	25 abril 2017
Mesa de Coordinación: constitución	27 abril 2017
Mesa de Coordinación: Propuestas de acciones en torno al Pacto de Milán	30 mayo 2017
Mesa de Coordinación: Priorización de propuestas	29 junio 2017
Adhesión Red de Ciudades por la Agroecología	12 septiembre 2017
Encuentro Red de Ciudades por la Agroecología	14-17 septiembre 2017
Mesa de Coordinación: seguimiento de pliegos	18 octubre 2017
Encuentro Ciudades Pacto de Milán (Valencia)	19-21 octubre 2017
Jornadas Gastronomía sostenible	Noviembre-diciembre 2017
Campaña de comunicación Pacto de Milán	Noviembre-diciembre 2017
Devolución de diagnóstico y construcción de hoja de ruta	22 noviembre 2017
Mesa de Coordinación: consolidación hoja de ruta, presupuestos y seguimiento actividades	30 noviembre 2017

En todo caso, el proceso colectivo se ha activado radicalmente gracias a la conformación de la Mesa de coordinación y la discusión en torno al destino de la primera partida presupuestaria específica. Una discusión que ha incluido el apoyo por parte del ayuntamiento para un proyecto a tres años de intervención en el sistema agroalimentario de Córdoba con participación de los principales agentes de la Mesa de coordinación, cofinanciado por la Fundación Daniel y Nina Carasso, y coordinado por el ISEC, y cuyos objetivos veremos más adelante.

Tal como veremos en cada uno de los capítulos sectoriales, en esta Mesa de coordinación han surgido diversas ideas y propuestas de diferentes actores institucionales y sociales, que han aprovechado también los resultados de las dos jornadas de diagnóstico participativo de inicio del proceso, lo cual está redundando en la activación de líneas de trabajo desde lo institucional y desde lo social.

Este diagnóstico que aquí se presenta es, a su vez, parte de este proceso de implicación política y social, y de articulación colectiva para el avance hacia un sistema agroalimentario sostenible y sano.

De este modo, se observa que, aunque siga vinculado al Pacto de Milán, este proceso va más allá y ha generado un espacio de participación abierto y comprometido con los avances hacia la

alimentación sana y sostenible en la ciudad. De ahí que a lo largo de este documento se utilice la fórmula (más allá del) Pacto de Milán.

3. Metodología

Para la realización de este diagnóstico se han planteado distintos enfoques de trabajo y diversas técnicas de investigación.

Para el caso del análisis del territorio y los usos agrarios se ha trabajado con fuentes secundarias (censos agrarios, bases de datos públicas, mapas y sistemas de identificación geográfica) entre los que se ha logrado, salvando las dificultades de las carencias o incompatibilidades de datos entre escalas y fechas, ofrecer una imagen ajustada del territorio. También se han realizado transectos de diagnóstico en el territorio identificando y fotografiando elementos del mismo para plasmar las dinámicas de paisaje analizadas a la hora de discutir las unidades de paisaje y los corredores ecológicos presentes (o ausentes) en el territorio. También se han realizado entrevistas a productoras del sector ecológico, a personal técnico del Ayuntamiento y a experiencias de agricultura urbana.

En los sectores de la distribución, la restauración y el consumo se ha utilizado un enfoque mixto en el que, además de trabajar con fuentes secundarias y referencias bibliográficas, se ha hecho trabajo de campo en el que se han realizado encuestas que finalmente han derivado en todos los casos en entrevistas estructuradas, con lo que ello ha generado de complejidad y dedicación de tiempo a cada una de las entrevistas. El número de entrevistas estructuradas ha sido de 50 en el ámbito de la distribución y la restauración, y de 102 en el ámbito del consumo.

En todos los sectores se han realizado entrevistas en profundidad a informantes clave del sistema agroalimentario y se ha hecho un análisis de distintos eventos en torno a la alimentación, visitas a restaurantes y análisis de páginas web.

Este trabajo de campo y el análisis subsiguiente se ha visto beneficiado por la experiencia investigadora y la participación del equipo de investigación en el campo de los sistemas agroalimentarios sostenibles en Córdoba y fuera de Córdoba, así como la participación y sistematización del proceso participativo (más allá del) Pacto de Milán.

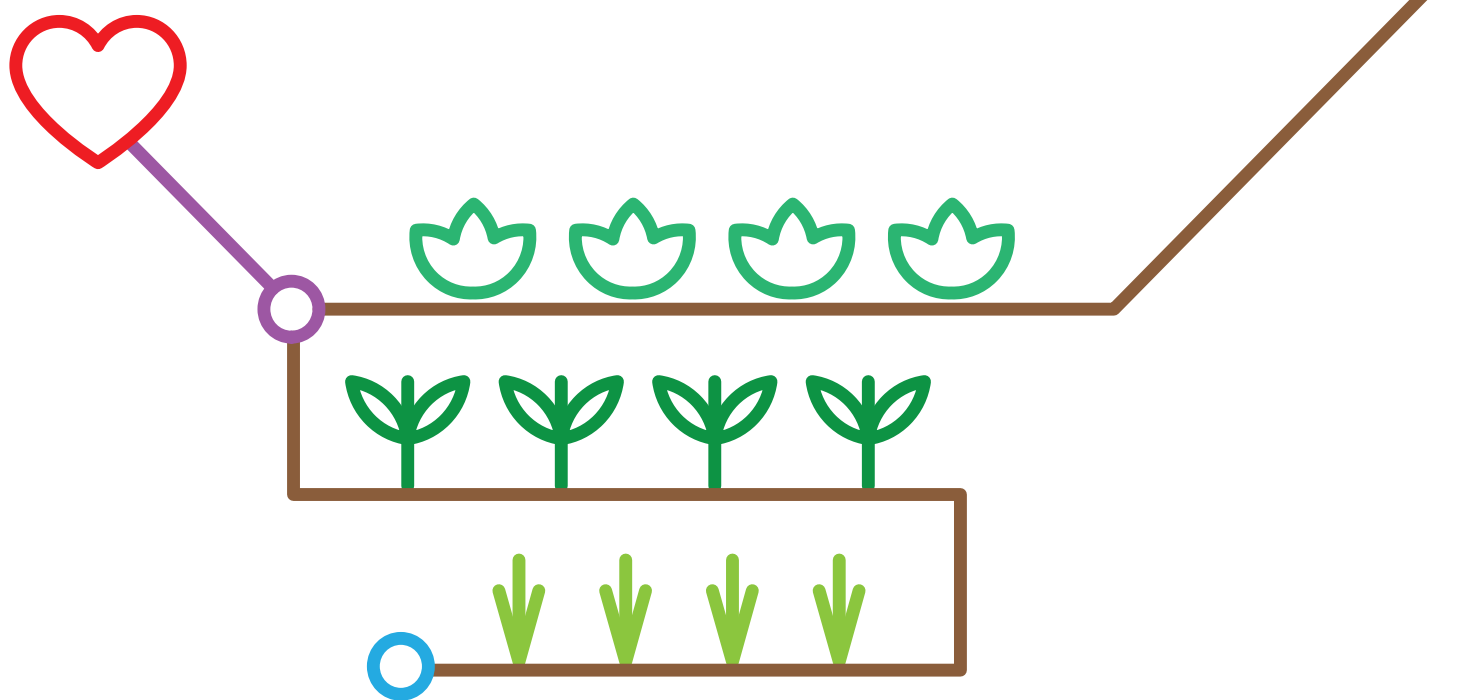
Este trabajo de campo se ha complementado con la sistematización de los resultados de las jornadas de trabajo colectivas, el seguimiento del proceso de la Mesa de Coordinación y las dinámicas de reflexión de los colectivos sociales de la Alianza por la Soberanía Alimentaria de Córdoba (ASACO).

ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN

1 PRODUCCIÓN

Marta González, David Gallar, Isabel Vara



1. Introducción: la producción y los sistemas agroalimentarios sostenibles

De un tiempo a esta parte la palabra crisis ha ido convirtiéndose en un lugar frecuente en el cotidiano de nuestras vidas. Se habla de múltiples crisis (ecológica, económica, social y de los cuidados), y en medio de la confusión entre la sostenibilidad y el desarrollo, entre lo moderno y lo tradicional, los derechos se van quedando a un lado para avanzar hacia la globalización depravada de lógica industrial-capitalista.

El paradigma de la modernidad ha potenciado la consolidación de lo urbano como modelo territorial de referencia, acarreando un abandono del medio rural, una clara deslocalización de la producción, y una agricultura cada vez más especializada, donde los sistemas rurales multifuncionales se han ido simplificando para convertirse en sistemas industrializados de producción de materias primas, lo cual “no contribuye precisamente al mosaico paisajístico construido durante siglos de coevolución ecológica y social campesina, sino que crea un nuevo paisaje acorde con la intensificación, artificialización y desterritorialización de la agricultura industrial, acompañado de las infraestructuras de la modernización que transforman el paisaje, los territorios y las relaciones entre ellos”².

Esta ruptura del equilibrio metabólico producida por la desagrarización territorial y cultural y el triunfo del agronegocio ha hecho que la agricultura, haya ido a su vez perdiendo peso en el sistema económico y social, expulsando del sistema agroalimentario globalizado a los y las pequeñas productoras principalmente y por lo tanto alejándose de la propuesta de Soberanía Alimentaria³ impulsada desde los movimientos sociales.

La lógica del sistema económico, de producción y de crecimiento sin límites actual ha provocado un desequilibrio en las relaciones entre el campo y la ciudad dando lugar a la ruptura del territorio en una marcada dicotomía entre las zonas de abastecimiento (los espacios rurales) y las zonas de consumo (los espacios urbanos).

El sistema alimentario industrial y globalizado genera un impacto múltiple: impactos sociales (destrucción de empleo local; marginalización laboral, etc.), ambientales (ineficiencia energética; pérdida de biodiversidad, etc.) o culturales (destrucción de los paisajes tradicionales; pérdida de conocimientos tradicionales, etc.)⁴.

La resistencia a la modernidad y la mitigación de los impactos antes mencionados, debe venir desde otros modelos de producción sustentables, y es aquí donde la agroecología se presenta como una alternativa sólida.

La relocalización de los sistemas agroalimentarios, y la repolitización del consumo suponen un enorme reto. Las propuestas alternativas al sistema alimentario globalizado se han desarrollado tanto desde los ámbitos rurales a través de las movilizaciones de campesinos y trabajadores agrícolas, como, más recientemente, en la ciudad, a partir de consumidores y movimientos sociales

2 Gallar, D.; Matarán, A. (2015) “La construcción social de la ruralidad: coevolución, sustentabilidad y patrimonialización” en Castillo, J. (Ed.) *El patrimonio agrario. La construcción cultural del territorio a través de la actividad agraria*, UNIA, Sevilla; pp. 73-117.

3 La Soberanía Alimentaria es el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, ganaderas, forestales, pesqueras y en general agrarias y alimentarias que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias exclusivas. Esto incluye el derecho real a la alimentación y a la producción de alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho de tener alimentos y recursos para la producción de alimentos seguros, nutritivos y culturalmente apropiados, así como la capacidad de mantenerse a sí mismos y a sus sociedades. (“Soberanía alimentaria”: un derecho para todos”. Declaración política del Foro de ONG/OSC para la Soberanía Alimentaria. Roma, junio de 2002.)

4 Simón Fernández, X., Copena Rodríguez D. y Rodríguez Amoedo L. (2010) Construyendo alternativas agroecológicas al sistema agroalimentario global: Acción y reacción en el estado Español. *Revista de Economía Crítica*, n.o 10, segundo semestre 2010.

urbanos que de distintas maneras han trabajado en la articulación de producción y consumo (Calle et al, 2012).

El reto, por tanto, al que se enfrentan los territorios -principalmente las ciudades- es, tal y como se indica en el manifiesto de la Red de Ciudades por la Agroecología:

“superar el estancamiento económico, aprovechando los recursos locales como generadores de riqueza social y empleo digno. Y por otro, recuperar y conservar las tierras agrarias urbanas y periurbanas, de cara a asegurar el abastecimiento de alimentos de cercanía y de calidad, y recuperar los servicios ambientales asociados a un territorio agrario vivo y bien conservado”

Frente a estos desafíos, como también se recoge en el manifiesto, la propuesta de la agroecología es un pilar básico para la construcción de sistemas alimentarios locales sustentables, o en palabras de Sevilla Guzmán, la agroecología constituye *“una estrategia metodológica pluridisciplinar y pluriepistemológica para encarar la actual crisis medioambiental y social, desde un manejo participativo de los recursos naturales, a través de propuestas de desarrollo local y mediante redes que elaboren propuestas alternativas al actual tipo de sociedad modernoindustrial imperante”*⁵.

El crecimiento exponencial de la población mundial, unido a que más de la mitad de la población total vive en zonas urbanas, y esta cifra sigue aumentando, a la vez que disminuye el número de personas dedicadas a la producción de alimentos, hace que garantizar el derecho a la alimentación, tal y como se recoge en el artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948⁶ suponga un desafío a escala planetaria.

Impulsadas por este reto, desde 2015 algunas ciudades vienen trabajando para presentar algunas propuestas para enfrentarse a los problemas de la alimentación a nivel mundial. De estas reflexiones, iniciadas a raíz de una exposición mundial en Milán (Italia), surgió el “Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán” que fue firmado inicialmente por 100 ciudades en octubre de 2015 y que en la actualidad han suscrito más de 150 ciudades de todo el mundo. Un Pacto de Milán que supone una herramienta más en la discusión en torno a la sostenibilidad y a los distintos modelos productivos y agroalimentarios, como también propone La Vía Campesina a través de su propuesta de la soberanía alimentaria.

5 Sevilla Guzmán, E. (2003) El desarrollo rural de la «otra modernidad»: elementos para recampesinizar la agricultura desde la agroecología. En Encina, J.; Ávila, M.A.; Fernández, M. y Rosa, M. (coord.) *Praxis participativas desde el medio rural*. Madrid: IEPALA-CIMA.

6 <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights>

2. La producción alimentaria cordobesa

El Término Municipal de Córdoba según datos del SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía) tiene una extensión de 1.254,9 km², y está compuesto por 69 núcleos⁷. Es el 4º municipio más extenso del territorio español.

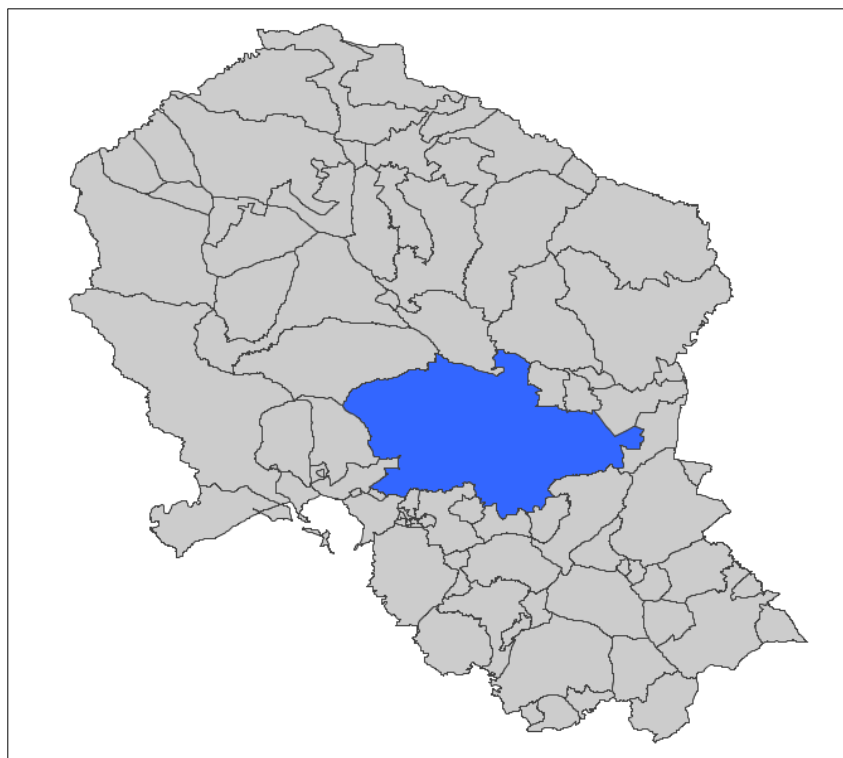


Gráfico 1. Mapa de la Provincia y Término Municipal de Córdoba

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía

La población total en 2016 es de 326.609 personas, 156.914 hombres y 169.695 mujeres. La población en núcleos es de 319.681 y diseminados 6.928 personas.

El porcentaje de población menor de 20 años es del 20,73% y mayor de 65 es el 17,77%, con un incremento relativo de la población en diez años del 1,16%.

2.1. Población agraria

El número total de titulares de explotación, según datos del censo 1999 del SIMA para el Término Municipal de Córdoba, era de 1.173 personas, cantidad que ha disminuido un 23% para el censo de 2009, siendo de 905 personas, de las que 554 son hombres (61%) y 351 mujeres (39%).

⁷ Se considera Núcleo de población a un conjunto de al menos diez edificaciones, que están formando calles, plazas y otras vías urbanas. Por excepción, el número de edificaciones podrá ser inferior a 10, siempre que la población que habita las mismas supere los 50 habitantes. Se incluyen en el núcleo aquellas edificaciones que, estando aisladas, distan menos de 200 metros de los límites exteriores del mencionado conjunto, si bien en la determinación de dicha distancia han de excluirse los terrenos ocupados por instalaciones industriales o comerciales, parques, jardines, zonas deportivas, cementerios, aparcamientos y otros, así como los canales o ríos que puedan ser cruzados por puentes. Las edificaciones o viviendas de una entidad singular de población que no pueden ser incluidas en el concepto de núcleo se consideran en diseminado. Una entidad singular de población puede tener uno o varios núcleos, o incluso ninguno, si toda ella se encuentra en diseminado. Ninguna vivienda puede pertenecer simultáneamente a dos o más núcleos, o a un núcleo y un diseminado. Unidad: núcleos de población. Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Revisión del Nomenclator de enero de 2016 del Instituto Nacional de Estadística Año 2016

Si observamos en la siguiente gráfica la distribución de titulares y jefes/as de explotación, vemos que el 85% de las y los titulares tienen más de 45 años.

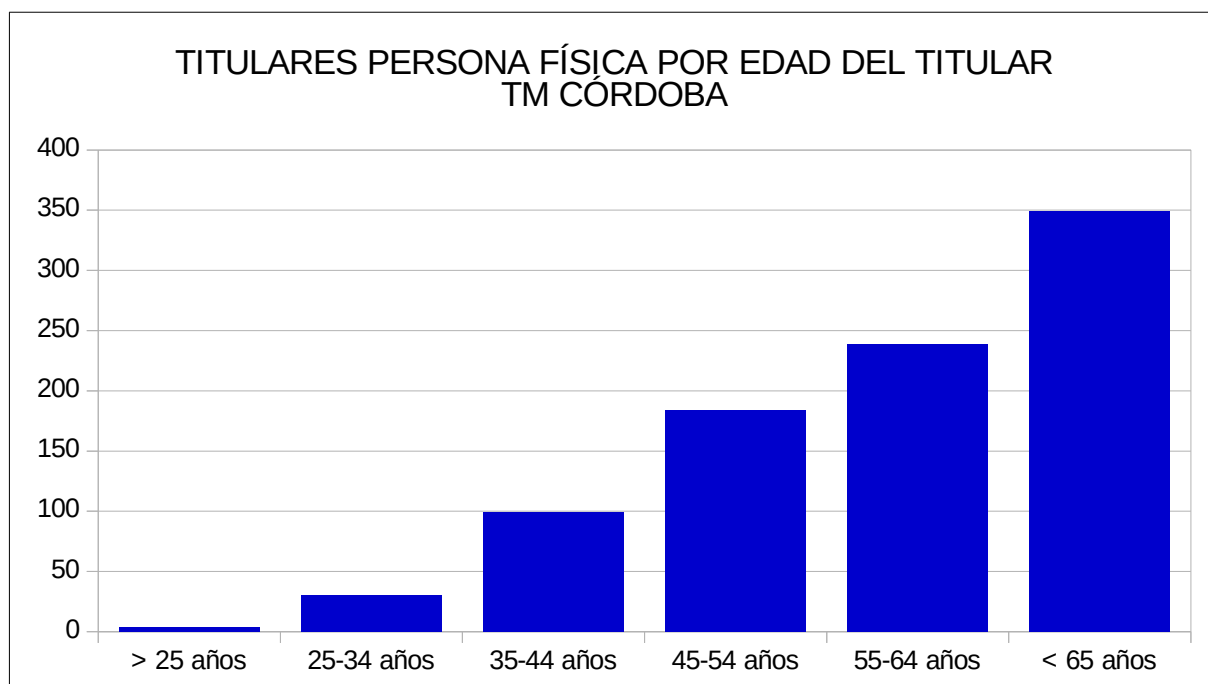


Gráfico 2. Titulares persona física por edad del titular
Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Censo 2009

En la provincia, el total de titulares de explotación es de 33.591 (casi un 29% menos que en 1999), siendo el 78% menor de 45 años. En este caso la brecha de género en cuanto a titulares de explotación en la provincia de Córdoba es algo superior, ya que el porcentaje de mujeres titulares es tan solo del 33% (11.183 en total).

Según datos del SIMA 2001, la población activa en la provincia asciende a 250.912 personas, y el sector de la agricultura, ganadería, caza y selvicultura supone el 16% de la población activa de Córdoba. En el término municipal de Córdoba este porcentaje desciende a menos del 3% (3.313 personas) debido a que el grueso de la población está en la capital y se dedica a otras actividades

POBLACIÓN OCUPADA POR ACTIVIDAD (simplificada)				
		Hombres	Mujeres	Ambos sexos
TM Córdoba	Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	2.176	957	3.133
	Total actividades económicas	65.675	39.940	105.615
Provincia	Agricultura, ganadería, caza y selvicultura	27.090	13.883	40.973
	Total actividades económicas	164.338	86.574	250.912

económicas como el comercio, la construcción o la Administración Pública.

Tabla 1. Población ocupada por actividad

Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía), 2001

En cuanto a las Unidades de Trabajo por Año en explotaciones agrarias (UTA⁸), a nivel provincial apenas se ha producido variación entre 1999 y 2009; sin embargo, según datos del Municipio, ha habido un incremento de más del 62% consecuencia fundamentalmente del proceso de concentración de tierras (menor número de explotaciones pero mayor superficie media por explotación) y de la mayor incidencia de cultivos intensivos en mano de obra.

Unidades de trabajo-año en explotaciones agrarias				
Territorio	Córdoba (capital)		Provincia	
	1999	2009	1999	2009
Censo agrario				
UTA/año	2.273	3.695	34.283	34.603

Tabla 2. Unidades de trabajo-año en explotaciones agrarias
Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía)

Aunque no se dispone de datos a nivel municipal de la mano de obra de carácter familiar (titulares y colaboradores), según un estudio del Departamento Temático B: Políticas Estructurales y de Cohesión del Parlamento Europeo (2016) se señala que ésta supone casi la mitad de las UTA totales. En este mismo estudio, se presentan datos sobre la evolución de la relación entre SAU y UTA, la cual ha ido mejorando de forma constante pasando de necesitar 19,25 Has para dar una UTA en 1999 a 18 Has en 2013.

Sin embargo, tal y como señala Atance Muñiz (2013, p. 113):

La Renta Agraria en España ha ido descendiendo un 33% entre 2003 (su máximo) y 2011 (el descenso es de solo un 18 % si se analiza desde 1993) y, en términos reales por persona ocupada (por UTA), ha caído un 20 % desde 2003 (se ha mantenido desde 1993).

Esto, sumado a que la Renta Agraria por UTA en 2008 fue un 25% menor a la remuneración del empleo asalariado en los demás sectores productivos, y llegaría a casi el 50% si no se contabilizasen las subvenciones, a pesar de que en la Renta Agraria se debería remunerar además del trabajo, la tierra y el capital propios (MARM, 2009).

Las bajas rentas, junto con el envejecimiento de la población, serían algunas de las amenazas que sufre el sector agrícola en el municipio de Córdoba.

⁸UTA: Unidades de Trabajo/año. 1 UTA equivale al trabajo que realiza una persona a tiempo completo a lo largo de 1 año (1.826 horas)

2.2. Análisis del Paisaje Agrario. Unidades del Paisaje y Corredores Ecológicos

Entendemos el paisaje como un mosaico de ecosistemas (incluidos los agroecosistemas) que interaccionan entre sí, y como cita Tello, E. y Garrabou, R. (2007, p. 3) “*adopta una determinada ordenación espacial, una pauta o estructura que puede deberse tanto a causas naturales como culturales, y con frecuencia a ambas*”⁹. Estos mosaicos se clasifican en manchas o teselas, la matriz y los corredores (naturales o artificiales).

En Córdoba se han identificado y caracterizados tres unidades de paisaje agrario: la Sierra, la Vega del Guadalquivir y la Campiña cordobesa. Esta clasificación se ha realizado atendiendo a los principales accidentes geográficos que presenta el Municipio, y considerando los usos del suelo.

Estas unidades paisajísticas concuerdan con las Demarcaciones Paisajísticas definidas por el Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, asociadas al medio físico, procesos históricos, actividades socioeconómicas y percepciones sociales, coincidiendo en el municipio de Córdoba tres Demarcaciones Paisajísticas (23- Sierra, 32- Vega del Guadalquivir y 6- Campiña Cordobesa).

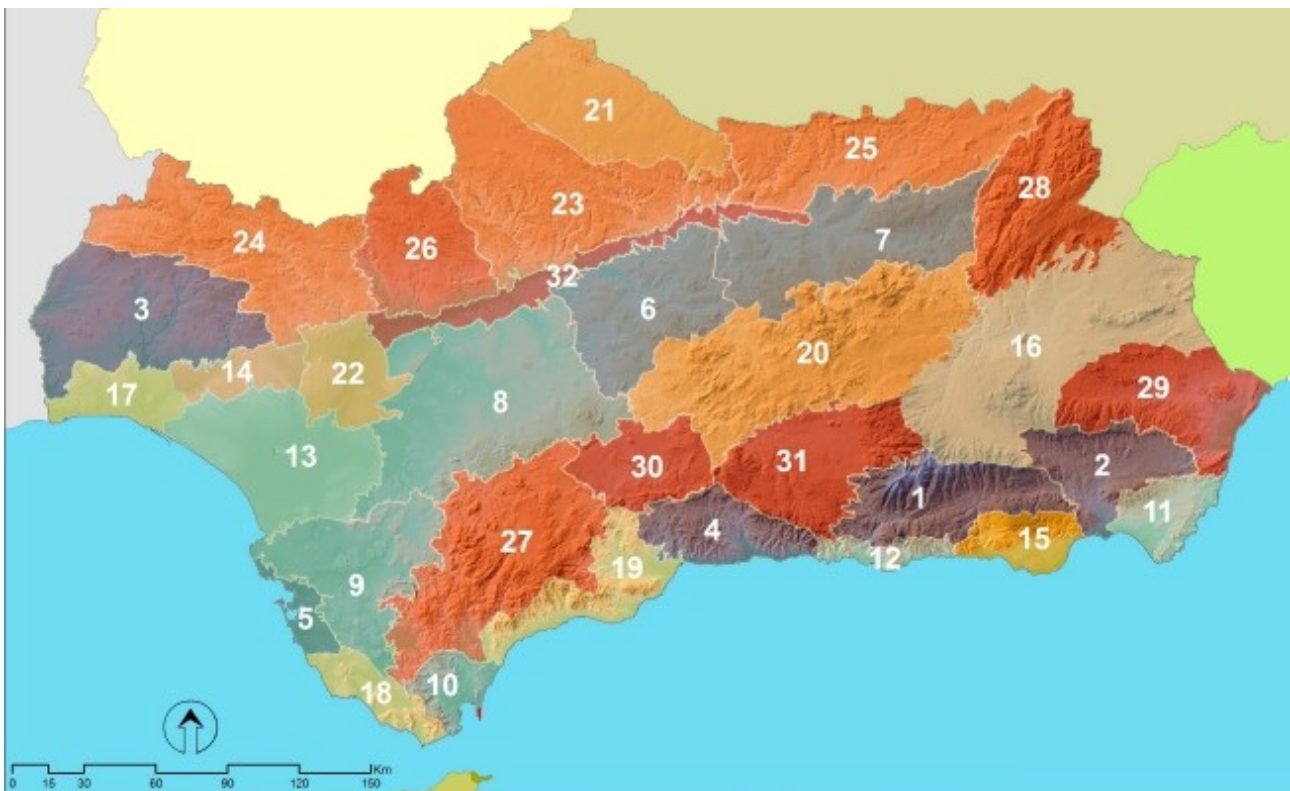


Gráfico 3. Demarcaciones Paisajísticas de Andalucía
Fuente. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Consejería de Cultura

⁹ Tello, E. y R. Garrabou, 2007. “La evolución histórica de los paisajes mediterráneos: algunos ejemplos y propuestas para su estudio”, en Paül, V. y J. Tort (eds) *Territorios, paisajes y lugares*. Barcelona: Asociación de Geógrafos Españoles/Galerada

- Paisaje de Sierra

Sierra Morena, situada al norte de la ciudad de Córdoba, se presenta como un paisaje muy conservado debido en parte a las pronunciadas pendientes que unen la Sierra con la Vega. La peculiaridad de la zona y la cercanía a la capital de provincia, hacen necesaria la elaboración de un Plan Especial de Protección y Ordenación de la Sierra de Córdoba (Gerencia Municipal de Urbanismo y Universidad de Córdoba, 2010) que contempla las actuaciones y regulación de 30.000 has.

En este espacio predominan las masas de encina, pino, alcornoque y quejigo, así como el acebuche. Se pueden observar también zonas adeshadas con pastizales, y monte bajo. En las zonas cercanas a los ríos destacan álamos, alisos, fresnos, hiedra y majuelo.

Es frecuente encontrar águila real y perdicera, y entre los mamíferos destacan la nutria, jabalí y ciervo.

Gran parte del territorio está acotado como espacio cinegético, y se pueden encontrar también aprovechamientos asociados a la apicultura o el descorche de los alcornoques.

Las principales amenazas del paisaje de Sierra se deben a la presión humana ejercida sobre los cauces de agua y la instauración de parcelaciones ilegales.

Cabe destacar el daño que provocan algunos olivares de carácter marginal en los procesos erosivos del territorio, así como la actividad minera, muy presente en algunas zonas de la Sierra, o el sobrepastoreo, no solo por una excesiva carga ganadera sino también con fines cinegéticos. Además, el riesgo de incendio del municipio es uno de los más elevados de Andalucía.



Imagen Vista de la Sierra y zona de transición con la Vega

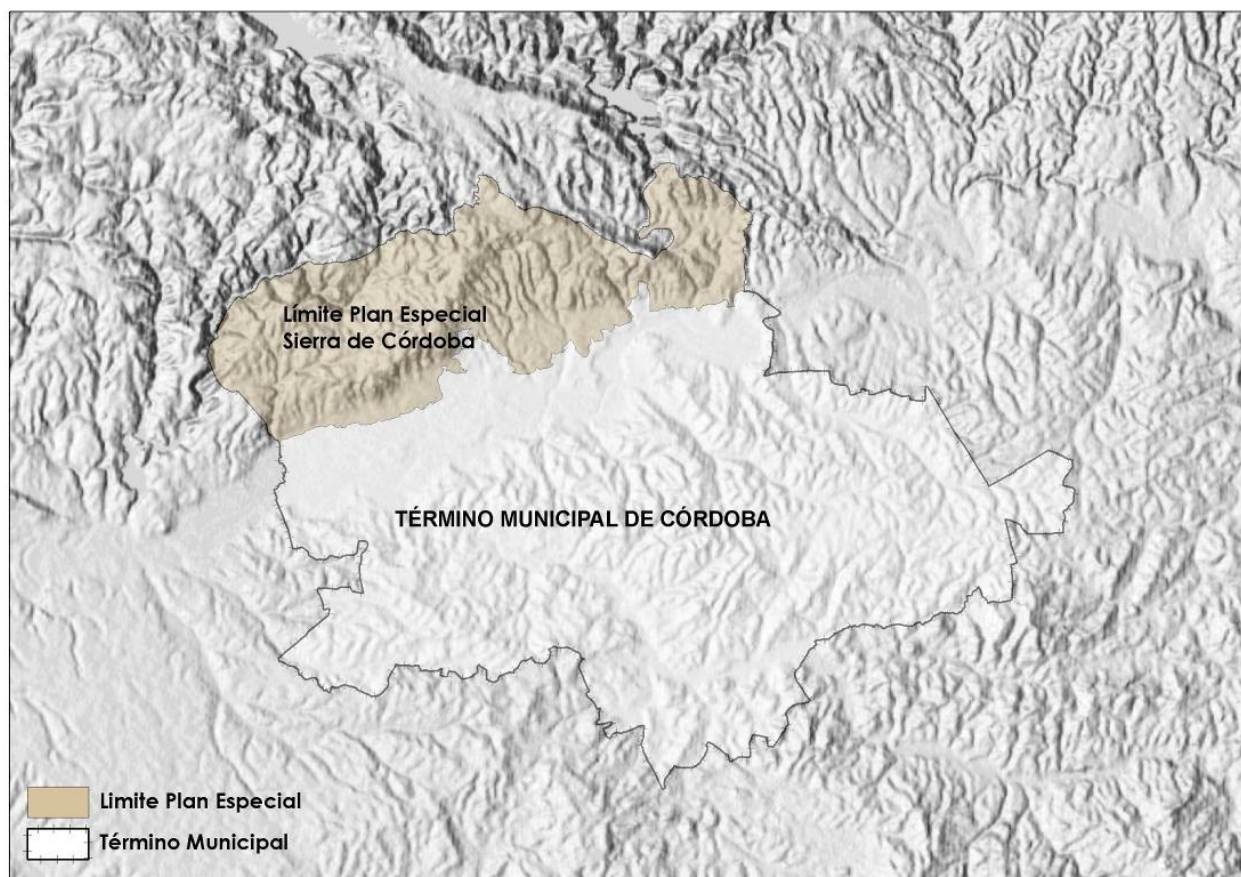


Figura 1. Localización de la Sierra de Córdoba dentro del TM de Córdoba
Fuente: Gerencia Municipal de Urbanismo

En el Plan Especial de Protección y Ordenación de la Sierra de Córdoba (2010) se clasifican dentro del territorio de estudio determinadas Unidades Ambientales Homogéneas (UAH). De las señaladas en el Plan, se considera oportuno destacar cuatro de ellas por su interés desde el punto de vista agrosilvopastoril:

- UAH 01 Áreas cerealistas de transición Vega-Sierra.

Descripción: Unidad formada por las terrazas de la margen derecha del río Guadalquivir y su conexión con el glacis acumulativo de finalización de Sierra Morena. Constituye áreas relativamente planas dedicadas principalmente al cultivo de cereales o de pastizal con escasos pies arbóreos (encinas).

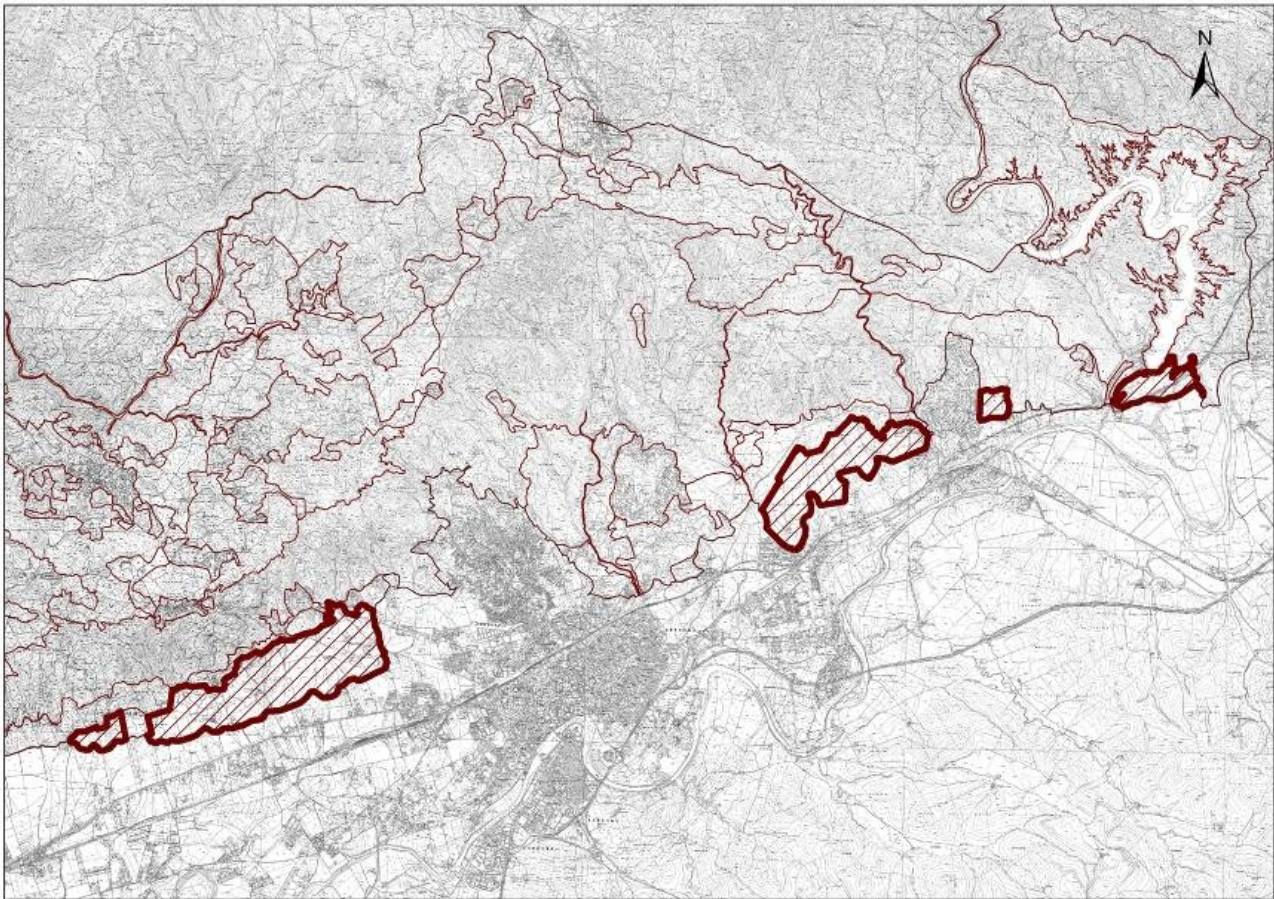


Gráfico 4. UAH 01

Fuente: Gerencia Municipal de Urbanismo

- UAH 12 Dehesas occidentales de *Quercus sp.*

Descripción: Superficies aplanadas y topografías suaves, con pendientes inferiores al 20%, en torno al valle fluvial del arroyo Guadarromán, con pastizal arbolado (Quercíneas), matorral serial y cultivos de cereal. Coincide con la superficie agraria perteneciente a la finca de Villalobillos y parte de las fincas de La Porrada, la Porrada Nueva, de Lo Prado, La Jarosa, La Bastida, El Rosal, El Hornillo y el Cerro de las Cruces.

- UAH 13 Dehesas orientales y entorno del embalse de San Rafael de Navallana

Descripción: Se trata del territorio que rodea el embalse de Navallana, donde la acción erosiva natural y antropica ha sido intensa, habiendo sustituido la vegetación natural por pastizales con Quercíneas y acebuches y por manchas de monte mediterráneo y olivar en zonas de con mayor desarrollo edáfico, junto al cerro del Lobo.

- UAH 22 Transición Vega-Sierra de interés paisajístico

Descripción: Se conforma como un territorio que actúa de nexo entre el frente de sierra donde las elevaciones son considerables y la ciudad. Es un espacio donde la vegetación y los usos son diversos, pero cuya relación y proximidad a la ciudad lo hacen más vulnerable.

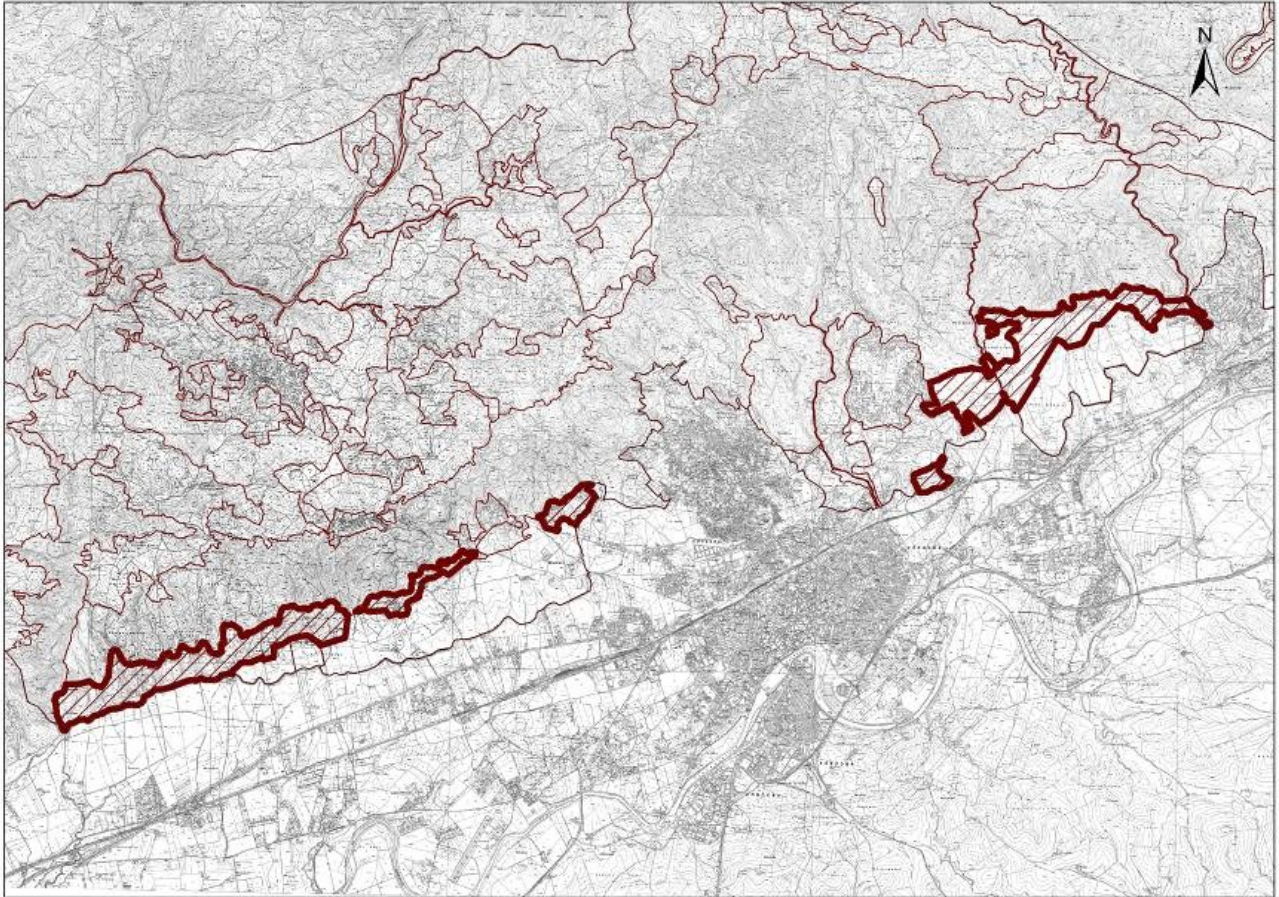


Gráfico 5. UAH 22
Fuente: Gerencia Municipal de Urbanismo

Es decir, unidades de paisaje que nos muestran un alto potencial agrario y con capacidad de fortalecer una imagen del territorio vinculada a la producción agrícola.

- Paisaje de la Vega del Guadalquivir

La Vega está delimitada por las faldas de Sierra Morena al norte y las campiñas del Guadalquivir al sur, caracterizada por terrenos llanos, de regadíos, de alto valor productivo, que acompañan al río Guadalquivir a su paso por la provincia.

Este paisaje se articula mediante el río, a su vez que los caminos históricos y otras vías de comunicación como la línea de ferrocarril o las carreteras Nacional IV o la más reciente Autovía A-4.

Territorio estrechamente vinculado a la producción agrícola, con extensiones de cereal y cultivos de regadío, que muestra un característico mosaico de cultivos colorido. Tradicionalmente componía el cinturón de huertas. Aún se pueden encontrar importantes extensiones hortícolas, algunas de ellas destinadas al cultivo en ecológico.



Imagen. Biodiversidad en Huerta Hermisenda (Encinarejo)

Según los estudios que acompañan al PGOU, la permeabilidad del suelo y la mala dispersión de la atmósfera en el valle, favorecen la contaminación por cualquier tipo de contaminante.

En este territorio, destaca por su importancia la ciudad de Córdoba, que mantiene en su interior los Sotos de la Albolafia como referente de biodiversidad.

En las cercanías de la ciudad se encuentran numerosas huertas, antiguas almunias transformadas en haciendas, que aún hoy día mantienen parte de la producción hortofrutícola del municipio.

Como se comentó anteriormente se está produciendo un importante cambio de paisaje en la zona de la Vega debido a la expansión de los viveros de olivar. La superficie de viveros destinados a la exportación de plantones de olivo a países como Portugal, Grecia, Italia o Argelia, están modificando el uso y el paisaje de zonas como Encinarejo, donde algunas de las empresas de viveros allí instaladas venden más de 8 millones de olivos al año. El vivero de olivar es altamente demandante de agua y necesita suelos llanos.



Imagen. Plantones de olivar en Encinarejo

Además de los viveros, el cultivo de olivar se está extendiendo a todas las zonas de vega, con un manejo cada vez más intensivo, más demandante de agua y con mayor aplicación de productos químicos, rompiendo el paisaje tradicional de huertas y generando considerables daños medioambientales como el agotamiento de suelos, contaminación directa y difusa de cauces de agua, etc.



Imagen. Nueva plantación de olivar intensivo en Villarrubia

En todo caso, la Vega posee un alto nivel agrario y un enorme potencial de producción de “verduras” y frutas que podrían convertirse en Alimentos Alimentando Córdoba, es decir, productos frescos, locales, de temporada y que incorporen criterios ambientales y sociales en su producción. De hecho, esta unidad de paisaje, como veremos más adelante en la definición de las Tierras Alimentando Córdoba, reclama un diagnóstico mucho más profundo y acotado para conocer su potencial efectivo y cómo integrarse en un proceso de protección y promoción del patrimonio agrario y promover la producción agraria sostenible en ella. Así, el territorio ocupado por las parcelaciones supone un reto que habrá que tomar en cuenta para la gestión de este territorio.

- Paisaje de la Campiña:

Grandes campos de cultivos tradicionalmente cerealista, de secano, con suaves pendientes y suelos principalmente arcillosos.

Históricamente la producción de la campiña ha estado ligada a la climatología, predominando las rotaciones trigo-girasol.



Imagen. Reposadero de cigüeñas en la campiña cordobesa

Hoy día este paisaje también se está viendo alterado por la irrupción del cultivo de olivar.



Imagen. Nueva plantación de olivar en la Campiña cordobesa

- Corredores ecológicos e irrupciones en el territorio

Como se comentaba anteriormente, a raíz de la industrialización de la agricultura se procedió a una homogeneización y simplificación del paisaje rural. El uso (y abuso) de agroquímicos, el excesivo laboreo, el monocultivo, etc, han conllevado una disminución de los elementos naturales diversificadores del paisaje agrario. Estos elementos, compuestos principalmente de setos, árboles

dispersos o masas boscosas, arbustos, sotos, etc, han ido desapareciendo, y con ellos, disminuyendo la biodiversidad.

En el caso de la Campiña de Córdoba es evidente el proceso de erosión sufrido por estas variantes del paisaje, quedando minimizada la presencia de corredores ecológicos o elementos diversificadores del paisaje.

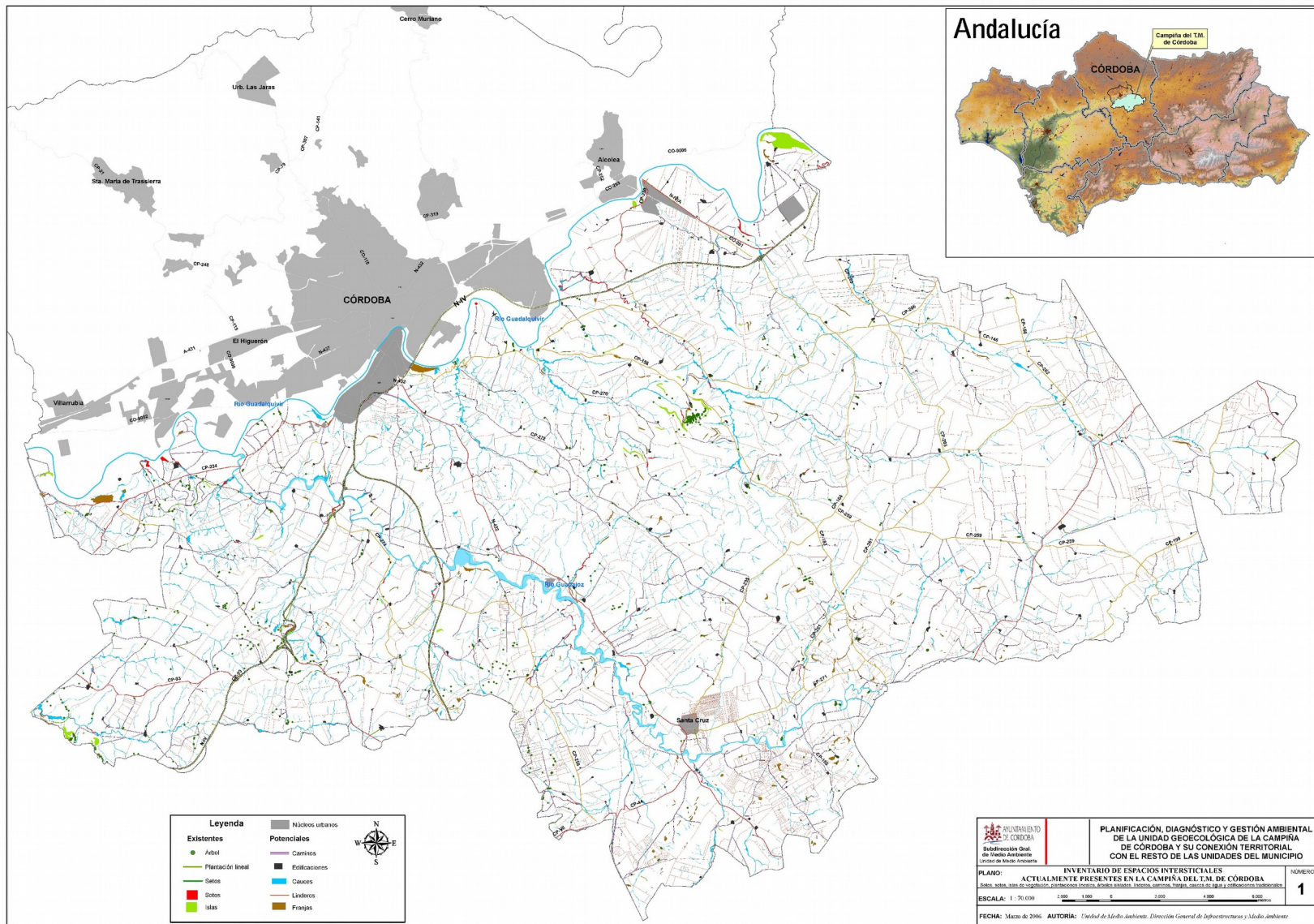
El Ayuntamiento de Córdoba realizó un estudio de Caracterización técnico-económica de la diversificación del paisaje rural en la Campiña cordobesa en el marco de la Agenda 21 Local de Córdoba, con el objetivo de poner en marcha las actuaciones pertinentes para que el paisaje de la Campiña del término municipal se recupere de la intensificación agrícola mediante la reconversión de determinadas prácticas tradicionales hacia otras más respetuosas con el paisaje. Fruto de este estudio se presentó un Mapa Inventario de espacios intersticiales en la campiña del TM de Córdoba, a partir del cual se vienen realizando diversas actuaciones sobre el territorio.



Imagen. Campiña cordobesa sin elemento natural diversificador



Imagen. Elementos irruptores del paisaje (carreteras) y elementos diversificadores (árboles de ribera, árboles aislados, setos entre fincas, etc)



Mapa 1. Inventario de espacios intersticiales en la campiña del TM de Córdoba
Fuente. Ayuntamiento de Córdoba, 2006

3. Distribución y usos de los suelos agrarios

Para realizar el diagnóstico del sector productivo dentro del sistema agroalimentario cordobés se ha realizado un análisis de los datos disponibles en los dos últimos censos agrarios de 1999 y 2009. Este análisis se ha complementado con otros datos más actuales disponibles a través de otras fuentes de información como son el SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía) y el SIGPAC (Sistema de Información Geográfica de la Política Agraria Comunitaria).

Según el censo agrario del 2009, en el Término Municipal de Córdoba había 108.620 has de superficie agrícola, lo que representa el 86,6% de la superficie total del municipio, y un total de 1.263 explotaciones agroganaderas.

Datos más actuales son los recogidos por el SIMA 2015, en el que la superficie total agrícola asciende a 107.591 has. Por otro lado, los datos recogidos en el SIGPAC actualizados a fecha 2017, arrojan un total de superficie agraria de 102.222 has (81,5% del total).

En definitiva, nos encontramos con un término municipal muy agrícola (más del 80% de su territorio) y con una superficie más que considerable, de algo más de cien mil hectáreas agrícolas.

DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LA SUPERFICIE TM CÓRDOBA					
		Censo 1999	Censo 2009	SIMA 2015	SIGPAC 2017
Tierras labradas	n.º explotaciones	-	1.232		
	has	82.020	87.175		
Tierras pastos permanentes	n.º explotaciones	-	130		
	has	10.169	9.674		
Otras tierras	n.º explotaciones	-	304		
	has	6.904	11.771		
Todas las tierras	n.º explotaciones	1.458	1.263		
	has	99.093	108.620	107.591	102.222
SAU	n.º explotaciones	1.431	1.260		
	has	92.189	96.849		

Tabla 3. Distribución general de la superficie¹⁰ TM Córdoba
Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía)

Comparando los dos últimos censos agrarios (1999 y 2009) se observa que ha habido un incremento en la superficie agrícola total de aproximadamente el 10%, pasando de tener 99.093 hectáreas en 1999 a tener 108.620 hectáreas diez años después. Por el contrario, en este mismo período de tiempo, han disminuido el número de explotaciones en un 13,4%, lo que supone que se está produciendo una concentración de tierras cada vez mayor, siendo el número de explotaciones en 1999 de 1.458 y en el censo de 2009 de 1.263.

¹⁰ La **superficie total** de cada explotación agrícola con tierras se clasifica en tres grandes grupos, según su aprovechamiento: tierras labradas, tierras para pastos permanentes y otras tierras.

SAU (Superficie Agraria Útil) Es el conjunto de la superficie de tierras labradas y tierras para pastos permanentes. Las tierras labradas comprenden los cultivos herbáceos, los barbechos, los huertos familiares y las tierras consagradas a cultivos leñosos.

Otras Tierras Se trata de aquellas tierras que formando parte de la explotación no constituyen lo que se ha denominado «superficie agrícola utilizada» (S.A.U.)

Según datos de 2015 y 2017 la tendencia de la superficie agraria en el municipio cordobés sugiere que hay una disminución de la misma, si bien hasta el próximo censo agrario no se puede afirmar que esta sea la evolución definitiva.

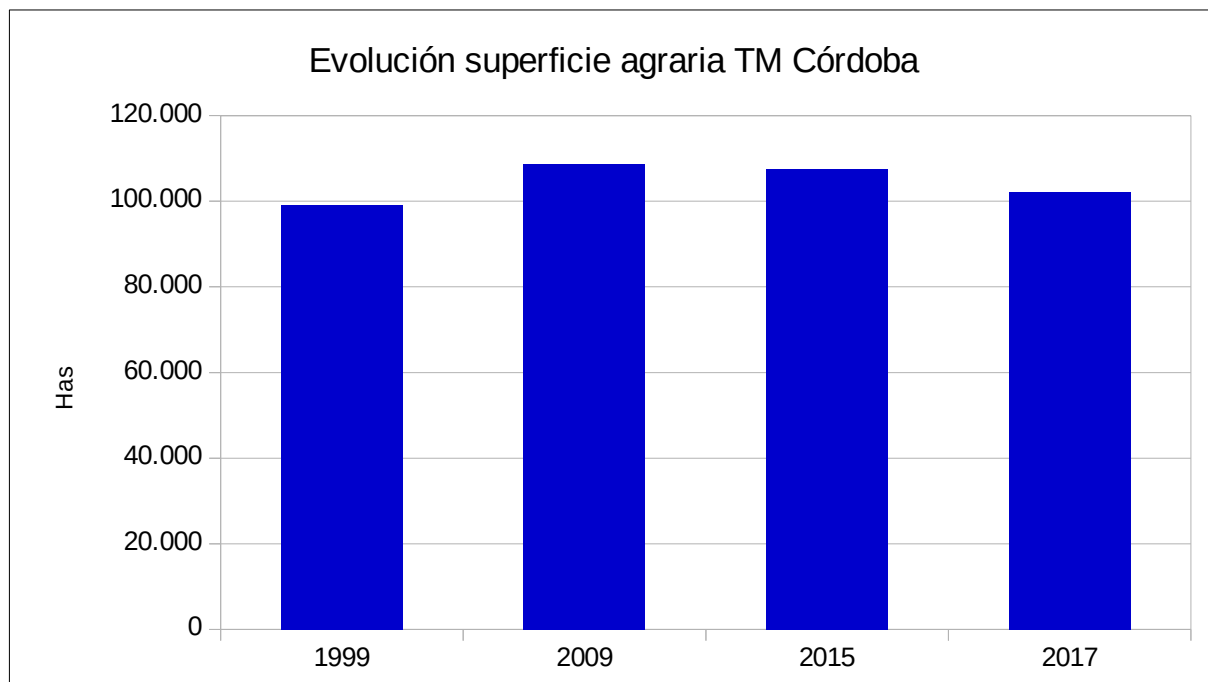


Gráfico 6. Evolución superficie agraria TM Córdoba

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Censo 1999, 2009, SIMA 2015 y SIGPAC 2017

Volviendo a comparar los datos ofrecidos por los últimos censos agrarios, el incremento de la superficie agraria se debe tal y como se muestra en el siguiente gráfico, al aumento de la superficie destinada tanto a tierras labradas como a otras tierras.

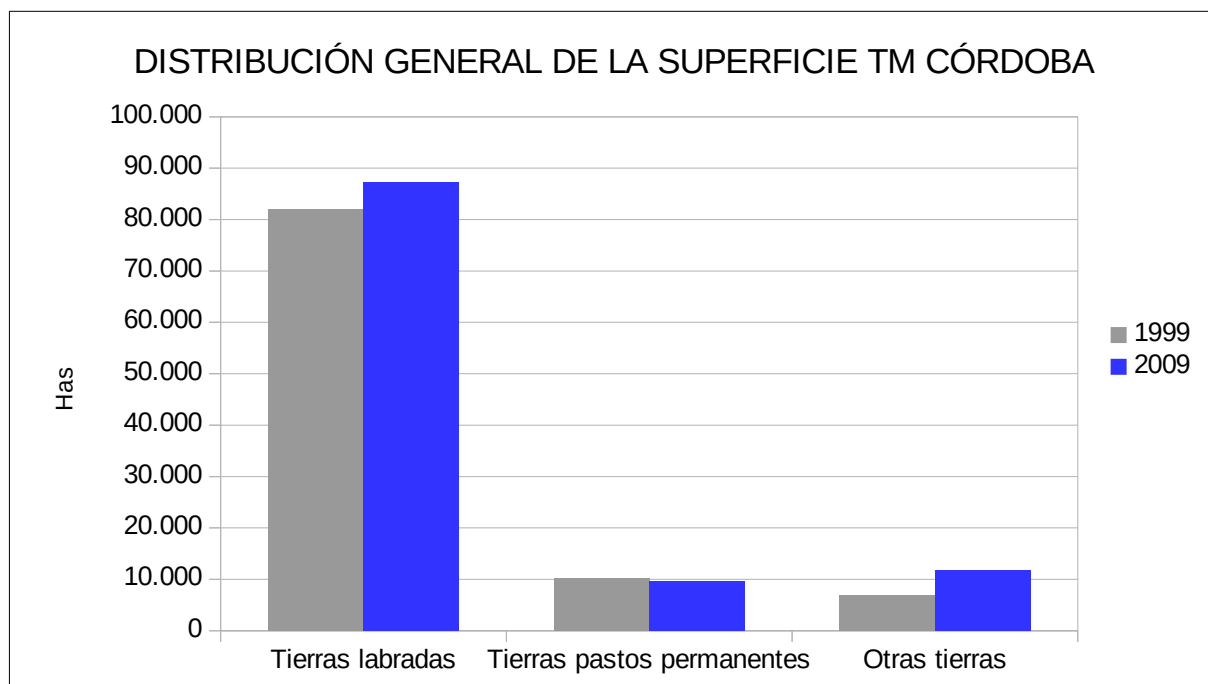


Gráfico 7. Distribución general de superficie agrícola TM Córdoba (has)

Fuente. Elaboración propia a partir de datos del SIMA

Si consideramos a nivel provincial la evolución de la superficie agraria entre 1999 y 2009, se observa que ha habido una disminución de la misma del 16% y que a su vez se ha disminuido el número de explotaciones en un 26,5%, debido también a la concentración de tierras antes referida.

DISTRIBUCIÓN GENERAL DE LA SUPERFICIE PROVINCIA DE CÓRDOBA			
censo		1999	2009
Tierras labradas	n.º explotaciones	-	35.303
	has	694.480	636.976
Tierras pastos permanentes	n.º explotaciones	-	4.314
	has	272.961	207.043
Otras tierras	n.º explotaciones	-	6.379
	has	253.536	180.496
Todas las tierras	n.º explotaciones	49.827	36.641
	has	1.220.977	1.024.515
SAU	n.º explotaciones	49.471	36.557
	has	967.441	844.019

Tabla 4. Distribución general de la superficie
Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía)

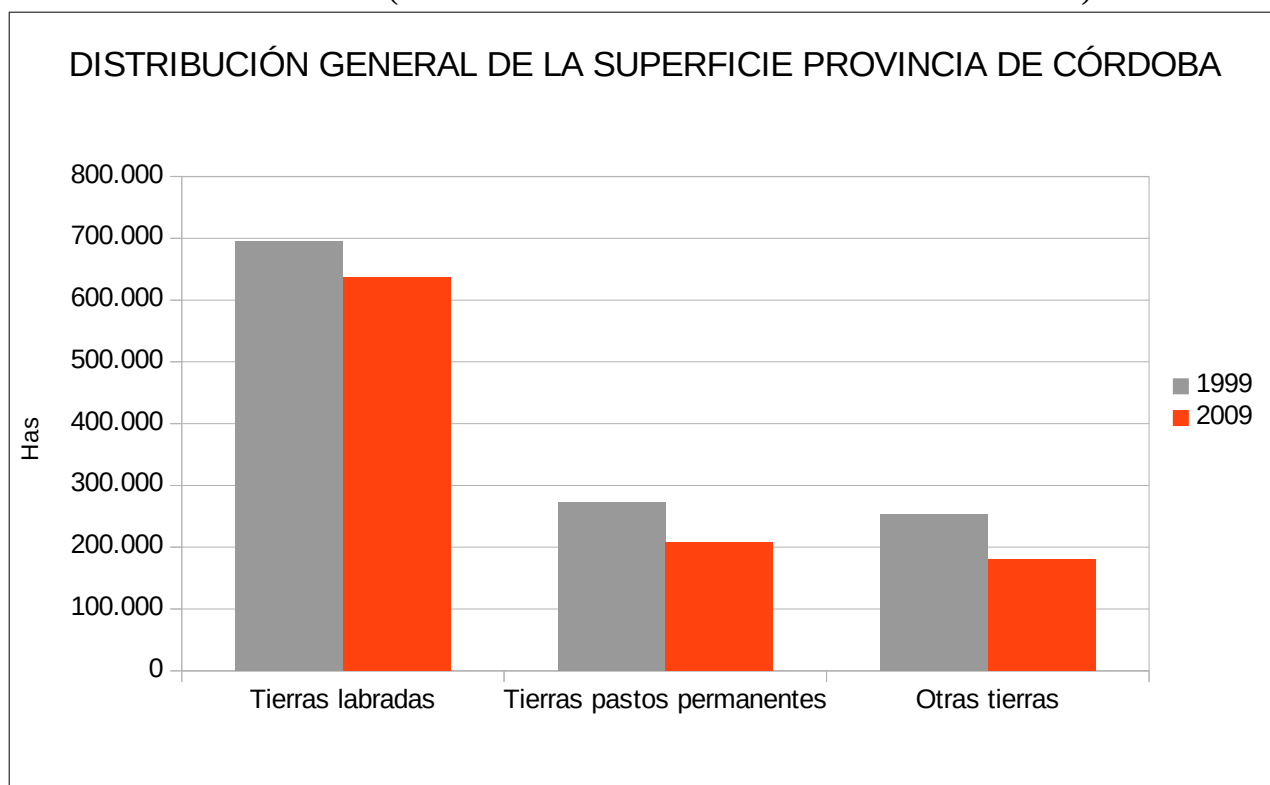


Gráfico 8. Distribución general de superficie agrícola Córdoba Provincia (has)
Fuente. Elaboración propia a partir de datos del SIMA

Volviendo al análisis de los datos de los censos agrarios en el municipio de Córdoba, el incremento de la superficie de tierras labradas producido entre 1999 y 2009 se ha reflejado en que la superficie dedicada al cultivo de frutales se ha triplicado, aunque no supera el 1% de la superficie total de tierras labradas, y en el caso del olivar, se ha pasado del 15% de la superficie a representar el 23% del total. Sin embargo, la superficie dedicada al cultivo de herbáceos y huerta, se ha visto reducida ligeramente.

Si se comparan los datos de 1999 y 2017 (censo agrario y SIGPAC, respectivamente) se observa que efectivamente la tendencia ha sido ampliar la superficie del cultivo de olivar y frutales, y en menor proporción la de hortalizas o cultivos herbáceos.

APROVECHAMIENTO DE LAS TIERRAS LABRADAS EN TM CÓRDOBA				
		Censo 1999	Censo 2009	SIGPAC 2017
Herbáceos	N.º explotaciones		836	
	Has	68.514	65.787	69.218
Frutales	N.º explotaciones		76	
	Has	255	1.019	1.047
Olivar	N.º explotaciones		692	
	Has	13.010	20.047	16.269
Viñedo	N.º explotaciones		27	
	Has	231	292	0
Otras tierras labradas	N.º explotaciones		20	
	Has	10	31	4
Total Tierras labradas	N.º explotaciones		1.232	
	Has	82.020	87.175	86.538

Tabla 5. Aprovechamiento tierras labradas TM Córdoba

Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía) y SIGPAC

El fuerte incremento de la superficie de olivar producido en el municipio de Córdoba, al igual que en el resto de Andalucía, se deriva principalmente de la incorporación de España en la Unión Europea y de la aplicación de la Política Agraria Comunitaria (PAC). Una expansión en la superficie que por lo general ha ido también acompañada de una cada vez mayor intensificación del cultivo (en densidad de plantación y la incorporación de regadío). De las consecuencias desencadenadas por este incremento en la producción de aceite de oliva caben destacar la pérdida de rentabilidad del cultivo (caída de los precios por un exceso de oferta, y aumento de los costes de producción), y a nivel ambiental el aumento de la erosión de los suelos, la pérdida de biodiversidad, sobreexplotación de acuíferos, contaminación de aguas, y deterioro de paisajes agrarios tradicionales¹¹.

11 Beltrán Esteve, M. et al. (2013) “Medición de la eco-eficiencia con Análisis Envolvente de Datos. Aplicación al olivar andaluz”. En: Gómez-Limón, J.A. y Reig Martínez E. coords. La sostenibilidad de la agricultura española. Almería: Cajamar Caja Rural. Pp. 411-413.

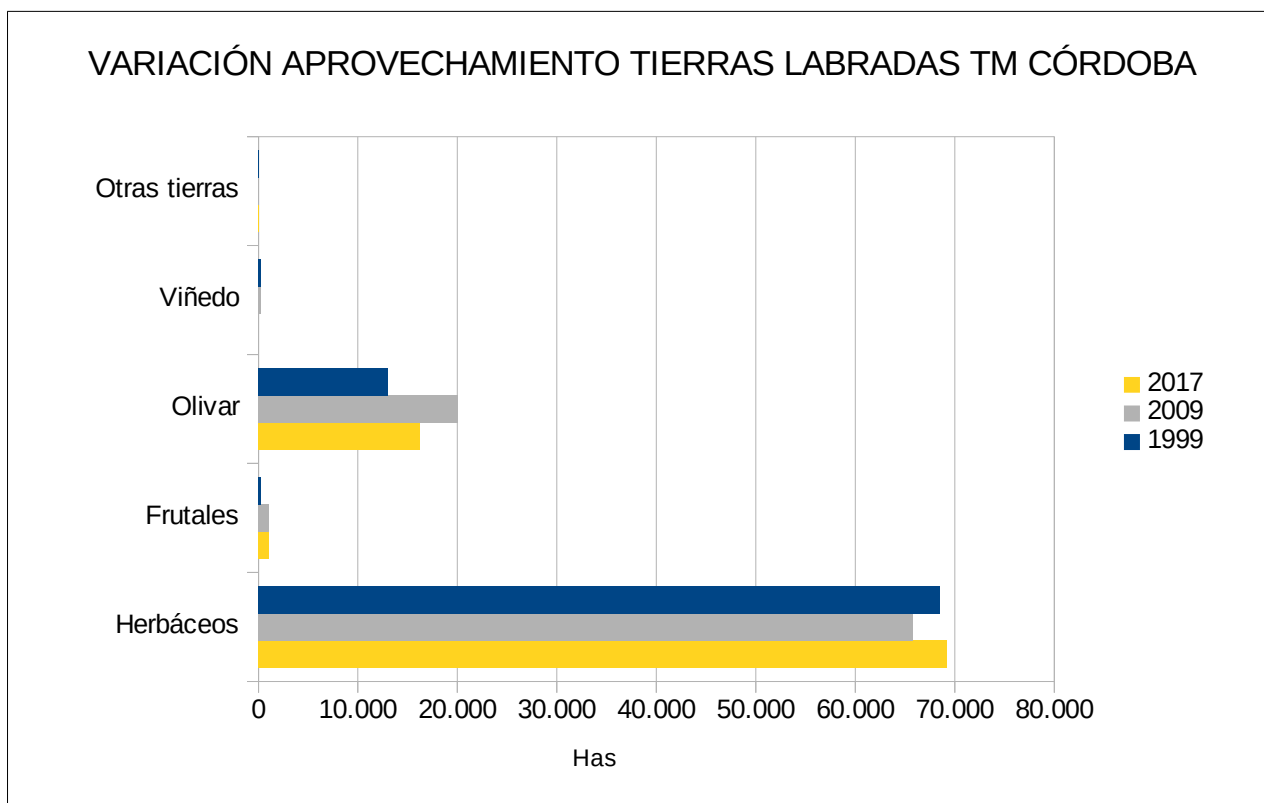


Gráfico 9. Variación aprovechamiento tierras labradas TM Córdoba
Fuente. Elaboración propia a partir de Censos 1999 y 2009 y SIGPAC 2017

En el gráfico anterior se puede comprobar de forma más visual cómo desde 1999 hasta la actualidad se ha producido un incremento de la superficie dedicada al cultivo de frutales, también a los herbáceos, y del olivar, siendo éste último el incremento más significativo.

En términos absolutos según el censo 2009, la superficie de tierras labradas está dedicada el 0,3% al cultivo de viñedo, algo más del 1% a frutales, el 23% de la superficie a olivar y más del 75% de la superficie está dedicada al cultivo de herbáceos. Del total de estas tierras dedicadas al cultivo de herbáceos, más del 50% está destinado al cultivo de cereales de grano, y el 39% a cultivos industriales. Algo más del 5% es barbecho y un 2,29% está ocupado por leguminosas de grano.

CULTIVOS HERBÁCEOS Y BARBECHOS EN TM CÓRDOBA

Censo	2009	%
Cereales	33.459	50,86
Leguminosas	1.508	2,29
Patata	328	0,50
Cultivos industriales	25.805	39,23
Cultivos forrajeros	468	0,71
Hortalizas	769	1,17
Flores y plantas ornamentales	2	0,00
Semillas y plántulas destinadas a la venta	0	0,00
Barbechos	3.447	5,24
Huerto para consumo familiar	1	0,00
Total	65.787	

Tabla 6. Cultivos herbáceos y barbechos en TM Córdoba
Fuente. Censo 2009

En el siguiente gráfico se representa de forma más visual la distribución de los diferentes cultivos herbáceos y barbechos del municipio de Córdoba en 2009.

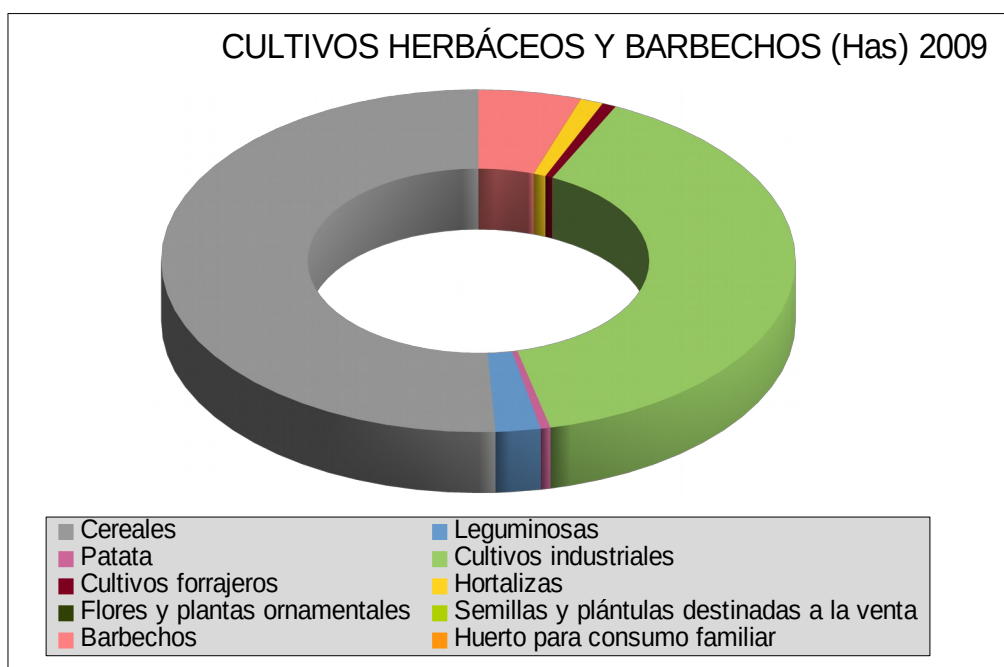


Gráfico 10. Cultivos herbáceos y barbechos en TM Córdoba (has)
Fuente. Elaboración propia a partir de datos del Censo 2009

Como se comentó anteriormente, el análisis de la tendencia de los cambios de uso y superficie agraria se ha complementado con los datos aportados por el SIGPAC para el año 2017. Estos datos

no son directamente comparables con los datos del censo, ya que la clasificación de usos que maneja el SIGPAC es diferente. Según SIGPAC, los datos de usos y superficies actuales son los siguientes:

USOS AGRÍCOLAS SIGPAC 2017 TM CÓRDOBA		
	Uso	Has
CF	Cítrico-Frutal	0,26
CI	Cítrico	135,13
FS	Frutal de Cáscara	362,31
FY	Frutal	549,39
IV	Invernadero	4,14
OC	Olivar-Cítrico	0,40
OF	Olivar-Frutal	2,19
OV	Olivar	16.266,33
TA	Tierra Arable	69.117,59
TH	Tierra Huerta	100,73
FO	Forestal	7.514,08
PA	Pasto arbolado	8.553,32
PR	Pasto arbustivo	5.796,30
PS	Pastizal	1.334,25
	Total	109.736,42

Tabla 7. Superficie usos agrícolas SIGPAC en TM Córdoba (has)¹²
Fuente. Elaboración propia a partir de datos de SIGPAC 2017

Estos datos, vienen a corroborar que el municipio de Córdoba es principalmente agrícola (el 69% del municipio está dedicado a cultivos), con más de la mitad de su superficie destinada a tierra arable y cerca de un 13% a olivar. El total de frutales y cítricos, suponen algo menos del 1% del territorio. Los pastos y forestales suman 23.197,95has, representando el otro 18% del municipio.

¹² Incluye usos forestales.

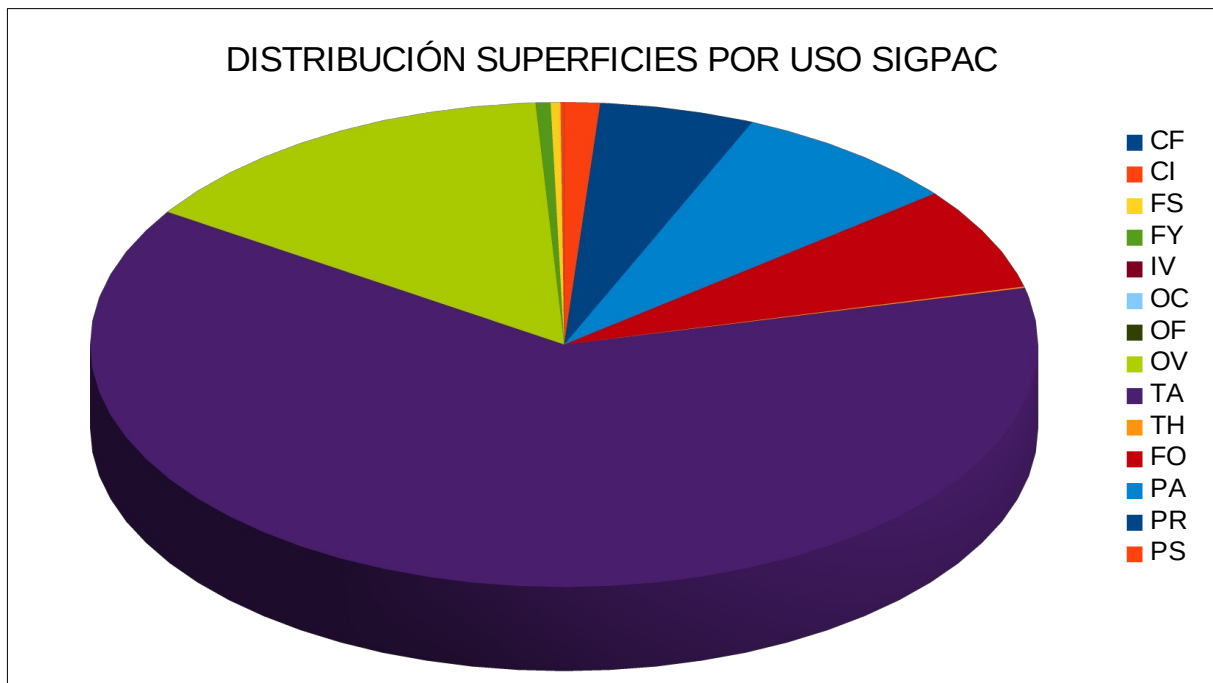
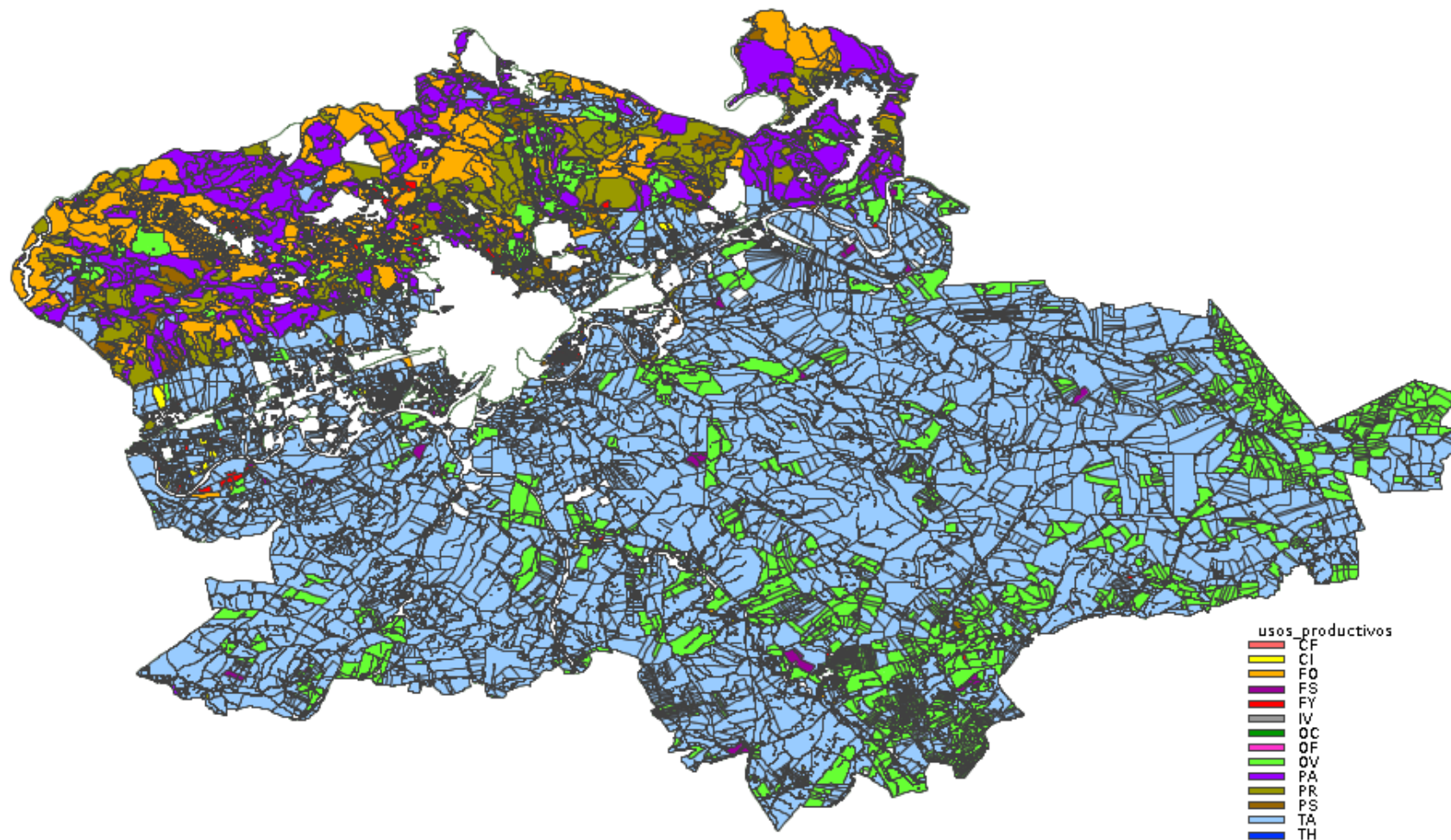


Gráfico 11. Distribución superficies por uso SIGPAC en TM Córdoba (has)
 Fuente. Elaboración propia a partir de datos del SIGPAC

En el siguiente mapa, se observa una clara diferenciación en la distribución de los usos considerados en la clasificación del SIGPAC. Teniendo en cuenta las Demarcaciones Paisajísticas antes definidas se obtiene una clara matriz de las unidades del paisaje, con predominio de los usos forestal y pastos en la zona de Sierra, al norte del municipio por un lado, y tierras arables y olivares al sur en la Vega y la Campiña cordobesa.

USOS PRODUCTIVOS SIGPAC 2017



Mapa 2. USOS SIGPAC

Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC

3.1. Olivar, Olivar-Frutal y Olivar-Cítrico

El cultivo de olivar está extendido en todo el municipio, superando las 16.000 has, si bien, en 2015 según datos del SIMA la superficie era algo inferior a las 14.000 has de olivar, principalmente para aceituna de aceite, siendo la superficie para la producción de aceituna de mesa apenas el 2,5% del total.

Los rendimientos medios son muy variables, el cultivo de olivar de sierra tiene unos rendimientos medios muy por debajo de lo que se puede obtener con el manejo superintensivo en seto que encontramos en zonas de campiña.

SUPERFICIE DE OLIVAR TM CÓRDOBA (SIMA, 2015)

Cultivo	Superficie (Has)
Olivar aceituna de mesa*	338
Olivar aceituna de aceite**	13.596
Total	13.934

* Regadío 312has, Secano 26has

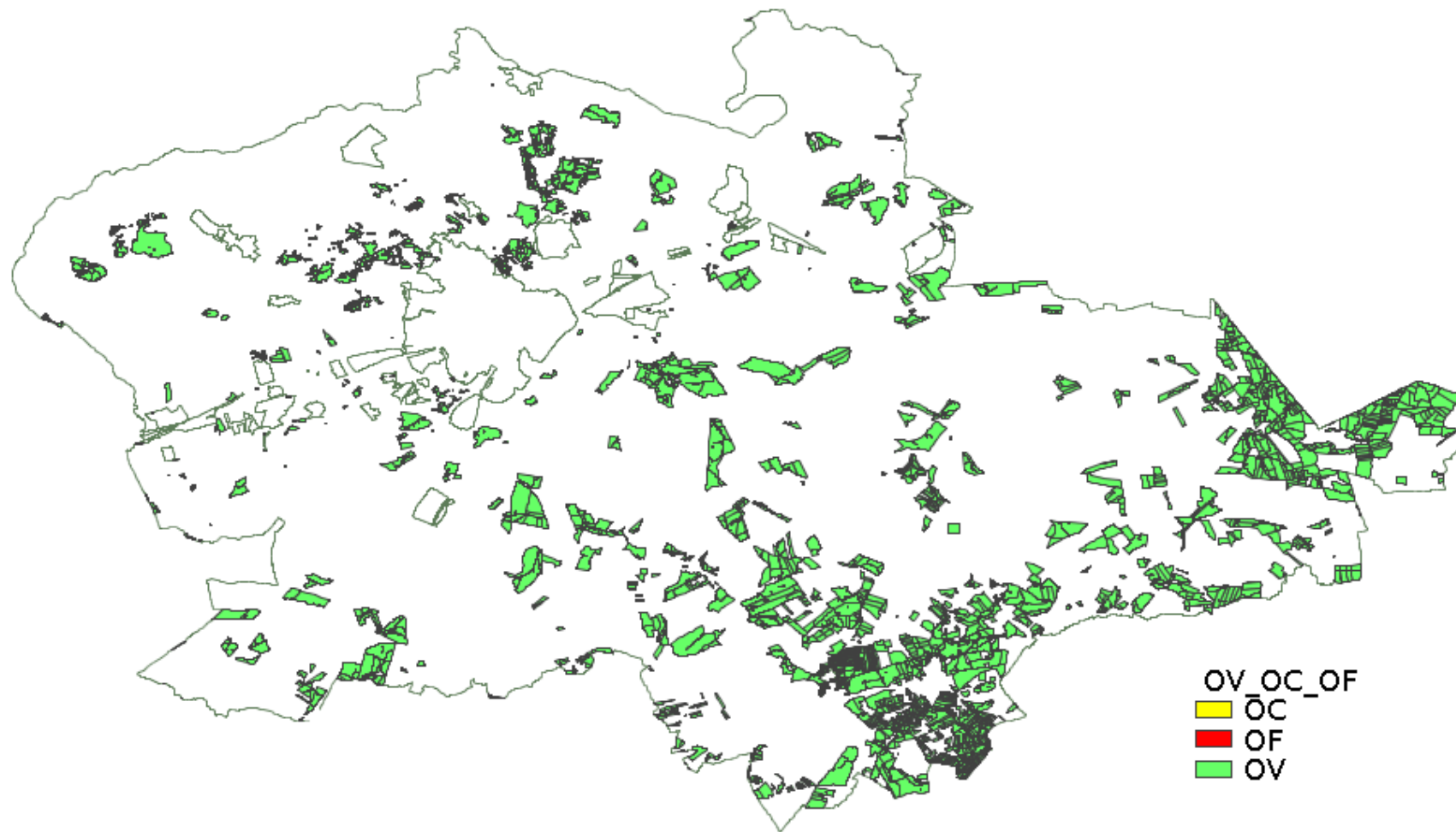
** Regadío 2.740has, Secano 10.856has

Tabla 8. Superficie de cultivo de olivar en TM Córdoba
Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía) 2015



Imagen. Olivar en campiña (Santa Cruz)

USOS OV, OF Y OC



Mapa 3. Usos Olivar (OV), Olivar Cítrico (OC) y Olivar Frutal (OF) según SIGPAC
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC

3.2. Forestal, Pasto Arbustivo, Pastizal y Pasto Arbolado

Los pastos se encuentran principalmente en la zona de la Sierra cordobesa, aunque también hay pastos para ganado (principalmente cabras y ovejas, aunque también algunas explotaciones de vacuno) en la Vega y zonas de transición Vega-Sierra.

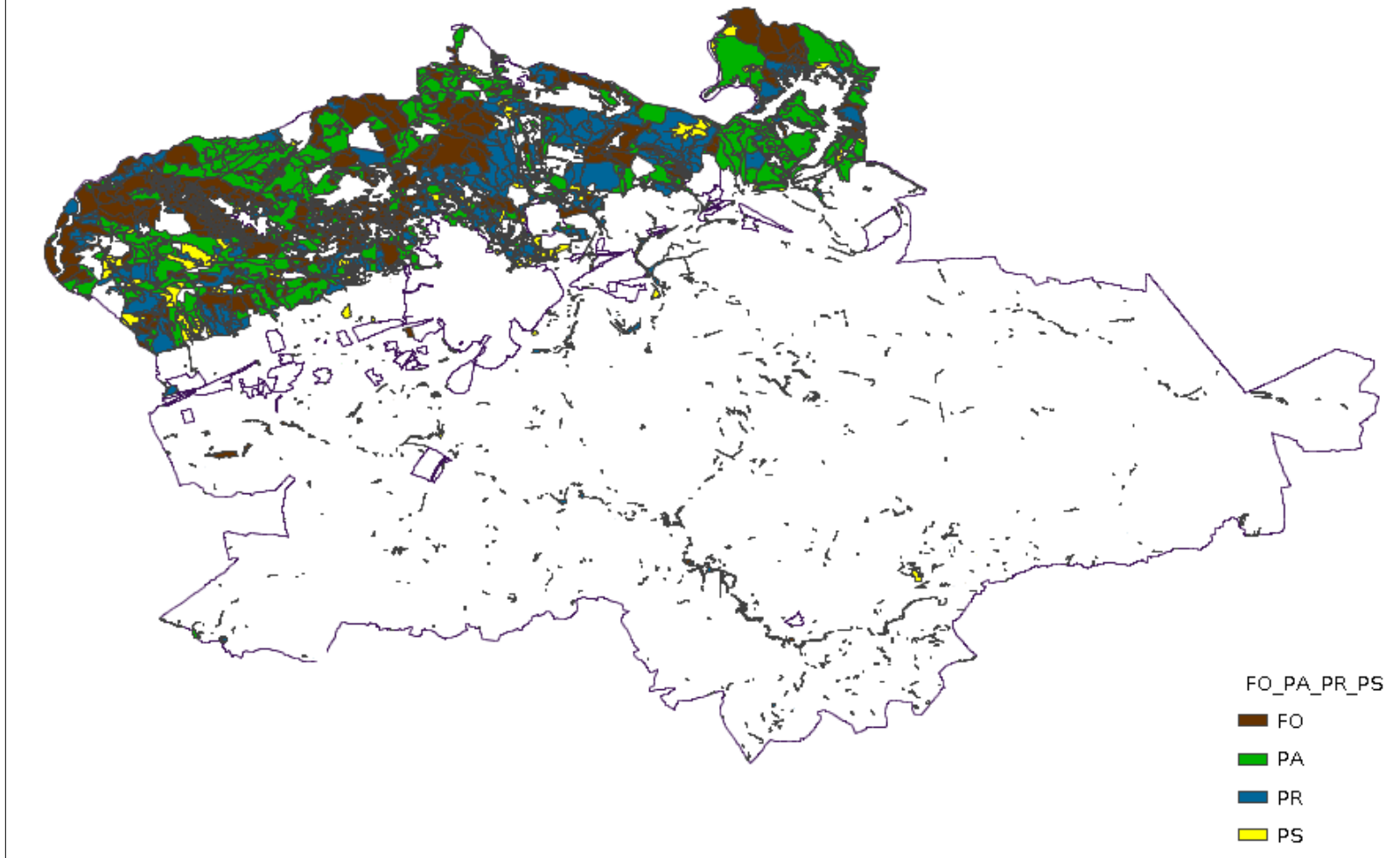


Imagen. Rebaño pastando en la Vega del Guadalquivir



Imagen. Ganado vacuno en la falda de la Sierra

USOS FO PA PR PS SIGPAC 2017



Mapa 4. Usos Forestal (FO), Pasto Arbolado (PA), Pasto Arbustivo (PR) y Pastizal (PS) según SIGPAC
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC

4. Tierras Alimentando Córdoba para Alimentos Alimentando Córdoba

El presente análisis de los usos agrícolas y su distribución territorial en el municipio de Córdoba pretende arrojar información sobre el contexto productivo actual en la zona de estudio y a partir de ahí, tal y como plantea el Manifiesto de la Red de Ciudades por la Agroecología, trabajar para

“construir un Sistema Agroalimentario más local, respetuoso con el medio ambiente, sostenible, inclusivo, resiliente, seguro y diversificado que asegure comida saludable, sostenible y accesible al conjunto de la población cordobesa, y que potencien el empleo local”.

Es en este contexto en el que se ha iniciado el proceso “Alimentando Córdoba”, en el que se promueve el fortalecimiento del sistema agroalimentario cordobés, para lo que es necesario identificar y potenciar aquellas “Tierras Alimentando Córdoba” (TAC) que pueden proporcionar lo que se ha llamado “Alimentos Alimentando Córdoba” (AAC).

Así, se han definido como Tierras Alimentando Córdoba aquellas que cumplen dos características: 1) ser tierras con acceso a agua para regar, y 2) tener una pendiente menor al 15%. Es decir, tierras que tiene un alto potencial para producir aquellos productos definidos como Alimentos Alimentado Córdoba.

Entendemos por Alimentos Alimentando Córdoba aquellos alimentos 1) frescos, 2) producidos en el municipio y provincia de Córdoba, 3) de temporada, 4) que generan una relación directa y de proximidad entre quien produce y quien consume el producto, 5) de producción sostenible (ecológico certificado, SPG¹³ o en proceso colectivo y controlado de transición hacia manejos más sostenibles -reducción de agua, reducción de químicos, incorporación de variedades locales, aspectos energéticos, etc.), y 6) sostenibles también desde el punto de vista de lo social, respetando los derechos individuales y colectivos y promoviendo la equidad y la justicia social.

A efectos de este informe, debido a las limitaciones de la propia investigación, se ha reducido la amplitud de los AAC a la definición general de “verdura” y frutas, aunque potencialmente se plantea ampliar el análisis de los AAC a cereales, legumbres, huevos, carne, miel y productos silvestres, y transformados.

Por tanto, en este sentido se plantea una identificación de aquellas tierras que cumplen con los criterios reseñados de TAC y cuáles son sus usos reales, identificando a su vez aquellas TAC que están sirviendo para producir cultivos potencialmente Alimentos Alimentando Córdoba y qué tierras se están dedicando a otros usos. A continuación se mostrará el estado de los cultivos identificados como AAC en el término municipal.

4.1. Tierras Alimentando Córdoba (TAC)

Se han definido como Tierras Alimentando Córdoba aquellas tierras con 1) acceso a agua y 2) con pendiente menor al 15%¹⁴, por considerarse óptimas para el cultivo de hortícolas, que forman parte de los AAC.

¹³ Sistemas Participativos de Garantía

¹⁴ El porcentaje de pendiente seleccionado en función de las normas de la condicionalidad establecidas por el Real Decreto 1078/2014, de 19 de diciembre para el periodo 2015-2020. Se considera regadío aquellos recintos donde el % de regadío es >0%

Atendiendo a esta definición, en el Término Municipal de Córdoba encontramos 16.592,44 hectáreas, que suponen el 15% de la superficie agraria del municipio.

De éstas, tal y como se observa en la tabla, más de 3.200 hectáreas están dedicadas al cultivo de olivar, lo que supondría el 19% de estas tierras, siendo la superficie dedicada a tierra arable el 77,24%.

Con respecto al potencial de AAC, es decir, “verduras” y frutas podemos considerar las 127 hectáreas de cítricos, las 117,84 de frutales de cáscara y las 144,5 de frutales, además de las 97,66 hectáreas de huerta y las 2,77 de invernaderos. Es decir, 449,46 hectáreas de frutales y 100,43 hectáreas de huerta, que suponen un 3,31% de la superficie agraria municipal.

USOS AGRÍCOLAS SIGPAC 2017 TM CÓRDOBA					
USO SIGPAC		SUPERFICIE (Has)	SUPERFICIE REGADÍO (Has)	SUPERFICIE PENDIENTE <15% (Has)	SUPERFICIE REGADÍO Y PENDIENTE <15% (Has)
CF	Cítrico-Frutal	0,26	0,00	0,00	0,00
CI	Cítrico	135,13	127,12	133,70	127,12
FS	Frutal de Cáscara	362,31	177,84	342,52	177,84
FY	Frutal	549,39	145,47	326,83	144,50
IV	Invernadero	4,14	2,77	4,14	2,77
OC	Olivar-Cítrico	0,40	0,00	0,40	0,00
OF	Olivar-Frutal	2,19	0,00	0,50	0,00
OV	Olivar	16.266,33	3.546,60	12.942,57	3.220,36
TA	Tierra Arable	69.117,59	13.047,48	63.193,04	12.816,01
TH	Tierra Huerta	100,73	99,62	98,77	97,66
FO	Forestal	7.514,08	0,00	464,24	0,00
PA	Pasto arbolado	8.553,32	0,00	746,49	0,00
PR	Pasto arbustivo	5.796,30	0,00	544,84	0,00
PS	Pastizal	1.334,25	7,10	340,84	6,18
Total		109.736,42	17.154,00	79.138,88	16.592,44

Tabla 9 Superficie en regadío y pendientes <15% en TM Córdoba (has)

Fuente. Elaboración propia a partir de datos de SIGPAC

En el mapa siguiente se observa cómo las tierras óptimas de producción, con disponibilidad de regadío y pendientes suaves, se encuentran principalmente en los márgenes del río Guadalquivir y del río Guadajoz. En estas tierras encontramos tierra arable destinada a ajo y patata, y también maíz o algodón. En este caso, el ajo y la patata tiene como destino la propia Córdoba y también la exportación nacional e internacional. Como complemento de estos datos, en los siguientes epígrafes se analizará más pormenorizadamente la situación de estos cultivos AAC.

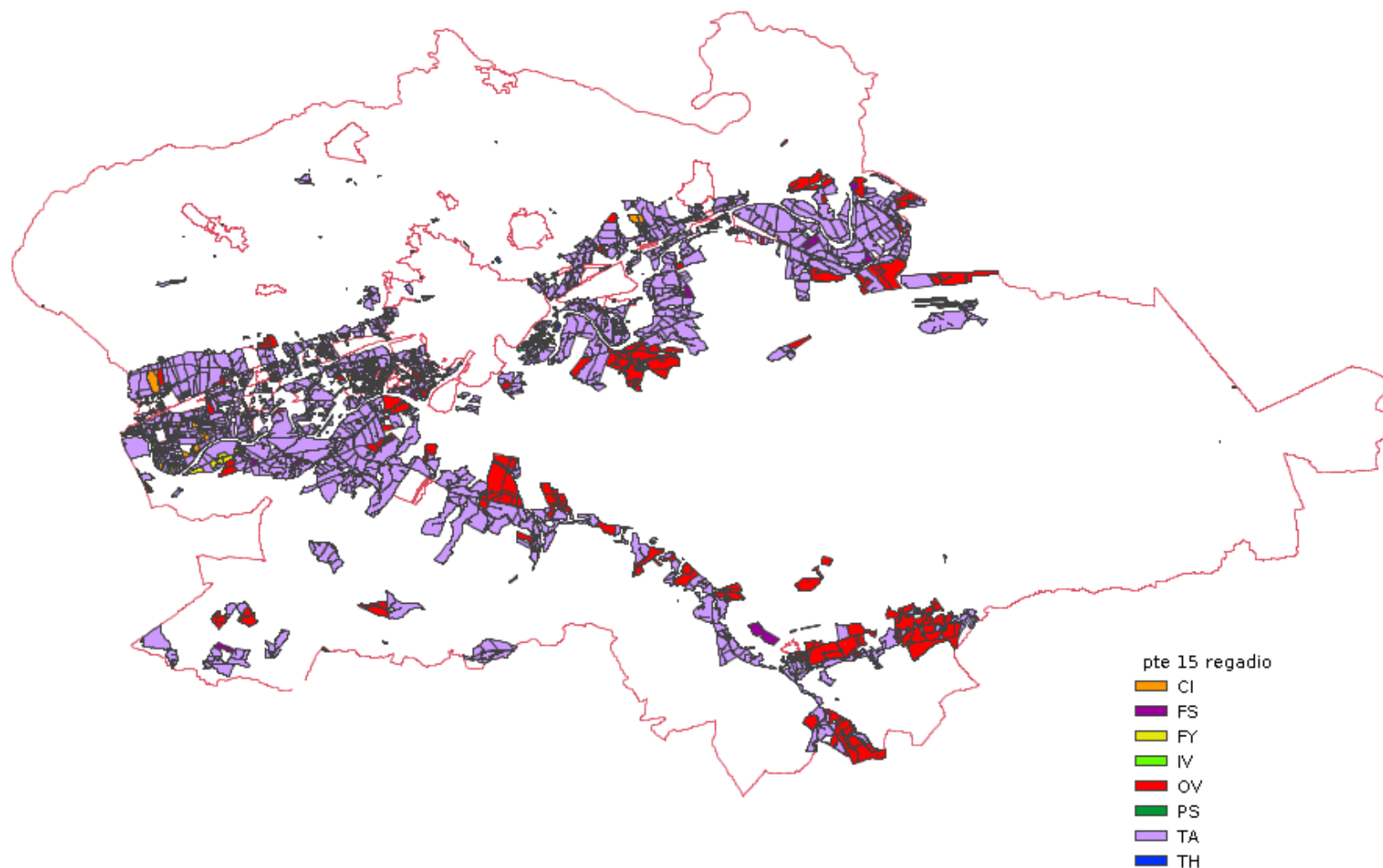
En este sentido, es de destacar el uso actual de estas tierras identificadas con un alto potencial de producción de AAC pero que, sin embargo, en la actualidad se están dedicando a otros usos y con otros criterios. Así, es importante destacar la superficie destinada a olivar, 3.220 hectáreas, que están produciendo aceituna para aceite, algunas de forma intensiva o superintensiva, tierras básicamente llanas, con disponibilidad de regadío, que en lugar de destinarse a la producción de AAC (principalmente hortícolas), para abastecimiento del sistema agroalimentario cordobés y consumo de la población local. Parte de estas tierras que formarían parte de las identificadas como Tierras Alimentando Córdoba (TAC) están siendo destinadas a producir para exportar, y no con el

objetivo de abastecer a la población cordobesa. Un claro ejemplo sería el de las tierras cercanas a Encinarejo, población en plena Vega del Guadalquivir que tradicionalmente ha sido zona de huerta por la fertilidad de sus suelos y que actualmente está transformándose en un lugar de referencia a nivel mundial para la importación de plántones de olivar. Tierras que desde una óptica de sostenibilidad y relocalización agroalimentaria podrían estar aportando AAC.



Imagen. Nuevo vivero de plántones de olivar

USOS SIGPAC CON REGADÍO Y PENDIENTE <15%



Mapa 5. Usos SIGPAC con regadío y pendiente <15%
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC

4.2. Cultivos Alimentos Alimentando Córdoba (AAC)

A continuación, desde la definición instrumental e inicial de AAC como aquellos productos frescos entendidos como “verduras” y frutas, analizaremos el estado productivo en el municipio de Córdoba de los cítricos, los frutales de cáscara, otros frutales y las tierras dedicadas a hortalizas. En ninguno de estos casos se abordan los rendimientos productivos ni el estado de manejo de estos cultivos, pero, sin embargo, son datos que nos aportan una visión amplia sobre el potencial productivo existente para iniciar un proceso de revalorización y relocalización del sistema agroalimentario cordobés en el que Córdoba alimente a Córdoba.

4.2.1. Cítricos y Cítrico-Frugal

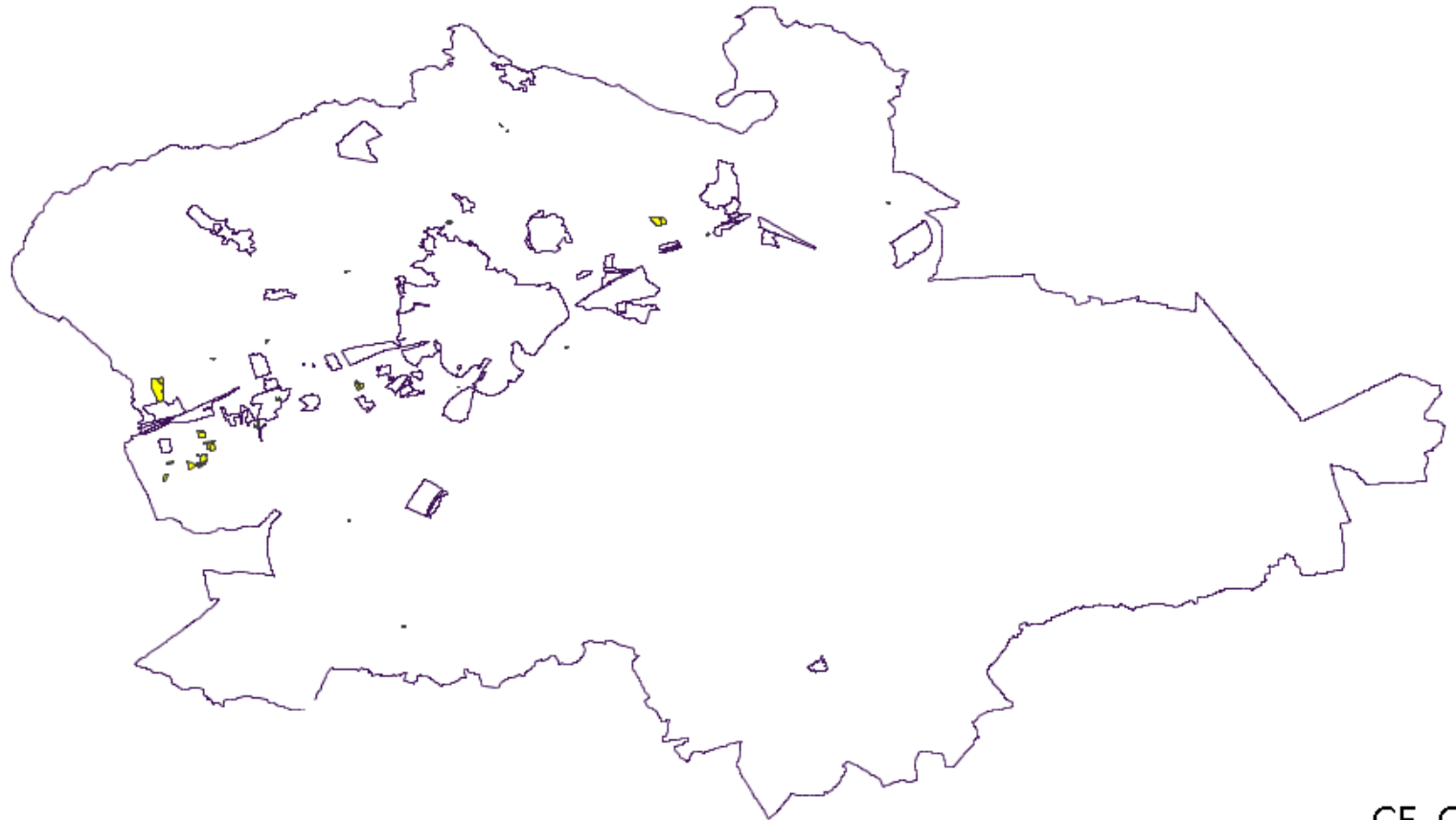
A nivel provincial, Córdoba se sitúa como un importante productor de cítricos, aunque este cultivo en el municipio supone únicamente 135 has. Según datos de 2015, la superficie era algo inferior, y principalmente está plantada de naranjo, con una ligera presencia de limonero.

SUPERFICIE DE CÍTRICOS TM CÓRDOBA (SIMA, 2015)

Cultivo	Superficie (Has)
Naranjo	114
Limonero	1
Total	115

Tabla 10. Superficie de cultivo de cítricos en TM Córdoba
Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía) 2015

USOS CI Y CF SIGPAC 2017 TM CÓRDOBA



CF_CI
■ CF
■ CI

Mapa 5. Usos Cítrico (CI) y Cítrico Frutal (CF) según SIGPAC
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC

4.2.2. Frutal de Cáscara y Frutal

Según SIGPAC (2017), hay más de 350has plantadas de Frutal de Cáscara (FS) y 550has aproximadamente de Frutales (FY).

Con los datos por cultivo que arroja el SIMA (2015) se observa que los principales frutales cultivados son ciruelo, melocotonero y manzano, todos en regadío. Entre los frutales de cáscara destaca el cultivo del almendro, pero es interesante también la producción de nogales por su alto valor comercial y nutricional, aunque principalmente se está planteando como alternativa de cultivo para zonas de regadío.

SUPERFICIE DE FRUTALES TM CÓRDOBA (SIMA, 2015)

Cultivo	Superficie (Has)
Manzano	20
Peral	2
Membrillo	4
Níspero	1
Albaricoquero	4
Melocotonero	47
Ciruelo	76
Higuera (secano)	14
Azufaifo, guayabo y otros (secano)	1
Almendro*	155
Nogal**	8
Pistacho (secano)	2
Total	334

* Regadío 73has, Secano 82has

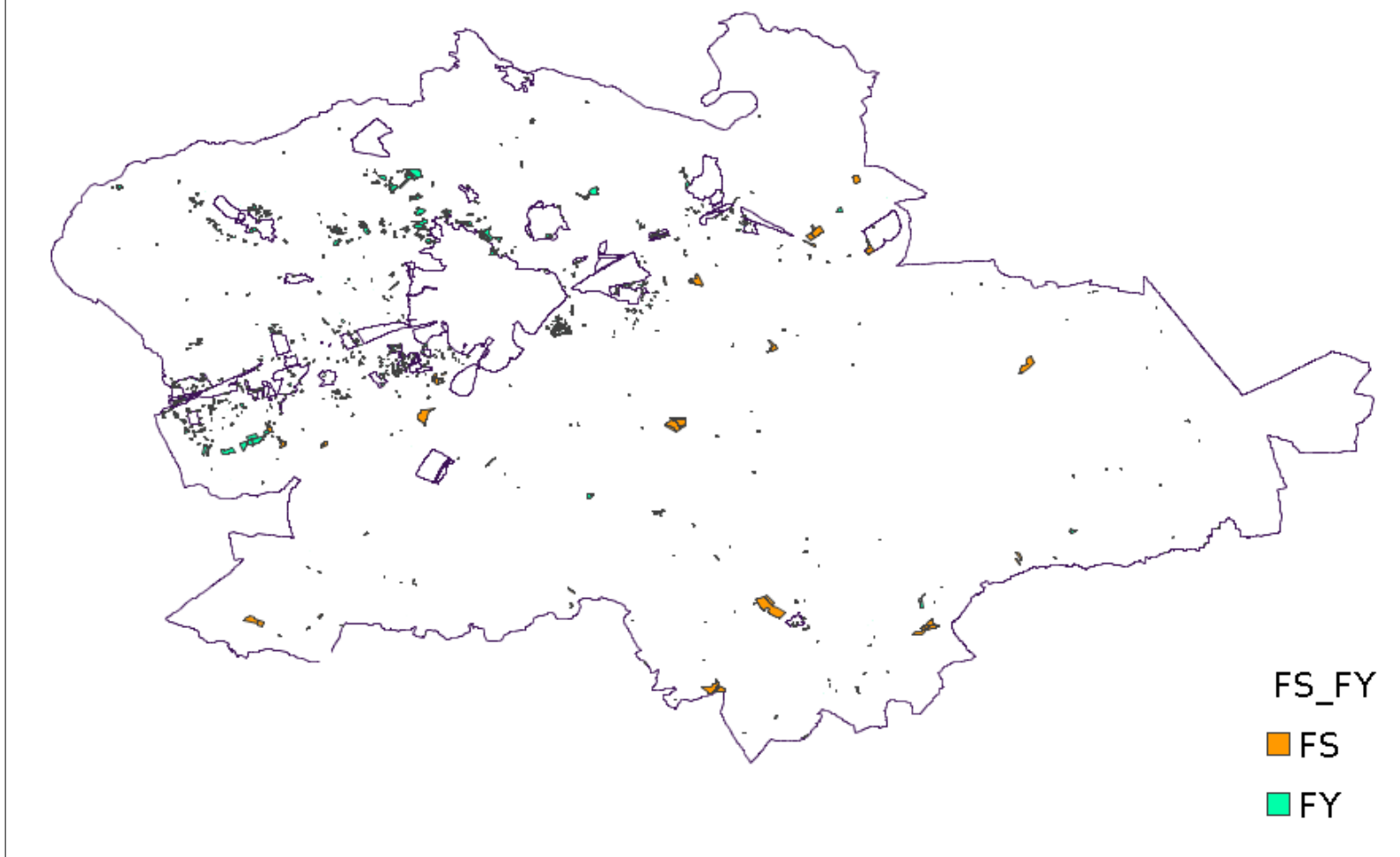
** Regadío 4has, Secano 4has

Tabla 11. Superficie de cultivo de frutales en TM Córdoba
Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía) 2015



Imagen. Cultivo de frutales en la campiña

USOS FS FY SIGPAC 2017



Mapa 6. Usos Frutal de Cáscara (FS) y Frutal (FY) según SIGPAC
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC

4.2.3. Tierra Arable, Tierra Huerta e Invernadero

Las grandes extensiones de tierra arable están distribuidas en todo el municipio, si bien el tamaño de explotación es mayor en la campiña, y están dedicadas al cultivo de cereales. Por su parte, existen 1.023 hectáreas destinadas a la producción de hortalizas.

En la zona de la Vega se encuentran algunas grandes fincas destinadas a cultivos de alto rendimiento en regadío, donde destacan el ajo, cebolla, haba y espárrago.

Por otro lado, en el cinturón hortícola de la ciudad encontramos una importante superficie destinada a berza, escarola, cebolla, zanahoria y judía verde. Sin embargo, este cinturón hortícola se está viendo amenazado por la expansión urbanística e industrial y también por el desplazamiento de usos agrarios como, por ejemplo, los viveros de olivar o frutales de cáscara que responden a dinámicas del mercado internacional.

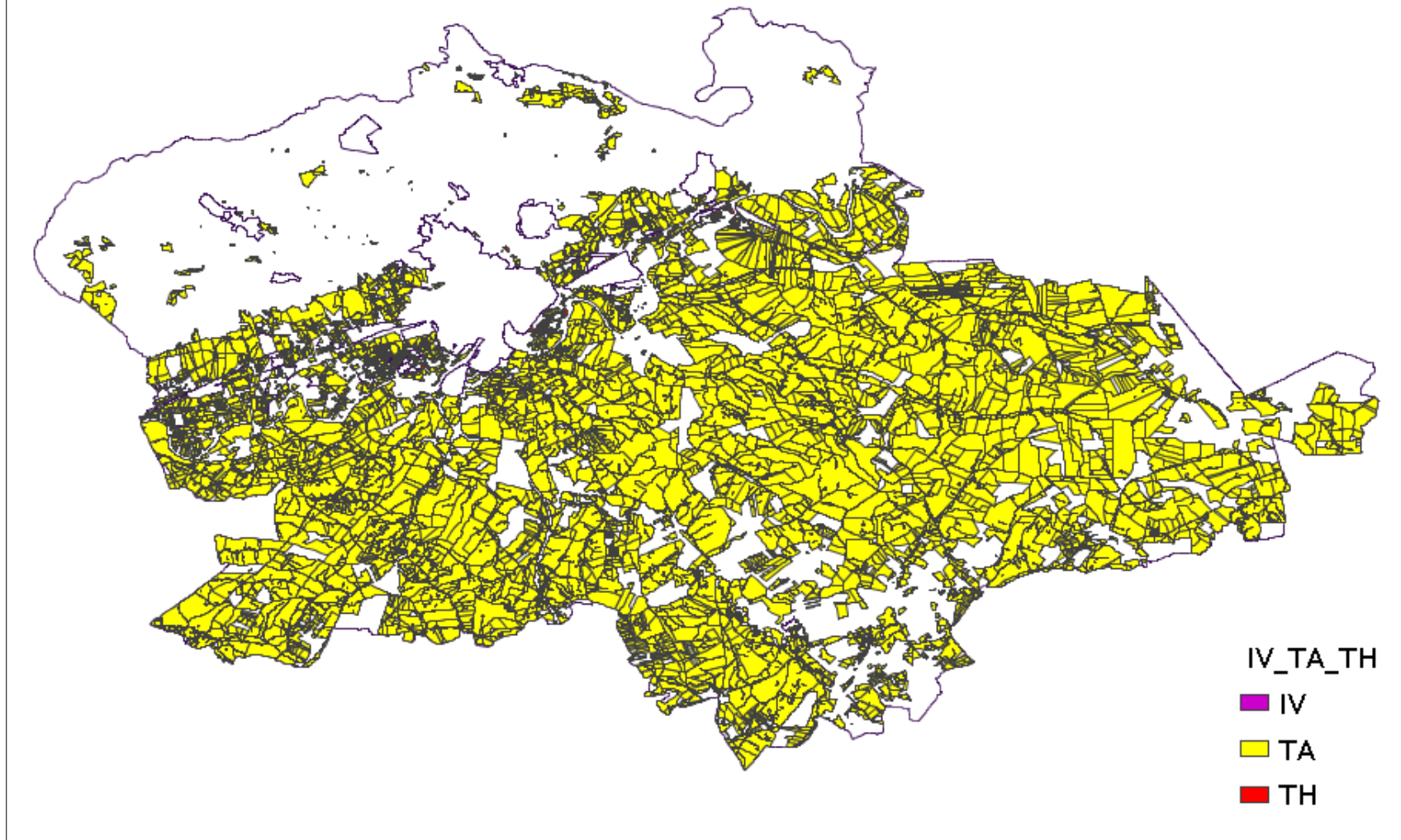
SUPERFICIE DESTINADA A HORTALIZAS TM CÓRDOBA (SIMA, 2015)		
	Hortalizas	Superficie (Has)
Regadío	Berza	28
	Espárrago	77
	Lechuga	3
	Escarola	5
	Espinaca	21
	Acelga	2
	Cardo	2
	Sandía	2
	Melón	1
		15
	Calabaza y calabacín	
	Pepino	5
	Pepinillo	2
	Berenjena	10
	Tomate	2
	Pimiento	10
	Alcachofa	6
	Ajo	320
	Cebolla	217
	Zanahoria	60
Judía verde	25	
Guisante verde	5	
Haba verde	200	
Secano	Melón	5
Total hortalizas		1.023

Tabla 12. Superficie de cultivo de hortalizas en TM Córdoba
Fuente. SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía) 2015



Imagen. Campo en regadío finca La Reina

USOS TA TH IV SIGPAC 2017



Mapa 6. Usos Invernadero (IV), Tierra Arable (TA) y Tierra de Huerta (TH) según SIGPAC
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC

5. La producción ecológica cordobesa

La producción ecológica en Andalucía es una actividad que no ha parado de crecer en los últimos años, tanto es así, que la superficie destinada a la producción ecológica en Andalucía se ha multiplicado por cuatro, llegando a superar el millón de hectáreas en 2015.

El Estatuto de Autonomía de Andalucía, en su artículo 197, recoge que “En el marco de sus competencias, los poderes públicos de Andalucía orientarán sus políticas especialmente al desarrollo de la agricultura ecológica”. Además, la producción ecológica es una de las prioridades de la nueva Política Agrícola Común 2014-2020.

La producción ecológica se encuentra regulada por el Reglamento (CE) nº 834/2007 del Consejo, sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos, donde se establecen los objetivos, principios y normas básicas y cuenta adicionalmente con disposiciones de aplicación, establecidas mediante el Reglamento (CE) nº 889/2008 y el Reglamento (CE) nº1235/2008. En la actualidad las instituciones europeas están elaborando un nuevo Reglamento para adaptar las necesidades del sector ecológico a la coyuntura actual de la Unión Europea (III PAPE Horizonte 2020, 2016).

Con el I Plan Andaluz de Agricultura Ecológica (I-PAAE 2002-2006) se multiplicó por 5 la superficie certificada (de 107.000has a más de 500.000has), y el número de personas que operaban en el sector pasó de 4.173 a 6.550. Con el II-PAAE (2007-2013) también se aumentó la superficie y el número de operadores ecológicos, además hubo un crecimiento proporcional entre el sector productivo y el transformador.

Balance	2007	2015	Incremento	Incremento (%)
Superficie (ha)	582.746	1.011.094	428.348	73,5
N.º operadores	7.585	13.309	5.724	75,46

Tabla 13. Balance de titulares de explotación y superficie en producción ecológica en Andalucía 2007-2015

Fuente. III PAPE Horizonte 2020. Consejería Agricultura, Pesca y Desarrollo

En el Término Municipal de Córdoba, el cultivo en ecológico supone el 5% de la superficie agrícola, según datos del SIPEA (Sistema de información sobre la producción ecológica en Andalucía) en 2016.

La mayor superficie en ecológico está dedicada al cultivo de pastos, situados principalmente al norte del municipio. Se encuentran también 1.150 has del cultivo de olivar en ecológico, repartidas tanto en zona de sierra como en zona de campiña. Cabe destacar además, la importancia de la producción de herbáceos y hortícolas en ecológico, que superan las 200 hectáreas en el municipio.

Más de la mitad de la superficie está dedicada a pastos, sistemas adhesionados, prados y pastizales, y la superficie de olivar en ecológico es de cerca del 21%. La superficie de barbecho y abono verde corresponde al 2,8% y la dedicada a cultivos herbáceos es aproximadamente del 0,8%.

En lo que respecta a los potenciales AAC se aprecia, pues, que el término municipal se contaba en 2016 con 47 hectáreas de hortícolas en ecológico, 28 de frutales y 26 de cítricos; además de 6 de aromáticas y medicinales, y 74 hectáreas de bosque y recolección silvestre.

SUPERFICIE DE AGRICULTURA ECOLÓGICA (2016)

USO	Has
AROMAS Y MEDICINALES	6
BARBECHO Y ABONO VERDE	214
BOSQUE Y RECOLECCION SILVESTRE	74
CÍTRICOS	26
FRUTALES	28
HERBÁCEOS	157
HORTICOLAS	47
OLIVAR	1.156
PASTOS, SISTEMAS ADEHESADOS, PRADOS Y PASTIZALES	3.850
UVA DE MESA	<1
TOTAL	5.557

Tabla 8. Superficie agricultura ecológica TM Córdoba (has)
Fuente. Elaboración propia a partir de datos de SIPEA 2016

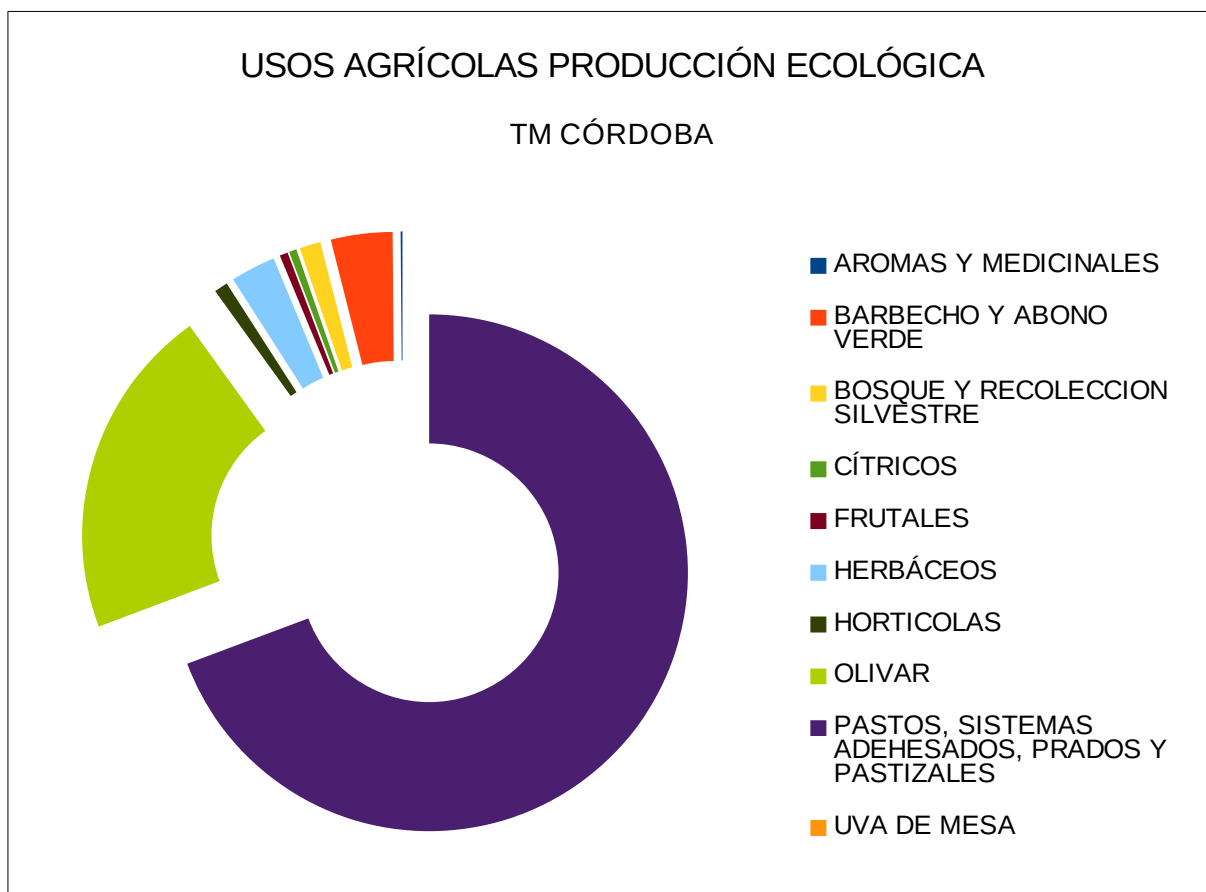
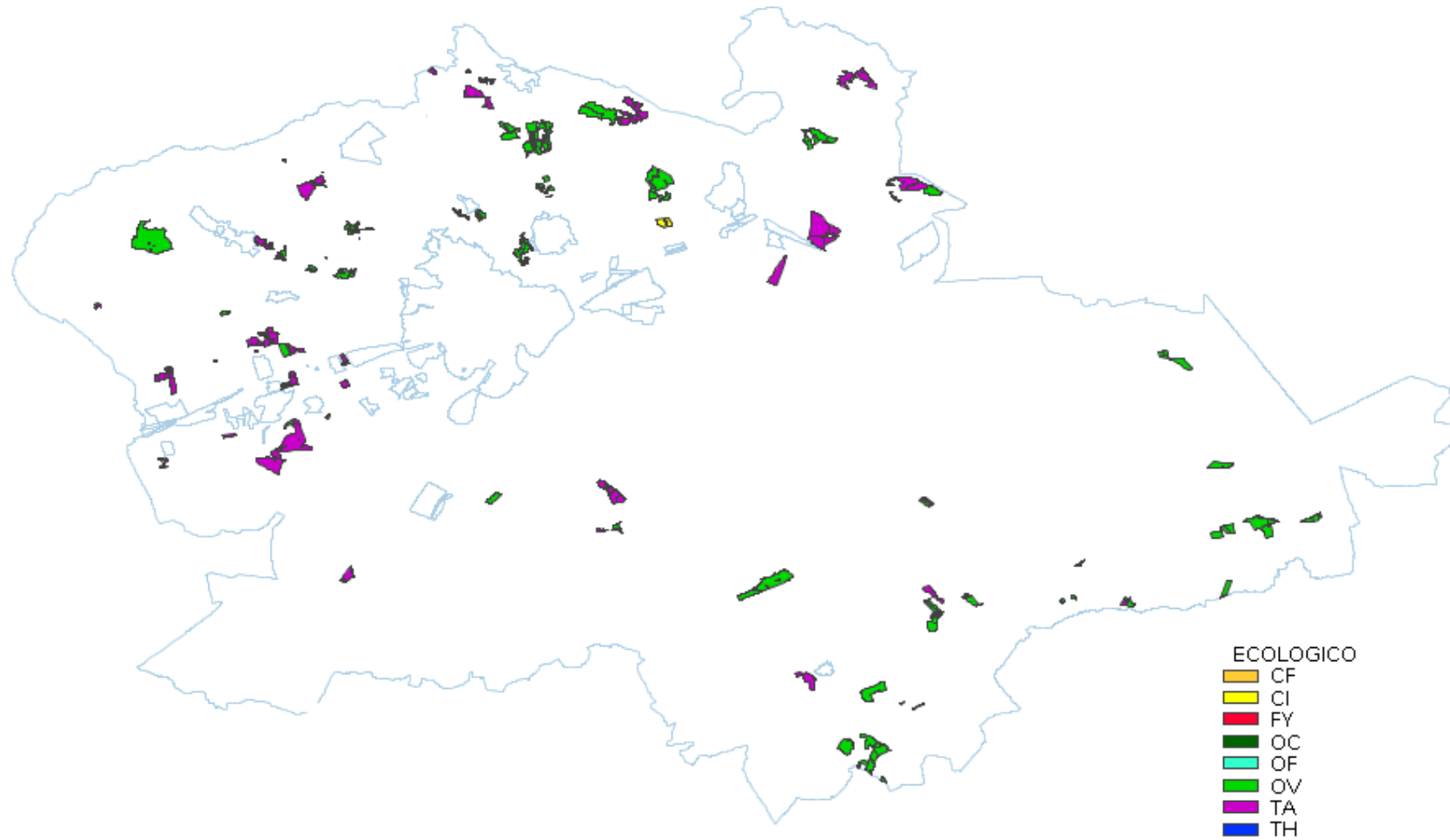


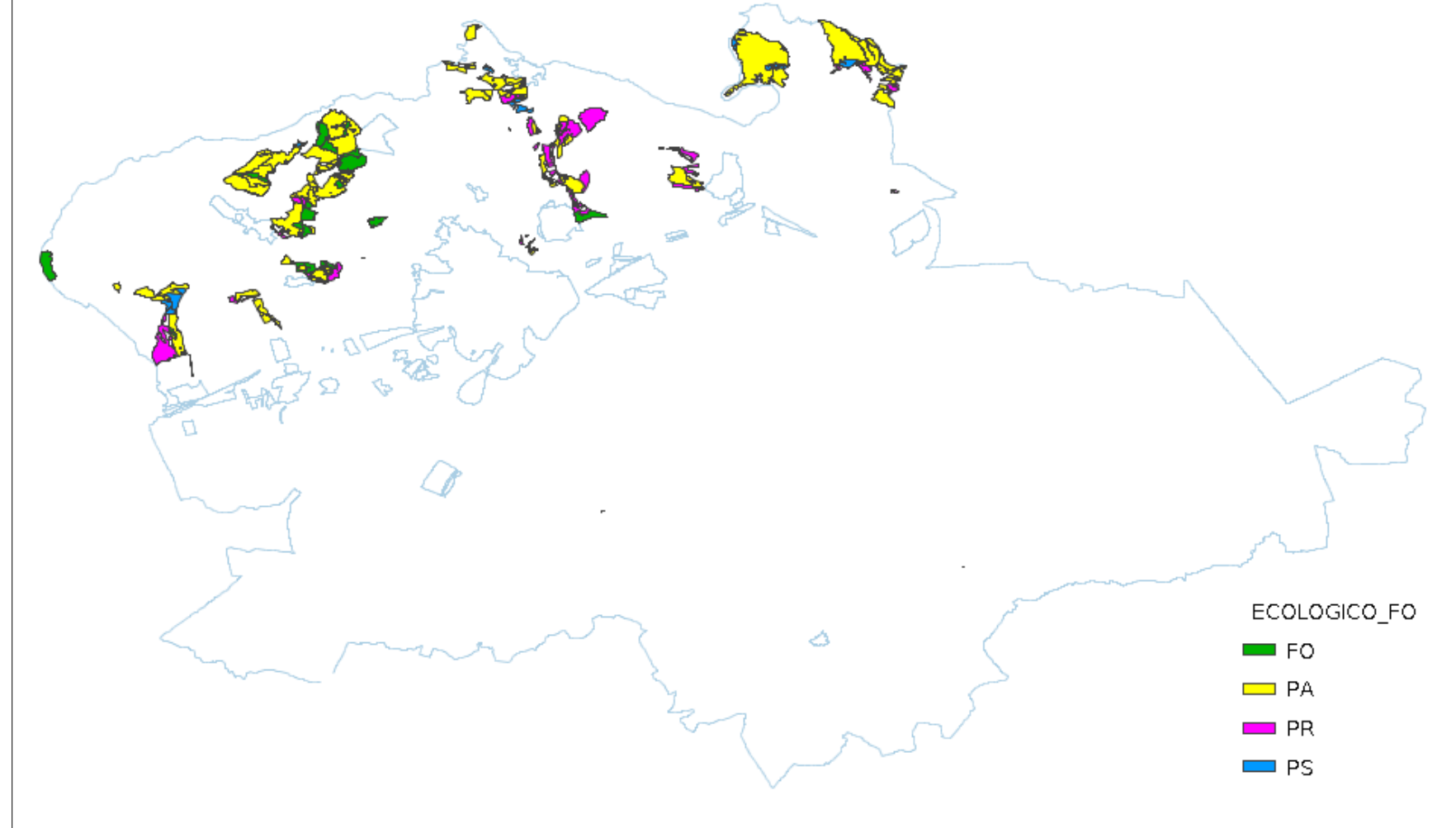
Gráfico 8. Usos agrícolas de producción ecológica en TM Córdoba
Fuente. Elaboración propia a partir de datos del SIPEA 2016

USOS PRODUCTIVOS EN ECOLÓGICO



Mapa 7. Usos productivos en cultivo ecológico en TM Córdoba
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC-SIPEA

USOS FORESTAL Y PASTOS EN ECOLÓGICO



Mapa 8. Usos Forestal, Pasto Arbolado, Pastor Arbustivo y Pastizal en ecológico en TM Córdoba
Fuente. Elaboración propia a partir de datos SIGPAC-SIPEA

5.1. Alimentos Alimentando Córdoba (AAC) ecológicos

Para analizar más en profundidad los cultivos AAC que se disponen en ecológico se han tomado los datos disponibles en SIPEA para el 2017, si bien las superficies totales no coinciden con los datos de 2016 que son ya datos consolidados. Se considera interesante el análisis detallado ya que se arroja información sobre los cultivos presentes y predominantes en el municipio, centrandó el estudio en los cultivos de hortalizas, cítricos y frutales en producción ecológica tanto de regadío como de secano. En aquellos casos en los que la superficie es inferior a los 100m² el SIPEA indica 0.

CULTIVO	HAS	
HORTICOLAS AL AIRE LIBRE	AJO	19,56
	ALCACHOFAS	0
	APIO	0,01
	BERENJENAS	0,01
	BROCOLI	0
	CALABACINES	0,28
	CEBOLLA Y CEBOLLETA	0,18
	COLIFLOR	0,02
	ESPINACA	0
	FRESA	0
	JUDIA Y JUDIAS VERDE	0,07
	LECHUGA	0,01
	MELON	0,05
	NABOS	0,01
	OTRA LEGUMBRE DE VAINA	0,22
	OTRAS COLES	0,07
	OTRAS HORTALIZAS	22,51
	CULTIVADAS POR EL FRUTO	0,04
	DE BULBOS O TUBERCULOS	0,02
	DE HOJAS Y TALLOS (SALVO COLES)	0,02
PEPINO	0,01	
PIMIENTOS	0,01	
REMOLACHA DE MESA	0,02	
TOMATE AIRE LIBRE	0,01	
ZANAHORIA	0,03	
UVA DE MESA	0,14	
CITRICOS	PARA TRANSFORMACIÓN	0
	LIMONERO	0,47
	MANDARINO	0
	NARANJO	25,37
FRUTALES DE HUESO (REGADÍO)	ALBARICOQUERO	0
	CEREZO	0,7
	CIRUELO	0
	MELOCOTONERO	0
	NECTARINO	0
	OTROS FRUTALES	0,19
FRUTALES DE PEPITA. (REGADÍO)	CAQUI	0
	HIGO	0
	KIWI	0
	MANZANO	0
	MEMBRILLO	0
	NISPERO	0
	PERAL	0
FRUTALES DE SECANO	ALGARROBO	0
	ALMENDRO	0
	NOGAL	2,6
	OTROS FRUTALES	0,72
FRUTALES REGADÍO PARA TRANSFORMACIÓN	0	

Tabla 14. Alimentos Alimentando Córdoba en producción ecológica
Fuente. SIPEA 2017

5.2. Productores/as con productos ecológicos

Se han considerado las productoras y productores de los Alimentos Alimentando Córdoba de hortalizas, frutales y cítricos del término municipal identificadas en la base de datos del SIPEA.

PRODUCTOR/A	AAC
ASOCIACION CORDOBESA PARA INTEGRACION DE NIÑOS BORDER LINE	FRUTALES, HORTÍCOLAS Y UVAS DE MESA
ANTONIO JOSE RUANO RUANO	FRUTALES, HORTÍCOLAS, UVAS DE MESA Y CÍTRICOS
DIPUTACION PROVINCIAL DE CORDOBA	HORTÍCOLAS
EDUARDO AMIAN DEL PINO	HORTÍCOLAS
HERMISENDA HUERTA NATURAL, S.C.A.	FRUTALES, HORTÍCOLAS Y CÍTRICOS
HERMANOS MILLAN TARRADAS, C.B.	FRUTALES, HORTÍCOLAS Y CÍTRICOS
HORTALIZAS DEL GENIL, S.L.	HORTÍCOLAS
PRODUCTOS NATURALES Y ECOLOGICOS S.L.	HORTÍCOLAS
AGRICOLA EL MONTON S.L.	CÍTRICOS
ALMUZARA ESTUDIOS S.L.	CÍTRICOS
EMILIA MUGUIRO YBARRA	CÍTRICOS
JOSE MARIA TORRES TEVAR	CÍTRICOS
PEÑAMELARIA, C.B.	CÍTRICOS
TRES LINDES, S.C	CÍTRICOS
PILAR DEL PINO LOPEZ	FRUTALES
RAFAEL ROLDAN MAESTRE Y HNO. CB	FRUTALES
YLLESCAS ORTIZ RUSTICA C.B.	FRUTALES

Tabla 15. Productores/as de AAC
Fuente. SIPEA 2017

De las 17 productoras/es identificados en la tabla se han entrevistado a 5. De las 5, tres de ellas venden su producción mediante el sistema de cestas bajo pedido semanal. Dos hacen entrega a domicilio y uno realiza la entrega en la finca.

5.3. Los límites a lo ecológico desde la producción

Se han realizado un total de 5 entrevistas a productoras y productores de AAC en ecológico. De la información obtenida mediante las entrevistas semiestructuradas se ha realizado la matriz DAFO siguiente:

Amenazas/Debilidades	Fortalezas/Oportunidades
<p>No hay mercado local. Tienen por ejemplo unos clientes en Sevilla y granada que seguramente es para proveer a superficies de ecológico, que como mucho le compran 1 palets a la semana. Nosotros y la empresa El cortijo bio (de Medina Sidonia) somos las dos empresas más importantes de producción ecológica así en industrializado de Andalucía, y ambas tenemos que salir fuera para vender, porque en España no hay mercado. Saliendo de España hay más demanda que oferta, no llegamos a abastecer muchas veces.</p>	<p>La principal fortaleza es la diferenciación, desde el punto de vista de negocio, más del 90% es agricultura convencional, no hay tanta competencia entre lo ecológico, aunque también la hay. Y los precios se nota en la diferenciación. Éticamente gusta saber que lo que haces es un producto ecológico, que no le estás echando químicos, que es más sano. Es más difícil, más complicado cultivar, y tiene mayor inversión, aunque deja más margen... aquí para quitar las hierbas tiene que ser a mano, unas 50-60 personas al día! En campaña tenemos unas 100 personas. Nosotros estamos aquí para vender, si pudiéramos vender en lo local, pues venderíamos. Pero no hay salida.</p>
<p>No hay conciencia sobre el precio real del producto, y no llega nunca al productor. Las grandes superficies además no tienen interés real. Hace falta una centra de compras estructurada.</p>	<p>Estás haciendo las cosas bien. Producir en ecológico se nos ha dado bien. Este año el calabacín se ha dado muy bien. Deben ser iniciativas locales las que compren el producto.</p>
<p>Es complicado el relevo generacional. Hay que centralizar los insumos (humus, etc) Existen mafias en la producción del ajo, maíz y patata.</p>	<p>Hay que reivindicar la agricultura como cultura. Los conocimientos y tradiciones. Diversificar con proyectos diferentes (de cultura, investigación, etc). Recuperar semillas y tener las propias, adaptadas al territorio y las necesidades de la zona.</p>
<p>Ofrecer semanalmente diversidad de productos, las consumidoras no entienden a veces que los productos son de temporada, se cansan de comer siempre lo mismo porque falta también conocimiento de cómo cocinar o preparar los alimentos que da la huerta. La falta de compromiso... llega el verano y la gente se va.</p>	<p>Se genera un vínculo con la persona que te compra, y da alegría saber que valoran tu trabajo, que comen sano, y que les gusta.</p>
<p>No salen los números. La inversión para hacer algo es muy grande y los precios son muy bajitos. No hay ayuda, no nos ayudan ni nos facilitan nada.</p>	<p>Conocer a otras productoras que están como yo, y compartir las experiencias y los conocimientos, es muy bonito. Y aprender, siempre hay algo que aprender. Tener mis propias semillas e intercambiarlas.</p>

6. Agricultura urbana y periurbana

En otro orden de magnitudes, pasamos a hacer una mínima descripción del estado de la agricultura urbana y periurbana de la ciudad. Actualmente en Córdoba hay huertos urbanos gestionados por el Ayuntamiento de Córdoba, y otros huertos también urbanos o periurbanos, gestionados de forma colectiva y sin participación de la administración pública.

6.1. Huertos urbanos municipales¹⁵

El Ayuntamiento de Córdoba desde el año 2015 y, con más concreción, a través del Acuerdo adoptado por el Excmo. Ayuntamiento Pleno, en la sesión ordinaria celebrada, en primera convocatoria, el día 12 de abril de 2016 (N.º 96/16) sobre Huertos Urbanos en la ciudad de Córdoba, está desarrollando a través de la Delegación de Medio Ambiente e Infraestructuras y en coordinación con otras Delegaciones y Servicios Municipales, una experiencia participativa mediante el desarrollo del Programa de Huertos Urbanos en el Municipio de Córdoba.

Con la promoción de los huertos urbanos se generarán nuevos espacios de biodiversidad y se fomentará la participación ciudadana mediante la implicación vecinal. Todo ello, a la vez que se recuperan espacios públicos en desuso dotándolos de un valor multifuncional para generar dinamismo a la ciudad de Córdoba.

Al mismo tiempo, con fecha 11 de noviembre de 2016, el Excmo. Ayuntamiento de Córdoba aprobó en Pleno Ordinario N.º 292/16.- DECLARACIÓN INSTITUCIONAL SOBRE LA FIRMA DEL PACTO DE MILÁN (MILÁN URBAN FOOD POLICY PACT), por el cual se acuerda, entre las acciones recomendadas en el Bloque IV: Promover la Producción Alimentaria: “...llevar a cabo acciones que promuevan y consoliden la producción y transformación alimentaria urbana y periurbana y, proteger y permitir el acceso seguro a la tierra para la producción alimentaria sostenible en las áreas urbanas y periurbanas, incluyendo parcelas para huertos comunitarios...; asegurar el acceso a tierras municipales para producción agrícola local y promover la integración de los planes y programas de uso del territorio y de desarrollo urbano”.

En la actualidad los huertos urbanos están considerados como espacios públicos recreativos, de ocio saludable, de intercambio intergeneracional, de reinserción, de educación y en algunos casos espacios también de intercambio intercultural. En los últimos años los huertos urbanos han incorporado el objetivo de hacer más sostenibles las ciudades, creando espacios verdes que constituyen un recurso muy interesante para la educación ambiental. Al mismo tiempo se consigue producir alimentos frescos y ecológicos, lo cual se valora como algo fundamental dentro del concepto de calidad de vida ligada a una alimentación saludable.

En el futuro se prevé que los huertos urbanos de Córdoba tengan mayor importancia en el desarrollo de la ciudad, dejando de ser espacios aislados para convertirse en espacios habituales, llegando a ser elementos catalogados por la Unión Europea como “**Infraestructuras Verdes**” potenciadores de biodiversidad, del paisaje, de la calidad del agua y del aire en los entornos urbanos.

Según la información facilitada por el Ayuntamiento de Córdoba, los huertos urbanos en funcionamiento son:

• **Huertos urbanos del Parque de la Asomadilla**

En funcionamiento desde año 2011. El modelo de gestión está basado en un Taller de Horticultura Urbana Comunitaria de periodicidad anual dirigido y coordinado por el IMGEMA – Real Jardín Botánico de Córdoba.

15 Información proporcionada por el Área de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Córdoba.

La superficie total dedicada a huertos urbanos es de 5.143 m² diferenciadas en dos zonas contiguas valladas en todo su perímetro. Uno de los huertos suma 1.846 m² de superficie y el otro 3.297 m², ambos están divididos en sectores y bancales por medio de viales interiores.

En función de su uso se diferencia tres tipos de parcelas en las que se desarrollan distintas talleres y actividades relacionadas con la agroecología:

1. Parcelas y bancales destinados huertos comunitarios

El modelo está basado en la distribución de las parcelas dedicadas a la gestión grupal de proyectos colectivos (no individuales) y de auto consumo. Los grupos están compuestos por 8 – 12 personas por grupo. Con carácter general, cada grupo de usuarios de las parcelas tiene un coordinador, elegido por el grupo, que coordina las labores además de la comunicación con los demás grupos y con el responsable técnico asignado por el IMGEMA. Actualmente hay inscritos 70 hortelano/as repartidos entre 7 grupos.

Para participar han debido firmar el documento de solicitud de uso de los huertos. Una vez seleccionados firman un documento de aceptación de las bases reguladoras del proyecto en el que se establecen las líneas generales de acción y reglamento interno. Tras la notificación a los admitidos, se inicia un proceso que contempla la presentación y contextualización de los Huertos Comunitarios de la Asomadilla y una actividad formativa de iniciación a la hortelanía.

2. Parcelas destinadas al desarrollo de programas educativos.

En estas parcelas se está desarrollando el Programa Educativo Municipal “Un Huerto en mi Ciudad”. Este programa educativo está promovido por el Departamento de Educación del Ayuntamiento de Córdoba en colaboración con el IMGEMA - Real Jardín Botánico de Córdoba, pretende acercar al estudio y cultivo de la tierra a los alumnos de nivel educativo a partir de 2o ciclo de E. Primaria de los centros educativos del municipio de Córdoba.

En lo que va de curso escolar 2016 – 2017 se han realizado 65 visitas monitorizadas en las que participaron en este programa de huertos como actividad complementaria, 2.736 alumnos y 30 profesores de 23 colegios de Córdoba.

3. Parcelas cedidas a colectivos y entidades sin ánimo de lucro y de carácter social cuyo objetivo sea la promoción de conocimientos en el ámbito de la educación ambiental.

Actualmente se están desarrollando actividades educativas a través de la Asociación de Padres y Madres “Un Mundo al Revés”. En ellas inician a sus hijos, la mayoría menores de dos años, al contacto con la tierra y el cultivo de sus propios alimentos.





•Huertos del Centro de Educación Ambiental

Centro municipal de referencia para la formación en agroecología urbana y la educación ambiental.

Dispone de un espacio de 9.000 m², de los que 1.500 m² están destinados a huertos. Está dotado de alberca para riego, charca de biodiversidad y casa de la huerta. El espacio para huertos está distribuido en 5 parcelas de 200 m² de promedio y una más grande de 650 m². Inicialmente, están definidos de la siguiente manera:

1. Dos parcelas están reservada para el desarrollo de un ciclo formativo de inclusión de un grupo de mujeres del Barrio de las Palmeras
2. Las tres parcelas restantes quedarán abiertas a los ciudadanos/as de Córdoba que quieran formarse a través de Talleres formativos sobre horticultura y agroecología. Con el objeto de que una vez superado el periodo formativo, puedan poner en marcha sus propias iniciativas de horticultura. Este sistema estará abierto mediante en periodo de solicitud reglado por el Ayuntamiento y a través de registro de entrada.
3. La parcela más grande de 650 m² está destinada a acoger el Programa Educativo de Un Huerto en mi Ciudad “El Peque Huerto” destinado a E. Infantil (4 y 5 años) y 1o Ciclo de Educación Primaria.

Además, existen unos huertos pendientes de entrar en funcionamiento:

•Huertos de Miralbaida “Huertos de Paco”

El Ayuntamiento de Córdoba ha puesto en carga 7.000 m² de terreno de los denominados “Huertos de Paco” en una parcela del SGPAU E-1 Huerta de San Francisco, dotándolos de tierra para el cultivo de hortalizas, acometida de agua para riego, vallado perimetral y viales de acceso.

Distribución superficie “Huerto de Paco”:

- Superficie total: 7.000 m²
- Superficie área cultivable: 4.063 m²
- Número de parcelas: 68 ud
- Distribución de las parcelas dentro del huerto:
 - 49 parcelas (50 - 60) m²

- 11 parcelas (60 - 80) m²
- 6 parcelas (80 - 100) m²
- 2 parcelas (>100) m²

Se realizará una convocatoria pública para la adjudicación de estos huertos urbanos a colectivos, grupo de personas hortelanas y, en su defecto, a personas a título individual, con el objetivo de reconocer a los proyectos más destacados para autorizarles el uso, con el fin de satisfacer funciones ambientales, sociales-comunitarias, educativas, saludables, de identidad y paisajísticas; todas ellas en el marco de los objetivos del Programa de Huertos Urbanos que desarrolla el Ayuntamiento de Córdoba y en el marco del Acuerdo del Pacto de Milán.

Para ello se está aprobando un pliego con unas bases de concurso que plantean criterios de selección valorando las actividades a desarrollar, número de participantes por entidad, proximidad, formación en agroecología de los participantes, genero, inserción social.

Según el informe del ayuntamiento, hay además una previsión de huertos futuros, que serían:

• **Huertos de Levante**

Siguiendo esta línea estratégica del Programa de Huertos urbanos del Municipio de Córdoba, desde esta Delegación, como se refleja en el compromiso de los presupuestos de inversión de la Delegación de Medio Ambiente del año corriente, se está barajando la posibilidad de seguir atendiendo la promoción de huertos urbanos en la ciudad de Córdoba.

Si se considera oportuno y, teniendo constancia que se ha licitado la redacción del “Proyecto de Instalación de la Red General de Riego del Parque de Levante, SGEL. SUP-4, y Parque Molino de los Ciegos, SGEL. SUP-5”, se va a promover conjuntamente con la Gerencia Municipal de Urbanismo la ejecución y puesta en marcha de un proyecto de huertos urbanos vecinales sobre los terrenos correspondientes al futuro Parque de Levante, siempre que sea sostenible en cuanto a la inversión y que respete la demanda ciudadana enmarcada en el Programa de Huertos Urbanos del Gobierno Municipal.

• **Red de Huertos Ecológicos Escolares del Municipio de Córdoba**

El Programa promoverá una Red de Huertos Ecológicos Escolares del Municipio de Córdoba como una iniciativa que deberá ser impulsada por los diferentes colegios públicos municipales que en la actualidad están impartiendo o quieren impartir actividades de horticultura en el programa educativo del centro.

Actualmente existen 19 colegios públicos que tienen algún proyecto relacionado con huertos escolares en el en el Centro.

Se plantea para el curso 2017 – 2018 el inicio de y elaboración de un Diagnóstico e Inventario que permita la elaboración de un inventario de los espacios de huertos escolares mediante la implementación de un Sistema de Información Geográfica (SIG) propio que georreferencie y caracterice la ubicación, superficies y dinámicas de gestión de los espacios disponibles. Se ejecutará a través de un Proyecto Emplea 2016, denominado DIAGNÓSTICO Y DINAMIZACIÓN DE HUERTOS URBANOS.

El objetivo general consistirá en revitalizar los huertos ecológicos escolares dotándolos de medios materiales para la instalación y para el buen desarrollo de los procesos de cultivo. Y contribuir a hacer del centro escolar un espacio de aprendizaje, en el que el huerto se integre de manera efectiva dentro del currículo educativo.

6.2. Huertos urbanos comunitarios o sociales

Entre los huertos urbanos de iniciativas comunitarias nos encontramos con:

- **Huerto urbano solidario Fuensanta**

El Huerto Urbano Solidario Fuensanta es un proyecto de autogestión comunitaria que nació del trabajo en equipo de un grupo de vecinos y vecinas del barrio, desde la participación vecinal y el debate, a raíz del evento [#UrbanismoDeBarrio](#) en septiembre de 2012. El solar, de titularidad pública y en situación de abandono municipal durante 20 años, es hoy un huerto social y ecológico.

Está coordinado por la Asociación Huerto Solidario Fuensanta, que fue constituida durante el proceso. El terreno destinado al huerto tiene una extensión aproximada de 680m². En él se desarrollan actividades educativas, iniciativas culturales vecinales, de ocio y convivencia.

El objetivo del proyecto, una vez recuperado el espacio, es servir de punto de encuentro del barrio, priorizando el carácter social y educativo sobre la producción, poniendo especial énfasis en la educación como base del proyecto.

El proyecto se financia de forma autónoma, a través de la aportación ciudadana. En los comienzos, utilizaron fórmulas de financiación colaborativa (crowdfunding).





• Huertas del Cordel de Écija

Los huertos socio-ecológicos Cordel de Écija es un proyecto reivindicado y autogestionado por la “Asociación de Vecinos y Vecinas Amargacena”, que agrupa distintos colectivos, asociaciones, vecinos y vecinas del distrito Sur de la ciudad de Córdoba.

La parcela, situada junto al Guadalquivir, cuenta con 12.000 m² vallados, de los cuales 8.000 m² están habilitados para la agricultura, según fuentes aportadas por la propia Plataforma.

El terreno está distribuido en varias zonas: (a) una destinada a huertos colectivos comunitarios, otra (b) para huertos individuales o familiares y otra (c) zona de encuentro común. En total, hay alrededor de 100 parcelas de 60 m² cada una.

La Plataforma señala como objetivo principal la autogestión, la organización popular y el empoderamiento ciudadano, destacando el carácter social y educativo del proyecto al tratarse de actividades saludables de ocio, recreo y de concienciación agroecológica.



• **Huerto Asociación Huerto Mediterráneo**

Este huerto comenzó su andadura en el año 2008 a iniciativa del hortelano Fernando Entrenas. Desde el primer momento esta propuesta fue muy bien acogida por la dirección del Centro de Personas Adultas del Parque Figuerola (Córdoba), lugar donde se sitúa dicho huerto. Este centro comparte instalaciones con otros centros escolares para niños y niñas.

Es en el año 2014 cuando las personas que participan en las actividades ligadas con el huerto deciden constituirse como Asociación, con la denominación de ASOCIACIÓN “HUERTO MEDITERRÁNEO”

Entre los fines de nuestra Asociación tendríamos que destacar el “fomento y cultivo de huertos sociales y ecológicos, desarrollando experiencias que permitan el manejo agrario y la convivencia entre las personas, y donde las tareas productivas dirigidas al autoconsumo coexistan con actividades de carácter social, ambiental, lúdico y educativo”.

La huerta se sitúa en el patio del colegio, en una parcela que se subdivide en 4 hojas y que son la base a la hora de planificar las rotaciones. Esta parcela tiene una superficie de 230 m², a la que desde 2014 hay que sumar otra de 100 m²

Actualmente participamos 12 persona, realizando una gestión colectiva, no hay subparcelas asignadas a cada persona, siendo los frutos recogidos cada día repartidos entre las personas que acuden ese mismo día.

• **La Rehuerta**

La Rehuerta nace en 2008 motivada por un grupo de personas con afinidades y con interés por aprender a cultivar la tierra y producir de manera ecológica. Actualmente son 9-10 personas, y se están conformando como asociación.

La finca, de unos 3.000m² de superficie está ubicada en las huertas del camino Carbonell, a escasos km de la ciudad.

Para participar hay que abonar una cuota mensual para cubrir los gastos derivados del alquiler del terreno, regadío, semillas, plantones, etc. Además de un compromiso de asistir al menos una vez a la semana a trabajar en la huerta y participar de la reunión mensual de coordinación.

Según sus propios integrantes, la Rehuerta ha sido un espacio muy feminizado desde el inicio, donde no sólo se aprende a cultivar, sino que también se trabajan los cuidados.

Allí cosechan todo tipo de hortalizas según las temporadas, haciendo rotaciones y asociaciones de cultivos y aprendiendo de un año a otro.

• **Proyecto integral de huertos urbanos Palmeras**

El Proyecto Integral de Huertos Urbanos Palmeras se trata de una demanda ciudadana para el desarrollo de huertos urbanos en el barrio Palmeras, una de las zonas más desfavorecidas y con más exclusión social de la ciudad.

El proyecto, denominado “Proyecto Integral de Huertos Urbanos Palmeras”, está basado en un estudio realizado por Javier Poyato para la Universidad de Córdoba, en colaboración con el ISEC y la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y cuenta con el apoyo de entidades y colectivos que trabajan en el barrio, así como de organizaciones vecinales.

La propuesta tiene como objetivo ofrecer formación a jóvenes y adultos a través de la agroecología, trabajando en la línea de la soberanía alimentaria, bajo una perspectiva social y educativa. El espacio demandado es conocido como “Huerta de Santa Isabel Oeste”, en un terreno cercano al barrio con una superficie total alrededor de 27.000 m². El proyecto continúa en fase de reivindicación del espacio.



7. La producción en el marco del proceso (más allá del Pacto de Milán en Córdoba)

El Pacto de Milán, como se ya se ha planteado, supone una apuesta por aumentar la sostenibilidad ecológica, económica, social y cultural de los sistemas agroalimentarios locales en torno al papel de las propias ciudades y su relación con la producción, distribución, restauración, consumo y gestión para la disminución de los residuos y desperdicios alimentarios, y hacer un buen uso de los recursos naturales. Como recoge el compromiso político de la firma del Pacto de Milán en su punto 1: los ayuntamientos adheridos se comprometen a “Trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a

todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los cambios climáticos”, y para ello pondrán en marcha estrategias de coordinación e implementación de políticas públicas “para favorecer la creación de sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles”.

Planteamientos que, como vimos en la introducción, desde otros ámbitos ya estaban recogidos en torno a la propuesta de la agroecología y de la soberanía alimentaria, en el marco de los movimientos sociales que luchan por la transformación del sistema agroalimentario dominante y de sus prácticas esquiladoras y explotadoras de los recursos naturales y de las personas, con unas graves consecuencias ecológicas y sociales en el ámbito local y global.

En este caso, aprovechando el marco del Pacto de Milán, mostramos cuáles han sido los ejes y acciones identificadas explícitamente en las jornadas de trabajo desarrolladas en el proceso (más allá del) Pacto de Milán correspondientes a cada uno de los sectores del sistema agroalimentario.

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ

3. *Identificar, mapear y evaluar las experiencias locales y las iniciativas alimentarias de la sociedad civil con el fin de transformar buenas prácticas en programas y políticas, con el apoyo de los entes de investigación ó instituciones académicas locales.*

6. *Desarrollar una estrategia de reducción del riesgo de catástrofes para mejorar la resiliencia de los sistemas alimentarios urbanos, en incluidas las ciudades más afectadas por los cambios climáticos, las crisis prolongadas y la inseguridad alimentaria crónica en las áreas urbanas y rurales.*

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN

10. *Adecuar las normas y los reglamentos con el fin de garantizar el acceso a dietas sostenibles y agua potable en las estructuras públicas como hospitales, estructuras sanitarias y de asistencia a la infancia, lugares de trabajo, universidades, escuelas, servicios alimentarios y de restauración, oficinas públicas y lugares de detención y, dentro de lo posible, en la gran distribución privada, en la distribución al por mayor y en los mercados.*

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

19. *Promover la educación la capacitación y la investigación participativas, para reforzar la acción local destinada a aumentar la justicia social y económica, promover enfoques basados en los derechos, reducir la pobreza y favorecer el acceso a alimentos adecuados y nutritivos.*

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA

21. *Promover la coherencia en las interacciones entre las ciudades y la producción y transformación alimentaria en las áreas rurales colindantes, centrándose en los pequeños productores y las empresas agrícolas familiares, y con atención especial a empoderar mujeres y jóvenes.*

24. *Fomentar la erogación de servicios para los productores alimentarios en las ciudades y zonas colindantes, incluida la formación técnica y la asistencia financiera (crédito, tecnologías, seguridad alimentaria, acceso al mercado, etc.) para la creación de un sistema alimentario multigeneracional y económicamente sostenible, que promueva prácticas como el uso de abonos derivados de residuos alimentarios, de aguas residuales, de energía generada por residuos etc., asegurando al mismo tiempo que estas actividades no contrasten con el consumo humano.*

EJE 6 - LIMITAR DESPERDICIOS DE ALIMENTOS

34. *Reunir los operadores del sistema alimentario con el fin de evaluar y monitorear la reducción de las pérdidas y de los desperdicios de alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria ciudad/región (producción, transformación, embalaje, preparación alimentaria segura, presentación y gestión, reutilización y reciclaje), y de asegurar una planificación y un diseño holísticos, la transparencia, la responsabilidad e la integración de las políticas.*

7.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la primera jornada de trabajo sobre la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente un listado de acciones que se están desarrollando en Córdoba en torno a los ejes de trabajo del Pacto de Milán y la soberanía alimentaria, salieron a la luz las siguientes acciones relacionadas con la Producción.

El ámbito de la intervención en agricultura está liderado por las productoras del Ecomercado, junto a otras organizaciones de distribución como Ecocórdoba y Almocafre u otros mercados informales.

Por un lado, existe cierta articulación y conocimiento del propio sector que puede ser una oportunidad para el trabajo en prácticas agrarias más sustentables de las productoras implicadas y la apertura a nuevas productoras a quienes facilitar el proceso de transición agroecológica que amplíen la oferta disponible de productos agroecológicos donde las consumidoras puedan encontrarlos fácil y a precios justos.

Las prácticas agrícolas están en manos de las productoras y el ámbito de las variedades locales es un espacio privilegiado de trabajo.

La formación y los diagnósticos sobre el sector productivo son otras iniciativas que pueden atender a las necesidades de las propias productoras o a detectar necesidades y demandas del sector y de las productoras.

El trabajo específico con los actores claves del sector (presentes o por incluir al proceso Pacto de Milán) es imprescindible para fortalecer ese elemento básico del sistema agroalimentario local.

INTERVENCIÓN AGRICULTURA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Diagnóstico (no sistematizado y sin informes) del sector ecológico. Conocimiento profundo del entorno de productores		Ecomercado - Ecocórdoba	Diagnóstico Articulación Intervención agricultura 3 Intervención distribución
Redes de articulación de productores		Ecomercado Casa Azul Mercados informales	Intervención agricultura 19 Intervención distribución
Productores provinciales ecológicos		Ecomercado Ecocórdoba	Intervención agricultura 21
Diagnóstico Sistema agroalimentario provincial	Mercacórdoba	ISEC	Diagnóstico Intervención agricultura 21 Intervención distribución
Recuperación de variedades locales		Ecomercado	Intervención agricultura 19
Variedades locales hortícolas		ISEC	Intervención agricultura 19
Recuperación de semillas		Biodiversa	Intervención agricultura 19
Agricultura de adaptación contra cambio climático		Ecomercado	Intervención agricultura 6
Formación vid ecológica		Bodegas Robles	Intervención agricultura 24 Formación
Escuela de hortelanía		Almocafre	Intervención agricultura 34 Formación
Visitas a campos e industrias ecológicas		Almocafre	Intervención agricultura 10
Asesoría para la producción ecológica en Andalucía	Consejería Agricultura (Junta)		Intervención agricultura 24 Formación

7.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la segunda jornada de trabajo para la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente una priorización de propuestas a implementar, la producción se entendía desde una integración y una articulación colectiva entre los distintos sectores. Como veremos en el resto de capítulos, esta segunda jornada de trabajo tuvo un enfoque muy integral en sus propuestas y la mayoría de ellas se complementaban en un enfoque que articulaba sectores en relaciones directas y sinérgicas para aportar mayor sostenibilidad al sistema agroalimentario local.

Así, vinculadas a estrategias integrales que afectan a la producción surgían como ideas fuerza de dichas jornadas:

1. La creación de una **Marca-Sello con criterios del Pacto de Milán**: ecológico y local, incluye proceso de sistema participativo de garantía.
2. La necesidad de **construir y reforzar espacios de producción-distribución-consumo de alimentos ecológicos-locales**, autogestionados y con apoyos institucionales.
3. La necesidad del **papel de las administraciones públicas a través de la compra pública** como forma de apoyar a las productoras, como forma de facilitar el acceso a la ciudadanía (incluida las personas desfavorecidas), como forma de sensibilización y como prioridad política orientado al Derecho a la alimentación.
4. La necesidad de la **implicación política** desde el Ayuntamiento: por ejemplo, **Plan de comercio proximidad**.
5. El papel de las **administraciones en la difusión y apoyo** a los canales cortos, comercio de proximidad y mercados de productores ecológicos y locales.
6. La necesidad de **reforzar la producción agraria** en el término municipal: el **Parque agrario** como espacio de formación, producción, cohesión social y paisaje.
7. Creación de **espacios sectoriales de coordinación y trabajo**: [entre otros] “Parque agrario - Agricultura urbana” y “Formación agroecológica”

Este enfoque integral se complementaba con actividades concretas y específicas como, por ejemplo, actividades de formación en agroecología para productores, Escuela de agroecología y asesoramiento agroecológico; facilitar el acceso a la tierra para agricultura profesional y agroecológica; banco de recursos (semillas de variedades locales y otros recursos productivos).

Así, la figura del Parque Agrario, como espacio de protección, promoción y facilitación de procesos de incorporación o continuidad de productoras se planteaba como una línea estratégica fundamental, a la que había que acompañar con una serie de políticas públicas, recursos y procesos de formación y acompañamiento en la transición agroecológica.

Por otro lado, esta figura del Parque Agrario se entendía también como una forma de promover espacios de agricultura periurbana no profesional pero que sí servirían para mejorar la alimentación local y sostenible de las personas usuarias de estos huertos sociales, a la vez que favorecía la integración de la agricultura (y la ganadería) en el paisaje y en la vida cotidiana de la ciudad. Estas ideas fuerza, los ejes específicos y las actividades concretas, información complementaria y actores responsables se puede consultar en los Anexos.

7.3. Reuniones ASACO

Desde ASACO, en los primeros talleres de trabajo en el marco del Pacto de Milán, la producción estaba presente en diferentes ideas que surgían a la hora de construir el “mapa del futuro de Córdoba”:

- Banco de tierras

- Vivero ecológico
- Ganadería ecológica / Patrimonio agrario
- Parques agrarios periurbanos
- Huertos urbanos aprovechando solares y jardines
- Escuela de agroecología
- Sello de “garantía” local

En otra de las reuniones de trabajo entre los colectivos de ASACO, Ecomercado y Ecocórdoba, la producción estaba presente en las siguientes acciones al plantear escenarios de futuro para la ciudad. A corto plazo, Parques Agrarios, terrenos y contenidos ya; a medio plazo, la Marca proceso Alimentando Córdoba (AC), Parque agrario extenso y en funcionamiento, Relevo generacional en producción, transición agroecológica y más compra pública; a largo plazo, .

7.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán

En la línea de las ideas fuerza trabajadas en la segunda jornada colectiva del Pacto de Milán, en el ámbito de la Mesa de Coordinación, la producción era objeto de diferentes propuestas de trabajo: talleres de agricultura sostenible y agroecología (fase inicial), Escuela de Agroecología (fase inicial) y el Parque Agrario.

La agricultura urbana no profesional se incluía también en distintas propuestas como un proyecto piloto de agricultura en terrazas comunitarias además de los espacios no profesionales del Parque Agrario, así como el refuerzo de la Escuela de hortelanía ya existente. También se planteó un proyecto sobre dinamización y acompañamiento a huertos agroecológicos en espacios públicos.

7.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba

Esta primera fase del proceso de implementación de la Pacto de Milán en Córdoba se cerró con una última jornada de trabajo participativo en la que se trabajaron todas las ideas y propuestas de las jornadas anteriores y lo avanzado en el marco de la mesa de Coordinación.

En esta jornada participativa las ideas fuerza y ámbitos de trabajo vinieron a reforzar las ideas ya planteadas a lo largo de todo el proceso y mantuvieron una visión integral del proceso y de la intervención en el sistema agroalimentario.

En todo caso, las ideas fuerza y propuestas más vinculadas al ámbito de la producción y gestión del territorio son las siguientes:

- Proceso/marca Alimentando Córdoba
- Redes de productoras
- Parque agrario y banco de tierras
- Intervención y formación agraria
- Central de compras

Además de distintas acciones en el ámbito de la articulación colectiva, la incidencia política o el uso del agua.

A continuación se muestran los resultados de la jornada participativa de definición de la hoja de ruta que afectan al ámbito de la producción o que fueron propuestos desde el grupo de trabajo de producción en la dinámica participativa que incluía su priorización temporal. La tabla completa puede consultarse en los anexos.

IDEA FUERZA / ÁMBITO	ACCIONES	GRUPO DE TRABAJO	PLAZOS
PROCESO-MARCA Alimentando Córdoba	Sello Pacto de Milán (sello garantía) que destaque la producción local	Producción	2018
	Visibilizar esfuerzo y valor – Marca PM-C	Distribución	2018
	Marca o distintivo del establecimiento visible en la entrada	Restauración	2018
	Ampliar AAC a ganadería (huevos, queso, etc.)	Producción	2019
	Marca Córdoba – definir sus parámetros o reglamento	Consumo	Sin fecha
REDES PRODUCTORES	Creación y articulación de redes de productores	Producción	2018
	Crear una estructura que agrupe productores eco/local/sosten	Producción	2018
	Articulación del sector red de hosteleros/as en contacto con producción y distribución	Restauración	Sin fecha
PARQUE AGRARIO Y BANCO DE TIERRAS	Visualizar y revalorizar espacios de huertas locales familiares	Producción	2018
	Impulsar parque agrario y protección fertilidad tierra	Políticas públicas	2018
	Plan especial de protección del Parque agrario del municipio de Córdoba (GMU)	Políticas públicas	2018
	Fomento de parcelas para autoconsumo desde Ayto-GMU	Políticas públicas	2018
	Impulsar huertos sociales urbanos	Políticas públicas	2018
	Crear un Banco de tierras	Producción	2018-19
	Parque agrario	Producción	2019
	Creación de Banco de tierras y facilitar acceso	Políticas públicas	2019
	Punto de encuentro entre oferentes y demandantes de tierras	Políticas públicas	2019
	Banco de semillas hortícolas (acceso gratuito)	Políticas públicas	2019
INTERVENCIÓN Y FORMACIÓN AGRARIA	Acompañamiento a productoras y Escuela de hortelanía	Producción	2018
	Formación 1) técnica 2) liderazgo	Producción	2018
	Calendario de siembra de Córdoba	Producción	2018
	Fomento y Recuperación variedades locales hortícolas “productoras”	Producción	2018
	Favorecer emprendimiento en sector agrario	Producción	2019
	Ayudar a incorporación de jóvenes a la agricultura	Políticas públicas	2019

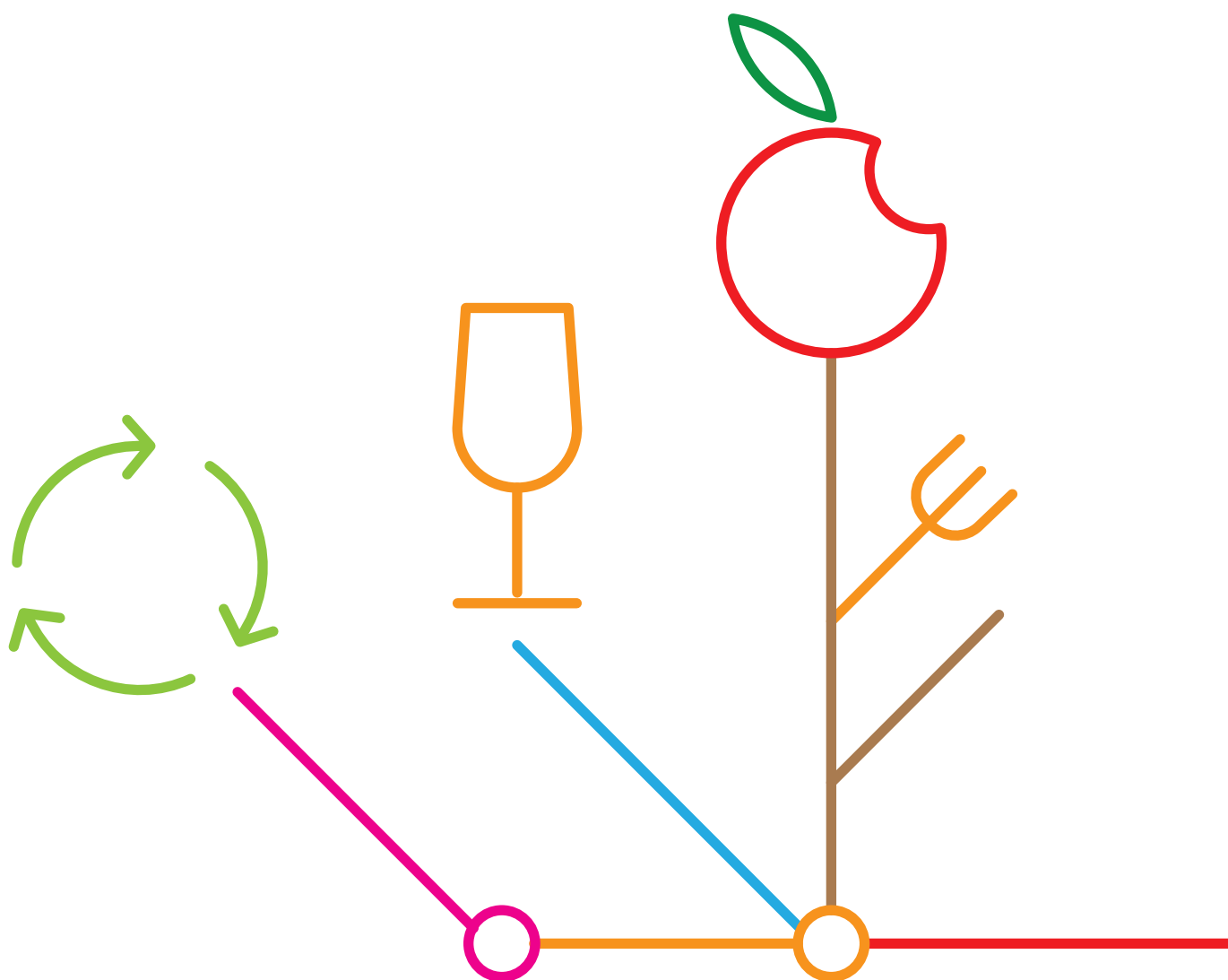
	agroecológica		
CENTRAL DE COMPRAS	Central de acopio	Producción	2018
	Central de compras eco/local/sost	Distribución	2018
	Priorizar la distribución de productos locales desde el Mercacórdoba	Distribución	Sin fecha
	Establecer un punto de acopio de Alimentando Córdoba en Mercacórdoba	Distribución	Sin fecha
ARTICULACIÓN	Concentrar esfuerzo en lo local y coordinarse con iniciativas más amplias para no desperdiciar esfuerzos	Producción	2018
	Implicar a las organizaciones profesionales agrarias y GDRs	Producción	2018
	Mayor coordinación – visibilización de los esfuerzos formativos de diferentes instituciones	Producción	2018
	Garantizar la continuidad del Pacto de Milán y Mesa de Coordinación	Producción	Siguiente mandato
INCIDENCIA POLÍTICA	Limitación grandes superficies – pliegos inclusivos	Políticas públicas	2018
	Promoción agricultura ecológica	Políticas públicas	2018
	Apoyo económico y facilitación de gestión de papeleo “legalizaciones”, “certific eco” Ventanilla única	Producción	2018
	Subvencionar la producción ecológica	Consumo	2018
	Instar renta básica productores agrarios	Políticas públicas	
AGUA	Sensibilización uso racional agua (producción, consumo, industria)	Políticas públicas	2018
	Diagnóstico de uso del agua para las TAC	Producción	2018

ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN

2 DISTRIBUCIÓN

David Gallar, Javier Poyato, Isabel Vara



1. El sector de la distribución cordobesa

1.1. Mercacórdoba

Mercacórdoba es la empresa pública participada por Mercasa de titularidad estatal y por el Ayuntamiento de Córdoba, siendo el referente principal en la distribución de alimentos frescos (verdura, fruta, carne y pescado), actuando de espacio físico para mayoristas y punto de abastecimiento del sector minorista de la ciudad. Como veremos más adelante, Mercacórdoba es la referencia absoluta para mayoristas y minoristas locales.

Mercacórdoba tiene como objeto social “*la mejora en todos los órdenes del ciclo de producción y comercialización de productos alimenticios*” y para ello, como recoge su web, ha ido ampliando sus objetivos para adaptarse a las necesidades del sector y de la ciudad para mantenerse como espacio desde el que responder a los siguientes objetivos:

- **Impulsar** el cambio del comercio de nuestra ciudad hacia un proceso de renovación que lo convierta en una fórmula comercial más acorde con las necesidades de los consumidores de hoy y con más fuerza para competir.
- **Aumentar** la cualificación profesional y el bienestar social de los trabajadores en el sector alimentario.
- **Reforzar** el tejido empresarial promoviendo el autoempleo en el sector del comercio de alimentación cordobés, asesorando y apoyando a profesionales del sector en la búsqueda de sinergias y de nuevas oportunidades.
- **Promover** el consumo de productos frescos en general.

Mercacórdoba acoge empresas que cubren toda la gama de alimentación, acogiendo en sus instalaciones del mercado de frutas y verduras 19 mayoristas; en el mercado polivalente, dedicado a la alimentación seca, bebidas, productos cárnicos y congelados, entre otros productos, hay 7 empresas, y 11 empresas en el mercado de pescados; además de ofrecer otros servicios como hielo en escamas, cash&carry, distribución de droguería, envasado de frutas, nave de distribución de cárnicos, frío en cámaras y recogida de residuos, además de estación de servicio, cafetería y demás servicios básicos.

En el mercado de frutas y verduras las empresas que operan allí “comercializan cada día la más amplia oferta de productos hortofrutícolas, tanto en diversidad de productos y variedades como en volumen de los mismos. Además de las instalaciones frigoríficas de los mayoristas, este Mercado dispone de cámaras comunes de conservación de frutas y hortalizas”, a lo que suma un espacio llamado “Situado de productores” “reservado para que agricultores y cooperativas vendan directamente sus propias cosechas”.

Esta propuesta del “Situado de productores”, en todo caso, es una iniciativa que, como nos explica el personal responsable, no ha terminado de funcionar debido a múltiples razones, entre las que se citan la falta de un proceso participativo, la falta de estructura de los productores, la falta de productores y la falta de un mayor acompañamiento a este espacio que no puede ser solo un espacio físico sino que requiere de un proceso más integral para promover su uso por los propios productores y también por los minoristas y restauradores. En todo caso, esta propuesta vinculada con la producción local es una línea de trabajo que sigue abierta y que se pretende recuperar con el proceso (más allá del) Pacto de Milán.

Mercacórdoba además de su actividad comercial desarrolla otras actividades de formación y sensibilización: formación para sus clientes, mayoristas y minoristas, así como actividades de

sensibilización especialmente orientadas al ámbito escolar con actividades sobre alimentación sana y sostenible.

Entre los mayoristas de Mercacórdoba nos encontramos a grandes actores del sector agroalimentario cordobés que poseen establecimientos propios tanto en frutería o pescaderías, distribuidores para restauración, y las relaciones que posee Mercacórdoba con las cadenas de supermercados cordobeses.

1.2. Distribuidoras cordobesas

En este caso son de reseñar dos empresas que han sido citadas por las tiendas, los establecimientos de restauración y por las consumidoras, según los casos, como empresas de referencia en el sector de la distribución: por un lado, Frutas Valverde, como distribuidor al por mayor y como vendedor final en sus fruterías, y en el ámbito de la distribución a restauración, Merfrucor. Estas dos empresas se destacan en este informe como ejemplos de actores locales puesto que el diagnóstico en este sentido no ha tratado de hacer un mapeo exhaustivo del sector.

1.2.1. Frutas Valverde

Esta empresa se presenta en su web como *“distribuidores de frutas y verduras en Córdoba tanto al por mayor como al cliente final desde hace más de 50 años. En Frutas Valverde encontrarás una empresa de origen familiar donde nuestra seña de identidad es ofrecer la máxima calidad a nuestros clientes. Contamos con diez tiendas distribuidas por Córdoba en las que nos esforzamos día a día por ofrecer el mejor servicio, con un trato cercano al cliente y con la mejor combinación de producto y precio de la ciudad”*¹⁶, y añaden una web en la que apuestan por la tienda on line y el servicio a domicilio con la campaña *“el sabor del campo a la mesa en un solo click”*. Frutas Valverde hace gran hincapié en el concepto de calidad, y también la relación directa con los productores para mejorar tanto el precio como la calidad. Además, sus fruterías están incorporando algunas referencias de productos ecológicos (ajos, huevos, naranjas y otras).

1.2.2. Merfrucor

Merfrucor se presenta en su web como: *“En Merfrucor nos dedicamos a la distribución de productos hortofrutícolas en Córdoba y provincia. Merfrucor está asociada con Orange-fresh y con la cooperativa San Rafael, dos empresas de contrastada experiencia capaces de garantizar la calidad, servicio y precio, con el único objetivo de la satisfacción total de nuestros clientes. Nuestro sistema de distribución se encuentra sometido a los más exhaustivos controles de calidad y técnicos para conservar las propiedades de nuestros productos desde su entrada. La trazabilidad del producto, unida al sistema higiénico de envasado garantizan que el producto llegue a su negocio en condiciones óptimas de consumo. Nuestro conocimiento, nuestro talento y nuestra dilatada experiencia en el mercado de la fruta y verdura a lo largo de la vida de nuestra empresa, ha logrado satisfacer a nuestros clientes que día a día renuevan su confianza en nuestra empresa. Merfrucor, consciente de la importancia que supone la satisfacción del cliente final, hace una clasificación especial de fruta y verdura para hostelería. Por este motivo cuidamos y evaluamos especialmente los productos dedicados a hostelería y restauración para asegurarnos de obtener los máximos estándares de frescura, calidad y envasado para que el consumidor pueda disfrutar de la diferencia que supone degustar nuestros productos”*¹⁷.

En este caso, Merfrucor hace guiños a los productos de temporada como aval de calidad y también remite a los productos andaluces con un logo *“Freshcultive Andalucía: sabor andaluz – garantía de producto de calidad”*.

16 <http://www.frutasvalverde.com/>

17 <http://www.merfrucor.com/>

En ambos casos, pues, nos encontramos con criterios de calidad y también con referencias a los productos locales y de temporada. Por tanto, estas y otras empresas similares en Córdoba, son actores relevantes dada su predisposición hacia los productos locales y de temporada, y analizar hasta qué punto estos criterios se acompañan de criterios más amplios sobre sostenibilidad ambiental, agricultura ecológica, relaciones directas y justas con las productoras, etc., es decir, con la construcción de sistemas agroalimentarios sostenibles.

1.3. Mercados municipales

Por su parte, en conexión también con Mercacórdoba, y bajo el amparo de la delegación de Mercados, en Córdoba existen siete mercados municipales en los que, pese a las dificultades de los mercados en el nuevo escenario de gran distribución organizada desde las grandes superficies y las grandes cadenas de supermercados, se oferta una gama completa de alimentos y otros productos. Así, como se aprecia en la siguiente tabla, hay una cobertura de los alimentos básicos y en diferentes mercados existen puestos complementarios.

	Sector Sur	Marrubial	Plaza de España	Ciudad Jardín	Naranjo	La Corredera	Huerta de la Reina	TOTAL
OCUPACIÓN	46 de 79 – 58%	81 de 89 – 91%	7 de 7 – 100%	44 de 48 – 91,6%	6 de 14 – 42,8%	36 de 47 – 76,6%	11 de 12 – 91,6%	78,8%
Frutería	3	6	2	3	1	2	2	19
Carnicería	6	9	1	4	2	4	3	29
Pescadería	4	15	1	7	2	7	3	39
Encurtidos	1	2		1		1		5
Chacinas	2			1				3
Droguería, pan y ultramarinos	1	5	2	1	1	1		11
Panadería		2		1		1	1	5
Congelados	1					1		2
Caza y recova						1		1
Legumbres		1					1	2
Aliños						1		1
Espicias				1		1		2
Floristería		1		1		1		3
Mercería		1						1
Bar	1	1				1		3
Productos asiáticos						1		1
Gourmet						2		2

Estos mercados poseen en la actualidad una ocupación del 78,8% de media, siendo el del Naranjo el único que no llega a ocupar la mitad de sus puestos; mientras que en 2007 era de un 70% y en 2011 de 87%.

Estos mercados están sobreviviendo en plena crisis y transformación del sector de la distribución, y para ello, también desde Mercacórdoba y Comercio se plantean actividades de formación y difusión, o por ejemplo la integración en algunas actividades culturales como Cosmopéutica.

Por otro lado, las nuevas tendencias de usar los mercados como espacios gastronómicos aún no está muy desarrollada, aunque en el mercado de La Corredera el bar sí ofrece el servicio de cocinar a la plancha productos comprados en el propio mercado. Una iniciativa que empieza ser reconocida por distintas ciudades (Valencia o Madrid, por ejemplo) para dar visibilidad y viabilidad a los mercados a través del cocinar sus propios productos y ofrecer degustaciones cocinadas de sus géneros. Sin embargo, en Córdoba esta oportunidad ha sido capitalizada por dos espacios que no son realmente mercados (Mercado Victoria y Mercado gastronómico Patios de la Marquesa), sino que han aprovechado esta tendencia para situarse como espacios de ocio gastronómico. Lo cual nos lleva a la discusión sobre la gentrificación de los mercados y la función social de estos y su aportación a la vida de los barrios.

1.4. Comercio de cercanía

El comercio de cercanía es otro de los grandes afectados por las nuevas tendencias de la gran distribución organizada, aunque se sigue manteniendo una presencia importante que supera los 700 establecimientos¹⁸. En todo caso, desde Mercacórdoba se mantiene un censo de comercio de cercanía y además en su web tienen referenciados más de 400 establecimientos.

Desde el área de Comercio se presta especial atención, como veremos en el capítulo correspondiente a políticas públicas, a este sector y para ello este año se ha gestionado un “Plan de apoyo y promoción al comercio de cercanía (2017-2022)” donde se abordan diferentes ejes de trabajo:

1. *Análisis y desarrollo: Se promueve la puesta en marcha de medios para disponer de datos con los que analizar de manera permanente el sector y desarrollar de esta manera estudios y propuestas que permitan la toma de decisiones y la ejecución de acciones que promuevan el comercio de cercanía en la ciudad de Córdoba.*
2. *Empleabilidad y emprendimiento: El comercio de cercanía es uno de los yacimientos de empleo, tanto de autoempleo como de empleo en microempresas, a lo que se une su calidad al ser de larga duración (hay personas que trabajan toda su vida en un mismo establecimiento) y estable en la inmensa mayoría de los casos.*
3. *Afianzamiento y promoción: El mantenimiento de la estructura comercial y su desarrollo sobre bases sólidas y sostenibles es una dualidad que debe primar en esta iniciativa al ser garantía, por una parte, de la consolidación de los modos y estructuras del comercio de cercanía estable y, por otra, el elevar la probabilidad de éxito y continuidad de las iniciativas comerciales que se pongan en marcha, así como la consolidación de una cadena de comercialización que garantice circuitos de distribución cercanos que den estabilidad al conjunto de la economía local.*
4. *Sostenibilidad: El respeto al medio ambiente, la utilización de la innovación en establecimientos de pequeño y mediano formato, la garantía de accesibilidad a personas de movilidad reducida, la prioridad a los circuitos cortos de distribución y comercialización, la minimización de la circulación en busca de aparcamiento y acciones concretas de mejora de la eficiencia energética son acciones que no puede dejarse atrás en un plan de acción avanzado.*
5. *Formación: La formación es un elemento que, pese a los esfuerzos desarrollados en los últimos años, se mantiene como una de las grandes carencias del sector, tanto por la dificultad a la hora de desarrollar acciones en este campo, fundamentalmente por problemas de disposición, como por la ausencia de programas específicos dirigidos a las necesidades reales del sector y a otras opciones que añaden valor y posibilidades de desarrollo. Todo ello, dentro de una programación anual, flexible y actualizada.*

18 Las cifras oscilan desde los 774 de 2004, 703 en 2007, 725 en 2011 y 747 en 2014.

6. *Financiación: La financiación es el elemento, junto a la rotación de negocios que no llegan a buen fin, más afectado por la crisis. Es preciso auspiciar un espacio de confianza financiera que no dependa de la capacidad de avalar las iniciativas o el circulante y que abra nuevas vías para conectar e implicar a la ciudadanía cordobesa con el sostenimiento de su comercio de cercanía.*

1.5. Supermercados cordobeses

Entre los actores locales de gran relevancia nos encontramos con las cadenas de supermercados cordobeses que poseen una gran presencia en la ciudad y un alto reconocimiento, que están siendo capaces de resistir en gran medida la expansión de la gran distribución organizada. Estos supermercados son Deza, Alsara y Piedra.

Deza, como dice su web, *“es una empresa familiar con más de 50 años de antigüedad, dedicada a la gestión de supermercados. Está dirigida por la segunda generación, habiéndose realizado el cambio generacional de forma estructurada. En la actualidad cuenta con más de 400 empleados, 9 supermercados y 2 plataformas logísticas. Todos sus establecimientos se encuentran en Córdoba capital”*¹⁹. Deza está actualmente en una fase de expansión desde principios de calidad y diferenciación a través de mantener primeras marcas comerciales, marcas propias y productos especializados (andaluces, ecológicos, sin gluten, sin lactosa y bajos en sal).

El grupo Alsara se presenta en su web de la siguiente manera:

*“En la década de los 60, un reducido grupo de comerciantes, constituye en Córdoba una Organización para ofrecer un mejor servicio a sus clientes. Centralizando sus compras, consiguieron abaratar los precios y lograr un mejor abastecimiento. Nace así, “Cooperativa de Ultramarinos San Rafael”. En sus cerca de 50 años ininterrumpidos de actividad, Cooperativa De Detallistas San Rafael, bajo la denominación comercial de Grupo ALSARA, se ha convertido en un referente obligado para los Comerciantes de Alimentación, que buscan su eficacia a través de una Organización que respalde su buen hacer. Más de 900 establecimientos, distribuidos por Andalucía, Extremadura y Castilla-La Mancha, avalan nuestro modelo de negocio. Somos especialistas en gestionar, conjuntamente con los Comerciantes adheridos, sus Puntos de Venta, liderando la solución más eficaz y solvente para el Comerciante independiente”*²⁰

Un grupo con tres gamas de establecimientos (Supermercado, Express y SuperAlccop), que se definen como

“Supermercados de Proximidad que suelen tener una superficie de Sala de Venta entre 100 y 500m². Cuentan con un amplio surtido y precios muy competitivos. Cercanos y con Producto Fresco tratado por profesionales que prestan una atención personalizada según gustos y necesidades de sus clientes. Conviven, en armonía, tiendas de carácter y ambiente tradicional con acceso a las últimas tecnologías con la línea de Supermercados. modernos. Siempre con un trato muy cuidado en sus Secciones de Perecederos. En todos ellos, el trato al cliente, la cercanía y productos de calidad a precios muy competitivos, son señales de identidad”

Alsara apuesta por los productos andaluces tanto en el fresco como en las marcas del resto de productos, y muy tímidamente empieza a incluir algún producto ecológico (humus ecológico y algo de verdura ecológica local).

19 <https://www.dezacalidad.es/>

20 <http://www.alsara.es/>

El grupo Piedra, Comercial Piedra Trujillo, posee unos 70 establecimientos, la mayoría en Córdoba capital pero también en la provincia, Jaén y Málaga. Un espacio de venta que está en fase de modernización y que trata de acercarse a las dinámicas de la gran distribución apostando por las grandes marcas de la industria agroalimentaria. A su vez su vinculación con la identidad cordobesa se reafirma a través del patrocinio del equipo de fútbol de la ciudad y de colaboraciones y concursos en torno a la gastronomía con el rabo de toro con la Cofradía del Rabo de toro cordobés o el salmorejo con la Cofradía gastronómica del Salmorejo cordobés, y la presencia de la cocinera “influencer” y “bloguera” cordobesa Chary Serrano.

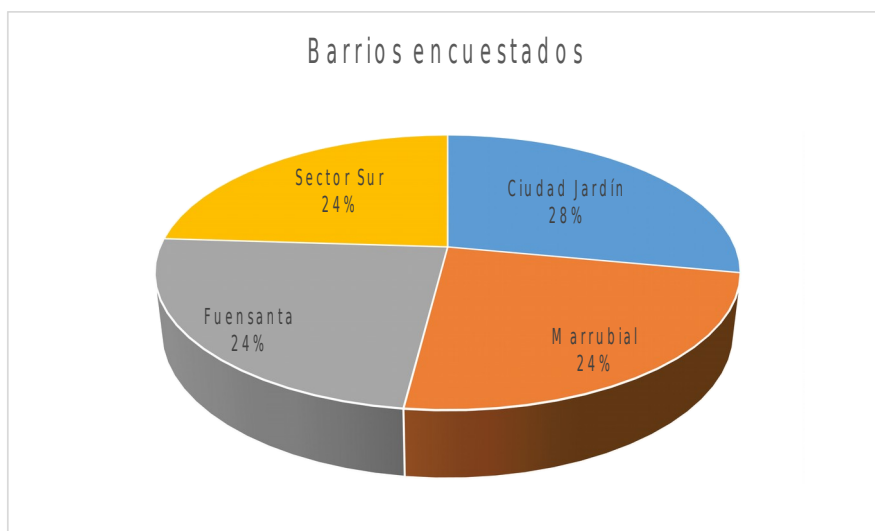
2. El comercio de proximidad cordobés

A continuación se muestran los resultados de una encuesta realizada a una muestra aleatoria seleccionando 50 fruterías, puestos de mercados municipales y tiendas de venta en fresco; esta encuesta recoge elementos sobre hábitos de consumo, uso y percepciones sobre los alimentos locales y alimentos ecológicos. Estas encuestas terminaron convirtiéndose en entrevistas estructuradas en el diálogo con las personas responsables de cada uno de los establecimientos.

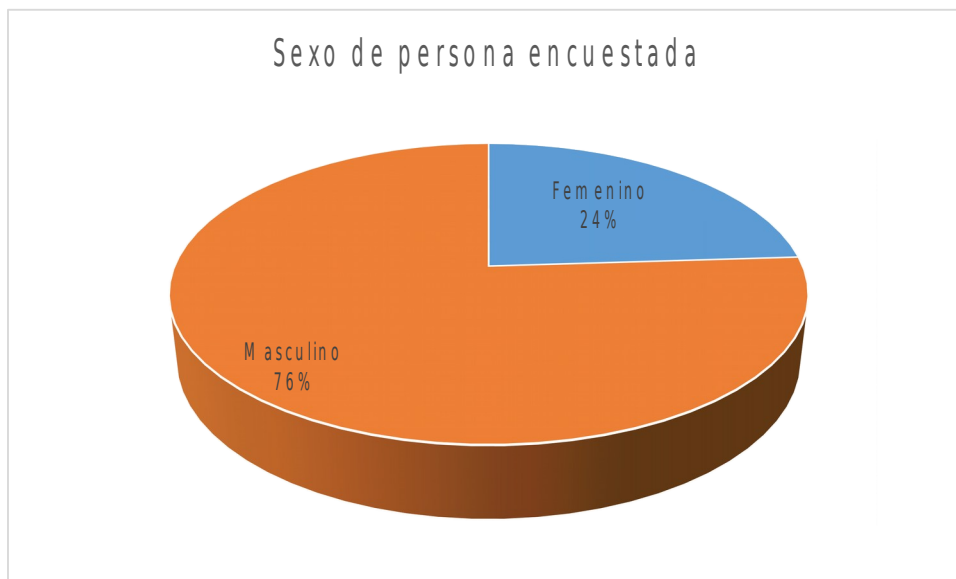
La realización de las encuestas a personas que están en plena actividad, atendiendo al público, ha sido un reto importante, pero se debe destacar que el gremio de las fruterías, en general, está muy abierto a la investigación, la participación y la mejora, buscando el momento y la oportunidad para poder atender a las preguntas a la vez que el negocio, para así poder contribuir en lo posible en la mejora del comercio cordobés y por lo tanto en la mejora de sus propios negocios.

2.1. Datos descriptivos

Las encuestas se han realizado a un total de 50 fruterías y establecimientos de venta en fresco, dentro de la ciudad de Córdoba, en los barrios de Ciudad Jardín, Marrubial, Fuensanta y Sector Sur, con el siguiente reparto de establecimientos por barrio:

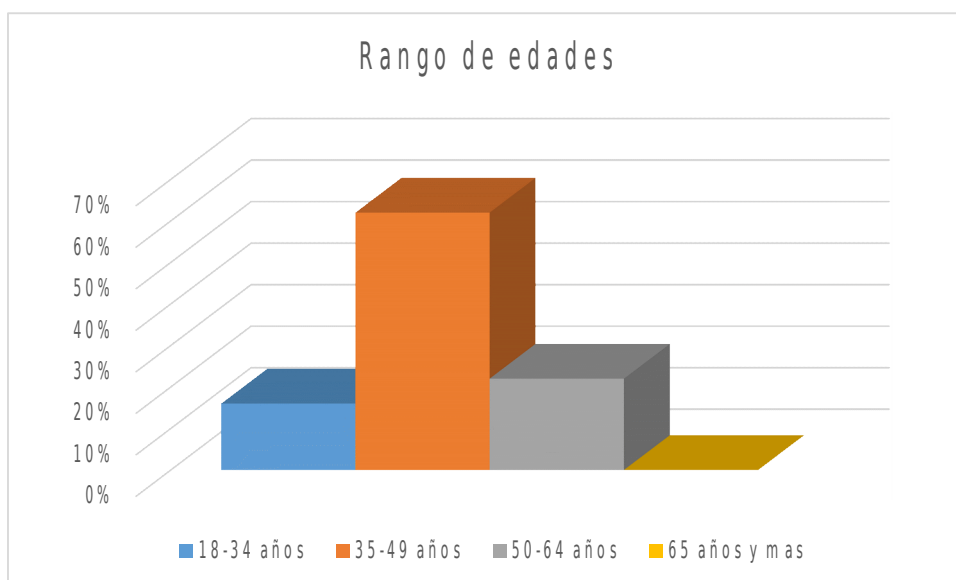


La división por sexos de las personas encuestadas, responsables de establecimientos, fue de un 24% mujeres y un 76% hombres.

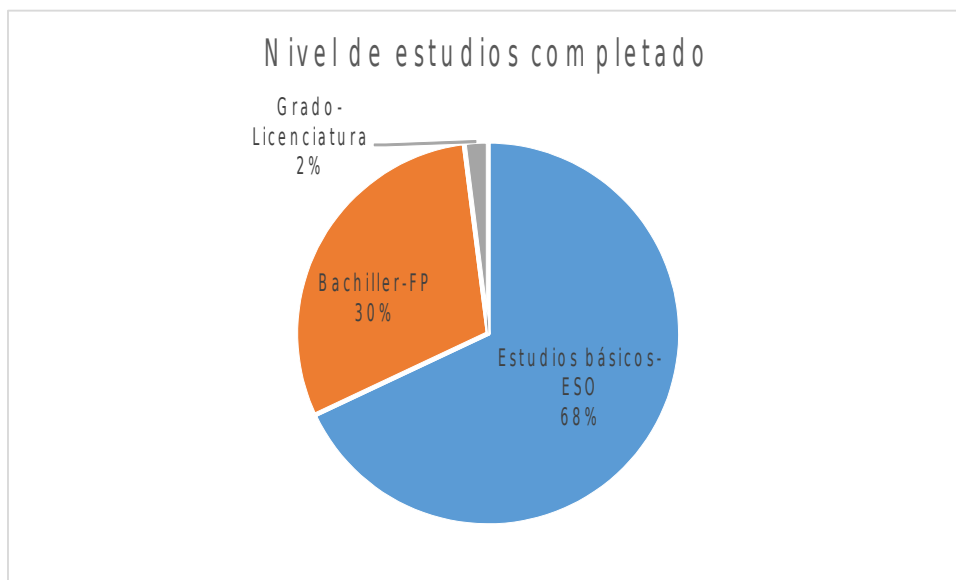


En este sector del comercio de proximidad se ha encontrado una estructura muy ligada a negocios familiares, donde una pareja principal o la familia ampliada son quienes gestionan el negocio; sin embargo, a la hora de representar a la tienda como responsable del negocio en la mayoría de los casos ha sido el hombre quien ha adquirido tal rol. Un ejemplo de lo contrario, donde la mujer es la protagonista y educa-forma a las personas que consumen en su tienda sobre los beneficios del consumo de productos cercanos, ecológicos y de comercio vecinal, es la responsable de una de las fruterías encuestadas: persona activa y proactiva que ayuda a la realización de encuestas a sus clientes y realiza propuestas para poder mejorar en el comercio cercano, como la formación de una “Mesa de valoración” donde se puedan aportar soluciones por parte del sector, se tenga un espacio de debate y puedan salir ideas interesantes para la mejora del comercio de las frutas, verduras y hortalizas

En cuanto a la edad de las personas responsables de los establecimientos, la edad media es de 42,8 años, con una enorme concentración de edad entre los 35 y 49 años.



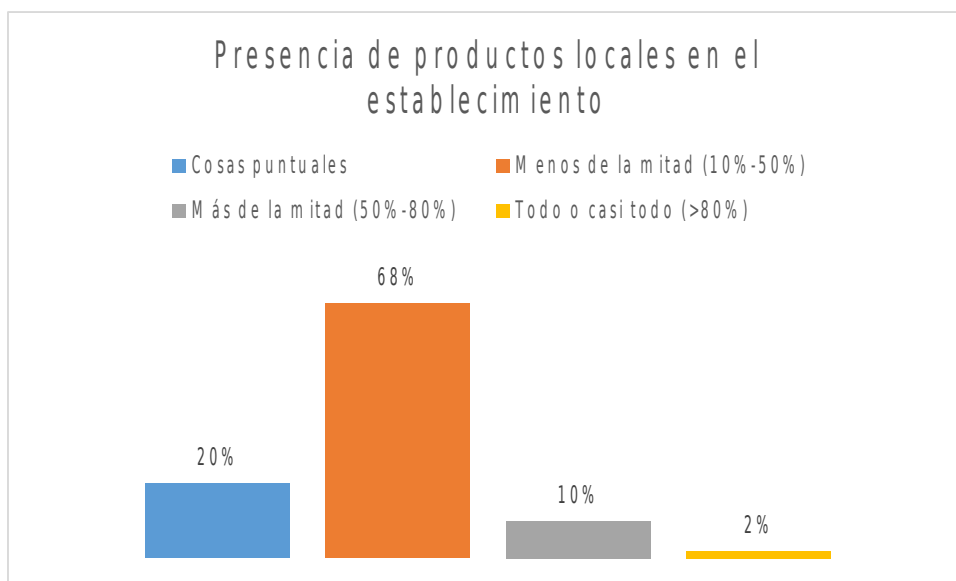
En cuanto al nivel de estudios de las personas que respondieron la encuesta vemos que hay una mayoría (68%) de responsables de establecimientos que tiene solo educación formal de estudios básicos.



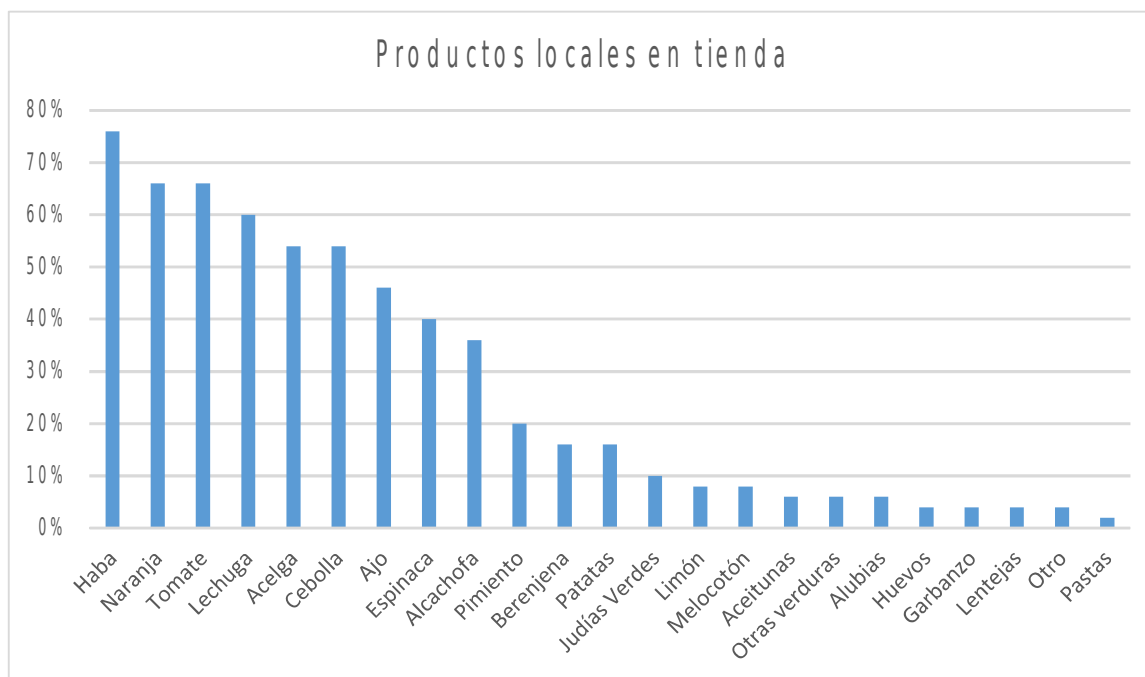
2.2. Productos locales

2.2.1. Uso de productos locales

El 100% de los establecimientos encuestados dice tiene entre sus productos alimentos de procedencia local. Sin embargo, esta respuesta general oculta que la cantidad y variedad de productos depende de multitud de factores que se irán analizando a lo largo de este informe. Así, si contamos con los establecimientos que dicen tener más de la mitad de sus productos la cifra se reduce a un 12%.



Los alimentos locales más presentes en estas tiendas son los siguientes:



Sin embargo, como se aprecia en el resto de capítulos, la definición y reconocimiento de los límites de los productos locales no están claros o no se respetan al dar respuesta a esta encuesta: a pesar de ofrecer una definición previa a las personas encuestadas para explicitar el punto de partida de esta investigación (*“Producto local: nos referimos a la materia prima, verduras, hortalizas, carnes, producidas en la provincia de Córdoba o pueblos próximos”*), las respuestas no siempre se acomodan verdaderamente a tal definición. Así, dentro de estos productos, están algunos que son claramente de origen local, como son las aceitunas aliñadas, el pan o el vino, pero también hay productos como garbanzos, lentejas y alubias de los que habiendo sido envasadas en Córdoba no está tan claro ni se cuestiona su procedencia original y solo se fijan en que la venta la realiza una empresa de la ciudad.

Este problema es el mismo que ocurre con los huevos: las distribuidoras están en la ciudad y eso, en muchas ocasiones a lo largo de las respuestas a esta encuesta, convierte inmediatamente a estos huevos en “producto local”, sin prestar mayor atención ni interrogarse sobre la procedencia original de dichos huevos.

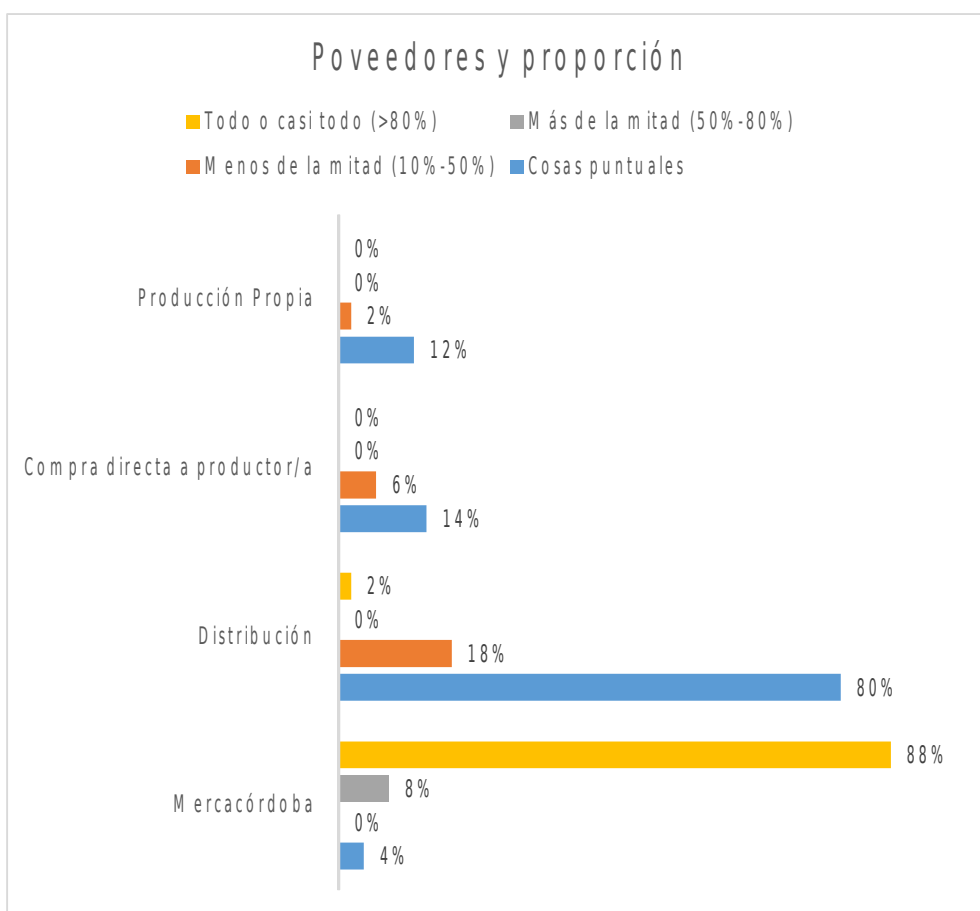
Tal como veremos en el resto de capítulos, esta laxitud, desconocimiento, desinterés o dejadez a la hora de identificar verdaderamente el lugar de origen de producción de los alimentos es una constante en la que se mueve todo el sistema agroalimentario local. Así, si bien existe cierto reconocimiento y valorización de los “productos locales”, y de hecho en múltiples tiendas se explicita a veces cuándo un producto es de Córdoba o español, en ocasiones lo “local” no va más allá de una declaración retórica y genérica que no viene acompañada de una preocupación efectiva sobre dónde ha sido producido el alimento ni en qué condiciones ni con qué estilo de manejo agrario.

La temporada es uno de los factores más influyentes a la hora de tener producción local en los establecimientos, ya que son mucho más llamativos y tienen mejor tirada de ventas según qué productos y fechas, teniendo también que los productos de locales son de temporada y no se puede forzar su producción durante todo el año.

Muchas de las personas responsables nos dicen que no se puede tener en un establecimiento más del 20-30% de productos locales, debido a las limitaciones tanto de oferta como de demanda que existen actualmente en el mercado. En este sentido, sería necesaria una evaluación y un seguimiento más profundo para identificar realmente las cantidades, variedades y temporadas en las que se ofertan alimentos producidos en Córdoba o alrededores, y tratar de buscar soluciones a los limitantes existentes.

2.2.2. Abastecimiento de productos locales

El abastecimiento de los productos locales se da fundamentalmente a través de Mercacórdoba, aunque en diferentes casos y proporciones se utilizan los distribuidores; la compra directa a productores de manera más o menos habitual tiene una presencia interesante, mientras que la producción propia es muy escasa, pero interesante igualmente en las estrategias de trabajo sobre Alimentos Alimentando Córdoba.



Mercacórdoba

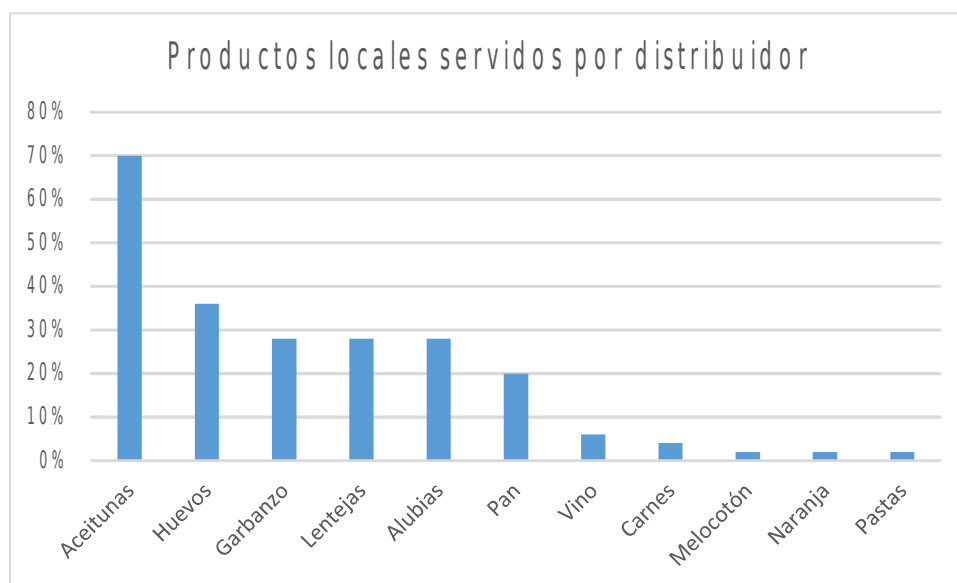
En este sector de comercio de proximidad, la mayor parte del abastecimiento se da a través de Mercacórdoba, de varios distribuidores, dependiendo del precio que oferten, la confianza que se tenga en el distribuidor, la relación calidad-precio y el trato personal con las responsables. El abastecimiento general de las tiendas, se realiza en su mayor proporción en Mercacórdoba (el 88%), con un poco de productos que acercan algunos distribuidores, junto con la compra ocasional a algunos agriculturas y/o producción propia. También se han encontrado establecimientos que se abastecen casi en su totalidad en pueblos cercanos, como Fernan Núñez, donde esta el centro de distribución de frutas y verduras Ovalle, según nos cuentan sus clientes, es donde se juntan las producciones de los agricultores de los pueblos y huertas cercanas.

Los productos locales de Mercacordoba más destacados por los comerciantes son las frutas como la naranja, melocotón y limón; las verduras y hortalizas como las habas, tomate, lechuga, acelga, cebolla, ajo, espinaca, alcachofa, pimiento, berenjena, patatas, judías verdes, etc.

Estas frutas, verduras y hortalizas están claramente influenciadas por la temporada en la que se realizaron la mayor parte de las encuestas, abril-mayo, cuando aún la temporada de verano estaba por llegar, por lo que se debe mirar la información ofrecida desde una perspectiva de espacio temporal concreto. Los productos cordobeses que se comercializan a lo largo de todo el año es una lista mucho más extensa y con variaciones de cantidades a lo largo del año y de la temporada.

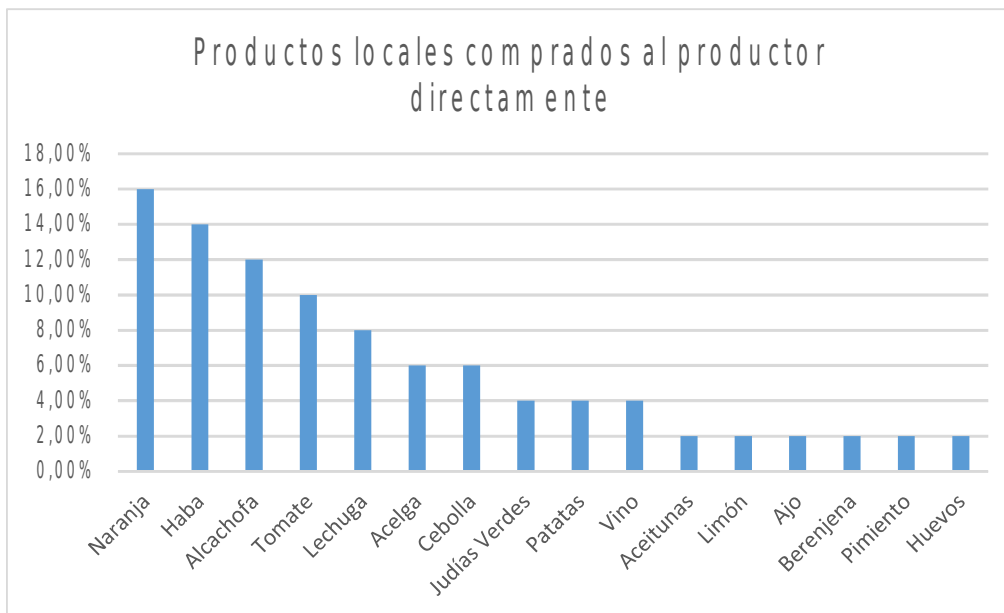
Distribuidores

Respecto al 12% de productos gestionados a través de un distribuidor, los productos más trabajados son los siguientes: las aceitunas (70%), los huevos (36%), las legumbres (garbanzo, lentejas y alubias, 29% cada una de ellas), el pan (20%) y, en menor medida, el vino, las carnes, el melocotón, la naranja y la pasta.



Compra directa a productores

Por otro lado, un 20% de fruterías compra cosas puntuales directamente a los productores, en especial las naranjas (16%), las habas (14%), las alcachofas (12%), los tomates (10%), la lechuga (8%), la acelga y la cebolla (ambas 6%), judías verdes, patatas y vino (4%), y aceitunas, limón, ajo, berenjena, pimiento y huevos (2%). Es decir, productos muy de temporada que son muy reconocidos y valorados localmente, con un muy buen precio y alta calidad, que se corresponden con los datos de producción analizados en el capítulo previo.



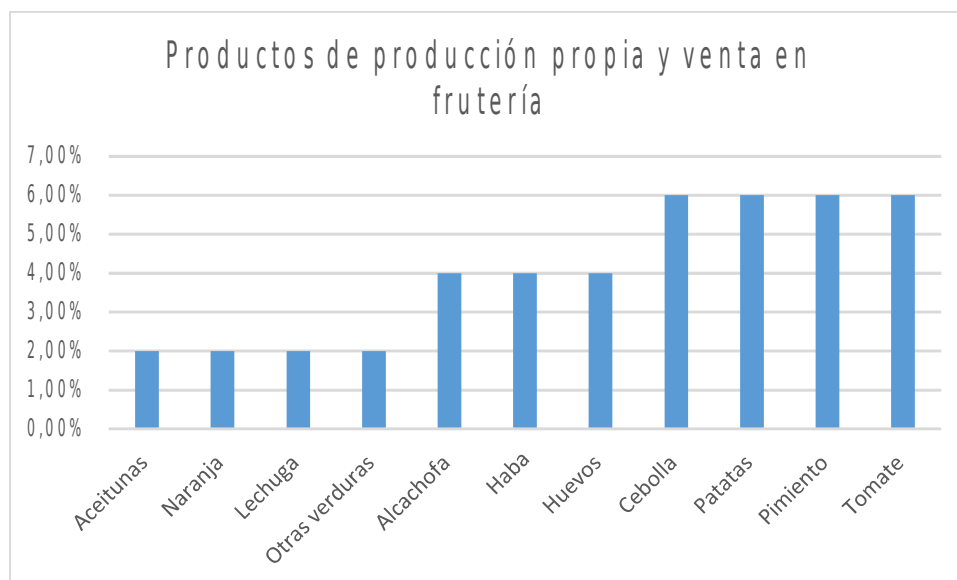
Al tratar esta compra directa a productores, las respuestas se convertían en inseguridad de los comerciantes, ya que siempre esta la duda de estar haciendo algo ilegal y estar confesando, por lo que estos datos se deben interpretar como una visión parcial de la realidad. Así, a medida que transcurre la entrevista las personas se van sintiendo más cómodas y preguntas ya respondidas deben ser corregidas, confesando que no se contestan por miedo a posibles sanciones. De hecho, en más de una ocasión el encuestador ha sido confundido con un inspector de sanidad por realizar preguntas sobre el origen de los productos. En todos los casos se ha explicado de nuevo la finalidad del estudio y el uso de la información, pero las reticencias a dar una información clara y concreta en muchos casos han seguido presentes.

Los comerciantes que compran directamente al productor lo hacen de dos maneras habituales: la primera y más cómoda para el comerciante, que el productor le lleve la mercancía al establecimiento, donde se realiza la pesada, revisión y pago; otra forma también comentada es que se dedica algún tiempo para negociar con los agricultores e ir a recoger la mercancía, ahorrando de esta forma el transporte, como ha sido el caso de naranjas de Palma del Rio o cebollas.

Dentro de estos agricultores existe una gran variedad, desde personas que se dedican a sacar una gran producción para poder vivir de ella, caso de naranjas, huertas de Cabra, huerta de La Carlota. Pero también existen los casos de agricultores que se dedican de forma semiprofesional, destinando parte de la producción a comercialización, suelen ser personas jubiladas que dedican gran parte de su tiempo a una pasión, que cuando da sus frutos los comercializan. Son muy pocos los agricultores que presentan un sello de agricultura ecológica, aunque todos presumen de producción natural sin productos, algo que no podemos asegurar.

Producción propia

Por último, respecto al 14% de casos de producción propia, de cosas puntuales, ocurre lo mismo que con la compra a productores directamente: se tiene cierto temor a confesar algo que sería difícilmente justificable ante los inspección de sanidad, por lo que se cree que no se han podido detectar todos los casos de fruterías que tienen producción propia. Los productos de esta producción propia son los siguientes:



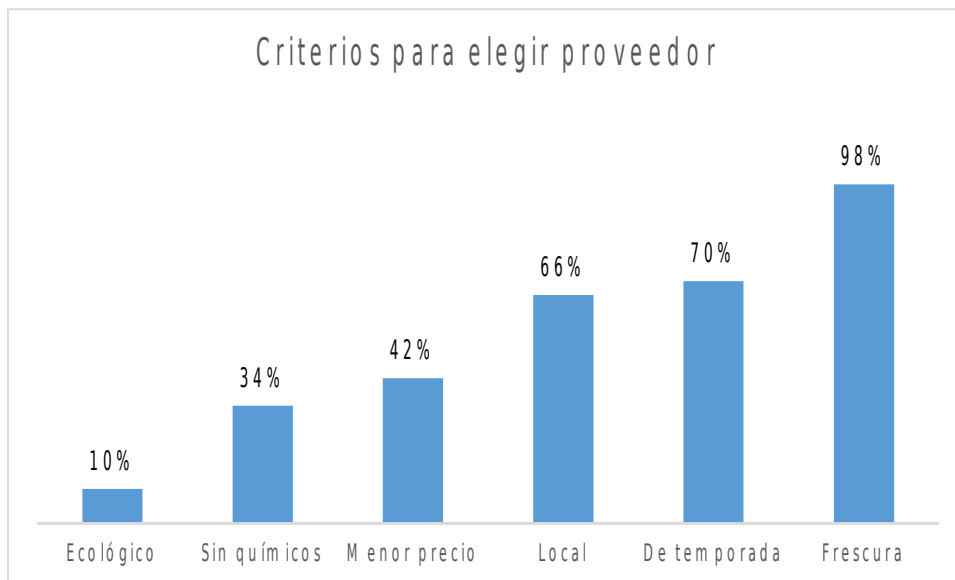
Así, vemos que el sector se organiza fundamentalmente a través de Mercacórdoba y después a través de otros distribuidores, aunque también se compra directamente a los productores y en mucha menor medida existe algo de producción propia que se vende en las fruterías. En este sentido, el papel fundamental de Mercacórdoba es evidente a la hora de promover los alimentos locales y la oportunidad de generar espacios de articulación entre productores y entre productores y minoristas, así como la posibilidad de establecer espacios de transición hacia agriculturas más sostenibles y ecológicas para aportar nuevos criterios de distinción al sector. Del mismo modo, las relaciones de confianza generadas en la compra directa pueden ser un espacio también de trabajo sobre “lo local” y “lo sostenible”.

Por otro lado, aunque minoritario, el acompañamiento a esta producción propia de las fruterías puede y debe ser un espacio de trabajo fundamental para identificar posibles escenarios de transición agroecológica y valorización de los productos locales y de temporada.

2.2.3. Criterios de elección de proveedores

Si nos fijamos en la respuesta que le dan mas importancia a la hora de elegir proveedor por parte de las fruterías, se demuestra el compromiso de este comercio de proximidad por la frescura (98%), además de la demanda de productos de temporada (70%) y que sea local (64%). A su vez, el precio es un criterio relevante en el 42% de los casos. Los factores ecológicos son relevantes para un 44%: un 34% se fija en que no tengan químicos y un 10% en que sean ecológicos.

En todo caso, estas respuestas deben ser interpretadas bajo una respuesta no explicitada, y que condiciona absolutamente cualquier decisión, que es el factor precio. Así, no se trata de buscar el menor precio como criterio único sino de encontrar la mejor relación calidad-precio, de ahí que se responda como factor principal la frescura de los productos.



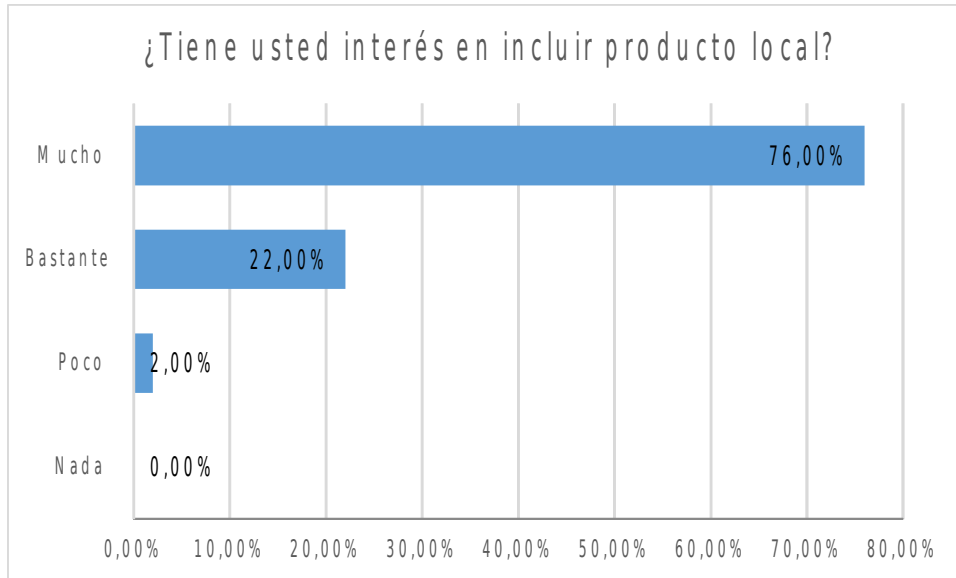
Por lo demás, los altos porcentajes de declaración de los productos “de temporada” y “locales” debieran ser aprovechados para la participación de este sector en la transición hacia un sistema agroalimentario más sostenible.

Más aún, la declaración de un 34% de casos en los que la ausencia de químicos es importante para elegir proveedores debiera ser potenciada y buscar formas de dar respuesta en el abastecimiento de productos sin químicos y ecológicos, además de frescos, de temporada y locales, a buen precio.

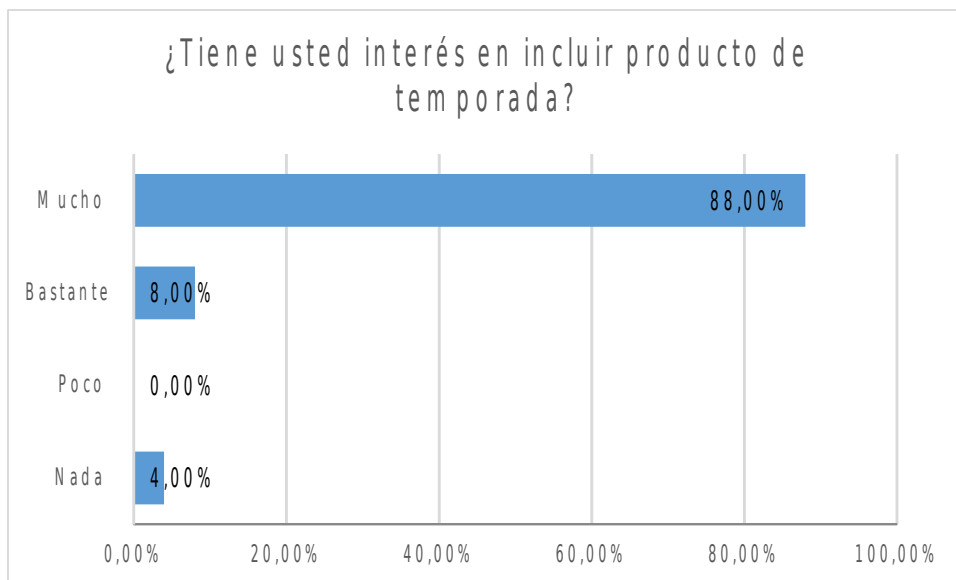
2.2.4. Interés por incorporar productos locales y de temporada

Así, después de definir sus criterios a la hora de qué pedirle a sus proveedores, se les preguntaba a las responsables de los establecimientos sobre su interés por introducir más productos locales y de temporada a lo que la respuesta ha sido absolutamente positiva, con porcentajes del 98% y el 96%, respectivamente.

El producto local, suele ser muy apreciado por los clientes, cuando es conocido, como el caso del tomate de Alcolea, también es apreciado por los comerciantes siempre que abarate costes y pueda ofrecer mas beneficios.



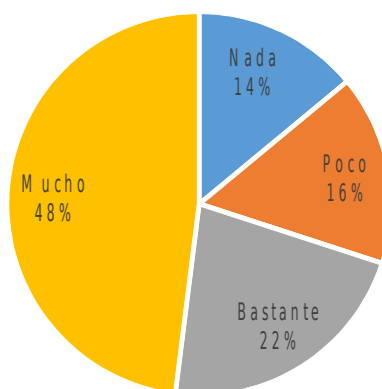
El producto de temporada es el que más claramente interesa, ya que tiene buena aceptación en la clientela, abarata los costes y es fácil de vender.



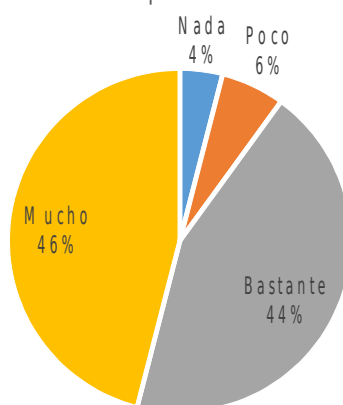
2.2.5. Percepción sobre los intereses de la clientela ante productos locales y de temporada

Continuando la misma tendencia, desde las fruterías se percibe claramente que el producto local y el producto de temporada son muy valorados y reconocidos por la clientela. La valoración de los productos locales está localizada en productos como el tomate de Alcolea, las habas, los espárragos, el melón, el melocotón, la naranja y algunos productos más desconocidos o solo conocidos por algunos consumidores, como las alcachofas.

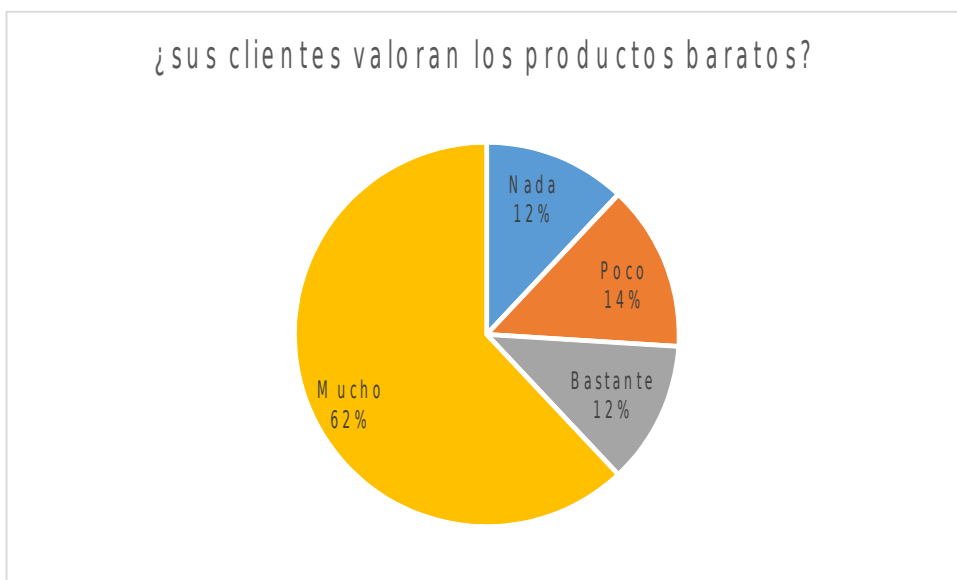
¿sus clientes valoran los productos locales?



¿sus clientes valoran los productos de temporada?



En todo caso, el factor precio vuelve a aparecer como criterio de base para todas las partes: así, los precios baratos son muy valorados (62%) según los responsables del comercio de proximidad.



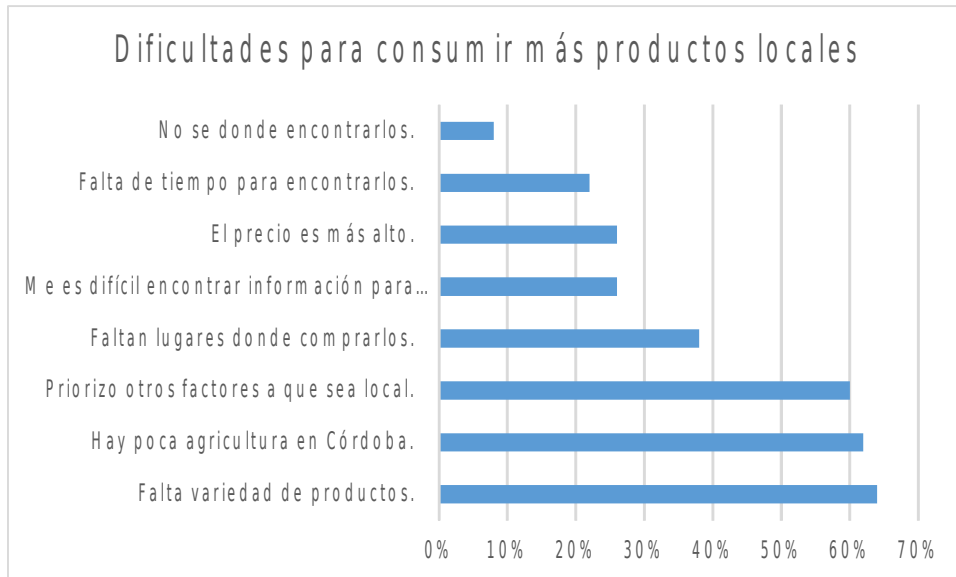
2.2.6. Ventajas de los productos locales

Ante la pregunta de los beneficios de los productos locales sobre los no locales las respuestas están repartidas de la siguiente manera:



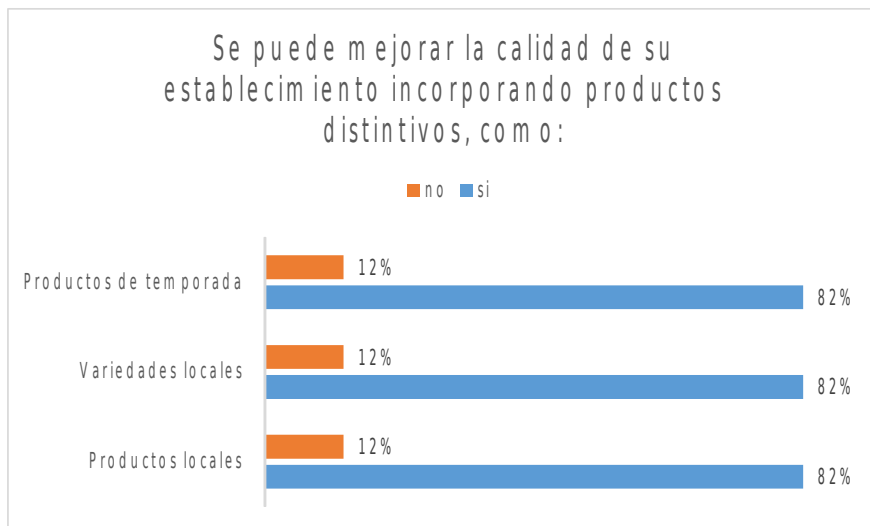
2.2.7. Dificultades para consumir más producto local

A su vez, las dificultades reconocidas en torno a los productos locales son las siguientes:



2.2.8. Innovación y mejora a través de productos y variedades locales y de temporada

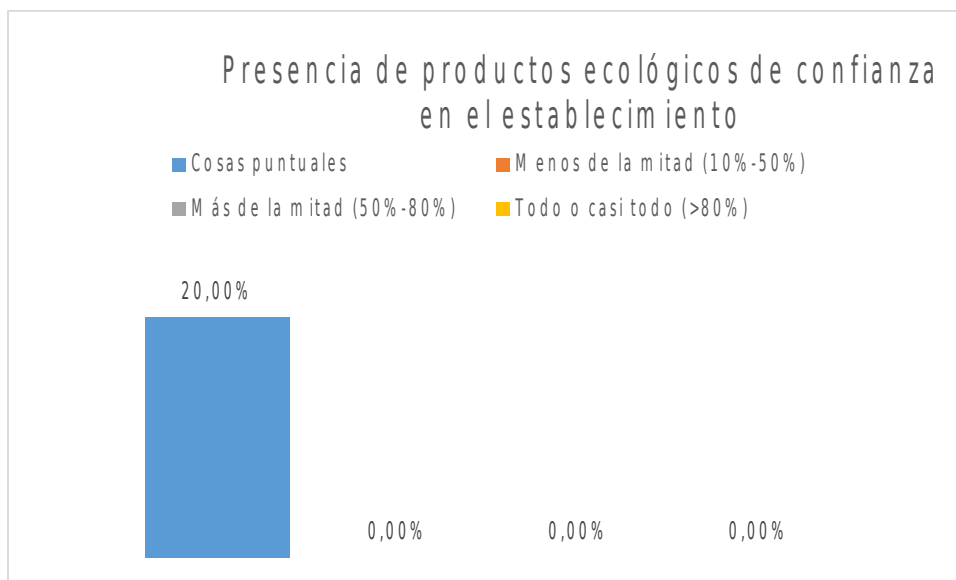
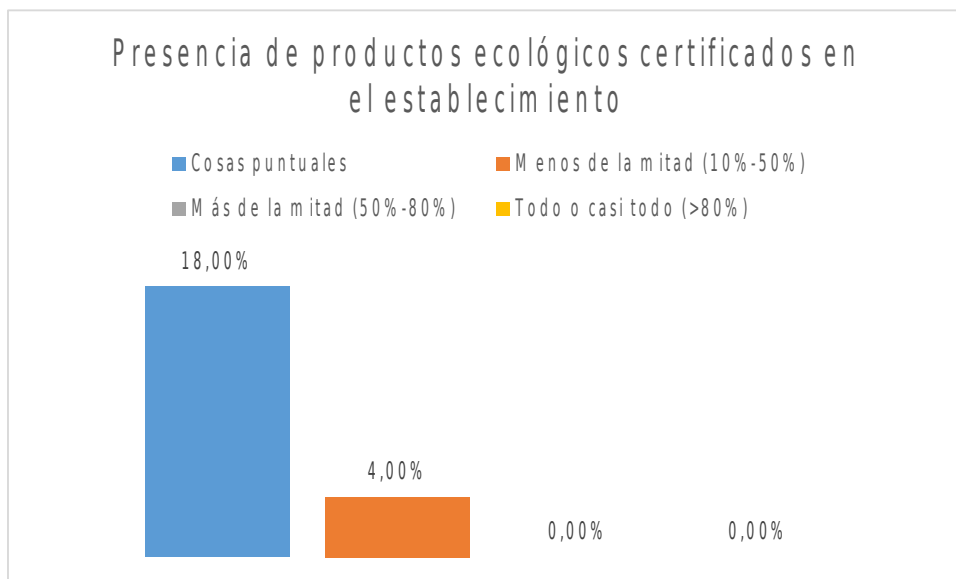
En cuanto a la predisposición a los cambios y la incorporación de productos locales, productos de temporada y variedades locales las respuestas son mayoritariamente positivas, lo cual, al menos, demuestra que existe cierto reconocimiento de las ventajas de los mismos, incluyendo las variedades locales.



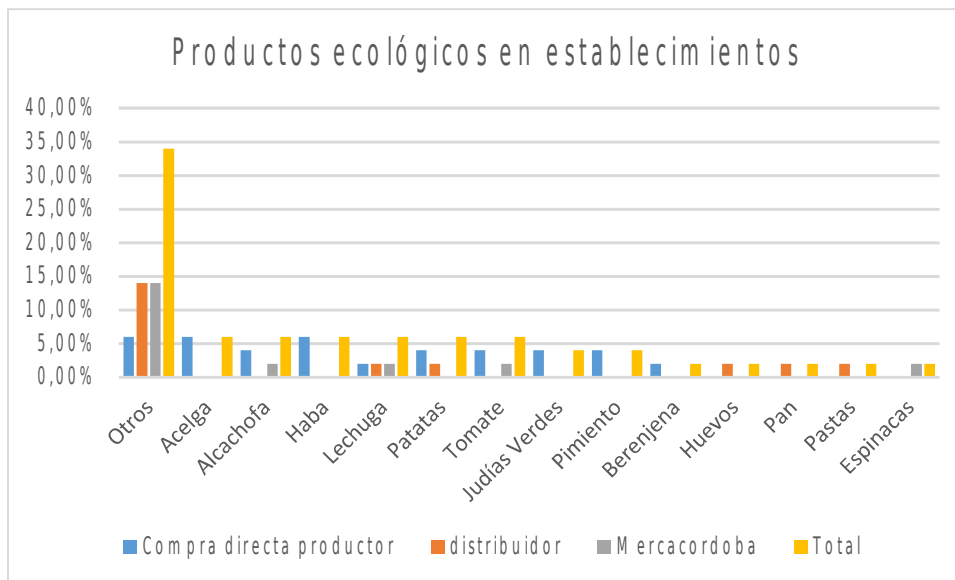
2.3. Alimentos ecológicos

0.0.1. Uso de productos ecológicos y percepción sobre los intereses de la clientela ante alimentos ecológicos

En este caso diferenciaremos aquellos establecimientos que ofertan productos ecológicos certificados de la oferta de productos “naturales”, “ecológicos”, que son fruto de una producción local, muchas veces semiprofesional y sin control ni un manejo efectivamente (agro)ecológico.



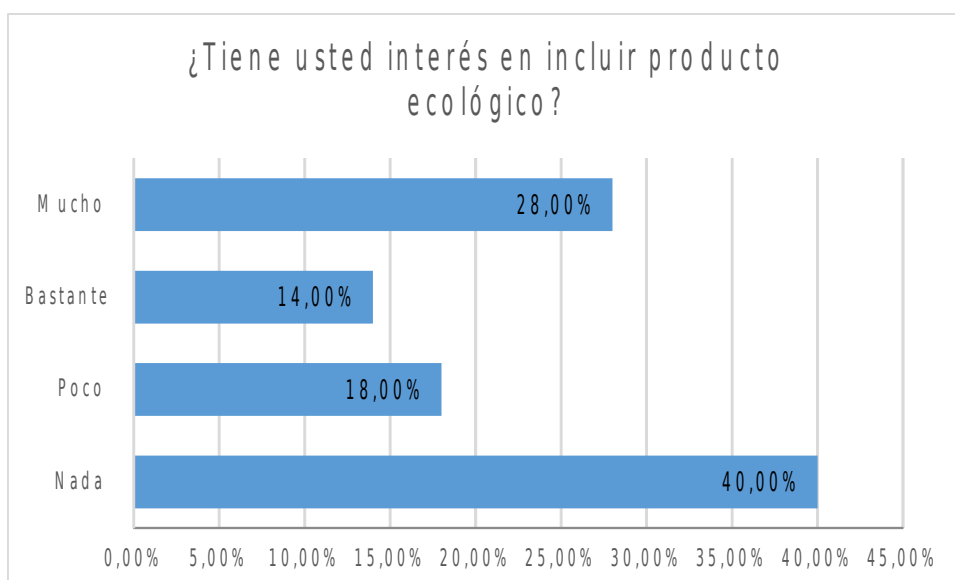
Las fruterías que nos dicen tener producción ecológica suelen ser de compra a productores directamente o por algún distribuidor, mientras que al contrario son muy pocos los que la compran en Mercacórdoba.



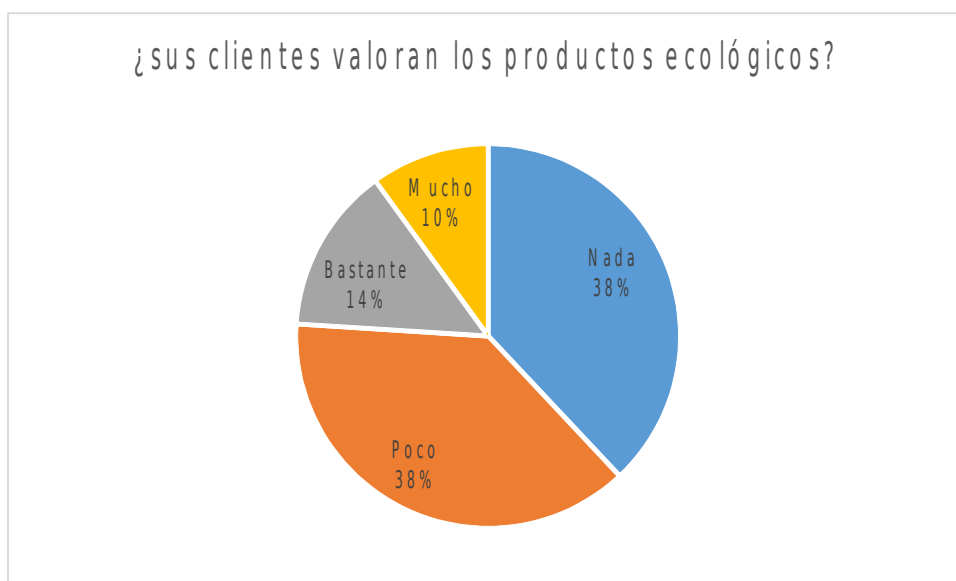
Las compras directas a los productores en esta visión de una agricultura “ecológica” que no está controlada -y que por tanto no podemos reconocer como tal- se realiza en su mayoría a agricultores de pueblos cercanos como La Carlota (cogollos), Villaviciosa (calabaza), La Montiel (alcachofas), Palma del Río (naranjas), Higuerón (espárragos), Alcolea (tomates, cebollas, habas, pan), y en alguna ocasión nos encontramos con productos de huertas cercanas (Camino Carbonel y carretera de Cádiz) que ofrecen acelgas y algunas aromáticas. En todo caso, estos datos nos vuelven a remitir al potencial de trabajo de transición en finca con una parte de estos productores y con estas tiendas.

También se suministran productos de distribuidoras como la Subbética Ecológica, Ecovida y Bioargamasilla que suministran productos envasados, como zumos, arroz, legumbres, pastas y algunos al fresco, pero son muy poco habituales.

Respecto a los productos ecológicos, existe una gran desconfianza en el control de la producción, sus formas comercialización (con precios hinchados), considerándose que en la mayor parte de las veces son productos menos vistosos y que difícilmente se venden, por lo que la mayoría de los establecimientos no apuestan por ellos, como podemos ver cuando se les pregunta si tienen interés en incluir productos ecológicos. Al contrario, podemos destacar que existe un 28% de repuestas que declaran tener “mucho” interés y un 14% “bastante” interés: es decir, un potencial de trabajo de un 42%.



En estas opiniones contrapuestas, existen unas visiones muy diferentes dentro del gremio de productos frescos: desde quien está en contra y no cree en las producciones ecológicas hasta los comerciantes que piensa que lo ecológico es el futuro y está deseando poder introducir en su establecimiento el producto



0.0.2. Posicionamiento ideológico y práctico ante los productos locales y ecológicos

	Resultados de la encuesta en Córdoba (2017)					Resultados de la encuesta estatal (2016)				
	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo	TOTAL	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo	TOTAL
Las políticas públicas deberían favorecer más la producción y distribución de alimentos locales	92	0	2	6	92	57,4	34,0	3,7	2,5	91,4
Los establecimientos de venta deberían tener un porcentaje mínimo determinado de productos locales	52	8	20	20	60	42,2	41,5	8,0	6,1	83,7
La administraciones públicas hacen lo suficiente para evitar el uso de productos químicos o aditivos	18	2	4	76	20	6,4	12,3	31,7	40,2	18,7

artificiales										
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción local	82	4	0	14	86	40,0	42,8	10,2	4,0	82,8
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción ecológica	54	10	16	20	64	31,2	39,6	17,2	7,1	70,8
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizaran productos locales	48	6	10	36	54	26,4	40,4	18,0	10,8	66,8
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizaran productos ecológicos	38	2	16	44	40	22,4	34,6	23,2	14,5	57,0
Estaría dispuesto a dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales apoyando canales alternativos como mercados de productores, grupos de consumo, etc.	62	8	12	18	70	30,6	47,2	12,0	6,7	77,8
Las instituciones deben apoyar/aportar/facilitar recursos y políticas para que Córdoba tenga un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad	98	0	0	2	98					

3. La distribución cordobesa y los alimentos ecológicos

3.1. Sector generalista

Desde los actores locales de la distribución convencional cordobesa y su relación con los alimentos ecológicos parece que hay cierta predisposición hacia ellos.

Mercacórdoba, más allá de sus dinámicas empresariales dominantes con el sector mayorista-minorista, está participando en el proceso (más allá del) Pacto de Milán y apuesta por la incorporación de productos ecológicos de manera gradual y como parte de una estrategia de diferenciación para la viabilidad de Mercacórdoba en sí mismo, como posible punto de referencia, y sobre todo para el sector minorista de la ciudad. En este sentido, Mercacórdoba participa además en el nuevo proyecto generado en el marco (más allá) del Pacto de Milán con una intervención a tres años que incluye la mejora del acceso directo de los productores a Mercacórdoba y especialmente la

promoción de un espacio efectivo de acopio de productores ecológicos. A su vez, se ha interesado y ha solicitado pequeños estudios que analizasen el estado del sector ecológicos y las variedades locales en la provincia para empezar a pensar estrategias más amplias.

En el caso de los distribuidores analizados, Frutas Valverde y Merfrucor, cabe reconocer la incorporación progresiva de algunos productos ecológicos por Valverde (huevos, ajos, naranjas y otros), y su implicación en Biocórdoba 2017, incluyendo nuevos productos ecológicos en su oferta y promocionándolos intensamente en su facebook. Al contrario, Merfrucor aún no incluye una gama de productos ecológicos. Por otro lado, otro de los mayoristas “Sabor y Salud andaluz” incluye huevos ecológicos en su oferta, aunque su consumo es muy pequeño.

En los mercados municipales y el comercio de proximidad, como hemos visto en la muestra analizada existe poca o nula presencia, aunque cierto interés, entre aquellos establecimientos que no son específicamente de distribución ecológica o que tienen relación con el mundo ecológico de manera formal. Estos establecimientos han sido excluidos de esta muestra y se recogen a continuación.

Por su parte, los supermercados cordobeses tienen a Deza como un avanzado en la introducción de productos ecológicos y con incorporación de una estrategia de diferenciación clara hacia los productos andaluces. Deza incluye en su oferta una amplia gama de productos básicos a través de marcas blancas ecológicas (por ejemplo, Alteza e Hida), compra directa a productores (por ejemplo, huevos) o marcas de mercado, y se añaden productos también de limpieza e higiene, a lo que se añaden los típicos productos exóticos y ocasionales ecológicos y de comercio justo.

Alsara apuesta de momento más por los productos locales y no ha llegado a incluir más que algunos productos muy puntuales ecológicos, si bien tiene el potencial de haber incluido algo de verdura fresca de productores locales de manera muy puntual en alguno de sus establecimientos.

Los supermercados Piedra, sin embargo, no incluyen ninguna referencia ecológica.

3.2. Sector ecológico

En el ámbito de la distribución ecológica hay que destacar la experiencia y la trayectoria de casi 30 años de la experiencia pionera en Córdoba Almocafre. A la vez, que en los últimos años se ha ido ampliando la oferta de alimentos ecológicos tanto en establecimientos especializados como, últimamente, con la incorporación de algunos productos ecológicos en el comercio de proximidad.

3.2.1. Almocafre

Almocafre es la experiencia decana del consumo de productos ecológicos en Córdoba y pilar fundamental en la consolidación de un espacio de consumo crítico y consciente de alimentos locales, ecológicos y que buscan la relación directa con los productores además de tratar de ofrecer una oferta completa que dé respuesta a todo tipo de consumidoras para que puedan hacer la compra completa con criterios ecológicos.

Después de 24 años, Almocafre ha logrado estabilizar y ampliar un espacio de consumo crítico y consciente, donde acceder a alimentos ecológicos y a contenidos, formaciones y visitas sobre productos ecológicos y su vinculación con el territorio (cursos de agroecología, fincas de productoras, talleres de alimentación saludable, etc.).

Almocafre ha sido uno de los gérmenes que ha facilitado la expansión y multiplicación de otras iniciativas de tiendas de productos ecológicos y durante todo este tiempo ha sido un espacio de referencia en la ciudad para dar a conocer y formar a todos los perfiles de consumidoras que han ido incorporándose al consumo ecológico.

El modelo de Almocafre, siendo una asociación en su funcionamiento interno pero abierta al público general a través de su tienda, ha facilitado que cada vez más gente de diversos perfiles se haya acercado buscando alimentos sanos y locales. A eso se ha unido su capacidad de trasladar una serie de criterios sociales y de sostenibilidad a sus productos y a la mirada de sus consumidoras.

Algunas de sus lemas de referencia en su web²¹ condensan algunos de estos principios:

Directamente del productor, y a un precio justo... Ecología en la cesta de la compra diaria...

En el beneficio de tu salud, en el medio ambiente y un mundo más justo. Sin transgénicos, plaguicidas, conservantes, colorantes, hormonas del crecimiento, dioxinas, etc.

Potenciar los productos ecológicos provenientes de la agricultura familiar y de cooperativas que practiquen una agricultura con carácter social

La agricultura ecológica es un modelo de desarrollo socioeconómico y consumo respetuosos con las generaciones futuras

De manera formal, desde Almocafre plantean sus propios objetivos como organización:

- *Promover y fomentar el consumo y producción de alimentos y bienes a nivel local provenientes de la agricultura ecológica.*
- *Desarrollar un proyecto de máximo beneficio social, autogestionario y solidario con todos aquellos que deseen una mejor calidad de vida y un medio ambiente más protegido.*
- *Colaborar con entidades públicas o privadas con fines similares a los nuestros.*
- *Potenciar los productos ecológicos provenientes de la agricultura familiar y de cooperativas que practiquen una agricultura con carácter social*

A partir de esos inicios y objetivos, la asociación ha ido consolidando un espacio de tienda con un horario ampliado para facilitar el acceso y mantiene su presencia en diferentes actividades en la ciudad, es socio de Ecocórdoba y ha puesto en marcha la Escuela de hortelanía con su “hortelano de cabecera”, como le llaman en Almocafre, Alfonso Molina.

En cuanto a la articulación dentro del tejido social regional, Almocafre ha generado puentes y ha ayudado a consolidar como fundadora la Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos (FACPE)²².

3.2.2. Ecomercado

El Ecomercado es la experiencia pionera en Córdoba de mercado de productoras de alimentos ecológicos. La Asociación Ecomercado de Córdoba se constituyó en Córdoba en 2014 con el objeto de informar y sensibilizar a la ciudadanía en temas relacionados con la producción agroecológica y artesanal, alimentos naturales, el cuidado del medio ambiente y del territorio y con el consumo consciente justo y responsable²³. Desde septiembre de 2015 cada segundo sábado de mes las

21 <http://almocafre.com/>

22 <http://www.facpe.org/>

23 <http://elecomercado.com/>

integrantes del Ecomercado ofrecen sus productos: frutas y verduras, pan, aceite, vinos, zumos, productos de comercio justo, setas, cosmética e higiene, todo ello ecológico.

El Ecomercado es:

Un espacio de construcción colectiva muy diverso, constituido por personas productoras, transformadoras, artesanas y distribuidoras de productos ecológicos y locales, así como productos de comercio justo y otros elaborados bajo criterios de sostenibilidad medioambiental.

Un espacio libre de transgénicos, agrotóxicos y explotación.

Un espacio de participativo y democrático con toma de decisiones de manera asamblearia, por consenso y/o votación (1 puesto = 1 voto)

Que se dedica a:

Por una parte, vender nuestros productos con mucho cariño, tratando de ofrecer una alternativa agroecológica, local y de consumo responsable a la ciudadanía cordobesa, fomentando canales cortos y justos de comercialización.

Por otra parte, todo el colectivo coincide en que somos y hacemos mucho más que eso. Lo que nos mueve y nos hace seguir adelante, a pesar del cansancio de montaje y desmontaje, asambleas, reflexiones y preparativos es el vínculo que hemos establecido entre nosotras y con la gente que asiste cada mes en busca de una cesta de la compra sostenible, ecológica, local y solidaria.

Y que tiene como objetivo:

Llegar a ser un espacio de encuentro e información mutua entre productoras, artesanas, distribuidoras y consumidoras, en el que compartir saberes sobre la producción agroecológica y artesanal, el medio ambiente, la salud, el territorio y el consumo responsable

3.2.3. Ecocórdoba

En la actualidad, Ecocórdoba es la asociación que reúne a la mayoría de estos establecimientos como una forma de tratar de incidir políticamente y articular los intereses de este sector.

Eco Córdoba es una asociación de comerciantes y hosteleros de productos ecológicos de ámbito provincial, creada en Julio de 2.015 dentro del proyecto de Oficina de Integración Comercial promovido por la Junta de Andalucía y desarrollado por Comercio Córdoba.

Somos mujeres y hombres que apostamos por los productos ecológicos, y trabajamos para hacer crecer su consumo y distribución.

Alimentos sin químicos y producidos de forma sostenible, que suponen importantes beneficios tanto para la salud como para el medioambiente.

Apoyamos los canales cortos de comercialización, por que apoyamos así a los productores ecológicos locales que como nuestros negocios, crean empleo y riqueza en nuestro territorio, ayudando a que vayan cubriendo cada vez, mayor porcentaje del suministro a nuestras tiendas y restaurantes.

Pensamos que el pequeño comercio y la hostelería local son el medio de distribución más sostenible para cualquier producto, y más aun cuando hablamos de productos ecológicos. Pero esto solo es posible desde la suma de esfuerzos, el asociacionismo y la colaboración.

El trabajo colaborativo es el que nos permitirá avanzar, ayudándonos unos a otros en cuestiones de visibilidad, aprovisionamiento, promociones y cualquier aspecto de mejora en nuestros establecimientos.

De forma aislada es difícil competir en igualdad de condiciones, pero agrupados sí podemos conseguir importantes logros.

El consumo interno de productos ecológicos es la asignatura pendiente en nuestra comunidad, por lo queremos colaborar con las distintas administraciones para conseguir corregir este desequilibrio, participando en los planes de actuación de Junta de Andalucía, Diputación o Ayuntamientos en esta materia.

Queremos llegar al mayor número de clientes posible, intentando llevar a cada barrio de nuestra ciudad y cada pueblo de nuestra provincia un punto de venta de productos bio.

Las tiendas integrantes de Ecocórdoba son cinco tiendas de comercio de cercanía con algunos productos ecológicos certificados de manera constante (tanto frescos como envasados), otras cinco tiendas especializadas donde solo se venden productos ecológicos, cuatro herboristerías con algunos productos ecológicos, una especializada en productos de comercio justo que incluyen productos ecológicos, y el puesto móvil de zumos y fruta ecológicas y de temporada.

Establecimiento	Actividad	Localización
Alimentación Miguel	Alimentación	Sector sur
El Gato Verde	Alimentación Vegetariana-Vegana	Sector Sur
Alimentación Rocío Carnicería Melli	Alimentación Carnicería	Medina Azahara Centro.Tejares
IDEAS Centro Ekilore Cordoba	Comercio justo Ecotienda	Centro.Claudio Marcelo Viñuela
Almocafre	Especialistas Eco	Ciudad Jardin
Frescum	Especialistas Eco	Centro.Trinidad
La Despensa	Especialistas Eco	Centro.Plaza Colon
El Setal	Especialistas Eco	Centro.Fray Luis de Granada
Naturalmente Frutas Paqui Naturesing La Milagrosa Las Yervas Herbodietetica San Rafael	Frutería.Herboristería Frutería Herboristería Herboristería Herboristería Herboristería	Pozoblanco Corredera Santa Rosa Carlos III Corredera Ollerías

Esta asociación está participando en el proceso (más allá del) Pacto de Milán en la Mesa de Coordinación y colaborará en el nuevo proyecto a de intervención a tres años “Alimentando Córdoba” con el resto de actores implicados.

Mientras tanto, algunas de las actividades que ha realizado ha sido una campaña, entre abril y mayo de 2017, de promoción de la vinculación entre productoras ecológicas y las tiendas socias: “¿Conoces la Córdoba eco?”²⁴. Una campaña cuyos objetivos fueron:

1.- Visualizar los establecimientos en los que se pueden consumir productos ecológicos en nuestra ciudad.

24 <http://ecocordoba.com/conoces-la-cordoba-ecologica/>

2.- Concienciar al consumidor de que el pequeño comercio y la hostelería local son el medio de distribución que mejor contribuye al desarrollo de un Sistema Alimentario más Sostenible.

3.-Visualizar a los productores y productoras de nuestra provincia que trabajan con criterios agroecológicos y de sostenibilidad, y de la importancia de su trabajo para la conservación de semillas y diversidad de cultivos.

4.-Apoyar los canales cortos de comercialización, y el contacto directo con los productores.

5.-Incentivar la economía y el empleo de nuestro territorio a través de la producción y la distribución de productos ecológicos, aumentando las venta de estos productos en el comercio local, potenciando así dos sectores clave para nuestra economía, como son la agricultura y el comercio

6.-Aumentar el consumo de productos ecológicos mediante la sensibilización sobre su importancia en términos de salud y de sostenibilidad a toda la ciudadanía.

7.-Trabajar para el desarrollo del Pacto de Milán, firmado por nuestro ayuntamiento para el desarrollo de un Sistema Alimentario más sostenible.

En definitiva, una actividad más que pretende dar respuesta a las dificultades del sector ecológico y la falta de visibilidad y normalización del consumo de productos ecológicos, y de visibilidad de las propias productoras.

eco Cdb
ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES Y HOSTELEROS DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS DE CÓRDOBA

¿CONOCES LA CÓRDOBA eco?

TE INVITAMOS A LA PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS Y NATURALES 100% CORDOBESES EN COMERCIOS Y RESTAURANTES DE NUESTRA CIUDAD

DEL 20 DE ABRIL AL 20 DE MAYO DE 2017

INICIO DE CAMPAÑA
FRESCUM / HUERTA LUNERA (PRODUCTO DE HUERTA) • 20/4/17 (12:30 h)
SHOWCOOKING A CARGO DE LA CHEF INTEGRATIVA MARÍA JOSÉ ORELLANA

ALMOCAFRE / ALFONSO MOLINA (PRODUCTO DE HUERTA) • 21/4/17 (12:30 h)
LA DESPENSA / BIOPAN DE LA SUBBÉTICA (PAN Y DULCES) • 22/4/17 (12:30 h)
EL SETAL / ALOE ULIAVERA (PRODUCTOS DE ALOE) • 27/4/17 (12:30 h)
FRUTAS PAQUI / BIOVALLE (PRODUCTOR NARANJAS) • 28/4/17 (12:30 h)
CARNICERIA MELLI / JUAN JOSÉ GÓMEZ (CORDERO) • 29/4/17 (12:30 h)
AMALTEA / IGNACIO AMIÁN (ESPÁRRAGOS) • 2/5/17 (13:30 h)
LA YERBAS / AL-OLÉ (ALOE VERA) • 3/5/17 (12:30 h)

IDEAS / PURA VIDA (PAN) • 4/5/17 (12:30 h)
HERBORISTERIA LA MILAGROSA / HUERTO DON LUIS (PRODUCTO DE HUERTA) • 5/5/17 (12:30 h)
ALIMENTACIÓN MIGUEL / HERMISENDA (PRODUCTO DE HUERTA) • 6/5/17 (12:30 h)
NATURALMENTE / PAN CON TIEMPO (PAN Y DULCES) • 6/5/17 (12:30 h)
CENTRO EKILORE CÓRDOBA / HERMINIO MEMBRIVES (PRODUCTOR DE MIEL) • 10/5/17 (12:30 h)
ALIMENTACIÓN ROCÍO / EL PALANCAR (PRODUCTOR DE QUESO) • 11/5/17 (12:30 h)
HERBODIETÉTICA SAN RAFAEL / LA FABRICA ARTIGIANALE (COSMÉTICA ECO-NATURAL) • 12/5/17 (12:30 h)
ECOVIDA / BIOALGAMASILLA (PRODUCTO DE HUERTA) • 13/5/17 (12:30 h)
9 LUNAS / LA BIZNAGUERA (COSMÉTICA ECO-NATURAL) • 13/5/17 (13:30 h)
CARRITO DE ZUMOS / JUANMA PACHÓN (PRODUCTOR DE FRESA) • 18/5/17 (12:30 h)

CIERRE DE CAMPAÑA
TABERNA EL NUMERO 10 / ECOLÓGICA LOS PEDROCHES (PRODUCTOR DE HUEVOS) • 19/5/17 (13:30 h)

+ INFO
ECOCORDOBA.COM
670 384 332

CON EL APOYO DE
AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA

Además, desde Ecocórdoba se realiza un trabajo de difusión de los lugares de compra ecológicos mediante rutas de comercio ecológico y local, así como la presentación de las propias productoras en su web.

También existen algunos otros espacios donde acceder a productos ecológicos en la ciudad que no están asociados Ecocórdoba como, por ejemplo, el Mercao social La Tejedora, SuperNatura, El Santo Argentino, etc.

3.2.4. IDEAS

En el ámbito de la distribución de alimentos ecológicos existe otra experiencia que vincula los criterios ecológicos con los del Comercio Justo: la organización IDEAS²⁵.

25 https://ideas.coop/catalogoseptiembre_pq.pdf

IDEAS (Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria), es una Organización de Comercio Justo cuya misión es transformar el entorno económico y social para construir un mundo más justo y sostenible, desarrollando iniciativas de Comercio Justo, Economía Solidaria y Consumo Responsable, tanto en el ámbito local como internacional. Todas las acciones de la organización se fundamentan en principios de igualdad, participación y solidaridad.

Desde hace treinta años IDEAS es la primera entidad española que desarrolla el Comercio Justo con organizaciones del Sur (Asia, América Latina y África) a través de programas de cooperación, asistencia técnica, importación, distribución y venta de productos artesanales y alimentarios. Consideramos el Comercio Justo como una poderosa herramienta para erradicar las causas de la pobreza en las comunidades más desfavorecidas, garantizando los derechos, la dignidad y el desarrollo de todas las partes implicadas. Consideramos esencial el trabajo conjunto con otras organizaciones, plataformas o proyectos para generar un cambio social por lo que somos miembros y participamos activamente en redes como la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) en la Coordinadora Estatal de Comercio Justo (CECJ), en la Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria (REAS), en la Federación de Cooperativas Andaluza (FAECTA), en la Fundación de Banca Ética Fiare, en la cooperativa de finanzas alternativas Coop57 y en la Coordinadora de Colectivos Sociales “Córdoba Solidaria”.

Desde IDEAS se plantean cuatro pilares básicos para su actividad y sus productos:

Comercializando con justicia: *Cooperando con los productores/as más desfavorecidos/as les aseguramos una vida próspera con dignidad y autonomía, respetando su cultura y tradiciones*

Economía solidaria: *Luchamos por situar a las personas como eje central de la actividad de la economía real, integrando el trabajo cooperativo y en red, la inserción laboral y la exclusión social.*

Soberanía alimentaria: *Por el derecho a decidir qué cultivamos, cuándo y cómo; por el respeto entre los campesinos/as del sur y del norte; por una apuesta por integrar los productos del sur con la producción local y de proximidad*

Agricultura ecológica: *Queremos un mundo más sano, que respete los ciclos de la naturaleza; no vierta más químicos de síntesis en sus sumideros; cuide la tierra y la entregue tal y como la recibimos a nuestras generaciones futuras*

En este sentido, IDEAS posee un catálogo propio de alimentos ecológicos y de comercio justo que incluye café, té e infusiones, azúcar de caña y edulcorantes naturales, cacao, chocolates y bombones, snacks, galletas, frutos secos, especias, arroz, quinoa, pasta y bebidas. Productos que aportan desde IDEAS en su colaboración con los supermercados Deza.

En su tienda también se ofertan alimentos ecológicos de origen local (verdura, frutas, huevos, vino y legumbres, entre otros) que ofrecen en su tienda como parte de un acuerdo de colaboración con Almocafre.

3.2.5. Mercao Social de Córdoba “La Tejedora”

Por último, como espacio autónomo y con criterios ecológicos y también de economía social, el Mercao Social de Córdoba La Tejedora²⁶ incluye alimentos frescos, envasados y procesados que combinan en distinto grado los criterios de ecológico y de economía social y de comercio justo,

26 <https://www.latejedora.org/>

además de otros productos no alimentarios, servicios comerciales y facilitación de actividades con otros colectivos sociales de la ciudad.

*El **Mercao Social de Córdoba** es un proyecto colectivo que nació en diciembre de 2011, con objeto de crear un **espacio vivo de transformación social y económica desde la óptica de la igualdad y la solidaridad**, a través del trabajo cooperativo y la participación colectiva.*

*Se trata de un **proyecto autogestionado y de intercooperación**, constituido tanto por entidades de la economía social y solidaria como por personas a título individual y colectivos de la sociedad civil, respaldado por más de 280 personas socias bajo un **modelo organizativo asambleario y horizontal**.*

*La asociación dispone de un espacio de **tienda** (“La Tejedora”) en la que se ofertan productos y servicios que cumplen **criterios éticos, ecológicos y sostenibles**, ofreciendo una opción de consumo con compromiso social, desde la que se fomenta el Comercio Justo y el Consumo responsable apostando por la **Economía Social y Solidaria**. (...)*

Fuera de sus paredes, el Mercao Social de Córdoba participa en otros espacios externos colaborando con otros colectivos locales y trabajando en red a través de diferentes plataformas ciudadanas.

*El Mercao Social de Córdoba **apuesta por el cooperativismo** como vía de transformación de la realidad, tanto en términos cuantitativos como cualitativos. Un modelo plural de participación, una visión transversal de la comunicación y un **espacio feminista** en constante construcción. Todo con sentido de pertenencia a la comunidad y a la autodeterminación.*

[El objetivo de las personas socias es] participar en la creación de un Mercado Social: una red de producción, distribución, consumo y aprendizaje común de bienes y servicios, que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios. Intentamos construir una alternativa a las reglas negativas del mercado convencional, estableciendo un mercado alternativo que opere bajo criterios y relaciones económicas justas, sociales, solidarias y más sostenibles con el entorno medio-ambiental.

La Tejedora, pues, aporta un espacio de inclusión de criterios sociales en la distribución de alimentos que puede incluir o no criterios ambientales, tratando de gestionar desde una mirada amplia los criterios de sustentabilidad y de autogestión organizativa. Así, incluye productos ecológicos frescos y huevos de productores locales -entre ellos de Subbética Ecológica-, alimentos de Comercio Justo; legumbres frescas a granel y cocidas; conservas vegetales de economía social y local, etc.

4. La distribución en el marco del proceso (más allá del Pacto de Milán en Córdoba)

El Pacto de Milán, como se ya se ha planteado, supone una apuesta por aumentar la sostenibilidad ecológica, económica, social y cultural de los sistemas agroalimentarios locales en torno al papel de las propias ciudades y su relación con la producción, distribución, restauración, consumo y gestión para la disminución de los residuos y desperdicios alimentarios, y hacer un buen uso de los recursos naturales. Como recoge el compromiso político de la firma del Pacto de Milán en su punto 1: los ayuntamientos adheridos se comprometen a “Trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los

cambios climáticos”, y para ello pondrán en marcha estrategias de coordinación e implementación de políticas públicas “para favorecer la creación de sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles”.

Planteamientos que, como vimos en la introducción, desde otros ámbitos ya estaban recogidos en torno a la propuesta de la agroecología y de la soberanía alimentaria, en el marco de los movimientos sociales que luchan por la transformación del sistema agroalimentario dominante y de sus prácticas esquiladoras y explotadoras de los recursos naturales y de las personas, con unas graves consecuencias ecológicas y sociales en el ámbito local y global.

En este caso, aprovechando el marco del Pacto de Milán, mostramos cuáles han sido los ejes y acciones identificadas explícitamente en las jornadas de trabajo desarrolladas en el proceso (más allá del) Pacto de Milán correspondientes a cada uno de los sectores del sistema agroalimentario.

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ

1. *Fomentar la colaboración entre agencias y departamentos municipales* y buscar la alineación de las políticas y programas que afectan al sistema alimentario en los diferentes sectores y niveles administrativos, adoptando y promoviendo un enfoque basado en los derechos; las diferentes opciones pueden incluir la contratación de personal fijo a nivel municipal, la reasignación de los encargos y de los procedimientos y la redistribución de los recursos.
2. *Promover la participación de las partes interesadas a nivel municipal a través del diálogo político y, en su caso, el nombramiento de un consejero para la política alimentaria y/o el desarrollo de una plataforma que reúna las diferentes partes interesadas o un consejo para la alimentación, y a través de actividades de educación y sensibilización.*
3. **Identificar, mapear y evaluar las experiencias locales** y las iniciativas alimentarias de la sociedad civil con el fin de transformar buenas prácticas en programas y políticas, con el apoyo de los entes de investigación ó instituciones académicas locales.

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN

7. *Promover dietas sostenibles* (saludables, seguras, culturalmente adecuadas, ambientalmente sostenibles y fundadas en los derechos) a través de programas pertinentes en el campo de la educación, la promoción de la salud y la comunicación, con especial atención a escuelas, centros de atención, mercados y medios de información.

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

14. *Utilizar las transferencias de alimentos y de dinero*, y otras formas de protección social (bancos de alimentos, comedores comunitarios, despensas de emergencia, etc.) para asegurar el acceso a una comida sana a los segmentos vulnerables de la población, teniendo en cuenta las convicciones, culturas, tradiciones, costumbres y preferencias alimentarias específicas de las diferentes comunidades, en el respecto de la dignidad humana y para evitar una mayor marginación.
15. *Redefinir los programas de los comedores escolares* y otros servicios alimentarios institucionales con el fin de ofrecer comida sana, de procedencia local/regional, de temporada y producida de manera sostenible.
17. *Fomentar y apoyar actividades de economía social y solidaria* con especial atención a actividades en campo alimentario que favorezcan medios de vida sostenible para los segmentos marginados de la población en los diferentes niveles de la cadena alimentaria y faciliten el acceso a alimentos sanos y seguros en las áreas urbanas y rurales.
19. *Promover la educación la capacitación y la investigación participativas*, para reforzar la acción local destinada a aumentar la justicia social y económica, promover enfoques basados en los derechos, reducir la pobreza y favorecer el acceso a alimentos adecuados y nutritivos.

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA

21. *Promover la coherencia en las interacciones entre las ciudades y la producción y transformación alimentaria en las áreas rurales colindantes*, centrándose en los pequeños productores y las empresas agrícolas familiares, y con atención especial a empoderar mujeres y jóvenes.
25. *Apoyar las cadenas de suministro cortas*, las organizaciones de productores, las redes y las plataformas de productor a consumidor, y otros sistemas de mercado que integren las infraestructuras sociales y económicas para un sistema alimentario urbano que conecte las áreas urbanas a las rurales. Esto podría incluir iniciativas de la sociedad civil y de economía social y solidaria, así como sistemas de mercado alternativos.

EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

27. *Evaluar los flujos alimentarios hacia y dentro de las ciudades*, para asegurar el acceso a alimentos frescos y económicamente accesibles en los barrios de bajos ingresos y menos dotados de servicios, fomentando al mismo tiempo

modos de transporte y logística sostenibles con el fin de reducir las emisiones de CO₂, gracias a combustibles o medios de transporte alternativos.

28. **Fomentar la mejora de las tecnologías e infraestructuras de almacenamiento, transformación, transporte y distribución alimentaria**, conectando las áreas periurbanas con las áreas rurales colindantes, con el fin de garantizar el consumo de alimentos de temporada y reducir la inseguridad alimentaria, la pérdida y derroches de elementos nutritivos y de géneros alimentarios, prestando especial atención, dentro de la cadena de valor, a las empresas alimentarias medianas y pequeñas, fuente de ocupación digna y estable.

30. **Revisar las políticas públicas en materia de abastecimiento y comercio**, con el fin de facilitar el abastecimiento alimentario por cadenas cortas de suministro a través de la conexión entre ciudades y asegurar el abastecimiento de alimentos sanos, favoreciendo al mismo tiempo el acceso al empleo, unas condiciones de producción justas y una producción sostenible para los segmentos más vulnerables de productores y consumidores, aprovechando el potencial del abastecimiento público para concretizar el derecho a la alimentación para todos.

31. **Desarrollar políticas y programas en apoyo de los mercados municipales públicos**, incluidos los mercados agrícolas, los mercados informales, los mercados al por mayor y al por menor, restaurantes y otros sujetos que operan en el sector de la distribución alimentaria, reconociendo las diferencias entre ciudades respecto al papel de los operadores públicos y privados en el sistema de los mercados.

32. **Mejorar y ampliar las infraestructuras** en relación con los sistemas de mercado que conectan los compradores urbanos a vendedores urbanos, periurbanos y rurales, favoreciendo al mismo tiempo la cohesión social y la confianza, apoyando el intercambio cultural y asegurando medios de vida sostenibles, especialmente para mujeres y jóvenes emprendedores.

EJE 6 - LIMITAR DESPERDICIOS DE ALIMENTOS

36. **Colaborar con el sector privado, instituciones educativas y de investigación, y organizaciones comunitarias** para desarrollar y revisar, en su caso, políticas y normas municipales (por ejemplo procedimientos, normas estéticas y de clasificación, fechas de caducidad, etc.) para la prevención de los desperdicios alimentarios o para recuperar de modo seguro alimentos y embalajes a través de un sistema que fomente el uso y no el desperdicio de la comida.

4.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En las primera jornadas de trabajo sobre la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente un listado de acciones que se están desarrollando en Córdoba en torno a los ejes de trabajo del Pacto de Milán y la soberanía alimentaria, salieron a la luz las siguientes acciones relacionadas con la Distribución.

En el ámbito de la distribución existen distintos intentos de normalización de los puntos de venta de productos ecológicos locales: Ecomercado, con el apoyo de MA pero con dificultades para su estabilidad; Almocafre, La Tejedora, redes de productores, redes de tiendas y asociados a Ecocórdoba, eventos universitarios, etc. A pesar de todo se sigue necesitando más apoyo para estos espacios de distribución ecológica local a través de canales cortos de comercialización.

Existe otro ámbito de actuación, que tiene que ver con la intervención social y a veces con la compra pública, que afecta a los canales de distribución y a los tipos de alimentos que se aportan en las situaciones de emergencia y ayuda alimentaria. Unas veces en torno a canales autogestionados y otras veces a iniciativas institucionales.

En los canales dominantes, Mercacórdoba plantea varias líneas de acción para facilitar a sus clientes mayoristas y minoristas la distribución de alimentos provinciales, lo cual ofrece algunas oportunidades.

Por su parte, el nuevo decreto de venta directa aporta un nuevo marco legal para las productoras.

INTERVENCIÓN DISTRIBUCIÓN			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Normalizar espacios de consumo ecológico		Ecomercado	Intervención distribución 10
Fomentar colaboración municipal con actores económicos (productores ecológicos)	MA - IMGEMA	Ecomercado	Articulación Intervención distribución 1, 31
Fomento de espacios de colaboración y articulación productores y consumidores: el espacio mensual del Ecomercado	(MA)	Ecomercado	Intervención distribución 2 Sensibilización
Promoción de consumo de productos agroecológicos: Ecomercado	MA	Ecomercado	Intervención distribución 7 Alimentación sana Alimentación sostenible
Biocórdoba (anual): espacios de diálogo y acciones conjuntas sobre consumo ecológico	Ayuntamiento – Mancomunidad – Diputación	Almocafre	Intervención distribución 2 Sensibilización
Mercao social La Tejedora		Ecologistas en Acción La Tejedora	Intervención distribución 17, 31 Articulación
Mercao social: Tejedora y Rendija		Tejedora	Intervención distribución 25
Espacio Casa Azul		Tianguis	Intervención distribución 25
Redes de articulación de productores		Ecomercado Casa Azul Mercados informales	Intervención agricultura Intervención distribución 19
Ruta de la tapa ecológica: comercios locales con productos ecológicos y de temporada		ASACO	Articulación Sensibilización Intervención distribución 31
Visibilizar comercios y restaurantes ecológicos asociados		Ecocórdoba	Intervención distribución 31 Intervención restauración
Convocatoria de subvenciones para el fomento del asociacionismo y promoción de comercio de cercanía (Ecocórdoba ha solicitado subvención)	Desarrollo económico y del comercio		Intervención distribución 17
Diagnóstico (no sistematizado y sin informes) del sector ecológico. Conocimiento profundo del entorno de productores		Ecomercado - Ecocórdoba	Diagnóstico Articulación Intervención agricultura Intervención distribución 3
Asociación distribuidores ecológicos Ecocórdoba: compra directa a productores		Ecocórdoba	Intervención distribución 25
Uso de productos locales, ecológicos y comercio justo en eventos universitarios		UCO Cooperación	Intervención distribución 25
Articulación y acceso productos locales		Almocafre	Intervención distribución 36
Intervenciones de apoyo y facilitación en comedores escolares ecológicos		VSF	Compra pública Comedores escolares Intervención distribución 15
Centro autogestionado de alimentos Rey Heredia		Rey Heredia	Intervención distribución 14 Intervención social
Donación de alimentos ecológicos y de		IDEAS	Intervención distribución 14

comercio justo a comedores colectivos (Rey Heredia, Banco de alimentos, etc.)			Intervención social
Supermercado solidario: plan integral Palmeras		AAVV Unión y Esperanza	Intervención distribución 14 Intervención social
Uso de red de establecimientos de cercanía para alimentos perecederos – moneda social	Servicios sociales		Intervención distribución 14 Intervención social
Subvención comedores escolares en verano	Servicios sociales		Intervención distribución 14 Intervención social
Cesión módulo mercado polivalente a Cruz Roja como almacén de alimentos	Mercacórdoba		Intervención distribución 14 Intervención social
Intención de central de compras ecológica		Ecocórdoba	Intervención distribución 32
Espacio de venta para productores en Mercacórdoba	Mercacórdoba		Intervención distribución 25
Acceso productos locales: 37% de frutas y hortalizas comercializadas en Mercacórdoba procedan de la provincia de Córdoba y otro tercio del resto de Andalucía.	Mercacórdoba		Intervención distribución 25
Módulo frío	Mercacórdoba		Intervención distribución 28
Análisis “última milla” común para mayoristas	Mercacórdoba		Intervención distribución 27
Apoyo a la mejora de la competitividad del pequeño comercio de alimentación	Mercacórdoba		Intervención distribución 30
Diagnóstico Sistema agroalimentario provincial	Mercacórdoba	ISEC	Diagnóstico Intervención agricultura Intervención distribución 21
Central de recogida y reutilización de enseres	Mercacórdoba		Intervención distribución 36
Decreto Venta directa	Consejería Agricultura – Junta		Intervención distribución 25

4.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la segunda jornada de trabajo para la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente una priorización de propuestas a implementar, la distribución, al igual que el consumo como veremos en el capítulo correspondiente, no se abordó de manera aislada sino que se encontraba vinculado necesariamente a estrategias integrales que aborasen la cuestión de los sistemas agroalimentarios locales como una articulación, facilitación y promoción de todos los sectores.

Así, vinculadas a estrategias integrales que afectan a la distribución surgían como ideas fuerza de dichas jornadas:

1. La creación de una **Marca-Sello con criterios del Pacto de Milán**: ecológico y local, incluye proceso de sistema participativo de garantía.
2. La necesidad de **construir y reforzar espacios de producción-distribución-consumo de alimentos ecológicos-locales**, autogestionados y con apoyos institucionales.

3. La necesidad del **papel de las administraciones públicas a través de la compra pública** como forma de apoyar a las productoras, como forma de facilitar el acceso a la ciudadanía (incluida las personas desfavorecidas), como forma de sensibilización y como prioridad política orientado al Derecho a la alimentación.
4. La necesidad de la **implicación política** desde el Ayuntamiento: por ejemplo, **Plan de comercio proximidad**.
5. El papel de las **administraciones en la difusión y apoyo** a los canales cortos, comercio de proximidad y mercados de productores ecológicos y locales.

De este modo, se reforzaba la percepción y la estrategia de que la distribución no puede ser un elemento independiente sino que para reforzar y construir sistemas agroalimentarios más sostenibles y relocalizados deben articularse las distintas acciones de trabajo e intervención.

En todo caso, la atención al Plan de comercio de proximidad y su revisión con criterios de sostenibilidad ambiental y social fue una propuesta de consenso. La formación sobre lo local y lo ecológico para personas responsables de comercios de proximidad también se planteó.

A su vez, el apoyo a la distribución ecológica aparecía como un ámbito de trabajo imprescindible, aprovechando y reforzando el tejido existente.

Respecto al desperdicio alimentario surgía la necesidad de campañas de sensibilización y educación sobre reducción de desperdicios en las que participase también el comercio de proximidad, tanto para recibir esa formación como para que se convirtiese en un espacio de difusión. El fomento de venta a granel y sin embalaje, y un plan de recuperación de excedentes para el consumo social, así como el abordaje de la normativa sobre fecha de caducidad eran otras cuestiones surgidas de este trabajo, esta vez asignadas a la Mesa de trabajo sobre “Desperdicio alimentario”.

Estas ideas fuerza, los ejes específicos y las actividades concretas, información complementaria y actores responsables se puede consultar en los Anexos.

4.3. Reuniones ASACO

Desde ASACO, en los primeros talleres de trabajo en el marco del Pacto de Milán, la distribución estaba presente en diferentes ideas que surgían a la hora de construir el “mapa del futuro de Córdoba”:

- Limitaciones a las grandes superficies
- Productos ecos y locales en Mercacórdoba
- Revitalización mercados municipales con comercio de proximidad
- Sello de “garantía” local
- Más ecomercados
- Productos agroecológicos en los mercados
- Moneda social para comercio local
- Bono social que fomente comercio local

En otra de las reuniones de trabajo entre los colectivos de ASACO, Ecomercado y Ecocórdoba, la distribución estaba presente en las siguientes acciones al plantear escenarios de futuro para la ciudad. A corto plazo, el inicio de colaboración con Mercacórdoba; a medio plazo, la Marca proceso Alimentando Córdoba (AC), el crecimiento como colectivo del comercio de proximidad y ecológico y consolidar la intermediación con Mercacórdoba, compra pública municipal con centro acopio asociado; a largo plazo, ecomercados en cada barrio, vuelta a un escenario de comercio ciudad ciudades vivas y generalización de alimentación ecológica en pequeño comercio.

4.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán

En la línea de las ideas fuerza trabajadas en la segunda jornada colectiva del Pacto de Milán, en el ámbito de la Mesa de Coordinación la distribución estuvo muy presente pero, como se ha planteado hasta ahora y se seguirá viendo en el resto de capítulos, siempre desde una lógica de actividades integrales que facilitasen el acceso, la visibilidad, el reconocimiento y la revalorización de los productos locales y sostenibles; es decir, desde la Mesa de Coordinación se ha tendido a líneas integrales que fortalezcan la orientación de proximidad y articulación directa desde la producción y la distribución con el consumo, tanto desde un enfoque de productos ecológicos como de aquellos alimentos locales y en transición hacia la sostenibilidad.

Así, se plantearon propuestas que abordaban: 1) el proceso colectivo para una posible Marca o SPG local, 2) la identificación y visibilidad de productoras en las tiendas: etiquetado y materiales específicos para productos locales y sostenibles, 3) programa de visitas de consumidoras a productoras, 4) campaña de difusión de Ecomercado, 5) campaña de hermanamiento entre comercio vecinal y Ecomercado, 6) campaña de difusión de consumo de productos ecológicos en empresas públicas, 7) acciones de sensibilización y promoción de los alimentos locales, agroecológicos y de temporada entre entidades y espacios sociales y comercio vecinal, 8) transición del comercio vecinal a proveedores energéticos sostenibles, 9) campaña de reducción de desperdicio alimentario en comercio vecinal.

De manera específica aparecía la necesidad de plantear una central de compra y punto de acopio de productos ecológicos, y también la opción de acceder a un espacio municipal como mercado ecológico permanente.

Las productoras, por su parte, lanzaban ideas para fortalecer su papel de vendedores de su propia producción y el fortalecimiento de canales directos de distribución. Por ejemplo, Ecomercado mensual itinerante en los municipios, como potenciación y visibilización de proyectos ecológicos en la provincia de Córdoba; apoyo a su papel de distribuidores mediante transporte sostenible y de economía social; ,

4.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba

Esta primera fase del proceso de implementación de la Pacto de Milán en Córdoba se cerró con una última jornada de trabajo participativo en la que se trabajaron todas las ideas y propuestas de las jornadas anteriores y lo avanzado en el marco de la mesa de Coordinación.

En esta jornada participativa las ideas fuerza y ámbitos de trabajo vinieron a reforzar las ideas ya planteadas a lo largo de todo el proceso y mantuvieron una visión integral del proceso y de la intervención en el sistema agroalimentario.

En todo caso, las ideas fuerza y propuestas más vinculadas al ámbito de la distribución son las siguientes:

- Proceso/marca Alimentando Córdoba
- Redes de productoras
- Central de compras
- Intervención en distribución
- Intervención en restauración
- Compra pública
- Intervención social
- Formación y sensibilización

- Incidencia política
- Desperdicio alimentario y residuos

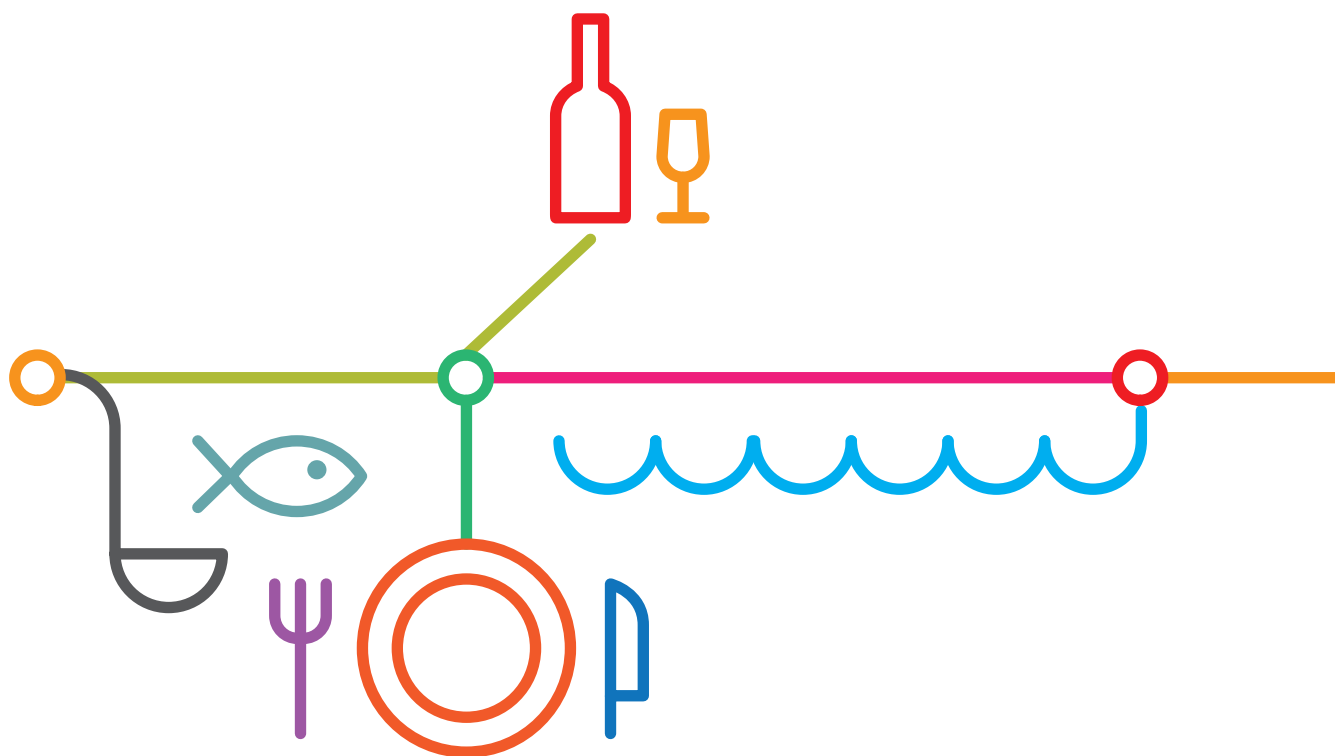
A continuación se muestran los resultados de la jornada participativa de definición de la hoja de ruta que afectan al ámbito de la distribución o que fueron propuestos desde el grupo de trabajo de distribución en la dinámica participativa que incluía su priorización temporal. La tabla completa puede consultarse en los anexos.

IDEA FUERZA / ÁMBITO	ACCIONES	GRUPO DE TRABAJO	PLAZOS
PROCESO MARCA Alimentando Córdoba	Sello Pacto de Milán (sello garantía) que destaque la producción local	Producción	2018
	Visibilizar esfuerzo y valor – Marca PM-C	Distribución	2018
	Marca o distintivo del establecimiento visible en la entrada	Restauración	2018
	Ampliar AAC a ganadería (huevos, queso, etc.)	Producción	2019
	Marca Córdoba – definir sus parámetros o reglamento	Consumo	Sin fecha
REDES PRODUCTORES	Creación y articulación de redes de productores	Producción	2018
	Crear una estructura que agrupe productores eco/local/sosten	Producción	2018
	Articulación del sector red de hosteleros/as en contacto con producción y distribución	Restauración	Sin fecha
CENTRAL DE COMPRAS	Central de acopio	Producción	2018
	Central de compras eco/local/sost	Distribución	2018
	Priorizar la distribución de productos locales desde el Mercacórdoba	Distribución	Sin fecha
	Establecer un punto de acopio de Alimentando Córdoba en Mercacórdoba	Distribución	Sin fecha
INTERVENCIÓN DISTRIBUCIÓN	Fomento CCC – Mercados, Venta directa, Distribución com local (Ecomercado, Grupos prod/cons, Mercados sociales)	Distribución	2018
	Comercialización directa desde el productor	Distribución	Sin fecha
	Visibilizar dónde y cómo puede hacerse compra directa al productor/a	Distribución	Sin fecha
	Garantizar espacios de distribución: 1) granja ecológica como punto de distribución, 2) tiendas de barrio, 3) mercados itinerantes locales	Distribución	Sin fecha
	Revitalizar mercados municipales	Distribución	2019

	Reabrir mercado de Fleming y convertirlo en mercado ecológico	Distribución	Siguiente mandato
	Potenciar asociacionismo distribuc eco/local/sost	Distribución	Sin fecha
COMPRA PÚBLICA	Inclusión características [AAC]en pliegos	Consumo	2018
	Compra pública	Consumo	2018
	Aplicar instrucción municipal catering eco+justo+cercano	Consumo	2018
	Compra pública – copiar pliego servicios sociales	Políticas públicas	2018
	En criterios restauración “pliego zoo” mejorado	Políticas públicas	2018
INTERVENCIÓN SOCIAL	Estructuras que posibiliten alimentación saludable a población vulnerable	Políticas públicas	2018-19
FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	Campaña formación, información y promoción del producto local	Consumo	2018
	Campaña mediática y marketing de productos locales ecológicos	Distribución	Sin fecha
	Sensibilizar/educar consumidor	Distribución	Sin fecha
INCIDENCIA POLÍTICA	Limitación grandes superficies – pliegos inclusivos	Políticas públicas	2018
	Promoción agricultura ecológica	Políticas públicas	2018
	Precio! (accesible a todo el mundo). Apoyo Productores, Comercio Local, Consumidores. ¿Cómo?	Políticas públicas	2018-19
	Obligatoriedad del etiquetado claro del origen del producto	Consumo	Siguiente mandato
DESPERDICIO ALIMENTARIO Y RESIDUOS	Campaña recogida y reutilización de alimentos sin calidad comercial	Distribución	2019

3 RESTAURACIÓN, GASTRONOMÍA Y HOSTELERÍA

David Gallar, Javier Poyato, Tereza Oliveira, Isabel Vara



1. Introducción

El sector de la gastronomía, la restauración y la hostelería puede ser una pieza clave en la construcción de sistemas agroalimentarios más sostenibles. En este sentido, su papel como sector desde el que promover, visibilizar y normalizar determinadas prácticas y tendencias gastronómicas, productos y dietas, es fundamental. Los bares, tabernas y restaurantes son actores con un enorme protagonismo en diferentes ámbitos a la hora de definir tendencias alimentarias, ya sea desde la influencia de los chefs representantes de la alta cocina premiada por la crítica gastronómica hasta la cotidianidad de los bares y restaurantes de diferentes perfiles donde se reproducen y también se crean los hábitos gastronómicos colectivos.

En la actualidad, asistimos a diferentes debates en torno al papel de la sostenibilidad y el uso de alimentos locales y sostenibles o ecológicos en la gastronomía. En el ámbito de la alta cocina se oscila entre una cocina que tiende hacia las técnicas culinarias muy sofisticadas, aportando sabores y texturas a través de la investigación y la innovación tecnológica, mientras que de forma minoritaria hay grandes chefs que apuestan por la reivindicación de una cocina más directa, donde se privilegia la calidad de las materias primas y una cocina menos artificiosa.

A su vez, en el mundo al alta cocina se empiezan a encontrar iniciativas que apuestan por el uso de alimentos ecológicos como criterio de calidad y diferenciación, y también como parte de un planteamiento pedagógico y social que pretende incidir en la responsabilidad de la alta cocina a la hora de educar a la ciudadanía y marcar tendencias hacia alimentos más sanos y más respetuosos con el medio ambiente, e incluso algunas iniciativas que apuestan por innovaciones que aborden el desperdicio alimentario.

Mientras tanto, el resto de la hostelería general se encuentra reproduciendo las tendencias del mercado y de la sociedad, en las que existe una minoría de población cada vez más preocupada por la salud y el medio ambiente que busca productos ecológicos, pero en el marco de una mayoría que no se interesa aún por este tipo de productos.

Así, la gastronomía y la restauración forman parte del mercado y de la sociedad en el encaje entre oferta y demanda en el mercado y del cambio social y cultural, reproduciendo tendencias dominantes en la mayoría de los casos pero con espacios de innovación que apuestan, y se adaptan a, diferentes propuestas, públicos y nichos de mercado, y a diferentes procesos sociales que reclaman y construyen iniciativas que den respuesta a sus necesidades de alimentación, cultura y ocio: en este caso, nos orientamos a aquellos espacios sociales que buscan alimentación, cultura y ocio más sostenible.

A pesar de la importancia señalada, sin embargo, habitualmente, en el marco de las discusiones sobre sistemas agroalimentarios sostenibles el ámbito de la gastronomía y la restauración no ha estado excesivamente presente, en comparación con la atención dedicada a la producción, el papel de la distribución, el consumo final en las casas o el papel de las políticas públicas o la compra pública. En el marco de la discusión sobre soberanía alimentaria o agroecología, por ejemplo, este sector prácticamente no aparece más allá de las referencias generales a la cultura alimentaria; e incluso si atendemos a las propias directrices del Pacto de Milán tampoco aparece explícitamente.

Por tanto, en este diagnóstico se ha querido prestar atención a este sector para conocer sus dinámicas, sus actores, sus actividades y su potencial para apoyar y fomentar la sostenibilidad del sistema agroalimentario local. Y, de hecho, como veremos a continuación, en el marco de trabajo de aplicación y desarrollo del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba desde el inicio se han hecho múltiples referencias a la necesidad de atender y contar con este sector como aliados en la construcción de un sistema agroalimentario más sostenible, teniendo como punto de partida en este proceso cierto desconocimiento y reconociendo la falta de puentes y de comunicación con este

sector y de este sector con el resto de actores y sectores en el marco de actividades vinculadas a la alimentación sana o la producción agroecológica.

2. El sector de la gastronomía y restauración cordobesa

La gastronomía cordobesa es conocida mundialmente por su rica tradición culinaria fruto de la mezcla de las tres distintas culturas (musulmana, judía y cristiana) que confluyeron en la historia de la región. Esa triple origen refleja la cocina cordobesa y su uso intenso de verduras y cereales heredados de la cultura sefardí, añadidos de la tradición cristiana del consumo del cerdo y otras carnes y aderezados con los cítricos, la miel, los frutos secos, la simplicidad y la abundancia, valiosos regalos dejados por la cultura musulmanes. Además de ese triple origen, una cuarta cultura, aunque a veces olvidada, está presente en la gastronomía cordobesa o bien en toda la gastronomía mediterránea, los productos provenientes de las Américas.

Por ese gran bagaje cultural y por ser una “ciudad milenaria, poseer el segundo casco histórico más grande de Europa, tener el mayor espacio urbano del mundo declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco y reunir culturas y cuatro gastronomías: romana, árabe, judía y cristiana y sus las tradiciones culinarias, Córdoba fue considerada en el año 2014 la primera Capital Iberoamericana de Gastronomía por la Academia Iberoamericana de Gastronomía. Se espera que ese “reconocimiento servirá para estrechar lazos con países y ciudades hermanas, así como para proyectar el valor de la gastronomía cordobesa en el mundo”²⁷. Lo que ha pesado en esa decisión fue el hecho de que Córdoba, por muchos años consecutivos acumulaba estrellas Michelin, poseía chefs de prestigio, deseaba “desarrollar” su gastronomía y tenía una alta gama de productos propios de la provincia.

Desde entonces la organización municipal y provincial ha desarrollado actividades relacionadas a gastronomía como: El Salmorejo Cordobés en la Cocina Creativa; el Día de la Tapa Iberoamericana; las jornadas gastronómicas de cuaresma; la fiesta de las habas; las jornadas gastronómicas Montilla Moriles; la jornada gastronómica del Ibérico de Los Pedroches; la feria agroalimentaria del Valle de los Pedroches; la actividad infantil “Conoce la la gastronomía de ayer y de hoy” etc.²⁸

Por lo demás, en la ciudad existen algunos actores colectivos relevantes vinculados al mundo de la gastronomía.

Escuela de Hostelería:

“La Escuela de Hostelería de Córdoba es el resultado de un proyecto que nace con la unión del Ayuntamiento de Córdoba a través de Instituto de Desarrollo económico de Empleo de Córdoba (IMDEEC), la Asociación de empresarios de hostelería de Córdoba (HOSTECOR) y los sindicatos CCOO y UGT, con el objetivo prioritario de formar a los futuros profesionales del sector de la hostelería. Se inauguró formalmente en septiembre de 2004 convirtiéndose en un referente para la formación en el sector hostelero. La gestión de la formación está a cargo de la empresa Bodegas Campos de Córdoba. Se trata de una Escuela abierta y dinámica, con una amplia y reconocida trayectoria en el mundo de la Hostelería. Trabaja para aportar un valor añadido al sector hostelero, formando a futuros profesionales, reciclando profesionales consagrados y asesorando a empresarios del sector para mejorar su negocio”²⁹

²⁷<http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/opencms/delegaciones-provinciales/cordoba/destacados/detalle/Cordoba-Capital-Iberoamericana-de-la-Cultura-Gastronomica-2014/>

²⁸<http://www.andalucia.org/es/eventos/cordoba-capital-del-sabor/>

²⁹ <http://www.saberysabor.com/escuelas-cocina/cordoba/escuela-hosteleria-cordoba>

Esta Escuela de Hostelería mantiene sus cursos de formación (manipulador de alimentos, cortador de jamón, alérgenos en hostelería y restauración, elaboración de cartas, mejora de la oferta gastronómica, postres de restaurante, carta de tapas, cómo incluir sugerencias en la carta, servicio de sala, gestión de almacenes, cocina al vacío, coctelería, coctelería molecular, etc.), y otros servicios (formación a la carta para empresas, dinamización de grupos a través de la cocina, evaluación de calidad de establecimientos, asesoramiento gastronómico y organización de jornadas y eventos gastronómicos). Sin embargo, en ningún caso aparece referencia alguna a alimentos ecológicos.

Cátedra de Gastronomía de Andalucía:

“La Cátedra de Gastronomía de Andalucía (CGA), creada en 2009 por convenio entre la Fundación Bodegas Campos (FBC) y la Universidad de Córdoba (UCO), renovado en 2015, pretende ser agente generador y transmisor del conocimiento y nexo entre las universidades de Andalucía, el sector empresarial, las administraciones públicas, las escuelas de hostelería y los centros públicos y privados de investigación. Entre sus objetivos se encuentran: la excelencia en la docencia y la formación a través de un itinerario formativo dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES); la capacitación de gestores y directivos en la producción agroalimentaria, el turismo y la hostelería; la creación de una Red de Escuelas de Hostelería de Andalucía y la colaboración con el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario de Andalucía (*ceiA3*); el enfoque integrado de las empresas del sector agroalimentario andaluz; la investigación del recetario tradicional autóctono y su actualización; la promoción de la innovación gastronómica como Agente de Transferencia de la Tecnología y el Conocimiento; la aportación de valor añadido a los productos agroalimentarios andaluces y la divulgación y transferencia del conocimiento a la sociedad”³⁰

Sin embargo, esta Cátedra sobrevive participando y organizando algunas actividades aunque con poca trayectoria puesto que no posee recursos para ello gracias a las colaboraciones entre agentes del sector y del entusiasmo de algunos de sus miembros.

A su vez, esta Cátedra tiene un planteamiento ambicioso de articulación del sector de la gastronomía cordobesa, pero aún en ciernes.

Por su parte, la Fundación Bodegas Campos no tiene actualizada su web.

Espacio Lujo-Gourmet

Vinculado también a la Universidad de Córdoba existe el espacio Lujo-Gourmet:

*“Lujo-Gourmet es un portal dedicado en exclusiva a fomentar las buenas prácticas en exportación y promoción internacional de productos premium, super-premium y gourmet españoles. Su actividad más renombrada es la organización, junto a la Universidad de Córdoba, del curso “El Mercado del lujo: Exportación y Marketing Internacional de Productos Premium y Gourmet”. Contamos con el apoyo de grandes marcas como Castillo de Canena, Caviar de Riofrío, Indi Drinks, Covap, Vega Sicilia, 5 Jotas y The Macallan, entre otras”*³¹.

Este espacio está patrocinado por la Diputación de Córdoba, el Instituto Provincial de Desarrollo Económico, DOP Aceite de Lucena, Ibéricos COVAP, Cabezas Romero, Arbonaida AOVE, Andalusian Gourmet y Viñedos de Pozanco, y colaboran diferentes empresas alimentarias junto a la Cátedra de Gastronomía de Andalucía.

Hostetur - Asociación de Hostelería y Turismo

Esta Asociación nace en febrero de 2017 del acuerdo entre la Asociación Empresarial de Hostelería de Córdoba (Hostecor) y la asociación profesional Córdoba Apetece (Asociación Profesionales y Empresarios Turismo Córdoba) asumiéndose como

“la única voz de representación de uno de los principales sectores de la economía de la provincia de Córdoba y, sin duda, el que más proyección tiene de manera inmediata si se

30 <http://catedragastronomiaandalucia.es/acerca-de>

31 <https://www.lujo-gourmet.com/>

atendiese a una planificación adecuada de las potencialidades que atesora (...) y [orientada a] aprovechar el impulso que supone la proyección de la renovada patronal cordobesa de la hostelería y el turismo en el ámbito del crecimiento económico, la creación de riqueza y la formulación de un empleo de amplio nivel y espectro formativo y calidad, que redunde en un asentamiento a largo plazo de un sector que está llamado a ser la génesis de la recuperación económica de la provincia de Córdoba”³²

Cofradía del Salmorejo cordobés

“La Cofradía Gastronómica del Salmorejo Cordobés es una asociación sin ánimo de lucro, de ámbito nacional, constituida el 15 de Octubre de 2008 con una vocación decidida a la promoción de Córdoba a través de su gastronomía representada por el salmorejo cordobés”³³ Los eslóganes de su web son “El sabor de nuestra cultura. El salmorejo cordobés: tradicional, atemporal y rotundo”, “El salmorejo, intemporal plato, antiguo, rotundo y cordobés”.

Esta Cofradía tiene como patrocinadores y colaboradores a Mercacórdoba, Mercado de la Victoria, Cordoliva, D.O. Montilla-Moriles, Diputación de Córdoba, Gastroarte, Novatec.

Esta cofradía ha organizado ocho simposios³⁴ en los que han abordado “cada uno de los ingredientes que lo componen desde una perspectiva multidisciplinar”: el último sobre la guarnición sobre el huevo y el jamón. En este caso, el Libro del Salmorejo³⁵ recoge múltiples referencias a los productos locales (sal de las salinas de la Campiña Este, tomates de la huerta del Valle del Guadalquivir), las Denominaciones de Origen (aceite de oliva, vinagre Montilla-Moriles, jamón de los Pedroches), pero solo dos referencias al huevo ecológico en dos de sus recetas y no en el contenido del libro en sí mismo.

“La gastronomía se ha convertido en un bien patrimonial más y está pasando a formar parte de uno de los elementos más atractivos para visitantes y turistas. En el caso de Córdoba y del salmorejo cordobés, además, hay que tener en cuenta que sus ingredientes provienen de Córdoba y provincia, y sus denominaciones de origen hace que la calidad de los productos sea cada vez mejor”³⁶

Como parte de su proyecto de “normalización” del “salmorejo cordobés”, que responda a las proporciones de la receta estandarizada por la propia Cofradía, en su web aparece la próxima aparición de un listado de establecimientos donde poder degustar este “auténtico” salmorejo cordobés.

Cofradía del rabo de toro cordobés

La Cofradía Gastronómica del Rabo de Toro Cordobés, es una asociación, sin ánimo de lucro, que persigue la difusión de nuestro guiso más tradicional. Los miembros de este colectivo nos proponemos que la Cofradías esté presente en eventos gastronómicos y culturales, como forma de promover Córdoba y su gastronomía. Formamos parte de FECOAN, que es la Federación de Cofradías Gastronómicas de Andalucía, con objeto de facilitar lazos e intercambios con otras cofradías y poder llevar nuestro plato a otros destinos³⁷.

32 http://www.diariocordoba.com/noticias/cordobalocal/hostecor-cordoba-apetece-integran-hostetur_1121159.html

33 <http://www.salmorejocordobes.com/contenidos/>

34 <http://www.salmorejocordobes.com/contenidos/simposios>

35 <http://www.salmorejocordobes.com/contenidos/noticia/libro-del-salmorejo>

36 <http://www.salmorejocordobes.com/contenidos/noticia/la-cofradia-gastronomica-del-salmorejo-cordobes-y-supermercados>

37 <http://www.cofradiarabodetorocordobes.es/index.php/about-page/>

Añadido a todo este escenario, existen múltiples iniciativas y actividades en el mundo de la gastronomía cordobesa que van desde los diferentes chefs que han obtenido el reconocimiento de las Estrellas Michelin, otras iniciativas de alta cocina, hasta ferias y eventos como los eventos de Califato Gourmet, el espacio del clúster Halal, las ferias de Tapas, distintos eventos organizados por la Diputación de Córdoba, etc. Incluso podemos encontrar algunas actividades o referencias a la Academia Andaluza de Gastronomía y Turismo³⁸. Incluso, como actividad de la Junta de Andalucía, desde Córdoba han participado cuatro restaurantes en la Red del Sabor como parte del VI Congreso gastronómico Andalucía Sabor, promocionando alimentos andaluces de calidad³⁹. O en su momento el proyecto “Recetas en Peligro de Extinción”, que trataba de rescatar recetas locales con productos locales.

Por su parte, la “influencer” y “bloguera” Chary Serrano aporta una visión de la cocina tradicional, con productos locales y de temporada, y de hecho posee un huerto que cita en la gran mayoría de sus recetas.

Sin embargo, se percibe una falta de articulación entre diferentes actores que podrían organizarse para generar actividades compartidas y coordinadas. En este sentido, la Cátedra de Gastronomía pretende apoyar un espacio de coordinación que “ponga orden en la gastronomía cordobesa”:

Un “poner orden” que tiene que ver con generar criterios colectivos y distintivos asumidos desde el propio sector para dar coherencia y rigor a la oferta gastronómica: algo que se prevé aplicar al salmorejo, pero que funcionaría, como veremos más adelante también, por ejemplo, a la cuestión de los alimentos ecológicos. En este sentido la propia Cátedra y sus afines están identificando a los principales actores para tratar de construir en un futuro próximo una especie de hoja de ruta con criterios más o menos voluntarios para este “poner orden”.

A su vez, este espacio colectivo reconoce que posee poca o ninguna relación con el ámbito de la producción, aparte de alguna colaboración puntual vinculada a otras actividades de investigación más allá de su posición como Cátedra de gastronomía.

Por otro lado, se puede apreciar una falta también de sensibilidad y preocupación por la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios en cada uno de los actores presentados, entre quienes los alimentos ecológicos, la agricultura ecológica, la cantidad de kilómetros, los procesos de transformación, el tipo de cocina y de dieta los hábitos de consumo y todo aquello que influye en una visión integral sobre la sostenibilidad como plantea el pacto de Milán y la visión más profunda del Derecho a la alimentación adecuada o la sustentabilidad extensa no se tienen en cuenta apenas.

3. La cocina cordobesa (I)

Como una aproximación al sector de la restauración cordobesa se ha realizado una selección de diferentes establecimientos para analizar el tipo de cultura alimentaria y gastronomía que se practica y se promueve en la ciudad; el uso de distintivos de calidad en los bares, tabernas y restaurantes de la ciudad; el uso y visibilidad de alimentos ecológicos y/o locales, y las motivaciones para su uso o su no uso en esos establecimientos.

Para ello, inspirados en la metodología utilizada por la mayor referencia gastronómica del mundo, la guía Michelin, desarrollamos esa etapa de la investigación de forma anónima y independiente, eligiendo lo que fuera considerado lo mejor en la actualidad por las guías más reconocidas y utilizadas por las personas en general además de los restaurantes que constan en el listado de las asociaciones ecológicas de la ciudad. Para selección de la muestra se consultaron diferentes sitios web (guía Michelin, del guía Repsol, del *Trip Advisor* y de El Tenedor) para elegir los mejor valorados según sus propios criterios (gastronómicos, popularidad, relación calidad-precio) y aquellos establecimientos con productos ecológicos. Es de notar que en ninguno de esos buscadores

38 <http://academiaandaluzadegastronomia.com/>

39 <http://www.juntadeandalucia.es/organismos/agriculturapescaydesarrollorural/actualidad/noticias/detalle/170212.html>

existe la opción de búsqueda o identificación de productos ecológicos, mientras que sí existen opciones de menús vegetarianos, opciones veganas, sin gluten, halal o kosher.

Así pues, se incluyeron en la muestra:

- Dos restaurantes con Estrella Michelin
- Tres restaurantes con Soles de la Guía Repsol.
- Los cinco primeros restaurantes que figuran en la guía *Trip Advisor*, guía en la cual viajeros hacen evaluaciones de establecimientos y atracciones de destinos turísticos, con mayor
- Relevancia y calificación entre todas las gamas de precios (“elegantes”, “de gama media” y “baratos”).
- Los cinco restaurantes “más relevantes” y los cinco restaurantes “más populares” de El Tenedor: aunque la guía El Tenedor haga parte de la corporación *Trip Advisor*, consta de criterios más especializados en temas de gastronomía.
- Los cuatro restaurantes que constan en el listado de integrantes del Eco Córdoba, que es la única fuente de información acerca de establecimientos que teóricamente priorizan productos ecológicos, locales y de temporada de la provincia.
- Se incluyeron algunos establecimientos que incluyen algunos productos ecológicos en sus cartas a partir de nuestra propia experiencia.
- Los dos mercados gourmet locales.
- Así, después de la eliminación de repeticiones, establecimos una muestra de 40 establecimientos.

Buscábamos en los restaurantes a partir de sus menús, del ambiente y de platos o recetas, el uso o que mención a productos ecológicos, locales, de temporada o con otros distintivos de calidad. Además, se describió algunos aspectos simbólicos de los establecimientos relacionados a los nombres, las decoraciones y la presentación de platos.

Los distintos establecimientos quedaron distribuidos según las siguientes categorías: 1) tipo de cocina y 2) gama: clasificación por “tenedores” y precio. Por tipo de cocina se han dividido entre 1) tradicional, 2) tradicional gourmet y 3) contemporáneo; y por “gama”: 1) alta gama o elitistas: clasificación superior a tres tenedores, precios superiores a 35 euros por comensal, 2) gama media: clasificación inferior a 3 tenedores, precios entre 15 y 35 euros por comensal, y 3) económicos: sin clasificación, precios inferiores a 15 euros por comensal.

Categoría \ Gama	Tradicional	Tradicional gourmet	Contemporánea	TOTAL
Alta	1	7	5	13
Média	5	6	6	17
Económicos	3	1	3	7
TOTAL	9	14	14	37 ⁴⁰

Tabla 1: Número de restaurantes por gama y categoría en una muestra de restauración de Córdoba, 2017.

En estos casos, por tanto, los distintivos de calidad se referían fundamentalmente a las diferentes Guías evaluadoras, añadiendo en algunos casos las identificaciones de Le routard. En otros casos era visible la etiqueta Q de Calidad.

En cuanto a los alimentos, en casi la mitad de los casos se se identificaba con sellos vinculados a productos con Denominación de Origen (ibéricos de Los Pedroches y vinos de Montilla-Moriles), mientras que en las cartas no se encuentran prácticamente referencias a productos locales o de

40 No están incluidos los dos mercados de ocio gastronómico, un restaurante internacional y una casa de zumos y meriendas.

temporada. En algún caso se ha encontrado huevos de corral (Bodegas Campos), “tomates del huerto” (La Viuda) y tomates del Alcolea (Sociedad Plateros).

En cuanto a los productos ecológicos de esta selección de establecimientos, aparte de un restaurante en el que la mayoría de las verduras son ecológicas y de producción local, sólo encontramos algunos vinos en los restaurantes asociados a Ecocórdoba y otros restaurantes de gama alta; aparte encontramos dos casos que declaran tener pan y uno con leche. En todo caso, el análisis del sector de la restauración ecológica se abordará más adelante.

En cada una de estas categorías, se han identificado el estilo de los menús, el estilo del establecimiento y del servicio, y su vinculación a distintas culturas y estilos gastronómicos.

Restaurantes tradicionales: cocina de toda la vida para los cordobeses y el recuerdo de las cocinas de abuelas cordobesas para los turistas

Se identificó como restaurantes tradicionales aquellos que sirven y/o usan como marketing los platos reconocidos como típicos de la culinaria cordobesa: el salmorejo cordobés, el rabo de toro, el flamenquín, las berenjenas a la miel y el pastel cordobés, además de platos y tapas “de toda la vida” como los boquerones en vinagre, el jamón ibérico y el queso de cabra, la tortilla de patatas y las bravas, los revueltos de verduras o setas.

Los restaurantes de gama media y económicos poseen un estilo de decoración más típico de las tabernas, con carteles antiguos de las ferias y de las toros, patios y plantas, cuadros de artistas cordobeses y trofeos de caza. En cuanto al público son más frecuentados por los propios cordobeses. El servicio es más informal con los camareros de toda la vida. En estos establecimientos encontramos gazpacho y ajo blanco, revuelto de esparrago triguero, pisto con huevo y alcachofas con jamón y setas a la plancha, potaje de garbanzos, manitas de cerdo, callos y albóndigas en caldo, arroces y migas, natillas y arroz con leche, platos muy típicos de la vida cordobesa y que ya empiezan a ser olvidados en los restaurantes más dirigidos a los turistas.

Los restaurantes de gama alta poseen una decoración del mundo de los toros o con elementos de decoración rural, artesana y nostálgica al estilo de las cocinas tradicionales. El público habitual y muy mayoritario es turismo extranjero. En cuanto al estilo de los salones, el servicio y la vestimenta de los camareros y la carta son los clásicos elegantes de la alta gastronomía más tradicional. La carta es muy similar, diferenciándose en el estilo del local y el servicio.

En ese conjunto de restaurantes, solamente en ejemplos de gama alta y media se encontraron productos locales como los vinos de DOP Montilla Moriles (Bodegas Mezquita, Taberna La Montillana y Sociedad de Los Plateros) e ibéricos de Los Pedroches (Bodegas Mezquita y Sociedad de Los Plateros). Los demás restaurantes no hacían mención de uso de productos locales, de temporada o ecológicos excepto El mesón San Basilio que refiere utilizar productos de mercado local.

Restaurantes Tradicionales-Gourmet: reinterpretación de las cocinas tradicional y el turismo gastronómico

Los restaurantes categorizados como tradicionales-gourmet son aquellos que intentan atraer un público tradicionalista pero que desea ser y consumir lo moderno, o bien un público más joven. Eses restaurantes hacen la apelación por lo “tradicional reinterpretado”, o sea, el “original” en un doble sentido: original por ser algo tradicional de la provincia y original por contener pinceladas de creatividad de los chefs de cocina. Así, los restaurantes tradicionales-gourmet suelen presentar los platos considerados típicos de Córdoba de manera minimalista, en porcelanas más estilizadas, en raciones más pequeñas. Para los establecimientos de gama alta la decoración varía entre aquellos más modernos y los más tradicionales, pero en ambos casos con un toque de estilo más aséptico, diáfano e impersonal, mientras que para los de gama media se tiende a un estilo algo más casual. Los pocos restaurantes económicos de esa categoría sirven más como bar de tapas que como un restaurante, aunque que tengan raciones en la carta. Como bien describe uno de los restaurantes de esa categoría en su sitio web: “tapea bien, tapea sentado”. Ese grupo de restaurantes incorpora a la

carta, además de los tradicionales elegidos para el turismo, platos típicos menos conocidos desde fuera como la mazamorra, o presentan el salmorejo hecho o añadido de otros productos inusitados o exóticos como el aguacate, la remolacha, el jengibre, o bien añaden “esferas” de algún producto para decoración y muchas veces incluyen aceite de oliva virgen extra (AOVE) en los postres.

Se observó la presencia de vinos de DOP Montilla Moriles en restaurantes de gama alta (Caballo Rojo, Casa Pepe, Bodegas Campos) y gama media (El Churrasco), e ibéricos de Los Pedroches solamente en los de gama alta (Caballo Rojo, Bodegas Campos). Hay pocos productos ecológicos en establecimientos de gama alta: solo Casa Pepe tiene vino y El Envero el pan; por su parte, Bodegas Campos ofrece huevos de corral.

La Casa Mazal (gama media) dice utilizar “tomates del huerto” en sus platos. Casa Rubio y la Casa Pepe (gama alta) refieren utilizar vegetales de las “huertas más selectas” y las “verduras más naturales” respectivamente.

Las cocinas del Caballo Rojo, de la Casa Pepe y de El Envero son caracterizadas como cocina de temporada, además la Casa Pepe y El envero dicen practicar una cocina de mercado.

Restaurantes contemporáneos: “experiencias” entre la tradición y la innovación

Los restaurantes de la categoría contemporáneos contemplan los que se circunscriben a las líneas generales de la alta gastronomía actual. Son restaurantes que intentan mezclar la tradición con la innovación, inspirados en la vanguardia gastronómica española de la cocina tecnoemocional, la cual más que alimentar o nutrir a los comensales es vendida como “experiencia” de distinción social.

Además de eso, son restaurantes que se inspiran en la ola más actual de la gastronomía - la sostenibilidad, el uso de técnicas ancestrales para un futuro sostenible, y el desperdicio cero) como apuntado en la edición de 2017 de Madrid Fusión, uno de los eventos más importantes de la gastronomía en el mundo) ⁴¹como la posvanguardia de la gastronomía “una cocina con alma e involucrada con sus orígenes, su entorno, los productores, el equipo y el cliente (vanguardia post materialista [...] de la ciencia a la conciencia” de la alta gastronomía –natural, local y de temporada. En la práctica el nicho de venta de “experiencias” inolvidables se sobrepone al nicho de venta de la sostenibilidad ya que no encontramos prácticas sostenibles reales en las cartas de los restaurantes. Entretanto en el discurso la sostenibilidad, de lo local y de la temporada aparece como línea conductora mezclada con la tradición y la innovación (Noor, Choco, Recomiendo, Casa Pepe, Casa Rubio, Sociedad de los Plateros), . Hay restaurantes de esa categoría de todas las gamas de precio. Así, una de los restaurantes con estrella Michelin se define de la siguiente manera: “No suelo poner etiquetas a mi forma de cocinar; busco sorprender al cliente y darle a conocer productos nuevos y de la tierra”.

En los restaurantes de gama media y económica se nota más una cierta gastronomía de fusión con el uso de ingredientes típicos de la provincia de Córdoba, ingredientes exóticos, inusitados o superalimentos (algas, quinoa) y recetas inspiradas en la gastronomía asiática (Tailandia, China, Japón e India) y algo de la cocina americana: por ejemplo, fideos thai con solomillo ibérico, solomillo ibérico con curry y arroz basmati, salmón con verduritas al vapor de hojas de plátano y bambú y otros tatakis, moles, currys y hamburguesas gourmet. La decoración de esos restaurantes es bastante variada, entre tradicionales, modernos, asépticos, casual y todo ello mezclado. Cuanto más “original” más valorado por el público frecuentador. El servicio y la presentación de las mesas son en general más relajados, pero con ese “charme” gourmet.

⁴¹<https://www.guiarepsol.com/es/gastronomia/cultura-gastronomica/gastronomia-al-dia/los-10-puntos-de-madrid-fusion/>

En los restaurantes de gama alta encontramos además de una cocina de fusión, cocinas inspiradas en la historia de Córdoba (cocina sefardíes y cocina de Al-Andalus) o bien inspiradas en la cocina de las abuelas y un discurso de alabanza a lo local y a la temporada (en general los menús degustación cambian a cada estación). Más que comida propiamente dicha, estos restaurantes venden experiencias que intentan sorprender y emocionar a los comensales. En estos casos, los restaurantes son verdaderos escenarios, con decoración de diseño, servicio impecable, montados de acuerdo con el mensaje que sus chefs desean pasar a los comensales en sus “reinterpretaciones” de recetas en platos altamente tecnificados (esferas, espumas, cocción a baja temperatura) considerados por ellos y sus frequentadores como “arte”. Como ejemplos de recetas de “reinterpretación” encontramos algunos platos curiosos: *“Bocata de Salchichón, el más mítico del recreo, pero reinterpretado. Pan de salchichón, tartar de presa ibérica del Valle, y espuma de tomate y aceite”*; el *“Bombón Cordobés: bombón de salmorejo, tataki de presa del Valle, y puré de yemas de huevo, acompañado de un «Fiti», el fifty-fifty, la bebida cordobesa que cada vez se sirve en menos sitios”*; la *“Quisquilla cruda, fondo de ibérico, papada, habas tiernas y asafétida*; las *“Acelgas guisadas y yema de gallina emulsionada con mantequilla de cabra ahumada”*, entre otros. Así pues, vemos en estos ejemplos el tipo de gastronomía propuesta en los restaurantes de gama alta una fusión entre lo tradicional, los productos exóticos y la búsqueda de la distinción.

Los restaurantes de alta gama de esa categoría presentaban en la carta los vinos de D.O.P. Montilla Moriles (Arbequina, Recomiendo y Noor), bien como algunos de media gama (Amaltea y Sojo Fusión). Los ibéricos del valle de los Pedroches se destacaban en las cartas de media gama (Sojo Fusión) y económicos (Mundano), aunque es común que los restaurantes de alta gama los utilicen por su calidad, incluso aunque no los destaquen en los menús.

Algunos establecimientos de media gama refieren utilizar productos ecológicos (La boca: leche de cabra; Sojo Fusión: huevos), incluso Amaltea informa que toda la carta, que incluye opciones vegetarianas y veganas, es hecha con productos ecológicos, excepto los vinos, de proveedores cordobeses (Almocafre y Subbética Ecológica) y complementada con un proveedor sevillano. El Mundano intenta preparar su menú de manera casera y la zumería El arbolito oferta opciones saludables y frescas.

Los mercados de ocio gastronómico

Entre los 40 restaurantes de la muestra aparecen los dos mercados de ocio gastronómico de Córdoba (Mercado Victoria y Mercado de La Marquesa) como una unidad de restauración y así resultó difícil su inclusión en una de las categorías descritas anteriormente ya que son una mezcla de tipos de cocina bastante heterogénea: hay puestos de cocina tradicional, tradicional-gourmet, contemporáneos, internacionales y tapas, además de puestos de vinos, cervezas, cafés, tés y postres.

Estos dos nuevos “mercados” siguen el ejemplo de otros lugares en los que se adapta un antiguo mercado para resignificarlo y cambiar su función desde la compra hacia un nuevo contenido en forma de pequeños puestos de comida y ocio gastronómico. Así, atrae un público dicho “moderno” gourmet que aprecia un tipo de autoservicio de comidas listas y rápidas que da libertad para que cada uno de un grupo de amigos o una familia elija lo que desee comer individualmente para luego comer junto, muy semejante al ambiente de restauración de los *shoppings centers*.

Los mercados de ocio gastronómico de Córdoba fueron creados como un modelo de negocio basado en el desarrollo de un cierto tipo de turismo gastronómico en lo cual se puede probar una amplia variedad de productos locales e incluso productos exóticos en un corto espacio de tiempo, en un solo espacio físico y con una flexibilidad de horarios para comer.

Aunque el proceso de creación de esos mercados en Córdoba fuera distinto del proceso de gentrificación de los mercados de abastos tradicionales de otras ciudades como el caso de los mercados de San Miguel y San Agustín en Madrid o bien La Boquería en Barcelona, se nota que aquí se ha dado un aprovechamiento, o bien apropiación, de espacios tradicionales de festividades y artesanía. El Mercado Victoria se estableció en una antigua Caseta del Circulo de la Amistad de la Feria de Nuestra Señora de la Salud y cuenta con 30 puestos de comida y el Mercado de la

Marquesa en la antigua Casa de los Manríquez (ubicada en una zona privilegiada de la Judería y que hasta 2010 acogió el Centro Andaluz de Artesanía) y cuenta con 16 puestos de comida. Entre los puestos no hay ninguno que sea específicamente ecológico, pero hay la apelación a lo local y los productos de denominación de origen protegida de la provincia.

Al contrario, en el caso del Mercado de la Corredera, se ha dado un proceso interesante de combinación y complementariedad entre la actividad tradicional del mercado y la adaptación a nuevos perfiles, necesidades y funciones, albergando opciones de que se pueda cocinar y comer allí mismo los propios productos comprados en los puestos del mercado.

En los dos mercados gastronómicos se encuentra productos locales de D.O.P (aceites, ibéricos y vinos), no se destacan productos de origen vegetales producidas en la zona (excepto las aceitunas y aceites), tampoco productos ecológicos.

En definitiva, un repaso por parte de la gastronomía cordobesa que nos lleva a valorar la diversidad del sector y la diversidad de su oferta. En todo caso, es interesante la vinculación de casi todas las propuestas a una gastronomía cordobesa, ya sea más tradicional o resignificada, pero que en la mayoría de los casos bebe de una cultura alimentaria local. Al contrario, cabe destacar la falta de una oferta que incorpore criterios explícitos sobre el uso de productos locales, las cartas adaptadas de temporada y, por supuesto, el uso de productos ecológicos.

Analizando la oferta de las tres chef con Estrella Michelin de la ciudad vemos que existe una clara apuesta y reconocimiento de los productos locales, especialmente de las DOP, con atención a la estacionalidad de los productos, con el único apoyo a los alimentos ecológicos por parte de la proximidad de Kisco García en el huerto comunitario de La Fuensanta.

Noor - Paco Morales ⁴²⁴³	1 estrella 2016 y 2017 // 70 a 130 €
Usa productos locales	<p>“Con una cocina vanguardista enraizada en la naturaleza y en los productos locales, busca recuperar la esencia histórica a través de la comida.” http://www.halalglobalconcept.com/index.php/es/ponentes-es/108-paco-morales</p> <p>“En mis platos meteré productos de la zona. Tendrán más alma andaluza que nunca” https://elpais.com/cultura/2013/03/27/actualidad/136415491_178339.html</p> <p>“Morales se apoya en un conjunto de proveedores, que en un 80% procede de Andalucía y en un 20% de fuera de esta región” (http://www.gastroeconomy.com/2016/03/el-menu-2016-de-paco-morales-en-noor-plato-a-plato/)</p>
Usa productos DOP cordobesas	<p>Vino Montilla Moriles (http://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-estrella-michelin-paco-morales-abre-puertas-noor-201603171811_noticia.html)</p> <p>“El prestigioso chef cordobés Paco Morales será el embajador de la gastronomía de Pozoblanco, dentro de la nueva etapa que ha emprendido el consistorio pozoalbense para la promoción turística de la ciudad y de la comarca de Los Pedroches.” http://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-paco-morales-embajador-gastronomia-pozoalbense-201611202232_noticia.html</p>
Usa productos y/o recetas de	Hay menú primavera- verano y menú otoño-invierno

42 El chef ya había logrado una estrella en 2010 en su restaurante (Paco Morales Restaurante) en Bocairant - Valencia.

43 <http://noorrestaurant.es/>

temporada	Menú primavera- verano (2016) http://www.gastroeconomy.com/2016/03/el-menu-2016-de-paco-morales-en-noor-plato-a-plato/
Usa productos ecológicos	No

Choco - Kisko Garcia ⁴⁴	1 estrella 2011 hasta 2017 // 75 a 87 €
Usa productos locales	“menús meditados, detallistas y de técnica actual, siempre apegados a los sabores locales pero también abiertos a pinceladas más exóticas” (del evaluador de la Guía Michelin) “siempre buscamos abastecernos de la Vega del Guadalquivir ” (entrevista https://www.conmuchagula.com/kisko-garcia-bailo-al-ritmo-de-lo-que-me-pide-cada-plato/) “Conjugar los productos de la vega del Guadalquivir, los de la Campiña y los de Los Pedroches, en este caso el ibérico, es un auténtico privilegio” (https://www.covap.es/ultimas-noticias/albert-adria-y-kisko-garcia-definen-el-iberico-de-los-pedroches-como-un-producto-numero-1-en-el-i-congreso-nacional-del-cerdo-iberico-de-los-pedroches/)
Usa productos DOP cordobesas	D.O.P. Priego de Córdoba (representó el DOP en un evento en Brasil) http://blog.dopriegodecordoba.com/tag/kisko-garcia/ “El ibérico de Los Pedroches es el número 1” https://www.covap.es/ultimas-noticias/albert-adria-y-kisko-garcia-definen-el-iberico-de-los-pedroches-como-un-producto-numero-1-en-el-i-congreso-nacional-del-cerdo-iberico-de-los-pedroches/
Usa productos y/o recetas de temporada	“tenemos cuatro cartas, que equivalen a las cuatro temporadas. Hay siempre un producto primavera-verano, otro verano-otoño, otoño-invierno e invierno-primavera. En invierno hemos cocinado muchas sopas y consomés y la primavera es el tiempo para algo más ligero.” “Utilizo productos de temporada[...] no compro casi nada congelado, ya que no está al nivel del producto fresco.” (entrevista https://www.conmuchagula.com/kisko-garcia-bailo-al-ritmo-de-lo-que-me-pide-cada-plato/)
Usa productos ecológicos	Participa de manera informal en el huerto comunitario de la Fuensanta

Celia Giménez ⁴⁵ ⁴⁶	1 estrella 2004 // 55 a 70 €
Usa productos locales	“menú realizado con productos de la tierra y de calidad” “Desde enero de 2015, Jiménez abrió su propio restaurante, donde consigue imprimir en sus platos técnicos innovadoras que permiten mantenerla en la esencia de los productos locales, sin perder un ápice del carácter de la cocina moderna.” (http://sevilla.abc.es/gurme/bares-y-restaurantes-cordoba/cordoba/poniente/celia-jimenez-restaurante/)
Usa productos DOP cordobesas	“Nuestra carta de vinos está compuesta por una selección exclusiva de vinos de las Denominaciones de Origen más representativas de España y especialmente de Andalucía.” (del sitio web del restaurante) “el cerdo ibérico del Valle de Los Pedroches el ingrediente estrella de la carta”

44 <http://www.restaurantechoco.es/>

45 La chef es cordobesa pero el restaurante que recibió la estrella fue “El Lago” en Marbella. El restaurante Celia Jiménez (abierto en 2015 en Córdoba) no logró estrellas hasta hoy.

46 <http://celiajimenez.com/en/>: restaurante actual, sin Estrella Michelin.

	(http://sevilla.abc.es/gurme/bares-y-restaurantes-cordoba/cordoba/poniente/celia-jimenez-restaurante/)
Usa productos y/o recetas de temporada	“Celia Jiménez es una de las principales figuras de la nueva cocina andaluza y en su nuevo establecimiento ofrecerá una carta en la que las materias primas cordobesas serán el especial fundamento, desde los cárnicos de Los Pedroches, hasta los aceites de la tierra o los productos frescos de temporada de la huerta cordobesa” (http://www.eldiadecordoba.es/cordoba/Celia-Jimenez-restaurante-Open-Arena_0_881012386.html)
Usa productos ecológicos	Sí: vinos ecológicos. http://celiajimenez.com/en/menu/

4. La cocina cordobesa (II)

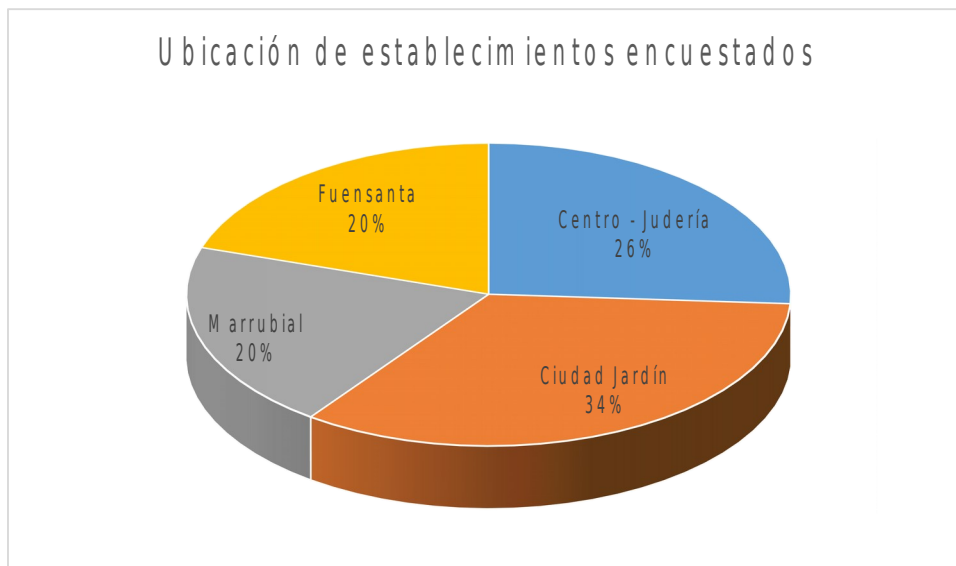
En este diagnóstico se han realizado 50 encuestas, convertidas finalmente en entrevistas estructuradas, a diferentes bares, tabernas y restaurantes de los barrios de Ciudad Jardín, Fuensanta, Marrubial y Centro-Judería. Los establecimientos han sido seleccionados en cada zona diversificando entre bares, tabernas y restaurantes, y también cubriendo todo el espectro de gamas económicas.

Para la realización de las encuestas en cada establecimiento se ha pedido que fuese la persona responsable quien respondiese a las preguntas. Las encuestas en establecimientos de restauración y hostelería han sido especialmente complicadas de realizar ya que son lugares con una alta carga de trabajo, con poco tiempo de atender a una encuesta, que se convierte finalmente en una entrevista estructurada.

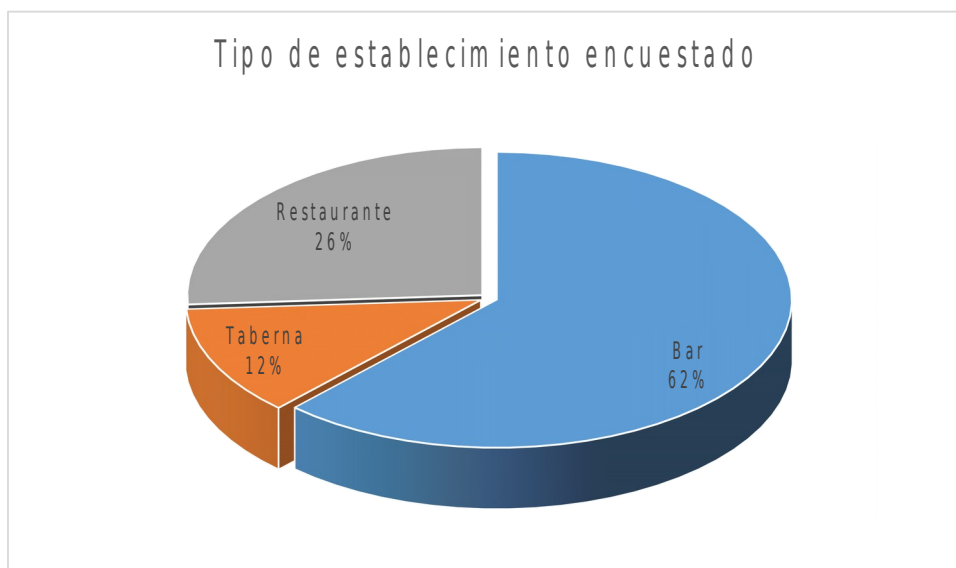
Así, en cada establecimiento se ha tenido que repetir la visita en múltiples ocasiones hasta encontrar el momento oportuno para poder realizar la encuesta, unas veces concertando una cita previa (que unas veces se cumplía y otras veces no por falta de tiempo) y otras encontrando el momento oportuno, logrando entrevistas más completas y otras veces dejando la encuesta a medias y sin utilidad como parte de la muestra cuantitativa. Estas encuestas fueron realizadas en múltiples ocasiones mientras la personas encuestadas podían seguir realizando alguna tarea manual.

4.1. Datos descriptivos

Las encuestas se han realizado a un total de 50 establecimientos de hostelería, dentro de la ciudad de Córdoba, en los barrios de Ciudad Jardín, Marrubial, Fuensanta y Centro-Judería, con el siguiente reparto de establecimientos por barrio:



Para la catalogación del establecimiento y diferenciar entre tabernas, bares o restaurantes se pidió a quien respondía las preguntas que catalogase por sí mismo su establecimiento como bar, taberna o restaurante.



Así, la muestra definitiva se distribuye de la siguiente manera:

BARRIO	BARES	RESTAURANTES	TABERNAS	TOTAL
CIUDAD JARDÍN	11	5	1	17
FUENSANTA	6	2	2	10
MARRUBIAL	6	2	2	10
CENTRO-JUDERIA	8	4	1	13
TOTALES	31	13	6	50

Tabla Distribución de bares, tabernas y restaurantes por barrios

En todos los casos, al realizar el trabajo de campo se ha solicitado hablar con la persona responsable para responder a una encuesta que forma parte de una investigación realizada por la Universidad de

Córdoba con el apoyo del Ayuntamiento. Las personas que han respondido esta encuesta son en su mayoría hombres, un 84 % frente a un 16 % de mujeres: cabe destacar que dos de las mujeres que son responsables de sus establecimiento y nos atendieron, regentan dos locales que están entre los que mejor atención prestan a la clientela, uno con una modificación especial de la carta según temporada y otro con una gran actividad en las redes sociales.



4.2. Productos locales

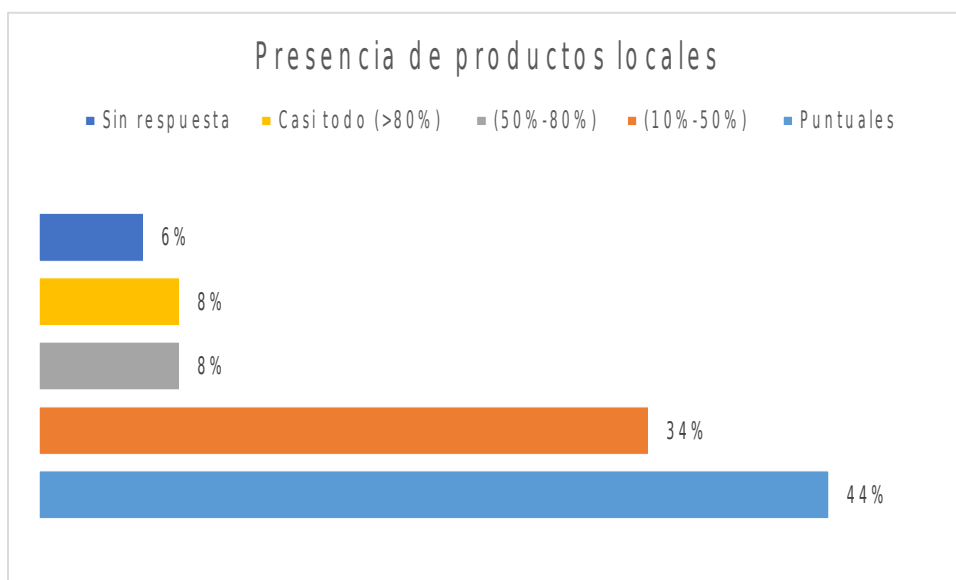
4.2.1. Uso de productos locales

Habiendo definido en la propia pregunta los alimentos locales como toda aquella “materia prima - verduras, hortalizas, carnes, etc.- producidas en la provincia de Córdoba o pueblos próximos”, la práctica totalidad de los establecimientos (94%) dice utilizar productos locales.

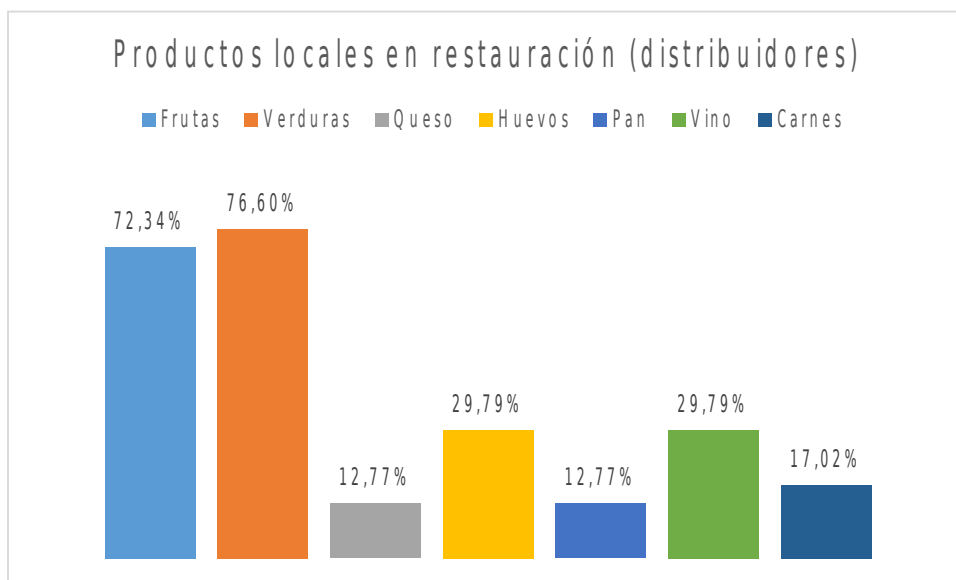


Sin embargo, este uso de productos locales es fundamentalmente “puntual”, muy orientado, como veremos más adelante, a productos de la huerta de verano. Mientras que hay un 8% de

establecimientos que dice usar “casi todo” de producto local y otro 8% que usa más de la mitad de productos locales.

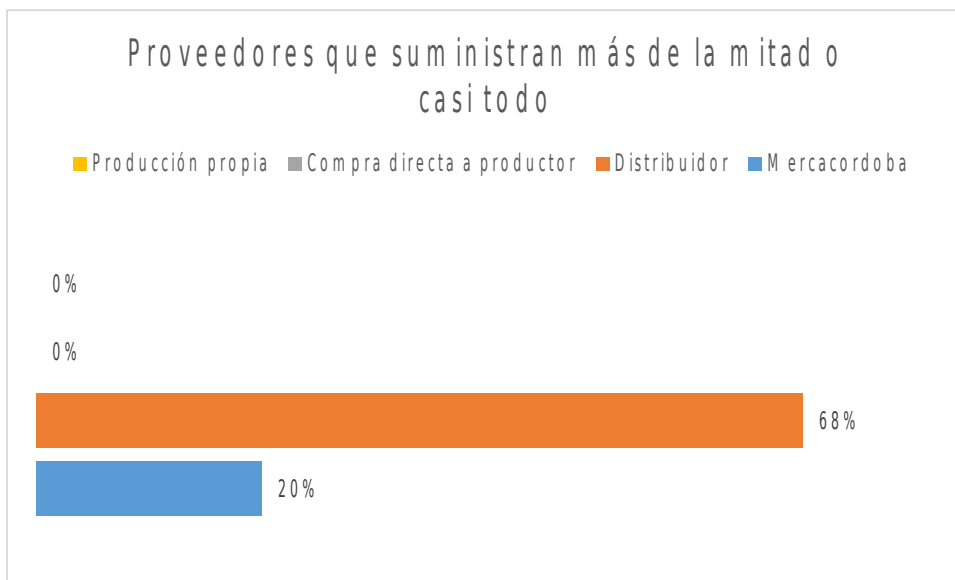
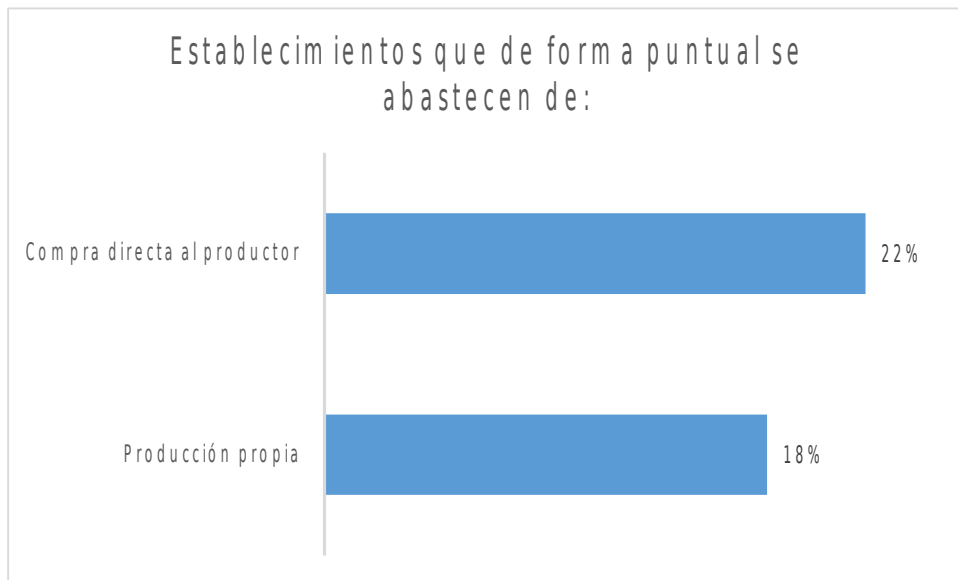


Los alimentos locales más usados en estos establecimientos son las verduras (76%) y las frutas (72%), seguidos de lejos de los huevos y el vino (29% ambos), las carnes, el pan y el queso. En cualquier caso, estos productos son locales en ocasiones puntuales dentro de la materia prima con la que trabajan habitualmente estos establecimientos.

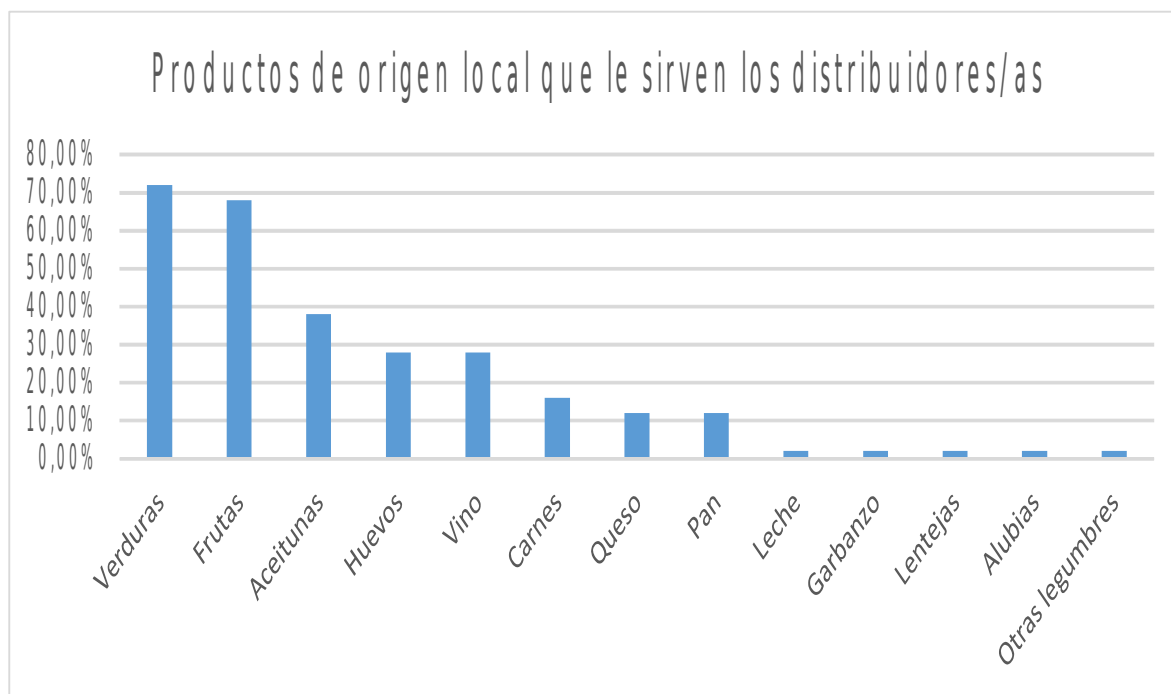


4.2.2. Abastecimiento de productos locales

Respecto al canal de abastecimiento de estos establecimientos, como se aprecia en el siguiente gráfico, el 98% de los bares, tabernas y restaurantes son atendidos en mayor o menor medida por distribuidores, a la vez que también hay un 28% de casos en los que compran algunos de sus productos en fresco directamente en Mercacórdoba, también encontramos un 18 % que tiene algún producto de producción propia y un 22% que compra directamente al productor en alguna ocasión.



En cuanto al origen de estos productos, la gran mayoría son suministrados a través de distribuidores de la ciudad pero con una procedencia difícilmente demostrable, ya que mayoritariamente los responsables de compras de los establecimientos se preocupan más por el precio y la comodidad que por el lugar de origen real de sus materias primas.



Con respecto a estos distribuidores, como plantea un estudio realizado por Mercacórdoba sobre dinámicas del sector de la hostelería cordobesa (2015)⁴⁷, en este sector existe una gran estabilidad en los proveedores y normalmente se confía en un solo proveedor para realizar todos los pedidos; proveedor que puede estar vinculado o no y directa o indirectamente a Mercacórdoba. Sin embargo, en este estudio se encontró que los pequeños establecimientos acuden a comprar fruta y verdura y pescado al Comercio Vecinal debido a que encuentran: Frecuencia de abastecimiento, Comodidad, Fraccionamiento de la compra (no tengo que comprar una caja), Confianza y Flexibilidad. Un dato que no se reproduce en la investigación aquí presentada. Mientras tanto, los establecimientos más grandes recurrían a mayoristas de dentro y fuera de Mercacórdoba en busca de Comodidad, Variedad de producto y Seguridad. Siendo los principales distribuidores para los pequeños establecimientos Merfrucor y, en mucha menor medida, Makro.

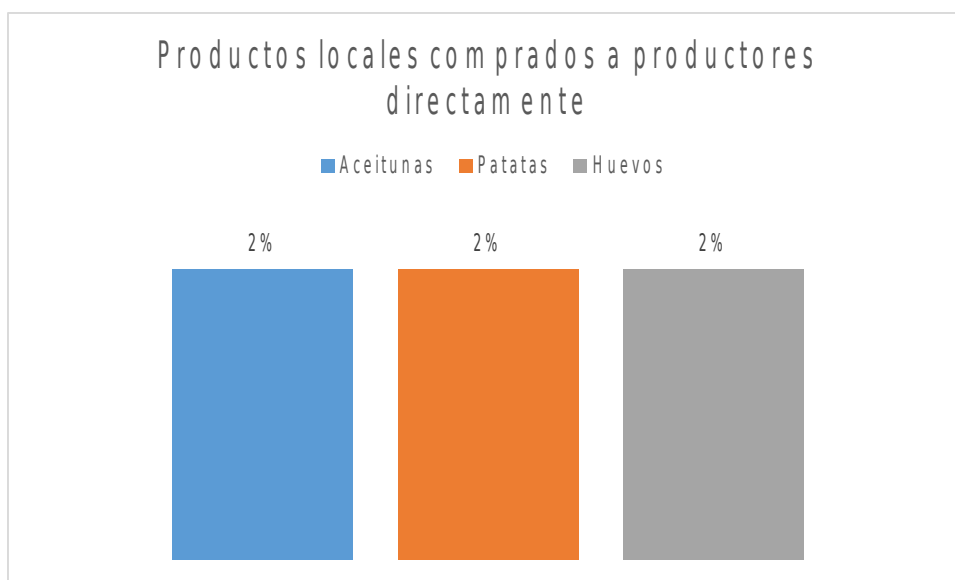
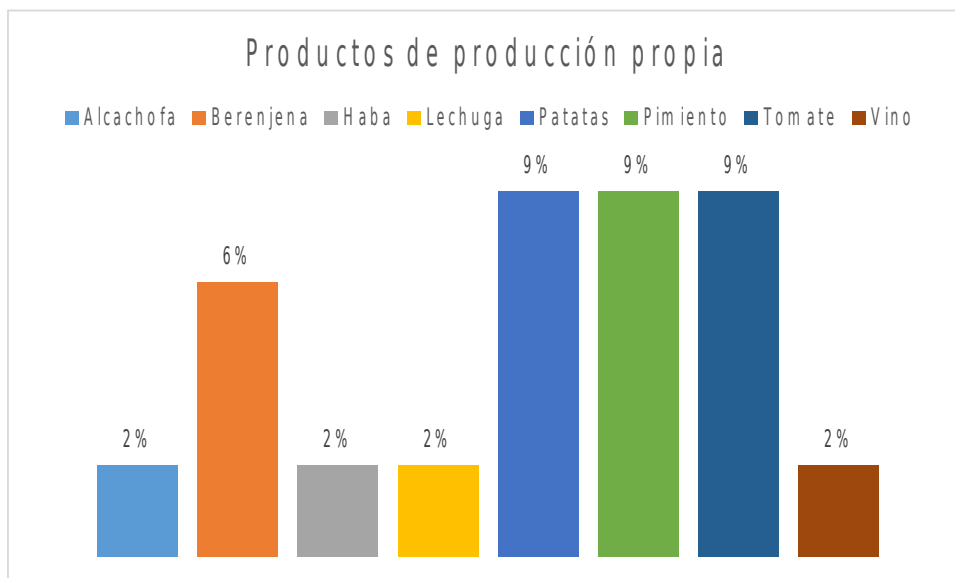
Los datos del estudio de Mercacórdoba también plantean que casi el 80% de los casos reciben el pedido en el establecimiento, y solo un 20% lo trae el responsable de la compra. La mayoría de estos establecimientos compran por teléfono (incluye mensajería instantánea); también una parte importante compra a través de un comercial, y en mucha menor medida de manera presencial o por internet.

Así, como parte de las conclusiones más importantes de este estudio se planteaba la fortaleza del espacio Mercacórdoba como referente directo o indirecto de compra, a pesar de que los establecimientos no acuden directamente a hacer la compra como forma de descargarse de tareas. En este sentido, se planteaba como posible estrategia de Mercacórdoba lanzar una “oferta agrupada de productos frescos [desde Mercacórdoba] con un único pedido y único reparto”.

Por su parte, regresando a los resultados de la encuesta de la presente investigación, son relativamente escasos aquellos establecimientos que compran directamente a los productores (22%) o existe producción propia para el establecimiento (18%). Así, aunque estos porcentajes son interesantes para el consumo de productos locales y la construcción de sistemas agroalimentarios sostenibles o relocalizados, sin embargo, estos datos corresponden a un consumo muy puntual y esporádico.

⁴⁷ Estudio realizado por Mercacórdoba en junio de 2015 sobre el sector de la hostelería que incluye 61 establecimientos (31 restaurantes “a la carta”, 23 “bares-tapas” y 6 de menú, junto a 1 franquicia) de Centro, Centro histórico, Norte, Poniente y Levante.

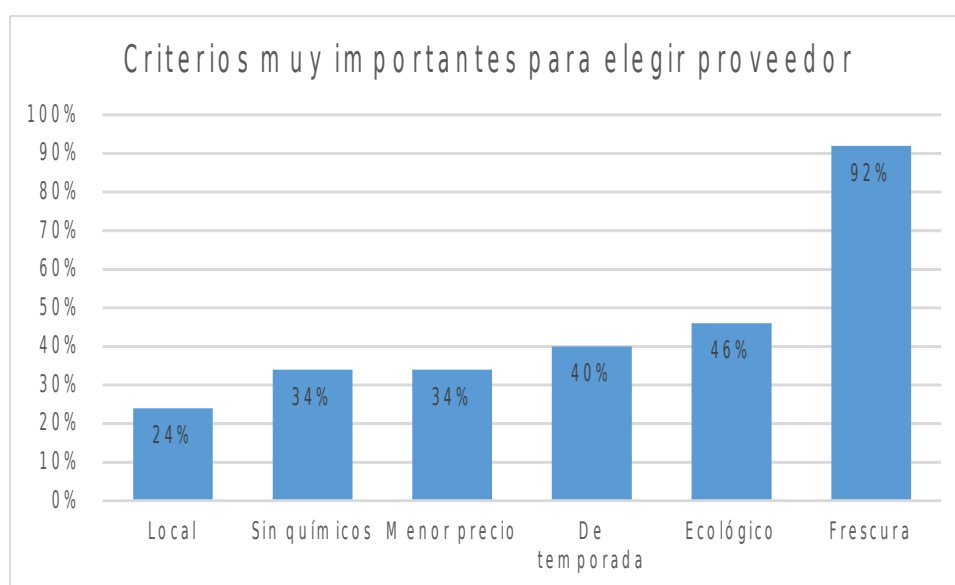
Los productos de esta producción propia son los de la huerta de verano como pimientos, tomates, berenjenas y alguna ocasión bodega con vino propio.



Sin embargo, estos datos están infrarrepresentados puesto que los responsables de los establecimientos no querían reconocer estos casos por temor a posibles repercusiones vinculadas a los registros sanitarios y, en mucha menos medida, problemas por la formalización de las facturas. Es decir, en cierta manera se tiene miedo a confesar algo que sería difícilmente justificable ante la inspección de sanidad, por lo que se cree que no se han podido detectar todos los establecimientos que pueden tener acceso a su propia producción o que compran directamente a productores.

4.2.3. Criterios de elección de proveedores

A la hora de elegir proveedores, los establecimientos consultados, como se muestra en el siguiente gráfico, declaran como criterios “muy importantes”: 1) la frescura, 2) lo ecológico, 3) que sea de temporada, 4) el menor precio, 5) que no tenga químicos y 6) que sea local. Sin embargo, los datos de esta respuesta no podemos interpretarlos directamente como prácticas reales sino como mera declaración de intenciones o, incluso, como mera respuesta políticamente correcta. Si bien la frescura sí se reconoce como un criterio muy importante en la práctica no lo es menos que la relación calidad/precio es esencial; mientras que no podemos aceptar como respuesta real el hecho de búsqueda de productos ecológicos o sin químicos puesto que los establecimientos consultados no poseen prácticamente productos con estas características. Si acaso, podríamos interpretar esta respuesta como una predisposición o buena voluntad con respecto a lo ecológico, o al menos como reconocimiento de que la “respuesta correcta” en este contexto de encuesta es responder priorizando la frescura y lo ecológico, frente al precio.



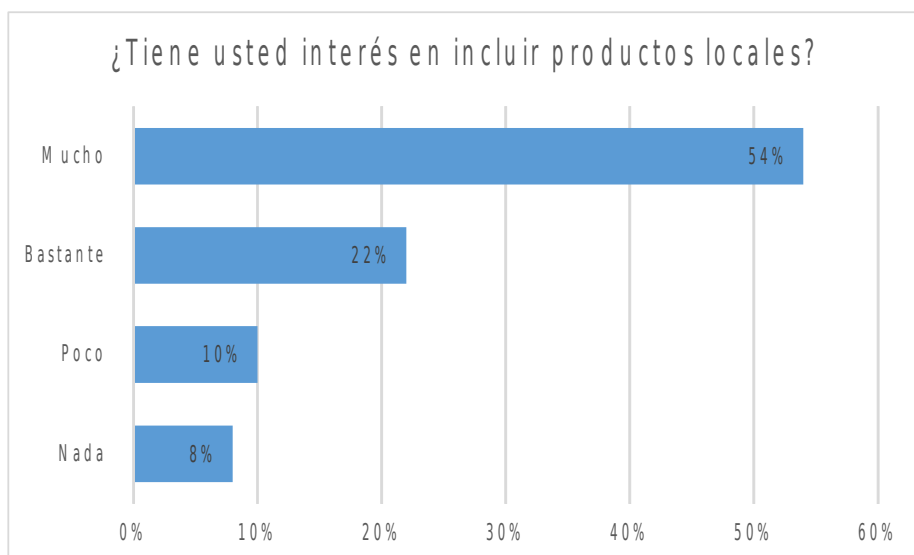
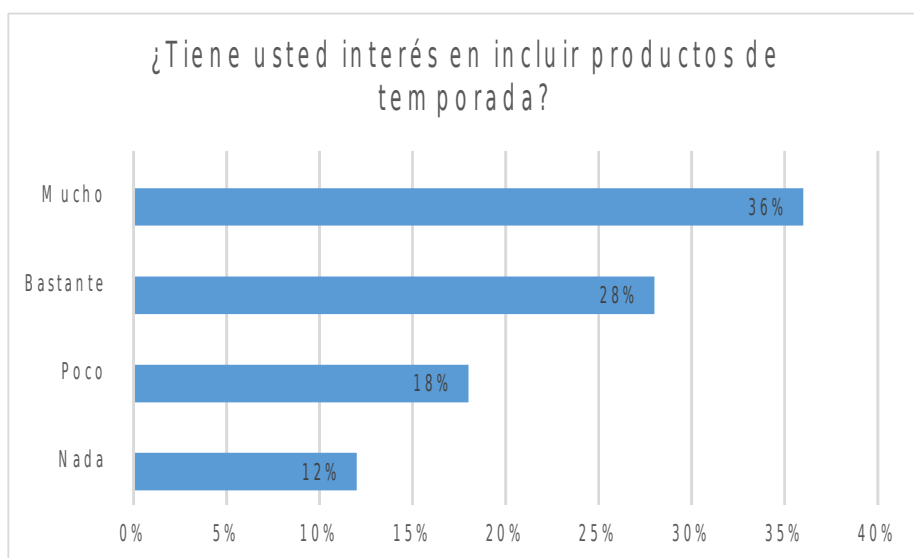
Por otro lado, el “buen servicio” emergía como respuesta fuera de las opciones propuestas. Algo que se recogía de manera palmaria en el estudio realizado por Mercacórdoba (2015) sobre dinámicas del sector de la hostelería cordobesa: el criterio de compra más relevante es el “servicio” (43,3%): o como se demuestra en algunas de las entrevistas realizadas, lo más importante es que el pedido esté en la cocina a la hora prevista y con la calidad habitual del pedido. Como segundo criterio (26,7%), alejado del primero, se cita la relación calidad/precio, junto a la calidad y al precio por separado (23,3% y 20%, respectivamente). La confianza se sitúa como otro criterio relativamente importante. Sin embargo, es de reseñar que en solo un caso se cita la Frescura como criterio de selección.

4.2.4. Interés por incorporar productos locales y de temporada

Para continuar indagando en torno a la percepción sobre los productos locales se preguntaba a los responsables de los distintos establecimientos por su interés sobre incorporar o incrementar la cantidad de alimentos locales, a lo que el 54% respondía que tenía “mucho” interés, y un 22% “bastante interés”.

En cualquier caso, el precio se erige como un claro factor limitante para casi todos los establecimientos al ahora de concretar su interés y su práctica en el uso de productos locales.

Al contrario, los productos locales de temporada, especialmente de la huerta de verano -con el ejemplo emblemático del tomate de Alcolea-, son muy apreciados tanto por restauradores como por la clientela, así que cuando su precio baja y se acerca o incluso es más bajo que el convencional son alimentos muy utilizados. Son momentos en los que la oferta es amplia y de muy buena calidad, y de hecho algunos establecimientos plantean la demanda de una mayor articulación de esta oferta de temporada a través del comercio vecinal o incluso de la opción de compra directa formal a los productores.

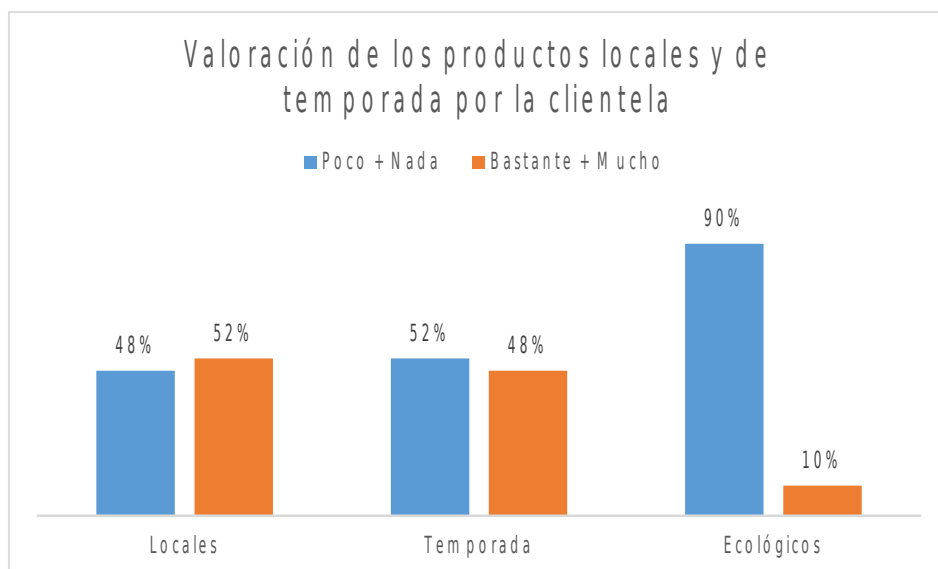


Así, un 64% de los establecimientos plantean un alto interés en incluir productos de temporada, ya que tiene buena aceptación en la clientela, abarata los costes y es fácil de vender.

Sin embargo, esta predisposición hacia los productos de temporada se centraliza en esos casos recién comentados, pero no hacia un cambio de mentalidad que incluya modificaciones en la carta para adaptarla a los productos de temporada más allá de la huerta de verano, a pesar de que como veremos a continuación, existe cierta predisposición a incluir (aunque no a quitar) más productos locales y de temporada como elementos distintivos para mejorar la calidad de su establecimiento.

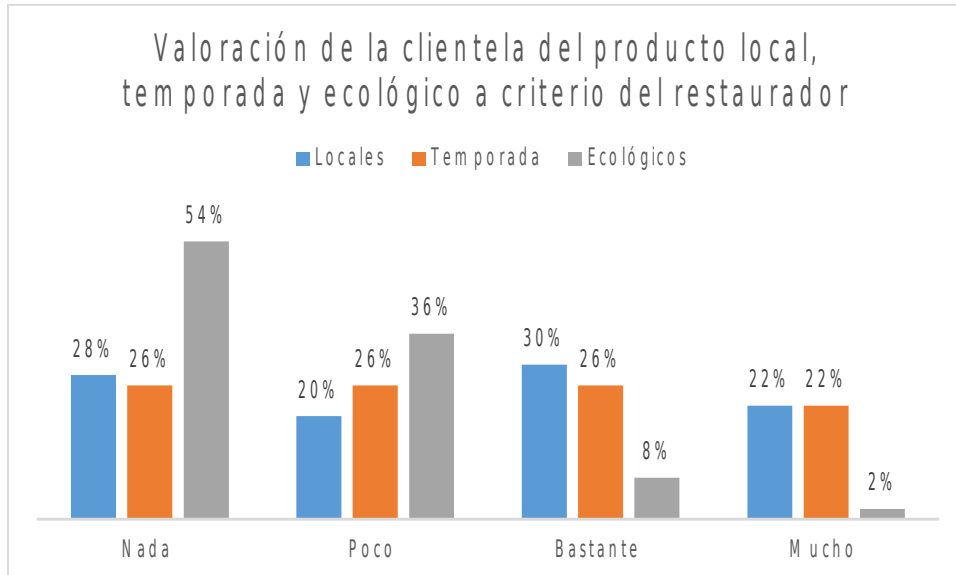
4.2.5. Percepción sobre los intereses de la clientela ante productos locales y de temporada

Al ser preguntados sobre cómo perciben los intereses de su clientela ante los productos locales y de temporada existe una división de opiniones entre aquellos establecimientos que creen que su clientela los valora “mucho” o bastante, frente a los establecimientos que creen que su clientela los valora “poco” o “nada”: un 52% de repuestas positivas con respecto a los productos locales y un 48% de respuestas positivas ante los productos de temporada.

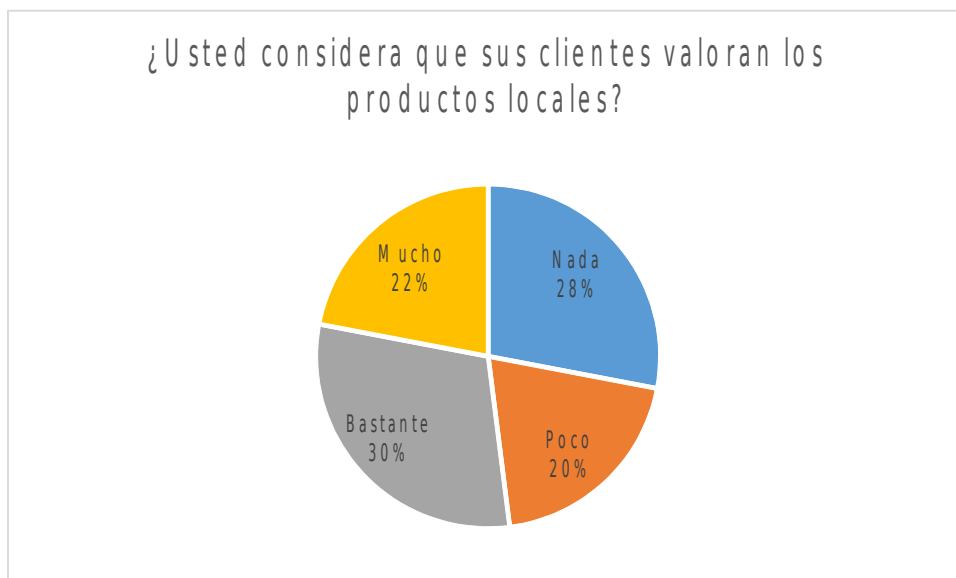


En todo caso, en múltiples ocasiones se añadía un comentario que enfatizaba el valor reconocido por la clientela de esos productos de temporada señalados previamente de la huerta de verano, productos muy valorados y reconocidos socialmente. Además, esta respuesta no invalida el hecho de que el resto de al año se usen las mismas materias primas pero ya no de temporada (ni local), sino que lo que se valora es el uso de estos productos en su temporada sin menoscabo de usarlos fuera de temporada. Por tanto, en ocasiones estas respuestas estaban sesgadas hacia determinados productos y temporada, en vez de referirse a una visión global sobre la adaptación de la oferta a la estacionalidad agrícola.

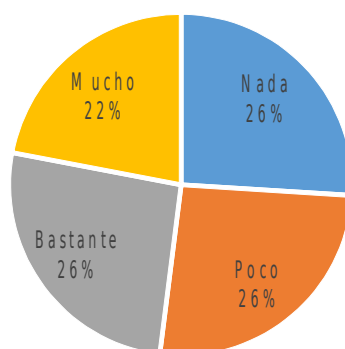
De hecho, el 74% de establecimientos reconocen no modificar su oferta para adaptarse a la estacionalidad y dejar de ofrecer algún plato en su carta.



En todas las encuestas realizadas a bares, tabernas y restaurantes solo hemos encontrado un solo establecimiento que adapta la carta según la temporada, para dar a sus clientes lo mejor de cada época, ella también es la que elige los productos y selecciona, sintiéndose responsable de la calidad que ofrece en su establecimiento.

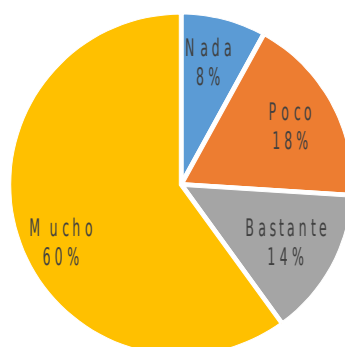


¿Usted considera que sus clientes valoran los productos de temporada?



En todo caso, el precio vuelve a emerger como un factor clave, al que parece responder también la clientela de estos establecimientos, como plantean el 74% de las respuestas.

¿Usted considera que sus clientes valoran los productos baratos?



4.2.6. Ventajas de los productos locales

Preguntados sobre las ventajas que se reconocen a los productos locales, el 100% de las respuestas reconocen que los productos locales tienen ventajas con respecto a los no locales.

Las principales ventajas reconocidas a los alimentos locales son las siguientes:

- | | |
|--|-----|
| 1. Sirven para fortalecer mi comunidad | 88% |
| 2. Apoyo al empleo y la economía local | 84% |
| 3. Es más fresco el producto lo local | 72% |
| 4. Tienen mejor sabor | 70% |

5. Ofrece mayor calidad el producto local	68%
6. El producto local le ofrece más confianza al	66%
7. Es un producto típico de temporada	62%
8. Los productos tienen menos embalajes	60%
9. Por reducir el impacto negativo del transporte	58%
10. El precio es una ventaja, solo el	32%
11. No tiene químicos el producto local, solo el	28%

Es decir desde los distintos establecimiento se reconocen mayoritariamente los beneficios sociales de los productos locales (fortalecer mi comunidad, 88%; apoyo al empleo y la economía local, 84%), además de reconocer las cualidades del propio producto (frescura, 72%; sabor, 70%, y calidad, 68%), siendo considerados unos productos de confianza (66%), y vinculados a la temporada (62%). Los valores medioambientales también son reconocidos (menos embalajes, 60%; reducen el impacto negativo del transporte, 58%), y se demuestra en gran parte el discernimiento entre productos locales y aquellos que no tienen químico, aunque existe un 28% de respuestas que atribuyen a los productos locales la ausencia de químicos. A su vez, el precio no se reconoce como un valor propio de los productos locales más que en un 32% de los casos.

4.2.7. Dificultades para consumir más producto local

Al analizar los principales limitantes para el consumo de productos locales, podemos apreciar los siguientes resultados:

1. Priorizo otros factores (precio, comodidad, etc) a que sea local	64%
2. Falta variedad de productos	64%
3. Faltan lugares donde comprarlos	50%
4. Me es difícil encontrar información para saber si es local o no	50%
5. Falta de tiempo para encontrarlos	42%
6. No se donde encontrarlos	28%
7. El precio es más alto	26%
8. Hay poca agricultura en Córdoba	24%

Así, a pesar de las las ventajas reconocidas a los productos locales, hay un 64% de responsables de establecimientos de restauración y hostelería que priorizan el precio y la comodidad a que el origen de sus materias primas sean locales⁴⁸: lo cual, a su vez, viene a contrastar con el interés demostrado por incorporar productos locales. Sin embargo, el precio, como tal factor único, solo es reconocido por un 26% de las respuestas.

La falta de variedad de productos (64%) y la falta de lugares donde comprarlos (50%) nos vuelven a dar pistas sobre las carencias que existen en la visibilización, acceso y producción de productos locales que complican la posible incorporación o incremento de más alimentos locales en los establecimientos de restauración y hostelería. Igualmente, la falta de tiempo para encontrarlo (42%) plantea la escasez de productos locales disponibles y fáciles de encontrar en los canales habituales (y la ausencia de canales propios). A su vez, que haya un 28% de respuestas que no sepan dónde encontrar productos locales supone un rotundo fracaso colectivo, que se mantiene, como veremos en el capítulo correspondiente, con los mismos datos en el ámbito de las personas consumidoras.

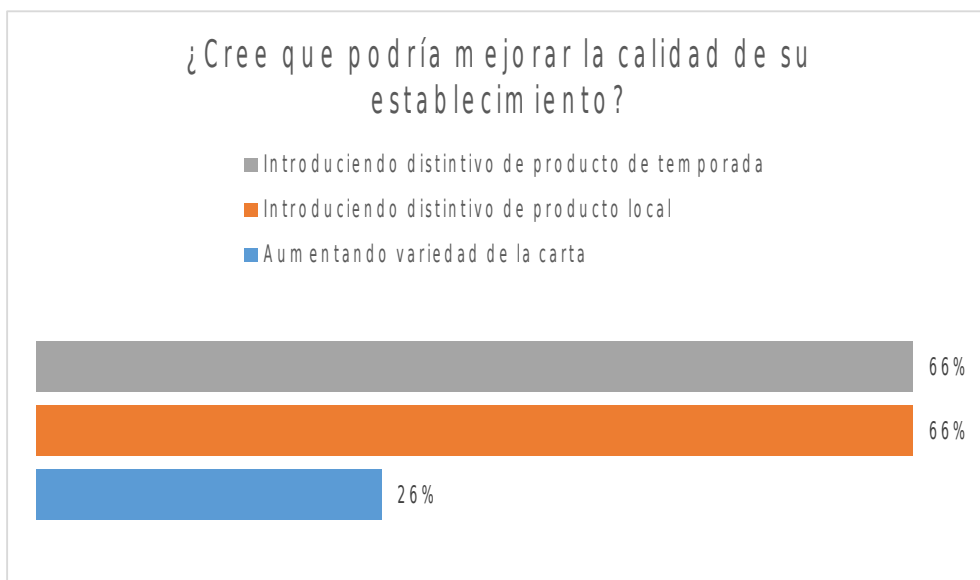
La falta de información para saber si es local o no un producto es un problema para un 50% de los establecimientos, lo cual nos indica los mismos problemas de visibilidad y control sobre el origen de los productos y la escasa valorización de los alimentos locales (e incluso de la propia trazabilidad general).

⁴⁸ A la vez, sin embargo, vimos que el origen local solo era un criterio relevante para elegir a proveedores en un 24% de los casos.

La escasez de productos locales es atribuida a la poca agricultura cordobesa en un 24%, lo cual vuelve a plantear en parte la estructura del sector productivo y su orientación hacia el suministro de alimentos para la ciudadanía cordobesa.

4.2.8. Innovación y mejora a través de productos locales y de temporada

En la mayoría de los casos (74%) los responsables de los establecimientos de restauración están satisfechos con su carta y no creen que pudiese haber cambios que mejorasen su calidad como establecimiento. Sin embargo, al plantear la incorporación de productos locales y de temporada como distintivo para aumentar la calidad de su establecimiento, las respuestas se invierten y se reconocen como posible mejora, con un 66%.



4.3. Alimentos ecológicos

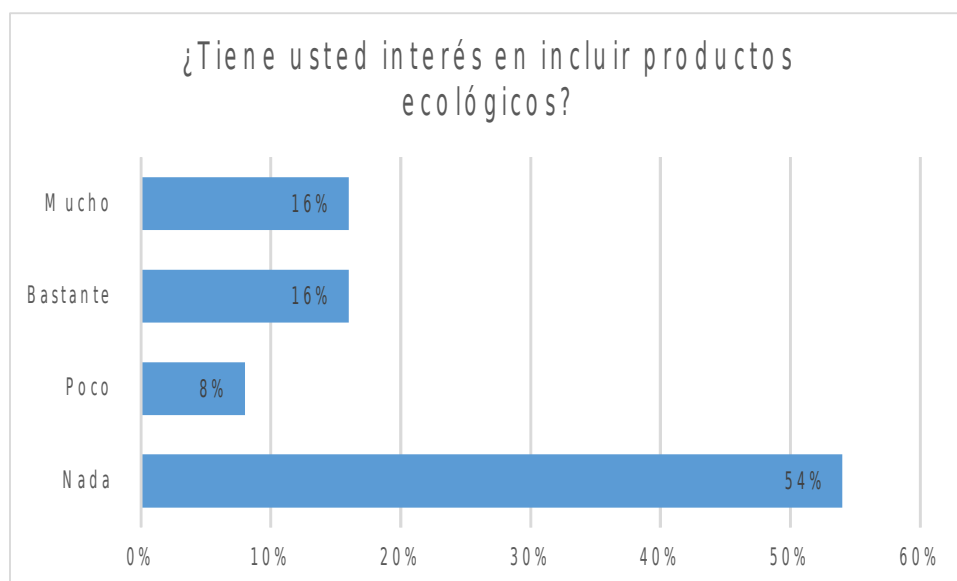
4.3.1. Uso de productos ecológicos y percepción sobre los intereses de la clientela ante alimentos ecológicos

Los productos ecológicos han quedado inéditos en esta muestra, a excepción de un solo establecimiento que incluía vino ecológico en su oferta. A la vista de las dificultades y contradicciones y dinámicas en torno a los alimentos locales, los productos ecológicos se ven relegados absolutamente en esta discusión dentro del sector generalista de la restauración y la hostelería. Más aún, parece que no existe mucho interés por parte del sector en incluir este tipo de alimentos: un 54% de los establecimientos no tiene ningún interés en incluirlos y un 8% tiene poco interés. Para esta mayoría no es un mercado que les interese, ya que su clientela busca el plato económico, y la relación calidad-precio, que es muy difícil de igualar si se trabaja con producto ecológico.

En este sentido, el 54% de los establecimientos considera que los productos ecológicos no le interesan “nada” a su clientela y un 36% que le interesan “poco”.

Sin embargo, desde un análisis optimista y estratégico existe un 32% de establecimientos que declaran tener “mucho” o “bastante” interés por incluir alimentos ecológicos. Y un 10% de los

establecimientos consideran que los alimentos ecológicos le interesan a su clientela, por lo que consideran razonable incorporar estos alimentos para dar respuesta a esta clientela. Así pues, se plantea un escenario donde poder trabajar en la formación y acompañamiento para la incorporación progresiva de alimentos ecológicos en la restauración cordobesa.



Entre los establecimientos de la muestra se encuentran bares y restaurantes con mucho y bastante interés en lo ecológico, aunque ninguna taberna. Si analizamos por barrios los resultados nos muestran lo siguiente:

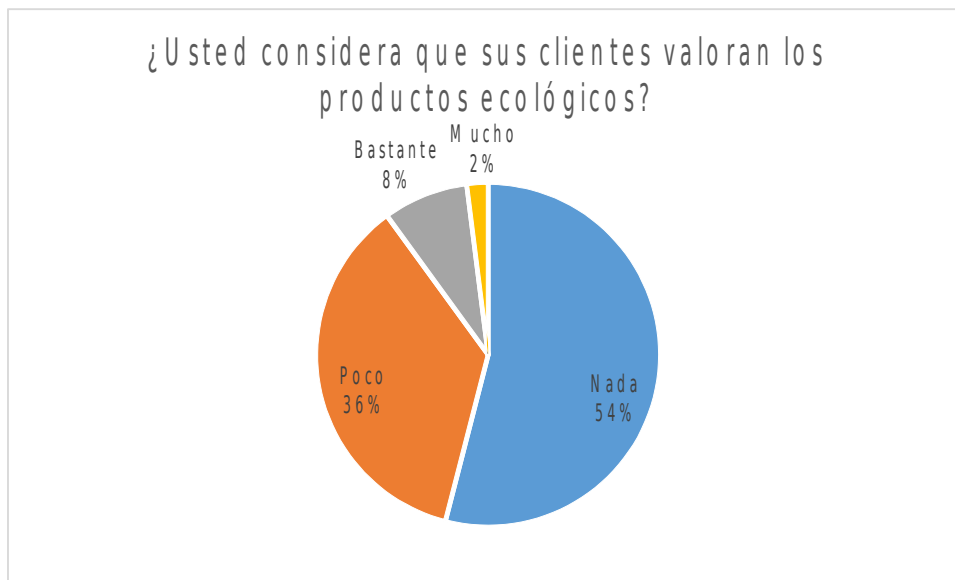
En Ciudad Jardín hay un restaurante con mucho interés aunque no se fía del producto ecológico; este restaurante es el único que modifica la carta según temporada. También hay un bar con mucho interés y un par de bares con bastante interés, donde encontramos respuestas políticamente correctas y otro con un interés verdadero pero que no sabe cómo enfocarlo o cómo iniciar.

De Centro-Judería tres restaurantes declaran “mucho” interés, y ya tienen algunos productos ecológicos, sobre todo vino/cerveza y están comenzando a introducir o lo harán en breve; en algún caso se declara que se enfocará a los turistas sobre todo, que son “quienes pueden pagarlo y saben apreciarlo”. También nos encontramos con un bar con mucho interés y dos con bastante interés de Centro-Judería, algunos con dificultad para encontrar los productos ecológicos. Todos los bares y restaurantes de Centro-Judería son servidos por distribuidores.

En Marrubial encontramos tres bares con mucho interés y uno con bastante interés; sin embargo, al menos uno de ellos entiende lo ecológico en ese concepto de “natural” y “autoproducción”.

En Fuensanta un restaurante y un bar, con bastante interés y consumidor de productos locales traídos de distribuidores: plantean la necesidad de asesoramiento y ver que el negocio de lo ecológico funciona para comenzar con su introducción.

La mayor parte de estos establecimientos apuestan y se preocupan por el producto local, aunque compran productos que no son locales por precio, comodidad o falta de información, con mayores facilidades consumirían más producción local.



4.3.2. Posicionamiento ideológico y práctico ante los productos locales y ecológicos

A continuación, al igual que en el resto de capítulos, mostramos los resultados del posicionamiento ideológico y comportamientos orientados a la práctica de las personas encuestadas con respecto a determinadas cuestiones sobre los sistemas agroalimentarios, el papel de las políticas públicas y el propio comportamiento individual, en este caso por parte de las personas responsables de establecimientos de restauración y hostelería. Los resultados de la encuesta de Córdoba aparecen en la parte de la izquierda de la tabla mientras que los resultados estatales de consumidoras en general aparecen en la parte de la derecha. Los totales suman los resultados de las respuestas “muy de acuerdo” y “bastante de acuerdo”.

La demanda de políticas que ayuden a la activación de la producción y del comercio local es prácticamente unánime, aunque algo menor que la respuesta de la población genera cordobesa consumidora. Las respuestas a este papel de las políticas públicas apuntan a que la administración debe ser parte activa en la búsqueda de soluciones para fortalecer a los sistemas agroalimentarios locales.

Por su parte, el planteamiento en torno a un porcentaje mínimo de productos locales en los establecimientos de venta, aunque admitido en términos generales (68%) genera menor entusiasmo e incluso cierto rechazo (22% “nada de acuerdo”), sobre todo comparado con los datos de la ciudadanía general, tanto cordobesa como estatal, en los que el “nada de acuerdo” no supera el 6%.

En cuanto al papel vigilante de las administraciones públicas “sobre el uso de productos químicos o aditivos artificiales”, el sector de la restauración de esta muestra revela una confianza mucho mayor que el resto de la ciudadanía, tanto cordobesa como estatal. En este caso, podemos presuponer que el conocimiento de primera mano al estar sometidos a diversos controles e inspecciones de diverso tipo sobre seguridad alimentaria hacen que esta respuesta sea mayor. Aun así, existe un 38% de respuestas que consideran que las administraciones no cumplen verdaderamente con esta labor de evitar el uso de productos químicos o aditivos artificiales.

Sobre el uso de alimentos locales y ecológicos en los comedores escolares y hospitalarios, aunque mayoritaria, tiene unos valores significativamente menores que el resto de la población cordobesa y española. En este caso, la falta de apoyo a este planteamiento de políticas públicas no diferencia apenas entre alimentos locales o ecológicos.

En cuanto al uso de productos locales y ecológicos en el ocio alimentario, este apoyo se reduce más de un 10%, hasta valores de 52% y 50%, respectivamente. Quizá, sea esta una respuesta “defensiva” después de una encuesta en la que el uso de productos locales ha sido valorado en términos generales pero de manera parcial y vinculada a ciertos productos y temporadas.

En cambio, el apoyo regresa al 68% al tratarse de la predisposición a “dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales apoyando canales alternativos como mercados de productores, grupos de consumo, etc.”.

Por último, el consenso es absoluto (100%) al apoyar y reivindicar que “las instituciones apoyen y faciliten recursos y políticas para que Córdoba tenga un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad”.

	Resultados de la encuesta en Córdoba (2017)					Resultados de la encuesta estatal (2016)				
	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo	TOTAL	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo	TOTAL
Las políticas públicas deberían favorecer más la producción y distribución de alimentos locales	92	0	6	2	92	57,4	34,0	3,7	2,5	91,4
Los establecimientos de venta deberían tener un porcentaje mínimo determinado de productos locales	54	14	10	22	68	42,2	41,5	8,0	6,1	83,7
La administraciones públicas hacen lo suficiente para evitar el uso de productos químicos o aditivos artificiales	28	6	28	38	34	6,4	12,3	31,7	40,2	18,7
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción local	56	10	18	16	66	40,0	42,8	10,2	4,0	82,8
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción ecológica	42	26	12	20	66	31,2	39,6	17,2	7,1	70,8
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizaran productos locales	42	10	18	30	52	26,4	40,4	18,0	10,8	66,8
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizaran	30	20	24	26	50	22,4	34,6	23,2	14,5	57,0

productos ecológicos										
Estaría dispuesto a dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales apoyando canales alternativos como mercados de productores, grupos de consumo, etc.	54	14	16	16	68	30,6	47,2	12,0	6,7	77,8
Las instituciones deben apoyar/aportar/facilitar recursos y políticas para que Córdoba tenga un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad	96	4	0	0	100					

5. La gastronomía cordobesa y los productos locales

A la vista de esta predisposición al uso de los productos locales, entendemos que este sería un espacio privilegiado para poder trabajar en la incorporación de criterios de sustentabilidad y apoyo en la mayor sustentabilidad del sistema agroalimentario local. En principio, desde esta Cátedra se apuesta por la producción y las materias primas locales cordobesas, por lo que sería deseable un espacio de encuentro con este sector para plantear cuál podría ser su aportación al marco de los sistemas agroalimentarios sostenibles.

Además de la reconocida defensa de las Denominaciones de origen cordobesas como baluarte de alimentos de calidad y locales, en el ámbito de la gastronomía existe consenso en torno a la importancia de valorar y reconocer los productos locales como hecho diferencial y distintivo. Sin embargo, como hemos visto en la práctica cotidiana no existe tanta preocupación ni esfuerzo por el uso de productos locales, fundamentalmente en los establecimientos de gama media y baja.

En todo caso, desde la Cátedra de gastronomía, la Cofradía del Salmorejo y otros restaurantes de gama alta se tiene una percepción muy positiva de lo local, aunque se plantea la problemática sobre la falta de disponibilidad de producto local cordobés.

En esa apuesta por lo local, el chef Paco Morales declara su predisposición hacia los productos locales y de temporada, pero plantea la falta de proveedores.

Ahora que empieza la acelga, a veces la tengo que traer de Tudela o de la zona de Zaragoza, y a mí me da mucha pena y mucha rabia... Quitando cuatro cosas que sí se dan, aunque quizá también es posible que no conozca a otros productores que sí tengan, pero tenemos un problema de verduras y frutas de no tener el canal para poder tener producto fresco... Sé que hay mucho autoconsumo, pero faltan personas que te vendan producto de sus huerta, de su casa... No sé si haya previsto algún proyecto o así para poder tener acceso a esos productos. Porque además la cuestión del clima hace que no podamos tener de todo... Creo que tenemos ese déficit, que también puede ser por no saber dónde ir, pero creo que existe ese problema de no tener un canal, de dónde ir amas y amos de casa y cocineros para poder comprar esos tomates o lo que sea... Por ejemplo, nosotros compramos los guisantes aquí en Baena, y no me importa pagar más por el kilo de guisantes porque queremos calidad; o las zanahorias que sea la leche, aromática, gustosa..., ¡ante eso te pago el doble...! Donde esté un tomate o una cebolleta recién cogida...

Desde la Cátedra de Gastronomía, además de las D.O. se plantea un ejemplo cotidiano sobre los productos locales:

Aquí pasa con las naranjas de Palma de río: tienen fama de ser excelentes..., las naranjas ya no son las mismas..., yo se las compro a un tío que tiene las suyas, no voy a decir ecológicas, pero te trae el saco y las de abajo las tiene que tirar porque cuando las ha cogido estaban ya para comer... Las que está cogiendo ahora en cámara..., las siguen llamando de Palma de río... Me gustaría que esos mensajes que son falsos y que no están demostrados que se eviten. Vamos a lo positivo. Esto, pues esto. Eso conlleva que por ser de cercanía implica que por ser local no va a necesitar cámaras..., que los tiempos so más cortos, que te puedes permitir el lujo trabajar con semillas autóctonas que cuidaban más el sabor que las de ahora..., que solo cuidan tamaño y color, del mismo tamaño y color... Pero hace poco de la cátedra intergeneracional me trajeron una caja de tomates: no había dos iguales..., unos grandes otros pequeños..., listos para comer..., claro, eso se lo pones a alguien y te dirá que no los quiere.

O en las jornadas “I Foro Emprende Turismo Gastronómico: comunicar, atraer, crecer” impulsado por la Asociación Córdoba Apetece y financiado por el Instituto Municipal de Desarrollo Económico y Empleo (IMDEEC), que tenía como objetivo concientizar al empresariado cordobés sobre la potencia de Córdoba como destino de turismo gastronómico contó con la participación de críticos gastronómicos y empresario del sector: que alabaron los productos locales. Un discurso que cala en la defensa de la identidad y los rasgos distintivos frente a la estandarización, banalización, globalización y franquiciarización de la gastronomía, y que queda recogido en la intervención inaugural por parte de un crítico gastronómico:

"Yo apuesto por un producto cien por cien autóctono y a un precio asequible para cualquiera (...) No sólo importa usar un producto originario de un lugar sino que ése tiene que ser el mejor y hay que cuidarlo porque aumenta la riqueza gastronómica de una zona"

Sin embargo, con respecto a los alimentos ecológicos, como veremos más adelante, habrá que hacer un trabajo de diálogo sobre definiciones en torno a lo ecológico, criterios, riesgos y expectativas que alberga el propio sector de la gastronomía cordobesa.

6. La gastronomía cordobesa y los alimentos ecológicos

En la gastronomía cordobesa, como hemos podido comprobar hasta ahora, existe muy poca presencia de lo ecológico: tanto porque casi no existe sector propio y porque en el ámbito general tampoco se incluyen apenas referencias a ello.

6.1. Establecimientos con productos ecológicos

En lo que se refiere al sector de lo ecológico, en específico, caben destacarse algunas iniciativas que tienen una mayor implicación con lo ecológico.

En primer lugar, los restaurantes asociados a Ecocórdoba: Amaltea, Casa Pepe de la Judería, Casa Rubio, Taberna El Numero 10, en los que pese a esa adscripción tienen diferentes compromisos con una oferta ecológica. Así, Amaltea es un restaurante que se posiciona como un espacio muy afín a lo ecológico: en su carta se aporta una nota a pie de página en la que se avisa que “*la mayoría de nuestras verduras proceden de huertos ecológicos de la provincia*”, incluyendo en su facebook múltiples noticias informando sobre el uso de productos ecológicos de varios productores locales y su apoyo al Ecomercado y su participación en actividades de Ecocórdoba. Además, con respecto al

agua, en términos de sustentabilidad, se ofrecen botellas de agua del grifo con una etiqueta muy cuidada defendiendo el consumo de agua de grifo frente al agua embotellada y sus impactos ecológicos: “el agua de Córdoba no genera envases, está muy buena... y es gratis”.

Por otro lado, el resto de establecimientos, sin embargo, no existe esta oferta ecológica más allá de la presencia permanente de una carta de vinos ecológicos, y en ocasiones aceite de oliva ecológico o quizá huevos o alguna verdura. En este caso, desde la propia asociación Ecocórdoba se plantea que se está planteando un trabajo que desemboque en que se incluyan en sus cartas “al menos un primero y un segundo que podamos certificar como ecológicos, así como un vino tinto y un blanco, para poder así ofertarlo como tal y poder dar difusión a un tipo de producto cada vez mas demandado y que permita consumir un menú cien por cien ecológico y cercano”⁴⁹.

También como asociada a Ecocórdoba está la experiencia de “4 estaciones”, un puesto móvil de zumos y fruta ecológica y de temporada, y en la mayor parte de los casos, de origen local. Este es un caso en el que se apuesta de manera radical por los alimentos ecológicos, de temporada y locales, apostando por llevar a la calle y a la normalización el consumo de fruta y verdura de temporada, generando una labor pedagógica de primer nivel en el centro turístico de Córdoba, tanto para los turistas como para la ciudadanía cordobesa. Esta iniciativa de emprendimiento social, sin embargo, se sigue enfrentando a las trabas administrativas del ayuntamiento para su ubicación en la vía pública. Esta iniciativa es interesante por formar parte del propio Ecomercado y Ecocórdoba, y formar parte de un entramado colectivo de articulación con productores locales y otros actores locales.

Retomando los restaurantes, encontramos otra iniciativa como es Ecocina: que posee una cocina industrial que forma parte de Grupo Empresarial Sostenible y que elabora comidas con productos ecológicos para su restaurante abierto al público y para las residencias de ancianos de su grupo y para sus dos restaurantes en Madrid, mientras trata de avanzar en su espacio de mercado. En su web ofrecen sus valores: “Platos sanos: Cocinamos como en casa, utilizando los mejores productos y teniendo en cuenta las exigencias nutricionales de nuestros clientes”, “Productos ecológicos: Nuestros platos están libres de residuos tóxicos, hormonas y pesticidas utilizados habitualmente en la agricultura y ganadería convencionales”, y “Menús tradicionales: Nuestros guisos se elaboran con productos de temporada y según las recetas de la gastronomía española de siempre”⁵⁰.

Por su parte, el restaurante Puerta Sevilla muestra en su puerta un azulejo como miembro de la asociación Restaurantes Andaluces con Productos Ecológicos (RAPE), una red de 15 restaurantes con productos ecológicos, con este de Puerta Sevilla como único representante cordobés⁵¹, si bien esta asociación en la actualidad no posee mucha fuerza. Su dueño, Alberto Rosales, declara que están “muy concienciados con lo ecológico” y además reconoce una clientela específica a la que dar servicio: una clientela que se preocupa por su salud, por comer sano, y quiere productos de calidad; una calidad que está vinculada al propio producto, al productor, al canal y a la temporalidad.

El restaurante “La recolecta, cocina ecológica y de mercado” es otro espacio donde poder comer comida con productos ecológicos, además de una amplia carta de cervezas artesanas.

49 <http://sevilla.abc.es/gurme/reportajes-bares-y-restaurantes-cordoba/cordoba/restaurantes-cordobeses-apuestan-lo-ecologico/>

50 <https://laecocina.es/>

51 “La misión principal de R.A.P.E no es otra que: -Realizar una gastronomía más saludable. -Ayudar y contribuir a preservar el medio ambiente. -Posibilitar a los restaurantes andaluces que lo deseen ganar en valor, diferenciarse y enriquecer su oferta gastronómica. -Aumentar el consumo interno de alimentos ecológicos en Andalucía. -Seleccionar las empresas ecológicas más próximas a los restaurantes para que el producto llegue lo más fresco posible a los consumidores. -Diversificar e incrementar la calidad de la oferta turística de Andalucía a través del impulso de establecimientos de restauración con alimentos ecológicos presentes de forma estable en sus cartas. En definitiva: fomentar el consumo de alimentos ecológicos a través del asesoramiento, representación, fomento y promoción de la restauración-gastronomía ecológica en Andalucía” (https://es-es.facebook.com/pg/RESTAURANTES-CON-GASTRONOM%C3%8DA-ECOL%C3%93GICA-RAPE-158271537567809/posts/?ref=page_internal)

También cabe reseñar la reciente apertura de “Jugo”, un espacio gastronómico dedicado a los vinos naturales, que incorpora la presencia de quesos ecológicos y pan ecológico para el maridaje.

Esta oferta se complementa con algunos otros establecimientos que sin estar asociados ni vincularse explícitamente con los alimentos ecológicos sí que los incluyen en la medida de sus posibilidades, por disponibilidad o como productos de temporada, como por ejemplo La Boca, La Bicicleta o El Astronauta.

En cuanto a la presencia de la “alta cocina”, destaca la presencia de Miriam Cózar y su proyecto Biodiverxa como muestra de una alta gastronomía claramente identificada con los productos ecológicos.

“Biodiverxa es un proyecto que une la alta gastronomía, la protección de la biodiversidad y la responsabilidad social y cultural. Estamos creando un modelo de restauración dirigido a traer a la mesa a comensales, productores y creadores de vida y riqueza desde la cocina, la preservación del medioambiente, la seguridad alimentaria y la creación de empleo”⁵²

Por otro lado, junto al proyecto de restauración colectiva Ecocina y sus residencias, la empresa Eurest, aun no teniendo implantación aún en Córdoba, aporta el servicio de comida a domicilio a personas dependientes habiendo ganado el concurso de adjudicación del servicio municipal al ofrecer menús con productos ecológicos y criterios de sostenibilidad en el reparto, y con el compromiso de establecer una cocina donde elaborar estos productos en Córdoba.

Sin embargo, en estos dos últimos casos encontramos aspectos que nos hablan de cómo a pesar de usar productos ecológicos hay aún mucho trabajo para fortalecer sistemas agroalimentarios sostenibles, desde una mirada local: favoreciendo la producción local, los manejos agroecológicos, la comida de temporada, la transformación local, el consumo local, etc.

6.1.1. Gastronomía sostenible

Por último, reseñar el proyecto “Gastronomía sostenible” surgido al calor del proceso (más allá del Pacto de Milán: una iniciativa coordinada desde el área de Medio Ambiente sobre planteamientos surgidos de la Mesa de Coordinación y las demandas surgidas en las diferentes jornadas sobre la necesidad atender más a la gastronomía. Tal y como lo presenta la concejala de Medio Ambiente, Amparo Pernichi: *“el proyecto, consensuado en la mesa de trabajo del Pacto de Milán en Córdoba, busca sensibilizar a la ciudadanía, formar alumnado en cocina sostenible y facilitar un recetario de una dieta respetuosa con la naturaleza, reduciendo los efectos negativos del cambio climático”⁵³.*

Este proyecto se ha planteado con un enfoque muy integral y abarcaba diferentes acciones y actores, desembocando en el primer concurso de recetas “Cocinamos bien”, habiendo pasado por una charla inaugural por parte de un chef Estrella Michelin, Paco Morales, unido a una exposición de productos del Ecomercado y la degustación de un aperitivo sostenible; además de diversos talleres en centros cívicos impartidos por VSF en los que se trabaja una mirada crítica del sistema agroalimentario y complementados también con la exposición de productos del Ecomercado y la degustación de un aperitivo sostenible. Este programa incluye además diversos talleres sobre Gastronomía Sostenible para estudiantes de cocina, gastronomía y/o restauración del IES Gran Capitán acompañados de *“alguna MasterClass que realizarán algunos/as de los/as Chefs más reconocidos/as de Córdoba”*. A su vez, el cierre de este programa será la presentación del recetario surgido del concurso “Cocinamos bien” por parte de otro chef Estrella Michelin, Kisko García.

52 <http://www.miriamcozarchef.com/>

53 <http://iu-cordoba.org/noticias/2017/08/28/ayuntamiento-presenta-proyecto-gastronomia-sostenible/>

6.2. Los límites a lo ecológico desde la gastronomía y restauración

Analizando los puntos de vista de diferentes actores locales, puede plantearse varios elementos fundamentales para la incorporación de lo ecológico en la restauración: 1) la concienciación y educación alimentaria de la clientela, 2) la falta de disponibilidad de productores y proveedores ecológicos y 3) la implicación institucional.

6.2.1. Concienciación y educación alimentaria

Por el lado de la educación y concienciación se encuentra la necesidad de que la clientela sepa identificar la calidad de los productos y las recetas, basadas en una cocina tradicional adaptada y con materias primas de primera calidad (por sabor y frescor, vinculadas a la estacionalidad y proximidad en los canales de distribución), siguiendo una dieta equilibrada.

En ese sentido, la diversidad de experiencias y sus estilos, propuestas y clientela plantean escenarios y discursos con similitudes y diferencias entre sí.

En todos los casos, se plantea un escenario de diferenciación al de contar con una clientela algo particular, que o bien ya está concienciada o se abre a esta propuesta de lo ecológico.

La falta de educación pero también la propia estructura turística y de restauración hacen que se termine imponiendo una carta fuera de temporada en la que los productos no son de la misma calidad que los de temporada, pero que dan respuesta a la demanda cotidiana de una clientela poco concienciada y preocupada por estas cuestiones.

Así, en el fondo, desde uno de los restaurantes se plantea que la clave está en que la clientela exija este tipo de productos de calidad, de temporada y ecológicos: en su opinión, los restaurantes pueden ofrecerlos, pero si la clientela no los reclama ni los valora no podrán mantener esa oferta.

Sí, pero tenemos que venderlo. Cuando tú en un restaurante tiene que hacer el esfuerzo de vender algo, malo. Cuando algo no se vende por sí solo, mal vamos. Un buen plato es el que se vende por sí solo. Si tienes que venderlo, ya tienes que convencer, y eso genera unas expectativas y así las tiene más altas de los que las tenía antes. Hay que tener mucho cuidado. Porque tú le estás ofreciendo algo que te comprometes a que le va a gustar mucho y si no le gusta tanto, ya..., Las expectativas las estás subiendo. Pero sí, Lo mismo pasa con el vino ecológico: tenemos dos en la carta, dos de cada. Pero después de 3-4 meses vamos a tener que hacer una oferta,. Porque tenemos que venderlos... El que compra es el que se sienta: hasta que no consigamos que el que se sienta esté totalmente concienciado de lo que come, al restaurante no le puedes pedir el esfuerzo que no hace la institución para que esa persona se concience de lo que compra.

Y por supuesto, está la cuestión del precio: unos precios en ecológico que son más elevados por la propia calidad del producto -y también por la falta de demanda que genere un mercado más ágil rebaje los costes. En todo caso, unos precios, que responden a una mayor calidad de los productos pero que no tienen por qué ser siempre más caro.

En todo caso, la cuestión fundamental parece estar en la falta de educación y concienciación de la clientela, que aún no exige estos productos y que requiere de mayor información y mayor formación por parte de todos los actores, incluido los restaurantes, pero que necesita el apoyo también de las instituciones.

Esto es un camino en el que no vamos a emparejados: el cliente no está suficientemente concienciado para saber que cuando tú consumes la diferencia entre uno ecológico y otro

que no, no lo saben, la mayoría. El restaurante tampoco, porque el cliente tampoco se lo exige. Ahí hay una falta de educación, incluso del productor, hasta llegar al cliente. NO terminamos de centrarnos en este tipo de ... Y ahí la institución tiene mucho que decir.

Para pararme con el cliente necesito más gente y necesito más instrumentos: necesito hacer una carta, explicarle por qué esta quincena, ¡y la gente tiene que saber la cantidad de productores ecológicos que hay en Córdoba! Es que hay un desconocimiento desde la raíz hasta el que lo consume... En ningún paso estamos educados para saber lo que verdaderamente supone la ecología del producto para Córdoba. ¡No lo sabemos! Nadie tiene ni idea de la cantidad enorme de producción ecológica que tenemos, que se está exportando...! Sabe por qué se exporta, porque no lo pagamos..., ¿y eso a usted le parece bien?, que se estén comiendo los productos en Europa, con unas características impresionantes, ¡impresionantes!, y no lo disfrutas por 2 euros más el kilo... Eso hay que decírselo a la gente. Y así cuando vengan y vean la carta ponga E [ecológico], y si no pone E, no vengo.

De hecho, en este caso, el propio grupo de restaurantes posee su propia aula de cocina para hacer formación y presentaciones de productos, y también se implica en actividades de formación y sensibilización en colegios.

6.2.2. Escasa disponibilidad de productores y proveedores ecológicos

La falta de productores que den respuesta a las demandas de los restauradores surge, en algunos casos, como dificultad añadida para poder ofrecer productos ecológicos. De igual manera, la falta de proveedores también se vive como una dificultad desde la restauración. Así, estas iniciativas de restauración con productos ecológicos acuden en muchas ocasiones directamente a los productores para conseguir los productos, en vez de a los proveedores o distribuidores especializados.

Esta situación es compartida por casi todas las experiencias, pero las soluciones y los esfuerzos realizados para solventarlos son distintos, ya que hay quienes a través de una mayor articulación y generación de relaciones más o menos constantes con los productores obtienen alimentos estables, a la vez que se adaptan a la oferta de estos propios productores para generar una oferta propia. Por otro lado, hay situaciones en las que se desconocen o no se quiere realizar este esfuerzo y se trabaja más con proveedores más grandes y más lejanos para abastecerse, con lo que eso supone de impacto en la sustentabilidad de la actividad. En todo caso, se vuelve a demostrar la necesidad de articular la oferta ecológica de productores locales con estas y otras experiencias de gastronomía local.

En todo caso, la falta de productores y de diversidad de productos se identifica como un problema y se plantea la necesidad de tener una mayor articulación y más información e interlocución con los productores ecológicos para facilitar el abastecimiento de productos ecológicos, lo que incluiría un listado de productores y productos ecológicos cordobeses.

6.2.3. Implicación institucional

Por último, se plantea la necesidad de un apoyo institucional, de mayor implicación institucional para dar cobertura social a estas iniciativas privadas. En este caso, se echa en falta una mayor implicación institucional en la promoción del consumo (y producción) de alimentos ecológicos: campañas, ferias, jornadas, premios, publicidad, etc.

Tal como se planteaba en el apartado sobre la falta de concienciación y educación alimentaria, las iniciativas privadas le piden a las instituciones que sean ellas quienes generen un marco de trabajo y sensibilidad en el que puedan trabajar y servir alimentos ecológicos, intentando a su vez hacer pedagogía de la alimentación sana y sostenible; pero en todo caso, consideran que deben ser las instituciones quienes generen ese espacio social de predisposición, formación, información y concienciación.

Más aún, como en el caso del puesto móvil de zumos “4 estaciones” se está pidiendo, como en el caso también del Ecomercado, que se genere una estructura normativa que deje de impedir estas alternativas sustentables y pase, al contrario, a apoyarlas y defenderlas.

6.3. Las críticas a lo ecológico desde la gastronomía cordobesa

En cuanto a la percepción desde ciertos ámbitos de la gastronomía cordobesa, queremos destacar el discurso crítico con respecto a los alimentos ecológicos por parte, en este caso, de la Cátedra de Gastronomía o de las intervenciones en diferentes espacios de divulgación de diferentes chefs o invitados a dichas jornadas organizadas por diferentes organizaciones o instituciones.

En el ámbito general de la gastronomía, lo ecológico se enfrenta a un discurso de desconfianza y deslegitimación muy fuerte. Por ser quien más ha desarrollado el discurso crítico y su espacio de autoridad, a partir de aquí nos basaremos en la crítica realizada desde la Cátedra de Gastronomía, que plantea el reconocimiento de lo ecológico como un producto de calidad pero sobre el que pesa una gran desconfianza sobre los controles de que es objeto, cómo se controlan los manejos, cuáles son los criterios de control y los indicadores usados.

Si bien se reconoce el valor de la producción ecológica certificada, se insiste en un discurso que apunta fundamentalmente a aquellos productos que sin certificación alguna se dice que son ecológicos, manteniendo un discurso que coloca al mismo nivel todo el sector ecológico controlado por un sistema normativo europeo e internacional o iniciativas con Sistemas Participativos de Garantía, y aquellos espacios minoritarios en los que algunas fruterías y algunos productores denominan como ecológicos a productos “naturales”, “sin químicos”, “de la huerta”, etc. Esta equiparación supone una confusión tremenda y genera este discurso de desconfianza ante lo ecológico, ya que se trata de poner al mismo nivel dos ámbitos radicalmente distintos.

Pero estamos hablando de los productos que te están vendiendo como en alguna tienda que te viene y te dice “mira, esto es que lo tengo en ecológico, patatas sin abono”, y eso si le preguntas si está en ecológico pues..., normalmente no vas pidiendo ese tipo de certificación. El de la tienda que quiere tener un producto diferenciado tampoco lo pide... Ese es el problema. Y si no muy fácil: lo típico, esto es ecológico porque me lo trae fulanito que tiene un huerto ahí en Alcolea..., volvemos a lo mismo: de proximidad me sirve, pero de ecológico no. Yo creo que ahora mismo debería haber una campaña más fuerte de identificar ecológico.

Por tanto, esto supone una confusión y un desconocimiento que debe afrontarse desde el sector de lo ecológico y de los sistemas agroalimentarios sostenibles para poder dialogar con este sector de la gastronomía.

Por otro lado, sobre lo ecológico recaen otras desconfianzas que tiene que ver con el sistema de control y de inspección. Por un lado, se argumenta que el fraude ocurre en todos los sectores y ámbitos, como por ejemplo, en las D.O. del cerdo ibérico (a pesar de que a estas D.O. no se les aplica el mismo discurso deslegitimador permanente) y por tanto lo ecológico adolece de este mismo fraude en términos generales. A su vez, lo ecológico está mucho más entredicho porque se considera que es un nicho de mercado y un modo de producción con mucho riesgo de fracaso por cuestiones de manejo que hacen que el fraude sea más probable por parte de los productores que no

han sabido manejar bien sus cultivos o animales, y en caso de problemas incumplen la normativa y usando productos no autorizados venden los productos como ecológicos. A lo que se suma el discurso tópico de la picaresca española y de la falta de conciencia de los productores. Todo ello hace que se sume en un discurso que desconfía incluso del sector de lo ecológico certificado.

Si tú vienes con una certificación ecológica, de esa sí me fío al 95%; pero si me vienes y me dices que eres ecológico es que me puedo fiar de un 5%. (...) Y dices 90-95% pero en el fondo estás pensando “siempre y cuando las cosas no vayan mal”, si las cosas van mal seguramente sean el 95% el que está metiendo la pata. Porque tenemos una conciencia en España de la picaresca, de no fiarnos y eso es una rémora.

En estos casos, además, se percibe un sector de lo ecológico con escasa formación, sin apoyo ni asesoramiento, que hace que los riesgos de malas producciones sean muy altos y por tanto aumenten los casos de fraude -exceptuando los casos de “muchísima conciencia ecológica” o alta capacidad de inversión y resistencia a grandes pérdidas puntuales-.

Por tanto, este discurso viene a ignorar, desconocer e invalidar todo el sector de lo ecológico, y sobre todo viene a reforzar las críticas que se hacen desde el sector ecológico a aquellas incorporaciones a la producción ecológica como nicho de mercado que aprovechan el aumento de conciencia ecológica y de preocupación por la salud de los consumidores.

Este discurso sobre el fraude y la moda, es compartido y expresado, también por parte de uno de los chefs con Estrella Michelin de Córdoba, que en su intervención en unas jornadas sobre gastronomía sostenible organizadas en el marco del Pacto de Milán, alega que lo ecológico es una moda y un fraude:

Yo soy bastante duro, bastante escéptico con todas las modas. Me explico: eso históricamente, ya sea el queso, vino, el aceite o tal..., no soy contrario a que se venda o deje de vender, me parece una buena praxis, fantástica, pero que es algo que ya se hacía antes y ahora los franceses o los italianos que es algo que hacen muy bien empieza a venderlo: “vinos biodinámicos..., y te van contando que la luna y el sol cuando se alinean...”, que me parece muy bien, que lo respeto, pero me parece como que es una moda, que se le va cambiando el cascabel al gato históricamente... La cosa es que a muchos productos ecológicos que no son, se les pone etiqueta -como tú bien sabes que suele pasar, en algún momento... Muchos productos pasan, muchísimos, que se les pone la etiqueta, te cobran más de su valor, y solo por ese simple hecho. Pero como cualquier otra cosa que hagamos el ser humano, a veces pecamos un poco..., vemos vía libre: “le ponemos orgánico...”. Cuidado, no digo que sea siempre así, será un 1, un 10 o un 15%, no lo sé, desconozco, pero hay un porcentaje que nos aprovechamos un poco de eso para encarecer el producto y a mí me da eso, personalmente, un poco de..., por experiencia, que he visto un poco de estas cosas, te da rabia.

En este sentido, es fundamental aumentar la información y la confianza entre el sector de la producción ecológica y la restauración.

Y, por último, se plantea una crítica a lo ecológico en términos científicos que se centran en querer demostrar ciertas alegaciones sobre los valores nutricionales, ambientales, sanitarios u organolépticos de lo ecológico. Así, más allá del reconocimiento de la ausencia de productos químicos contaminantes del medio ambiente, de los alimentos y de las personas, el discurso se orienta a buscar y denunciar matices o indicadores descontextualizados del modo de producción., que, por supuesto, no se les aplica a las producciones convencionales.

La certificadora ecológica andaluza (...) nos explicaba que la certificación va más allá de decir yo no le echo abono a mis tomates: tú no le echas pesticidas, pero estás al lado de una zona de cultivo y te pasa una avioneta y te está cayendo todo, o sea que este tipo de cosas nosotros somos bastante respetuosos de si va a llevar un certificado de ecológico, de la Junta o de la empresa que sea, pero que cumpla la normativa; pero no ponerle ecológico a cualquier cosa porque yo lo cultivo en mi casa..., y lo hago como yo quiero..., eso ya es ecológico... Y eso lo escuchas muchas veces, eh!

Queríamos empezar a meterle mano: se dicen muchísimas cosas del ecológico que o no están demostradas o incluso está demostrado lo contrario. Por ejemplo, es más nutritivo: habrá veces que sí, habrá veces que no, y depende de en qué elementos: licopenos, fibras, etc. Ese tipo de cosas. O como oí en los altavoces en una feria: que lo ecológico es el doble de nutrientes: eso es una burrada. A no ser que manipules para que tenga el doble de nutrientes... Pero por el hecho de ser ecológico pues no. E incluso temas bastante gordos: por ejemplo, la contaminación en cadmio por los excrementos de los animales que nadie te pide la legislación que eso sea ecológico, a lo que tiene un fertilizante industrial, que tiene diez veces menos... A lo mejor tiene menos plomo, pero tiene más cadmio... Hacer ese tipo de mensajes generalistas yo creo que no conducen a nada bueno. Cosas concretas: tiene más vitamina C, pues perfecto. Pero esos mensajes lanzados al aire de es más nutritivo, es más sano...

O incluso se llega a plantear críticas sobre criterios de sostenibilidad extensa que tiene que ver con los kilómetros y la huella de carbono: algo que es esencial para los sistemas agroalimentarios sostenibles, pero que en este caso, dentro de un discurso tan crítico parece responder a un ataque frontal a lo ecológico, que no se incorpora en ningún caso en la crítica hacia el modelo agroalimentario industrializado.

Más aún, se plantea una crítica conceptual sobre lo “natural” que trata de desmontar todo aquello que tiene que ver con lo ecológico:

Yo soy enemigo de esa palabra [“natural”], acérrimo, porque, lo típico con los alumnos..., lo natural..., no, lo natural; no, perdona, lo natural es que sea algo silvestre, que lo coja del campo y te lo comes; todo lo que tú domestiques tiene poco de natural: ya lleva una selección de semillas, lo estás poniendo en un enclave controlado..., eso ya no es natural. Y hay muchísima confusión con natural. Yo creo que comida natural no estamos comiendo ninguna. Ninguna. No ser que te vayas al campo y cojas madroños y te los comas, y hasta el punto de a saber a esos madroños qué les ha caído encima. Esa palabra no me gusta.

Por otro lado, la crítica a lo ecológico también surge en las jornadas de “I Foro Emprende Turismo Gastronómico: comunicar, atraer, crecer”, aunque se valoró especialmente los productos autóctonos y las DOP de Córdoba, sin embargo, los alimentos ecológicos fueron menospreciados y se cuestionó su calidad con respecto a otros productos convencionales.

A su vez, por parte de la “influencer” y “bloguera” Chary Serrano en su web cita en diferentes ocasiones los alimentos ecológicos, en contextos que van desde un planteamiento que los asimila a la autoproducción y los huertos caseros - “productos de mi huerto, totalmente naturales ya que el abono utilizado es estiércol y no se usa nada más. Cultivo ecológico 100%”⁵⁴-, pero no a un sector certificado y bajo estrictos controles, con alguna confusión en torno a la agricultura ecológica y la agricultura integrada, o recetas o citas gastronómicas en las que ha coincidido con alimentos ecológicos o de Comercio Justo.

En este caso, volvemos a ver cómo lo ecológico aún debe superar muchos escollos y lograr una presencia propia en ciertos espacios para poder ser reconocido y valorado.

54 <http://micocinayotrascosas.com/2012/07/salteado-de-judias-frescas-con.html>

7. La gastronomía en el marco del proceso (más allá del Pacto de Milán en Córdoba)

El Pacto de Milán, como se ya se ha planteado, supone una apuesta por aumentar la sostenibilidad ecológica, económica, social y cultural de los sistemas agroalimentarios locales en torno al papel de las propias ciudades y su relación con la producción, distribución, restauración, consumo y gestión para la disminución de los residuos y desperdicios alimentarios, y hacer un buen uso de los recursos naturales. Como recoge el compromiso político de la firma del Pacto de Milán en su punto 1: los ayuntamientos adheridos se comprometen a “Trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los cambios climáticos”, y para ello pondrán en marcha estrategias de coordinación e implementación de políticas públicas “para favorecer la creación de sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles”.

Planteamientos que, como vimos en la introducción, desde otros ámbitos ya estaban recogidos en torno a la propuesta de la agroecología y de la soberanía alimentaria, en el marco de los movimientos sociales que luchan por la transformación del sistema agroalimentario dominante y de sus prácticas esquiladoras y explotadoras de los recursos naturales y de las personas, con unas graves consecuencias ecológicas y sociales en el ámbito local y global.

En este caso, aprovechando el marco del Pacto de Milán, mostramos cuáles han sido los ejes y acciones identificadas explícitamente en las jornadas de trabajo desarrolladas en el proceso (más allá del) Pacto de Milán correspondientes a cada uno de los sectores del sistema agroalimentario.

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN

10. Adecuar las normas y los reglamentos con el fin de garantizar el acceso a dietas sostenibles y agua potable en las estructuras públicas como hospitales, estructuras sanitarias y de asistencia a la infancia, lugares de trabajo, universidades, escuelas, servicios alimentarios y de restauración, oficinas públicas y lugares de detención y, dentro de lo posible, en la gran distribución privada, en la distribución al por mayor y en los mercados.

12. Promover una acción conjunta por parte de los sectores de la alimentación y de la salud, con el fin de actuar estrategias centradas en las personas, a favor de estilos de vida saludables y de inclusión social.

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

19. Promover la educación la capacitación y la investigación participativas, para reforzar la acción local destinada a aumentar la justicia social y económica, promover enfoques basados en los derechos, reducir la pobreza y favorecer el acceso a alimentos adecuados y nutritivos.

EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

31. Desarrollar políticas y programas en apoyo de los mercados municipales públicos, incluidos los mercados agrícolas, los mercados informales, los mercados al por mayor y al por menor, restaurantes y otros sujetos que operan en el sector de la distribución alimentaria, reconociendo las diferencias entre ciudades respecto al papel de los operadores públicos y privados en el sistema de los mercados.

EJE 6 - LIMITAR DESPERDICIOS DE ALIMENTOS

37. Favorecer, cuando esto sea posible, la recuperación y redistribución de alimentos seguros y nutritivos destinados al consumo humano, a riesgo de pérdida, desecho o derroche, procedentes de la producción, la fabricación, la venta al por menor, la restauración, el comercio al por mayor y el sector de la hostelería.

7.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la primera jornada de trabajo sobre la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente un listado de acciones que se están desarrollando en Córdoba en torno a los ejes de trabajo del Pacto de Milán y la soberanía alimentaria, salieron a la luz diferentes acciones y percepciones relacionadas con la Restauración y la gastronomía.

En el ámbito del sector de la restauración existen pocas iniciativas: desde la que apunta hacia la visibilidad de aquellos establecimientos que usan productos ecológicos a aquellas que pretenden acercarse al sector de la restauración con asesoramiento sobre alimentación sana, de temporada y sustentable. También se incluye una campaña sobre el uso del agua del grifo.

Se hace evidente que este sería un ámbito de trabajo aún por explorar de manera articulada entre los distintos actores institucionales y sociales que trabajan desde la formación y la sensibilización la alimentación sana y sostenible. Se hace necesario localizar nuevos actores que participen en este ámbito.

INTERVENCIÓN RESTAURACIÓN			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Visibilizar comercios y restaurantes ecológicos asociados		Ecocórdoba	Intervención distribución Intervención restauración 31
Asesoramiento a HORECA sobre desperdicio alimentario y diseño de menús		Biodiversa	Intervención restauración 12
Formación e inclusión laboral hostelería		Biodiversa	Intervención restauración 19
Sensibilización sobre uso del agua del grifo en familias y hostelería	EMACSA		Agua Sensibilización Intervención restauración 13

7.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la segunda jornada de trabajo para la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente una priorización de propuestas para implementar se valoró como una de las principales ideas fuerza “La necesidad de reforzar el ámbito de la restauración ecológica y local” y “La necesidad de crear espacios sectoriales de coordinación y trabajo sobre Restauración”. Estas ideas fuerza, los ejes específicos y las actividades concretas, información complementaria y actores responsables se pueden consultar en los Anexos.

Para ello, en el Eje 2 “Dietas sostenibles y nutrición”, se planteaba la oportunidad de generar un proceso colectivo para analizar la viabilidad de crear un distintivo o marca para los productos ecológicos, frescos y locales para aumentar su visibilidad y fortalecer una identidad colectiva que aglutine a actores y sirva de herramienta de trabajo y concienciación colectiva en torno a estos criterios. Para ello se reclamaba que se incluyese como una prioridad política de la mesa de coordinación del Pacto de Milán y que se incluyese en el Plan de comercio de proximidad.

En el eje 4 “Producción” se planteaba la necesidad de generar una plataforma virtual para facilitar los canales cortos y/o directos de comercialización y acceso entre producción y consumo y también con el sector de la restauración. Esta idea estaba unida al apoyo a los mercados físicos de

productores. En ambos casos se reclamaba que se incluyese como una prioridad política de la mesa de coordinación del Pacto de Milán y que se incluyese en el Plan de comercio de proximidad.

También en el “Producción” se demandaba “Conectar la restauración con la agroecología”, tanto en el sentido de reforzar las relaciones con los productores, pero sobre todo con respecto a la mayor formación y proximidad y generación de confianza entre el sector de la restauración y la agroecología. Para ello se planteaba la mesa de trabajo ad hoc sobre restauración.

En el eje 5 “Distribución” apareció el fortalecimiento y apoyo a la “Restauración ecológica y local”, cuyos contenidos deberían trabajarse en la correspondiente mesa de trabajo de restauración.

En el eje 6 “Limitar el desperdicio alimentario” se planteó la necesidad de generar “Campañas de sensibilización y educación sobre reducción de desperdicios”, tanto para familias, centros educativos, comercios y también hostelería. En este caso, la tarea se encomendaba a la mesa de trabajo de Sensibilización.

En este mismo eje 6, se planteó un “Plan de recuperación de excedentes para el consumo social”, recamando articulación entre comercios, restauración, comedores sociales, empresas sociales, asociaciones y ayuntamiento, y también el papel de de Mercacórdoba. Los contenidos de esta acción se deberían trabajar en la mesa de trabajo de “Desperdicio alimentario”. Igualmente se planteó la necesidad de “Crear un frigorífico solidario en vía pública”, orientado especialmente a la hostelería.

7.3. Reuniones ASACO

Desde ASACO, en el marco de trabajo del Pacto de Milán, la restauración siempre ha estado presente y ha sido priorizada en los distintos escenarios de futuro y prioridades para la ciudad.

Escenario de futuro: Escuela de cocina por la Soberanía Alimentaria y Social
ASACO-Ecosss: Encuentros de restauración (Ecomercado) (corto plazo)

7.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán

En el marco de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán, como medidas que se vinculaban al mundo de la gastronomía y la restauración, se propuso la “Identificación de productos locales en el sector de la hostelería (fase inicial)” y una campaña en torno a la “Restauración ecológica”.

El listado de actividades completas trabajadas en el marco de la Mesa de Coordinación se encuentran en los Anexos.

7.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba

Esta primera fase del proceso de implementación de la Pacto de Milán en Córdoba se cerró con una última jornada de trabajo participativo en la que se trabajaron todas las ideas y propuestas de las jornadas anteriores y lo avanzado en el marco de la mesa de Coordinación.

En esta jornada participativa las ideas fuerza y ámbitos de trabajo vinieron a reforzar las ideas ya planteadas a lo largo de todo el proceso y mantuvieron una visión integral del proceso y de la intervención en el sistema agroalimentario.

En todo caso, las ideas fuerza y propuestas más vinculadas al ámbito de la restauración son las siguientes:

- Proceso/marca Alimentando Córdoba
- Redes de productoras
- Intervención en restauración
- Ámbito escolar
- Compra pública
- Intervención social
- Incidencia política
- Desperdicio alimentario y residuos

A continuación se muestran los resultados de la jornada participativa de definición de la hoja de ruta que afectan al ámbito de la restauración o que fueron propuestos desde el grupo de trabajo de restauración en la dinámica participativa que incluía su priorización temporal. La tabla completa puede consultarse en los anexos.

IDEA FUERZA / ÁMBITO	ACCIONES	GRUPO DE TRABAJO	PLAZOS
PROCESO MARCA Alimentando Córdoba	Sello Pacto de Milán (sello garantía) que destaque la producción local	Producción	2018
	Visibilizar esfuerzo y valor – Marca PM-C	Distribución	2018
	Marca o distintivo del establecimiento visible en la entrada	Restauración	2018
	Ampliar AAC a ganadería (huevos, queso, etc.)	Producción	2019
	Marca Córdoba – definir sus parámetros o reglamento	Consumo	Sin fecha
REDES PRODUCTORES	Creación y articulación de redes de productores	Producción	2018
	Crear una estructura que agrupe productores eco/local/sosten	Producción	2018
	Articulación del sector red de hosteleros/as en contacto con producción y distribución	Restauración	Sin fecha
INTERVENCIÓN RESTAURACIÓN	Visibilidad platos en la carta – diversos ¿productos locales / eco?	Restauración	2018
	Cartas por temporada	Restauración	2018
	Campañas comunicación y temporada (acciones tipo Ruta tapa)	Restauración	2018
	Transversal eco/cercanía/justo	Restauración	2018
	Identificación también online (tripadvisor u otros)	Restauración	2018
	Lograr un porcentaje de productos locales en	Restauración	2018

	restauración: acompañamiento a restaurantes, listado de productores y distribuidores de producto local/eco		
	Formación chef-chef (estilo campesino a campesino)	Restauración	2018
	Articulación del sector red de hosteleros/as en contacto con producción y distribución	Restauración	Sin fecha
	Incluir formación en ciclos formativos de cocina	Restauración	Sin fecha
INTERVENCIÓN SOCIAL	Mecanismo de comida social: restaurantes y familias en riesgo o exclusión	Restauración	Siguiente mandato
INCIDENCIA POLÍTICA	Poner trabas/tasas a restaurantes de comida basura (publicidad, visitas escolares, regalos infantiles...)	Restauración	2019
DESPERDICIO ALIMENTARIO Y RESIDUOS	Promoción reciclaje residuos en hostelería	Restauración	2018
	Envases para comida que sobra	Restauración	2018
	Fomento de la recuperación de de excedentes de consumo social (hospitales, comedores escolares, restaurantes)	Restauración	Siguiente mandato
	Estudiar barreras legislativas en el uso de excedentes alimentarios – Propuestas de cambio	Restauración	

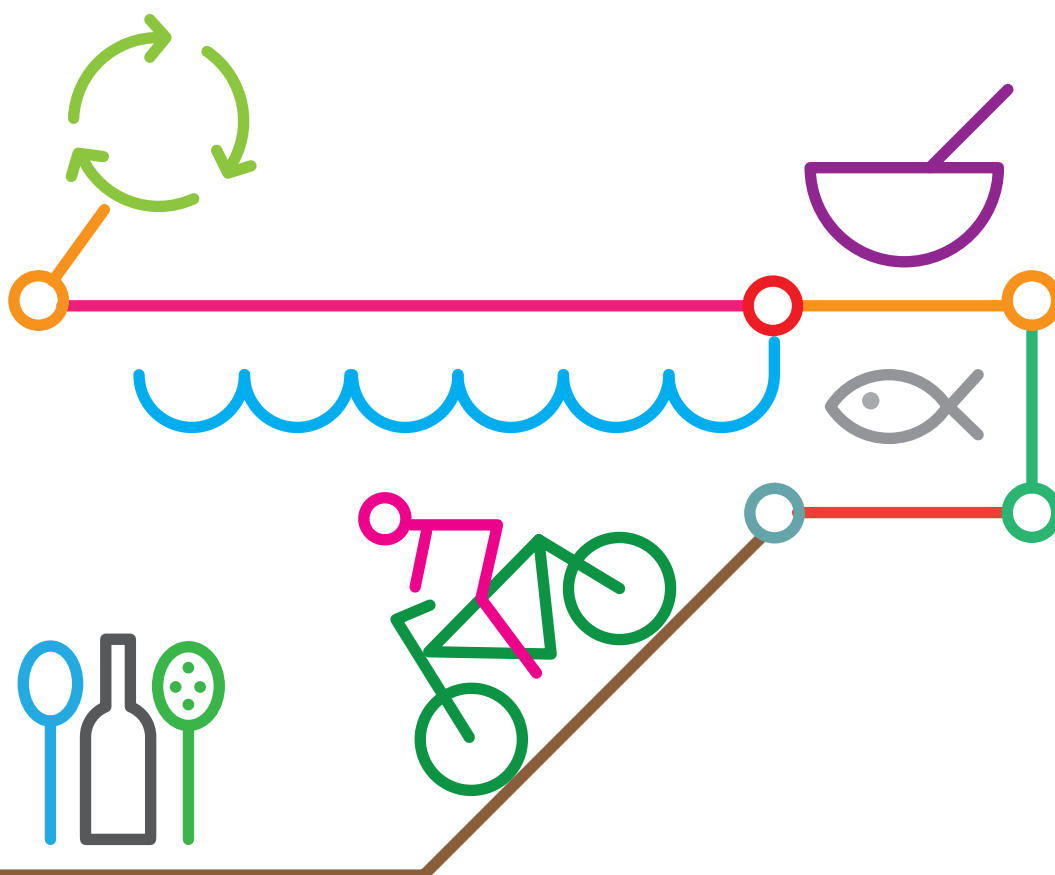
ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN

4

CONSUMO

David Gallar, Javier Poyato, Isabel Vara



1. Introducción: el consumo de alimentos en Córdoba

Para analizar el consumo de la población cordobesa en este capítulo mostraremos, por un lado, los resultados de una encuesta realizada a una muestra aleatoria de 102 personas clientas de las distintas tiendas seleccionadas en la investigación sobre distribución de este mismo diagnóstico; esta encuesta recoge elementos sobre hábitos de consumo, uso y percepciones sobre los alimentos locales y alimentos ecológicos. Los resultados se compararán con los de una investigación similar en el ámbito estatal realizada por este grupo de investigación para Amigos de la Tierra.

En cuanto al consumo de productos ecológicos, usaremos el análisis de dos grupos de discusión realizados con un grupo de perfil de alto consumo de productos ecológicos y estilo de consumo “sustentable” y otro grupo de menor consumo de productos ecológicos con un estilo de consumo. Este análisis se complementará con el análisis global sobre limitantes al consumo de productos ecológicos en Andalucía y la estrategias de superación de dichos limitantes, fruto de esa misma investigación cualitativa en el ámbito andaluz.

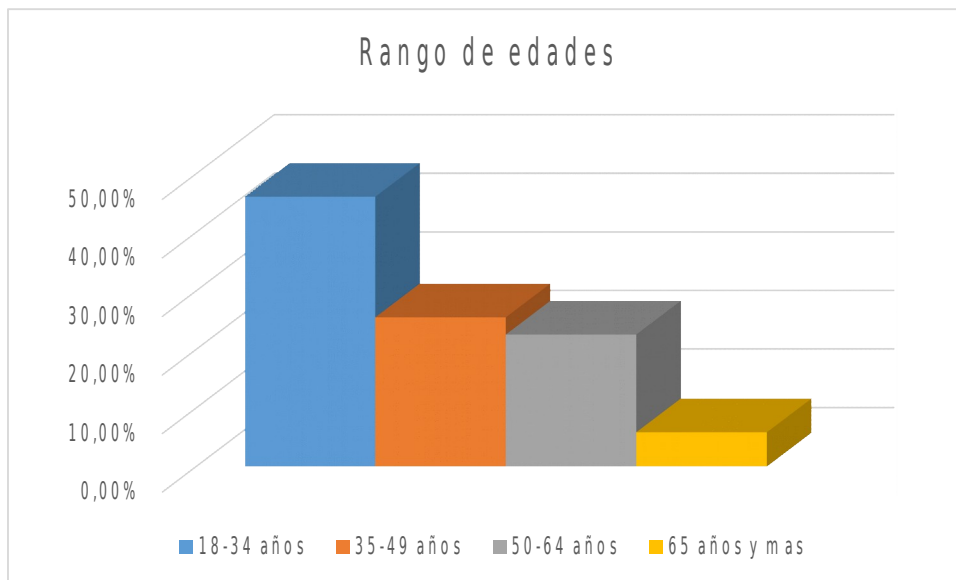
2. Consumo generalista de alimentos en Córdoba

2.1. Datos sociodemográficos

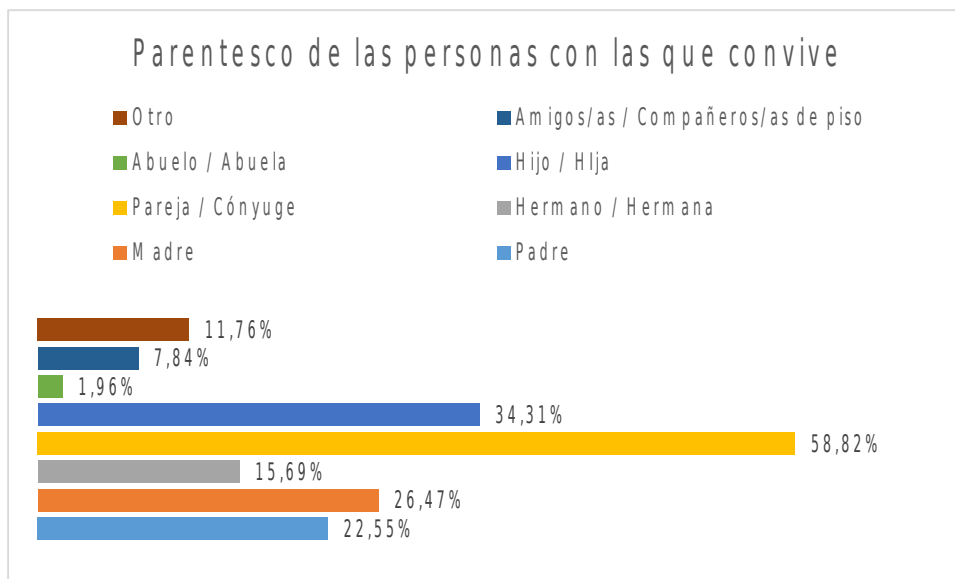
Las encuestas se han realizado a un total de 102 personas mayores de edad. Las personas fueron seleccionadas al azar de entre quienes entraban o salían de las tiendas en las que se realizaron las encuestas de distribución en los barrios de Ciudad Jardín, Marrubial, Fuensanta y Sector Sur, con el siguiente reparto de personas por barrio:

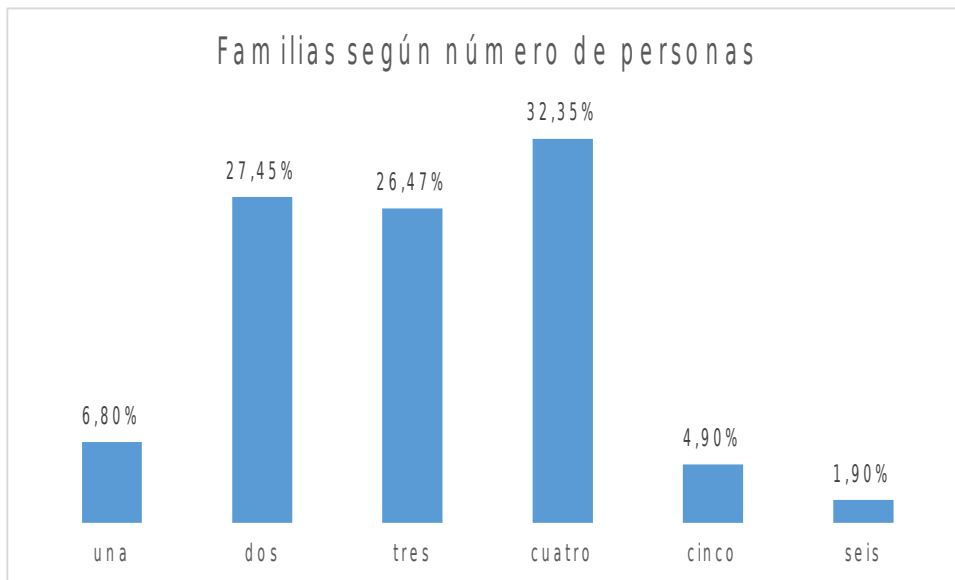
Barrio	Nº de personas	Porcentaje
Ciudad Jardín	26	25.49%
Marrubial	27	26.47%
Fuensanta	28	27.45%
Sector Sur	21	20.59%

La división por sexos del total de personas fue, un 58,82% mujeres y un 41,18% hombres, y la media de edad 40 años.



En cuanto a la composición de los hogares, la distribución muestra mayoritariamente unos hogares de entre 2 y 4 personas, que normalmente corresponden a parejas con hijos.

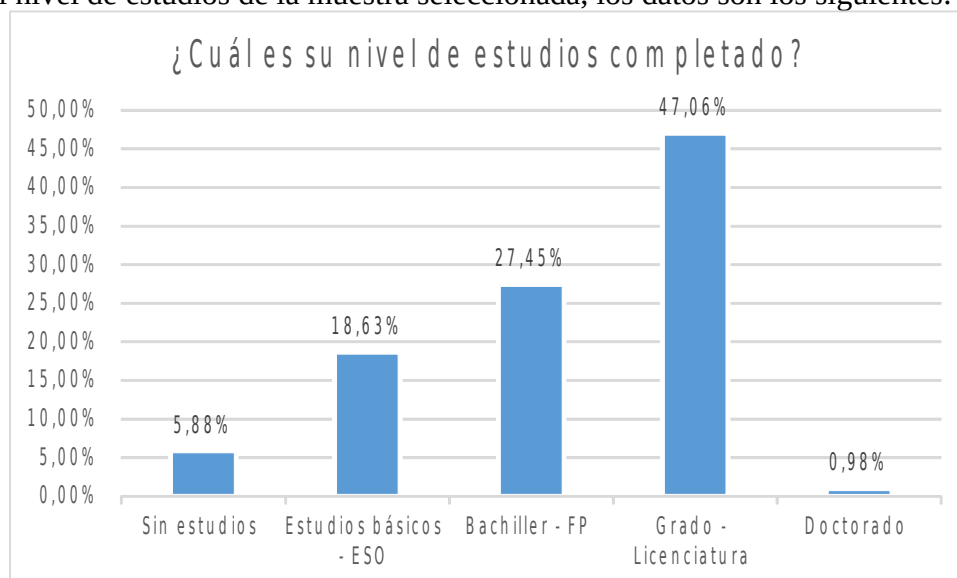




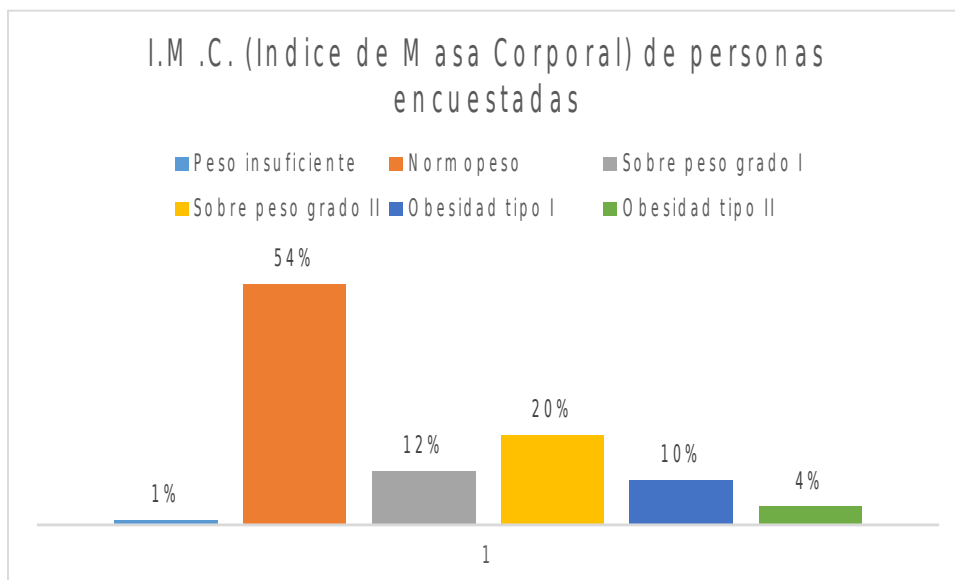
Respecto al nivel económico del hogar, los rangos más numerosos son entre 600 y 1.200 euros/mes y entre 1.200 y 1.800 euros mes. En todo caso, cabe destacar que este intervalo de ingresos corresponde al total de hogar, por lo que podemos apreciar que la capacidad económica de estos hogares es bastante limitada, puesto que un 30% de los hogares declara unos ingresos de entre 600 y 1.200 euros.

Rango	Nº de respuestas	Porcentaje
Menos de 600 euros al mes (A1)	5	4.90%
De 600 a 1.200 euros al mes (A2)	31	30.39%
1.200 a 1.800 euros al mes (A3)	30	29.41%
1.800 a 2.400 euros al mes (A4)	19	18.63%
2.400 a 3.000 euros al mes (A5)	12	11.76%
3.000 a 3.600 euros al mes (A6)	1	0.98%

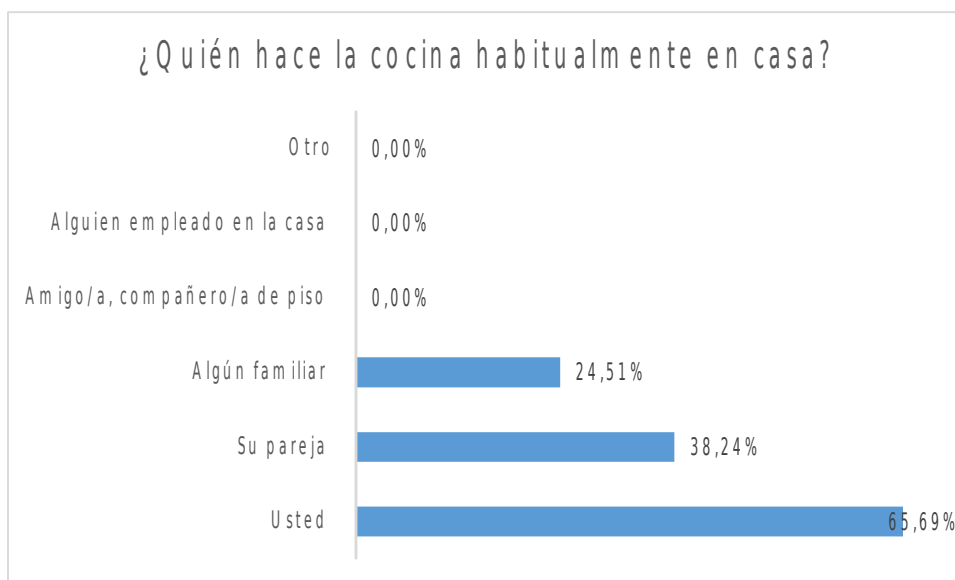
En cuanto al nivel de estudios de la muestra seleccionada, los datos son los siguientes:



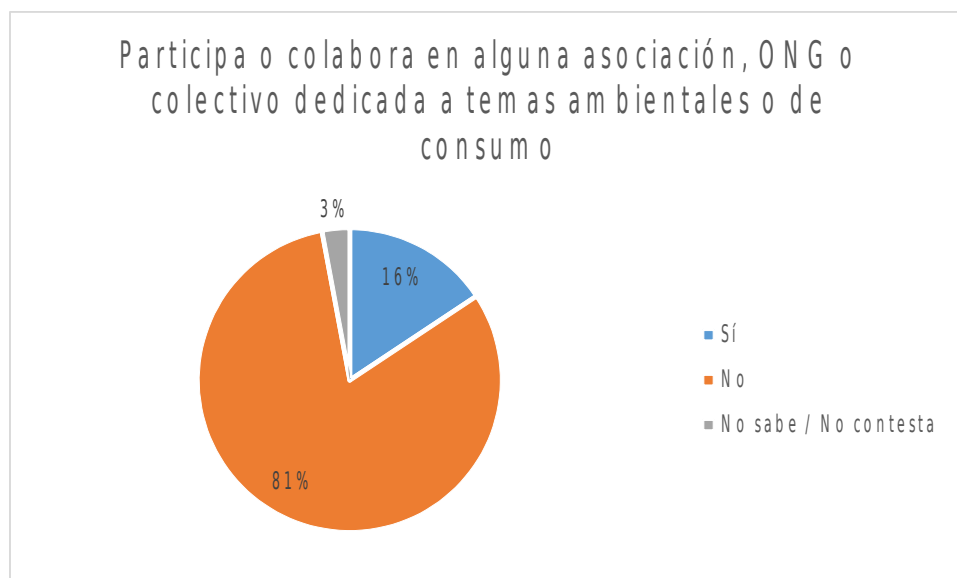
Respecto al IMC, la distribución de las personas encuestadas muestra a la mitad de la población en normopeso a la vez que un 48% de la población con sobrepeso, especialmente preocupante en el 34% de personas que están en sobrepeso de grado II y obesidad (I y II).



Respecto a quién hace la compra y quién cocina, mayoritariamente son las personas encuestadas quienes hacen ambas tareas, seguidas de su pareja (38%) y de algún familiar (22,5% y 24,5%, respectivamente).



A su vez, un 16% de las personas encuestadas participa en alguna asociación, ONG o colectivo dedicado a temas ambientales o de consumo: un público objetivo al que acompañar y fortalecer para su participación activa en la construcción de un sistema agroalimentario más sostenible en Córdoba.



Sobre hábitos alimentarios y dietas, un 46% de las personas encuestadas admite seguir algún tipo de dieta. De este 46%, nos encontramos que la mayor parte de las dietas son por cuidarse, vida sana y bienestar general, con un total del 74,49 % del total que dice cuidar y estar atento a su dieta.

Realizando una comparativa de las personas que dicen estar pendientes de la dieta y las que no llevan ningún tipo de dieta en particular, nos encontramos los siguientes datos:

- 1 No sigo dieta 53,92%
- 2 Dieta: Cuidarse, vida sana, bienestar general 34,31%
- 3 Dieta: Motivación ideológicas ante la alimentación 8,82%
- 4 Dieta: Motivaciones estéticas relacionadas con el bienestar animal. 2,94 %
- 5 Dieta: Motivaciones medioambientales 6,86 %
- 6 Dieta: Evitación de algún alimento por alergia o intolerancia 0,98 %
- 7 Dieta: Prescripción médica ante una enfermedad 6,86 %

En todo caso, muchas de las personas que respondieron que no hacían ninguna dieta en particular son consumidores que se preocupan por lo que consumen y están atentas a tener un consumo variado de alimentos, aunque lo hacen de forma natural y no lo consideran que estén realizando una dieta, ya que la palabra “dieta” trae consigo una connotación negativa asociada vinculada fundamentalmente a una alimentación forzada durante un periodo de tiempo para bajar o aumentar peso.

En definitiva, el reconocimiento y, en cierta medida, la preocupación por una alimentación equilibrada sigue vigente en esta respuesta, en la misma línea que otras muchas investigaciones que muestran el consenso, al menos ideal, en torno a la dieta mediterránea y la preocupación por una alimentación variada y saludable. Del mismo modo, como en todos los casos, la preocupación y reconocimiento de estos ideales alimentarios no siempre se logran llevar a la práctica por diferentes motivos, como la falta de tiempo para cocinar, la necesidad de comer fuera de casa, la falta de conocimientos para cocinar, hábitos de consumo influidos por la publicidad de comida procesada y preelaborada, etc.

2.2. Consumo de productos locales

Habiendo definido en la propia pregunta los alimentos locales aquellos “producidos de manera más o menos próxima al lugar donde se consumen”, una abrumadora mayoría de encuestadas (85,29%) responde que sí consume alimentos de origen local. Una respuesta que reproduce casi exactamente la respuesta de la encuesta estatal (86%).

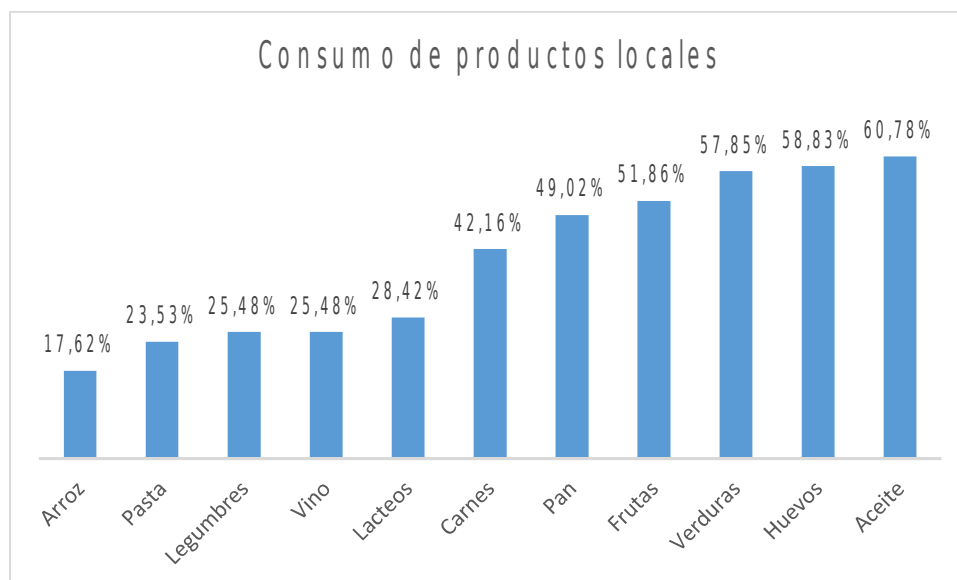
Sin embargo, si consideramos una definición más estricta de consumo local que solo incluya a aquellas personas que consumen “bastante”, “mucho” o “siempre” al menos cuatro productos las cifras plasman un 37,25%. Estas consumidoras estrictas

En todo caso, a pesar de la definición inicial incluida en la propia pregunta para evitar malentendidos, la sensación al realizar el trabajo de campo es que, en realidad, existe cierta confusión sobre el concepto de lo local y en algunas ocasiones hay quienes siguen asimilando producto local a “comprado en comercio local”, es decir, tiendas de barrio, fruterías o mercados. En este caso, el concepto de comercio local o de proximidad es más potente que el origen de los propios productos, lo cual a pesar de la importancia del discurso sobre el valor del comercio de proximidad frente a las grandes superficies y cadenas de supermercados nacionales o internacionales, nos muestra una carencia para la construcción de un sistema agroalimentario local más sostenible, puesto que este comercio de proximidad puede estar vendiendo productos globalizados y/o de la agroindustria.

Por su parte, respecto a aquellas personas que responde negativamente al consumo de productos locales, se encuentran diversas explicaciones que tienen que ver con el desconocimiento, el desinterés y la situación económica. Ante esta pregunta, parte de las encuestadas dicen no saber hasta qué punto los alimentos que compran son locales o no, por lo que plantean que esta encuesta les hace reflexionar sobre sus propios hábitos de compra y atender más al origen de los productos. Mientras tanto hay otra parte de encuestadas que no tienen interés sobre esta cuestión; y por otro lado hay quienes responden que su único criterio de compra es el precio y no se fijan en el origen.

Si analizamos el consumo por alimentos teniendo en cuenta su cantidad o asiduidad (sumatorio de Bastante, Mucho, Siempre) vemos que los más consumidos son el aceite (60,7%), los huevos (58,8%), las verduras (57,8%), la fruta (51,8%), el pan (49%), las carnes (42,1%) y los lácteos (28,4%).

En estos casos, como acabamos de plantear, el concepto de local no queda claramente delimitado a la provincia o a Andalucía, pero podemos apuntar algunas tendencias sobre los límites de lo local a partir de los comentarios al contestar la encuesta.



El aceite cordobés es el más usado y reconocido por la muestra, respondiendo a la potencia del sector olivarero y las marcas y denominaciones de origen cordobesas, y también andaluz.

Los huevos son igual de reconocidos y valorados, aunque en este caso parece que existe cierta confusión en tanto que se identifica como local al distribuidor pero no está tan claro hasta qué punto esos huevos han sido producidos en Córdoba. En todo caso, como veremos más adelante, los huevos son un producto sensible del que está aumentando el consumo en ecológico y campero: ya sea por cuestiones de seguridad alimentaria, de salud o por preocupación por el bienestar animal.

Las verduras, especialmente las de verano, son un producto muy reconocido: los tomates, y más en concreto el tomate de Alcolea, pero también las alcachofas, las habas o los espárragos son productos que parte de la población encuestada reconoce claramente.

En ambos casos, de la verdura y los huevos, existe un porcentaje del 32,35% de autoconsumo, vinculado a las parcelas y las zonas de vega en las que se dan pequeñas huertas familiares y se crían algunas gallinas que les dan huevos, en ocasiones todo el año.

Con respecto a los datos estatales de consumo de productos locales, los resultados son muy similares: los productos más consumidos son las verduras, después el pan, las frutas y los huevos y, por último, la carne.

En cuanto a la confusión con respecto al origen local de los huevos, podemos decir que existe en una parte importante de la población cierta indeterminación o confusión sobre lo que se entiende por producto local. Así, podemos desconfiar de una respuesta de un 37% de la población que califica como local el arroz.

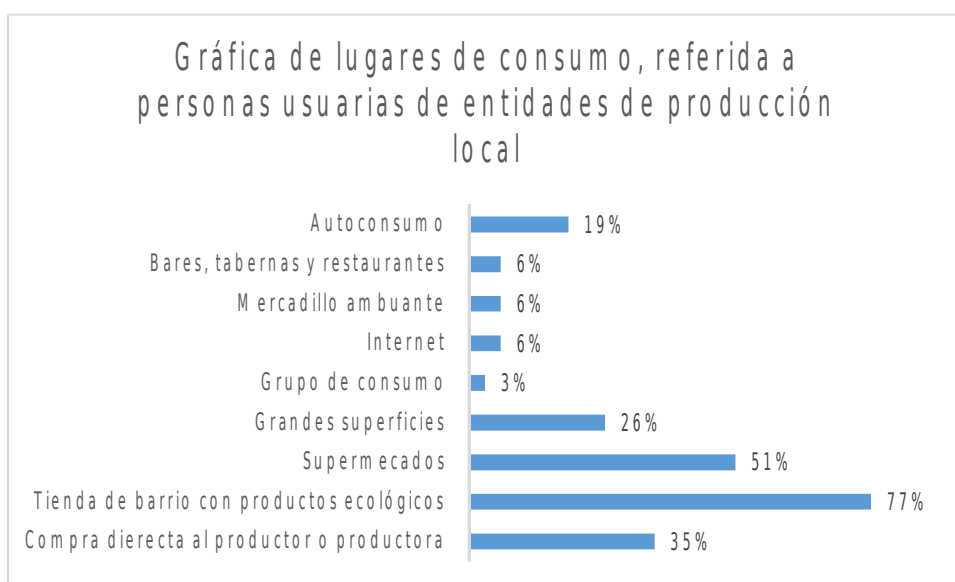
Es decir, a pesar de la definición ofrecida en la formulación de la pregunta (“producidos de manera más o menos próxima al lugar donde se consumen”), se mantiene cierto imaginario sobre aquello que tiene que ver con local: en algunas ocasiones confundiendo alrededor de lo local los productos con el comercio (por lo que se atribuyen como productos locales aquellos comprados en comercios locales), y en otros casos porque está en cuestión cuáles son los límites y los criterios que definen la proximidad para definir lo local: si tiene que ver con la identidad andaluza de los productos o con la producción española o si esta cuestión de lo local tiene que ver con un número determinado de kilómetros.

Así, en la encuesta estatal sobre alimentos locales se planteaba la discusión sobre qué se entiende por local. En aquel caso se planteó una pregunta más amplia y con indicadores de control -respuestas trampa- que ofrecía cuatro respuestas posibles sobre qué se entendía por producto local: 1) aquel que se vende en un comercio del barrio, 2) aquel que se ha producido cerca del lugar de donde se consume, 3) aquel que posee la certificación ecológica y 4) productos de origen español.

2.2.1. Identificando los productos locales

Al hilo de esta confusión en torno a cómo definir los productos locales, se pedía a las personas encuestadas que respondiesen sobre cuáles son sus formas de diferenciar un producto local de uno no local. La comprobación en las etiquetas era la respuesta más repetida (66,7%), seguida de la consulta a la persona que atiende (52%), además de un 30,4% de respuestas que responde “consumiendo en entidades de producción local”. A su vez, hay un 14,71% que declara no preocuparse por el origen de los alimentos.

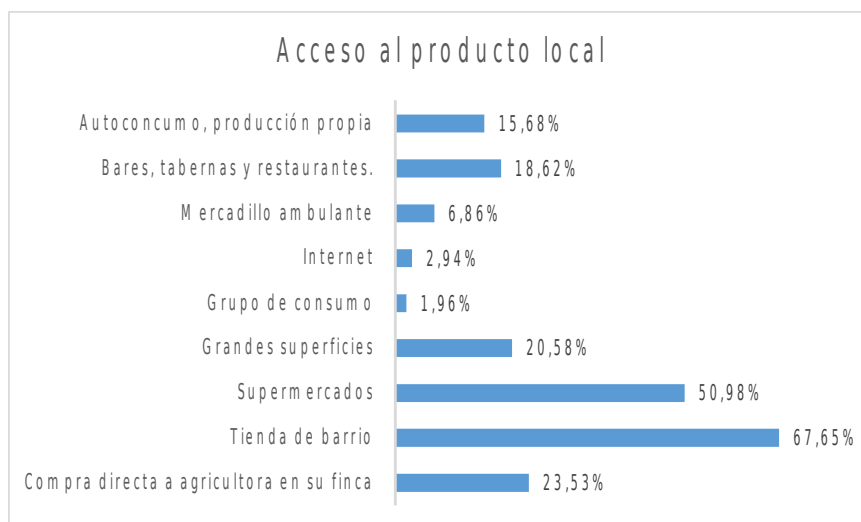
Realizando un estudio por separado del 30,4% de consumidoras que consumen en entidades de producción local se obtienen los siguientes resultados:



Identificación de productos locales.				
	Si	No	No me preocupa	NS/NC
Mirando etiquetas	66,67%	11,76%	12,75%	8,82%
Preguntando a quien despacha	51,96%	25,49%	14,71%	7,84%
Otros	0,98%	4,90%	8,82%	85,29%

2.2.2. Acceso a productos locales

En cuanto a los lugares de compra de los productos locales las tiendas o mercados de barrio, los supermercados y las grandes superficies son los lugares especialmente señalados por las encuestadas.



En cuanto al lugar de compra, la norma es la complementariedad de canales de compra atendiendo a diferentes criterios o situaciones personales que hacen que se terminen por comprar determinados productos locales en unos canales o en otros: ya sea el precio, la comodidad, la disponibilidad, los tiempos de trabajo o de crianza, etc.

En este caso nos interesan especialmente aquellos canales que refuerzan los canales cortos de comercialización o refuerzan el comercio de proximidad. Es decir, por el lado de los canales cortos: el autoconsumo, la compra directa a los productores y los grupos de consumo son ámbitos que nos parecen especialmente relevantes, y aunque sus porcentajes sean relativamente escasos son un espacio de intervención muy interesante.

Respecto a los grupos de consumo, en este caso los interpretaremos dentro del análisis del consumo de productos ecológicos puesto que responden más a este tipo de producto que al local.

2.2.3. Ventajas de los productos locales

Preguntados sobre las ventajas que se reconocen a los productos locales, el 93,14% de las respuestas reconocen que los productos locales tienen ventajas con respecto a los no locales.

Las principales ventajas reconocidas a los alimentos locales son las siguientes:



Es decir, los alimentos locales cuentan con un respaldo muy alto tanto por sus valores sociales (apoyo al empleo y la economía social, fortalecimiento de la comunidad) como por sus cualidades (de temporada, fresco, mejor sabor y de calidad). A su vez, las respuestas apuntan a una muy alta confianza en los alimentos locales.

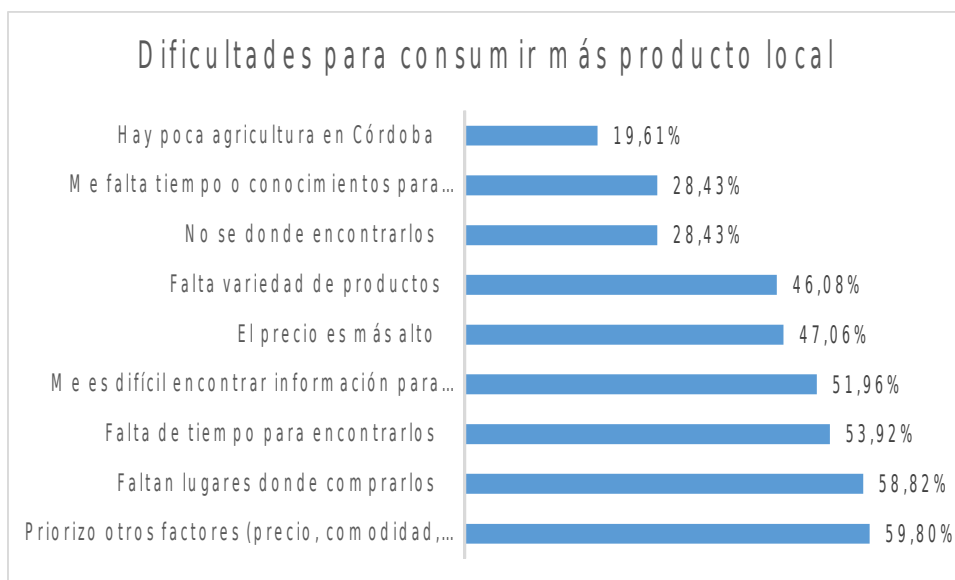
En cuanto a sus valores ambientales (reducir el impacto negativo del transporte, 72,5%; menos embalajes, 62%), la población encuestada reconoce estas ventajas.

A su vez, hay una clara percepción de que los productos locales no tiene por qué estar libres de químicos. Sin embargo, sí existe un 25% de respuestas que atribuyen a los productos locales esta condición de libre de químicos, lo cual supone una confusión bastante importante.

Respecto al precio, solo un 37% de las respuestas atribuyen a los productos locales la ventaja de tener un mejor precio (ya sea por ser más barato en sí o porque la relación calidad-precio sea mejor).

2.2.4. Dificultades para consumir más producto local

Al analizar los principales limitantes para el consumo de productos locales, podemos apreciar los siguientes resultados:



En este caso, solamente una persona dice no tener dificultades para consumir producto local, mujer de 49 años, consumidora de ecológico y local, que a su vez pertenece a una organización local de economía social y comercio justo.

Así pues, vemos que a pesar de todas las ventajas reconocidas de los alimentos locales, sin embargo, la práctica se ve condicionada por otras prioridades (como el precio o la comodidad) (60%), frente a las ventajas sociales, organolépticas y ambientales señaladas anteriormente. La comodidad y las presiones actuales en los hábitos de consumo hacia realizar toda la compra en un mismo lugar hacen que en muchas ocasiones se termine comprando la fruta y la verdura que haya en ese momento en el establecimiento habitual, sin incluir como criterio limitante el origen de estos productos; lo cual incluye en la mayoría de los casos dejar de lado también la cuestión de la estacionalidad, cayendo en una compra estandarizada repetida a lo largo del año: cuyo ejemplo más clásico es el típico tomate de invierno o las manzanas de verano.

Por otro lado, la falta de lugares donde comprarlos se plantea como una dificultad para su consumo, ya que como hemos visto tanto en Distribución como en Restauración, los productos locales tienen una presencia puntual y esporádica tanto en cantidad como en variedad y muy dependiente de la temporada. Esto nos lleva a cuestionar la visibilidad de los productos locales en las tiendas del comercio de proximidad, puesto que en los resultados de presencia de los productos locales en el comercio de proximidad de capítulos previos veíamos que hay una muy alta presencia de ellos; por otro lado, nos lleva a repensar el papel de las consumidoras y la atención y preocupación que prestan a identificar productos locales en su compra cotidiana.

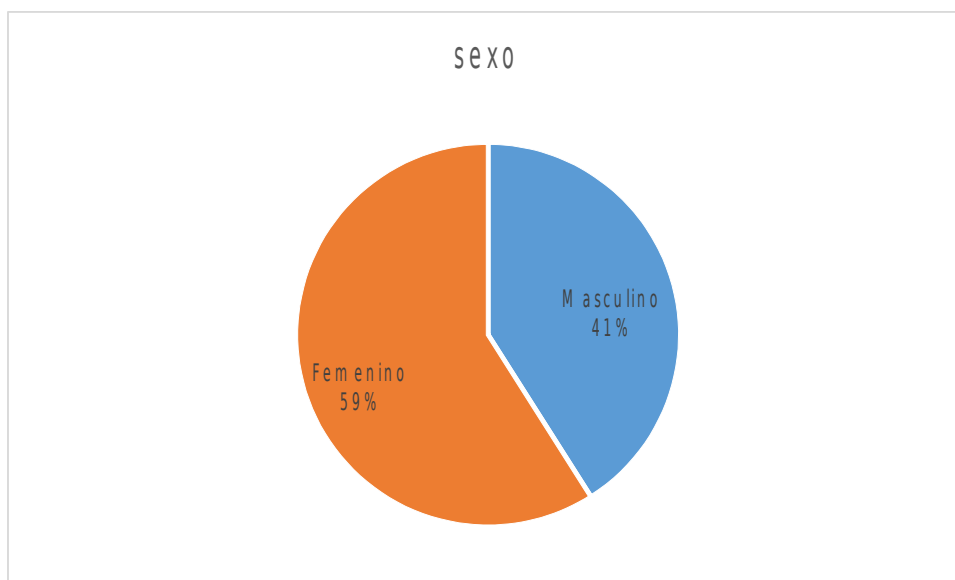
Del mismo modo, la respuesta sobre la falta de tiempo para encontrarlos plantea la escasa visibilidad y presencia protagonista de los alimentos locales en los comercios habituales, teniendo que plantearse un esfuerzo añadido para poder consumir productos locales.

Igualmente, las dificultades que tiene la gente para identificar un producto local frente a los no locales nos vuelve a plantear la falta de visibilidad e información, y promoción, de los productos locales. Es significativo que haya un 52% de la población que tiene dificultades para encontrar información para saber si un producto es local o no.

A su vez, es significativo también que haya un 28% de población que no sepa dónde encontrar productos locales. Igualmente, es alarmante que ese mismo porcentaje responda que no tiene tiempo o conocimientos para prepararlos. Estos datos, nos están hablando fundamentalmente de un

desconocimiento radical sobre los productos locales y sobre la alimentación en general. Así, una mirada este colectivo nos muestra una distribución similar a la muestra en su conjunto tanto en nivel económico, sexo, composición familiar y edad.





La falta de variedad de productos locales (46%) también es un hecho muy relevante puesto que nos habla de dos fenómenos: la falta de visibilidad y reconocimiento por parte de consumidoras y tiendas de productos locales que vayan más allá de los productos de temporada; mientras que a la vez nos habla de la gran estacionalidad del abastecimiento de productos locales y de un tejido agrícola poco diversificado. Una argumentación que se vincula con la percepción de un 20% de respuestas que consideran que no hay suficiente agricultura en Córdoba.

Capítulo aparte merece la cuestión del precio (47%), ya que por un lado se considera que el producto local es más caro mientras que para un 37% de las respuestas el precio de los productos locales eran una ventaja. Los niveles adquisitivos de la población, la percepción de la calidad de los productos, los hábitos de consumo, etc., son factores que se encuentran detrás de esta percepción contrapuesta sobre los precios de los alimentos locales. A la vez, en muchas de las encuestas se reconocía que, en igualdad de condiciones se puede preferir y elegir el producto local, pero en caso de una diferencia de precio que no perjudique a la calidad del producto se elige la compra sobre los criterios calidad/precio, dejando de lado el origen del producto.

En definitiva, la comodidad y el precio son dos factores que alejan a la población de los productos locales: una mayor visibilidad, una mejor oferta y unos precios y/o una relación calidad/precio más ajustados serán parte de la ecuación para aumentar el consumo de productos locales.

2.2.5. Ventajas y dificultades de los alimentos locales

Así pues, estos datos demuestran una cierta mezcla de percepciones, imaginarios y prácticas. Por un lado, el reconocimiento evidente de que los productos locales tienen grandes ventajas de todo tipo -incluso a veces mejor precio-, pero que, sin embargo, por diferentes motivos su consumo se ve dificultado: desde la falta de lugares para comprarlos, falta de tiempo para buscarlos, falta de información, precio o el puro desconocimiento hasta una oferta quizá demasiado estacional y estrecha, sumado a la falta de prioridad real en el consumo ante los productos locales por parte de las consumidoras.

En todo caso, como veíamos previamente, la falta de visibilidad, promoción y reconocimiento de los productos locales en todos los ámbitos está lastrando en parte la normalización y valorización de los alimentos locales. Las campañas de difusión, sensibilización y formación, de consumidores pero

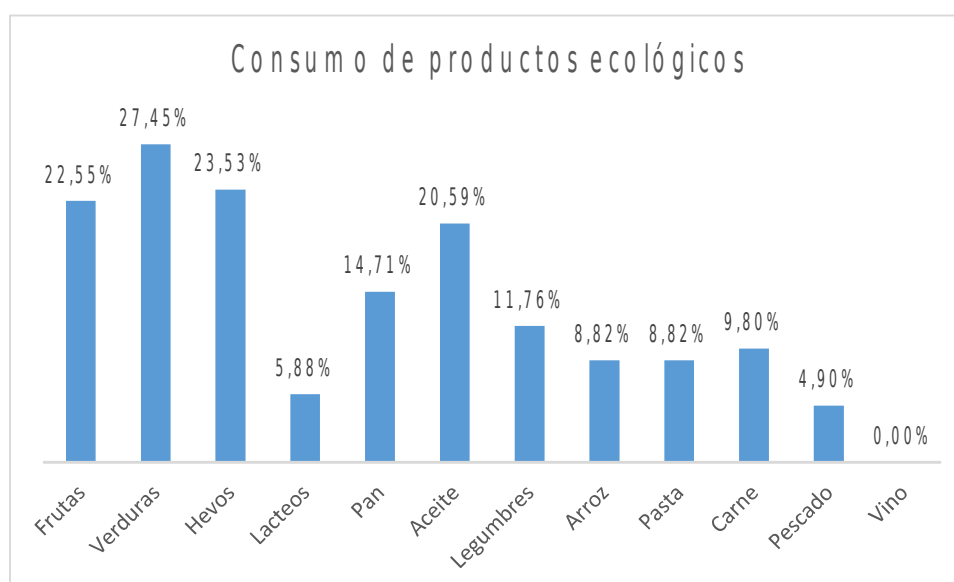
también de las tiendas, junto a la mayor visibilidad en las tiendas se presentan como una necesidad evidente para poder dar respuesta a las dificultades planteadas por gran parte de la población.

2.3. Consumo de productos ecológicos

A la hora de identificar el consumo de productos ecológicos, la pregunta se acompañaba de una definición que sirviese para evitar malentendidos o confusiones con respecto a qué se entiende por tales productos: “alimentos etiquetados como de origen ecológico o de los que tenga constancia de su origen ecológico (por producción propia)”. Ante esta definición, el 41% de las personas dice consumir habitualmente alimentos etiquetados de origen ecológico o de los que tiene constancia de su origen ecológico.. Un dato que está lejos del 77% de la investigación estatal.

A su vez, si consideramos una definición estricta de personas consumidoras de productos entendiendo como tales aquellas personas que tienen un consumo moderado o alto de productos ecológicos (4 o más productos que se consumen bastante, mucho o siempre) el porcentaje de consumidoras es de 7,8%, frente al 9% del ámbito estatal.

Si analizamos el consumo por alimentos vemos que los más reconocidos son el aceite (60,7%), los huevos (58,8%), las verduras (57,8%), la fruta (51,8%), el pan (49%), las carnes (42,1%) y los lácteos (28,4%). Aunque, analizando el consumo por tipo de producto teniendo en cuenta su cantidad o asiduidad (sumatorio de Bastante, Mucho, Siempre) vemos que lo más consumido son las verduras (27,4%), los huevos (23,5%), las frutas (22,5%), el aceite (20,6%), el pan (14,7%), las legumbres (11,7%), la carne (9,8%), el arroz y la pasta (ambos 8,8%) y el pescado (4,9%), y un sorprendente 0% referido al vino ecológico.



En todo caso, en los resultados sobre el consumo de productos ecológicos hay cierta influencia de un tipo de producto “ecológico” no certificado del que se asegura que “no tiene productos químicos ni venenos” pero sin ningún tipo de garantía ni control sobre su método de producción: en algunos casos corresponde a alimentos de autoconsumo, de las huertas familiares o las gallinas para la casa, pero en otros casos también corresponde a una pequeña parte de alimentos vendidos en tiendas con el calificativo “informal” de ecológico, ya sea porque “no tenga abonos, porque son de un conocido, porque son de la zona” pero de los que no existe, en la mayoría de los casos, un control verdadero sobre el tipo de manejo.

Así, el 22,5% de las personas encuestadas responden que compran sus productos ecológicos “directamente al productor o productora” y un 21,5% dice adquirirlos en “tiendas de barrio con productos ecológicos”, además de un 16,7% que “autoproduce” sus alimentos en “ecológico”.

Este tipo de consumo se dispara en la temporada de verano en el que la huerta cordobesa, como ya hemos visto con los productos locales, posee un reconocimiento y una producción muy alta. Sin embargo, tal y como hemos visto en los capítulos de producción y distribución, estas pequeñas producciones familiares y que en momentos de pico de producción venden o huertas estacionales que sirven como complemento de renta en verano, no parecen tener en la mayoría de los casos un manejo ecológico, sino un manejo que si acaso tiende a no usar fertilizantes sintéticos y que “prácticamente” no usa venenos para plagas y enfermedades “a no ser que sea necesario”.

Por otro lado, el que haya un 21,5% de personas que compran productos ecológicos en tiendas de barrio parece una respuesta excesiva para el grado de implantación de alimentos ecológicos en el comercio de proximidad de la ciudad, y más aún cuando el muestreo se realizó entre las personas que entraban o salían de las tiendas de proximidad analizadas en el capítulo de Distribución y que mostraban un 14% de tiendas con oferta de productos ecológicos certificados. O mejor dicho, este porcentaje obtenido en el Consumo viene a complementarse necesariamente con los resultados del tipo de oferta “ecológica” caracterizada en el capítulo correspondiente: una oferta que refuerza este discurso de lo “ecológico” desde la falta de criterios efectivos ni mecanismos de gestión ni control ni garantía.

En estas pequeñas tiendas de barrio son consumidos los productos de temporada como productos ecológicos: en su gran mayoría en estos establecimientos se busca el tomate de Alcolea, los espárragos de temporada, las habas de temporada, las alcachofas, las naranjas de Palma del Rio, las acelgas del agricultor de la zona y toda la producción de verano, confundándose esta producción cercana, y a veces de personas conocidas, con producción ecológica.

Así, este “subsector” informal y sin ningún tipo de control (ni por certificación ni por seguimiento de ningún tipo entre productores, distribuidores y consumidores más allá de la “confianza” en ese discurso laxo sobre lo “natural”, “sin abonos”, “sin venenos”, de “de fulanito”), viene a alimentar la confusión y la desconfianza en cierta población que exige elementos de control para aquellos productos que se pongan en el mercado como “ecológicos” y terminan por poner en duda a todo el sector y el propio método de manejo ecológico. Este tipo de producciones viene a reforzar la percepción de algunas personas que acusan a lo ecológico de ser una “estafa” y de ser una “moda”, una moda en la que algunos productores (en este caso, especialmente estos pequeños productores “informales”) se aprovechan de la situación: un discurso que se amplía y se extiende a todo el sector, a pesar de ser uno de los sectores más controlados en el actual sistema agroalimentario y al que se le exige el cumplimiento de una normativa mucho más exigente que al ámbito convencional.

Por otro lado, desde una perspectiva optimista, estos resultados plantean el reto de la definición de lo ecológico, su visibilidad, partiendo de cierta predisposición hacia este tipo de “alegaciones” vinculadas a lo “natural” y “ecológico”, más allá de que dichos alimentos estén producidos verdaderamente bajo un estilo de manejo (agro)ecológico.

Por su parte, como vimos en el capítulo de Producción, este subsector plantea un reto sobre los procesos de acompañamiento a la producción local y su papel a la hora de abastecer de productos locales y en posible transición hacia manejos (agro)ecológicos o al menos más sostenibles.

El siguiente canal de compra de productos ecológicos es el de los supermercados, usados por el 20,5% de las personas encuestadas: en este caso, podemos aventurar el impacto de la incorporación de una línea de productos ecológicos en Deza en un porcentaje relativamente alto de este canal con

respecto, por ejemplo, al dato estatal que se sitúa en un 12%. A su vez, las grandes superficies son usadas por un 9,8% de las personas encuestadas -un punto menos que la encuesta estatal-.

Los canales especializados de productos ecológicos certificados, las “tiendas de asociación de productores ecológicos” y los “mercados de productores ecológicos” se sitúan en un 13,7% y 10,7%, respectivamente. Datos superiores a los resultados estatales, que arrojan datos de 10% y 9%, respectivamente.

A su vez, el canal especializado pero desde estilos de consumo más alternativo y autogestionado como son los “grupos de consumo” se sitúan en un 3,9%.

Mientras que las herboristerías arrojan un resultado de 4,9%.

2.3.1. Posicionamiento ideológico y práctico ante los productos locales y ecológicos

A continuación, al igual que en los capítulos previos, mostramos los resultados del posicionamiento ideológico y comportamientos orientados a la práctica de las personas encuestadas con respecto a determinadas cuestiones sobre los sistemas agroalimentarios, el papel de las políticas públicas y el propio comportamiento individual. Los resultados de la encuesta de Córdoba aparecen en la parte de la izquierda de la tabla mientras que los resultados estatales aparecen en la parte de la derecha. Los totales suman los resultados de las respuestas “muy de acuerdo” y “bastante de acuerdo”.

Por parte de las personas consumidoras la demanda a las políticas públicas es abrumadora: tanto para que favorezcan más la producción y la distribución (96%) como para que hagan más para evitar el uso de productos químicos o aditivos artificiales (91,18%). Datos que son más exigentes que los obtenidos en la encuesta estatal: podemos suponer que el espacio municipal permite una reivindicaciones más próximas y, por tanto, mayor exigencia a las administraciones públicas. En todo caso, es reseñable el gran consenso que existe en torno al uso de productos químicos y aditivos artificiales en la alimentación y la desafección existente con respecto al papel de las administraciones públicas en el control del sistema agroalimentario dominante.

En cuanto a la opinión sobre el porcentaje mínimo de determinado productos locales en los establecimientos, la respuesta, aunque mayoritaria (78,4%) se matiza en muchos casos con el discurso sobre la no imposición, sino desde la promoción y la concienciación, entendiendo que dicho porcentaje de productos locales sería algo deseable, pero no obligatorio. Esta respuesta quizá pueda venir a responder a la desinformación y poca visibilidad de los productos locales que vimos anteriormente.

Respecto a la alimentación en centros escolares y hospitalarios, que la alimentación fuese local tiene un apoyo del 89,1%, a la vez que la comida ecológica se mantiene en un 83,3%. En este caso, sobre el uso de productos locales en la restauración colectiva pública si no se genera un entusiasmo todavía mayor (55% muy de acuerdo, 33% bastante de acuerdo) se debe a las dudas de parte de la población sobre cómo se pondría en marcha esta política y cómo se gestionaría: pero en cualquier caso, el apoyo es absolutamente mayoritario y entusiasta; a la vez que en lo ecológico se plantean algunas dudas sobre el sobrecoste que esto generaría y si existe una oferta suficiente para abastecer este sector.

Con respecto al ocio alimentario, la práctica y/o predisposición a acudir a restaurantes y bares con productos locales es de 68,8%. Mientras que en el caso de la comida ecológica se sitúa en un 62,7% (también con un menor entusiasmo en forma de “muy de acuerdo”); en cualquier caso, este dato es mayor que en los resultados de la encuesta estatal (57%). En este aspecto, en algunas ocasiones se

ha planteado cierta confusión entre los platos típicos y los productos locales, en la que el típico flamenquín o el salmorejo, por ser típicos entran a veces en la categoría de producto local a pesar de que sus materias primas no han sido producidas cerca de Córdoba. Por lo tanto, retomamos la cuestión, como vimos en el capítulo de Restauración, de la necesaria visibilidad y promoción de los productos locales (y ecológicos). A su vez, respecto al ocio alimentario ecológico en Córdoba, como vimos en el capítulo correspondiente, el sector es excesivamente escaso y no parece estar acogiendo ni dando respuesta a esta predisposición de un 29,4% que está “muy de acuerdo” y de un 33,3% que está “bastante de acuerdo”.

Sobre la predisposición a “dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales apoyando canales alternativos como mercados de productores, grupos de consumo, etc.”, hay un 69,6% de personas encuestadas que declaran estar “muy de acuerdo” o “bastante de acuerdo”. Algo que, sin embargo, contrasta con el porcentaje de respuestas que no consumían alimentos locales porque priorizaban la comodidad o el precio, si bien, como discutimos en su momento, tiene que ver con la visibilidad y la promoción de dichos alimentos en los puntos de venta habituales. Con respecto a los resultados estatales (77,8%) este dato es algo inferior.

Por último, hay un consenso casi absoluto sobre la conveniencia de que existiese en Córdoba un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad con el apoyo de las administraciones públicas. Un consenso compartido con las personas encuestadas del sector de la distribución y de la restauración.

	Resultados de la encuesta en Córdoba (2017)					Resultados de la encuesta estatal (2016)				
	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo	TOTAL	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo	TOTAL
Las políticas públicas deberían favorecer más la producción y distribución de alimentos locales	72,55	23,53	3,92	0	96,08	57,4	34,0	3,7	2,5	91,4
Los establecimientos de venta deberían tener un porcentaje mínimo determinado de productos locales	50	28,43	17,65	3,92	78,43	42,2	41,5	8,0	6,1	83,7
La administraciones públicas hacen lo suficiente para evitar el uso de productos químicos o aditivos artificiales	4,9	3,92	33,33	57,84	8,82	6,4	12,3	31,7	40,2	18,7
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción local	55,88	33,33	10,78	0	89,1	40,0	42,8	10,2	4,0	82,8
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción ecológica	43,14	40,20	14,71	1,96	83,34	31,2	39,6	17,2	7,1	70,8
Elijo o elegiría establecimientos de restauración	36,27 %	32,35	25,49	5,88	68,62	26,4	40,4	18,0	10,8	66,8

(restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizasen productos locales										
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizasen productos ecológicos	29,41 %	33,33 %	30,39 %	6,86%	62,74	22,4	34,6	23,2	14,5	57,0
Estaría dispuesto a dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales apoyando canales alternativos como mercados de productores, grupos de consumo, etc.	33,33 %	36,27 %	20,59 %	9,80 %	69,6	30,6	47,2	12,0	6,7	77,8
Las instituciones deben apoyar/aportar/facilitar recursos y políticas para que Córdoba tenga un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad	73,53 %	25,49 %	0,98 %	0%	99,02					

2.3.2. ¿Cómo piensa que la administración pública podría apoyar el consumo de productos locales?

Al preguntar a esta muestra de personas consumidoras sobre cómo creen que la administración pública podría apoyar el consumo de productos locales, las respuestas de las 63 personas que aportan ideas se reparten, de mayor a menor número de respuestas, entre 1) ayudas: diferentes tipos de subvenciones y ayudas directas o rebajas fiscales, 2) políticas públicas que tiendan a proteger a los productos locales: regulación de grandes superficies, formación a políticos sobre el tema, control del mercado, 3) publicidad e información: mayor información sobre dónde comprarlos, campañas de comunicación e información, 4) ayudas a productores: subvencionándoles, rebajas fiscales, apoyo a sus ventas, 5) apoyo a los mercados y ferias de productores y de productos locales, 6) políticas de agricultura urbana que faciliten la implantación de huertos sociales y huertos profesionales, 7) compra pública.

3. Consumidores de productos ecológicos: contexto, limitantes y estrategias de superación

En este epígrafe se analizarán los resultados de dos grupos de discusión en el que participaron consumidores en Córdoba capital de productos ecológicos seleccionados según la cantidad de consumo de alimentos ecológicos y los canales usados para su acceso: 1) un grupo de discusión de personas consumidoras “militantes”. personas con un nivel de consumo de productos ecológicos muy alto y que usaba especialmente canales alternativos y 2) otro grupo de discusión con personas “concienciadas”, con un consumo alto de productos ecológicos que combinaban los canales alternativos con los más convencionales; además se harán referencias a los resultados de otro grupo de discusión realizado con consumidoras rurales de la Sierra Subbética, vinculadas a la experiencia de producción y distribución de alimentos ecológicos “Subbética Ecológica”. Igualmente se harán

referencias a los grandes consensos reconocidos en el análisis de otros ocho grupos de discusión realizados en el resto de capitales de provincia de Andalucía oriental y occidental (a excepción de Huelva y Almería) y otras dos zonas rurales con iniciativas de consumo de productos ecológicos consistentes (Guadalhorce y Lebrija).

Los grupos de discusión han tenido como impulso inicial el tema “¿Qué es *Comer bien*?” para a partir de ahí comprobar cuál era la deriva discursiva del grupo. Esta deriva se ha producido en torno a la alimentación, la agricultura, el sistema agroalimentario y la agricultura ecológica.

La fase de constitución de los grupos y el consecuente consenso inicial son muy similares en todos los grupos, ya que los argumentos que se manejan se centran en todos los grupos en considerar el *Comer bien* como algo que remite de manera genérica a la comida sana; en el caso del grupo más “militante”, a ese posicionamiento desde lo sano, surgía la intencionalidad ideológica del consumo y la percepción de la alimentación como una muestra de un estilo de vida vinculado a formas alternativas de consumir, de cocinar, de comprar, de cómo gestionar la alimentación, etc.

Comida sana contra la enfermedad y para la salud

La salud es el contexto inicial en el que se posicionan mayoritariamente todos los grupos, aunque el grupo “militante”, con personas de menor edad, le da menor protagonismo. La maternidad supone otro detonante a la hora de preocuparse por la comida sana. En otros casos, la enfermedad funciona en muchos casos como detonante para el cambio de hábitos, ya sea la incorporación o exclusión de algún tipo de dieta o alimento, el consumo de productos ecológicos o el cambio de estilos de consumo en general.

Comida variada y equilibrada: comida casera, cuchareo, comer de todo

En este contexto, la salud en la alimentación es entendida como el seguir una dieta variada y equilibrada que se asocia en la mayoría de los casos con la comida casera, la comida tradicional y el “cuchareo”, y seguir el precepto cultural del “comer de todo”. Esta dieta tradicional se asocia a la “comida casera” basada en el consumo de verdura, legumbres y cereales, escaso consumo de carne, eliminación de la comida precocinada y procesada industrial, sin bollería industrial ni refrescos, etc. La mayoría de los grupos se decantan por una especie de dieta “vegetariana flexible”, que conecta claramente con una dieta tradicional de bajo consumo de carne, previa a la introducción de carne industrial como base de la dieta moderna.

Comer bien es comer comida inocua

La salud se entiende como la preocupación por los añadidos químicos en la alimentación: ya sean pesticidas y fertilizantes de síntesis en la producción agraria o aditivos sintéticos en la comida industrial y procesada. Este es uno de los ejes fundamentales que emerge claramente según avanzan los hilos argumentales de los grupos a la hora de plantear el papel negativo de la distribución agroalimentaria, el marketing y la publicidad, y todo aquello que tiene que ver con el modelo hegemónico en la alimentación agroindustrial y la construcción y normalización de hábitos de consumo poco sanos con productos de poca calidad.

Alimentos de calidad

El *Comer bien* requiere de una serie de alimentos que deben cumplir ciertas características, es decir, deben ser “alimentos buenos” y esos son los productos a los que se les atribuye una mayor calidad. La calidad, sumando elementos que aparecen de manera más o menos explícita en todos los grupos, queda definida por varios elementos: 1) el origen, en sentido amplio, 2) el sabor y 3) estar libres de químicos.

Origen

Las consumidoras de estos grupos de discusión le dan una enorme importancia a que los alimentos que compran y consumen tengan un origen más o menos conocido: le piden a sus alimentos que

sean locales y de temporada, es decir, cierta “proximidad”. Todo lo cual se vincula a una conexión de proximidad que remite a la “naturalidad” y “autenticidad” de los alimentos “de la tierra”.

Sabor

Dichas características (local, de temporada, “natural”, “auténtico”, “de la tierra”), sumadas entre sí, hacen que el alimento se asocie a un mejor sabor y contribuya al nivel de calidad percibido por las consumidoras.

Libres de agrotóxicos

Estas características son necesarias pero no son suficientes si dichos alimentos no están libres de agroquímicos. La evidencia de la agricultura industrial y química en lo local se hace palpable especialmente en los grupos de composición rural, donde tienen mayor acceso al estado de la agricultura.

Comer como acto social: comensalidad y placer

Por último, la noción de *Comer bien* es ampliada hasta incluir el acto social del comer, de la comensalidad como espacio de socialidad, de compartir y de disfrutar la comida, el acto de cocinar para una misma y para las demás, como culminación de un proceso social de homenaje colectivo en torno a los alimentos, especialmente en los casos de los grupos que plantean estrategias más comunitarias y del compartir gestión de la comida. Algo que se ve reforzado en distintos grupos por el placer del cocinar y del comer. A su vez, es de resaltar que en ningún caso el *Comer bien* o la calidad de los alimentos se ha vinculado a imágenes de alimentos o recetas “delicatessen” o “gourmet” sino, al contrario, a productos vinculados a lo cotidiano.

El modelo agroalimentario dominante: más allá de la seguridad alimentaria

Frente al modelo del *Comer bien* las consumidoras reconocen un modelo contrapuesto dominado por el sistema agroalimentario, en un sentido amplio: tanto en el modelo de producción agraria, la industria alimentaria, la publicidad y la construcción de hábitos alimentarios y estilos de consumo. En todos los grupos, después de los consensos iniciales, emerge la discusión sobre el contexto en el que se mueven y que supone la antítesis cotidiana de su construcción del *Comer bien*: el sistema agroalimentario es reconocido como un espacio donde no se cumplen ninguno de los criterios planteados para el *Comer bien* (dieta equilibrada, sin productos químicos y con alimentos de calidad), algo que va más allá del concepto de seguridad alimentaria [food safety] y que responde a una desafección alimentaria (Calle et al. 2012).

3.1. Los alimentos ecológicos en el *Comer bien*

En este contexto marcado por la caracterización de los principales elementos que posee el nuevo paradigma del *Comer bien*, los alimentos ecológicos vienen a sumarse a esta ecuación para el *Comer bien*.

Definición de productos ecológicos

En los distintos grupos de consumidoras se maneja una definición implícita amplia que asume claramente que el principal criterio para que un alimento sea considerado ecológico es que ha sido producido sin ningún tipo de agrotóxicos: herbicidas, plaguicidas, “venenos”, “potingues”, etc. En el caso de animales se plantea que hayan sido criados en “buenas condiciones”, de manera “natural”, y sin medicamentos (hormonas o antibióticos).

En cuanto al mecanismo de garantía y de identificación como tales productos ecológicos este consenso general no remite necesariamente a una validación a través de los sellos de certificación avalados por el reglamento europeo. La confianza y el grado de control se traslada a elementos sociales colectivos e individuales que otorgan esa confianza para asumir que los productos que

circulan en dichas redes son efectivamente ecológicos, sin químicos, y que se defienden y usan especialmente en aquellos grupos de canales más alternativos. Por el otro lado, está la certificación ecológica oficial, de la que se asume que es una especie de mínimo al que atender cuando no se tiene ningún otro criterio, pero a la que hay incluso cierta desconfianza en diferentes grupos. Así, el sello es claramente reconocido y reclamado en las grandes superficies y sobre todo en los productos transformados y/o envasados.

Más allá de la definición de productos ecológicos sin químicos, en los distintos grupos emerge reiteradamente la cuestión de la sustentabilidad de los alimentos. Para ello se plantean argumentos que tienen que ver con la distancia que recorren los alimentos, las condiciones de trabajo en la producción y también en la distribución, el uso de productos procesados y la cuestión del plástico en el empaquetado, y especialmente la cuestión en torno a quién beneficia este tipo de alimentos.

Análisis por canales de acceso a los alimentos ecológicos

En la siguiente tabla aparecen los distintos tipos de canales usados en cada uno de los grupos para dar respuesta a este modelo de *Comer bien* incorporando productos ecológicos.

Canal de acceso	Relación directa con las productoras	Implicación y compromiso de las consumidoras	Elección/pedido	GD
Autoconsumo	X	X	X	GD2, GD3, GD10,
Venta directa	X	-	X	GD10
Grupos de consumo de alta implicación - Cooperativas agroecológicas	X	X	-	GD2, GD3
Grupos de consumo de baja implicación – Asociaciones de consumo ecológico	Indirecta	Opcional	X	GD2, GD3, GD10
Mercados ecológicos	X	-	X	GD2, GD3
Internet	-	-	X	GD3, GD10
Tienda de barrio con productos ecológicos	Indirecta	-	X	GD2, GD3
Herboristería – Tiendas especializadas	-	-	X	
Supermercados – Grandes superficies	-	-	X	GD3

Así vemos, que ambos grupos están involucrados en grupos de consumo de alta implicación o cooperativas agroecológicas (La Acequia), en asociaciones de consumo ecológico (Almocafre), en las cestas de productoras ecológicas, acuden a los mercados ecológicos (antiguo mercado de la Casa Azul, antiguo mercado de productores de La Balanza y el actual Ecomercado).

En cuanto a las variables consideradas, al tener en mayor o menos medida relación directa con las productoras, el Autoconsumo, la Venta directa, ambos tipos de Grupos de consumo, Cooperativas agroecológicas y Asociaciones de consumo ecológico, los Mercados ecológicos y en parte las Tiendas de barrio, se perciben como canales más cercanos a cumplir con los criterios de calidad y control del origen de los productos definidos para el *Comer bien*.

A su vez, la implicación y compromiso de las consumidoras supone cierta limitación para varios perfiles de consumidoras. El modelo más valorado por parte de las consumidoras es aquel que permite de manera opcional distintos grados de participación y compromiso. A lo largo del texto se considerarán canales alternativos aquellos en los que existe algún tipo de implicación o compromiso entre productoras y consumidoras.

Por último, la capacidad de elección y de compra por pedido es algo valorado en todos los canales, a excepción de los Grupos de consumo de alta implicación y las Cooperativas agroecológicas, en las que el asumir “cestas cerradas” (con productos a elección de quien produce no de quien consume) o el diseño colectivo de la producción forma parte de la implicación y compromiso de las consumidoras con canales de proximidad y desde una visión integral de la gestión de la alimentación.

En todo caso, vemos que los distintos canales según sus variables cumplen distintas funciones y responden a las necesidades, motivaciones y demandas de distintos perfiles de consumidoras y que además no se perciben por la mayoría de los grupos como excluyentes entre sí, refiriéndose en cada grupo al menos cuatro canales de compra.

Limitantes y estrategias de respuesta para el consumo de alimentos ecológicos

Los resultados obtenidos vienen a sumarse también a la bibliografía general en la que se identifica el precio como principal obstáculo para el consumo de productos ecológicos, seguido de otras dificultades que remiten a las incomodidades que se encuentran por el camino como la falta de disponibilidad, la falta de variedad de productos, el tiempo que se gasta para poder comprarlos, o las incomodidades generadas por el cuestionamiento que supone el replantearse si dichos productos son realmente de temporada o cuál de ellos es más sustentable. En estos grupos, pues, se revelan distintos estilos y perfiles de acción social que se ubican en distintos momentos y estrategias de satisfacción de sus propios criterios para cumplir con el *Comer bien* y cómo alimentarse con alimentos ecológicos.

Precio

En los distintos grupos el precio se percibe como un primer factor limitante, identificándose los productos ecológicos como alimentos más caros que los convencionales y con precios que pueden hacerlos inaccesibles. En todos los grupos se reconoce que los productos ecológicos son más caros que los convencionales y que eso a algunas asistentes a los grupos les supone una barrera para que su cesta de la compra incluya más productos ecológicos, aunque quienes usan canales de Venta directa o Grupos de consumo y Cooperativas agroecológicas o Asociaciones de consumo ecológico, como veremos a continuación, llegan también a negar este limitante.

En todos los casos, se termina por reconocer que para quienes ya consumen ecológico el precio es una dificultad más entre otras, y no el factor determinante, para poder consumir más productos ecológicos. Así pues, el precio se relativiza y se ponen en práctica estrategias de cambios de hábitos de alimentación y de gestión que hacen que el dinero gastado en alimentación no sea mayor que alimentándose dentro del modelo alimentario hegemónico.

En este contexto, como estrategia fundamental, el cambio de dieta hacia un modelo de “comida casera”, de más verduras, legumbres y cereales, menos carne y menos comida procesada cumple la función no sólo de ser una alimentación sana sino también más barata y accesible con productos ecológicos, que se enfrenta radicalmente con los patrones dominantes del sistema agroalimentario (que fomenta el consumo de productos superfluos y precocinados que son menos sanos y que encarece en gran medida el gasto alimentario de los hogares).

La “sustitución de insumos” en la alimentación, es decir, el cambiar productos convencionales, especialmente los procesados, precocinados y otros alimentos superfluos no básicos (snacks, chucherías, refrescos, etc.), por productos ecológicos sin cambiar el resto de hábitos ni el patrón alimentario es lo que se reconoce como absolutamente inaccesible por los precios en ecológico de esos productos y por lo excesivamente baratos que son en convencional.

A su vez, la preferencia por alimentos más básicos y baratos es una práctica habitual frente al consumo de alimentos como los procesados de tofu o seitán, o productos menos habituales y caros, y en cierto manera “de moda”, como la quinoa, la chía, las lentejas rojas o el arroz basmati, por ejemplo.

A ello se une la preparación casera de transformados más sanos y más baratos: bizcochos y tartas, pan, patés vegetales, leches vegetales, etc. Lo cual supone una estrategia que: reduce costes ya que este tipo de productos procesados ecológicos son muy caros, aprovecha excedentes de temporada y que en algunos casos es una resistencia desde la gestión integral y revalorización de la alimentación casera frente al modelo dominante.

Por otro lado, hay quienes plantean que los alimentos ecológicos sacian más que los convencionales y, por tanto, se necesita consumir menos cantidad aunque puedan llegar a ser más caros que los convencionales (pan, arroz, azúcar y también las verduras y hortalizas).

Además, el precio deja de percibirse como un elemento de referencia absoluto y pasa a contrastarse con respecto a cuáles son las prioridades de gasto de dinero individual, familiar y colectivo. A lo que se añade la valoración de los beneficios directos e indirectos sobre la salud y sus costes monetarios y no monetarios.

A su vez, el precio como limitante se ve desbordado en algunos grupos por la elección no sólo de la composición de la cesta de la compra y los hábitos de consumo, sino también por los canales de acceso a dichos productos ecológicos.

Igualmente, la combinación de productos ecológicos y no ecológicos es una constante en la mayoría de los grupos, en este caso, como forma de recudir el coste de la compra y también por falta de disponibilidad y diversidad.

ESTRATEGIAS PRECIO	GD
Cambio de dieta hacia un modelo de “comida casera”, de más verduras, legumbres y cereales, menos carne y menos comida procesada y superflua	GD2, GD10
Reducción de consumo de alimentos frente a consumismo: no chucherías y productos superfluos	GD2
Elección de productos básicos de menor precio respecto a productos novedosos o de moda	GD2, GD10
Preparación casera de transformados: bollería, pan, patés y leches vegetales	
Reducción de cantidades: alimentos ecológicos “alimentan” y sacian más	
Cambio de prioridades en torno al precio, al consumo, el ocio, y la alimentación	GD2, GD3, GD10
Valorización de la relación con la salud (costes monetarios y no monetarios, directos e indirectos)	GD3, GD10

Búsqueda y uso de canales complementarios	GD2, GD3, GD10
Combinar ecológico con convencional	GD2, GD3, GD10

Disponibilidad y diversidad

La disponibilidad de los productos ecológicos es otro de los grandes limitantes señalados en los distintos grupos: a veces es demasiado difícil poder comprar alimentos ecológicos. En todos los grupos se plantea que hay pocas tiendas donde se vendan, las tiendas y fruterías de barrio no tienen fruta y verdura ecológica, hay pocas tiendas especializadas, y los canales hegemónicos no incluyen o incluyen muy poca oferta de productos ecológicos. Los comedores escolares u hospitalarios tampoco lo incluyen. La restauración no ofrece en su carta productos ecológicos. Y no existen apenas mercados de productores ecológicos. Y en especial se echa de menos una mayor oferta de fruta y de carne ecológicas.

Para tratar de superar las limitaciones de falta de disponibilidad, la combinación de diversos canales de compra, como ya se ha planteado previamente, es una práctica habitual buscando en otros puntos de venta lo que no se encuentra en los demás.

Se reconoce que existe una carencia de puntos de venta para poder facilitar que se consuman estos alimentos ecológicos, pero en los distintos grupos a la hora de plantear su propia práctica, a través de sus combinaciones de canales de compra y sus estrategias de cambios de hábitos alimentarios, en gran parte logran desbordar estas limitaciones de disponibilidad o diversidad.

La falta de diversidad es planteada en algunos casos como un limitante. Esta queja tiene muy diferentes motivaciones y soluciones según los perfiles. Por un lado, hay quienes reclaman una mayor diversidad de productos procesados y una oferta permanente durante todo el año de productos frescos, como parte de la costumbre del modelo alimentario convencional y que reclaman en parte a la producción ecológica que responda a sus demandas. Por otro lado, el otro tipo de queja, que se plantea con cierto sentido del humor y comprensión, es el que proviene de quienes al participar de canales muy vinculados directamente a la producción local y de temporada, tienen bastante cantidad de productos ecológicos pero plantean una propuesta de mejora que se dirige a que la diversidad de variedades y especies de temporada sea mayor, evitando momentos de exceso de algún producto (por ejemplo, acelgas, habas o berenjenas) que hacen monótona la alimentación.

Ante esta situación, en estos canales de relación más directa con quienes producen, cuando se considera necesario, se plantea el diálogo y el intento de planificación con mayor diversidad en la huerta. En todo caso, en la mayoría de los casos esta “queja” no es óbice para reconocer que en parte esta es la contrapartida de preferir y elegir los alimentos de temporada.

Así, esta “saturación” de algunas especies se incorpora al cambio de hábitos alimentarios y de gestión. Por un lado, recurriendo a la creatividad en la cocina: unas veces recuperando recetas tradicionales y otras inventando, experimentando y descubriendo recetas de otros tipos de cocinas que hagan que este exceso de algunos alimentos se convierta en una oportunidad de comer de nuevas maneras. Por otro lado, ampliando el nivel de gestión de los alimentos: es decir, la conservación de esos productos de temporada para poder consumirlos “fuera de época” a través de la realización de embotados o su congelación, unas veces como materia prima o cocinados en distintas recetas.

Estrategias que se enmarcan en un cambio en la lógica de consumo y en el modelo de alimentación; y que, a su vez, pasan, como veremos en el siguiente epígrafe, por el nivel de conocimientos y habilidades en torno a la gestión de la alimentación.

ESTRATEGIAS DISPONIBILIDAD Y DIVERSIDAD	GD
Búsqueda y uso de canales complementarios (incluyendo Autoconsumo)	GD2, GD10
Diálogo con las productoras para mayor diversidad	GD10
Cambio de modelo de dieta y de lógica de consumo: proceso de conversión - transición	GD2, GD3, GD10
Asumir cierta limitación de diversidad como consecuencia del consumo de Temporada	GD2, GD10
Creatividad en la cocina	GD2, GD10
Conservas (embotados, congelados, etc.)	GD10

Conocimientos y habilidades

En este contexto, los conocimientos y habilidades para gestionar la alimentación cotidiana individual o familiar se plantean como un factor clave para superar los limitantes del precio y de la disponibilidad y la diversidad, dando respuesta a sus criterios de *Comer bien* incorporando alimentos ecológicos.

Desde esta perspectiva se reinterpreta la relación con la comida y se integra de manera explícita y práctica la gestión completa de la alimentación: pensar qué poner de comer según la temporada, el presupuesto, los productos que haya disponibles, los gustos familiares, los tiempos y ritmos de comensalidad; pensar en cuándo hacer la compra y/o recoger la cesta; cocinar las verduras y el resto de la comida; compartir la comensalidad y la socialización sobre la alimentación y los hábitos alimentarios; conservar alimentos, dejar preparados para su consumo para otro día en el que no se puede cocinar; adaptar y aprender recetas, etc. Tareas invisibles que han estado presentes, normalmente en las manos, los tiempos y los cuidados de las mujeres de cada familia, pero que con la modernización se vieron en parte asumidas por la industria que, a su vez, ha devuelto productos procesados y precocinados para dar respuesta a la situación de incorporación de las mujeres al mercado laboral, mientras que las mujeres seguían cargando con el resto de las tareas de gestión de la alimentación. En fechas más recientes, sin embargo, se trata de una cuestión de desagrarización cultural generalizada por la que las personas de la ciudad, aunque también de los pueblos, cada vez tienen menos conocimiento sobre los procesos productivos: de dónde viene y cómo se hace para que los alimentos lleguen a sus mesas, lo cual viene acompañada de una falta de cultura gastronómica y de las habilidades para cocinar y preparar la comida, y especialmente de esa gestión integral del hecho social de alimentarse a una misma y a las demás. Una socialización que tradicionalmente se había producido en las familias, fundamentalmente a través del papel de las mujeres, de las madres y abuelas que educaban los paladares y enseñaban las formas de gestión de la comida, en sentido amplio, como parte de la división sexual del trabajo, pero que sin embargo se ha ido quebrando con las nuevas pautas y estilos de vida y la extensión del modelo dominante del sistema agroalimentario y sus hábitos alimentarios.

En este sentido podemos ver los dos polos de las pautas de socialización e información: por un lado, hay quienes al participar en otros movimientos sociales logran ampliar su campo de crítica hacia la alimentación y comparten redes de socialización y consumo crítico y consciente, ya que gran parte de los canales alternativos provienen precisamente de estas redes y están apoyados en ellas; por otro lado, hay quienes, al provenir de motivaciones más vinculadas a la salud y menos colectivas buscan formación e información de manera más formal e individualista a través de libros, cursos o asesoramiento por parte de nutricionistas. Entre ambos extremos, de manera complementaria, se recurre a cualquier espacio de socialización y fuente de información disponible para compartir prácticas, discursos y emociones. También hay quienes apuestan por incluir estas cuestiones en el ámbito escolar.

Por otro lado, los conocimientos y habilidades surgen especialmente en los casos de acceso directo a fruta y verdura de temporada a través de venta directa, cestas, grupos de consumo o tiendas. En estos casos aparece el “redescubrimiento” de la forma “natural” de las espinacas, los rabanitos, etc., o el descubrimiento de variedades locales inéditas (zanahorias moradas, tomates diversos, cardillos, brócoli morado, etc.) o verduras “novedosas” (por poco usadas actualmente o por ser incorporaciones: por ejemplo, el nabo o el hinojo y la rúcula, respectivamente) en los canales convencionales, y también el cómo cocinar esas “novedades” o nuevas recetas para cocinar la verdura de temporada de manera mucho más diversa para dar salida a los momentos de mayor producción en la huerta. Es decir, todo un descubrimiento de materias primas y recetas para dar respuesta a la producción de temporada fuera de los estándares gastronómicos de la dieta homogénea de invernadero y/o importación.

Más aún, hay otro gran aprendizaje que es gestionar estos momentos de gran producción a través de la preparación para hacer embotados o congelar los alimentos, con lo que todo ello supone de gestión de esos productos (lavarlos, cortarlos, cocerlos o asarlos, y previamente haber reunido los botes, tener espacio en el congelador, etc., y posteriormente aprovecharlos fuera de temporada), y que igualmente remite a saberes y prácticas de mujeres, y orígenes rurales, también femeninos, pero cuyos valores no económicos han sido invisibilizados.

Los conocimientos necesarios para esta gestión integral de la alimentación vinculados a los productos ecológicos tiene que ver también con el “descubrimiento” de los canales de acceso: ya sea tanto las grandes superficies, supermercados, como, especialmente, los canales “alternativos”: tiendas y cooperativas especializadas locales, grupos de consumo, cestas y venta directa con productoras.

En definitiva, la adquisición de conocimientos y habilidades referidos a los distintos ámbitos de la gestión de la alimentación para el *Comer bien* utilizando alimentos ecológicos es parte de un proceso de socialización que se desarrolla a través de distintas estrategias según los casos, pero que es ineludible para poder sortear los limitantes percibidos. Se produce un proceso de socialización y adquisición de conocimientos, habilidades, referencias de prestigio, espacios de socialización y reproducción de prácticas y discursos, que permiten desenvolverse de manera adecuada en este nuevo contexto social. Es decir, asistimos en parte a un proceso de transición o conversión en el que se cuestionan los principios básicos del modelo hegemónico del sistema agroalimentario tanto en los hábitos de consumo como en los criterios de calidad y de salud, a una transición hacia un nuevo paradigma alimentario que incluye a los alimentos ecológicos como parte de una concepción amplia del *Comer bien*.

En cualquier caso, el *Comer bien* incluyendo alimentos ecológicos requiere de una serie de conocimientos y habilidades que abarcan el reconocimiento de los alimentos, la forma de prepararlos y conservarlos, y los canales de comercialización y los espacios de socialización.

ESTRATEGIAS CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	GD
Referencias y recuerdos de los saberes y sabores de la cocina tradicional	GD3, GD10
Experimentación	GD2
Medios de comunicación, libros, cursos, asesoramiento de nutricionistas	
Búsqueda y uso de canales complementarios	GD2
Participación en redes, canales y espacios colectivos: intercambio de saberes, “hacer club”, canales alternativos, mercados ecológicos	GD2, GD10
Incluir a hijos e hijas en la gestión de la alimentación: en casa y en la escuela	GD3, GD10

Presión social

Esta transición, tal como emerge en las narraciones desde los grupos, se vive en parte como un proceso de conflicto individual, por un lado, y, por otro, con el entorno social más próximo y con el espacio hegemónico de consumo, sus valores, sus lógicas y sus prácticas. Este proceso de conversión y transición se ve condicionado, por un lado, por el conflicto propio del enfrentamiento al modelo normativo de consumo dominado por el sistema agroalimentario hegemónico, por el esfuerzo de resistir a la socialización dominante y la búsqueda de argumentos, discursos y prácticas alternativas que den respuesta al nuevo marco de referencia. Por otro lado, este proceso se ve agudizado por la presión externa que genera la propia estructura de mercado, los canales dominantes y toda su maquinaria cultural y de consumo, además de la presión ejercida por los entornos sociales más próximos que reproducen el modelo dominante.

Las consumidoras de productos ecológicos plantean la presión social que sufren en sus entornos más próximos y cómo eso les afecta en muchos casos, teniendo que gestionar sus relaciones sociales y, especialmente, la crianza de sus hijas e hijos en un espacio de cierto conflicto y cuestionamiento.

Estas consumidoras sufren la propia presión individual y el esfuerzo que supone contradecir el modelo hegemónico y dotarse de herramientas y empoderamiento para resistir la presión y buscar alternativas. Presión que se acentúa en muchas ocasiones cuando se añade algún tipo de dieta específica, vegetariana u otra, que en ocasiones conduce a más conflicto y exclusión.

En este escenario de tareas y responsabilidades, ante la carga social asumida de manera personal, en los grupos se termina por llegar a una negociación “táctica” y el “no obsesionarse”, y a veces una rebaja de las exigencias y expectativas, para evitar la culpabilidad, la sensación de “falta” ante las “tentaciones”, “no obsesionarse”. Lo cual sirve para facilitar la convivencia, y también evitar el conflicto y la posible exclusión. Aunque también hay quienes evitan el conflicto y buscan sólo espacios de confort, lo que desemboca en cierto aislamiento social.

Por otro lado, la presión social reconocida por las madres en el proceso de crianza es parte de los testimonios más directos sobre las dificultades por las que pasan quienes cuestionan el modelo hegemónico. La preocupación como madres por la salud de sus hijos e hijas y su exposición tanto a aditivos perjudiciales como a “tóxicos” y “venenos” para la salud en los snacks procesados industrialmente a los que acceden por los hábitos “convencionales” (tanto en el ámbito familiar como en el escolar) genera otro espacio de apoyo e intercambio de trucos y consejos.

Algo especialmente sensible para las madres es el cómo gestionar la relación de sus hijas con el “mundo real”, con el “mundo convencional”, con el entorno familiar y social donde no se siguen los patrones del *Comer bien* que ellas sí comparten. Algo que sufren especialmente en la escuela como un espacio de socialización de sus hijas e hijos y que no se corresponde con sus valores y contradice permanentemente sus hábitos de alimentación y de vida. Ante esta situación se desarrollan distintas estrategias que tratan de convivir “tácticamente” con los espacios de socialización alimentaria dominante, estrategias de educación permanente y negociación de límites, que tratan de adoptar una posición constructiva y educativa para facilitar la convivencia sin tener que renunciar a sus principios.

De ahí que la socialización, el hacer partícipes a las hijas e hijos en todo el proceso, se entienda como una parte más del proceso de transición hacia el *Comer bien* para la familia y para las criaturas en el futuro desde planteamientos de equidad en la apropiación y reparto de la gestión integral de la alimentación.

Frente a estas presiones, los canales de comercialización alternativos, colectivos y con cierta implicación social se convierten en espacios de acogida, confort y comprensión, y también en espacios de resistencia, de escuela de participación y de incidencia política, que aportan una comunidad y un empoderamiento individual y colectivo como parte de la construcción de estos procesos de transición hacia el *Comer bien* incorporando alimentos ecológicos. A falta de una promoción específica desde el sistema agroalimentario y las instituciones y también, por la propia esencia de algunos de los canales de acceso, el consumo de productos ecológicos se convierte en un proceso de socialización que choca de manera más o menos conflictiva con los hábitos alimentarios y los espacios de socialización en el consumo hegemónico del sistema agroalimentario. De ahí que los espacios públicos de socialización y la “normalización” pública de este consumo por parte de las instituciones sea una de las demandas surgidas desde los grupos.

ESTRATEGIAS PRESIÓN SOCIAL	GD
Convivencia “táctica” de modelos entre el <i>Comer bien</i> y el modelo convencional. “No obsesionarse”, “pecar” de vez en cuando. Negociación de límites	GD2, GD10
Divulgación y difusión a través de lo cotidiano: compartir recetas, influir en espacios educativos, sustitutos satisfactorios para “todos”	GD2, GD10
Participación en redes, canales y espacios colectivos como espacios de confort, aprendizaje y empoderamiento. Espacios de “normalización”	GD2, GD3, GD10
Aislamiento social y evitación de espacios de conflicto	GD2

Tiempo

Otro de los factores limitantes señalados desde los grupos es la falta de tiempo para poder gestionar este modelo autoasumido del *Comer bien* con productos ecológicos. Los criterios de salud, calidad, consumo más o menos crítico, búsqueda de productos más o menos locales, etc., junto a las exigencias de gestión integral de esta forma de *Comer bien* se convierten en limitantes vinculados a la falta de tiempo para dar respuesta a todo ello. Algo que va más allá de lo ecológico, aunque se acentúe, puesto que los ritmos de vida actuales dificultan esta práctica del *Comer bien*.

En este nuevo modelo del *Comer bien* se asumen de nuevo muchas de las tareas de gestión integral de la alimentación con nuevos criterios para los que no existen en muchas ocasiones “infraestructuras” ni físicas ni sociales para darles respuesta. Por tanto, en este tipo de consumo se deben reconstruir, inventar y adaptar nuevas estrategias individuales y colectivas para facilitar las tareas que de manera invisible están en la gestión de la comida: pensar, comprar, preparar, cocinar, comer, educar y disfrutar la comida. Entre ellas se encuentran el cocinar en los “tiempos libres” para dejar comidas hechas disponibles, la organización de los ritmos y tareas familiares (en la pareja y también incluyendo a madres o suegras) para la gestión de la alimentación o el compartir tareas y gestión de manera colectiva. Todo ello, dentro de un cambio de hábitos de consumo y modelos de alimentación para el *Comer bien*, que incorpora productos ecológicos.

Así, vistas las limitaciones de tiempo, surgen propuestas para facilitar esta gestión: en unos casos desde soluciones individuales que conducen a “malabarismos” culturales y nutricionales para poder cumplir con el *Comer bien* en contextos de gestión cotidiana hostiles, y otras soluciones algo más estructurales y colectivas.

Como propuesta posible se plantea la gestión “familiar” compartida de dichas tareas y responsabilidades; o cambios a través de la autoorganización colectiva, pese a que es una opción sólo practicada en algunos casos particulares. Desde una crítica global ideológica también hay quienes cuestionan el sistema en su conjunto como obstáculo y proponen un cambio de vida y un cambio de hábitos para poder *Comer bien*, vinculado a un Vivir bien. También hay quien percibe las desigualdades desde una lógica estructural a la que habría que dar respuesta desde posiciones sociales colectivas y desde las políticas públicas.

Desde una lectura feminista, en uno de los grupos que usan fundamentalmente canales alternativos, el ritmo de vida y el trabajo se reconocen como factores con los que tiene que luchar una madre y que trabaja fuera de casa y que quiere dar de *Comer bien* a sus hijas y a ella misma comida casera, con verduras, equilibrada, con productos de calidad. Eso conduce a sensaciones de culpabilidad y desasosiego por no poder cumplir con lo que entienden como su responsabilidad de crianza, cuidados, socialización, nutrición y educación. De ahí que aparezca directamente explicitada la cuestión de la economía feminista sobre los cuidados (Pérez Orozco 2014), la distribución de las responsabilidades por género y el papel del trabajo y la economía en la capacidad de cumplir con el *Comer bien* desde una interpretación amplia y crítica de la alimentación consciente.

A su vez, la exigencia de tiempo y dedicación varía fundamentalmente según los canales de acceso a los alimentos ecológicos. En principio, parecería que cuanto más cercano a la sustitución de productos convencionales por ecológicos usando canales ya existentes en el modelo hegemónico menor sería el esfuerzo. Así, al plantear criterios más exigentes de salud y calidad -y conciencia, según los casos- las dificultades aumentan ya que para dar respuesta a esas demandas se requieren canales nuevos que deben ser construidos mediante energías colectivas de manera voluntaria y desde la militancia, con otros criterios económicos, sociales, de gestión de los esfuerzos, que poco tienen que ver con las dinámicas del modelo dominante que no asume los costes reales en términos ecológicos, económicos y sociales de equidad de sus procesos. Al tener que construir esos espacios físicos y sociales de manera más o menos colectiva o individual estos canales alternativos son los que consumirían más tiempo y esfuerzo, aunque el retorno de satisfacción sea también muy alto según quienes los usan y, además, que una vez interiorizadas ciertas dinámicas de organización, estos canales satisfacen otras necesidades como las de participación, capacidad de decisión, diversidad, en el fondo resuelven la cuestión de la disponibilidad, y normalmente son más baratos.

En este sentido se reclaman apoyos para construir y usar espacios colectivos donde se facilite el acceso a estos alimentos ecológicos para el *Comer bien* evitando u organizando de manera más eficiente el gasto de tiempo y esfuerzos individuales y colectivos.

ESTRATEGIAS TIEMPO	GD
Cocinar en los tiempos “libres”: domingos, noches, etc., y dejar la comida hecha (en la nevera o en el congelador) o bases a las que añadir o combinar otros alimentos para formar comidas completas	GD2, GD3
Organización y reparto familiar (incluyendo a madres y suegras) de tareas de gestión de la alimentación	GD10
Compartir comidas - Vida en comunidad	GD2
Estilos de vida: priorizar “buen vivir” - “decrecimiento”	GD2
Organización en canales colectivos	GD2
Búsqueda y uso de canales complementarios	GD2

Políticas públicas

El papel de las administraciones públicas es otro de los limitantes señalados desde los grupos para el consumo de alimentos ecológicos. Desde todos los grupos se considera que las administraciones públicas debieran hacer más por apoyar este tipo de producción y por facilitar la existencia de más puntos de venta, más mercados ecológicos y por incluir los alimentos ecológicos en sus criterios de compra pública y en los comedores colectivos que dependen de administraciones públicas como colegios, residencias, hospitales, etc.

Más aún, en el proceso de socialización que tratan de llevar a cabo o que les gustaría poder cumplir, el papel de los comedores escolares no ayuda en nada, ya que se reconoce su mala calidad y su falta de espíritu formador y sensibilizador en torno a criterios de salud, calidad y sustentabilidad o alimentación consciente.

Igualmente, se critica que las administraciones públicas sigan dando cobertura -mediante normativas de producción, de seguridad alimentaria y etiquetado, facilitación a instalación de grandes superficies y supermercados, etc.- a un sistema agroalimentario hegemónico que produce y promueve alimentos y modelos alimentarios insanos, contaminantes e injustos.

En estos casos, las estrategias para incidir en las políticas públicas van desde la pura queja individual hasta la participación en organizaciones, asociaciones y movimientos sociales que tratan de tener algún tipo de posición social y de incidencia política ante las administraciones, reivindicando la agricultura ecológica, la agroecología o la soberanía alimentaria. Por otro lado, también se da el discurso y la práctica de la “desconexión” y la autonomía, que no cuenta con las administraciones sino que, más allá de las políticas públicas, apuestan por la construcción de experiencias y redes autónomas construyendo comedores escolares o cooperativas agroecológicas autogestionados.

ESTRATEGIAS	GD
Participación en organizaciones de consumo ecológico y movimientos sociales	GD2, GD3
Creación de experiencias de autogestión - Autonomía	GD2

3.2. Conclusiones

A través del análisis de estos grupos de discusión podemos apreciar los principales limitantes que sufren aquellas personas que ya son en la práctica verdaderas consumidoras de productos ecológicos, lo cual nos da muestra también de los retos que deben afrontarse para dar respuesta a quienes aún no son consumidoras ecológicas y se quiere que den el paso hacia este modelo de consumo.

En ese sentido, tal y como se ha planteado en diferentes ocasiones, la intervención social para el cambio de tendencia y dinámicas en torno a los productos ecológicos requieren de implicación desde todos los sectores del sistema agroalimentario, apostando por acciones integrales.

3.3. Cooperativa agroecológica La Acequia

La Acequia es una experiencia de cooperativa agroecológica, es decir un proyecto de autoproducción de verdura agroecológica basada en procesos de autogestión, aprendizaje de agricultura agroecológica y aprendizaje de procesos colectivos, como espacio de soberanía alimentaria y crítica del sistema agroalimentario dominante. Para esta presentación tomaremos un documento interno del colectivo usado para su difusión:

¡Hola! ¿Conoces La Acequia? Déjame que te cuente en qué consiste...

Somos una asociación agroecológica que se llama “La Acequia”. Es un colectivo que lleva más de [12] años tratando de promocionar el consumo de productos ecológicos mediante el cuidado de la tierra y de las personas. Tenemos una huerta común en San Antonio (El Carpio), que nos cede un compañero, donde cultivamos verduras de temporada. Vamos a trabajar en ella, como mínimo dos o tres horas al mes (depende de la necesidad). Los jueves

hacemos reparto con todas las verduras que se recogen, que normalmente nos da para comer toda la semana productos frescos, sanos y naturales.

Somos un colectivo de unas 80 personas que nos dividimos en [7] grupos para facilitar la gestión de tantas personas.

Tenemos una reunión de grupo al cabo del mes, y una persona de cada grupo acude en representación a la asamblea de enlace con el resto de grupos. En ésta se toman decisiones. También ponemos [entre 20 y 40 euros según el tamaño de la cesta] al mes cada persona para mantenimiento de la huerta (materiales, estiércol, hortelano, furgoneta...)

Tenemos un hortelano estupendo que nos guía a la hora del trabajo en la huerta -que está preciosa y sólo nos hace falta un poquito más de gente.

Yo creo que merece la pena apoyar este tipo de iniciativas locales, de consumo responsable y de procesos horizontales. Se aprende mucho, tanto de cultivar como de procesos.

[Más información en su blog <http://www.la-acequia.blogspot.com/> y en su facebook: <https://es-es.facebook.com/LaAcequiaHuerta/>]

Si te ha gustado la idea...sigue leyendo... a continuación detallamos un poco más en que consiste la huerta y las funciones de cada persona y grupo dentro del colectivo. Es muy importante su conocimiento para un buen funcionamiento del colectivo, para que las verduritas vayan bien, etc.

- 1 reunión mensual por grupo para tratar los puntos del orden del día que se verán en la asamblea de enlace mensual de la acequia. Ese día decidimos una persona que va en representación del grupo a la asamblea de enlace mensual. Cuando alguien es nuevo no va solo a la asamblea de enlace (se acompaña por un veterano). Estas reus de grupo suelen ser muy amenas, quedamos en nuestras casas, cada uno lleva algo de tapeo y de beber, etc...

- 1 asamblea de enlace de todos los grupos (lo que hemos comentado antes de que una persona o dos van en representación del grupo). Se hablan los temas previamente tratados en la reunión de cada grupo que conforman el orden del día. Se realiza el primer miércoles de cada mes a las 20.00 en la casa azul.

- Media cesta: 20 o 40 euros/mes [según el tamaño de la cesta] que se pagan en la reunión mensual de grupo (para llevar todo el dinero del grupo a la asamblea de enlace de cada mes).

- 2 ó 3 horas de trabajo al mes por media cesta (depende de lo que diga el hortelano, hay meses que con dos horas es suficiente y meses que se necesitan 3), normalmente cuando se va se hace un poco más, porque una vez estás allí aprovechas... entre todos los integrantes de cada grupo tenemos que llegar a "X" número de horas de trabajo mensuales. Si por ejemplo un mes como grupo no llegamos a las "X" horas que tengamos que hacer...se nos pone una tarea compensatoria el siguiente mes, pero lo ideal es que esto no tenga que suceder porque la huerta y los cultivos nos necesitan cada mes.

- Cuando entras en la acequia lo ideal es que no sea algo muy temporal, estar un par de meses no puede ser, ya que se necesita tiempo para coger rodaje y la estabilidad en este colectivo es importante.

- Cuando dejas la acequia hay que avisarlo con dos meses de antelación y colaborar en la búsqueda de sustituto para que afecte lo menos posible al grupo y a la acequia en general. Tenemos a un hortelano contratado y por ello tenemos que ser responsables con la estabilidad en nuestros ingresos.

- *Tareas rotativas de los grupos: hay tareas como tesorería, secretaria, furgoneta, tomar acta y dinamizar asambleas...que van rotando, algunas son mensuales, otras semestrales, etc...*
- *APOYO A LOS REPARTOS: es otra tarea rotativa, pero es muy importante su realización en tiempo y forma...dos grupos por semana les toca apoyo al reparto. Se va a la huerta y se realiza la recolección, clasificación por cajas y se carga y limpia un poco la furgo. Cada grupo debe hacer 12 horas de apoyo al reparto, en total entre los dos grupos, 24 horas, para que se pueda recolectar todo lo que esté a punto.*
- *Repartos: son los jueves en invierno a las 8 y en verano a las 8 y media en la plaza Andalucía. Cuando llueve se realiza en las setas donde ponen el mercadillo de arroyo del moro.*
- *Fiestas: se suelen hacer dos fiestas al año para sacar fondos extras...normalmente a cada grupo le toca organizar junto a otros grupos una de las dos fiestas. Te lo pasas genial! ¿Has estado en alguna?*
- *Nuestra huerta está en San Antonio, así que intentamos ir a la huerta en grupo si es posible por el tema de la gasolina y la contaminación.*

SI QUIERES CONOCER UN POCO MÁS EL COLECTIVO O FORMAR PARTE DEL MISMO, NO DUDES EN CONTACTAR CON NOSOTROS.

4. El consumo en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán

El Pacto de Milán, como se ya se ha planteado, supone una apuesta por aumentar la sostenibilidad ecológica, económica, social y cultural de los sistemas agroalimentarios locales en torno al papel de las propias ciudades y su relación con la producción, distribución, restauración, consumo y gestión para la disminución de los residuos y desperdicios alimentarios, y hacer un buen uso de los recursos naturales. Como recoge el compromiso político de la firma del Pacto de Milán en su punto 1: los ayuntamientos adheridos se comprometen a “Trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los cambios climáticos”, y para ello pondrán en marcha estrategias de coordinación e implementación de políticas públicas “para favorecer la creación de sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles”.

Planteamientos que, como vimos en la introducción, desde otros ámbitos ya estaban recogidos en torno a la propuesta de la agroecología y de la soberanía alimentaria, en el marco de los movimientos sociales que luchan por la transformación del sistema agroalimentario dominante y de sus prácticas esquiladoras y explotadoras de los recursos naturales y de las personas, con unas graves consecuencias ecológicas y sociales en el ámbito local y global.

En este caso, aprovechando el marco del Pacto de Milán, mostramos cuáles han sido los ejes y acciones identificadas explícitamente en las jornadas de trabajo desarrolladas en el proceso (más allá del) Pacto de Milán correspondientes a cada uno de los sectores del sistema agroalimentario.

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ

1. Fomentar la colaboración entre agencias y departamentos municipales y buscar la alineación de las políticas y programas que afectan al sistema alimentario en los diferentes sectores y niveles administrativos, adoptando y promoviendo un enfoque basado en los derechos; las diferentes opciones pueden incluir la contratación de personal fijo a nivel municipal, la reasignación de los encargos y de los procedimientos y la redistribución de los recursos.

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN

7. **Promover dietas sostenibles** (saludables, seguras, culturalmente adecuadas, ambientalmente sostenibles y fundadas en los derechos) a través de programas pertinentes en el campo de la educación, la promoción de la salud y la comunicación, con especial atención a escuelas, centros de atención, mercados y medios de información.

8. **Luchar contra las enfermedades no transmisibles asociadas a dietas inadecuadas y obesidad**, con especial atención, cuando sea necesario, a reducir la aportación de azúcar, ácidos grasos trans, carnes y productos lácteos-queseros, y aumentando el consumo de fruta, verdura y alimentos no elaborados.

9. **Desarrollar directrices a favor de dietas sostenibles** con el fin de informar a los consumidores, los planificadores urbanos (en particular en relación con la contratación pública de alimentos), los proveedores de servicios alimentarios, los minoristas y los operadores en el campo de la producción y la transformación alimentaria, y promoviendo campañas de comunicación y formación.

12. **Promover una acción conjunta por parte de los sectores de la alimentación y de la salud**, con el fin de actuar estrategias centradas en las personas, a favor de estilos de vida saludables y de inclusión social.

4.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

4.1.1. Alimentación sana

La alimentación sana es trabajada desde diversos actores, municipales y sociales, a través de la formación y la sensibilización, que incluye desde actividades más vinculadas a la salud a sus implicaciones en la alimentación sana, justa y sostenible.

También se incluyen investigaciones sobre hábitos alimentarios y nutrición desde la UCO, y la campaña de incidencia política y sensibilización en torno al azúcar en los alimentos realizada por VSF.

Este ámbito está estrechamente vinculado a la Sensibilización y, por tanto, podría realizarse un trabajo de articulación y coordinación entre actores y programas.

ALIMENTACIÓN SANA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable	Salud (coord) – Salud, Educación, Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación		Articulación Sensibilización Formación Alimentación sana 1
Actividades alimentación saludable, hábitos saludables...	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable		Sensibilización Alimentación sana 12
Materiales de alimentación sana (decálogo, guía didáctica y recetarios de verdura y fruta de temporada)	Salud		Sensibilización Formación Alimentación sana 9
Actividades salud a través de alimentación	IMGEMA		Alimentación sana 12
Promoción de consumo de productos agroecológicos: Ecomercado	MA	Ecomercado	Intervención distribución Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana,		Ecomercado	Sensibilización

justa y sostenible. Canales cortos y sostenibilidad			Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible	IMGEMA		Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		Almocafre	Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible: campañas 25 gramos y Dame veneno		VSF	Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible Incidencia política
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		Tianguis	Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		IDEAS	Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Aula educativa escolar: consumo responsable de productos sostenibles	Mercacórdoba		Sensibilización escolar Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana	Educación e infancia		Sensibilización escolar Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, de temporada y sostenible: escolares, mayores y otros.	Salud		Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible Sensibilización escolar
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana para familias y personas mayores	Servicios sociales		Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible Intervención social
Informe sobre la Promoción de Estilos de Vida Saludables: Alimentación Sana y Ejercicio Físico	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable Salud (coord) – Salud, Educación, Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación		Diagnóstico Alimentación sana 7 Intervención social
Investigación sobre hábitos de consumo y prácticas de dieta sostenible		ISEC	Diagnóstico Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Cocina sana y consumo de temporada		Biodiversa	Alimentación sana 7
Investigación sobre hábitos de consumo y valoración nutricional por sectores sociales. Alimentación saludable	Salud	UCO	Diagnóstico Alimentación sana 8
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible: campañas 25 gramos y Dame veneno		VSF	Alimentación sana 8 Alimentación sostenible Sensibilización Incidencia política

4.1.2. Alimentación sostenible

La alimentación sostenible es trabajada desde una mayoría de actores sociales, a través de la formación y la sensibilización sobre el comercio justo, el consumo responsable y también la soberanía alimentaria. Otras campañas hacen mayor hincapié específico en cuestiones medioambientales.

Este ámbito está estrechamente vinculado a la Sensibilización y, por tanto, podría realizarse un trabajo de articulación y coordinación entre actores y programas.

ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Promoción de consumo de productos agroecológicos: Ecomercado	MA	Ecomercado	Intervención distribución Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Canales cortos y sostenibilidad		Ecomercado	Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible	IMGEMA		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		Almocafre	Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible: campañas 25 gramos y Dame veneno		VSF	Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7 Incidencia política
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		Tianguis	Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		IDEAS	Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Aula educativa escolar: consumo responsable de productos sostenibles	Mercacórdoba		Sensibilización escolar Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana	Educación e infancia		Sensibilización escolar Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, de temporada y sostenible: escolares, mayores y otros.	Salud		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7 Sensibilización escolar
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana para familias y personas mayores	Servicios sociales		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7 Intervención social
Investigación sobre hábitos de consumo y prácticas de dieta sostenible		ISEC	Diagnóstico Alimentación sana Alimentación sostenible 7

Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible: campañas 25 gramos y Dame veneno		VSF	Alimentación sana Alimentación sostenible 8 Sensibilización Incidencia política
Campaña consumo legumbres		Mensa cívica Almocafre	Sensibilización Alimentación sostenible 7

4.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la segunda jornada de trabajo para la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba en la que se elaboró colectivamente una priorización de propuestas a implementar, al igual que en el ámbito de la distribución como vimos en el capítulo correspondiente, el consumo no se abordó de manera aislada sino que se encontraba vinculado necesariamente a estrategias integrales que abordasen la cuestión de los sistemas agroalimentarios locales como una articulación, facilitación y promoción de todos los sectores.

Así, vinculadas a estrategias integrales que afectan al consumo surgían como ideas fuerza de dichas jornadas:

1. La creación de una **Marca-Sello con criterios del Pacto de Milán**: ecológico y local, incluye proceso de sistema participativo de garantía.
2. La necesidad de **construir y reforzar espacios de producción-distribución-consumo de alimentos ecológicos-locales**, autogestionados y con apoyos institucionales.
3. La necesidad del **papel de las administraciones públicas a través de la compra pública** como forma de apoyar a las productoras, como forma de facilitar el acceso a la ciudadanía (incluida las personas desfavorecidas), como forma de sensibilización y como prioridad política orientado al Derecho a la alimentación.
4. La necesidad de la **implicación política** desde el Ayuntamiento: por ejemplo, **Plan de comercio proximidad**.
5. El papel de las **administraciones en la difusión y apoyo** a los canales cortos, comercio de proximidad y mercados de productores ecológicos y locales.

Es decir, el consumo no se entendía en estas jornadas como un hecho aislado sino que debía afrontarse desde acciones integrales que facilitasen la visibilidad y valorización de los productos locales y sostenibles a través de un proceso colectivo donde se plantease un distintivo para los alimentos con criterios de sostenibilidad (locales -incluyendo provincia-, de temporada, con manejos y/o certificaciones ecológicas, mediante canales cortos), y facilitasen el acceso a dichos productos fomentando diferentes canales, la compra pública, apoyando a los productores e incluyendo tales acciones en el Plan de comercio de proximidad.

Estas ideas fuerza, los ejes específicos y las actividades concretas, información complementaria y actores responsables se pueden consultar en los Anexos.

En todo caso, sí se plantearon algunas posibles ideas específicas para el consumo como la generación de una campaña de difusión sobre consumo ecológico responsable, de la que la Mesa de Coordinación debería hacerse cargo.

Esta campaña se vincularía a las actividades de Sensibilización, como el programa de formación y sensibilización dietas saludables y sostenibles, de temporada, que incluyese el acercamiento a productoras; un programa que estaría destinado a distintos públicos desde profesorado y alumnado universitarios y escolar, público general, centros de salud o grupos de crianza. Esta campaña sería responsabilidad de la Mesa de trabajo de "Sensibilización".

También se planteaba la creación de un observatorio social sobre alimentación, hábitos de consumo, etc. Una idea aún difusa pero que se vinculaba a la cuestión del derecho a la alimentación en un sentido extenso y la necesidad de evaluar y hacer seguimiento a las acciones generadas en este proceso (más allá del) Pacto de Milán.

La sensibilización y educación sobre reducción de desperdicios también se incluía en las actividades vinculadas al ámbito del consumo (acompañando al resto de sectores del sistema agroalimentario).

4.3. Reuniones ASACO

Por su parte, desde las reuniones de los colectivos de ASACO, el consumo se veía como una pieza más del proceso general y se lanzaban propuestas y deseos sobre “el mapa del futuro de Córdoba” que incluían, por ejemplo: Ciudadanía con mejores hábitos de consumo, Compra pública sostenible (mediante cláusulas), Más ecomercados, Revitalización mercados municipales con comercio de proximidad, Programas de salud, nutrición y alimentación, Alimentación sana y saludable accesible a toda ciudadanía, Colegios con huertos escolares y comedores ecológicos.

En otra de las reuniones de trabajo entre los colectivos de ASACO, Ecomercado y Ecocórdoba, el consumo no surgía como un eje básico. En este caso, en el marco de una reunión sobre líneas estratégicas de acción la coordinación y la capacidad de incidencia y toma de decisiones dentro de la Mesa de coordinación se veía como la mayor prioridad; y además se adelantaban cuestiones más vinculadas a la producción profesional, la distribución a través de distintos canales, priorizando el Ecomercado, y la cuestión del Parque agrario y la agricultura urbana.

4.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán

En la línea de las ideas fuerza trabajadas en la segunda jornada colectiva del Pacto de Milán, en el ámbito de la Mesa de Coordinación se plantearon propuestas de actividades integrales que facilitasen el acceso, la visibilidad, el reconocimiento y la revalorización de los productos locales y sostenibles; y algunas de ellas estaban vinculadas específicamente a la sensibilización de las consumidoras. Pero como se ha visto en los capítulos precedentes, desde la Mesa de Coordinación se ha tendido a líneas más integrales que fortalezcan los elementos previos al consumo pero con una orientación de proximidad y articulación directa con el consumo.

4.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba

Esta primera fase del proceso de implementación de la Pacto de Milán en Córdoba se cerró con una última jornada de trabajo participativo en la que se trabajaron todas las ideas y propuestas de las jornadas anteriores y lo avanzado en el marco de la mesa de Coordinación.

En esta jornada participativa las ideas fuerza y ámbitos de trabajo vinieron a reforzar las ideas ya planteadas a lo largo de todo el proceso y mantuvieron una visión integral del proceso y de la intervención en el sistema agroalimentario.

En todo caso, las ideas fuerza y propuestas más vinculadas al ámbito del consumo son las

siguientes:

- Proceso/marca Alimentando Córdoba
- Intervención en distribución
- Ámbito escolar
- Compra pública
- Intervención social
- Formación y sensibilización
- Incidencia política
- Desperdicio alimentario y residuos
- Agua

A continuación se muestran los resultados de la jornada participativa de definición de la hoja de ruta que afectan al ámbito del consumo o que fueron propuestos desde el grupo de trabajo de consumo en la dinámica participativa que incluía su priorización temporal. La tabla completa puede consultarse en los anexos.

IDEA FUERZA / ÁMBITO	ACCIONES	GRUPO DE TRABAJO	PLAZOS
PROCESO MARCA Alimentando Córdoba	Sello Pacto de Milán (sello garantía) que destaque la producción local	Producción	2018
	Visibilizar esfuerzo y valor – Marca PM-C	Distribución	2018
	Marca o distintivo del establecimiento visible en la entrada	Restauración	2018
	Ampliar AAC a ganadería (huevos, queso, etc.)	Producción	2019
	Marca Córdoba – definir sus parámetros o reglamento	Consumo	Sin fecha
INTERVENCIÓN DISTRIBUCIÓN	Fomento CCC – Mercados, Venta directa, Distribución com local (Ecomercado, Grupos prod/cons, Mercados sociales)	Distribución	2018
	Comercialización directa desde el productor	Distribución	Sin fecha
	Visibilizar dónde y cómo puede hacerse compra directa al productor/a	Distribución	Sin fecha
	Garantizar espacios de distribución: 1) granja ecológica como punto de distribución, 2) tiendas de barrio, 3) mercados itinerantes locales	Distribución	Sin fecha
	Revitalizar mercados municipales	Distribución	2019
	Reabrir mercado de Fleming y convertirlo en mercado ecológico	Distribución	Siguiente mandato
	Potenciar asociacionismo distribuc eco/local/sost	Distribución	Sin fecha
ÁMBITO ESCOLAR	Información/sensibilización a colegios con cocina propia para utilizar alimentos locales, ecológicos, de temporada	Consumo	2018
	Realización taller alimentación ecológica en centros escolares (Ecomercado)	Consumo	2018

	Creación huertos escolares ecológicos (con acompañamiento específico)	Consumo	2018
	Mejora coordinación proyecto huertos escolares para que la sociedad civil participe	Consumo	2018
	Contacto a banco de recursos: semillas, monitoreo, formación profesorado, alumnado	Consumo	2018
	Proyecto Gastronomía sostenible en el ámbito escolar		2018
COMPRA PÚBLICA	Inclusión características [AAC] en pliegos	Consumo	2018
	Compra pública	Consumo	2018
	Aplicar instrucción municipal catering eco+justo+cercano	Consumo	2018
	Compra pública – copiar pliego servicios sociales	Políticas públicas	2018
	En criterios restauración “pliego zoo” mejorado	Políticas públicas	2018
INTERVENCIÓN SOCIAL	Estructuras que posibiliten alimentación saludable a población vulnerable	Políticas públicas	2018-19
	Mecanismo de comida social: restaurantes y familias en riesgo o exclusión	Restauración	Siguiente mandato
FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	Aplicación criterios de sostenibilidad a todas las actividades que ya se hacen desde entidades públicas – Mediante un manual de buenas prácticas de sostenibilidad dirigido a los servicios municipales	Consumo	2018
	Fomento coordinación actores y visibilización + Formación formadores – Consensuar mensaje	Consumo	2018
	Campaña formación, información y promoción del producto local	Consumo	2018
	Revalorizar lo “agrario” desde la educación formal	Consumo	2018
	Establecer itinerarios formativos para familias (Alimentación sana): “Desde el colegio hacia la familia”	Consumo	2019
	Campaña mediática y marketing de productos locales ecológicos	Distribución	Sin fecha
	Sensibilizar/educar consumidor	Distribución	Sin fecha
INCIDENCIA POLÍTICA	Limitación grandes superficies – pliegos inclusivos	Políticas públicas	2018
	Promoción agricultura ecológica	Políticas públicas	2018
	Apoyo económico y facilitación de gestión de papeleo “legalizaciones”, “certific eco” Ventanilla única	Producción	2018
	Subvencionar la producción ecológica	Consumo	2018

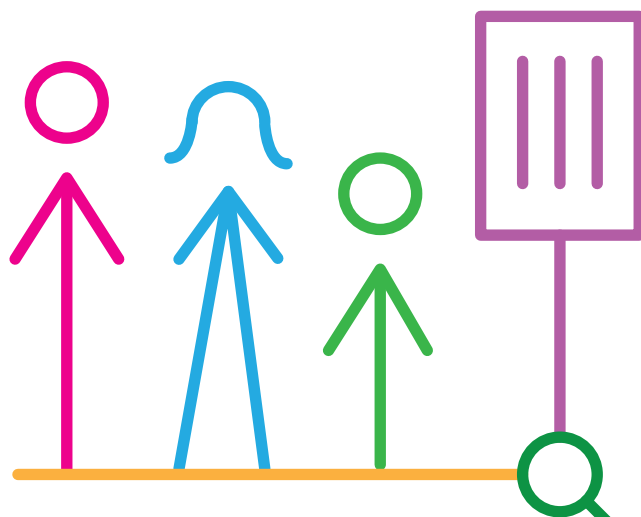
	Instar renta básica productores agrarios	Políticas públicas	
	Precio! (accesible a todo el mundo). Apoyo Productores, Comercio Local, Consumidores. ¿Cómo?	Políticas públicas	2018-19
	Poner trabas/tasas a restaurantes de comida basura (publicidad, visitas escolares, regalos infantiles...)	Restauración	2019
	Instar a la Junta para que cambie las condiciones de los pliegos de comedores públicos (colegios, hospitales, etc.)	Consumo	2019
	Obligatoriedad del etiquetado claro del origen del producto	Consumo	Siguiente mandato
	Obligar a beneficiarios ayudas del ayto para recibir formación en Pacto Milán	Consumo	2018
DESPERDICIO ALIMENTARIO Y RESIDUOS	Promoción reciclaje residuos en hostelería	Restauración	2018
	Envases para comida que sobra	Restauración	2018
	Campaña recogida y reutilización de alimentos sin calidad comercial	Distribución	2019
	Fomento de la recuperación de de excedentes de consumo social (hospitales, comedores escolares, restaurantes)	Restauración	Siguiente mandato
	Estudiar barreras legislativas en el uso de excedentes alimentarios – Propuestas de cambio	Restauración	
AGUA	Sensibilización uso racional agua (producción, consumo, industria)	Políticas públicas	2018

ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN

5 POLÍTICAS PÚBLICAS

David Gallar, Isabel Vara



1. Las políticas públicas alimentarias cordobesas

Hasta el momento actual, en el que nos encontramos en el marco del proceso (más allá) del Pacto de Milán, puede decirse que el Ayuntamiento de Córdoba no había tenido una estrategia integral relacionada con la alimentación: un planteamiento que articulase a distintos actores en una visión de un modelo de ciudad, de gestión de sus recursos naturales, el papel de la agricultura, del sector agroalimentario y cómo afectaba esto a la estructura económica y social de la ciudad y hasta qué punto ello repercutía en el estado de acceso a la alimentación por parte de la ciudadanía.

Ciertamente existían y existen diversas políticas vinculadas al sistema agroalimentario cordobés, pero en el ámbito productivo el Ayuntamiento ha tenido escasa relevancia y en el resto de ámbitos ha tenido quizá un papel más normativo que otra cosa.

Lo agrario ha sido delegado al ámbito provincial rural y las dinámicas del sector privado y la Política Agraria Comunitaria, y marginalmente se ha orientado a algunas acciones de huertos sociales.

En el ámbito de la distribución, por su parte, la preocupación ha estado orientada a la supervivencia del pequeño comercio (sin afrontar tampoco las estrategias de ciudad y el papel de la gran distribución organizada -grandes superficies y grandes cadenas de supermercados-), entendiendo este sector como un tejido económico independiente del sistema agroalimentario, de las tendencias del sector y de cómo afrontar el papel del consumo de la ciudadanía cordobesa.

Y, por último, el consumo tampoco ha sido objeto de mayores atenciones más allá de los vínculos con el comercio de proximidad y de las acciones de sensibilización sobre alimentación sana en distintos ámbitos, a la vez que, por otro lado, se ha encargado de la gestión de las ayudas alimentarias a través del área de Servicios sociales.

En todo caso, estas líneas parciales de intervención, como veremos a continuación, pueden ser de utilidad y aprovecharse para a través de este nuevo escenario del marco integral de los sistemas agroalimentarios sostenibles.

Así, el papel de las políticas públicas en este proceso, de momento, está teniendo un pilar fundamental que ha sido la constitución de una Mesa de Coordinación del Pacto de Milán. El hecho de haber abierto las instituciones a través de este proceso, ha sido un camino de negociación y confianza mutua que ha llevado a este nuevo escenario.

A este espacio se vienen a sumar tanto las políticas públicas ya existentes desde las distintas áreas del Ayuntamiento en los distintos sectores del sistema agroalimentario, así como el trabajo de las organizaciones de la sociedad civil -tanto el sector agroalimentario con planteamientos afines a la sustentabilidad como los colectivos y ONG y espacios universitarios afines a la soberanía alimentaria-.

1.1. La oportunidad del proceso (más allá del) Pacto de Milán: de la desarticulación a la Mesa de Coordinación

Este marco de trabajo (más allá del) Pacto de Milán forma parte de un proceso, que como se presentó en capítulos previos, proviene de dos elementos principales: 1) un contexto basado en un tejido social agroecológico muy potente tanto desde los colectivos, ONG y universidad (ASACO) como desde el propio sector ecológico (Ecomercado y Ecocórdoba), y 2) la oportunidad política para incorporar estos temas en la agenda de gobierno.

Este contexto permitió la discusión consensuada y articulada entre diferentes actores sociales y políticos para apoyar de manera colectiva la propuesta al resto del equipo de gobierno municipal y también a los otros grupos municipales la adhesión de Córdoba al Pacto de Milán. En este sentido, la negociación previa entre administración y los diferentes actores sociales incluía varios compromisos: 1) que se convirtiese realmente en una prioridad política y existiese una apuesta por políticas integrales, 2) la necesidad de generar un proceso participativo que marcara el rumbo de este proceso y 3) la aportación de recursos económicos para la implementación de acciones vinculadas al Pacto de Milán.

Estos compromisos se vieron plasmados en la declaración institucional definitiva apoyada por todos los grupos municipales y que fue avalada por la participación de dos colectivos en el pleno municipal. Así, además de los compromisos en torno a las políticas integrales (Punto 1, 3 y 5), la coordinación entre áreas (Punto 2) y la llamada a la implicación de todos los sectores del sistema alimentario (autoridades locales, entes técnicos y académicos, la sociedad civil, los pequeños productores y el sector privado) (Punto 4), como acuerdo colectivo se incluyó un apartado específico (Punto 8) que formalizaba el compromiso con un proceso participativo:

8. La metodología de trabajo que se propone para desarrollar los acuerdos del Pacto de política alimentaria urbana de Milán es la siguiente:

8.1. Se conformará un espacio de trabajo sobre las cinco áreas de gobierno implicadas en fomentar, promover o desarrollar las diferentes acciones recomendadas en el marco estratégico de acción del Pacto.-

8.2. Las delegaciones implicadas revisarán el marco estratégico y confeccionarán propuestas.-

8.3. Se invitará a los colectivos que trabajan en relación con la soberanía alimentaria en Córdoba y al Consejo del Movimiento Ciudadano a que preparen también propuestas sobre todas o algunas de las 37 líneas de acción del marco estratégico.-

8.4. Alrededor del día 12 de diciembre, siempre que sea posible, la delegación de Medio Ambiente se encargará de organizar una jornada de trabajo en la que participarán las delegaciones y los colectivos anteriormente mencionados. El objetivo será poner encima de la mesa las distintas propuestas para, colectivamente, fijar una estrategia de trabajo a corto, a medio y a largo plazo para poner en marcha las distintas actuaciones del Pacto de política alimentaria urbana de Milán.-

De este modo, el ayuntamiento de Córdoba daba comienzo al proceso formal de implementación del Pacto de Milán para la construcción de un sistema agroalimentario local más sostenible, cuyo proceso general puede seguirse en la siguiente línea del tiempo.

EVENTOS	FECHAS
Córdoba agroecológica- ASACO	1990-2016
Convenio Ecomercado y MA	2015-16
Mercacórdoba y Comercio - ISEC	2015-16
Oportunidad política	2016
Negociación Ayto – ISEC - VSF	Julio – septiembre 2016
Proceso ASACO y Pacto de Milán	Noviembre – diciembre 2016
Adhesión Pacto de Milán	11 noviembre 2016
Presentación Proyecto Carasso: Diagnóstico y proceso de articulación	28 noviembre 2016

hacia una alimentación sana y sostenible en Córdoba	
Jornada Pacto de Milán 1: Acciones en desarrollo	23 enero 2017
Partidas presupuestarias Pacto de Milán	Enero 2017
Propuesta de Mesa de Coordinación	Febrero 2017
Jornada Pacto de Milán 2: Priorización de propuestas	13 marzo 2017
Presentación Proyecto Carasso Alimentando Córdoba	25 abril 2017
Mesa de Coordinación: constitución	27 abril 2017
Mesa de Coordinación: Propuestas de acciones en torno al Pacto de Milán	30 mayo 2017
Mesa de Coordinación: Priorización de propuestas	29 junio 2017
Adhesión Red de Ciudades por la Agroecología	12 septiembre 2017
Encuentro Red de Ciudades por la Agroecología	14-17 septiembre 2017
Mesa de Coordinación: seguimiento de pliegos	18 octubre 2017
Encuentro Ciudades Pacto de Milán (Valencia)	19-21 octubre 2017
Jornadas Gastronomía sostenible	Noviembre-diciembre 2017
Campaña de comunicación Pacto de Milán	Noviembre-diciembre 2017
Devolución de diagnóstico y construcción de hoja de ruta	22 noviembre 2017
Mesa de Coordinación: consolidación hoja de ruta, presupuestos y seguimiento actividades	30 noviembre 2017

Los siguientes pasos en el desarrollo de esta nueva política alimentaria fueron abordar el mandato del proceso participativo que se concretó en la organización de las dos jornadas de trabajo que hemos venido analizando en los distintos capítulos.

Por otro lado, el proceso en torno al Pacto de Milán fue complementado con la continuidad de las líneas de trabajo propuestas por VSF e ISEC junto al Área de Medio Ambiente del Ayuntamiento, que desembocaron en la presentación de un proyecto a la convocatoria sobre “Iniciativas alimentarias locales” de la Fundación Daniel y Nina Carasso, orientada al “apoyo de las iniciativas emprendidas por diversas administraciones locales para avanzar hacia el diseño e implantación de políticas locales/territorializadas de alimentación sostenible” (Convocatoria FDNC). Este proyecto, “Alimentando Córdoba: diagnóstico y proceso de articulación hacia una alimentación sana y sostenible en Córdoba”, del que es fruto este mismo diagnóstico, fue presentado, y seleccionado.

Mientras tanto, se fueron realizando las dos jornadas de trabajo y siguieron las reuniones para constituir finalmente la Mesa de Coordinación. A su vez, en este período se logró una incorporación de nuevas partidas presupuestarias específica para el proceso (más allá del) Pacto de Milán y también se presentó un nuevo proyecto de intervención para la constitución de sistemas agroalimentarios sostenibles a la FDNC, finalmente seleccionado también, en el que el Ayuntamiento participa junto con el ISEC, Mercacórdoba y VSF, y con apoyo de Ecocórdoba: “Alimentando Córdoba”.

Por último, una vez constituida la Mesa de Coordinación, desde esta se ha dado un proceso de puesta en común entre diferentes actores y áreas sobre líneas de trabajo, se han presentado diferentes propuestas de acciones y, por último, se realizó una priorización de propuestas adaptada a las dificultades de las formas y los tiempos administrativos.

Así pues, esta Mesa de Coordinación está siendo el espacio colectivo donde discutir, decidir, consensuar, disentir, avanzar y retroceder en la construcción de propuestas y líneas de trabajo en torno al Pacto de Milán. Un espacio de trabajo nuevo y plural que va madurando y que tendrá que seguir demostrando su capacidad de influir y transformar el sistema agroalimentario cordobés.

1.2. Políticas públicas alimentarias municipales para un sistema agroalimentario más sostenible

Las políticas públicas alimentarias cordobesas, pues, quedan marcadas por el nuevo escenario vinculado al Pacto de Milán y la constitución de la Mesa de Coordinación. A su vez, en el marco de este nuevo escenario es que se han hecho visibles distintas acciones de diferentes áreas del Ayuntamiento en torno a la sostenibilidad del sistema agroalimentario. A continuación analizaremos el papel de las políticas públicas municipales en este ámbito, desarrollando lo ya expuesto en cada uno de los capítulos previos.

1.2.1. Territorio y producción

Las políticas agroalimentarias municipales sobre el territorio y la producción se ven limitadas por la falta de competencias directas sobre el ámbito agrario: así cualquier actuación sobre usos del suelo agrario, formación, cesión u otras acciones están muy limitadas y subordinadas a las políticas autonómica, de quien dependen las competencias agrarias, y, por supuesto, de las políticas estatales, europeas y también internacionales que rigen el funcionamiento del sistema agroalimentario hegemónico.

En todo caso, la gestión del territorio aún está bajo cierto dominio de los municipios y cada vez más algunos municipios intentan recuperar o (re)construir su vínculo con su paisaje agrario. Las figuras de Patrimonio Agrario de la Carta de Baeza, los Parques Agrarios o los Bancos de Tierras son herramientas que se están poniendo en práctica en distintos lugares. También los espacios de agricultura urbana y huertos sociales son herramientas cada vez más normalizadas y entendidas tanto por las políticas públicas como por la ciudadanía como un servicio más, con diferentes funciones que pueden ir desde lo que se entiende como “agricultura cívica” vinculada a temas de sensibilización, cohesión social, formación agraria u ocio activo, o como espacios de producción agraria real ya sea para autoconsumo o para venta profesional.

En el caso de Córdoba la agricultura urbana y los huertos sociales, como vimos en el capítulo de producción, forman parte de un programa del área de Medio Ambiente que oferta dos espacios municipales, con un tercero en ciernes, para huertos sociales de autoconsumo y como espacios de formación en agricultura ecológica y sensibilización para público adulto o escolar. También se ha desarrollado un proyecto de capacitación en agricultura ecológica a mujeres en riesgo de exclusión. Además de gestionar en 2017 un programa de microhuertos escolares en diez centros educativos a través de SADECO que aporta contenedores cortados por la mitad y con ruedas rellenos de compost municipal. El Ayuntamiento también participa en Biocórdoba en los espacios de sensibilización de agricultura urbana.

Sin embargo, desde las políticas públicas municipales no existe una apuesta decidida para generar espacios más grandes, con más usuarios y con otros impactos en la ciudad ni en su paisaje. Al contrario que ocurre en otras ciudades como Sevilla, Vitoria o Zaragoza, Córdoba aún no ha dado pasos decididos hacia la gestión agraria de su término municipal.

En todo caso, el Ayuntamiento firmó un convenio en 2011 para la “creación de la agricultura ecológica urbana” con la Universidad de Córdoba -siendo el ISEC el responsable del proyecto-, teniendo dicho convenio como objeto

“desarrollar una actuación conjunta que permita lograr que la ciudad de Córdoba sea un referente en la producción agraria de tipo ecológico que permita garantizar a escala local

procesos de soberanía y seguridad alimentarias, promoción de alimentos sanos y de calidad, la dinamización de redes de producción y consumo de alimentos sanos y de calidad”

Teniendo como tareas específicas las siguientes:

- 1º.- Colaborar en la organización de todos aquellos aspectos de los Proyectos sobre *agricultura ecológica urbana* que el Ayuntamiento lo requiera.
- 2º.- Participar en la elaboración de materiales que se crean necesarios para la agricultura urbana, la promoción de hábitos de vida saludables
- 3º.- Participar en la organización y desarrollo de cursos de Formación destinados a la promoción de la salud y el ejercicio físico, promoción de hábitos de vida saludables para colectivos sociales y profesionales de la Educación.
- 4º Colaborar en el desarrollo y/o asesoramiento de proyectos Huertos Urbanos”.
- 5- Participar en las actividades de difusión de los trabajos definidos en este Convenio de Colaboración.

Sin embargo, aquel convenio, de dos años de duración, firmado días antes de las elecciones de 2011, no se dotó apenas de contenido por el cambio de gobierno.

Tampoco está siendo capaz de dar respuesta a las reivindicaciones de organizaciones vecinales que están solicitando la cesión de suelo público para la implementación de un proyecto de huerto social para el barrio de manera autogestionada, como es el caso de Las Palmeras (PFC: Poyato, 2016).

En este ámbito, existe una reivindicación desde la Mesa de Coordinación con respecto a la figura del Parque Agrario, que de hecho tenía una partida presupuestaria propia en 2017, pero aún no se han dado los pasos necesarios para ello y queda pendiente para el año 2018.

Así, quedan pendientes las acciones que aborden la cuestión del territorio desde una mirada agraria, lo cual debiera incluir una revisión del PGOU y la posibilidad de incluir categorías de espacios verdes agrarios en él o arbitrar mecanismos de gestión y cesión de suelos municipales a entidades asociativas o la promoción directa de huertos sociales.

Por último, reseñar la reciente adhesión de Córdoba a la Red de Ciudades por la Agroecología, pero que aún no ha tenido tiempo de generar actividades reales. En todo caso, es importante destacar la predisposición del Ayuntamiento y, sobre todo, del área de Medio Ambiente en la adhesión a esta Red y su participación inicial en la primera jornada de trabajo estatal celebrada en septiembre de 2017.

Por su parte, en su intervención en la primera jornada de trabajo del Pacto de Milán, la Junta de Andalucía planteaba su programa de asesoría para la producción ecológica en Andalucía.

1.2.2. Distribución

En el sector de la distribución en Córdoba, Mercacórdoba es un actor de especial relevancia a la hora de intervenir o influir en el sistema agroalimentario local. Por otro lado, la delegación de Fomento del desarrollo económico y comercio y la delegación de Mercados del Ayuntamiento debieran ser espacios protagonistas a la hora de construir tendencias y normas que promuevan la sostenibilidad del sistema agroalimentario.

Desde Mercacórdoba se ha trabajado mucho en la promoción del comercio de proximidad -el Comercio Vecinal-, fomentando la producción local y la innovación en este comercio de proximidad hacia productos distintivos que tengan que ver con la calidad de lo local y de temporada, con la modernización de los establecimientos, la búsqueda de nuevos estilos, mejorar si es posible el trato a la clientela e incluso nuevas tecnologías para este comercio tradicional. Así, desde Mercacórdoba

se enorgullecen de que el 37% de frutas y hortalizas comercializadas en Mercacórdoba procedan de la provincia de Córdoba y otro tercio del resto de Andalucía.

En esta apuesta por lo local, Mercacórdoba ha intentado desarrollar un espacio de venta para productores, aunque los resultados no han sido muy alentadores, tal y como reconocen desde Mercacórdoba debido a la falta de un mejor diseño y un proceso más abierto y participativo para dar respuesta a los productores: como dice uno de sus técnicos responsables, “era una buena idea pero que no se entendió por parte de nadie, así que habrá que intentarlo en otro momento y de otra manera, porque la idea es buena”.

Desde Mercacórdoba se hace un interesante trabajo de diagnóstico y seguimiento de tendencias a través de pequeños estudios que responden a objetivos concretos buscando respuestas directas a dudas sobre sus usuarios, sus servicios, etc. Así, por ejemplo, han trabajado el censo de comercios de proximidad, un diagnóstico provincial sobre variedades locales hortofrutícolas y alternativas locales y sostenibles, perfiles y caracterización de usuarios minoristas y de establecimientos de restauración, o el análisis de “última milla” para mayoristas.

Por otro lado, Mercacórdoba también se ha implicado en la intervención social facilitando instalaciones al banco de alimentos de la Cruz Roja.

Otra de sus actividades tiene que ver con la disminución de desperdicios y residuos, facilitando la reutilización y recogida de enseres.

En el ámbito de la sensibilización escolar sobre alimentación sana y sostenible, Mercacórdoba realiza a través de su aula educativa múltiples actividades de educación con público escolar por el que pasan en torno a unos mil niños y niñas.

Las otras dos grandes áreas de trabajo del Ayuntamiento en el ámbito de la distribución son las delegaciones de Comercio y Mercados. Estas dos áreas han gestionado el “Plan de apoyo y promoción al comercio de cercanía (2017-2022)”. Este Plan prevé -además de afrontar cuestiones administrativas, de empleo y otras- la creación de una Mesa del Comercio de Cercanía y un Observatorio del Comercio, y también hace hincapié en la posibilidad de generar y/o reforzar la marca “Comercio Córdoba”, aunque no quedan recogidos cuáles son los criterios de la misma.

En el nuevo escenario del marco del Pacto de Milán este Plan ha incorporado al menos en su propuesta general algunas referencias al sector ecológico y los productos locales.

Con respecto a los productos locales solo existe una referencia en el epígrafe “Afianzamiento y promoción”: “Creación de un sistema coordinado y estable para vincular la oferta del comercio de cercanía con la de los productores locales en todos los ámbitos, con la idea de dotar de valor a este, coordinado con Mercacórdoba”.

Este Plan incluye un epígrafe titulado “Sostenibilidad”, que recoge temas de eficiencia energética, programas de sustitución de plásticos, temas de peatonalización y necesidades de aparcamiento.

En este Plan de Comercio se incluyen los siguientes ámbitos vinculados con la producción ecológica:

- ✓ Análisis y desarrollo: Análisis de la distribución y plan de acción de la producción ecológica y de pymes de la provincia y su conexión con los mercados municipales y el comercio local y de cercanía y en las redes de distribución

- ✓ Empleabilidad y emprendimiento: Impulsar las oportunidades de desarrollo de la producción y la comercialización ecológica con un alto valor añadido y oportunidades de creación de nuevos empleos en el marco del Pacto de Milán; Inclusión de una línea específica de ayudas, a través del IMDEEC o del Plan de Comercio, dedicada al desarrollo de nuevas empresas de producción y comercialización ecológica.
- ✓ Afianzamiento y promoción: Acciones de generación del hábito de relación cotidiana de la ciudadanía con el comercio de cercanía a través de un programa educativo que promueva la sostenibilidad, a través de un programa educativo de comercio cercano y ecológico, con la colaboración de los comerciantes de los barrios.
- ✓ Formación: Programa de formación específico que incida en las oportunidades y las ventajas de introducir productos ecológicos y de producción local y de los circuitos cortos de distribución.
- ✓ Financiación: Estudio de la extensión de la moneda social integrando el comercio local, ecológico y mercados municipales en colaboración con la Delegación de Servicios Sociales, con el respaldo del Ayuntamiento y otras instituciones públicas.

En todo caso, aún se aprecia cierta distancia entre ambos ámbitos de trabajo que debieran acortarse a través de las distintas de mesas de coordinación, tanto del Pacto de Milán como la Mesa del Comercio de Cercanía y su Observatorio del Comercio (que este Plan tiene previsto crear).

Por otro lado, desde el área de Comercio se están gestionando algunos pliegos de contratación surgidos de las necesidades detectadas en la Mesa de Coordinación: el desarrollo de una campaña de comunicación sobre el propio Pacto de Milán y los criterios de implementación en Córdoba y el análisis sobre la viabilidad del proceso marca/sello de productos locales. También se ha gestionado la convocatoria de subvenciones para el fomento del asociacionismo y promoción de comercio de cercanía, de la que en este caso se benefició Ecocórdoba para realizar su campaña “¿Conoces la Córdoba eco?”.

También desde Comercio se está gestionado la ubicación definitiva del Ecomercado como forma de dar respuesta a las demandas continuas de los productores ecológicos que han organizado el único mercado de venta directa y ecológico de la ciudad.

Dificultades que también ha sufrido el primer espacio de la ciudad con sumo y fruta cortada de origen ecológico, local y de temporada, y que como hemos visto, parece que se van resolviendo, de nuevo, gracias a la presión colectiva en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán.

Por su parte, el área de Medio Ambiente ha sido el que ha liderado la apuesta por el primer y único mercado de productoras ecológicas de la ciudad, entendiéndolo no solo como un espacio de distribución sino como espacio de normalización del consumo de productos ecológicos y el apoyo a sus productores. Este apoyo, aunque limitado, ha permitido desde diciembre de 2015 que los productores tuviesen un espacio a pesar de las dificultades planteadas desde otras áreas municipales sobre el uso de la vía pública y el papel de los mercados ambulantes y/o mercadillos. De este modo, el Ecomercado además de ser un punto de compra-venta incluía actividades y talleres de sensibilización y formación con el apoyo de distintos colectivos de la ciudad del ámbito de la soberanía alimentaria.

Por lo demás, el Ayuntamiento también se implica en la organización de Biocórdoba.

1.2.3. Restauración

Desde las políticas públicas municipales con respecto al sector de la gastronomía, hostelería y la restauración la mayor parte del trabajo se dedica al control y aspectos técnicos de normativas de sanidad, uso del espacio público y empleo.

En cuanto al ámbito de la gastronomía, desde el Ayuntamiento, después de la capitalidad iberoamericana de la cultura gastronómica, se han mantenido algunos eventos que tratan de ubicar a Córdoba como un lugar de referencia especialmente vinculado a la oferta turística y los distintivos de calidad como Q de Calidad y Compromiso de Calidad Turística.

En este sentido, el propio sector a través de sus máximos exponentes reconocidos por la Guía Michelin es quien afronta su dimensión de apertura y publicidad.

En este ámbito de la gastronomía está siendo con el Pacto de Milán que se han organizado nuevas actividades y programas que tratan de articularse con el mundo de la gastronomía y el consumo desde el enfoque de la sustentabilidad: “Gastronomía sostenible”. Analizaremos este programa en el siguiente epígrafe sobre restauración ecológica.

1.2.4. Consumo y Salud

El ámbito del consumo será analizado en este caso desde un enfoque amplio que tiene que ver con las competencias municipales en torno al consumo alimentario y con los objetivos y directrices del Pacto de Milán, entendiendo que el marco en el que se mueve este proceso (más allá del) Pacto de Milán se enmarca en el Derecho a la alimentación adecuada: es decir, un enfoque, que como vimos en la introducción, incluye tanto la cantidad de alimentos a los que se tiene acceso como a la calidad nutricional, social y ambiental de los mismos. Un enfoque que, evidentemente, se ha de aplicar a toda la ciudadanía, evitando aplicar medidas de acceso a cantidad de alimentos a la población más pobre y excluida mediante medidas asistencialistas y, por otro lado, aplicar medidas orientadas a la inocuidad, diversidad y calidad ecológica, social y ambiental de los alimentos para el resto de la población. En este sentido, analizaremos intervenciones políticas que abordan ambos enfoques.

El área de Salud ha sido un gran descubrimiento de este proceso del marco del Pacto de Milán, puesto que se ha ido demostrando a lo largo de su participación en las jornadas y en el propio diagnóstico su implicación y su enfoque tan vinculado a la agricultura y la alimentación ecológica, algo no tan usual en los enfoques más médicos del ámbito de la salud, frente a visiones más integrales sobre los hábitos de vida y el papel de la alimentación en ella. En este sentido, Córdoba a través de su área de Salud fue pionero en la inclusión de la alimentación ecológica en sus programas de Estilos de vida saludables que incluían alimentación sana y ejercicio físico. Este programa, “Córdoba por la salud, 2005-08”, contó con diversas actividades en torno a la alimentación y la agricultura ecológica, incluyendo la participación de Almocafre como actor del equipo de coordinación del proyecto. De hecho, fue este área el que promovió el convenio de Agricultura urbana como una forma de apoyar el consumo de alimentos ecológicos, y en su ámbito de acción fue que se realizó una presentación sobre agricultura urbana en Rosario (Argentina) para celebrar el día mundial de la salud en 2010.

En todo caso, Salud sigue realizando actividades con personas mayores, escolares y editando múltiples materiales de sensibilización sobre alimentación sana, de temporada y/o, ecológica, vinculada a los hábitos de vida.

Así, en esta línea de trabajo de los Estilos de vida saludables, se creó la Comisión ad hoc, en la que con la coordinación desde el área de Salud participan Educación e Infancia, Igualdad, IMDECO, Servicios Sociales y Participación. Esta comisión ha tenido una importante presencia en las jornadas del Pacto de Milán y ha demostrado su actividad en tareas de sensibilización y formación sobre

alimentación sana y saludable, talleres de alimentación y cocina, investigación sobre estados de salud y hábitos de vida y alimentación en distintos públicos (escolares y mayores) y generando múltiples materiales de difusión.

Actividades de difusión y sensibilización sobre alimentación sana y saludable que también pone en práctica el área de Medio Ambiente (incluyendo IMGEMA y CEA). Igualmente el área de Cooperación con diferentes encuentros de economía social y solidaria que incluían el ámbito alimentario.

A su vez, la delegación de Servicios sociales, desde un enfoque absolutamente afín al marco del Pacto de Milán se ha incorporado a la Mesa de Coordinación donde ha expuesto sus acciones en el ámbito de la alimentación, que incluye también talleres de alimentación sana, justa y sostenible; talleres de alimentación barata; cocina sana para familias y personas mayores o fomento de la lactancia materna. Por otro lado, desde Servicios sociales se gestiona la Red de solidaridad y garantía alimentaria de la Junta de Andalucía, así como otros programas coordinados con el Ministerio de Sanidad, Asuntos sociales e Igualdad, además de gestionar las subvenciones a comedores sociales, apoyo al banco de alimentos y subvención a comedores escolares en verano.

Desde Servicios sociales se han planteado varios proyectos de intervención social alimentaria con un enfoque integral y que se corresponden plenamente con el Pacto de Milán y sobre todo con un enfoque de derechos humanos para la alimentación: 1) criterios ambientales, alimentos ecológico y criterios sociales en la adjudicación del servicio de reparto de comida a domicilio; 2) propuesta de proyecto piloto de Comedor comunitario y 3) propuesta de incorporación de una moneda social para adquisición de alimentos frescos en el comercio vecinal.

En este caso, la aportación de Servicios sociales es de gran valor puesto que muestra de manera radical un enfoque integral que contribuye desde procesos sociales a la sustentabilidad de los sistemas agroalimentarios y la ampliación del derecho a la alimentación adecuada, además de ofrecer una experiencia real y en ejecución sobre la capacidad de incorporar criterios ambientales, ecológicos y sociales en los pliegos de contratación de servicios por parte de las administraciones públicas.

Así, en el marco de los criterios de compra pública encontramos algunas intervenciones municipales que apuestan por criterios ecológicos y locales: el servicio de entrega de comida a domicilio y el servicio de bar del zoológico. Más allá de estas dos actuaciones no se encuentra mucho más, aunque sí han existido algunos intentos de introducir dichos criterios en algunas otras actividades municipales, especialmente a través del área de Cooperación y de Medio Ambiente. En el nuevo marco del Pacto de Milán, en el presente Biocórdoba la alcaldesa de Córdoba participó en una mesa redonda en torno a la compra pública aunque no pudo concretar más su planteamiento sobre cómo se llevará a la práctica este compromiso con la compra pública con criterios ecológicos.

1.2.5. Ayuda alimentaria y políticas cuantitativas de acceso de alimentos

Por otra parte, desde Servicios sociales, entre otras cuestiones, se gestiona también las ayudas de emergencia social⁵⁵ y las ayudas familiares⁵⁶, habiendo prestado en 2016 1.301 ayudas alimentarias (Servicios sociales, 2017): el concepto más demandado con gran diferencia con respecto al resto de prestaciones.

55 Ayudas de Emergencia Social son prestaciones económicas individualizadas, destinadas a paliar contingencias extraordinarias que se puedan presentar a personas o unidades familiares. Para determinar el acceso a estos recursos existen unos criterios económicos con un baremo que se aplica a las personas que lo solicitan. Tienen un carácter único y solo se pueden conceder una vez al año por unidad familiar. La cuantía de la ayuda máxima que se puede conceder depende del concepto pero existen unos topes dinerarios.

56 Ayudas Familiares: tiene un carácter distinto por concederse a familias para atender necesidades básicas de los menores a su cargo y tienen que venir acompañadas de una intervención social complementaria. Estas se establecen para ser percibidas con un carácter periódico de forma continuado como máximo por 6 meses, mes a mes ,aunque pueden darse excepciones.

CONCEPTO	IMPORTE	AYUDAS
ALOJAMIENTO URGENTE	21.000,80 €	30
HOSPEDAJE	7.619,69 €	11
NUEVO ALQUILER	161.178,98 €	213
ALIMENTACIÓN	739.061,29 €	1301
SUMINISTROS	179.595,23 €	786
ACOND VIVIENDA	45.191,77 €	76
ENSERES Y ELECTRODOMÉSTICOS	86.410,88 €	190
FARMACIA Y ORTOPEDIA	25.139,22 €	88
OTROS	24.735,26 €	49
	1.289.933,12 €	2744

El total de ayudas de emergencia se incrementó un 55% de 2015 a 2016, mientras que las ayudas familiares crecieron un 11%. Siendo que las zonas con más demanda fueron Sur (1024), La Foggara (375), Fuensanta (315) y las que menos Poniente Sur, La Ribera y Norte (Servicios sociales, 2017).

ZTS	Nº AYUDAS	IMPORTE
PONIENTE SUR	105	61.457,15 €
LA RIBERA	127	48.116,50 €
FUENSANTA	315	131.850,15 €
MORERAS	267	136.096,26 €
LEVANTE	201	101.706,86 €
LA FOGGARA	375	161.007,46 €
SUR	1024	502.246,68 €
NORTE	145	62.669,62 €
PERIFERIA	185	84.782,44 €
TOTAL	2744	1.289.933,12 €

A su vez, las ayudas familiares fueron destinadas a cubrir a 737 familias con un total de 1.404 menores, asignadas según la siguiente distribución (Servicios sociales, 2017):

ZTS	Nº FAMILIAS	Nº NIÑOS	Nº NIÑAS	TOTAL MENORES	IMPORTE CONCEDIDO
CENTRO	46	45	34	79	66.481,00
LEVANTE	53	50	39	89	60.872,00
NOROESTE	169	182	175	357	155.634,00
NORTE	58	46	46	92	65.938,00
PERIFERIA	94	91	77	168	116.007,00
PONIENTE NORTE	34	32	47	79	30.694,00
PONIENTE SUR	62	48	59	107	61.432,00
SUR	125	142	122	264	159.500,00
FUENSANTA	96	76	93	169	106.726,00
TOTALES	737	712	692	1404	823.284,00

Es decir, este panorama desde Servicios sociales muestra un contexto de pobreza, desamparo y necesidad alimentaria que atenta evidentemente contra el derecho a la alimentación adecuada.

A su vez, estos programas de alimentos, de los que participa el Ayuntamiento, tal y como explican las personas de la delegación de Servicios sociales, están organizados desde el Ministerio de Servicios sociales, la Junta de Andalucía y otras entidades colaboradoras distribuidoras (Bancos de alimentos, Cruz Roja, Cáritas y otras), que gestionan paquetes básicos de alimentos no perecederos (arroz, pasta, leche, legumbre, etc.), que se reparten cada tres meses, teniendo que existir instalaciones globales para la recogida de todos los paquetes básicos y cada persona usuaria guardar en su casa los alimentos para los tres meses.

Sin embargo, estos paquetes básicos no incluyen alimentos frescos, a no ser en momentos en los que el sector reparte de manera puntual excedentes y deben ser asimilados en muy poco tiempo, lo cual genera dificultades de almacenamiento, y alimentos que son fruto de decomisos.

Estos paquetes alimentarios no están acogidos a ningún criterio de producción local ni con criterios ecológicos. Como plantea su responsable, en el fondo uno de los grandes debates y limitantes se da en que en la ayuda alimentaria primero y a veces de manera única se afronta el suministro de alimentos, pero sin atender realmente a la calidad y diversidad de dichos alimentos: ni por parte de las instituciones ni por parte de las personas usuarias, que se ven atrapadas en su condición de “beneficiarias”.

Por otro lado, en el marco de la subvención de la red de Solidaridad y garantía Alimentaria de la Junta de Andalucía, existe una opción de entrega de comida ya elaborada, que en este caso, de acuerdo con la entidad Fundación Proyecto Don Bosco, se ha realizado una experiencia de cocina comunitaria, donde se trabaja con 30 familias (120 personas) la elaboración ya que son estas familias con necesidades y carencias socioeconómicas quienes cocinan de manera rotatoria para ellos y el resto de familias. En este caso, al contrario que los paquetes y programas globales, sí se puede trabajar cambios de hábitos de consumo, formas de cocinar, incorporación de productos frescos, etc. Una fórmula que empieza a plantearse también en La Foggara y la opción de organizar un economato como espacio integral, además de añadirle talleres y formación sobre alimentación sana con costes muy bajos: “cocina sana y barata”.

En cuanto a la ayuda alimentaria a comedores escolares se orienta a la reducción de tasas o al programa de tres comidas básicas del Ministerio, gestionado a través de Servicios sociales o las entidades colaboradoras acreditadas.

Por último, el Ayuntamiento está implicado en la subvención de los Bancos de alimentos y, por su parte, también Mercacórdoba colabora facilitando el uso de sus instalaciones.

Propuesta de comedor comunitario

En este contexto de necesidad alimentaria, en 2017 desde Servicios sociales se propuso una propuesta técnica -no desarrollada finalmente- para poner en marcha una experiencia piloto de dos meses de duración de un Comedor Comunitario para personas usuarias de servicios sociales en la ZTS Sur. Este proyecto estaría destinado a poner a disposición de 30 familias un espacio de cocina donde cinco familias se encargarían cada semana rotatoriamente de cocinar el almuerzo para todas las familias, a la vez que todas las personas usuarias estarían acompañadas y recibirían formación sobre alimentación saludable y organización doméstica. Estos menús estarían financiados por el propio proyecto (292,5€/familia al mes) y el diseño nutricional estaría supervisado por personal cualificado. Al ser un proyecto para la ZTS Sur, en la barriada Polígono Guadalquivir, las instalaciones han de estar allí mismo. Un proyecto que vendría a continuar y aprovechar la experiencia de un comedor ya en funcionamiento financiado por la Junta de Andalucía.

Más allá del objetivo inmediato y directo del proyecto que es la alimentación de estas 30 familias, el contrato plantea como objetivos del proyecto elementos de integración social:

- 1.- Favorecer la inserción social de familias con escasos recursos que se generan en la propia comunidad, procurando instrumentos para la implicación de la familia mediante el desarrollo de actuaciones en las que la familia es agente activo/a dentro del propio proceso.*
- 2.- Promover el sentimiento de pertenencia a un grupo de ayuda mutua en el que las familias se implican en el proceso de cambio y aprenden a desarrollar otras capacidades y habilidades necesarias para una mejor organización doméstica*

Por tanto, desde la lógica del Pacto de Milán y de una visión integral desde el Derecho a la alimentación adecuada este proyecto plantea un escenario de trabajo de gran valor social, al que solo se le podría plantear la inclusión de los mismos criterios de producción ecológica, local y de temporada en el propio contenido del pliego, si bien se entiende que estos criterios estarían, al menos en parte, desarrollados en los talleres formativos sobre alimentación saludable y organización doméstica.

Esta propuesta de proyecto piloto toma elementos y aprendizajes de otra experiencia más o menos similar desarrollada por la Fundación Proyecto Don Bosco, que gestiona de manera comunitaria la alimentación de 30 familias.

Moneda social para alimentos

Desde Servicios sociales se presentó a concurso un servicio orientado a dar a las personas usuarias de ayuda alimentaria una tarjeta-monederero con dinero para que pueda comprar alimentos básicos en los comercios locales adheridos, un programa que facilita el acceso a alimentos frescos y a las preferencias culturales o personales de cada usuaria, y que dignifica la ayuda al poder utilizar los mismos establecimientos que el resto de la población. Es decir, contar con un intermediario que agilice la gestión de la recepción de esa ayuda por las personas beneficiarias y que gestione y agilice los pagos a los establecimientos.

Sin embargo, a este proyecto no se ha presentado ninguna entidad para llevarlo a cabo. Como plantean las personas de la delegación de Servicios sociales, una de las causas fundamentales es que aunque la administración pueda adelantar el dinero para gestionar este proyecto, los plazos

burocráticos hacen que haya un tiempo en el que la entidad tenga que adelantar varios meses de presupuesto.

En todo caso, esta es otra iniciativa que, acompañada de los talleres de formación, tiende hacia una visión desde el derecho a la alimentación adecuada desde lógicas no asistencialistas, desde lógicas que tratan de dignificar este ámbito de ayuda alimentaria.

Un programa que, además, aporta una visión de economía social y local, puesto que frente a la gran distribución organizada de los grandes repartos de ayuda alimentaria por canales dominantes y marcas de la industria, lo que se plantea es el fortalecimiento del comercio de proximidad para que puedan complementar mediante este mecanismo su clientela que ya de por sí es escasa al estar en barrios donde el nivel económico es muy bajo. Es decir, se trata de apostar por generar sinergias virtuosas a partir de esta ayuda alimentaria para tratar de revertir la situación y dar acompañamiento social a estas familias para poder acceder a sus propios medios amparándose en el barrio como contexto comunitario. Frente a dinámicas de pobreza y exclusión que generan menos tejido social y en el ámbito alimentario terminan desembocando en desiertos alimentarios, es decir, zonas donde no se puede encontrar alimentos frescos, se apuesta por procesos comunitarios. Ante comidas preparadas a domicilio y reparto de alimentos por entidades asistencialistas, se propone una alternativa de que el consumo de ayuda alimentaria se hiciese en establecimientos locales.

2. Las políticas públicas alimentarias cordobesas y los alimentos ecológicos

2.1. Acciones con alimentos ecológicos

2.1.1. Territorio y producción ecológica

Como vimos previamente, la agricultura ecológica aún no tiene un mínimo protagonismo en la ciudad como para plantear una estrategia de paisaje agrario al amparo de, por ejemplo, la figura de Patrimonio agrario que apoyase una gestión en el ámbito territorial, paisajístico, productivo, ambiental, cultural y turístico del término municipal. Por lo tanto, esto deja fuera el potencial analizado a lo largo de esta diagnóstico sobre la huerta cordobesa y el papel de los pequeños productores informales. Del mismo modo, no existe mayor atención específica a aquellos productores ecológicos certificados dentro del término municipal.

En el ámbito de la agricultura urbana y periurbana tampoco hay una apuesta decidida, aunque existen iniciativas municipales interesantes de huertos sociales y pequeños programas de formación en agricultura urbana para públicos escolares, mujeres en riesgo de exclusión y público general. Estos son espacios con un alto potencial en todos los sentidos.

Sin embargo, las propuestas en el marco de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán sobre la oportunidad de plantear la implementación de un Parque agrario abren amplias expectativas sobre el potencial del espacio agrario cordobés. A la vez, la adhesión a la Red ciudades por la agroecología supone el inicio de una vía de trabajo que reconoce la agroecología como modelo productivo y estrategia de construcción de sistemas agroalimentarios sostenibles tanto en el acompañamiento técnico en finca como en la articulación de actores.

Elementos que amplían y reactivan el potencial del convenio sobre agricultura urbana de 2011 y que pueden servir para dar respuestas a situaciones como las de Las Palmeras o de otros colectivos que apuestan por la agricultura urbana.

2.1.2. Distribución ecológica

En el ámbito de la distribución Mercacórdoba está participando con entusiasmo y energía en la Mesa de Coordinación y compartiendo líneas de trabajo y proyectos vinculados al potencia de incorporación de alimentos ecológicos locales a sus ejes estratégicos y al desarrollo de un punto de productores ecológicos en sus instalaciones, a la vez que comparte el interés por llevar los alimentos ecológicos al pequeño comercio de proximidad y los mercados municipales como un hecho diferencial como herramienta de supervivencia del sector y como aporte a la ciudad. A su vez, sus actividades formativas, aunque no incluyen específicamente una visión completa sobre la agricultura y los alimentos ecológicos, sí ofrece una visión sobre los productos locales y la alimentación sana.

Por su parte, la incorporación de criterios relacionados con los alimentos ecológicos en el “Plan de apoyo y promoción al comercio de cercanía (2017-2022)” desde las delegaciones de Comercio y Mercados parece aportar algunos elementos de articulación y visión estratégica al amparo del marco de oportunidades generado en torno al proceso (más allá del) Pacto de Milán. Sin embargo, como se apuntaba anteriormente, esta articulación aún necesita mucho trabajo político para generar sinergias y colaboración real y efectiva entre la futura Mesa del Comercio de Cercanía y el Observatorio del Comercio con la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán.

En el ámbito de lo ecológico el apoyo al Ecomercado es parte fundamental de la credibilidad de una estrategia de distribución con criterios del Pacto de Milán. Así, después de casi dos años, las diferentes negociaciones, apoyos parciales, trabas y avances desde el Ayuntamiento, con la preocupación permanente desde el área de Medio ambiente por encontrar una solución, finalmente parece que, en el marco del (más allá del) Pacto de Milán y la Mesa de coordinación empieza a generar soluciones políticas sobre su estabilidad y un apoyo mayor en su difusión como un hito referencial para la ciudad.

Ecocórdoba, a su vez, como asociación representante de comercios y restaurantes ecológicos, se ha visto reforzado en este proceso con el apoyo de subvenciones directas para la realización de la actividad de difusión “¿Conoces la Córdoba eco?” y materiales de difusión, así como su participación junto con el Ecomercado en otras actividades del programa “Gastronomía sostenible”.

2.1.3. Restauración ecológica

Con respecto a la intervención de la administración municipal en el ámbito de la oferta de alimentos ecológicos y al papel de la gastronomía cabe destacar dos experiencias: por un lado, el programa “Gastronomía sostenible”, que es un proyecto integral que se aviene muy bien al espíritu de los sistemas agroalimentarios sostenibles y la visión de la Mesa de Coordinación y, por otro lado, el caso de las dificultades y trabas administrativas al primer y único espacio de venta de zumos y fruta ecológica, local y de temporada de la ciudad.

Gastronomía sostenible

En este ámbito, el programa “Gastronomía sostenible” está siendo la herramienta principal para acercarse desde un enfoque de agricultura ecológica a la gastronomía, si bien este programa, en el marco del Pacto de Milán y los criterios compartidos desde la Mesa de coordinación no acoge

únicamente los alimentos ecológicos, sino que posee una visión más laxa e incluyente hacia los alimentos de origen local, frescos, de temporada y más o menos sostenibles⁵⁷.

Como dijimos en el capítulo sobre restauración, este proyecto se ha planteado con un enfoque muy integral y abarcaba diferentes acciones y actores, desembocando en el primer concurso de recetas “Cocinamos bien”, habiendo pasado por una charla inaugural por parte de un chef Estrella Michelin, Paco Morales, unido a una exposición de productos del Ecomercado y la degustación de un aperitivo sostenible; además de diversos talleres en centros cívicos impartidos por VSF en los que se trabaja una mirada crítica del sistema agroalimentario y complementados también con la exposición de productos del Ecomercado y la degustación de un aperitivo sostenible. Este programa incluye además diversos talleres sobre Gastronomía Sostenible para estudiantes de cocina, gastronomía y/o restauración del IES Gran Capitán acompañados de “alguna MasterClass que realizarán algunos/as de los/as Chefs más reconocidos/as de Córdoba”. A su vez, el cierre de este programa será la presentación del recetario surgido del concurso “Cocinamos bien” por parte de otro chef Estrella Michelin, Kisko García.

Así, este programa está sirviendo, desde la práctica de un programa integral y de una potencia enorme, para levantar algunos debates interesantes sobre el calado de la propuesta del Pacto de Milán, cuál es la definición de “sistemas agroalimentarios sostenibles”, el papel de la agricultura ecológica en todo ello, cuál es la correlación de actores presentes en la Mesa de Coordinación, la composición del sector agroalimentario cordobés y cuáles son las dinámicas y metodologías de trabajo.

Puesto móvil de zumos y fruta ecológica “4 estaciones”

El caso del puesto móvil de zumos y fruta ecológica “4 estaciones” después de innumerables trabas y limitaciones administrativas logró autorización para iniciar su andadura en 2013, pero en el último año se ha vuelto a topar con la normativa que rige la Campaña de Zumos Naturales y/o Fruta Cortada 2017, decreto del Ayuntamiento de Córdoba con fecha 21 de marzo de 2017, que limita el período de concesión de autorizaciones para quioscos de zumos de fruta y/o fruta cortada a la temporada que va desde el 15 de abril al 14 de octubre, y que limita los espacios dedicados a esta actividad a tres lugares en la ciudad. Una normativa que plantea las dificultades para coordinar las líneas políticas estratégicas y las formas de trabajo de la administración.

Por un lado, el acceso a fruta fresca y de temporada, y a ser posible ecológica y local, es parte esencial del mencionado Pacto de Milán: en especial, se corresponde con el segundo eje de trabajo “Promover dietas sostenibles y nutrición”, orientado al acceso a alimentos “saludables, seguros, culturalmente adecuados, ambientalmente sostenibles y fundados en los derechos”. Por otro lado, la adhesión a la Red de ciudades por la Agroecología, supone asumir un modo de producción agrario ecológico, que no use productos químicos de síntesis, que no contamine el suelo, el agua, los alimentos y a las personas que trabajan en la agricultura; es la apuesta por los alimentos de temporada para aumentar la calidad, el sabor y la sostenibilidad energética de la dieta de la ciudadanía.

En este sentido, asumiendo evidentemente la necesaria e imprescindible ordenación del uso de la vía pública, se plantea la necesidad de apoyar todas las iniciativas de quioscos, carritos, foodtrucks o triciclos que faciliten el acceso a fruta fresca y de temporada a la población de la ciudad, y especialmente en aquellos casos en que la fruta ofrecida sea de producción ecológica y local. Estas iniciativas, además de suponer una iniciativa empresarial legítima para generar empleo, suponen una aportación pedagógica de primer nivel para la ciudadanía al normalizar el consumo de productos ecológicos de manera cotidiana, facilitando alternativas al consumo de otras bebidas industriales -que debido a su exceso de azúcares son parte del problema de malnutrición y que fomentan un modelo de consumo de energía y materiales excesivo frente al modelo de estas

57 <https://www.cordoba.es/cordoba-gastronomia-sostenible>

alternativas que se basan en la producción local, en el empleo agrario, la lucha contra el desperdicio alimentario y las dietas sanas.

Estos espacios, lejos de considerarse una intromisión en el espacio público deberían ser considerados como espacios pedagógicos para la ciudadanía y que promueven el derecho a una alimentación saludable, que suponen un contrapunto a la publicidad del sistema agroalimentario dominante que promueve hábitos alimentarios y de consumo de bebidas refrescantes saturadas de azúcares y aditivos poco saludables, y una alternativa al modelo de consumo de bebidas alcohólicas.

Estas iniciativas están en la línea, además, de múltiples esfuerzos realizados desde el Área de Educación, de Servicios sociales, de Medio Ambiente y de Comercio del Ayuntamiento de Córdoba y también de Mercacórdoba en la promoción del consumo de fruta y verdura, así como múltiples campañas y programas de la Junta de Andalucía y del propio gobierno español.

Así pues, estas iniciativas, lejos de considerarse un problema, deberían de reconocerse como espacios que cumplen una función social en el marco de la alimentación sostenible y el acceso a una dieta sana y ecológica desde la iniciativa privada.

En definitiva, entendemos que, a la vista de todo lo anterior, debiera rectificarse y adaptar la normativa vigente para dar cabida a estas iniciativas que facilitan el consumo y educan a la población en el consumo de fruta fresca y de temporada, adaptada a las distintas estaciones del año. Todas las estaciones del año agronómico, evidentemente, poseen sus productos específicos, y más aún en este caso el evidente inicio de la temporada de la naranja, de la que la provincia de Córdoba es una de las grandes regiones productoras españolas.

Zumos y fruta cortada de temporada, local y ecológica son elementos de valor y que cumplen una función social y pedagógica que debiera reconocerse y valorarse por el Ayuntamiento en el marco de sus políticas públicas, y no, como era el caso, impedirse. Felizmente, esta situación se ha resuelto provisionalmente con una moratoria especial para ampliar el período de la temporada de zumos y frutas cortadas.

En este sentido, la articulación de políticas y la vinculación a un proceso colectivo como este (más allá del) Pacto de Milán parecen aportar respuestas en el marco de los sistemas agroalimentarios más sostenibles.

2.1.4. Consumo ecológico y salud

A la vista de las acciones de intervención municipal cabe destacar el esfuerzo por parte de algunas delegaciones en la formación sobre alimentación sana y sostenible, pero en la mayoría de los casos se echa de menos un enfoque más profundo sobre los alimentos ecológicos. En cualquier caso, es un trabajo interesante el que se está haciendo, con multitud de materiales y actividades. En ese sentido, la revisión de actividades y materiales sobre alimentación sana y sostenible que se está haciendo desde la delegación de Medio Ambiente aportará una respuesta más clara a esta cuestión.

Por otro lado, como hemos visto anteriormente, hay que atender a las desigualdades de enfoque sobre el acceso a los alimentos, dejando los alimentos ecológicos fuera de las acciones e intervención social en poblaciones marginalizadas.

En cuanto a acciones que incluyen explícitamente los alimentos ecológicos o con criterios ambientales y sociales podemos destacar dos acciones de compra pública: 1) la entrega de comida a domicilio para personas dependientes y 2) el servicio de bar-cafetería del zoológico.

Compra pública: entrega de comida a domicilio

El mejor ejemplo de incorporación de los alimentos ecológicos en la compra pública en Córdoba es la contratación del servicio de entrega de comida a domicilio a personas dependientes: un servicio destinado a “aquellos mayores que viven solos; que conviven con alguna otra persona dependiente; que presentan escasos apoyos familiares; que tienen reducida sensiblemente su movilidad, etc, a fin de garantizar una correcta y equilibrada alimentación, al menos en la principal comida del día”. Así, para la elaboración de la comida estas personas el pliego de condiciones recoge, entre otras, como características generales de los menús las siguientes:

- *Los menús serán elaborados con una proporción mayoritaria de materia prima ecológica, utilizando en lo posible circuitos cortos de comercialización que permitan una óptima conservación de los productos.*
- *El menú diario debe incluir un primer plato, un segundo plato, una pieza de fruta del tiempo y en condiciones de maduración óptimas para su consumo y una ración de pan.*
- *El menú se modificará según la estación anual, distinguiendo menú de invierno, primavera, verano y otoño. Así mismo, los ciclos de menú se extienden en periodos de cuatro semanas.*

Este pliego de servicios, además, explicita que además de ecológicos, los productos deben ser prioritariamente de origen local (en este caso, de la comunidad autónoma andaluza):

“en la elaboración de los menús se utilizarán al menos las siguientes materias primas de producción ecológica certificada y producida en la Comunidad Autónoma Andaluza: Pastas, Arroz, Legumbres, leche y derivados, pan, aceites y frutas y verduras; de estar producidas en otra Comunidad, deberá justificar expresamente al Ayuntamiento que cumple con todas las garantías de calidad, frescura, características organolépticas, etc. que haga a estos productos, como mínimo, equiparables a los anteriores⁵⁸”

Y añade además la compra a productores locales como criterio valorado: “*Valoración del Protocolo de compras de productos ecológicos y de la memoria descriptiva de los productos a utilizar, se valorar la realización de compras a productores locales*”.

A estos criterios de uso de alimentos ecológicos, este pliego añadía unas condiciones sociales y laborales muy estrictas en beneficio de una condiciones laborales dignas. Además, respecto al enfoque de economía social y local, este pliego condiciona su concesión a que la empresa licitadora tenga sus instalaciones de cocina en Córdoba.

En lo que respecta a cuestiones ambientales, después de haber hecho mención al Pacto de Alcaldes por el Clima, del que Córdoba es firmante, este pliego prima en el baremo de puntuación el uso de “*medios de transporte alternativo y no contaminante para el reparto de los alimentos en los distintos domicilios (vehículos eléctricos, híbridos o cualquier medio de locomoción no contaminante)*”.

A la vista de las condiciones y criterios integrales planteados en este contrato, el precio de cada menú se fijaba en 6,50 euros por persona y día (más IVA) -y 8 euros (Más IVA) en los casos de las barriadas periféricas del extrarradio (Higuerón, Villarrubia, Santa Cruz, Santa María de Trasierra, Alcolea, Veredón de los Frailes, Cerro Muriano)-, frente al precio de la concesión anterior que era de 4,33 euros/menú (más IVA) y de 5,69 euros/menú en el extrarradio. Este precio se fijó ajustándose al precio de mercado y para ello se referenciaban “adjudicaciones efectuadas por otras Administraciones, así como en los precios contemplado en pliegos de contratación, cuyos precios/menús son de análoga similitud” como, por ejemplo, Alcorcón (5,90 euros/menú), Puertollano (7 euros/menú), Madrid (5,73 euros/menú) y añade también el caso del Ayuntamiento

⁵⁸ Se añade este inciso para evitar problemas con el principio de igualdad y libre concurrencia

de Burgos que incluye también menús ecológicos (7,28 euros/menú). Así, esta contratación se encuentra en línea con los precios de mercado que no aplican ninguno de los criterios de uso de materia prima ecológica, priorización de vehículos no contaminantes y con unas condiciones sociales de contratación y arraigo al territorio

En definitiva, podemos identificar este pliego de condiciones como paradigmático con respecto a la compra pública vinculada al marco del Pacto de Milán y las políticas agroalimentarias.

Una experiencia concreta y viable que marca el camino para que acuerdos valiosos, pero demasiado genéricos, como el Acuerdo de colaboración entre las consejerías de Educación, de Salud, de Igualdad y Políticas sociales, de Turismo y Deporte, de Agricultura, Pesca y Desarrollo rural, y de Medio ambiente y ordenación del territorio de la Junta de Andalucía para el impulso y consolidación del programa de fomento del consumo social de productos ecológicos andaluces, de febrero de 2017, como desarrollo del III Plan Andaluz de la Producción Ecológica Horizonte 2020.

Compra pública: bar-cafetería del zoológico

Otro de los servicios municipales que incluye criterios ecológicos y sociales en su contratación es el bar-cafetería del zoológico, aunque de una manera muy limitada ya que dicha incorporación se reduce a la presencia en la lista de productos de al menos cuatro productos certificados de Comercio justo.

Si bien su alcance es limitado, este pliego de condiciones viene a sumarse a las opciones y realidades en la incorporación de criterios relacionados con el Pacto de Milán en la compra pública.

3. Las políticas públicas en el marco del proceso (más allá del) Pacto de Milán en Córdoba

El Pacto de Milán, como ya se ha planteado, supone una apuesta por aumentar la sostenibilidad ecológica, económica, social y cultural de los sistemas agroalimentarios locales en torno al papel de las propias ciudades y su relación con la producción, distribución, restauración, consumo y gestión para la disminución de los residuos y desperdicios alimentarios, y hacer un buen uso de los recursos naturales. Como recoge el compromiso político de la firma del Pacto de Milán en su punto 1: los ayuntamientos adheridos se comprometen a “Trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los cambios climáticos”, y para ello pondrán en marcha estrategias de coordinación e implementación de políticas públicas “para favorecer la creación de sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles”.

Planteamientos que, como vimos en la introducción, desde otros ámbitos ya estaban recogidos en torno a la propuesta de la agroecología y de la soberanía alimentaria, en el marco de los movimientos sociales que luchan por la transformación del sistema agroalimentario dominante y de sus prácticas esquiladoras y explotadoras de los recursos naturales y de las personas, con unas graves consecuencias ecológicas y sociales en el ámbito local y global.

En este caso, aprovechando el marco del Pacto de Milán, mostramos cuáles han sido los ejes y acciones identificadas explícitamente en las jornadas de trabajo desarrolladas en el proceso (más allá del) Pacto de Milán correspondientes a cada uno de los sectores del sistema agroalimentario.

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ

1. *Fomentar la colaboración entre agencias y departamentos municipales* y buscar la alineación de las políticas y programas que afectan al sistema alimentario en los diferentes sectores y niveles administrativos, adoptando y promoviendo un enfoque basado en los derechos; las diferentes opciones pueden incluir la contratación de personal fijo a nivel municipal, la reasignación de los encargos y de los procedimientos y la redistribución de los recursos.
2. *Promover la participación de las partes interesadas a nivel municipal a través del diálogo político y, en su caso, el nombramiento de un consejero para la política alimentaria y/o el desarrollo de una plataforma que reúna las diferentes partes interesadas o un consejo para la alimentación, y a través de actividades de educación y sensibilización.*
3. **Identificar, mapear y evaluar las experiencias locales** y las iniciativas alimentarias de la sociedad civil con el fin de transformar buenas prácticas en programas y políticas, con el apoyo de los entes de investigación ó instituciones académicas locales.

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN

7. *Promover dietas sostenibles* (saludables, seguras, culturalmente adecuadas, ambientalmente sostenibles y fundadas en los derechos) a través de programas pertinentes en el campo de la educación, la promoción de la salud y la comunicación, con especial atención a escuelas, centros de atención, mercados y medios de información.
8. **Luchar contra las enfermedades no transmisibles asociadas a dietas inadecuadas y obesidad**, con especial atención, cuando sea necesario, a reducir la aportación de azúcar, ácidos grasos trans, carnes y productos lácteos-queseros, y aumentando el consumo de fruta, verdura y alimentos no elaborados.

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

17. **Fomentar y apoyar actividades de economía social y solidaria** con especial atención a actividades en campo alimentario que favorezcan medios de vida sostenible para los segmentos marginados de la población en los diferentes niveles de la cadena alimentaria y faciliten el acceso a alimentos sanos y seguros en las áreas urbanas y rurales.
18. **Promover la constitución de redes y apoyar las actividades de la sociedad civil**, (como huertos y comedores comunitarios, comedores sociales, etc.) destinadas a crear inclusión social y proporcionar comida a los segmentos marginados.

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA

25. **Apoyar las cadenas de suministro cortas**, las organizaciones de productores, las redes y las plataformas de productor a consumidor, y otros sistemas de mercado que integren las infraestructuras sociales y económicas para un sistema alimentario urbano que conecte las áreas urbanas a las rurales. Esto podría incluir iniciativas de la sociedad civil y de economía social y solidaria, así como sistemas de mercado alternativos.

EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

31. **Desarrollar políticas y programas en apoyo de los mercados municipales públicos**, incluidos los mercados agrícolas, los mercados informales, los mercados al por mayor y al por menor, restaurantes y otros sujetos que operan en el sector de la distribución alimentaria, reconociendo las diferencias entre ciudades respecto al papel de los operadores públicos y privados en el sistema de los mercados.

EJE 6 - LIMITAR DESPERDICIOS DE ALIMENTOS

36. **Colaborar con el sector privado, instituciones educativas y de investigación, y organizaciones comunitarias** para desarrollar y revisar, en su caso, políticas y normas municipales (por ejemplo procedimientos, normas estéticas y de clasificación, fechas de caducidad, etc.) para la prevención de los desperdicios alimentarios o para recuperar de modo seguro alimentos y embalajes a través de un sistema que fomente el uso y no el desperdicio de la comida.
35. **Sensibilizar la población en materia de desperdicios y pérdidas de alimentos** a través de eventos y campañas específicas; identificar puntos focales tales como instituciones educativas, mercados comunitarios, tiendas de empresas y otras iniciativas de solidaridad o de economía circular.

3.1. Acciones en desarrollo en torno al Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la primera jornada de trabajo sobre la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente un listado de acciones que se están desarrollando en Córdoba en torno a los ejes de trabajo del Pacto de Milán y la soberanía alimentaria, salieron a la luz las siguientes acciones relacionadas con las políticas públicas.

En el caso de las políticas públicas se incluirán todas aquellas acciones que se orientan a la consolidación de la Mesa de Coordinación como espacio de articulación y toma de decisiones

colectiva para su traslado a la acción política institucional, a la vez que se incluyen todas las acciones que en cualquiera del resto de ámbitos y sectores del sistema agroalimentario corresponden al liderazgo o la intervención directa de la administración pública.

Fundamentalmente, las políticas públicas han aparecido a través de diferentes actividades del área de Medio Ambiente (incluyendo CEA e IMGEMA), en especial como área coordinador desde el Ayuntamiento de este proceso, y del espacio de articulación interna que es la Comisión de Estilos de Vida Saludables y actividades propias de Salud, Servicios Sociales y Educación. También existen múltiples actividades realizadas desde Cooperación y algunas desde Comercio.

Por otro lado, es de resaltar el papel de Mercacórdoba como agente protagonista, evidentemente, en este espacio de trabajo, promoviendo y desarrollando distintas acciones en torno al comercio de proximidad, sensibilización o de diagnósticos.

De igual modo, resaltar la participación de las empresas municipales de saneamiento y gestión de residuos (SADECO) y de agua (EMACSA) en temas relacionados con la sostenibilidad del sistema agroalimentario local.

A continuación se han extraído todas aquellas acciones en las que estaba involucrado el Ayuntamiento a través de sus áreas o de las empresas municipales.

ARTICULACIÓN			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Puesta en marcha del marco estratégico de Pacto de Milán - <i>Proceso (más allá) Pacto de Milán</i>	MA (coord) – Salud, Servicios sociales, Hacienda, Promoción, Fomento	ISEC - VSF	Articulación 1, 18
Proceso (más allá) Pacto de Milán – Diagnósticos SAA – Espacios de coordinación alimentaria	MA, Ganemos	ISEC - VSF	Articulación 9 Incidencia política
Primeras jornadas Pacto Milán - <i>Proceso (más allá) Pacto de Milán</i>	MA, Participación ciudadana, Educación	ISEC - VSF	Articulación 2
Diagnóstico SAA Córdoba (Carasso) - <i>Proceso (más allá) Pacto de Milán</i>	MA	ISEC	Diagnóstico Articulación 3
Fomentar colaboración municipal con actores económicos (productores ecológicos)	MA	Ecomercado	Articulación 1 Intervención distribución
Encuentros de economía social y solidaria	Cooperación		Sensibilización Articulación 17 Incidencia política
Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable	Salud (coord) – Salud, Educación, Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación		Articulación 1 Sensibilización Formación Alimentación sana

DIAGNÓSTICOS			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Diagnóstico SAA Córdoba (Carasso) - <i>Proceso</i>	MA	ISEC	Diagnóstico 3

<i>(más allá) Pacto de Milán</i>			Articulación
Diagnósticos SAA	Mercacórdoba – Comercio	ISEC UCO Cooperación Ecomercado Ecocórdoba	Diagnóstico 5
Diagnóstico provincial: variedades locales hortofrutícolas y alternativas locales y sostenibles	Mercacórdoba	ISEC	Diagnóstico 3, 21, 30 Intervención agricultura Intervención distribución
Censo de comercios de alimentación	Mercacórdoba		Diagnóstico 3
Informe sobre la Promoción de Estilos de Vida Saludables: Alimentación Sana y Ejercicio Físico	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable Salud (coord) – Salud, Educación, Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación		Diagnóstico 7 Alimentación sana Intervención social
Investigación sobre hábitos de consumo y valoración nutricional por sectores sociales. Alimentación saludable	Salud	UCO	Diagnóstico 8 Alimentación sana

INTERVENCIÓN AGRICULTURA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Diagnóstico Sistema agroalimentario provincial	Mercacórdoba	ISEC	Diagnóstico Intervención agricultura 21 Intervención distribución
Asesoría para la producción ecológica en Andalucía	Consejería Agricultura (Junta)		Intervención agricultura 24 Formación

INTERVENCIÓN DISTRIBUCIÓN			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Fomentar colaboración municipal con actores económicos (productores ecológicos)	MA - IMGEMA	Ecomercado	Articulación Intervención distribución 1, 31
Fomento de espacios de colaboración y articulación productores y consumidores: el espacio mensual del Ecomercado	(MA)	Ecomercado	Intervención distribución 2 Sensibilización
Promoción de consumo de productos agroecológicos: Ecomercado	MA	Ecomercado	Intervención distribución 7 Alimentación sana Alimentación sostenible
Biocórdoba (anual): espacios de diálogo y acciones conjuntas sobre consumo ecológico	Ayuntamiento – Mancomunidad – Diputación	Almocafre	Intervención distribución 2 Sensibilización
Convocatoria de subvenciones para el fomento del asociacionismo y promoción de comercio	Desarrollo económico y del		Intervención distribución 17

de cercanía (Ecocórdoba ha solicitado subvención)	comercio		
Uso de red de establecimientos de cercanía para alimentos perecederos – moneda social	Servicios sociales		Intervención distribución 14 Intervención social
Subvención comedores escolares en verano	Servicios sociales		Intervención distribución 14 Intervención social
Cesión módulo mercado polivalente a Cruz Roja como almacén de alimentos	Mercacórdoba		Intervención distribución 14 Intervención social
Espacio de venta para productores en Mercacórdoba	Mercacórdoba		Intervención distribución 25
Acceso productos locales: 37% de frutas y hortalizas comercializadas en Mercacórdoba procedan de la provincia de Córdoba y otro tercio del resto de Andalucía.	Mercacórdoba		Intervención distribución 25
Módulo frío	Mercacórdoba		Intervención distribución 28
Análisis “última milla” común para mayoristas	Mercacórdoba		Intervención distribución 27
Apoyo a la mejora de la competitividad del pequeño comercio de alimentación	Mercacórdoba		Intervención distribución 30
Diagnóstico Sistema agroalimentario provincial	Mercacórdoba	ISEC	Diagnóstico Intervención agricultura Intervención distribución 21
Central de recogida y reutilización de enseres	Mercacórdoba		Intervención distribución 36
Decreto Venta directa	Consejería Agricultura – Junta		Intervención distribución 25

INTERVENCIÓN RESTAURACIÓN			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Sensibilización sobre uso del agua del grifo en familias y hostelería	EMACSA		Agua Sensibilización Intervención restauración 13

ALIMENTACIÓN SANA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable	Salud (coord) – Salud, Educación, Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación		Articulación Sensibilización Formación Alimentación sana 1
Actividades alimentación saludable, hábitos saludables...	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable		Sensibilización Alimentación sana 12
Materiales de alimentación sana (decálogo, guía didáctica y recetarios de verdura y fruta de temporada)	Salud		Sensibilización Formación Alimentación sana 9

Actividades salud a través de alimentación	IMGEMA		Alimentación sana 12
Promoción de consumo de productos agroecológicos: Ecomercado	MA	Ecomercado	Intervención distribución Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Canales cortos y sostenibilidad		Ecomercado	Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible	IMGEMA		Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Aula educativa escolar: consumo responsable de productos sostenibles	Mercacórdoba		Sensibilización escolar Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana	Educación e infancia		Sensibilización escolar Alimentación sana 7 Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, de temporada y sostenible: escolares, mayores y otros.	Salud		Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible Sensibilización escolar
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana para familias y personas mayores	Servicios sociales		Sensibilización Alimentación sana 7 Alimentación sostenible Intervención social
Informe sobre la Promoción de Estilos de Vida Saludables: Alimentación Sana y Ejercicio Físico	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable Salud (coord) – Salud, Educación, Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación		Diagnóstico Alimentación sana 7 Intervención social
Investigación sobre hábitos de consumo y valoración nutricional por sectores sociales. Alimentación saludable	Salud	UCO	Diagnóstico Alimentación sana 8

ALIMENTACIÓN SOSTENIBLE

ACCIONES	AYTO	OSC	
Promoción de consumo de productos agroecológicos: Ecomercado	MA	Ecomercado	Intervención distribución Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible	IMGEMA		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Aula educativa escolar: consumo responsable de productos sostenibles	Mercacórdoba		Sensibilización escolar Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana	Educación e infancia		Sensibilización escolar Alimentación sana Alimentación sostenible 7
Formación y sensibilización alimentación sana, de temporada y sostenible: escolares, mayores y otros.	Salud		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7

			Sensibilización escolar
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana para familias y personas mayores	Servicios sociales		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible 7 Intervención social

INTERVENCIÓN SOCIAL			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Participación en red alimentaria solidaria: subvenciones a comedores sociales y banco de alimentos	Servicios sociales		Compra pública Intervención social 11
Uso de red de establecimientos de cercanía para alimentos perecederos – moneda social	Servicios sociales		Intervención distribución Intervención social 14
Dar respuesta a urgencias sociales – Ayuda de emergencia social para alimentación	Servicios sociales		Intervención social 6
Subvención comedores escolares en verano	Servicios sociales		Intervención distribución Intervención social 14
Cesión módulo mercado polivalente a Cruz Roja como almacén de alimentos	Mercacórdoba		Intervención distribución Intervención social 14
Informe sobre la Promoción de Estilos de Vida Saludables: Alimentación Sana y Ejercicio Físico	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable Salud (coord) – Salud, Educación, Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación		Diagnóstico Alimentación sana Intervención social 7
Fomento lactancia materna: línea de subvenciones para el fomento	Servicios sociales		Sensibilización Intervención social 9
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana para familias y personas mayores	Servicios sociales		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible Formación Intervención social 7
Formación agraria y cooperativismo para mujeres en riesgo de exclusión (Las Palmeras)	MA-CEA		Intervención social 16 Formación
Garantizado el derecho al agua	EMACSA		Agua Incidencia política Intervención social 13

INCIDENCIA POLÍTICA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Proceso (más allá) Pacto de Milán – Diagnósticos SAA – Espacios de coordinación alimentaria	MA, Ganemos	ISEC - VSF	Articulación Incidencia política 9, 11
Falta de cumplimiento de acuerdo municipal de compra pública ética (2008)	Avances en Cooperación, MA,		Compra pública Incidencia política 10

	Juventud, Participación.		
Economía del Bien Común	Consumo – Participación	EBC	Incidencia política 4
Estrategia de sostenibilidad y reducción de residuos	HACIENDA (ORDENANZAS), SADECO Mercacórdoba		Incidencia política 36
Garantizado el derecho al agua	EMACSA		Agua Incidencia política 13 Intervención social
Cláusulas medioambientales (residuos, ruidos) agua	EMACSA		Agua Compra pública Incidencia política 13
Encuentros de economía social y solidaria	Cooperación		Sensibilización Articulación Incidencia política 17

COMPRA PÚBLICA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Cláusulas criterios ecológicos y de comercio justo en el bar del zoológico	MA - Salud – Consumo – Hacienda		Compra pública 11
Cláusulas criterios ecológicos y sociales en programa de comida a domicilio: ingredientes ecológicos y transporte con vehículos no contaminantes	Servicios sociales		Compra pública 11
Participación en red alimentaria solidaria: subvenciones a comedores sociales y banco de alimentos	Servicios sociales		Compra pública 11 Intervención social
Campaña de inclusión de criterios ecológicos y comercio justo en hospitales y escolares	Ayto	IDEAS	Compra pública 15 Comedores escolares
Falta de cumplimiento de acuerdo municipal de compra pública ética (2008)	Avances en Cooperación, MA, Juventud, Participación.		Compra pública 10 Incidencia política
Cláusulas medioambientales (residuos, ruidos) agua	EMACSA		Agua Compra pública 13 Incidencia política

AGRICULTURA URBANA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Huertos sociales urbanos (Miralbaida)	MA		AU 18
Huertos sociales (Asomadilla)	IMGEMA		AU 18, 20
Proyecto Andaluerto (huertos sociales)	AGAPA (Junta)		AU 19
Formación y sensibilización huertos ecológicos (Asomadilla)	IMGEMA		AU 19
Formación huertos ecológicos (escolares y no escolares)	MA - CEA		AU 18 AU escolar

Huertos escolares	MA - Educación		AU 19 AU escolar
-------------------	----------------	--	---------------------

ÁMBITOS ESCOLARES			
ACCIONES	AYTO	OSC	
<i>Sensibilización escolar</i>			
Difusión de actividades para centros escolares	Educación e infancia		Sensibilización Sensibilización escolar 1
Aula educativa escolar: consumo responsable de productos sostenibles	Mercacórdoba		Sensibilización escolar 7 Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana	Educación e infancia		Sensibilización escolar 7 Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, de temporada y sostenible: escolares, mayores y otros.	Salud		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible Sensibilización escolar 7
<i>Huertos escolares</i>			
Huertos escolares	MA - Educación		AU AU escolar 19
Formación huertos ecológicos (escolares y no escolares)	MA - CEA		AU AU escolar 18
<i>Comedores escolares</i>			
Campaña de inclusión de criterios ecológicos y comercio justo en hospitales y escolares	Ayto	IDEAS	Compra pública Comedores escolares 15

AGUA			
ACCIONES	AYTO	OSC	
Garantizado el derecho al agua	EMACSA		Agua 13 Incidencia política Intervención social
Sensibilización sobre uso del agua del grifo en familias y hostelería	EMACSA		Agua 13 Sensibilización Intervención restauración
Cláusulas medioambientales (residuos, ruidos) agua	EMACSA		Agua 13 Compra pública Incidencia política

3.2. Priorización de propuestas para la aplicación del Pacto de Milán y los sistemas agroalimentarios sostenibles en la ciudad de Córdoba

En la segunda jornada de trabajo para la aplicación del Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba, en la que se elaboró colectivamente una priorización de propuestas a implementar, las políticas públicas se plantearon y fueron reconocidas como un ámbito privilegiado y responsable de dar curso a las líneas políticas y las correspondientes acciones surgidas desde los distintos actores para avanzar en la construcción de un sistema agroalimentario más sostenible.

En este sentido, todas las ideas fuerza surgidas en la segunda jornada de trabajo interpelan a las políticas públicas para que ejecuten, promuevan o faciliten que lo hagan otros actores y que implementen y den cobertura a esas acciones:

1. La creación de una **Marca-Sello con criterios del Pacto de Milán**: ecológico y local, incluye proceso de sistema participativo de garantía.
2. La necesidad de **construir y reforzar espacios de producción-distribución-consumo de alimentos ecológicos-locales**, autogestionados y con apoyos institucionales.
3. La necesidad del **papel de las administraciones públicas a través de la compra pública** como forma de apoyar a las productoras, como forma de facilitar el acceso a la ciudadanía (incluida las personas desfavorecidas), como forma de sensibilización y como prioridad política orientado al Derecho a la alimentación.
4. La necesidad de la **implicación política** desde el Ayuntamiento: por ejemplo, **Plan de comercio proximidad**.
5. El papel de las **administraciones en la difusión y apoyo** a los canales cortos, comercio de proximidad y mercados de productores ecológicos y locales.
6. La necesidad de **reforzar la producción agraria** en el término municipal: el **Parque agrario** como espacio de formación, producción, cohesión social y paisaje.
7. La necesidad de reforzar el ámbito de la **restauración ecológica y local**.
8. La necesidad de crear **espacios sectoriales de coordinación y trabajo**: “Parque agrario - Agricultura urbana”, “Formación agroecológica”, “Sensibilización”, “Ámbito escolar”, “Restauración” y “Desperdicio alimentario”.

El papel de las administraciones públicas quedaba recogida en la necesidad de que permitiese un espacio colectivo de toma de decisiones y que lo agroalimentario fuese considerado una prioridad política en forma de políticas integrales y asignación suficiente de recursos para ello. Esto implicaba tanto campañas de sensibilización, integración de la sustentabilidad en el Plan de comercio de proximidad, procesos de Investigación Acción Participativa, esfuerzos en la compra pública con criterios sociales y ecológicos, apoyo a iniciativas de productores y canales cortos de comercialización, el apoyo decidido al proceso sobre la viabilidad de una marca o distintivo específico para los productos con criterios de sustentabilidad, etc.

Estas ideas fuerza, los ejes específicos y las actividades concretas, información complementaria y actores responsables se pueden consultar en los Anexos.

3.3. Reuniones ASACO

Desde ASACO, en los primeros talleres de trabajo en el marco del Pacto de Milán, las políticas públicas estaban presente en diferentes ideas que surgían a la hora de construir el “mapa del futuro de Córdoba”:

- Compra pública sostenible (mediante cláusulas)
- Parques agrarios periurbanos

- Banco de tierras
- Sello de “garantía” local
- Más ecomercados
- Productos agroecológicos en los mercados
- Revitalización mercados municipales con comercio de proximidad
- Programas de salud, nutrición y alimentación
- Productos ecos y locales en mercacórdoba
- Consejo alimentario
- Alimentación sana y saludable accesible a toda ciudadanía
- Limitaciones a las grandes superficies
- Bono social que fomente comercio local
- Moneda social para comercio local
- Pliegos de contratación con criterios de sostenibilidad
- Colegios con huertos escolares y comedores ecológicos

En otra de las reuniones de trabajo entre los colectivos de ASACO, Ecomercado y Ecocórdoba, las políticas públicas estaban presentes en las siguientes acciones al plantear escenarios de futuro para la ciudad. A corto plazo, como prioridad absoluta surgía la necesidad e una Mesa de coordinación EFECTIVA; a medio plazo y a largo plazo se retomaban las ideas de Parque Agrario, cuestiones escolares, la compra pública.

3.4. Avances de la Mesa de Coordinación del Pacto de Milán

En la línea de las ideas fuerza trabajadas en la segunda jornada colectiva del Pacto de Milán, en el ámbito de la Mesa de Coordinación las políticas públicas surgían como interlocutoras de la puesta en acción de las distintas actividades previstas por los diferentes actores miembros de la Mesa. En este caso, la discusión no estuvo tan orientada a políticas públicas más amplias o a debates de fondo, más allá de los expuestos hasta ahora, sino que se propusieron acciones concretas a realizar a corto plazo debido a las trabas y protocolos administrativos.

En este sentido, algunos debates más amplios sobre el papel de las administraciones públicas en la consolidación de un sistema agroalimentario más sustentable aún no se han desarrollado en su totalidad, a pesar de que sí existen ciertas líneas de trabajo compartidas y reconocidas como son la aceptación de un marco genérico de sustentabilidad o incluso de Derecho a la alimentación adecuada, la transformación del territorio hacia un Parque agrario, la implicación de Mercacórdoba y los mercados municipales y el plan de comercio de proximidad en acompañar procesos de inclusión de productos sostenibles, la compra pública, la sensibilización y el apoyo -e imprescindible participación y toma de decisiones- a los agentes del sector.

3.5. Jornada de construcción de la hoja de ruta para el Pacto de Milán en Córdoba

Esta primera fase del proceso de implementación de la Pacto de Milán en Córdoba se cerró con una última jornada de trabajo participativo en la que se trabajaron todas las ideas y propuestas de las jornadas anteriores y lo avanzado en el marco de la mesa de Coordinación.

En esta jornada participativa las ideas fuerza y ámbitos de trabajo vinieron a reforzar las ideas ya planteadas a lo largo de todo el proceso y mantuvieron una visión integral del proceso y de la intervención en el sistema agroalimentario.

En todo caso, las ideas fuerza y propuestas más vinculadas al ámbito de las políticas públicas son

las siguientes:

- Proceso/marca Alimentando Córdoba
- Parque agrario y banco de tierras
- Intervención y formación agraria
- Central de compras
- Intervención en distribución
- Intervención en restauración
- Ámbito escolar
- Compra pública
- Intervención social
- Articulación
- Formación y sensibilización
- Incidencia política
- Desperdicio alimentario y residuos
- Agua

A continuación se muestran los resultados de la jornada participativa de definición de la hoja de ruta que afectan al ámbito de las políticas públicas o que fueron propuestos desde el grupo de trabajo de políticas públicas en la dinámica participativa que incluía su priorización temporal. La tabla completa puede consultarse en los anexos.

IDEA FUERZA / ÁMBITO	ACCIONES	GRUPO DE TRABAJO	PLAZOS
PROCESO MARCA Alimentando Córdoba	Sello Pacto de Milán (sello garantía) que destaque la producción local	Producción	2018
	Visibilizar esfuerzo y valor – Marca PM-C	Distribución	2018
	Marca o distintivo del establecimiento visible en la entrada	Restauración	2018
	Ampliar AAC a ganadería (huevos, queso, etc.)	Producción	2019
	Marca Córdoba – definir sus parámetros o reglamento	Consumo	Sin fecha
PARQUE AGRARIO Y BANCO DE TIERRAS	Visualizar y revalorizar espacios de huertas locales familiares	Producción	2018
	Impulsar parque agrario y protección fertilidad tierra	Políticas públicas	2018
	Plan especial de protección del Parque agrario del municipio de Córdoba (GMU)	Políticas públicas	2018
	Fomento de parcelas para autoconsumo desde Ayto-GMU	Políticas públicas	2018
	Impulsar huertos sociales urbanos	Políticas públicas	2018
	Crear un Banco de tierras	Producción	2018-19
	Parque agrario	Producción	2019
	Creación de Banco de tierras y facilitar acceso	Políticas públicas	2019
	Punto de encuentro entre oferentes y demandantes de tierras	Políticas públicas	2019
	Banco de semillas hortícolas (acceso gratuito)	Políticas públicas	2019

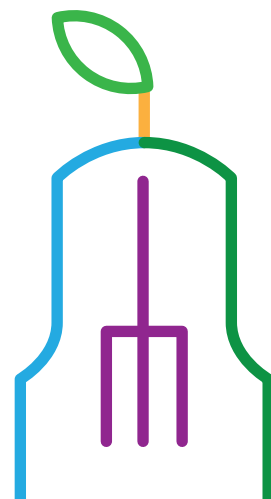
INTERVENCIÓN Y FORMACIÓN AGRARIA	Favorecer emprendimiento en sector agrario	Producción	2019
	Ayudar a incorporación de jóvenes a la agricultura agroecológica	Políticas públicas	2019
CENTRAL DE COMPRAS	Central de acopio	Producción	2018
	Central de compras eco/local/sost	Distribución	2018
	Priorizar la distribución de productos locales desde el Mercacórdoba	Distribución	Sin fecha
	Establecer un punto de acopio de Alimentando Córdoba en Mercacórdoba	Distribución	Sin fecha
INTERVENCIÓN DISTRIBUCIÓN	Fomento CCC – Mercados, Venta directa, Distribución com local (Ecomercado, Grupos prod/cons, Mercados sociales)	Distribución	2018
	Comercialización directa desde el productor	Distribución	Sin fecha
	Visibilizar dónde y cómo puede hacerse compra directa al productor/a	Distribución	Sin fecha
	Garantizar espacios de distribución: 1) granja ecológica como punto de distribución, 2) tiendas de barrio, 3) mercados itinerantes locales	Distribución	Sin fecha
	Revitalizar mercados municipales	Distribución	2019
	Reabrir mercado de Fleming y convertirlo en mercado ecológico	Distribución	Siguiente mandato
	Potenciar asociacionismo distribuc eco/local/sost	Distribución	Sin fecha
INTERVENCIÓN RESTAURACIÓN	Campañas comunicación y temporada (acciones tipo Ruta tapa)	Restauración	2018
	Transversal eco/cercanía/justo	Restauración	2018
	Identificación también online (tripadvisor u otros)	Restauración	2018
	Incluir formación en ciclos formativos de cocina	Restauración	Sin fecha
ÁMBITO ESCOLAR	Información/sensibilización a colegios con cocina propia para utilizar alimentos locales, ecológicos, de temporada	Consumo	2018
	Realización taller alimentación ecológica en centros escolares (Ecomercado)	Consumo	2018
	Creación huertos escolares ecológicos (con acompañamiento específico)	Consumo	2018
	Mejora coordinación proyecto huertos escolares para que la sociedad civil participe	Consumo	2018

	Contacto a banco de recursos: semillas, monitoreaje, formación profesorado, alumnado	Consumo	2018
	Proyecto Gastronomía sostenible en el ámbito escolar		2018
COMPRA PÚBLICA	Inclusión características [AAC] en pliegos	Consumo	2018
	Compra pública	Consumo	2018
	Aplicar instrucción municipal catering eco+justo+cercano	Consumo	2018
	Compra pública – copiar pliego servicios sociales	Políticas públicas	2018
	En criterios restauración “pliego zoo” mejorado	Políticas públicas	2018
INTERVENCIÓN SOCIAL	Estructuras que posibiliten alimentación saludable a población vulnerable	Políticas públicas	2018-19
	Mecanismo de comida social: restaurantes y familias en riesgo o exclusión	Restauración	Siguiente mandato
ARTICULACIÓN	Concentrar esfuerzo en lo local y coordinarse con iniciativas más amplias para no desperdiciar esfuerzos	Producción	2018
	Implicar a las organizaciones profesionales agrarias y GDRs	Producción	2018
	Mayor coordinación – visibilización de los esfuerzos formativos de diferentes instituciones	Producción	2018
	Continuar con la mesa de coordinación	Políticas públicas	2018
	Incrementar coordinación entre administraciones	Políticas públicas	2018
	Creación grupo de trabajo Pacto de Milán dentro del consejo municipal del Medio Ambiente	Políticas públicas	2018
	Incrementar coordinación entre administraciones	Políticas públicas	2018
	Intercambio experiencias entre actores y ciudades (N/N, N/S, S/N, S/S)	Políticas públicas	2018
	Garantizar la continuidad del Pacto de Milán y Mesa de Coordinación	Producción	Siguiente mandato
FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	Aplicación criterios de sostenibilidad a todas las actividades que ya se hacen desde entidades públicas – Mediante un manual de buenas prácticas de sostenibilidad dirigido a los servicios municipales	Consumo	2018
	Fomento coordinación actores y visibilización + Formación formadores – Consensuar mensaje	Consumo	2018
	Campaña formación, información y promoción del producto local	Consumo	2018
	Revalorizar lo “agrario” desde la educación formal	Consumo	2018
	Establecer itinerarios formativos para familias (Alimentación sana): “Desde el colegio hacia la familia”	Consumo	2019

	Campaña mediática y marketing de productos locales ecológicos	Distribución	Sin fecha
	Sensibilizar/educar consumidor	Distribución	Sin fecha
INCIDENCIA POLÍTICA	Limitación grandes superficies – pliegos inclusivos	Políticas públicas	2018
	Promoción agricultura ecológica	Políticas públicas	2018
	Apoyo económico y facilitación de gestión de papeleo “legalizaciones”, “certific eco” Ventanilla única	Producción	2018
	Subvencionar la producción ecológica	Consumo	2018
	Instar renta básica productores agrarios	Políticas públicas	
	Precio! (accesible a todo el mundo). Apoyo Productores, Comercio Local, Consumidores. ¿Cómo?	Políticas públicas	2018-19
	Poner trabas/tasas a restaurantes de comida basura (publicidad, visitas escolares, regalos infantiles...)	Restauración	2019
	Instar a la Junta para que cambie las condiciones de los pliegos de comedores públicos (colegios, hospitales, etc.)	Consumo	2019
	Obligatoriedad del etiquetado claro del origen del producto	Consumo	Siguiente mandato
	Obligar a beneficiarios ayudas del ayto para recibir formación en Pacto Milán	Consumo	2018
DESPERDICIO ALIMENTARIO Y RESIDUOS	Promoción reciclaje residuos en hostelería	Restauración	2018
	Envases para comida que sobra	Restauración	2018
	Involucrar a SADECO en Pacto Milán: R – R – R, recogida selectiva alimentos, aprovechamiento alimentos	Políticas públicas	2018
	Que SADECO distribuya compost – potenciar su uso	Políticas públicas	2018
	Campaña recogida y reutilización de alimentos sin calidad comercial	Distribución	2019
	Fomento de la recuperación de de excedentes de consumo social (hospitales, comedores escolares, restaurantes)	Restauración	Siguiente mandato
	Estudiar barreras legislativas en el uso de excedentes alimentarios – Propuestas de cambio	Restauración	
AGUA	Sensibilización uso racional agua (producción, consumo, industria)	Políticas públicas	2018
	Diagnóstico de uso del agua para las TAC	Producción	2018

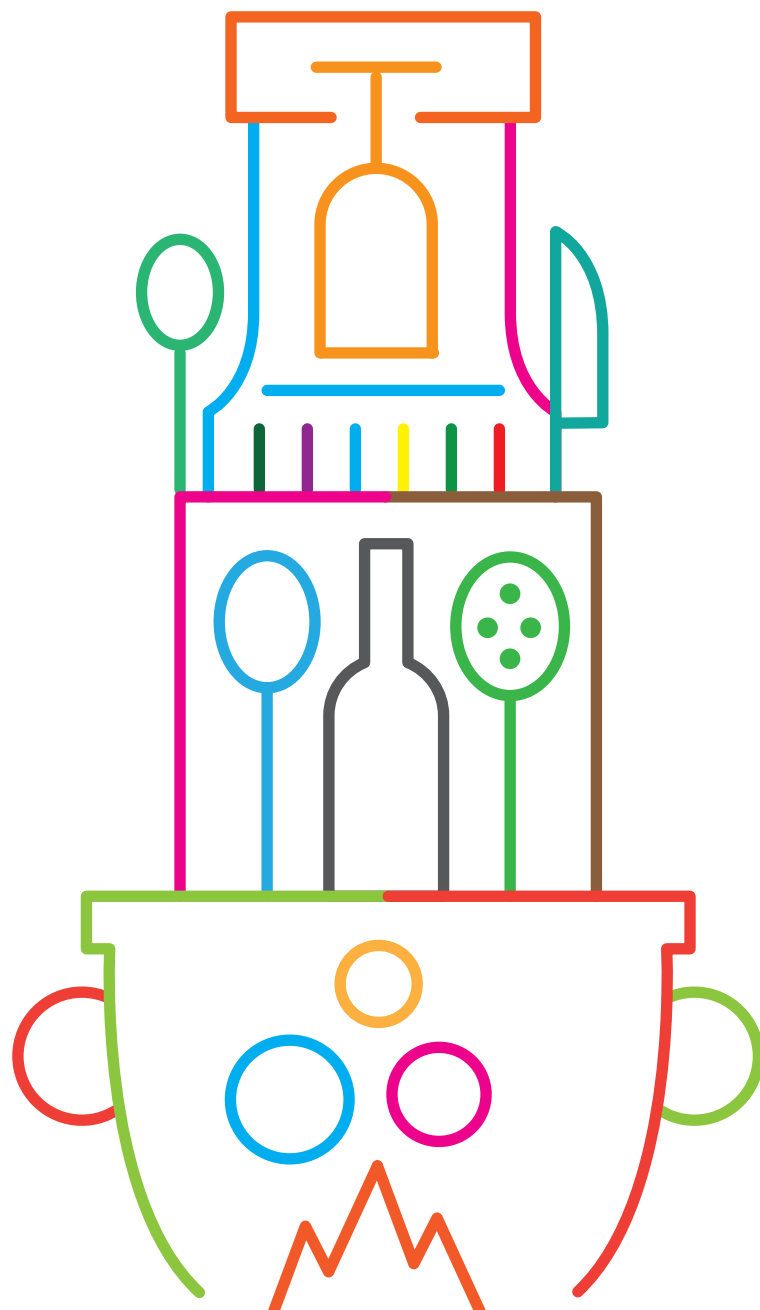
ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN



6 CONCLUSIONES

David Gallar, Isabel Vara



1. Un diagnóstico de enfoque integral para un sistema agroalimentario más sostenible

El presente trabajo ha mostrado el estado del sistema agroalimentario local de la ciudad de Córdoba desde el análisis de sus distintos elementos y sectores. La visión integral de los sistemas agroalimentarios es una condición imprescindible para poder comprender y también intervenir en las dinámicas de cada uno de los sectores: más aún si el objetivo es la transición hacia modelos más sostenibles y sanos.

En este sentido, tanto el diagnóstico como el propio proceso social y político en torno al Pacto de Milán han demostrado la capacidad de aplicar esta mirada integral, multicausal y multidimensional, para ubicarse colectivamente en los inicios de este proceso de transición hacia un sistema agroalimentario local más sostenible.

La confluencia en torno al Pacto de políticas alimentarias urbanas de Milán ha permitido una vía de comunicación, negociación y colaboración entre las políticas públicas y la sociedad civil organizada, aportando cada una de las partes diferentes recursos y capacidades, fruto de su propio rol y de sus trayectorias. La oportunidad política en Córdoba por la que el Ayuntamiento, con la unanimidad de todos los partidos políticos, se ha adherido al Pacto de Milán y a la Red de ciudades por la agroecología ha marcado el inicio de este proceso colectivo, que ha confluído con una ciudad que posee una trayectoria muy potente en torno a la agroecología y la soberanía alimentaria, ya sea desde el sector ecológico -incluyendo tanto a productoras como a distribuidoras y consumidoras-, desde los colectivos sociales, las ONG o parte de la universidad. El mutuo reconocimiento y el punto de partida compartido vinculado a los compromisos reconocidos en la firma del Pacto de Milán han sido parte de la posible estabilidad de un proceso más amplio en la ciudad para avanzar hacia un sistema agroalimentario más sostenible, sano y justo en Córdoba.

Estos compromisos -1) la gestión a través de un proceso participativo de las acciones y desarrollo del Pacto de Milán, 2) la implementación de decisiones políticas integrales y 3) la dotación de recursos, todo ello orientado hacia un nuevo modelo de ciudad en lo agroalimentario-, están logrando la consolidación de la Mesa de Coordinación y la definición colectiva de la hoja de ruta agroalimentaria para Córdoba.

Por su parte, este diagnóstico forma parte del propio proceso como demanda inicial compartida por diferentes actores y se presenta como herramienta para la toma de decisiones y complemento y sistematización de toda la información y acción generada en este proceso.

Este diagnóstico ofrece un marco de trabajo integral pero en el que se abordan los distintos elementos y sectores del sistema agroalimentario de manera específica, incluyendo tanto el análisis de fuentes secundarias, entrevistas cualitativas, encuestas y la sistematización de diferentes espacios participativos.

Un diagnóstico que parte de la necesidad de repensar el propio territorio de la ciudad de Córdoba, de su término municipal, y su vinculación con la agricultura para analizar su potencial de cara a la relocalización de su sistema agroalimentario aprovechando sus propios recursos: es decir, cómo aprovechar un término municipal de gran extensión y con gran aptitud agraria, para analizar sus usos y las potencialidades de sus tierras y de sus productoras para fortalecer la relocalización de su sistema agroalimentario incorporando criterios ecológicos y sociales de sostenibilidad. Este análisis en torno a la definición instrumental de los Alimentos Alimentando Córdoba y las Tierras Alimentando Córdoba, como fase inicial, ha demostrado un enorme potencial para desarrollar una agricultura local y ha planteado escenarios sobre los que poder plantear acciones hacia la transición agroecológica y la creación de canales de comercialización más apropiados.

Por su parte, el sector de la distribución ha sido analizado y ha mostrado el estado actual del sector local convencional, su predisposición hacia nuevos escenarios relacionados a los productos locales y de temporada, y también ecológicos, y las principales dificultades que encuentra este sector para avanzar más hacia estos productos, hacia los Alimentos Alimentando Córdoba.

En el mundo de la restauración también se han encontrado actores clave, tendencias, expectativas, motivaciones y dificultades en torno a los productos frescos, locales de temporada, y también ecológicos. En todo caso, se han hecho patentes ciertas tendencias y potencialidades como elemento clave en la transición hacia la relocalización y mayor sostenibilidad del sistema agroalimentario.

A su vez, la investigación en el ámbito del consumo ha mostrado sus propias tendencias, motivaciones y potencialidades y limitantes para esta transición.

En todos los ámbitos se ha analizado también el estado del propio sector (agro)ecológico y su capacidad de ir ampliándose, ganando espacios y promoviendo iniciativas que fortalezcan la sostenibilidad del sistema agroalimentario de Córdoba.

Mientras tanto, las políticas públicas han mostrado sus líneas de acción, sus capacidades y el potencial de consolidar líneas estratégicas relacionadas con la agricultura urbana, la compra pública, la intervención en la distribución, el apoyo en la restauración, su papel en la articulación institucional o el ámbito escolar, entre otras.

Por otro lado, este diagnóstico ha integrado los resultados de todas los espacios colectivos y participativos que se han generado a lo largo de este proceso (más allá) del Pacto de Milán. Cada capítulo ha recogido como resultado final el diagnóstico participativo, las líneas de priorización y las visiones de los diferentes actores para consolidar una hoja de ruta colectiva.

La intersección del conocimiento y la energía colectiva a lo largo del proceso con el diagnóstico aquí presentado parece tener la capacidad de ofrecer información útil y relevante para desarrollar la hoja de ruta a corto, medio y largo plazo en la búsqueda de una mayor sostenibilidad agroalimentaria y avanzar incluso en el reconocimiento y práctica del Derecho a la alimentación adecuada en sistemas agroalimentarios sostenibles.

Las ideas fuerza priorizadas colectivamente junto a la información concreta de este diagnóstico pueden ser las bases para una intervención integral en la ciudad que sume acciones concretas y genere sinergias que multipliquen los efectos de cada una de estas actividades al integrarlas en un enfoque común.

La consistencia de la oportunidad social y política, junto a las potencialidades reconocidas a lo largo de este diagnóstico en los diferentes sectores del sistema agroalimentario y la capacidad los diferentes actores, dan sustento al inicio de este proceso (más allá) del Pacto de Milán hacia un sistema agroalimentario más sostenible en Córdoba.

También son muchos los retos y las dificultades que abordar, y dependerá en gran medida de la continuidad de la Mesa de Coordinación como espacio de diálogo, negociación y toma de decisiones para que este Pacto de Milán se consolide realmente como una estrategia de ciudad para la ciudad de Córdoba y se adapte a las demandas de las instituciones europeas e internacionales en torno a la sostenibilidad agraria, la salud de las dietas de la población, el derecho a la alimentación, el afrontamiento del cambio climático, la lucha contra el desperdicio alimentario, la promoción de economías circulares y la protección de los suelos fértiles, entre otras. Es decir, como plantean los ejes de trabajo del Pacto de Milán: generar un espacio sociopolítico de gobernanza alimentaria, promover dietas sostenibles y adecuadas, asegurar la equidad social y económica en torno a la alimentación, promover la producción agraria local y sostenible, mejorar el abastecimiento y la

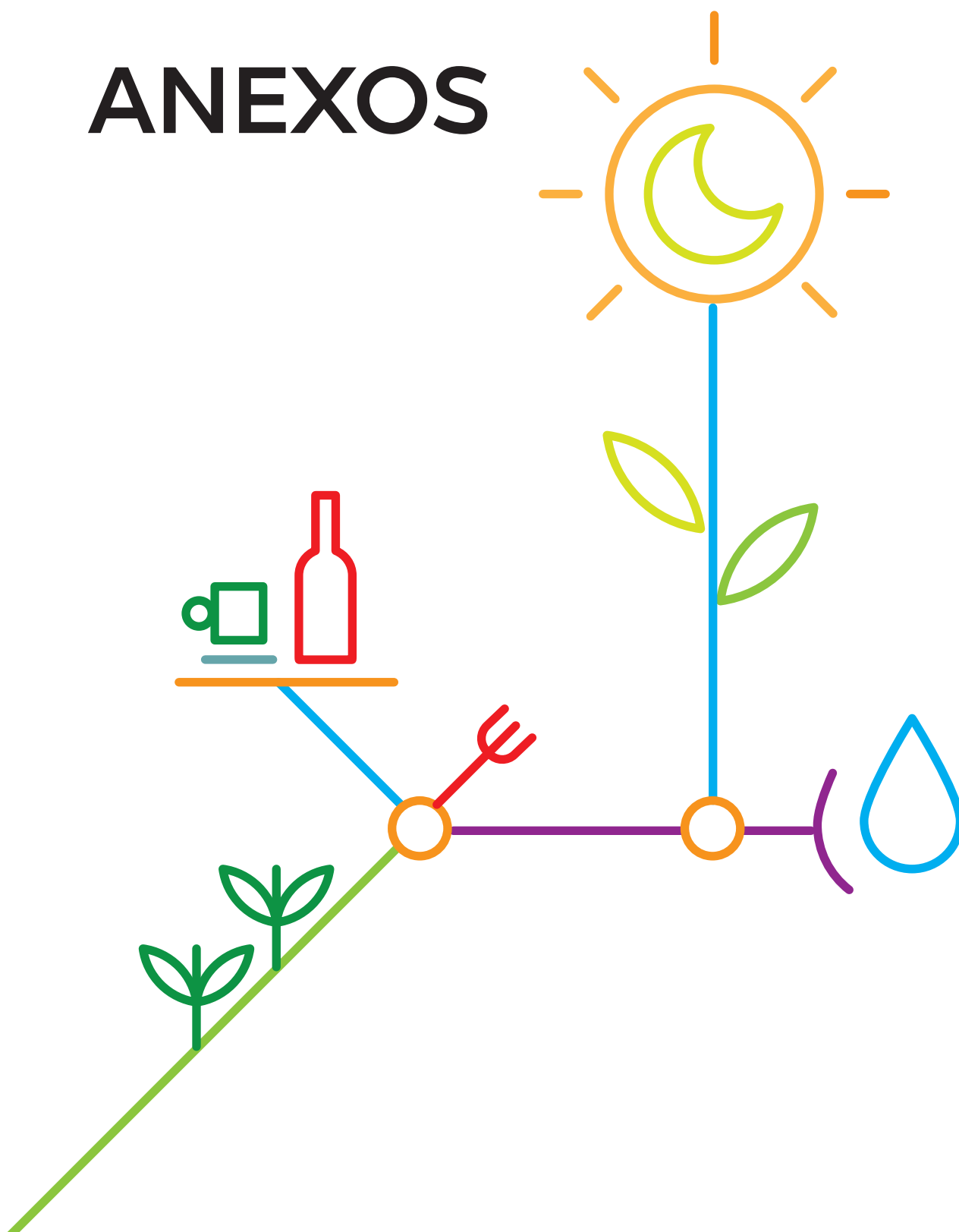
distribución alimentaria, y limitar el desperdicio alimentario. O como se ha planteado en el marco de la ciudad de Córdoba, promover y fortalecer la producción, distribución y consumo accesible para toda la ciudadanía de alimentos 1) frescos, 2) producidos en el municipio y provincia de Córdoba, 3) de temporada, 4) que generan una relación directa y de proximidad entre quien produce y quien consume el producto, 5) de producción sostenible (ecológico certificado, SPG⁵⁹ o en proceso colectivo y controlado de transición hacia manejos más sostenibles -reducción de agua, reducción de químicos, incorporación de variedades locales, aspectos energéticos, etc.-), y 6) sostenibles también desde el punto de vista de lo social, respetando los derechos individuales y colectivos y promoviendo la equidad y la justicia social.

59 Sistemas Participativos de Garantía

ALIMENTANDO CÓRDOBA

DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA AGROALIMENTARIO LOCAL
Y PROCESO (MÁS ALLÁ) DEL PACTO DE MILÁN

ANEXOS



ANEXOS

1. PACTO DE POLÍTICAS ALIMENTARIAS URBANAS DE MILÁN



Pacto de política alimentaria urbana de Milán

15 de octubre de 2015

Considerando que las ciudades, donde reside la mitad de la población mundial, juegan un papel estratégico para el desarrollo de los sistemas alimentarios sostenibles y la promoción de dietas saludables, y que, a pesar de ser diferentes entre sí, todas las ciudades constituyen un centro de innovación económica, política y cultural, y gestionan grandes recursos públicos, infraestructuras, inversiones y competencias;

Considerando que los sistemas alimentarios actuales están llamados a ofrecer un acceso constante y seguro a una variedad de alimentos adecuados, seguros, locales, justos, saludables y nutritivos para todos; que el abastecimiento alimentario de las ciudades se enfrentará a diferentes obstáculos, entre ellos, el desequilibrio en términos de acceso y distribución, el deterioro ambiental, la escasez de recursos y el cambio climático, formas de producción y consumo no sostenibles, las pérdidas y el desperdicio de alimentos;

Considerando que el proceso de urbanización acelerado tiene un profundo impacto sobre nuestro planeta – en el ámbito económico, social y ambiental – con énfasis en la necesidad de reconsiderar las formas de abastecimiento de los productos alimenticios y del agua a las ciudades, como también de otros bienes y servicios esenciales;

Considerando que el hambre y la malnutrición, en diversas formas, coexisten dentro de todas las ciudades convirtiéndose en una carga pesada en términos de salud y bienestar individual, y en un coste social y económico notable para familias, comunidades, ayuntamientos y estados;

Considerando que las empresas agrícolas familiares y los pequeños productores de alimentos, (en particular las mujeres productoras en diferentes países) juegan un papel fundamental en el abastecimiento de alimentos en las ciudades y los territorios colindantes, contribuyendo a preservar sistemas alimentarios resilientes, justos y culturalmente adecuados; y que la reorientación de los sistemas alimentarios y de las cadenas de valor a favor de dietas sostenibles permite de volver a acercar consumidores y productores rurales y urbanos;

Considerando que la agricultura urbana y periurbana ofrecen diferentes oportunidades para la conservación e integración de la biodiversidad en el contexto urbano/regional y en los sistemas alimentarios, contribuyendo así en la creación de sinergias entre seguridad alimentaria y nutricional, los servicios relacionados a los ecosistemas y el bienestar humano;

Considerando que, dada la estrecha relación existente entre las políticas alimentarias y muchos otros desafíos y políticas a nivel urbano - tales como la pobreza, la protección social y sanitaria, la higiene y los servicios higiénico-sanitarios, la planificación del uso del territorio, los transportes y el comercio, el sector energético, la instrucción, y la capacidad de reacción a las catástrofes - es esencial adoptar un enfoque integrado comprensivo, interdisciplinar e interinstitucional;

Considerando que la sociedad civil y el sector privado desempeñan un papel clave para el abastecimiento de alimentos en las ciudades, contribuyendo experiencia, innovación y campañas a favor de sistemas alimentarios más sostenibles, y para la incorporación de los enfoques de inclusión social y derechos humanos en las políticas alimentarias urbanas

Recordando los compromisos asumidos por las ciudades para hacer frente a los cambios climáticos; para promover estrategias y acciones dirigidas a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y favorecer la adaptación a los efectos de los cambios climáticos sobre los sistemas alimentarios urbanos (por ejemplo, en ocasión de ediciones sucesivas del Foro Urbano Mundial y de la inminente Conferencia sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible Habitat III); y para la promoción de la gestión sostenible de la biodiversidad a través de iniciativas a nivel urbano en el marco del Convenio sobre la Diversidad Biológica;

Considerando que las ciudades y los territorios colindantes jugarán en el futuro un papel activo a la hora de llevar a la práctica los procesos internacionales como las metas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

(SDG), en el marco de la Agenda de Desarrollo Sostenible post-2015; serán involucradas en las próximas negociaciones para el Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre los Cambios Climáticos (COP 21); para contribuir a la iniciativa Zero Hunger Challenge, abordar la cuestión de las dietas urbanas sostenibles durante la Segunda Conferencia Internacional sobre la Nutrición, y asumir un papel importante en el Marco post-2015 para la Reducción del Riesgo de Catástrofes;

Reunidos en Milán, con motivo de la Expo 2015, dedicada al tema *Alimentar el Planeta, Energía para la Vida*, afirmamos lo siguiente:

NOSOTROS ALCALDES Y REPRESENTANTES DE LAS AUTORIDADES LOCALES, AL FIRMAR EL MILAN URBAN FOOD POLICY PACT, NOS COMPROMETEMOS A:

1. Trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los cambios climáticos;
2. Promover la coordinación entre departamentos y sectores a nivel municipal y territorial, favoreciendo la inclusión de consideraciones relativas a la política alimentaria urbana dentro de las políticas, los programas y las iniciativas en campo social, económico y ambiental, que interesen, entre otras cosas, la distribución y el abastecimiento alimentarios, la protección social, la nutrición, la equidad, la producción alimentaria, la instrucción, la seguridad alimentaria y la reducción de los desperdicios;
3. Promover la coherencia entre las políticas y los programas municipales relativos a la alimentación y las políticas y los procesos sub-nacionales, nacionales, regionales e internacionales pertinentes.
4. Involucrar a todos los sectores del sistema alimentario (incluidas las autoridades locales, los entes técnicos y académicos, la sociedad civil, los pequeños productores y el sector privado), para el desarrollo, la actuación y la evaluación de políticas, programas e iniciativas en campo alimentario;
5. Revisar y modificar las políticas, los planes y las normas existentes a nivel urbano para favorecer la creación de sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles;
6. En cada ciudad, emplear el Marco de Acción como punto de partida para organizar el propio sistema alimentario urbano y compartir los avances entre las ciudades participantes, los gobiernos nacionales de pertinencia y las organizaciones internacionales, en su caso;
7. Promover la participación de otras ciudades en el marco de nuestra acción a favor de las políticas alimentarias.

Firma:

(Nombre del representante autorizado de la ciudad o gobierno local)

En representación de (ciudad de ____)

Fecha:

Marco Estratégico de Acción

Este Marco Estratégico de Acción es de tipo **voluntario**. Su propósito es ofrecer una serie de opciones estratégicas a las ciudades interesadas a lograr **sistemas alimentarios más sostenibles**, a través de la adopción del Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán empujado por la Ciudad de Milán en ocasión de la Expo 2015 “Alimentar el Planeta, Energía para la Vida”.

Este Marco de Acción se basa en la experiencia concreta de las ciudades participantes y tiene en cuenta una serie de compromisos, objetivos y metas pertinentes. Las diferentes opciones se han agrupado en campos temáticos pero han de considerarse puntos de partida para alcanzar el objetivo común de sistemas alimentarios sostenibles. La mayoría de las intervenciones (como las comidas en las escuelas o los huertos urbanos) podrían ser competencia de más de un sector o departamento municipal. La mayoría de las intervenciones tendrán un impacto en diferentes dimensiones (económica, social, sanitaria, ambiental) del desarrollo sostenible.

Las ciudades pueden seleccionar, adaptar y agrupar las diferentes opciones en líneas guías, a su discreción, con el fin de ajustarlas a su contexto específico. En calidad de material técnico adicional, se proporciona material informativo y ejemplos de buenas prácticas.

Acciones recomendadas: preparar un contexto favorable para una acción eficaz (gobernancia)

1. **Fomentar la colaboración entre agencias y departamentos municipales** y buscar la alineación de las políticas y programas que afectan al sistema alimentario en los diferentes sectores y niveles administrativos, adoptando y promoviendo un enfoque basado en los derechos; las diferentes opciones pueden incluir la contratación de personal fijo a nivel municipal, la reasignación de los encargos y de los procedimientos y la redistribución de los recursos.
2. **Promover la participación de las partes interesadas** a nivel municipal a través del diálogo político y, en su caso, el nombramiento de un consejero para la política alimentaria y/o el desarrollo de una plataforma que reúna las diferentes partes interesadas o un consejo para la alimentación, y a través de actividades de educación y sensibilización.
3. **Identificar, mapear y evaluar las experiencias locales** y las iniciativas alimentarias de la sociedad civil con el fin de transformar buenas prácticas en programas y políticas, con el apoyo de los entes de investigación ó instituciones académicas locales.
4. **Desarrollar o revisar las políticas y los programas alimentarios urbanos** y garantizar la asignación de recursos adecuados para las políticas y programas en campo alimentario dentro de las administraciones ciudadanas; revisar, armonizar y consolidar los reglamentos municipales; desarrollar capacidades estratégicas a favor de un sistema alimentario más sostenible, justo y saludable, equilibrando los intereses urbanos y rurales.
5. **Desarrollar o mejorar sistemas de información multisectoriales** orientados al desarrollo de políticas y a la asunción de responsabilidad, aumentando la disponibilidad, calidad, cantidad, cobertura, gestión e intercambio de datos relativos a sistemas alimentarios urbanos, incluida la recogida formal de datos y de datos generados por la sociedad civil y otros socios.
6. **Desarrollar una estrategia de reducción del riesgo de catástrofes** para mejorar la resiliencia de los sistemas alimentarios urbanos, en incluidas las ciudades más afectadas por los cambios climáticos, las crisis prolongadas y la inseguridad alimentaria crónica en las áreas urbanas y rurales.

Acciones recomendadas: promoevr dietas sostenibles y nutrición

7. **Promover dietas sostenibles** (saludables, seguras, culturalmente adecuadas, ambientalmente sostenibles y fundadas en los derechos) a través de programas pertinentes en el campo de la educación, la promoción de la salud y la comunicación, con especial atención a escuelas, centros de atención, mercados y medios de información.

8. **Luchar contra las enfermedades no transmisibles asociadas a dietas inadecuadas y obesidad**, con especial atención, cuando sea necesario, a reducir la aportación de azúcar, ácidos grasos trans, carnes y productos lácteos-queseros, y aumentando el consumo de fruta, verdura y alimentos no elaborados.
9. **Desarrollar directrices a favor de dietas sostenibles** con el fin de informar a los consumidores, los planificadores urbanos (en particular en relación con la contratación pública de alimentos), los proveedores de servicios alimentarios, los minoristas y los operadores en el campo de la producción y la transformación alimentaria, y promoviendo campañas de comunicación y formación.
10. **Adecuar las normas y los reglamentos con el fin de garantizar el acceso a dietas sostenibles y agua potable** en las estructuras públicas como hospitales, estructuras sanitarias y de asistencia a la infancia, lugares de trabajo, universidades, escuelas, servicios alimentarios y de restauración, oficinas públicas y lugares de detención y, dentro de lo posible, en la gran distribución privada, en la distribución al por mayor y en los mercados.
11. **Estudiar instrumentos normativos y voluntarios** para la promoción de dietas sostenibles, con la implicación de sociedades privadas y públicas, dependiendo de los casos, a través de políticas de comercialización, publicidad y etiquetado; incentivos o desincentivos económicos; agilizar las normas que regulan la comercialización de comidas y bebidas sin alcohol para los niños, de acuerdo con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.
12. **Promover una acción conjunta por parte de los sectores de la alimentación y de la salud**, con el fin de actuar estrategias centradas en las personas, a favor de estilos de vida saludables y de inclusión social.
13. **Invertir y comprometerse para lograr el acceso universal al agua potable y a un saneamiento adecuado**, con la participación de la sociedad civil y otros colaboradores, según proceda.

Acciones recomendadas: asegurar la equidad social y económica

14. **Utilizar las transferencias de alimentos y de dinero**, y otras formas de protección social (bancos de alimentos, comedores comunitarios, despensas de emergencia, etc.) para asegurar el acceso a una comida sana a los segmentos vulnerables de la población, teniendo en cuenta las convicciones, culturas, tradiciones, costumbres y preferencias alimentarias específicas de las diferentes comunidades, en el respecto de la dignidad humana y para evitar una mayor marginación.
15. **Redefinir los programas de los comedores escolares** y otros servicios alimentarios institucionales con el fin de ofrecer comida sana, de procedencia local/regional, de temporada y producida de manera sostenible.
16. **Promover un empleo decente para todos**, a través de relaciones económicas equitativas, una retribución justa y una mejora de las condiciones de trabajo en ámbito alimentario y agrícola, con la plena inclusión de las mujeres.
17. **Fomentar y apoyar actividades de economía social y solidaria** con especial atención a actividades en campo alimentario que favorezcan medios de vida sostenible para los segmentos marginados de la población en los diferentes niveles de la cadena alimentaria y faciliten el acceso a alimentos sanos y seguros en las áreas urbanas y rurales.
18. **Promover la constitución de redes y apoyar las actividades de la sociedad civil**, (como huertos y comedores comunitarios, comedores sociales, etc.) destinadas a crear inclusión social y proporcionar comida a los segmentos marginados.
19. **Promover la educación la capacitación y la investigación participativas**, para reforzar la acción local destinada a aumentar la justicia social y económica, promover enfoques basados en los derechos, reducir la pobreza y favorecer el acceso a alimentos adecuados y nutritivos.

Acciones recomendadas: promover la producción alimentaria

20. **Promover y consolidar la producción y la transformación alimentaria urbana y periurbana** a través de enfoques sostenibles e integrar la agricultura urbana y periurbana en los programas municipales para la resiliencia.
21. **Promover la coherencia en las interacciones entre las ciudades y la producción y transformación alimentaria en las áreas rurales colindantes**, centrándose en los pequeños productores y las empresas agrícolas familiares, y con atención especial a empoderar mujeres y jóvenes.
22. **Adoptar un enfoque ecosistémico para orientar una planificación holística e integrada del uso del territorio**, en cooperación entre las autoridades urbanas y rurales y otros entes para el manejo de los recursos naturales, combinando las características del territorio con estrategias para la reducción de los riesgos, con el fin de aumentar las oportunidades de producción agroecológica, la protección de la biodiversidad y del suelo agrícola, la adaptación a los cambios climáticos, el turismo y el tiempo libre y otros servicios ecosistémicos.
23. **Proteger y permitir el acceso seguro y la propiedad de tierras** para una producción alimentaria sostenible en las áreas urbanas y periurbanas, incluyendo parcelas para huertos comunitarios y pequeños productores, por ejemplo a través de bancos de tierras o fideicomisos de tierras comunitarias; asegurar el acceso a tierras municipales para producción agrícola local y promover la integración con planes y programas de uso del territorio y de desarrollo urbano.
24. **Fomentar la erogación de servicios para los productores alimentarios en las ciudades y zonas colindantes**, incluida la formación técnica y la asistencia financiera (crédito, tecnologías, seguridad alimentaria, acceso al mercado, etc.) para la creación de un sistema alimentario multigeneracional y económicamente sostenible, que promueva prácticas como el uso de abonos derivados de residuos alimentarios, de aguas residuales, de energía generada por residuos etc., asegurando al mismo tiempo que estas actividades no contrasten con el consumo humano.
25. **Apoyar las cadenas de suministro cortas**, las organizaciones de productores, las redes y las plataformas de productor a consumidor, y otros sistemas de mercado que integren las infraestructuras sociales y económicas para un sistema alimentario urbano que conecte las áreas urbanas a las rurales. Esto podría incluir iniciativas de la sociedad civil y de economía social y solidaria, así como sistemas de mercado alternativos.
26. **Mejorar la gestión y la reutilización de las aguas (residuales)** en la agricultura y la producción alimentaria, a través de políticas y programas que adopten enfoques participativos.

Acciones recomendadas: mejorar el abastecimiento y la distribución alimentaria

27. **Evaluar los flujos alimentarios hacia y dentro de las ciudades**, para asegurar el acceso a alimentos frescos y económicamente accesibles en los barrios de bajos ingresos y menos dotados de servicios, fomentando al mismo tiempo modos de transporte y logística sostenibles con el fin de reducir las emisiones de CO₂, gracias a combustibles o medios de transporte alternativos.
28. **Fomentar la mejora de las tecnologías e infraestructuras de almacenamiento, transformación, transporte y distribución alimentaria**, conectando las áreas periurbanas con las áreas rurales colindantes, con el fin de garantizar el consumo de alimentos de temporada y reducir la inseguridad alimentaria, la pérdida y derroches de elementos nutrientes y de géneros alimentarios, prestando especial atención, dentro de la cadena de valor, a las empresas alimentarias medianas y pequeñas, fuente de ocupación digna y estable.
29. **Evaluar, revisar y/o consolidar sistemas de control alimentario** a través de la actuación de un

sistema de normas y disposiciones locales en materia de seguridad alimentarias que 1) garanticen que los productores y los proveedores a lo largo de la cadena alimentaria operen responsablemente; 2) eliminen las barreras de acceso al mercado para las empresas agrícolas familiares y los pequeños productores; 3) integren seguridad alimentaria, salud y protección ambiental.

30. **Revisar las políticas públicas en materia de abastecimiento y comercio**, con el fin de facilitar el abastecimiento alimentario por cadenas cortas de suministro a través de la conexión entre ciudades y asegurar el abastecimiento de alimentos sanos, favoreciendo al mismo tiempo el acceso al empleo, unas condiciones de producción justas y una producción sostenible para los segmentos más vulnerables de productores y consumidores, aprovechando el potencial del abastecimiento público para concretizar el derecho a la alimentación para todos.
31. **Desarrollar políticas y programas en apoyo de los mercados municipales públicos**, incluidos los mercados agrícolas, los mercados informales, los mercados al por mayor y al por menor, restaurantes y otros sujetos que operan en el sector de la distribución alimentaria, reconociendo las diferencias entre ciudades respecto al papel de los operadores públicos y privados en el sistema de los mercados.
32. **Mejorar y ampliar las infraestructuras** en relación con los sistemas de mercado que conectan los compradores urbanos a vendedores urbanos, periurbanos y rurales, favoreciendo al mismo tiempo la cohesión social y la confianza, apoyando el intercambio cultural y asegurando medios de vida sostenibles, especialmente para mujeres y jóvenes emprendedores.
33. **Reconocer la contribución del sector informal** en los sistemas alimentarios urbanos (en términos de abastecimiento alimentario, creación de puestos de trabajo, promoción de dietas locales y gestión ambiental) y asegurar un apoyo y una formación adecuados en áreas como la seguridad alimentaria, la alimentación sostenible, la prevención y gestión de los residuos.

Acciones recomendadas: limitar desperdicios de alimentos

34. **Reunir los operadores del sistema alimentario con el fin de evaluar y monitorear la reducción de las pérdidas y de los desperdicios de alimentos** en todas las fases de la cadena alimentaria ciudad/región (producción, transformación, embalaje, preparación alimentaria segura, presentación y gestión, reutilización y reciclaje), y de asegurar una planificación y un diseño holísticos, la transparencia, la responsabilidad e la integración de las políticas.
35. **Sensibilizar la población en materia de desperdicios y pérdidas de alimentos** a través de eventos y campañas específicas; identificar puntos focales tales como instituciones educativas, mercados comunitarios, tiendas de empresas y otras iniciativas de solidaridad o de economía circular.
36. **Colaborar con el sector privado, instituciones educativas y de investigación, y organizaciones comunitarias** para desarrollar y revisar, en su caso, políticas y normas municipales (por ejemplo procedimientos, normas estéticas y de clasificación, fechas de caducidad, etc.) para la prevención de los desperdicios alimentarios o para recuperar de modo seguro alimentos y embalajes a través de un sistema que fomente el uso y no el desperdicio de la comida.
37. **Favorecer, cuando esto sea posible, la recuperación y redistribución de alimentos seguros y nutritivos destinados al consumo humano**, a riesgo de pérdida, desecho o derroche, procedentes de la producción, la fabricación, la venta al por menor, la restauración, el comercio al por mayor y el sector de la hostelería.

2. ADHESIÓN DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA AL PACTO DE MILÁN

Código RAEL JA01140214
Tel. 957 49 99 00 ext 7120
Fax 957 769753
secretaria.pleno@ayuncordoba.es

CERTIFICACIÓN DE ACUERDO

Referencia: **Pleno**

Sesión: **Ordinaria**

Fecha: **11 de noviembre de 2016**

D.^a SALUD GORDILLO PORCUNA, SECRETARIA GENERAL ACCIDENTAL DEL PLENO DEL EXCMO. AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA

CERTIFICO: Que el Excmo. Ayuntamiento Pleno, en sesión ordinaria celebrada el día once de noviembre de dos mil dieciséis, adoptó entre otros el siguiente acuerdo, que se transcribe en su parte dispositiva:

N.º 292/16.- DECLARACIÓN INSTITUCIONAL.- 3.1. SOBRE LA FIRMA DEL PACTO DE MILÁN (MILÁN URBAN FOOD POLICY PACT).-

Leído el punto del Orden del Día, la Excmo. Sra. Alcaldesa-Presidenta concede la palabra a D. Luna Millán, en representación de la Asociación Ecomercado de Córdoba; y a D.^a Erin McNulty, en representación de Veterinarios Sin Fronteras (VSF) que previamente lo habían solicitado y de lo que queda constancia en el audio del Acta de la sesión.-

La Excmo. Sra. Alcaldesa-Presidenta da lectura a la Declaración Institucional sobre la firma del Pacto de Milán (MILÁN URBAN FOOD POLICY PACT), cuyo tenor literal es el siguiente:

“Hay que considerar que las ciudades, donde reside la mitad de la población mundial, juegan un papel estratégico para el desarrollo de los sistemas alimentarios sostenibles y la promoción de dietas saludables, y que, a pesar de ser diferentes entre sí, todas las ciudades constituyen un centro de innovación económica, política y cultural, y gestionan grandes recursos públicos, infraestructuras, inversiones y competencias.-

A día de hoy, los sistemas alimentarios actuales están llamados a ofrecer un acceso constante y seguro a una variedad de alimentos adecuados, seguros, locales, justos, saludables y nutritivos para todos y todas; el abastecimiento alimentario de las ciudades se enfrenta a diferentes obstáculos, entre ellos, el desequilibrio en

términos de acceso y distribución, el deterioro ambiental, la escasez de recursos y el cambio climático, formas de producción y consumo no sostenibles, las pérdidas y el desperdicio de alimentos, etc. El proceso de urbanización acelerado tiene un profundo impacto sobre nuestro planeta – en el ámbito económico, social y ambiental – con énfasis en la necesidad de reconsiderar las formas de abastecimiento de los productos alimenticios y del agua a las ciudades, como también de otros bienes y servicios esenciales.-

De todas y todos es sabido que el hambre y la malnutrición, en diversas formas, coexisten dentro de todas las ciudades convirtiéndose en una carga pesada en términos de salud y bienestar individual, y en un coste social y económico notable para familias, comunidades, Ayuntamientos y estados. Las empresas agrícolas familiares, los pequeños productores y las pequeñas productoras de alimentos, (en particular las mujeres productoras en los diferentes países) juegan un papel fundamental en el abastecimiento de alimentos a las ciudades y los territorios colindantes, contribuyendo a preservar sistemas alimentarios resilientes, justos y culturalmente adecuados y que la reorientación de los sistemas alimentarios y de las cadenas de valor a favor de dietas sostenibles permite volver a acercar consumidores y consumidoras con productores y productoras tanto rurales como urbanos.-

La agricultura urbana y periurbana ofrecen diferentes oportunidades para la conservación e integración de la biodiversidad en el contexto urbano/regional y en los sistemas alimentarios, contribuyendo así a la creación de sinergias entre soberanía alimentaria y nutricional, los servicios relacionados con los ecosistemas y el bienestar humano. Existe una estrecha relación entre las políticas alimentarias y muchos otros desafíos y políticas a nivel urbano - tales como la pobreza, la protección social y sanitaria, la higiene y los servicios higiénico-sanitarios, la planificación del uso del territorio, los transportes y el comercio, el sector energético, la instrucción y la capacidad de reacción a las catástrofes-, por lo que es esencial adoptar un enfoque integrado comprensivo, interdisciplinar e interinstitucional.-

La sociedad civil y el sector privado desempeñan un papel clave para el abastecimiento de alimentos en las ciudades, contribuyendo con experiencia, innovación y campañas a favor de sistemas

alimentarios más sostenibles, y para la incorporación de los enfoques de inclusión social y derechos humanos en las políticas alimentarias urbanas. Dado que los compromisos asumidos por las ciudades para hacer frente a los cambios climáticos, para promover estrategias y acciones dirigidas a la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y favorecer la adaptación a los efectos de los cambios climáticos sobre los sistemas alimentarios urbanos (por ejemplo, en ocasión de ediciones sucesivas del Foro Urbano Mundial y de la inminente Conferencia sobre Vivienda y Desarrollo Urbano Sostenible Habitat III) y para la promoción de la gestión sostenible de la biodiversidad a través de iniciativas a nivel urbano en el marco del Convenio sobre la Diversidad Biológica.-

Se considera que las ciudades y los territorios colindantes jugarán en el futuro un papel activo a la hora de llevar a la práctica los procesos internacionales como las metas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG), en el marco de la Agenda de Desarrollo Sostenible post-2015. También serán involucradas en las próximas negociaciones para el Convenio Marco de las Naciones Unidas sobre los Cambios Climáticos (COP 21) para contribuir a la iniciativa Zero Hunger Challenge, abordar la cuestión de las dietas urbanas sostenibles durante la Segunda Conferencia Internacional sobre la Nutrición, y asumir un papel importante en el Marco post-2015 para la Reducción del Riesgo de Catástrofes.-

Por todo lo expuesto, el Ayuntamiento de Córdoba acuerda:

1. Trabajar para desarrollar sistemas alimentarios sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados, para asegurar comida sana y accesible a todos en un marco de acción basado en los derechos, con el fin de reducir los desperdicios de alimentos y preservar la biodiversidad y, al mismo tiempo, mitigar y adaptarse a los efectos de los cambios climáticos.-
2. Promover la coordinación entre departamentos y sectores a nivel municipal y territorial, favoreciendo la inclusión de consideraciones relativas a la política alimentaria urbana dentro de las políticas, los programas y las iniciativas en campo social, económico y ambiental, que interesen, entre otras cosas, la distribución y el abastecimiento alimentarios, la protección social, la nutrición, la equidad, la producción alimentaria, la instrucción, la seguridad alimentaria y la reducción de los desperdicios.-

3. Promover la coherencia entre las políticas y los programas municipales relativos a la alimentación y las políticas y los procesos sub-nacionales, nacionales, regionales e internacionales pertinentes.-
4. Involucrar a todos los sectores del sistema alimentario (autoridades locales, entes técnicos y académicos, la sociedad civil, los pequeños productores y el sector privado), para el desarrollo, la actuación y la evaluación de políticas, programas e iniciativas en campo alimentario.-
5. Adoptar, si fuera necesario, las políticas, los planes y las normas existentes a nivel urbano para favorecer la creación de sistemas alimentarios justos, resilientes y sostenibles.-
6. En cada ciudad, emplear el Marco de Acción como punto de partida para organizar el propio sistema alimentario urbano y compartir los avances entre las ciudades participantes, los gobiernos nacionales de pertinencia y las organizaciones internacionales, en su caso.-
7. Promover la participación de otras ciudades en el marco de nuestra acción a favor de las políticas alimentarias.-
8. La metodología de trabajo que se propone para desarrollar los acuerdos del Pacto de política alimentaria urbana de Milán es la siguiente:
 - 8.1. Se conformará un espacio de trabajo sobre las cinco áreas de gobierno implicadas en fomentar, promover o desarrollar las diferentes acciones recomendadas en el marco estratégico de acción del Pacto.-
 - 8.2. Las delegaciones implicadas revisarán el marco estratégico y confeccionarán propuestas.-
 - 8.3. Se invitará a los colectivos que trabajan en relación con la soberanía alimentaria en Córdoba y al Consejo del Movimiento Ciudadano a que preparen también propuestas sobre todas o algunas de las 37 líneas de acción del marco estratégico.-
 - 8.4. Alrededor del día 12 de diciembre, siempre que sea posible, la delegación de Medio Ambiente se encargará de organizar una jornada de trabajo en la que participarán las delegaciones y los colectivos anteriormente mencionados. El objetivo será poner encima de la mesa las distintas propuestas para, colectivamente, fijar una estrategia de trabajo a corto, a medio y a largo plazo para

poner en marcha las distintas actuaciones del Pacto de política alimentaria urbana de Milán.”-

El Excmo. Ayuntamiento Pleno, por unanimidad, **ACUERDA** aprobar la Declaración Institucional transcrita, adoptando los acuerdos que la misma contiene.-

Y para que conste, surta sus efectos donde corresponda y a reserva de lo dispuesto en el artículo doscientos seis del Reglamento de Organización, Funcionamiento y Régimen Jurídico de las Entidades Locales, expido la presente certificación de orden y con el V.º B.º de la Excm. Sra. Alcaldesa-Presidenta del Pleno. Firmado en Córdoba, a veintiún de noviembre de dos mil dieciséis.

V.º B.º

ALCALDESA-PRESIDENTA

3. ADHESIÓN DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA A LA RED DE CIUDADES POR LA AGROECOLOGÍA

DECLARACION INSTITUCIONAL DEL EXCMO AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA
EN APOYO A LOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS POR LA RED DE CIUDADES
POR LA AGROECOLOGÍA

Más de tres cuartas partes de la población del Estado español vive en ciudades, donde actualmente se realiza la mayor parte del consumo alimentario. Tanto este consumo como la cadena de producción, distribución y conservación de los alimentos, son procesos de vital importancia para nuestra sociedad y nuestro entorno. Los espacios agrarios periurbanos realizan funciones ambientales sociales y económicas muy importantes. Sin embargo, en las últimas décadas, las ciudades han crecido de espaldas al territorio que las sustenta, y han devorado buena parte de las tierras más fértiles que les rodean, desatendiendo los muchos y vitales servicios que los espacios agrarios proveen a la sociedad, más allá de la alimentación.

El sistema alimentario industrial y globalizado, además de generar graves problemas sociales, es responsable de más de un tercio de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, de la pérdida de biodiversidad silvestre y cultivada, de la pérdida de suelo fértil y de la contaminación y agotamiento de ríos y acuíferos. Por otra parte, los problemas globales vinculados a la dieta (800 millones de personas hambrientas y casi una cuarta parte de la humanidad con sobrepeso, obesidad y otros trastornos) contrastan con el desperdicio de un 35% de los alimentos producidos.

Actualmente las ciudades se enfrentan a diversos retos vinculados con la alimentación y conectados entre sí. Por un lado, superar el estancamiento económico, aprovechando los recursos locales como generadores de riqueza social y empleo digno. Y por otro, recuperar y conservar las tierras agrarias urbanas y periurbanas, de cara a asegurar el abastecimiento de alimentos de cercanía y de calidad, y recuperar los servicios ambientales asociados a un territorio agrario vivo y bien conservado. Resulta imprescindible reducir la vulnerabilidad de un modelo alimentario basado en abastecer a las ciudades con alimentos procedentes de lugares cada vez más lejanos, que lleva asociado un elevado consumo de energía y de emisiones a la atmósfera. Especialmente en estos tiempos de cambio global.

Frente a la magnitud de estos desafíos, la agroecología surge como una propuesta de futuro que se sustenta en la construcción de sistemas alimentarios locales, basados en la economía circular y en un manejo agrario sostenible y apoyado en los principios de la ecología. Propone, además, un modelo de gobernanza basado en la participación y la soberanía alimentaria, articulando distintas escalas territoriales. También promueve la equidad social, mejorando el acceso a alimentos frescos, sostenibles y de calidad, y en especial de los grupos sociales de rentas bajas. Y, finalmente, trata de recuperar el protagonismo del sector productor en la provisión de alimentos, manteniendo tanto la dignidad de sus rentas como los servicios ecosistémicos que proveen.

En los últimos años se han impulsado numerosos procesos que avanzan en esta línea, remarcando el papel de las ciudades en la transición hacia sistemas alimentarios justos y sostenibles. En el Estado español han tenido especial impacto aquellos vinculados a la [Carta por una Soberanía Alimentaria desde nuestros municipios](#) (2014), el [Pacto de Política Alimentaria Urbana de Milán](#) (2015) o el [Pacto Intervegas por la Soberanía Alimentaria, la Educación Ambiental y la Sostenibilidad del Territorio](#) (2015). En una escala superior, son de resaltar la [Carta de Aalborg](#) (1994); el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «[La agricultura periurbana](#)» (2005/C 74/12); o la [Carta de Agricultura Periurbana](#) (2010). Otros acuerdos internacionales, como la [Nueva Agenda Urbana](#) (Cumbre Habitat III, Quito, 2016) también señalan el importante papel de las ciudades en la sostenibilidad de los sistemas alimentarios; así como la necesidad de abordar un cambio de modelo de alimentación para cumplir los grandes desafíos internacionales recogidos en la Cumbre del Clima (París, 2015) y en los Objetivos para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (2015).

Este Ayuntamiento saluda a todas estas iniciativas y pretendemos complementarlas y colaborar en su desarrollo, dotándolas de contenido y de compromisos firmes que sellan una articulación de ciudades comprometidas con la construcción de sistemas alimentarios locales, respetuosos con el medio ambiente, sostenibles, inclusivos, resilientes, seguros y diversificados que aseguren comida saludable, sostenible y accesible al conjunto de la población, y que potencien el empleo local, en línea con las perspectivas de la Agroecología y la Soberanía Alimentaria.

Este Ayuntamiento asume esta iniciativa como propia, y se compromete a poner en marcha planes de acción a través de medidas concretas y específicas, a desarrollar herramientas adecuadas de seguimiento y evaluación de su cumplimiento, y a construir un ideario que dé cohesión y proyección de futuro a estos planes, al menos en los siguientes aspectos:

1. El reconocimiento de la agricultura periurbana y las relaciones ciudad-campo, así como de la actividad profesional, ecológica y social de los y las agricultoras, en los ámbitos social, económico, político y administrativo, a partir del impulso de políticas públicas destinadas a potenciar su desarrollo, incluyendo aquellas de investigación, extensión y formación agroecológicas.

2.- La preservación del suelo fértil y las buenas prácticas agronómicas, para restaurar la capacidad productiva de los entornos urbanos y periurbanos desde una perspectiva agroecológica, poniendo en marcha figuras y procesos que faciliten el acceso a la tierra a las iniciativas productivas orientadas a la agricultura y ganadería ecológicas, especialmente de las personas jóvenes y las mujeres.

3.- La comercialización local, para impulsar una agricultura ecológica y de proximidad, basada en circuitos cortos, facilitando los recursos públicos (tanto materiales como inmateriales) y dinamizando los recursos privados para este mismo fin, con especial atención a los espacios de comercialización (mercados, tiendas, restaurantes, etc.) y los procesos de compra pública sostenible.

4.- La sensibilización social, para desarrollar programas de información y comunicación que incrementen la valoración del trabajo agrícola y los beneficios de un modelo de consumo basado en la agroecología, así como del paisaje y patrimonio cultural agrarios.

5.- La gestión municipal y la gobernanza, para la coordinación entre departamentos y niveles de la administración, promoviendo Sistemas Alimentarios Sostenibles de Ciudad-Región y la creación de entes públicos específicos de políticas alimentarias; para revisar y adaptar los recursos y normativas municipales para el fomento de sistemas alimentarios locales, justos y sostenibles; e impulsar desde la administración procesos participativos multi-actor y multinivel que desarrollen órganos colegiados, estrategias urbanas y políticas territoriales de enfoque agroecológico.

6.- La articulación y extensión de las redes de ciudades, partiendo del Marco de Acción del Pacto de Milán sobre Políticas Alimentarias Urbanas; y desarrollar indicadores y sistemas de seguimiento y monitorización de los avances realizados; así como para compartir con otras ciudades los avances locales y cooperar con otras redes análogas en los ámbitos estatal e internacional.

Para ello, la Red de Ciudades por la Agroecología se configura como un espacio plural, compuesto por ciudades y otras entidades territoriales locales, acompañadas por las organizaciones sociales y los actores económicos y de investigación locales, implicados en el desarrollo de sistemas alimentarios adaptados a los territorios, sostenibles y justos.

Córdoba, 12 de Septiembre de 2017

LA ALCALDESA,

M.^a Isabel Ambrosio Palos

José María Bellido Roche
Portavoz Grupo Municipal PP

Carmen González Escalante
Portavoz del Grupo Municipal PSOE

Rafael Blázquez Madrid
Portavoz del Grupo Municipal Ganemos

Pedro García Jiménez
Portavoz del Grupo Municipal IULV-CA

David Dorado Ráez
Portavoz del Grupo Municipal Ciudadanos

Rafael Serrano Haro
Portavoz Grupo Mixto (UCOR)

**4. INTERVENCIÓN ISEC EN EL PLENO MUNICIPAL DE LA
ADHESIÓN DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA A LA RED DE
CIUDADES POR LA AGROECOLOGÍA**

INTERVENCIÓN EN EL PLENO DEL AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA ADHESIÓN A LA RED DE CIUDADES POR LA AGROECOLOGÍA

*Instituto de Sociología y Estudios Campesinos (ISEC)
Universidad de Córdoba*

12 de septiembre de 2017

Buenas tardes a todas: señora alcaldesa, señoras y señores concejales y público asistente.

En primer lugar a la hora de tomar la palabra en esta intervención en el Pleno en el que se aprueba la declaración institucional de este ayuntamiento en apoyo a los compromisos adquiridos con la Red de Ciudades por la Agroecología, nos gustaría agradecer y reconocer a todos los grupos municipales su compromiso e involucrarse en esta declaración institucional que ha puesto de acuerdo a todos los grupos políticos; y especialmente a las personas que más se han implicado en esta tarea.

Una declaración institucional y compromiso con la Red de Ciudades por la Agroecología que viene a sumarse al compromiso con el Pacto de política alimentaria urbana de Milán, al que este ayuntamiento se adhirió en noviembre de 2016 y que dio comienzo, aunque aún en fase inicial, a un proceso colectivo social y político muy ambicioso y esperemos que cada vez más decidido de cambio.

Desde el ISEC, el Instituto de Sociología y Estudios Campesinos, como grupo de investigación de la Universidad de Córdoba, con más de 20 años de trayectoria en el ámbito de la agroecología, y responsables del primer máster internacional de Agroecología, que sigue siendo una referencia absoluta de ámbito internacional, junto a su línea de doctorado en Agroecología, en la que se han leído más de 50 tesis doctorales, agradecemos poder estar en esta tribuna. Y nos felicitamos del compromiso desde las políticas municipales por implicarse en lograr que la ciudad tienda hacia un sistema agroalimentario más sostenible. Es decir, un espacio vinculado a la agricultura y la alimentación: que va desde la producción agraria, a la transformación, a la distribución y al consumo, y que sea ecológicamente sano, económicamente viable, socialmente justo y culturalmente adecuado.

O por decirlo de otra manera, que en Córdoba, en el propio término municipal -e inevitablemente vinculado al resto de la provincia-

- cada vez haya más agricultores y agricultoras produciendo alimentos para abastecer a la ciudad de productos frescos, de temporada, sostenibles y -cada vez más- acreditados como agroecológicos;
- que exista una red de distribución local que apueste por el hecho diferencial de lo local y lo sostenible, en la que el pequeño comercio, el comercio de proximidad -es decir, las fruterías de barrio y los mercados municipales- tenga un papel protagonista para vincular a productoras y consumidoras ofreciendo este tipo de alimentos sanos y sostenibles;
- que cada vez más se promueva una vinculación y una visibilización de quiénes son las personas y en qué condiciones se producen dichos alimentos;
- que exista un sector de la hostelería implicado y que ofrezca en sus cartas y menús platos con productos locales y de temporada, cada vez más agroecológicos;
- y que exista una sociedad consumidora que pueda acceder a estos alimentos agroecológicos más fácilmente, que los reconozca, que los valore y los consuma, incluyéndolos en nuevos hábitos de consumo

Todo esto incluye, por supuesto, la necesidad de hablar del Derecho a la alimentación adecuada, es

decir, el derecho de todas las personas, reconocido en la Declaración de DDHH y más actualmente por la FAO, con su relator especial, a poder comer alimentos sanos en una dieta sana y sostenible. Lo cual debiera ser cierto para toda la población, y que además debe atenderse con igual o más cuidado con respecto a aquellas personas que están en situaciones de desigualdad social y pobreza, teniendo las administraciones públicas la responsabilidad de facilitar alimentos igual de sanos y sostenibles a estas personas.

Así pues, desde nuestra perspectiva, la agroecología tiene como foco principal el cambio integral del sistema agroalimentario. Y para ello es esencial la cuestión técnica-agronómica de cómo producir alimentos sin químicos, cuidando el suelo y la biodiversidad, lo cual, evidentemente, es además de necesario, posible y demostrado en innumerables artículos científicos -además de por la práctica de muchas pequeñas productoras y campesinas en el mundo-:

- es posible alimentar al mundo con la agricultura agroecológica;
- es posible que las agricultoras puedan vivir dignamente produciendo sin químicos: sin contaminar los suelos, las aguas, los alimentos y a sí mismos;
- es posible que las consumidoras puedan alimentarse sin riesgo para su salud.

La agricultura agroecológica no es menos productiva, es más cuidadosa con el medio ambiente y con algunos cambios por parte de todos los actores (tanto de la producción, la distribución y el consumo) no tiene que ser más cara y, por supuesto, da para que todo el mundo pueda comer de esta agricultura. Como dice La Vía Campesina: la pequeña agricultura da de comer al mundo y enfría el planeta.

Estos cambios pasan, entre otras cuestiones, por:

- evitar las técnicas de manejo de las empresas químicas y de semillas híbridas,
- por un cambio de lógicas de mercado en la gran distribución,
- por la relocalización de los alimentos (frente a los casi 4mil kilómetros que recorren de media actualmente los alimentos en España),
- por apostar por los canales cortos de comercialización: la relación directa entre productoras y consumidoras o por una pequeña distribución integrada con productoras y consumidoras;
- por el abandono de las grandes cadenas de supermercados y grandes superficies como punto de compra;
- por un cambio en la forma de comer,
- en la preocupación de las consumidoras por mirar la etiqueta de los alimentos y comprobar su origen y su modo de producción.

La formación y la investigación, el acompañamiento de procesos de transición agroecológica en finca, la escucha y el apoyo a las demandas y necesidades de las productoras, el acompañamiento al comercio de proximidad para el cambio de tendencias hacia lo local, el acompañamiento a las consumidoras con distintas campañas y acciones, entre otras, son cuestiones esenciales para avanzar hacia el cambio.

Este cambio pasa también por políticas públicas que

- faciliten y acompañen estos procesos de cambio, protegiendo el suelo productivo agrario de sus términos municipales (usando cualquiera de las figuras de protección que existen y se están aplicando en otros lugares: parques agrarios, infraestructuras verdes, etc.),
- que se impliquen en el acompañamiento y la formación para todos los elementos de la cadena (producción, transformación, distribución y hostelería y consumo),
- que se pongan en marcha beneficios fiscales para esta agricultura,
- que se pongan trabas a la publicidad y acceso a alimentos perjudiciales para la salud (excesos ocultos de azúcar, sal y grasas) y perjudiciales para el medio ambiente (materias

primas esquiladoras, transgénicos), etc.

En todo caso, evidentemente, esta no es solo una tarea de las administraciones públicas: en ese camino tendrá, como tiene, el apoyo de diferentes actores sociales: desde la universidad como es nuestro caso del ISEC, y seguro que también el apoyo de otros colectivos y ONG, como por ejemplo la Alianza por la Soberanía Alimentaria en Córdoba, el papel de las agricultoras, ya sea desde el papel pionero del Ecomercado en esta ciudad hasta los sindicatos agrarios; el papel de las tiendas ecológicas; los avances de supermercados locales; el papel fundamental de Mercacórdoba, etc.

Pero, también, tendrá como tiene la presión por parte de todas nosotras por hacer cumplir este compromiso y al igual que se le reclamaba en la firma del Pacto de Milán, en este caso, más allá de esta firma y adhesión a la Red de ciudades por la agroecología, se pide

- 1) un compromiso político que se traslade a acciones y políticas integrales para la ciudad, políticas que sean valientes y atrevidas, compartidas como esta declaración institucional por todos los grupos municipales para favorecer a la ciudadanía de Córdoba;
- 2) que forme parte del proceso participativo que ya se está abriendo en torno al Pacto de Milán y
- 3) la asignación de recursos suficientes para hacer avanzar realmente un cambio en la ciudad.

Desde el ISEC, y su máster y doctorado de Agroecología, nos comprometemos también a apoyar el avance de este proyecto de ciudad en la medida de nuestras posibilidades: en la formación, la investigación, el acompañamiento a producción, transformación, distribución y hostelería y consumo y a las políticas públicas, como ya venimos haciendo con el Pacto de Milán y partiendo de nuestra experiencia en otros lugares. La colaboración a través del proyecto Alimentando Córdoba para los próximos tres años es prueba palpable de esta colaboración. También el Congreso internacional de Agroecología de mayo del año que viene será un espacio de trabajo de agroecología que ofrecemos y compartimos con la ciudad.

Del mismo modo, nos comprometemos también a vigilar, cuestionar y denunciar las renuncias e incumplimientos de estas declaraciones para que las firmas de acuerdos no se queden en papel mojado.

En definitiva, nos alegramos profundamente de que este ayuntamiento dé un nuevo paso adelante por la agroecología, el derecho a la alimentación y la soberanía alimentaria, y transforme sus declaraciones institucionales en políticas activas que logren cambiar el modelo de ciudad en torno a la agricultura y la alimentación. Desde luego, tiene apoyos suficientes también fuera de los partidos para intentarlo de manera colectiva.

Muchas gracias

5. RESULTADOS DE I JORNADA DE TRABAJO SOBRE LA APLICACIÓN DEL PACTO DE MILÁN EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA: DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO DE ACCIONES VINCULADAS CON EL PACTO MILÁN EN DESARROLLO POR PARTE DE DIFERENTES ACTORES

JORNADAS DE TRABAJO SOBRE LA APLICACIÓN DEL PACTO DE MILÁN A LA CIUDAD DE CÓRDOBA

“Construyendo alianzas hacia modelos alimentarios más justos y sostenibles en la ciudad”

23 de enero de 2017

Centro de Educación Ambiental de Córdoba

RELACIÓN DE ACCIONES QUE SE ESTÁN DESARROLLANDO EN CÓRDOBA POR LAS ENTIDADES Y COLECTIVOS PARTICIPANTES

ÍNDICE DE CONTENIDOS

- EJE 1 - GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ
- EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN
- EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA
- EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA
- EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA
- EJE 6 - LIMITAR DESPERDICIOS DE ALIMENTOS
- RELACIÓN DE PERSONAS PARTICIPANTES

La presente relación contiene los resultados de la dinámica colectiva en la que las personas asistentes a las jornadas situaron las acciones que están llevando a cabo desde sus delegaciones y empresas municipales y organizaciones de la sociedad civil (OSC) sobre cada uno de los seis ejes del Pacto de Milán. Este trabajo ha sido realizado por David Gallar, investigador del ISEC y Director del Máster de Agroecología de la UCO, en el marco del proyecto “Alimentando Córdoba: diagnóstico y proceso de articulación hacia una alimentación sana y sostenible en Córdoba”, coordinado por Veterinarios sin Fronteras (VSF).

Los primeros seis epígrafes son la traslación ordenada de las diferentes acciones por ejes. Los siguientes epígrafes están organizados por categorías y temáticas que pueden facilitar a organizar la información desde otro punto de vista quizá más operativo; estas categorías y temáticas son: 7) Articulación, 8) Diagnósticos, 9) Sensibilización y formación, 10) Intervención en la agricultura, 11) Intervención en la distribución, 12) Intervención en la restauración, 13) Alimentación sana, 14) Alimentación sostenible, 15) Intervención social, 16) Incidencia política, 17) Compra pública, 18) Agricultura urbana, 19) Ámbitos escolares y 20) Agua.

1. EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
<i>1. Fomentar la colaboración entre agencias y departamentos municipales y buscar la alineación de las políticas y programas que afectan al sistema alimentario en los diferentes sectores y niveles administrativos, adoptando y promoviendo un enfoque basado en los derechos; las diferentes opciones pueden incluir la contratación de personal fijo a nivel municipal, la reasignación de los encargos y de los procedimientos y la redistribución de los recursos.</i>				
Puesta en marcha del marco estratégico de Pacto de Milán - <i>Proceso (más allá) Pacto de Milán</i>	Medio Ambiente (coord) – Salud, Servicios sociales, Hacienda, Promoción, Fomento	ISEC - VSF		Articulación
Fomentar colaboración municipal con actores económicos (productores ecológicos)	Medio Ambiente	Ecomercado		Articulación Intervención distribución
Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable	Salud (coord) – Salud, Educación, Mujer e Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación Ciudadana		VER Comisión Estilos de Vida Saludable Participación facilita con la difusión de actividades en los centros cívicos	Articulación Sensibilización Formación Alimentación sana
Difusión de actividades para centros escolares	Educación e infancia		Educación facilita la difusión de actividades de Jardín botánico, Mercacórdoba, Agua en la ciudad e Higiene urbana	Sensibilización Sensibilización escolar

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ

ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
<p><i>2. Promover la participación de las partes interesadas a nivel municipal a través del diálogo político y, en su caso, el nombramiento de un consejero para la política alimentaria y/o el desarrollo de una plataforma que reúna las diferentes partes interesadas o un consejo para la alimentación, y a través de actividades de educación y sensibilización.</i></p>				
<p>Primeras jornadas Pacto Milán - <i>Proceso (más allá) Pacto de Milán</i></p>	<p>Medio Ambiente, Participación ciudadana, Educación e infancia</p>	<p>ISEC-VSF</p>		<p>Articulación</p>
<p>Promover Consejo ciudadano con enfoques de propuestas y resolución de problemáticas actuales</p>		<p>Ecomercado</p>	<p>Articulación con otros actores y asociaciones (Ecologistas, Cic-Batá, IDEAS, ISEC UCO-cooperación, etc.) Entorno ASACO y otros. Actividades de promoción de consumo responsable, agricultura ecológica y medioambiente. Talleres y jornadas Ecomercado</p>	<p>Articulación Sensibilización</p>
<p>Fomento de espacios de colaboración y articulación productores y consumidores: el espacio mensual del Ecomercado</p>	<p>Medio Ambiente, Jardín Botánico</p>	<p>Ecomercado</p>		<p>Intervención distribución Sensibilización</p>
<p>Biocórdoba (anual): espacios de diálogo y acciones conjuntas sobre consumo ecológico</p>	<p>Junta de Andalucía, Diputación de Córdoba, Ayuntamiento, Medio Ambiente, Vía Pública</p>	<p>Almocafre</p>		<p>Intervención distribución Sensibilización</p>
<p>Espacios de diálogo y formación sobre consumo ecológico. Talleres en Centro Educación Ambiental y Blog “huertosdecordoba.wordpress”</p>	<p>Medio Ambiente</p>	<p>Almocafre – FACPE</p>		<p>Sensibilización</p>
<p>Sensibilización Soberanía alimentaria y comercio justo con jóvenes secundaria</p>	<p>Cooperación</p>	<p>Barbiana</p>	<p>Convenio de colaboración</p>	<p>Sensibilización Sensibilización escolar</p>
<p>Sensibilización, Soberanía alimentaria y comercio justo: Día de los derechos de las personas consumidoras</p>	<p>Consumo Cooperación</p>	<p>IDEAS</p>	<p>Convenio de colaboración</p>	<p>Sensibilización</p>

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ

ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Programa “Solidaridad tarea de tod@s ”: consumo responsable, comercio justo, SobAlim, huella ecológica	Cooperación	IDEAS, VSF, Ecologistas en Acción	Convenio de colaboración	Sensibilización
Organización de jornadas y espacios de debate		ISF	También otros colectivos. Incluido Ecomercado.	Sensibilización
Incidencia política		ISF VSF ASACO		Incidencia política
3. Identificar, mapear y evaluar las experiencias locales y las iniciativas alimentarias de la sociedad civil con el fin de transformar buenas prácticas en programas y políticas, con el apoyo de los entes de investigación o instituciones académicas locales.				
Diagnóstico SAA Córdoba (Carasso) - <i>Proceso (más allá) Pacto de Milán</i>	Medio Ambiente	ISEC	Proceso conjunto desde el inicio entre MA, VSF e ISEC	Diagnóstico Articulación
Diagnóstico provincial: variedades locales hortofrutícolas y alternativas locales y sostenibles	Mercacórdoba	ISEC	Proyecto conjunto. En proceso.	Diagnóstico
Visibilización de experiencias de producción		Tianguis ISF		Diagnóstico
Diagnóstico (no sistematizado y sin informes) del sector ecológico. Conocimiento profundo del entorno de productores		Ecomercado - Ecocórdoba		Diagnóstico Articulación Intervención agricultura Intervención distribución

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Sistematización y diagnósticos Agroecología, canales cortos y economía social		ISEC		Diagnóstico
Censo de comercios de alimentación	Mercacórdoba			Diagnóstico
Diagnóstico comarcal de agricultura social		UCO Cooperación		Diagnóstico
Trabajos de posgrado (diagnósticos, mapeos)		UCO Cooperación ISEC		Diagnóstico
			VER experiencia de Formación en alimentación saludable para mujeres en riesgo de exclusión La Fogara de Servicios sociales	Intervención social Formación
4. Desarrollar o revisar las políticas y los programas alimentarios urbanos y garantizar la asignación de recursos adecuados para las políticas y programas en campo alimentario dentro de las administraciones ciudadanas; revisar, armonizar y consolidar los reglamentos municipales; desarrollar capacidades estratégicas a favor de un sistema alimentario más sostenible, justo y saludable, equilibrando los intereses urbanos y rurales.				
Convocatoria de subvenciones para el fomento del asociacionismo y promoción de comercio de cercanía (Ecocórdoba ha solicitado subvención)	Desarrollo económico y comercio			Intervención distribución
Economía del Bien Común	Consumo – Participación ciudadana	EBC		Incidencia política
5. Desarrollar o mejorar sistemas de información multisectoriales orientados al desarrollo de políticas y a la asunción de responsabilidad, aumentando la disponibilidad, calidad, cantidad, cobertura, gestión e intercambio de datos relativos a sistemas alimentarios urbanos, incluida la recogida formal de datos y de datos generados por la sociedad civil y otros socios.				
Diagnósticos SAA	Mercacórdoba – Comercio	ISEC UCO Cooperación		Diagnóstico

EJE 1: GOBERNANZA: PREPARAR UN CONTEXTO FAVORABLE PARA UNA ACCIÓN EFICAZ				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
		Ecomercado Ecocórdoba		
6. Desarrollar una estrategia de reducción del riesgo de catástrofes para mejorar la resiliencia de los sistemas alimentarios urbanos, en incluidas las ciudades más afectadas por los cambios climáticos, las crisis prolongadas y la inseguridad alimentaria crónica en las áreas urbanas y rurales.				
Dar respuesta a urgencias sociales – Ayuda de emergencia social para alimentación	Servicios sociales			Intervención social
Campaña “Córdoba se mueve por el clima”		Ecologistas en Acción		Sensibilización
Agricultura de adaptación contra cambio climático		Ecomercado		Intervención agricultura

2. EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
7. Promover dietas sostenibles (saludables, seguras, culturalmente adecuadas, ambientalmente sostenibles y fundadas en los derechos) a través de programas pertinentes en el campo de la educación, la promoción de la salud y la comunicación, con especial atención a escuelas, centros de atención, mercados y medios de información.				
Promoción de consumo de productos agroecológicos: Ecomercado	Medio Ambiente	Ecomercado		Intervención distribución Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Canales cortos y sostenibilidad		Ecomercado		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible	IMGEMA Medio Ambiente	Almocafre Tianguis IDEAS		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		Almocafre		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible: campañas 25 gramos y Dáme veneno		VSF		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible Incidencia política
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		Tianguis		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible		IDEAS		Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible
Aula educativa escolar: consumo responsable de productos sostenibles	Mercacórdoba			Sensibilización escolar Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana	Educación e infancia			Sensibilización escolar Alimentación sana Alimentación sostenible
Formación y sensibilización alimentación sana, de temporada y sostenible: escolares, mayores y otros.	Salud			Sensibilización Alimentación sana

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
				Alimentación sostenible Sensibilización escolar
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible. Cocina sana para familias y personas mayores	Servicios sociales			Sensibilización Alimentación sana Alimentación sostenible Formación Intervención social
Informe sobre la Promoción de Estilos de Vida Saludables: Alimentación Sana y Ejercicio Físico	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable Salud (coord) – Educación, Mujer e Igualdad, IMDECO, Serv Sociales y Mayores, Participación Ciudadana		Información recabada sobre los programas que se desarrollaron en el 2008-2009.	Diagnóstico Alimentación sana Intervención social
Investigación sobre hábitos de consumo y prácticas de dieta sostenible		ISEC		Diagnóstico Alimentación sana Alimentación sostenible
Cocina sana y consumo de temporada		Biodiversa	Participación en Ecomercado	Alimentación sana
Campaña consumo legumbres	Educación e infancia	Mensa cívica Almocafre		Sensibilización Alimentación sostenible
8. Luchar contra las enfermedades no transmisibles asociadas a dietas inadecuadas y obesidad, con especial atención, cuando sea necesario, a reducir la aportación de azúcar, ácidos grasos trans, carnes y productos lácteos-queseros, y aumentando el consumo de fruta, verdura y alimentos no elaborados.				
	Salud - Consumo – Educación e infancia		VER Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable	
Investigación sobre hábitos de consumo y valoración	Salud	UCO	Proyecto conjunto	Diagnóstico

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
nutricional por sectores sociales. Alimentación saludable				Alimentación sana
Formación y sensibilización alimentación sana, justa y sostenible: campañas 25 gramos y Dáme veneno		VSF		Alimentación sana Alimentación sostenible Sensibilización Incidencia política
Agricultura urbana integral		Asociaciones Las Palmeras		Intervención social
9. Desarrollar directrices a favor de dietas sostenibles con el fin de informar a los consumidores, los planificadores urbanos (en particular en relación con la contratación pública de alimentos), los proveedores de servicios alimentarios, los minoristas y los operadores en el campo de la producción y la transformación alimentaria, y promoviendo campañas de comunicación y formación.				
	Salud – Servicios sociales – Compras			
Fomento lactancia materna: línea de subvenciones para el fomento	Servicios sociales			Sensibilización Intervención social
Promoción de productos de temporada y de la tierra	Mercacórdoba			Intervención distribución
Materiales de alimentación sana (decálogo, guía didáctica y recetarios de verdura y fruta de temporada)	Salud			Sensibilización Formación Alimentación sana
Proceso (más allá) Pacto de Milán –Diagnósticos SAA – Espacios de coordinación alimentaria	Medio Ambiente, Ganemos	ISEC - VSF		Articulación Incidencia política
10. Adecuar las normas y los reglamentos con el fin de garantizar el acceso a dietas sostenibles y agua potable en las estructuras públicas como hospitales, estructuras sanitarias y de asistencia a la infancia, lugares de trabajo, universidades, escuelas, servicios alimentarios y de restauración, oficinas públicas y lugares de detención y, dentro de				

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
<i>lo posible, en la gran distribución privada, en la distribución al por mayor y en los mercados.</i>				
	Comercio – Mercados			
Normalizar espacios de consumo ecológico		Ecomercado		Intervención distribución
Formación para técnicos municipales sobre cláusulas de compra pública (2009)	Cooperación	IDEAS	Convenio de colaboración	Compra pública Incidencia política
Acuerdo municipal de compra pública ética (2008)	Avances en Cooperación, Medio Ambiente, Juventud, Participación Ciudadana		Rescatar acuerdo 2008.	Compra pública Incidencia política
Visitas a campos e industrias ecológicas		Almocafre		Intervención agricultura
11. Estudiar instrumentos normativos y voluntarios para la promoción de dietas sostenibles, con la implicación de sociedades privadas y públicas, dependiendo de los casos, a través de políticas de comercialización, publicidad y etiquetado; incentivos o desincentivos económicos; agilizar las normas que regulan la comercialización de comidas y bebidas sin alcohol para los niños, de acuerdo con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud.				
Cláusulas de criterios ecológicos y de comercio justo en el bar del Zoológico	Medio Ambiente - Salud – Consumo – Hacienda - Cooperación			Compra pública
Cláusulas de criterios ecológicos y sociales en programa de comida a domicilio: ingredientes ecológicos y transporte con vehículos no contaminantes	Servicios sociales			Compra pública
Participación en red alimentaria solidaria: subvenciones a comedores sociales y banco de alimentos	Servicios sociales			Compra pública Intervención social
Proceso (más allá) Pacto de Milán –Diagnósticos SAA – Espacios de coordinación alimentaria	Medio Ambiente, Ganemos	ISEC - VSF		Incidencia política

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Análisis de políticas públicas sobre alimentación sana		ISEC VSF		Incidencia política
12. Promover una acción conjunta por parte de los sectores de la alimentación y de la salud, con el fin de actuar estrategias centradas en las personas, a favor de estilos de vida saludables y de inclusión social.				
Actividades alimentación saludable, hábitos saludables...	Comisión técnica de Estilos de Vida Saludable			Sensibilización Alimentación sana
Alimentación sana y educación para la salud escolares (1500 alumnas/os anuales)	Educación e infancia			Sensibilización escolar
Actividades de salud a través de alimentación	IMGEMA			Alimentación sana
Formación en alimentación saludable para mujeres en riesgo de exclusión La Fogara	Servicios sociales			Intervención social Formación
Agricultura urbana de inclusión		Asociaciones Las Palmeras	VER Cordel de Écija	AU Intervención social
Asesoramiento a HORECA sobre desperdicio alimentario y diseño de menús		Biodiversa		Intervención restauración
Promoción de compra pública ética y medioambiental	Cooperación	Almocafre		Compra pública Incidencia política
Fomento de compra pública, sana, sostenible y local		VSF		Compra pública Incidencia política
13. Invertir y comprometerse para lograr el acceso universal al agua potable y a un saneamiento adecuado, con la participación de la sociedad civil y otros colaboradores, según proceda.				

EJE 2 - PROMOVER DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Garantizado el derecho al agua	EMACSA			Agua Incidencia política Intervención social
Sensibilización sobre uso del agua del grifo en familias y hostelería	EMACSA			Agua Sensibilización Intervención restauración
Cláusulas medioambientales (residuos, ruidos) agua	EMACSA			Agua Compra pública Incidencia política
Incidencia política, sensibilización social agua		ISF		Agua Incidencia política
Transferencia de conocimiento Sur-Norte agua		ISF		Agua Sensibilización Incidencia política

3. EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
<i>14. Utilizar las transferencias de alimentos y de dinero, y otras formas de protección social (bancos de alimentos, comedores comunitarios, despensas de emergencia, etc.) para asegurar el acceso a una comida sana a los segmentos vulnerables de la población, teniendo en cuenta las convicciones, culturas, tradiciones, costumbres y preferencias alimentarias específicas de las diferentes comunidades, en el respecto de la dignidad humana y para evitar una mayor marginación.</i>				
	Servicios sociales - Salud			

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Cesión módulo mercado polivalente a Cruz Roja como almacén de alimentos	Mercacórdoba			Intervención distribución Intervención social
Centro autogestionado de alimentos Rey Heredia		Rey Heredia		Intervención distribución Intervención social
Donación de alimentos ecológicos y de comercio justo a comedores colectivos (Rey Heredia, Banco de alimentos, etc.)		IDEAS		Intervención distribución Intervención social
Supermercado solidario: plan integral Palmeras		AAVV Unión y Esperanza		Intervención distribución Intervención social
Uso de red de establecimientos de cercanía para alimentos perecederos – moneda social	Servicios sociales			Intervención distribución Intervención social
Subvención comedores escolares en verano	Servicios sociales			Intervención distribución Intervención social
15. Redefinir los programas de los comedores escolares y otros servicios alimentarios institucionales con el fin de ofrecer comida sana, de procedencia local/regional, de temporada y producida de manera sostenible.				
	Servicios Sociales (en el resto de los ámbitos no tenemos competencias)			
Diagnóstico de realidad alimentaria comedores escolares		Tianguis		Diagnóstico Comedores escolares
Sistematización casos exitosos de comedores escolares Estado español		ISEC		Diagnóstico Comedores escolares

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Campaña de inclusión de criterios ecológicos y comercio justo en hospitales y escolares		IDEAS	www.ciudadporelcomerciojusto.org	Compra pública Comedores escolares
Intervenciones de apoyo y facilitación en comedores escolares ecológicos		VSF		Compra pública Comedores escolares Intervención distribución
16. Promover un empleo decente para todos, a través de relaciones económicas equitativas, una retribución justa y una mejora de las condiciones de trabajo en ámbito alimentario y agrícola, con la plena inclusión de las mujeres.				
	IMDEEC - Mujer e Igualdad			
Fomento cooperativismo		FAECTA		Intervención social
Formación agraria y cooperativismo para mujeres en riesgo de exclusión (Las Palmeras)	Mujer e Igualdad, Medio Ambiente			Intervención social Formación
17. Fomentar y apoyar actividades de economía social y solidaria con especial atención a actividades en campo alimentario que favorezcan medios de vida sostenible para los segmentos marginados de la población en los diferentes niveles de la cadena alimentaria y faciliten el acceso a alimentos sanos y seguros en las áreas urbanas y rurales.				
	Gestión (contratos reservados), IMDEEC (cooperativas relacionadas con la alimentación)			
Mercao social La Tejedora		Ecologistas en Acción La Tejedora		Intervención distribución Articulación
Mesa de Economía social y solidaria		IDEAS - REAS		Articulación
Escuela de economía social para el emprendimiento social de personas vulnerables		FAECTA		Formación Intervención social

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Fomento cooperativismo		FAECTA		Intervención social
Agricultura urbana Las Palmeras		Asociaciones Las Palmeras		AU Intervención social
Kiosko Gallipatos		UCO Cooperación		Sensibilización
Mapeos y sistematización de experiencias P-C		ISF		Diagnóstico
Fomento asociacionismo: subvenciones. Ecocórdoba	Comercio			Intervención distribución
Encuentros de economía social y solidaria	Cooperación		Articulación con IDEAS, FAECTA; Mesa Economía social, etc.	Sensibilización Articulación Incidencia política
18. Promover la constitución de redes y apoyar las actividades de la sociedad civil, (como huertos y comedores comunitarios, comedores sociales, etc.) destinadas a crear inclusión social y proporcionar comida a los segmentos marginados.				
Proceso (más allá) Pacto de Milán				Articulación
Alianza por la Soberanía Alimentaria Córdoba		ASACO		Articulación Sensibilización
Formación huertos ecológicos (escolares y no escolares)	Medio Ambiente			AU AU escolar
Huertos sociales urbanos (Miralbaida)	Medio Ambiente			AU
Huertos sociales (Asomadilla)	IMGEMA			AU
Agricultura urbana Las Palmeras		Asociaciones Las Palmeras		AU

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Mapa huertos urbanos	Medio Ambiente	Ecologistas en Acción		AU
<i>19. Promover la educación la capacitación y la investigación participativas, para reforzar la acción local destinada a aumentar la justicia social y económica, promover enfoques basados en los derechos, reducir la pobreza y favorecer el acceso a alimentos adecuados y nutritivos.</i>				
	Educación, IMDEEC, resto de las delegaciones que promuevan la investigación (Medio Ambiente, Salud, Servicios Sociales...)			
Programa “La solidaridad tarea de todos y todas”: talleres escolares de comercio justo y consumo responsable	Cooperación	IDEAS	Convenio	Sensibilización escolar
Semana de lucha campesina		ASACO		Sensibilización Articulación
Jornadas agroecológicas		ASACO		Sensibilización Articulación
Campañas sobre Derecho a alimentación adecuada (25 gramos, Dame veneno)		VSF		Sensibilización Incidencia política
Variedades locales hortícolas		ISEC		Intervención agricultura
Recuperación de semillas		Biodiversa		Intervención agricultura
Recuperación de variedades locales		Ecomercado		Intervención agricultura
Formación e inclusión laboral hostelería		Biodiversa		Intervención restauración Formación

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Formación en Agroecología y Soberanía alimentaria		ISEC		Formación
Escuela de economía social para el emprendimiento social		FAECTA		Formación
Formación en metodologías participativas para la agroecología		ISEC UCO Cooperación		Formación
Formación y sensibilización escolar	Servicio Municipal de Consumo			Sensibilización escolar
15 de Marzo. Día de los Derechos del Consumidor.	Servicio Municipal de Consumo		Alumnos de Educ. Infantil forman a otros alumnos de su Centro Educativo sobre Consumo Responsable.	Sensibilización escolar
Campaña informativa anual para todo el municipio. 2017 sobre Consumo Responsable. (octubre 2017)	Servicio Municipal de Consumo		Buzoneo folleto consumo responsable 92.000 viviendas, 5 Asoc. Consumidores informan en calle y otras acciones.	Formación ciudadanía
Campaña informativa permanente en zona de espera de ciudadanía en Reg. General sobre consumo responsable (por desarrollar)	Servicio Municipal de Consumo		Presentación contenidos audiovisuales sobre consumo responsable. Se enfatizará información del Pacto de Milán.	Sensibilización ciudadanía
Elaboración de Guía de Consumo Responsable (por desarrollar)	Servicio Municipal de Consumo		Contendrá información específica sobre sostenibilidad alimentaria	Información ciudadanía
Proyectos de cooperación Norte-Sur SobAlim y comercio justo	Cooperación			Articulación Sensibilización
Formación y sensibilización alimentación sana	IMGEMA, Medio Ambiente			Sensibilización Alimentación sana
Formación y sensibilización huertos ecológicos	IMGEMA			AU

EJE 3 - ASEGURAR LA EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
(Asomadilla)				
Huertos escolares	Medio Ambiente, Educación e infancia			AU AU escolar
Sensibilización SobAlim: jornadas de género y SobAlim, Kiosko Gallipatos	Cooperación	UCO Cooperación	Articulación actores locales Impacto comunidad universitaria	Sensibilización
Formación sobre huertos urbanos		ISF		AU
Huerto ecológico del Campus de Rabanales		UCO Cooperación		AU
Proyecto Andaluerto (huertos sociales)	AGAPA (Junta Andalucía)			AU
Redes de articulación de productores		Ecomercado Casa Azul Mercados informales		Intervención agricultura Intervención distribución

4. EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
20. Promover y consolidar la producción y la transformación alimentaria urbana y periurbana a través de enfoques sostenibles e integrar la agricultura urbana y periurbana en los programas municipales para la resiliencia.				
	Medio Ambiente, GMU, Infraestructuras			
Agricultura urbana integral		Asociaciones		AU

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
		Las Palmeras - ISEC		
Promoción Parque agrario Córdoba		ISEC		AU
Huerta colectiva agroecológica de autoconsumo La rehuerta		La Rehuerta		AU
Huertos sociales Asomadilla	IMGEMA			AU
Huerto Urbano en el Colegio de personas adultas Parque Figueroa		Asociación Huerto Mediterráneo		
21. Promover la coherencia en las interacciones entre las ciudades y la producción y transformación alimentaria en las áreas rurales colindantes, centrándose en los pequeños productores y las empresas agrícolas familiares, y con atención especial a empoderar mujeres y jóvenes.				
	IMDEEC, Mujer e Igualdad, Mercacórdoba			
Promoción Parque agrario Córdoba		ISEC		AU
Diagnóstico Sistema agroalimentario provincial	Mercacórdoba	ISEC		Diagnóstico Intervención agricultura Intervención distribución
Productores provinciales ecológicos		Ecomercado Ecocórdoba		Intervención agricultura
22. Adoptar un enfoque ecosistémico para orientar una planificación holística e integrada del uso del territorio, en cooperación entre las autoridades urbanas y rurales y otros entes para el manejo de los recursos naturales, combinando las características del territorio con estrategias para la reducción de los riesgos, con el fin de aumentar las oportunidades de producción agroecológica, la protección de la biodiversidad y del suelo agrícola, la adaptación a los cambios climáticos, el turismo y el tiempo libre y otros servicios ecosistémicos.				

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Investigación y casos exitosos de transición agroecológica		ISEC		Diagnóstico
<p>23. Proteger y permitir el acceso seguro y la propiedad de tierras para una producción alimentaria sostenible en las áreas urbanas y periurbanas, incluyendo parcelas para huertos comunitarios y pequeños productores, por ejemplo a través de bancos de tierras o fideicomisos de tierras comunitarias; asegurar el acceso a tierras municipales para producción agrícola local y promover la integración con planes y programas de uso del territorio y de desarrollo urbano.</p>				
	Medio Ambiente, GMU, Hacienda (Ordenanzas)			
Promoción Parque agrario Córdoba				AU
Promoción Parque agrario Córdoba: análisis de casos exitosos		ISEC		AU
<p>24. Fomentar la erogación de servicios para los productores alimentarios en las ciudades y zonas colindantes, incluida la formación técnica y la asistencia financiera (crédito, tecnologías, seguridad alimentaria, acceso al mercado, etc.) para la creación de un sistema alimentario multigeneracional y económicamente sostenible, que promueva prácticas como el uso de abonos derivados de residuos alimentarios, de aguas residuales, de energía generada por residuos etc., asegurando al mismo tiempo que estas actividades no contrasten con el consumo humano.</p>				
	IMDEEC, Medio Ambiente			
Asesoría para la producción ecológica en Andalucía	Consejería Agricultura (Junta de Andalucía)			Intervención agricultura Formación
Difusión de informe: “Agroecología para enfriar el planeta” (Abonos, residuos, energía)		Ecologistas en Acción		Sensibilización
Formación vid ecológica		Bodegas Robles		Intervención agricultura Formación
<p>25. Apoyar las cadenas de suministro cortas, las organizaciones de productores, las redes y las plataformas de productor a consumidor, y otros sistemas de mercado que integren las infraestructuras sociales y económicas para un sistema alimentario urbano que conecte las áreas urbanas a las rurales. Esto podría incluir iniciativas de la sociedad civil y de economía social y solidaria, así como sistemas de mercado alternativos.</p>				

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
	IMDEEC, Mercados, Comercio, Participación Ciudadana, Mercacórdoba			
Decreto Venta directa	Consejería Agricultura – Junta de Andalucía			Intervención distribución
Espacio de venta para productores en Mercacórdoba	Mercacórdoba			Intervención distribución
Acceso productos locales: 37% de frutas y hortalizas comercializadas en Mercacórdoba procedan de la provincia de Córdoba y otro tercio del resto de Andalucía.	Mercacórdoba			Intervención distribución
Uso de productos locales, ecológicos y comercio justo en eventos universitarios		UCO Cooperación		Intervención distribución
Mapeo canales cortos Andalucía (2012)		ISEC		Diagnóstico
Asociación distribuidores ecológicos Ecocórdoba: compra directa a productores		Ecocórdoba		Intervención distribución
Encuentro estatal de canales cortos de comercialización (2010)		Ecologistas en Acción		Diagnóstico Articulación
Mercao social: Tejedora y Rendija		Tejedora		Intervención distribución
Agricultura urbana integral		Asociaciones Las Palmeras		AU
Espacio Casa Azul		Tianguis		Intervención distribución
26. Mejorar la gestión y la reutilización de las aguas (residuales) en la agricultura y la producción alimentaria, a través de políticas y programas que adopten enfoques participativos.				

EJE 4 - PROMOVER LA PRODUCCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
	Medio Ambiente, Participación Ciudadana			Agua

5. EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA

EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
<i>27. Evaluar los flujos alimentarios hacia y dentro de las ciudades, para asegurar el acceso a alimentos frescos y económicamente accesibles en los barrios de bajos ingresos y menos dotados de servicios, fomentando al mismo tiempo modos de transporte y logística sostenibles con el fin de reducir las emisiones de CO2, gracias a combustibles o medios de transporte alternativos.</i>				
	Servicios Sociales, Medio Ambiente, Mercacórdoba			
Análisis “última milla” común para mayoristas	Mercacórdoba			Intervención distribución
Sensibilización soberanía alimentaria		Cic-Batá		Sensibilización
<i>28. Fomentar la mejora de las tecnologías e infraestructuras de almacenamiento, transformación, transporte y distribución alimentaria, conectando las áreas periurbanas con las áreas rurales colindantes, con el fin de garantizar el consumo de alimentos de temporada y reducir la inseguridad alimentaria, la pérdida y derroches de elementos nutrientes y de géneros alimentarios, prestando especial atención, dentro de la cadena de valor, a las empresas alimentarias medianas y pequeñas, fuente de ocupación digna y estable.</i>				
	IMDEEC Mercados Mercacórdoba			

EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Módulo frío	Mercacórdoba			Intervención distribución
<p>29. <i>Evaluar, revisar y/o consolidar sistemas de control alimentario</i> a través de la actuación de un sistema de normas y disposiciones locales en materia de seguridad alimentarias que 1) garanticen que los productores y los proveedores a lo largo de la cadena alimentaria operen responsablemente; 2) eliminen las barreras de acceso al mercado para las empresas agrícolas familiares y los pequeños productores; 3) integren seguridad alimentaria, salud y protección ambiental.</p>				
	Hacienda (Ordenanzas), Medio Ambiente Mercados Mercacórdoba			
<p>30. <i>Revisar las políticas públicas en materia de abastecimiento y comercio</i>, con el fin de facilitar el abastecimiento alimentario por cadenas cortas de suministro a través de la conexión entre ciudades y asegurar el abastecimiento de alimentos sanos, favoreciendo al mismo tiempo el acceso al empleo, unas condiciones de producción justas y una producción sostenible para los segmentos más vulnerables de productores y consumidores, aprovechando el potencial del abastecimiento público para concretizar el derecho a la alimentación para todos.</p>				
	Comercio, Mercados, Servicios Sociales, Mercacórdoba			
Apoyo a la mejora de la competitividad del pequeño comercio de alimentación	Mercacórdoba			Intervención distribución
Diagnóstico sector hortofrutícola provincial	Mercacórdoba	ISEC	Proyecto conjunto	Diagnóstico
<p>31. <i>Desarrollar políticas y programas en apoyo de los mercados municipales públicos</i>, incluidos los mercados agrícolas, los mercados informales, los mercados al por mayor y al por menor, restaurantes y otros sujetos que operan en el sector de la distribución alimentaria, reconociendo las diferencias entre ciudades respecto al papel de los operadores públicos y privados en el sistema de los mercados.</p>				
	Comercio - Mercacórdoba			
Encomienda de Gestión de los Mercados Municipales – Plan de Promoción en los Mercados	Mercacórdoba			Intervención distribución

EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
Promoción “Ciudad por el comercio justo”	Cooperación	IDEAS		Compra pública
Visibilizar comercios y restaurantes ecológicos asociados		Ecocórdoba		Intervención distribución Intervención restauración
Apoyo al Ecomercado	IMGEMA, Medio Ambiente			Intervención distribución
Mercao social La Tejedora		La Tejedora		Intervención distribución
Ruta de la tapa ecológica: comercios locales con productos ecológicos y de temporada	Turismo	ASACO		Articulación Sensibilización Intervención distribución
<i>32. Mejorar y ampliar las infraestructuras en relación con los sistemas de mercado que conectan los compradores urbanos a vendedores urbanos, periurbanos y rurales, favoreciendo al mismo tiempo la cohesión social y la confianza, apoyando el intercambio cultural y asegurando medios de vida sostenibles, especialmente para mujeres y jóvenes emprendedores.</i>				
	Mercados, MERCACORDOBA, Mujer e Igualdad, GMU, Promoción			
Intención de central de compras ecológica		Ecocórdoba		Intervención distribución
<i>33. Reconocer la contribución del sector informal en los sistemas alimentarios urbanos (en términos de abastecimiento alimentario, creación de puestos de trabajo, promoción de dietas locales y gestión ambiental) y asegurar un apoyo y una formación adecuados en áreas como la seguridad alimentaria, la alimentación sostenible, la prevención y gestión de los residuos.</i>				
	IMDEEC (Formación) Mercacórdoba			
Acciones formativas en materias de seguridad	Mercacórdoba			Intervención distribución

EJE 5 - MEJORAR EL ABASTECIMIENTO Y LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
alimentaria desarrolladas para la cadena de distribución desarrolladas en el Centro de Formación de Mercacórdoba				Formación

6. EJE 6 - LIMITAR DESPERDICIOS DE ALIMENTOS

EJE 6 - LIMITAR DESPERDICIOS DE ALIMENTOS				
ACCIONES	AYTO	OSC	ARTICULACIÓN - OBSERVACIONES	
<i>34. Reunir los operadores del sistema alimentario con el fin de evaluar y monitorear la reducción de las pérdidas y de los desperdicios de alimentos en todas las fases de la cadena alimentaria ciudad/región (producción, transformación, embalaje, preparación alimentaria segura, presentación y gestión, reutilización y reciclaje), y de asegurar una planificación y un diseño holísticos, la transparencia, la responsabilidad e la integración de las políticas.</i>				
	SADECO, Mercados, Comercio, Mercacórdoba			
Escuela de hortelanía		Almocafre		Intervención agricultura Formación
Estadísticas y control de residuos mercados mayoristas.	Mercacórdoba			Diagnóstico
<i>35. Sensibilizar la población en materia de desperdicios y pérdidas de alimentos a través de eventos y campañas específicas; identificar puntos focales tales como instituciones educativas, mercados comunitarios, tiendas de empresas y otras iniciativas de solidaridad o de economía circular.</i>				
	SADECO Mercacórdoba			
Jornadas sobre decrecimiento		ISF		Sensibilización
Sensibilización Itinerarios verdes; talleres cambio de	Educación e infancia –			Sensibilización

actitudes medioambientales; un huerto en mi ciudad; semana del medioambiente	Medio Ambiente			Sensibilización escolar
Actividad Área Educativa de Mercacórdoba (4.000 niños/as /año)	Mercacórdoba			Sensibilización Sensibilización escolar
36. Colaborar con el sector privado, instituciones educativas y de investigación, y organizaciones comunitarias para desarrollar y revisar, en su caso, políticas y normas municipales (por ejemplo procedimientos, normas estéticas y de clasificación, fechas de caducidad, etc.) para la prevención de los desperdicios alimentarios o para recuperar de modo seguro alimentos y embalajes a través de un sistema que fomente el uso y no el desperdicio de la comida.				
Estrategia de sostenibilidad y reducción de residuos	Hacienda (Ordenanzas), SADECO Mercacórdoba		VER	Incidencia política
Agricultura urbana integral Palmeras		Asociaciones Las Palmeras		Intervención social
Banco de alimentos				Intervención social
Compostaje municipal de residuos orgánicos	SADECO			Incidencia política
Campañas de sensibilización de separado y recogida selectiva de residuos	SADECO			Sensibilización
Impulso Economía circular	SADECO Mercacórdoba			Incidencia política
Articulación y acceso productos locales		Almocafre		Intervención distribución
Central de recogida y reutilización de enseres	Mercacórdoba			Intervención distribución
37. Favorecer, cuando esto sea posible, la recuperación y redistribución de alimentos seguros y nutritivos destinados al consumo humano, a riesgo de pérdida, desecho o derroche, procedentes de la producción, la fabricación, la venta al por menor, la restauración, el comercio al por mayor y el sector de la hostelería.				
	Comercio, Mercados, Servicios Sociales			

Sensibilización consumidores desperdicio alimentos	IMGEMA	Ecomercado		Sensibilización
Reciclaje activo alimentos		Ecomercado		Sensibilización
Sensibilización de uso de vegetales que hasta ahora se tiraban (hojas, raíces, etc.)	Medio Ambiente	Ecomercado Biodiversa		Sensibilización

RELACIÓN DE PERSONAS PARTICIPANTES

Nº	DEL/TEC/COL	ORGANISMO	NOMBRE	APELLIDOS
1	CSC	ALMOCAFRE	CARMEN	CASAS
2	CSC	ALMOCAFRE	MIGUEL	NAVAZO
3	CSC	ALMOCAFRE	ALFONSO	MOLINA
4	CSC	ASACO	ERIN	MC NULTY
5	CSC	BANCO DE ALIMENTOS	JOAQUÍN	CABELLO
6	CSC	BARRIOS IGNORADOS	PACO	POVEDANO CALIZ
7	CSC	BIODIVERXA. GASTRONOMÍA PARA LA BIODIVERSIDAD	MIRAM	CÓZAR
8	CSC	BIODIVERXA. GASTRONOMÍA PARA LA BIODIVERSIDAD	ISABEL	VÉLEZ ORTEGA
9	CSC	CIC-BATÁ	MARTA	BARREIRA SEVILLANO
10	CSC	ECO CÓRDOBA	ÁLVARO	FUENTES GUERRA
11	CSC	ECOLOGISTAS EN ACCIÓN	GUILLERMO	CONTRERAS NOVOA
12	CSC	ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN	SIRA	AGUDO
13	CSC	EL ECOMERCADO	ROSA	PINEDA
14	CSC	EL ECOMERCADO	JUAN	ROBLES
15	CSC	FAECTA	PACO	MOLINA VARONA
16	CSC	FEDERACIÓN AL-ZAHARA	RAFAEL	CARMONA
17	CSC	GANADERÍAS LAS ALBAIDAS	FELIPE	MOLINA PÉREZ

N°	DEL/TEC/COL	ORGANISMO	NOMBRE	APELLIDOS
18	CSC	GANEMOS Y ASOC. VECINAL PALMERAS	EUGENIO	ROSA
19	CSC	IDEAS	ROBERTO	BALLESTEROS
20	CSC	IDEAS	DAVID	COMET
21	CSC	ISEC	DAVID	GALLAR
22	CSC	MENSA CÍVICA	ROCÍO	LLAMAS VACAS
23	CSC	PARTICULAR	RAFAEL	CASTRO ESCAÑUELA
24	CSC	PROYECTO DE HUERTO SOCIAL (HUERTO DE LAS PALMERAS)	JAVIER	POYATO
25	CSC	REAS-AND	TXELI	SÁNCHEZ GARO
26	CSC	REHUERTA	CLARA	ÁLVAREZ MUÑÍZ
27	CSC	RURAPOLIS	FRANCISCO	GORDEJO JIMÉNEZ
28	CSC	TIANGUIS E INGENIERÍA SIN FRONTERAS	OSCAR	MARTÍN
29	CSC	UCO, ÁREA COOPERACIÓN Y SOLIDARIDAD	MAITE	HERNÁNDEZ
30	CSC	UCO, ÁREA COOPERACIÓN Y SOLIDARIDAD	ANA	LAMARCA
31	CSC	VSF JUSTICIA ALIMENTARIA	NURIA	CORDENTE RUIZ
32	CSC	ZOVECO	JUAN	MUÑOZ BELLIDO
33	CSC		JOSÉ	ESQUINAS
34	CSC		RAFAEL	MEDINA CECILIA
35	EMPRESAS y OAAA	EMACSA	TRÁNSITO	GONZÁLEZ

Nº	DEL/TEC/COL	ORGANISMO	NOMBRE	APELLIDOS
36	EMPRESAS y OAAA	EMACSA	CLAUDIA	ZAFRA MENGUAL
37	EMPRESAS y OAAA	GERENCIA MUNICIPAL DE URBANISMO	FERNANDO	SÁNCHEZ BARRIGA
38	EMPRESAS y OAAA	IMGEMA	FRANCISCO	FOCHE AGUILERA
39	EMPRESAS y OAAA	IMGEMA	EVA	LEON
40	EMPRESAS y OAAA	IMGEMA	JOSÉ	MORA JORDANO
41	EMPRESAS y OAAA	MERCACÓRDOBA	GONZALO	PÉREZ ALCALÁ
42	EMPRESAS y OAAA	MERCACÓRDOBA	JESÚS	REINA ARROYO
43	EMPRESAS y OAAA	SADECO	JESÚS	DÍZ
44	POLÍTICOS/AS	DELEGACIÓN EDUCACIÓN	ANDRÉS	PINO
45	POLÍTICOS/AS	DELEGACIÓN MEDIO AMBIENTE E INFRAESTRUCTURAS	AMPARO	PERNICHÍ LÓPEZ
46	POLÍTICOS/AS	DELEGACIÓN PARTICIPACIÓN CIUDADANA	ALBA M ^a	DOBLAS MIRANDA
47	POLÍTICOS/AS	GANEMOS	M ^a ÁNGELES	AGUILERA
48	POLÍTICOS/AS	GANEMOS	RAFAEL	BLÁZQUEZ
49	POLÍTICOS/AS	GANEMOS	VICTORIA	LÓPEZ RUIZ
50	POLÍTICOS/AS	GANEMOS	ALBERTO	RÍOS SÁNCHEZ, DE LOS
51	POLÍTICOS/AS	GANEMOS	JOSÉ	LARIOS MARTÓN
52	POLÍTICOS/AS	URBANISMO, INFRAESTRUCTURAS Y MEDIO AMBIENTE	ANTONIO	LÓPEZ REY
53	TECNICOS/AS	DELEGACIÓN FOMENTO DESARROLLO ECONÓMICO Y DEL COMERCIO	CLARA ANDREA	LIMÓN MOTA

Nº	DEL/TEC/COL	ORGANISMO	NOMBRE	APELLIDOS
54	TECNICOS/AS	DELEGACIÓN MEDIO AMBIENTE E INFRAESTRUCTURAS	VERÓNICA	FREJO VACAS
55	TECNICOS/AS	DELEGACIÓN PARTICIPACIÓN CIUDADANA, SALUD Y CONSUMO (DIRECCIÓN GRAL.)	ELVIRA	IGLESIAS PÉREZ
56	TECNICOS/AS	DELEGACIÓN SERVICIOS SOCIALES (DIRECCIÓN GENERAL)	RAFAEL	FOCHE MORENO
57	TECNICOS/AS	DELEGACIÓN TERRITORIAL AGRICULTURA JUNTA ANDALUCÍA	LUIS	JIMÉNEZ GARCÍA
58	TECNICOS/AS	DELEGACIÓN TERRITORIAL AGRICULTURA JUNTA ANDALUCÍA	JUAN LUIS	SÁNCHEZ SÁNCHEZ
59	TECNICOS/AS	DPTO. COOPERACIÓN	INMACULADA	SANTANA
60	TECNICOS/AS	DPTO. MUJER E IGUALDAD	Mª ISABEL	PRADO MUELA
61	TECNICOS/AS	DPTO. SALUD Y CONSUMO	FRANCISCO	PEDRAZA RAMIREZ
62	TECNICOS/AS	DPTO. EDUCACIÓN E INFANCIA	Mº JOSEFA	JURADO
63	TECNICOS/AS	DPTO. EDUCACIÓN E INFANCIA	HORTENSIA	NAVARRO BRAVO
64	TECNICOS/AS	DPTO. MEDIO AMBIENTE	PAULA	ESTEBARANZ BERZAL
65	TECNICOS/AS	DPTO. MEDIO AMBIENTE	MANUEL	ROJO ARANDA
66	TECNICOS/AS	IMDEEC	MARISA	SALA BALDOVI
67	TECNICOS/AS	DPTO. SALUD Y CONSUMO	HIGINIA	ROMERO CRESPO
68	TECNICOS/AS	DELEGACIÓN SERVICIOS SOCIALES (SUBDIRECCIÓN GENERAL)	VICTORIA	PANIAGUA

**6. RESULTADOS DE II JORNADA DE TRABAJO SOBRE LA
APLICACIÓN DEL PACTO DE MILÁN EN LA CIUDAD DE
CÓRDOBA: PRIORIZACIÓN PARTICIPATIVA DE
PROPUESTAS DE ACCIÓN**

JORNADAS DE TRABAJO SOBRE LA APLICACIÓN DEL PACTO DE MILÁN A LA CIUDAD DE CÓRDOBA

“Construyendo alianzas hacia modelos alimentarios más justos y sostenibles en la ciudad”

13 de marzo de 2017

Centro de Educación Ambiental de Córdoba

PRIORIZACIÓN DE PROPUESTAS PARA LA APLICACIÓN DEL PACTO DE MILÁN POR LAS ENTIDADES Y COLECTIVOS PARTICIPANTES

El presente documento muestra los resultados sintéticos de la priorización de propuestas en torno a la puesta en marcha en Córdoba del Pacto de Milán surgidas de la segunda sesión de trabajo “Construyendo alianzas hacia modelos alimentarios más justos y sostenibles en la ciudad”, el día 13 de marzo de 2017.

Estas propuestas fueron planteadas de manera individual por todas las personas asistentes (técnicos, políticos y representantes y miembros de organizaciones de la sociedad civil y de la universidad) y después trabajadas en grupos mixtos (por ámbitos y colectivos o instituciones de origen) distribuidos por ejes del Pacto de Milán, hasta lograr la priorización mostrada en las siguientes tablas.

Más allá de los resultados por ejes, emergen claramente varias “ideas fuerza” comunes a todos los ejes.

1. La creación de una **Marca-Sello con criterios del Pacto de Milán**: ecológico y local, incluye proceso de sistema participativo de garantía.
2. La necesidad de **construir y reforzar espacios de producción-distribución-consumo de alimentos ecológicos-locales**, autogestionados y con apoyos institucionales.
3. La necesidad del **papel de las administraciones públicas a través de la compra pública** como forma de apoyar a las productoras, como forma de facilitar el acceso a la ciudadanía (incluida las personas desfavorecidas), como forma de sensibilización y como prioridad política orientado al Derecho a la alimentación.
4. La necesidad de la **implicación política** desde el Ayuntamiento: por ejemplo, **Plan de comercio proximidad**.
5. El papel de las **administraciones en la difusión y apoyo** a los canales cortos, comercio de proximidad y mercados de productores ecológicos y locales.
6. La necesidad de **reforzar la producción agraria** en el término municipal: el **Parque agrario** como espacio de formación, producción, cohesión social y paisaje.
7. La necesidad de reforzar el ámbito de la **restauración ecológica y local**.
8. La necesidad de crear **espacios sectoriales de coordinación y trabajo**: “Parque agrario - Agricultura urbana”, “Formación agroecológica”, “Sensibilización”, “Ámbito escolar”, “Restauración” y “Desperdicio alimentario”.

EJE 1: GOBERNANZA		
PRIORIDADES	INFO COMPLEMENTARIA	ESTADO ACTUAL Y/O CONSECUENCIAS
Creación de espacio de coordinación	Consejo alimentario	Mesa de coordinación Pacto de Milán
Compra pública	Incluirlo como prioridad política Concretar en pliegos y contratos Derecho a la alimentación (facilitar acceso e incluir ayuda alimentaria)	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Dotar de presupuesto a las acciones		Prioridad política Plan de comercio proximidad
Sello-Marca criterios Pacto de Milán		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Alimentación dentro de “Córdoba en transición”		
IAP	Vínculo con la UCO Formación en metodologías participativas para la dinamización de SAA locales	Mesa de coordinación Pacto de Milán
Formación en agroecología para productores		Mesa de trabajo “Formación agroecológica”
Difusión: campaña de consumo ecológico responsable		Mesa de coordinación Pacto de Milán
	Nuevas ciudades andaluzas firmantes para presión a Junta	
	Mesa provincial de producción ecológica	

EJE 2: DIETAS SOSTENIBLES Y NUTRICIÓN		
PRIORIDADES	INFO COMPLEMENTARIA	ESTADO ACTUAL Y/O CONSECUENCIAS
Compra pública (escuelas, hospitales, residencias) alimentos locales, ecológicos	Pliegos contratos Gestión directa de comedores escolares	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Creación de distintivo/marca productos y establecimientos ecológicos, fresco, local: campañas visibilización	Restauración, bares y tabernas, comercios, Mercacórdoba Puntos de venta directa Jornadas gastronómicas: cocineras en comercios para menús eco y de temporada. Ecoperoles. Agua del grifo	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Formación y sensibilización dietas saludables y sostenibles, de temporada, acercamiento a productoras	Asignaturas, campañas, prácticas Profesorado, alumnado, AMPA, centros salud, grupos de crianza	Mesa de trabajo “Sensibilización”
	Huertos escolares y universitarios	Mesa de trabajo “Ámbito escolar”

EJE 3: EQUIDAD SOCIAL Y ECONÓMICA		
PRIORIDADES	INFO COMPLEMENTARIA	ESTADO ACTUAL Y/O CONSECUENCIAS
Compra pública (comedores escolares, hospitales, centros de mayores) alimentos ecológicos, comercio justo	Pliegos y contratos También empleo decente	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Agricultura urbana	Mejora empleabilidad Desarrollo habilidades sociales Garantizar acceso a mujeres riesgo de exclusión PYMES formación	Mesa de trabajo “Parque agrario - Agricultura urbana”
Facilitar acceso a toda la población, incluida población desfavorecida. Derecho a alimentación para todas.	Ayudas a comercios vecinales Romper imagen de que es más caro Promover economía social, con apoyos públicos	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad Servicios sociales
Creación de Observatorio social: alimentación, hábitos de consumo, etc.		Mesa de coordinación Pacto de Milán
Articular Sistema Participativo de Garantía (productores, distribuidores, comercios) Sello-Marca criterios Pacto de Milán		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Financiación campaña acción y actividades de Ecomercado		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Alimentación como Derecho	Papel del pequeño comercio como acceso	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad

EJE 4: PRODUCCIÓN		
PRIORIDADES	INFO COMPLEMENTARIA	ESTADO ACTUAL Y/O CONSECUENCIAS
Plataforma virtual y apoyo a mercados físicos de productores (Ecomercado, x.e.)	Facilitar canales cortos-directos P-C y P-restauración	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Acceso a la tierra	Parque agrario Incorporación de jóvenes profesionales Agricultura urbana Huertos sociales Autoconsumo	Mesa de trabajo “Parque agrario - Agricultura urbana” Mesa de trabajo “Formación agroecológica”
Compra pública		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Sello-Marca criterios Pacto de Milán – Sistema Participativo de Garantía		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Banco de recursos: banco de semillas (variedades locales) y otros recursos productivos	Apoyo a la incorporación y la transición agroecológica	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Mesa de trabajo “Parque agrario - Agricultura urbana” Mesa de trabajo “Formación agroecológica”
Conectar restauración y agroecología		Mesa de trabajo “Restauración”
Escuela de agroecología y asesoramiento agroecológico	Acceso a la tierra, Parque agrario, banco de recursos Formación y apoyo a la incorporación y la transición agroecológica	Mesa de trabajo “Parque agrario - Agricultura urbana” Mesa de trabajo “Formación agroecológica”

EJE 5: DISTRIBUCIÓN		
PRIORIDADES	INFO COMPLEMENTARIA	ESTADO ACTUAL Y/O CONSECUENCIAS
Apoyo a puntos de venta ecológica-local	Un Ecomercado en cada barrio Puestos ecológicos en mercados municipales Generar espacios efectivos en Mercacórdoba Mercado calle Fleming	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad Precariedad y falta de apoyos al Ecomercado Oportunidad de Mercacórdoba, pero con políticas y acompañamiento activo
Restauración ecológica-local		Mesa de trabajo “Restauración”
Sello-Marca criterios Pacto de Milán		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Formación para tenderos: ecológico-local.		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Central de compras ecológico-local		Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Mercacórdoba
Normativas de seguridad alimentaria y otras adaptadas a pequeña producción e informal	Ocupación de vía, etc.	Prioridad política: mesa de coordinación Pacto de Milán Plan de comercio proximidad
Moneda social: vinculada a Sello-Marca criterios Pacto de Milán		Mesa de coordinación Pacto de Milán

EJE 6: LIMITAR DESPERDICIO ALIMENTARIO		
PRIORIDADES	INFO COMPLEMENTARIA	ESTADO ACTUAL Y/O CONSECUENCIAS
Campañas de sensibilización y educación sobre reducción de desperdicios	Familias, centros educativos, comercios y hostelería	Mesa de trabajo “Sensibilización”
Fomento de venta a granel y sin embalaje		Plan de comercio proximidad
Plan de recuperación de excedentes para el consumo social: empresa social y otros	<p>Coordinación entre administraciones públicas, Mercacórdoba y sociedad civil</p> <p>Articulación entre comercios, restauración, comedores sociales, empresas sociales, asociaciones y ayuntamiento</p> <p>Acción directa por parte de Mercacórdoba (plan de recuperación de alimentos perecederos)</p>	<p>Mesa de trabajo “Desperdicio alimentario”</p> <p>Ver acciones Mercacórdoba</p>
Abordaje de la normativa sobre fecha de caducidad	Abaratamiento, consumo preferente	Mesa de trabajo “Desperdicio alimentario”
Creación de frigorífico solidario en vía pública	(orientado especialmente a Hostelería)	Mesa de trabajo “Desperdicio alimentario”
Compostaje restos orgánicos		Mesa de trabajo “Desperdicio alimentario”

7. RESULTADOS DE III JORNADA DE TRABAJO SOBRE LA APLICACIÓN DEL PACTO DE MILÁN EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA: HOJA DE RUTA A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO

RESULTADO DE PROPUESTAS PARA LA HOJA DE RUTA PACTO DE MILÁN
III JORNADA DE TRABAJO (22/11/17)

Sistematización ISEC

Table of Contents

1 DISTRIBUCIÓN GENERAL DE PROPUESTAS.....	1
2 SÍNTESIS POR IDEAS FUERZA / ÁMBITOS DE TRABAJO Y PLAZOS.....	2
3 IDEAS FUERZA – II JORNADA DE TRABAJO.....	7
4 PROPUESTAS 2018.....	8
5 PROPUESTAS 2018-19.....	11
6 PROPUESTAS 2019.....	12
7 PROPUESTAS PRÓXIMA LEGISLATURA.....	13
8 PROPUESTAS SIN FECHA.....	14

1 DISTRIBUCIÓN GENERAL DE PROPUESTAS

	2018	2018-19	2019	Siguiente legislatura	Sin fecha	TOTAL
PRODUCCIÓN	14	1	4	1	0	20 (21,3%)
DISTRIBUCIÓN	3	0	2	1	10	16 (17%)
RESTAURACIÓN	10	0	1	3	2	16 (17%)
CONSUMO	14	0	2	1	1	18 (19,1%)
POLÍTICAS PÚBLICAS	17	3	4	0	0	24 (25,5%)
	58	4	13	6	13	94

2 SÍNTESIS POR IDEAS FUERZA / ÁMBITOS DE TRABAJO Y PLAZOS

IDEA FUERZA / ÁMBITO	ACCIONES	PLAZOS
PROCESO MARCA AC	Sello Pacto de Milán (sello garantía) que destaque la producción local	2018
	Visibilizar esfuerzo y valor – Marca PM-C	2018
	Marca o distintivo del establecimiento visible en la entrada	2018
	Ampliar AAC a ganadería (huevos, queso, etc.)	2019
	Marca Córdoba – definir sus parámetros o reglamento	Sin fecha
REDES PRODUCTORES	Creación y articulación de redes de productores	2018
	Crear una estructura que agrupe productores eco/local/sosten	2018
	Articulación del sector red de hosteleros/as en contacto con producción y distribución	Sin fecha
PARQUE AGRARIO Y BANCO DE TIERRAS	Visualizar y revalorizar espacios de huertas locales familiares	2018
	Impulsar parque agrario y protección fertilidad tierra	2018
	Plan especial de protección del Parque agrario del municipio de Córdoba (GMU)	2018
	Fomento de parcelas para autoconsumo desde Ayto-GMU	2018
	Impulsar huertos sociales urbanos	2018
	Crear un Banco de tierras	2018-19
	Parque agrario	2019
	Creación de Banco de tierras y facilitar acceso	2019
	Punto de encuentro entre oferentes y demandantes de tierras	2019
	Banco de semillas hortícolas (acceso gratuito)	2019

INTERVENCIÓN Y FORMACIÓN AGRARIA	Acompañamiento a productoras y Escuela de hortelanía	2018
	Formación 1) técnica 2) liderazgo	2018
	Calendario de siembra de Córdoba	2018
	Fomento y Recuperación variedades locales hortícolas “productoras”	2018
	Favorecer emprendimiento en sector agrario	2019
	Ayudar a incorporación de jóvenes a la agricultura agroecológica	2019
CENTRAL DE COMPRAS	Central de acopio	2018
	Central de compras eco/local/sost	2018
	Priorizar la distribución de productos locales desde el Mercacórdoba	Sin fecha
	Establecer un punto de acopio de AC en Mercacórdoba	Sin fecha
INTERVENCIÓN DISTRIBUCIÓN	Fomento CCC – Mercados, Venta directa, Distribución com local (Ecomercado, Grupos prod/cons, Mercados sociales)	2018
	Comercialización directa desde el productor	Sin fecha
	Visibilizar dónde y cómo puede hacerse compra directa al productor/a	Sin fecha
	Garantizar espacios de distribución: 1) granja ecológica como punto de distribución, 2) tiendas de barrio, 3) mercados itinerantes locales	Sin fecha
	Apoyo convenio productoras (Ecomercado)	2018
	Revitalizar mercados municipales	2019
	Reabrir mercado de Fleming y convertirlo en mercado ecológico	Siguiente legislatura
	Potenciar asociacionismo distribuc eco/local/sost	Sin fecha
INTERVENCIÓN RESTAURACIÓN	Visibilidad platos en la carta – diversos ¿productos locales / eco?	2018

	Cartas por temporada	2018
	Campañas comunicación y temporada (acciones tipo Ruta tapa)	2018
	Transversal eco/cercanía/justo	2018
	Identificación también online (tripadvisor u otros)	2018
	Lograr un porcentaje de productos locales en restauración: acompañamiento a restaurantes, listado de productores y distribuidores de producto local/eco	2018
	Formación chef-chef (estilo campesino a campesino)	2018
	Articulación del sector red de hosteleros/as en contacto con producción y distribución	Sin fecha
	Incluir formación en ciclos formativos de cocina	Sin fecha
ÁMBITO ESCOLAR	Información/sensibilización a colegios con cocina propia para utilizar alimentos locales, ecológicos, de temporada	2018
	Realización taller alimentación ecológica en centros escolares (Ecomercado)	2018
	Creación huertos escolares ecológicos (con acompañamiento específico)	2018
	Mejora coordinación proyecto huertos escolares para que la sociedad civil participe	2018
	Contacto a banco de recursos: semillas, monitoraje, formación profesorado, alumnado	2018
	Proyecto Gastronomía sostenible en el ámbito escolar	2018
COMPRA PÚBLICA	Inclusión características [AAC] en pliegos	2018
	Compra pública	2018
	Aplicar instrucción municipal catering eco+justo+cercano	2018
	Compra pública – copiar pliego servicios sociales	2018
	En criterios restauración “pliego zoo” mejorado	2018
INTERVENCIÓN SOCIAL	Estructuras que posibiliten alimentación saludable a población vulnerable	2018-19

	Mecanismo de comida social: restaurantes y familias en riesgo o exclusión	Siguiente legislatura
ARTICULACIÓN	Concentrar esfuerzo en lo local y coordinarse con iniciativas más amplias para no desperdiciar esfuerzos	2018
	Implicar a las organizaciones profesionales agrarias y GDRs	2018
	Mayor coordinación – visibilización de los esfuerzos formativos de diferentes instituciones	2018
	Continuar con la mesa de coordinación	2018
	Incrementar coordinación entre administraciones	2018
	Creación grupo de trabajo Pacto de Milán dentro del consejo municipal del Medio Ambiente	2018
	Incrementar coordinación entre administraciones	2018
	Intercambio experiencias entre actores y ciudades (N/N, N/S, S/N, S/S)	2018
	Garantizar la continuidad	Siguiente legislatura
FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN	Aplicación criterios de sostenibilidad a todas las actividades que ya se hacen desde entidades públicas – Mediante un manual de buenas prácticas de sostenibilidad dirigido a los servicios municipales	2018
	Fomento coordinación actores y visibilización + Formación formadores – Consensuar mensaje	2018
	Campaña formación, información y promoción del producto local	2018
	Revalorizar lo “agrario” desde la educación formal	2018
	Establecer itinerarios formativos para familias (Alimentación sana): “Desde el colegio hacia la familia”	2019
	Campaña mediática y márketing de productos locales ecológicos	Sin fecha
	Sensibilizar/educar consumidor	Sin fecha

INCIDENCIA POLÍTICA	Limitación grandes superficies – pliegos inclusivos	2018
	Promoción agricultura ecológica	2018
	Apoyo económico y facilitación de gestión de papeleo “legalizaciones”, “certific eco” Ventanilla única	2018
	Subvencionar la producción ecológica	2018
	Instar renta básica productores agrarios	
	Precio! (accesible a todo el mundo). Apoyo Productores, Comercio Local, Consumidores. ¿Cómo?	2018-19
	Poner trabas/tasas a restaurantes de comida basura (publicidad, visitas escolares, regalos infantiles...)	2019
	Instar a la Junta para que cambie las condiciones de los pliegos de comedores públicos (colegios, hospitales, etc.)	2019
	Obligatoriedad del etiquetado claro del origen del producto	Siguiente legislatura
	Obligar a beneficiarios ayudas del ayto para recibir formación en Pacto Milán	2018
DESPERDICIO ALIMENTARIO Y RESIDUOS	Promoción reciclaje residuos en hostelería	2018
	Envases para comida que sobra	2018
	Involucrar a SADECO en Pacto Milán: R – R – R, recogida selectiva alimentos, aprovechamiento alimentos	2018
	Que SADECO distribuya compost – potenciar su uso	2018
	Campaña recogida y reutilización de alimentos sin calidad comercial	2019
	Fomento de la recuperación de de excedentes de consumo social (hospitales, comedores escolares, restaurantes)	Siguiente legislatura
	Estudiar barreras legislativas en el uso de excedentes alimentarios – Propuestas de cambio	

AGUA	Sensibilización uso racional agua (producción, consumo, industria)	2018
	Diagnóstico de uso del agua para las TAC	2018

3 IDEAS FUERZA – II JORNADA DE TRABAJO

1. La creación de una **Marca-Sello con criterios del Pacto de Milán**: ecológico y local, incluye proceso de sistema participativo de garantía.
2. La necesidad de **construir y reforzar espacios de producción-distribución-consumo de alimentos ecológicos-locales**, autogestionados y con apoyos institucionales.
3. La necesidad del **papel de las administraciones públicas a través de la compra pública** como forma de apoyar a las productoras, como forma de facilitar el acceso a la ciudadanía (incluida las personas desfavorecidas), como forma de sensibilización y como prioridad política orientado al Derecho a la alimentación.
4. La necesidad de la **implicación política** desde el Ayuntamiento: por ejemplo, **Plan de comercio proximidad**.
5. El papel de las **administraciones en la difusión y apoyo** a los canales cortos, comercio de proximidad y mercados de productores ecológicos y locales.
6. La necesidad de **reforzar la producción agraria** en el término municipal: el **Parque agrario** como espacio de formación, producción, cohesión social y paisaje.
7. La necesidad de reforzar el ámbito de la **restauración ecológica y local**.
8. La necesidad de crear **espacios sectoriales de coordinación y trabajo**: “Parque agrario - Agricultura urbana”, “Formación agroecológica”, “Sensibilización”, “Ámbito escolar”, “Restauración” y “Desperdicio alimentario”.

4 PROPUESTAS 2018

PRODUCCIÓN	Central de acopio	
	Sello Pacto de Milán (sello garantía) que destaque la producción local	
	Creación y articulación de redes de productores	
	Crear una estructura que agrupe productores eco/local/sosten	
	Concentrar esfuerzo en lo local y coordinarse con iniciativas más amplias para no desperdiciar esfuerzos	
	Implicar a las organizaciones profesionales agrarias y GDRs	
	Visualizar y revalorizar espacios de huertas locales familiares	
	Mayor coordinación – visibilización de los esfuerzos formativos de diferentes instituciones	
	Acompañamiento a productoras y Escuela de hortelanía	
	Formación 1) técnica 2) liderazgo	
	Calendario de siembra de Córdoba	
	Fomento y Recuperación variedades locales hortícolas “productoras”	
	Apoyo convenio productoras (Ecomercado)	
	Apoyo económico y facilitación de gestión de papeleo “legalizaciones”, “certific eco” Ventanilla única	
DISTRIBUCIÓN	Central de compras eco/local/sost	
	Visibilizar esfuerzo y valor – Marca PM-C	
	Fomento CCC – Mercados, Venta directa, Distribución com local [Ecomercado, Grupos prod/cons, Mercados sociales]	
RESTAURACIÓN	Cartas por temporada	
	Visibilidad platos en la carta - diversos	

	Marca o distintivo del establecimiento visible en la entrada	
	Campañas comunicación y temporada (acciones tipo Ruta tapa)	
	Transversal eco/cercanía/justo	
	Identificación también online (tripadvisor u otros)	
	Lograr un porcentaje de productos locales en restauración: acompañamiento a restaurantes, listado de productores y distribuidores de producto local/eco	
	Formación chef-chef (estilo campesino a campesino)	
	Promoción reciclaje residuos en hostelería	
	Envases para comida que sobra	
CONSUMO	Aplicación criterios de sostenibilidad a todas las actividades que ya se hacen desde entidades públicas – Mediante un manual de buenas prácticas de sostenibilidad dirigido a los servicios municipales	
	Información/sensibilización a colegios con cocina propia para utilizar alimentos locales, ecológicos, de temporada	
	Realización taller alimentación ecológica en centros escolares (Ecomercado)	
	Creación huertos escolares ecológicos (con acompañamiento específico)	
	Mejora coordinación proyecto huertos escolares para que la sociedad civil participe	
	Contacto a banco de recursos: semillas, monitoraje, formación profesorado, alumnado	
	Inclusión características en pliegos	
	Compra pública	
	Aplicar instrucción municipal catering eco+justo+cercano	
	Fomento coordinación actores y visibilización + Formación formadores – Consensuar mensaje	
	Subvencionar la producción ecológica	
	Campaña formación, información y promoción del producto local	
	Revalorizar lo “agrario” desde la educación formal	
	Obligar a beneficiarios ayudas del ayto para recibir formación en Pacto Milán	

POLÍTICAS PÚBLICAS	Compra pública – copiar pliego servicios sociales	
	En criterios restauración “pliego zoo” mejorado	
	Limitación grandes superficies – pliegos inclusivos	
	Sensibilización uso racional agua (producción, consumo, industria)	
	Continuar con la mesa de coordinación	
	Incrementar coordinación entre administraciones	
	Creación grupo de trabajo Pacto de Milán dentro del consejo municipal del Medio Ambiente	
	Promoción agricultura ecológica	
	Impulsar parque agrario y protección fertilidad tierra	
	Plan especial de protección del Parque agrario del municipio de Córdoba (GMU)	
	Fomento de parcelas para autoconsumo desde Ayto-GMU	
	Impulsar huertos sociales urbanos	
	Proyecto Gastronomía sostenible en el ámbito escolar	
	Intercambio experiencias entre actores y ciudades (N/N, N/S, S/N, S/S)	
	Incrementar coordinación entre administraciones	
	Que SADECO distribuya compost – potenciar su uso	
	Involucrar a SADECO en Pacto Milán: R – R – R, recogida selectiva alimentos, aprovechamiento alimentos	

5 PROPUESTAS 2018-19

PRODUCCIÓN	Crear un Banco de tierras	
DISTRIBUCIÓN		
RESTAURACIÓN		
CONSUMO		
POLÍTICAS PÚBLICAS	Instar renta básica productores agrarios	
	Estructuras que posibiliten alimentación saludable a población vulnerable	
	Precio! (accesible a todo el mundo). Apoyo Productores, Comercio Local, Consumidores. ¿Cómo?	

6 PROPUESTAS 2019

PRODUCCIÓN	Parque agrario	
	Favorecer emprendimiento en sector agrario [IMDEEC]	
	Ampliar AAC a ganadería (huevos, queso, etc.)	
	Diagnóstico de uso del agua para las TAC	
DISTRIBUCIÓN	Campaña recogida y reutilización de alimentos sin calidad comercial	
	Revitalizar mercados municipales	
RESTAURACIÓN	Poner trabas/tasas a restaurantes de comida basura (publicidad, visitas escolares, regalos infantiles...)	
CONSUMO	Establecer itinerarios formativos para familias (Alimentación sana): “Desde el colegio hacia la familia”	
	Instar a la Junta para que cambie las condiciones de los pliegos de comedores públicos (colegios, hospitales, etc.)	
POLÍTICAS PÚBLICAS	Ayudar a incorporación de jóvenes a la agricultura agroecológica	
	Creación de Banco de tierras y facilitar acceso	
	Punto de encuentro entre oferentes y demandantes de tierras	
	Banco de semillas hortícolas (acceso gratuito)	

7 PROPUESTAS PRÓXIMA LEGISLATURA

PRODUCCIÓN	Garantizar la continuidad	
DISTRIBUCIÓN	Reabrir mercado de Fleming y convertirlo en mercado ecológico	
RESTAURACIÓN	Mecanismo de comida social: restaurantes y familias en riesgo o exclusión	
	Fomento de la recuperación de de excedentes de consumo social (hospitales, comedores escolares, restaurantes)	
	Estudiar barreras legislativas en el uso de excedentes alimentarios – Propuestas de cambio	
CONSUMO	Obligatoriedad del etiquetado claro del origen del producto	
POLÍTICAS PÚBLICAS		

8 PROPUESTAS SIN FECHA

PRODUCCIÓN	
DISTRIBUCIÓN	Comercialización directa desde el productor
	Visibilizar dónde y cómo puede hacerse compra directa al productor/a
	Apoyo y facilitación iniciativas autogestionadas de distribución. Es, cooperativa huertos familiares que distribuyen excedentes
	Garantizar espacios de distribución: 1) granja ecológica como punto de distribución, 2) tiendas de barrio, 3) mercados itinerantes locales
	Priorizar la distribución de productos locales desde el Mercacórdoba
	Establecer un punto de acopio de AC en Mercacórdoba
	Campaña mediática y márketing de productos locales ecológicos
	Sensibilizar/educar consumidor
	Potenciar asociacionismo distribuc eco/local/sost
	Subvencionar la asociación Ecocórdoba para fomentar la integración...
RESTAURACIÓN	Incluir formación en ciclos formativos de cocina
	Articulación del sector red de hosteleros/as en contacto con producción y distribución
CONSUMO	Marca Córdoba – definir sus parámetros o reglamento
POLÍTICAS PÚBLICAS	

8. DÍPTICO RESUMEN DE RESULTADOS DIAGNÓSTICO

producción

905 TITULARES DE
EXPLORACIONES
AGRARIAS

85% MAYORES DE 45 AÑOS
39% MUJERES 61% HOMBRES

TENDENCIAS 99-09

disminución de la superficie agraria
16% menos
aumento de la concentración de tierras
26% menos explotaciones

109.736 has

SUPERFICIE
AGRARIA **TM_{COR}**

II
87,5%
del **TM_{COR}**

69% del
MUNICIPIO
DEDICADO A
CULTIVOS

>50% TIERRAS ARABLES
13% OLIVAR
1% FRUTALES Y CÍTRICOS
18% PASTOS Y FORESTALES

PRODUCCIÓN ECOLÓGICA

5% de la
SUPERFICIE
AGRARIA
5.557 has

>50% PASTOS
21% OLIVAR
3% BARCECHO
<1% HERBÁCEAS

47 has HORTÍCOLAS

28 has FRUTALES

26 has CÍTRICOS

6 has AROMÁTICAS

potencial agrario AC

15% de la SUPERFICIE AGRARIA **APTA**
dispone de regadío y de pendiente < 15%

márgenes del
GUADALQUIVIR y
del GUADAJÓZ

19% OLIVAR
77% HUERTA Y ARABLES

políticas públicas

diagnóstico 2017

Alimentando Córdoba

síntesis de resultados

consumo producción
distribución restauración
políticas públicas
centro-judería
fuensanta ciudad jardín
marrubial término sector sur
municipal
local próximo
fresco de temporada ecológico
directo de productores sostenible

consumo

MAYORÍA DE HOGARES CON BAJOS INGRESOS 600-1200 €

MÁS DEL **86%** CONSUME ALIMENTOS DE ORIGEN LOCAL.

EL **93%** RECONOCE VENTAJAS EN LOS PRODUCTOS LOCALES FRENTE A LOS NO LOCALES

ventajas
ECONOMÍA LOCAL
CONFIANZA
TEMPORADA

¿QUÉ ES LOCAL?

existe **confusión** al identificar un producto local - un alimento producido localmente- con que sea de comercio local, de comercio de proximidad, o de distribuidor local. No se tiene claro el origen de los alimentos.

un **66%** mira la etiqueta

los **+** consumidos
aceite lácteos
huevos carnes
verduras frutas

DIVERSIFICACIÓN EN CANALES DE COMPRA

combinación **+**: TIENDA DE BARRIO + SUPERMERCADO+ COMPRA DIRECTA

LIMITANTES PARA EL CONSUMO DE PRODUCTO LOCAL

se prioriza precio y comodidad
faltan lugares donde encontrarlos
falta tiempo
falta información sobre productos locales

obstáculos

presencia puntual y esporádica depende de la temporada
falta de visibilidad y promoción
NO SE RECONOCEN

ecuación producto local: **MAYOR VISIBILIDAD + MEJOR OFERTA + RELACIÓN CALIDAD/PRECIO MÁS AJUSTADA**

EL **41%** CONSUME HABITUALMENTE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

confusión al identificar alimentos ecológicos con alimentos de temporada y de producción cercana.

SIN CERTIFICACIÓN NI SEGUIMIENTO
desconfianza

EL **99%** PIENSA QUE LAS INSTITUCIONES DEBEN APOYAR/ APORTAR/FACILITAR RECURSOS Y POLÍTICAS PARA QUE CÓRDOBA TENGA UN CINTURÓN DE HUERTAS, FRUTALES Y PASTORES PARA EL CONSUMO DE LA CIUDAD

EL **96%** DEMANDA POLÍTICAS PÚBLICAS QUE FAVOREZCAN LA PRODUCCIÓN Y LA DISTRIBUCIÓN DE ALIMENTOS LOCALES

distribución

50 establecimientos

LOS ESTABLECIMIENTOS SOLO TIENEN ENTRE **20%-30%** DE PRODUCTOS LOCALES EN SU OFERTA

¿ORIGEN LOCAL?

existe **confusión** al identificar el lugar de producción del alimento con el lugar de envasado.

EL **88%** DE LAS TIENDAS COMPRA EN MERCACÓRDOBA

EN MERCACÓRDOBA frutas y verduras
aceitunas, huevos, EN DISTRIBUIDOR
legumbres y pan
DIRECTAMENTE AL naranjas, verduras de
PRODUCTOR/A temporada y vino

ELIGEN PROVEEDOR POR

frescura de los productos **88%**
producto de temporada **70%**
producto local **66%**

elección condicionada por buena relación calidad/precio

76% con gran interés de introducir PRODUCTO LOCAL

88% con gran interés de introducir PRODUCTO DE TEMPORADA

DIFICULTADES

falta de variedad de producto local
hay poca agricultura en córdoba
priorizo precio y comodidad

EL **86%** NO OFERTA PRODUCTOS ECOLÓGICOS

DIFICULTAD PARA VENDERLOS
desconfianza

restauración

31 BARES

50

13 RESTAURANTES establecimientos

6 TABERNAS

EL **16%** USA MÁS DE LA MITAD DE PRODUCTOS LOCALES

el resto tiene un uso puntual

PROVEEDORES

68% distribuidores
20% MERCACÓRDOBA
22% COMPRA DIRECTA
18% producción propia

76% verduras locales
72% frutas locales
29% huevos y vino

criterios elección proveedor
buen servicio
calidad/precio
confianza
frescura

76% con gran interés de introducir PRODUCTO LOCAL

64% con gran interés de introducir PRODUCTO DE TEMPORADA

dificultades
se prioriza precio y comodidad
falta variedad
faltan lugares donde encontrarlos

reconocimiento

el producto local:
fortalece mi comunidad **88%**
apoya la economía local **84%**
aporta frescura **72%**

NO EXISTE APENAS INTERÉS EN LOS PRODUCTOS ECOLÓGICOS

9. PRESENTACIÓN RESULTADOS DIAGNÓSTICO

Jornada de trabajo sobre "Estrategias locales para una alimentación urbana sana y sostenible". Aplicando el Pacto de Milán en la ciudad de Córdoba

CEA – 22 de noviembre de 2017

ALIMENTANDO CÓRDOBA: diagnóstico y proceso de articulación hacia una alimentación sana y sostenible en Córdoba

Instituto de Sociología y Estudios Campesinos
Universidad de Córdoba



(más allá del)

Pacto de política alimentaria urbana de Milán

Introducción

- Análisis por sectores
- TAC – AAC
- Productos locales
- Productos ecológicos
- Proceso colectivo en la hoja de ruta

Territorio y paisaje

- **Sierra Morena**

- UAH 01 Áreas cerealistas de transición Vega-Sierra.
- UAH 12 Dehesas occidentales de *Quercus* sp.
- UAH 13 Dehesas orientales y entorno del embalse de San Rafael de Navallana
- UAH 22 Transición Vega-Sierra de interés paisajístico

- **Vega del Guadalquivir**

- De huertas a vivero de olivar

- **Campiña**

- Cereal vs olivar intensivo

- **Corredores ecológicos**



Tierras labradas

APROVECHAMIENTO DE LAS TIERRAS LABRADAS EN TM CÓRDOBA

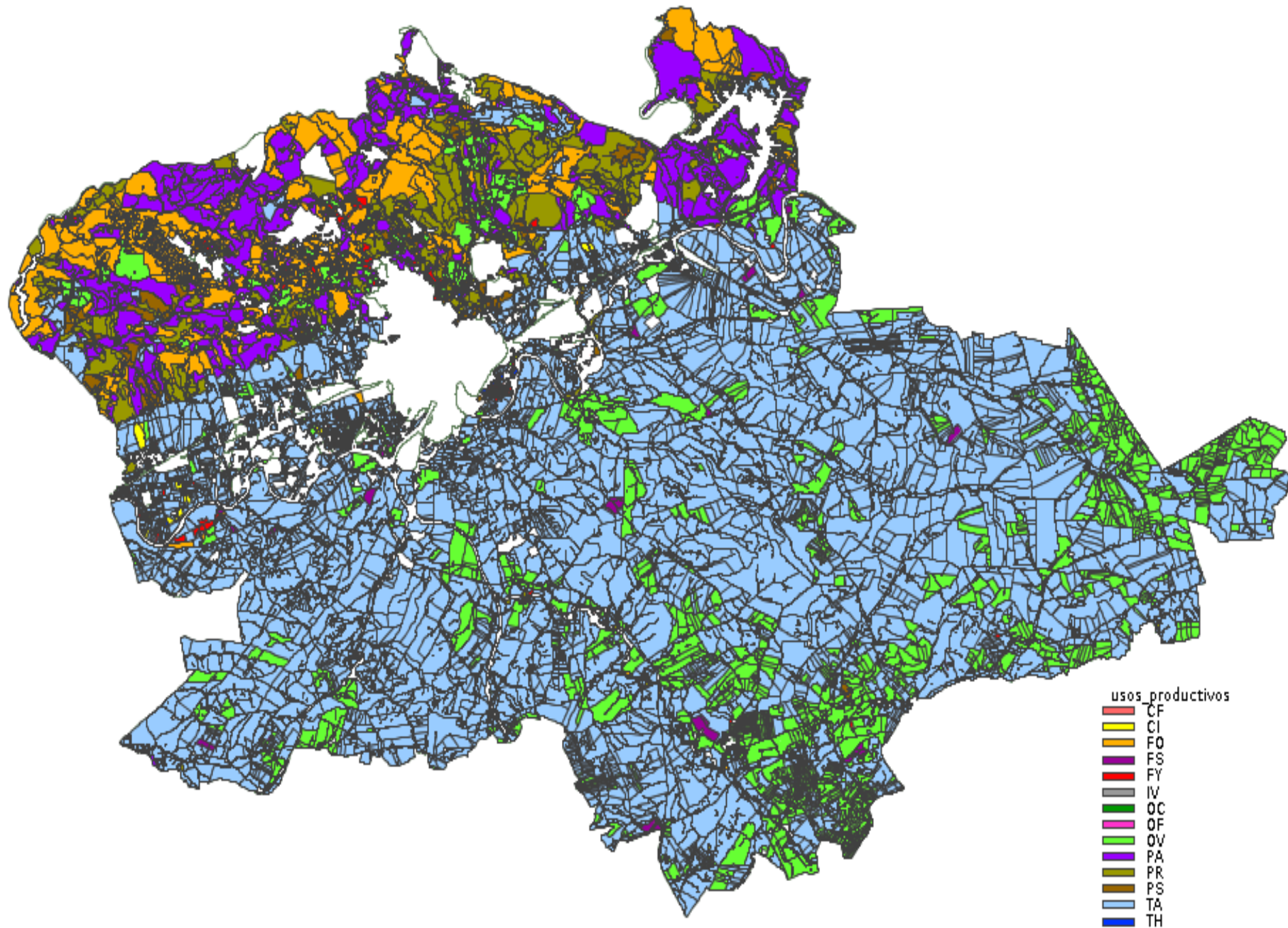
		Censo 1999	Censo 2009	SIGPAC 2017
Herbáceos	N.º explotaciones		836	
	Has	68.514	65.787	69.218
Frutales	N.º explotaciones		76	
	Has	255	1.019	1.047
Olivar	N.º explotaciones		692	
	Has	13.010	20.047	16.269
Viñedo	N.º explotaciones		27	
	Has	231	292	0
Otras tierras labradas	N.º explotaciones		20	
	Has	10	31	4
Total Tierras labradas	N.º explotaciones		1.232	
	Has	82.020	87.175	86.538

Usos agrarios

- 69% TM cultivos
- Tierra arable 50%
- Olivar 13%
- Frutales y cítricos 1%
- Pastos y forestales 18%

USOS AGRÍCOLAS SIGPAC 2017		
TM CÓRDOBA		
	Uso	Has
CF	Cítrico-Frutal	0,26
CI	Cítrico	135,13
FS	Frutal de Cáscara	362,31
FY	Frutal	549,39
IV	Invernadero	4,14
OC	Olivar-Cítrico	0,40
OF	Olivar-Frutal	2,19
OV	Olivar	16.266,33
TA	Tierra Arable	69.117,59
TH	Tierra Huerta	100,73
FO	Forestal	7.514,08
PA	Pasto arbolado	8.553,32
PR	Pasto arbustivo	5.796,30
PS	Pastizal	1.334,25
	Total	109.736,42

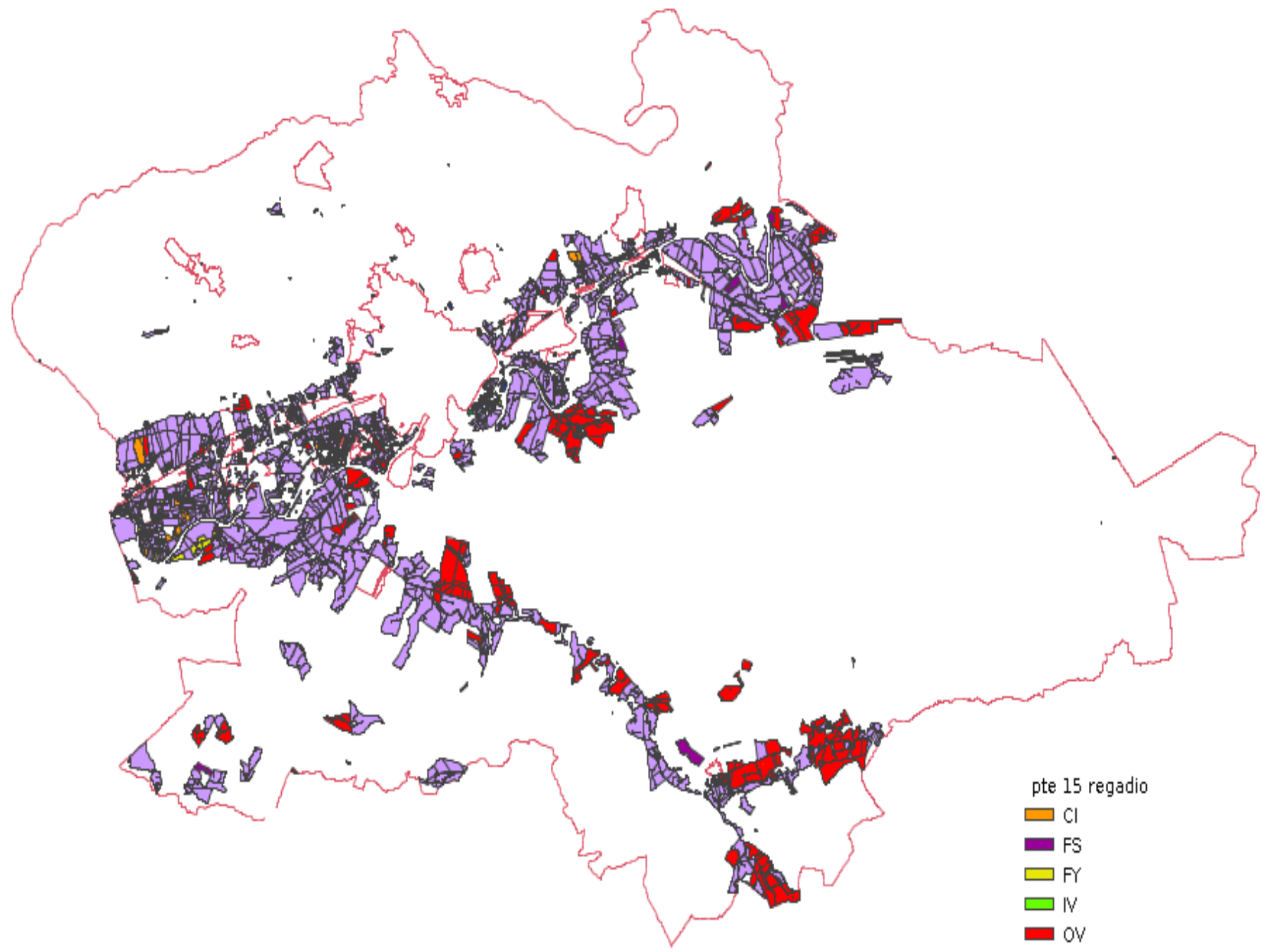
USOS PRODUCTIVOS SIGPAC 2017



TAC - AAC

- **Tierras Alimentando Córdoba:** 1) tierras de regadío, con acceso a agua para regar, y 2) pendiente menor al 15%.
- **Alimentos Alimentando Córdoba:** 1) frescos, 2) producidos en el municipio y provincia de Córdoba, 3) de temporada, 4) que generan una relación directa y de proximidad entre quien produce y quien consume el producto, 5) de producción sostenible (ecológico certificado, SPG o en proceso colectivo y controlado de transición hacia manejos más sostenibles -reducción de agua, reducción de químicos, incorporación de variedades locales, etc), y 6) sostenibles también desde el punto de vista de lo social, respetando los derechos individuales y colectivos y promoviendo la equidad y la justicia social.

USOS SIGPAC CON REGADÍO Y PENDIENTE <15%



- pte 15 regadio
- CI
 - FS
 - FY
 - IV
 - OV
 - PS
 - TA
 - TH

05

TAA

- TAA 15% suelo agrario
- TAA – olivos superintensivos – viveros

USOS AGRÍCOLAS SIGPAC 2017 TM CÓRDOBA					
USO SIGPAC		SUPERFICIE (Has)	SUPERFICIE REGADÍO (Has)	SUPERFICIE PENDIENTE <15% (Has)	SUPERFICIE REGADÍO Y PENDIENTE <15% (Has)
CF	Cítrico-Frutal	0,26	0,00	0,00	0,00
CI	Cítrico	135,13	127,12	133,70	127,12
FS	Frutal de Cáscara	362,31	177,84	342,52	177,84
FY	Frutal	549,39	145,47	326,83	144,50
IV	Invernadero	4,14	2,77	4,14	2,77
OC	Olivar-Cítrico	0,40	0,00	0,40	0,00
OF	Olivar-Frutal	2,19	0,00	0,50	0,00
OV	Olivar	16.266,33	3.546,60	12.942,57	3.220,36
TA	Tierra Arable	69.117,59	13.047,48	63.193,04	12.816,01
TH	Tierra Huerta	100,73	99,62	98,77	97,66
FO	Forestal	7.514,08	0,00	464,24	0,00
PA	Pasto arbolado	8.553,32	0,00	746,49	0,00
PR	Pasto arbustivo	5.796,30	0,00	544,84	0,00
PS	Pastizal	1.334,25	7,10	340,84	6,18
Total		109.736,42	17.154,00	79.138,88	16.592,44

Productos locales

- Huerta de temporada
- Semiprofesional
- “Ecológica”
- Canales directos
 - Identificación
 - Acompañamiento
 - Facilitación de canales
 - Parque agrario
 - Escuela de Agroecología

AAC

- Cítrico y Cítrico-Frutal
 - 135 ha.
- Frutales
 - 350 ha
 - (155 ha. almendro)
- Hortalizas
 - 1.023 ha.

SUPERFICIE DESTINADA A HORTALIZAS TM CÓRDOBA (SIMA, 2015)

	Hortalizas	Superficie (Has)
Regadío	Berza	28
	Espárrago	77
	Lechuga	3
	Escarola	5
	Espinaca	21
	Acelga	2
	Cardo	2
	Sandía	2
	Melón	1
		15
	Calabaza y calabacín	
	Pepino	5
	Pepinillo	2
	Berenjena	10
	Tomate	2
	Pimiento	10
	Alcachofa	6
	Ajo	320
	Cebolla	217
	Zanahoria	60
Judía verde	25	
Guisante verde	5	
Haba verde	200	
Secano	Melón	5
Total hortalizas		1.023

AE

- Reglamento (UE) 834/2007
- PAC
- Pastos y olivar

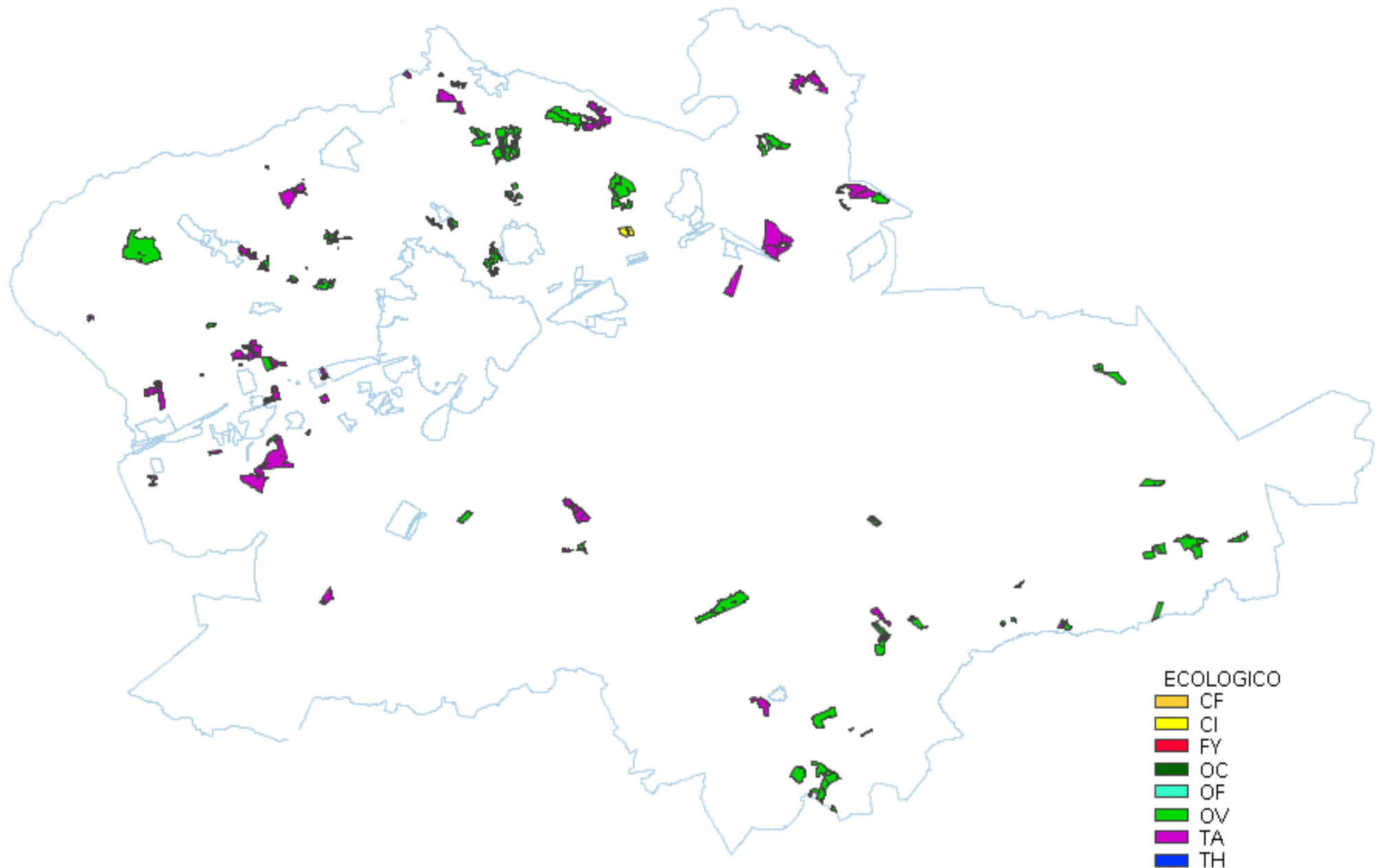
SUPERFICIE DE AGRICULTURA ECOLÓGICA (2016)

USO	Has
AROMAS Y MEDICINALES	6
BARBECHO Y ABONO VERDE	214
BOSQUE Y RECOLECCION SILVESTRE	74
CÍTRICOS	26
FRUTALES	28
HERBÁCEOS	157
HORTICOLAS	47
OLIVAR	1.156
PASTOS, SISTEMAS ADEHESADOS, PRADOS Y PASTIZALES	3.850
UVA DE MESA	<1
TOTAL	5.557

- **ECOMERCADO**

CULTIVO	
HORTICOLAS ALAIRE LIBRE	AJO
	ALCACHOFAS
	APIO
	BERENJENAS
	BROCOLI
	CALABACINES
	CEBOLLA Y CEBOLLETA
	COLIFLOR
	ESPINACA
	FRESA
	JUDIA Y JUDIAS VERDE
	LECHUGA
	MELON
	NABOS
	OTRA LEGUMBRE DE VAINA
	OTRAS COLES
	OTRAS HORTALIZAS CULTIVADAS POR EL FRUTO DE BULBOS O TUBERCULOS DE HOJAS Y TALLOS (SALVO COLES)
	PEPINO
	PIMIENTOS
REMOLACHA DE MESA	
TOMATE AIRE LIBRE	
ZANAHORIA	
UVA DE MESA	
CITRICOS	PARA TRANSFORMACIÓN
	LIMONERO
	MANDARINO
	NARANJO
FRUTALES DE HUESO (REGADÍO)	ALBARICOQUERO
	CEREZO
	CIRUELO
	MELOCOTONERO
	NECTARINO
	OTROS FRUTALES
FRUTALES DE PEPITA. (REGADÍO)	CAQUI
	HIGO
	KIWI
	MANZANO

USOS PRODUCTIVOS EN ECOLÓGICO



Agricultura urbana

- Huertos urbanos municipales
- Huertos comunitarios o sociales

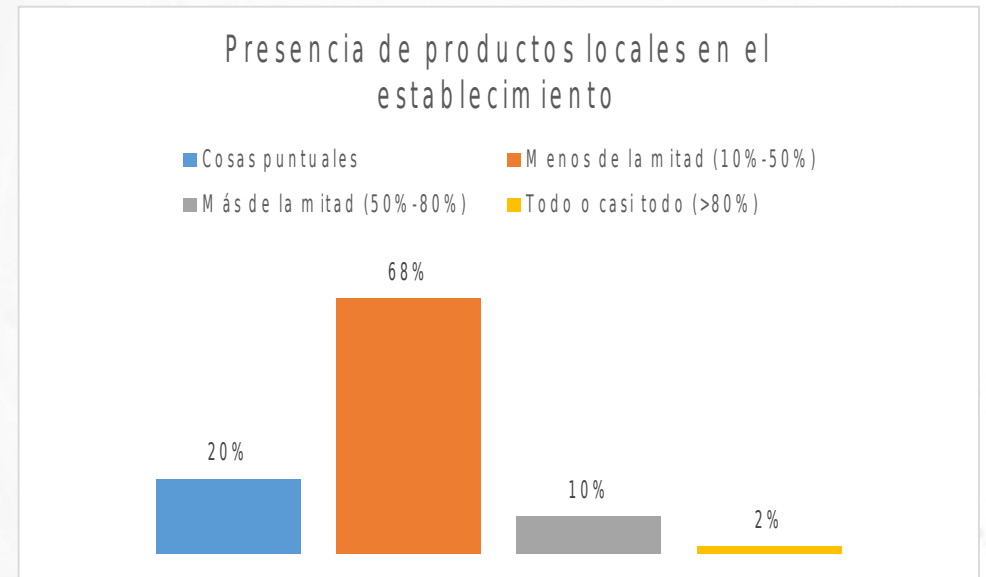


DISTRIBUCIÓN

Sector distribución (I)

- Mercacórdoba
- Distribuidores
- Mercados municipales
- Comercio de cercanía
- Supermercados

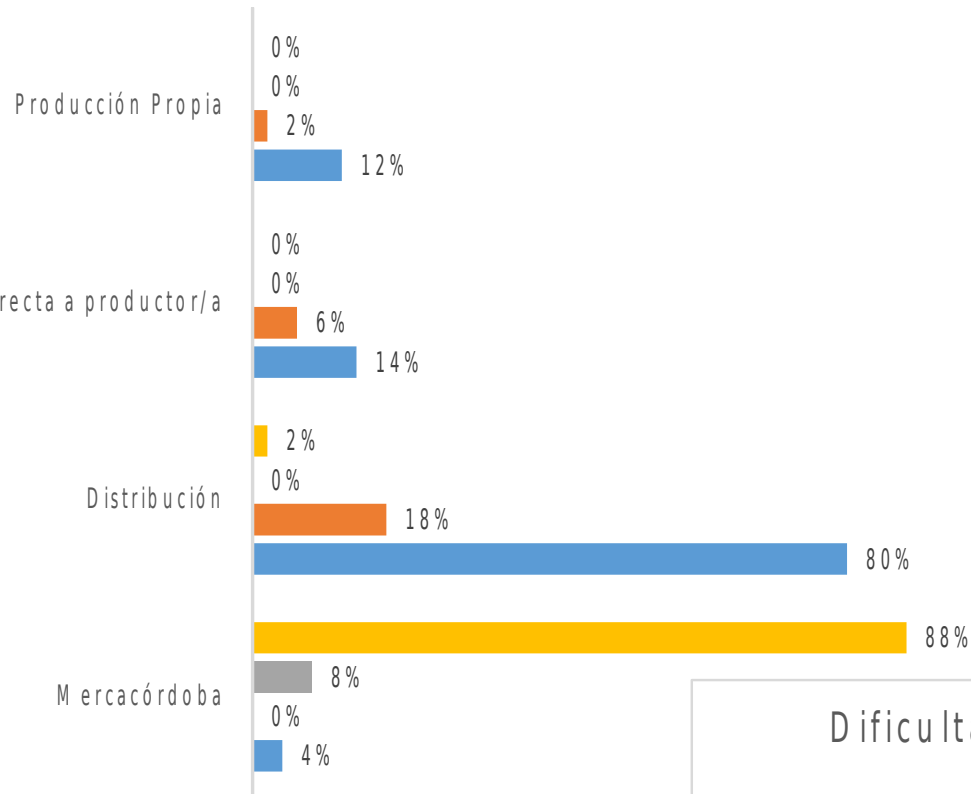
Sector distribución (II)



Producto local: nos referimos a la materia prima, verduras, hortalizas, carnes, producidas en la provincia de Córdoba o pueblos próximos

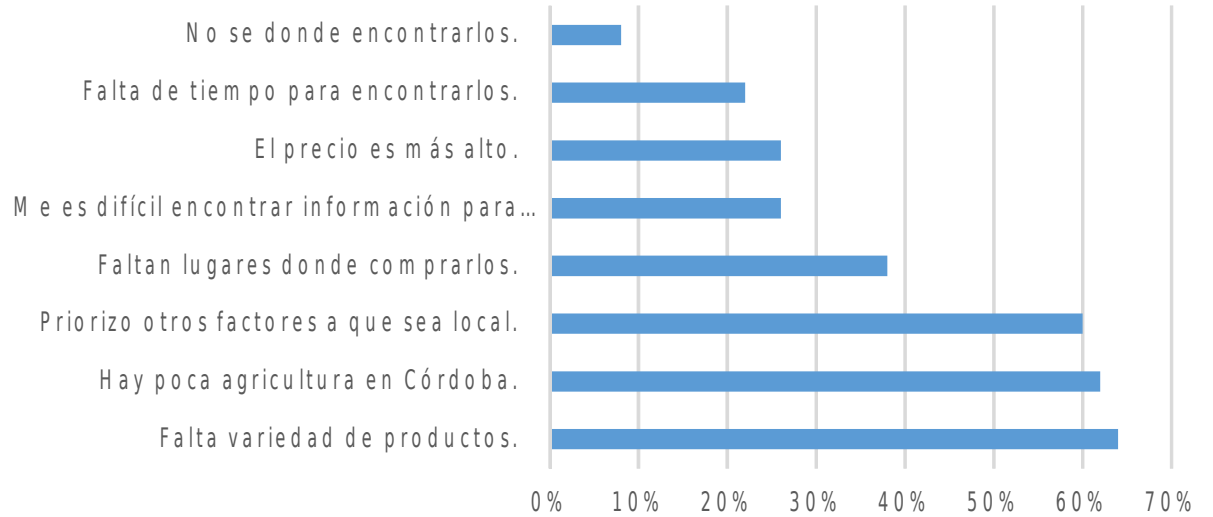
Poveedores y proporción

- Todo o casi todo (>80%)
- Más de la mitad (50% -80%)
- Menos de la mitad (10% -50%)
- Cosas puntuales



“Mucho” interés en local (76%) y de temporada (88%)

Dificultades para consumir más productos locales

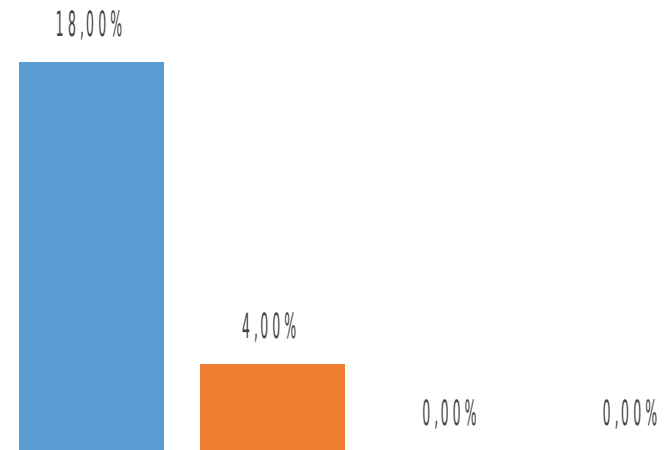


AE (I)

- Agricultura “ecológica”
- Mercacórdoba interesado
- Valverde vs Merfrucor
- Deza, Alsara vs Piedra
- Biocórdoba

Presencia de productos ecológicos certificados en el establecimiento

■ Cosas puntuales
■ Menos de la mitad (10%-50%)
■ Más de la mitad (50%-80%)
■ Todo o casi todo (>80%)



RESTAURACIÓN

AE (II)

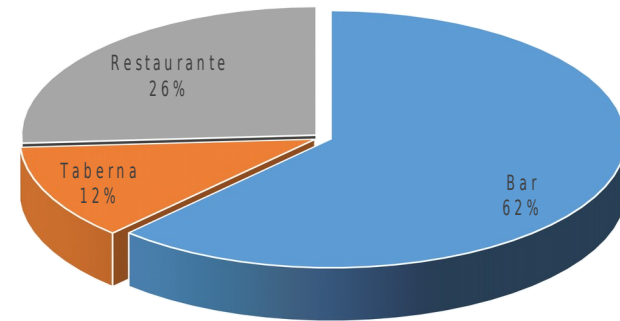
- Almocafre
 - Ecomercado
 - Ecocórdoba
-
- Apoyo y normalización

Restauración (I)

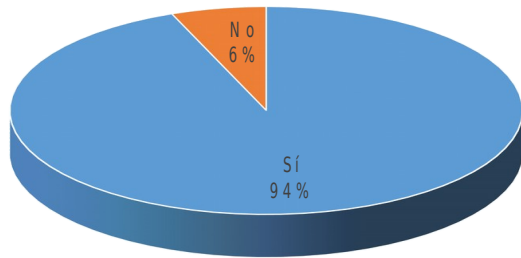
- Capital Iberoamericana de Gastronomía 2014
- Encuadre turismo
- Falta de estrategia
- Múltiples actores sin articulación
- DOP, “local”
- Estilos y gamas (tradicionales, tradiconales-gourmet, contemporáneos-experiencial; mercados gastronómicos)

Cofradías, Cátedra
Gastronomía, Lujo
Gourmet, Hostetur,
Chary Serrano, Chefs,
Halal, CEIA3

Tipo de establecimiento encuestado



Del género que se vende en el bar/taberna/restaurante ¿tiene productos de origen local?



Restauración (II)

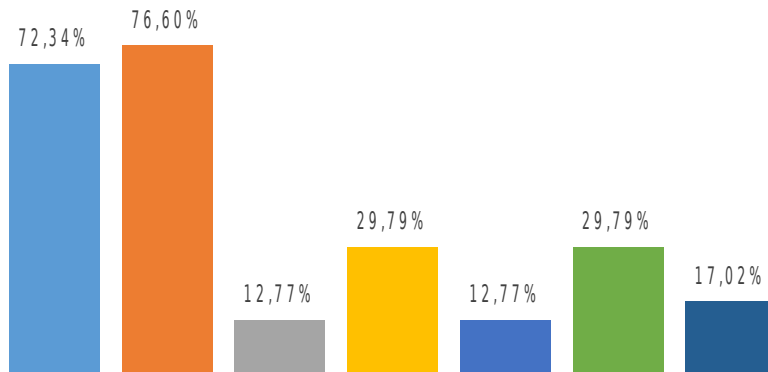
Presencia de productos locales

■ Sin respuesta ■ Casi todo (>80%) ■ (50%-80%) ■ (10%-50%) ■ Puntuales



Productos locales en restauración (distribuidores)

■ Frutas ■ Verduras ■ Queso ■ Huevos ■ Pan ■ Vino ■ Carnes



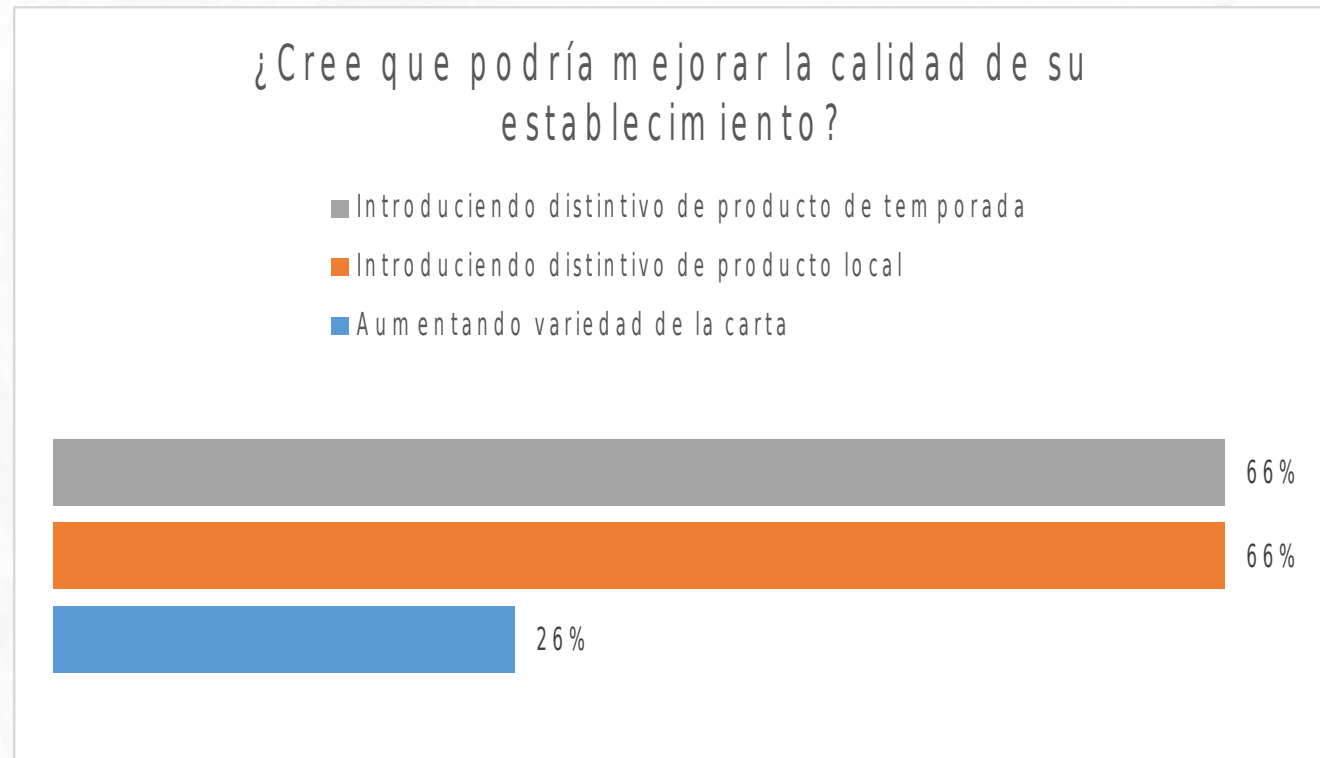
Apoyo a comunidad, economía local
Fresco, Sabor, Calidad

Restauración (III)

- Distribuidores:
 - Servicio, confianza, calidad
 - Precio y comodidad
 - Compra directa - Producción propia
- Falta de variedad, falta de lugares donde comprarlos, falta información si son locales o no 64-50%
- No sé dónde comprarlos 28%
- Falta agricultura en Córdoba 24%

Ecológico: 16+16 (mucho y bastante) vs 8+54 (poco o nada)

Restauración (III)



- Chefs, Cátedra, Influencer:
 - Local, de temporada
 - Ecológico: desconfianza, moda, desconocimiento
- 1) Poca cultura alimentaria eco, 2) Falta de proveedores, 3) Falta de implicación institucional

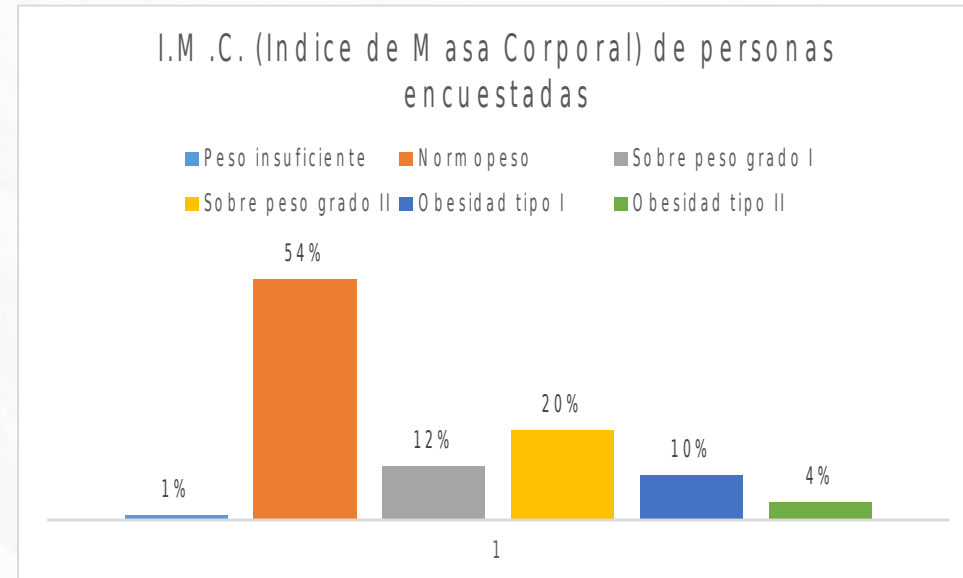
Restauración ecológica

- Escasa y débil
- Falta de articulación como sector y a veces con la producción
- Experiencias interesantes
 - Restaurantes, Cocinas colectivas, Zumos
 - Biodiverxa
 - Gastronomía sostenible
- Establecimientos “afines”

CONSUMO

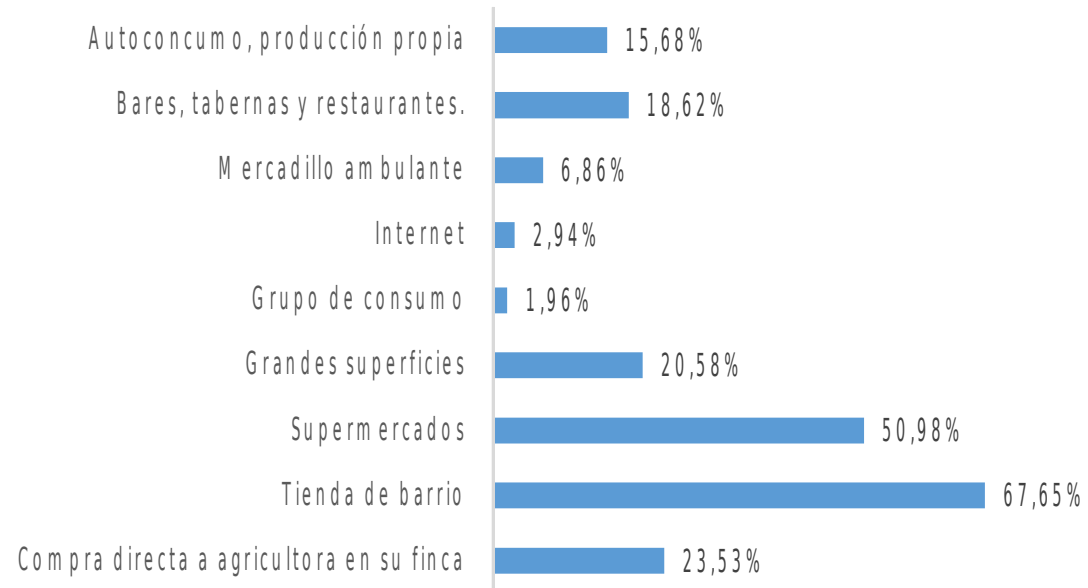
Consumo (I)

- 102 encuestas - Ciudad Jardín, Marrubial, Fuensanta y Sector Sur
- 600-1.200 euros – 30,3%
- 1.200-1.800 euros – 29,4%
- Domicilios de “pareja con una o dos hijas”
- Dietas – Cuidarse



- Consumidores locales 86%
- Consumidores estrictos 37,2%
 - Local: ¿local?
 - Etiquetas y preguntando

Acceso al producto local



Consumo (II)

- Local, pero...
- Invisibilidad

Ventajas de los productos locales



Priorizo precio y comodidad (59,8%)

Faltan lugares (58,8%)

Falta tiempo (53,9%)

Falta información (51,9%)

Precio (47%)

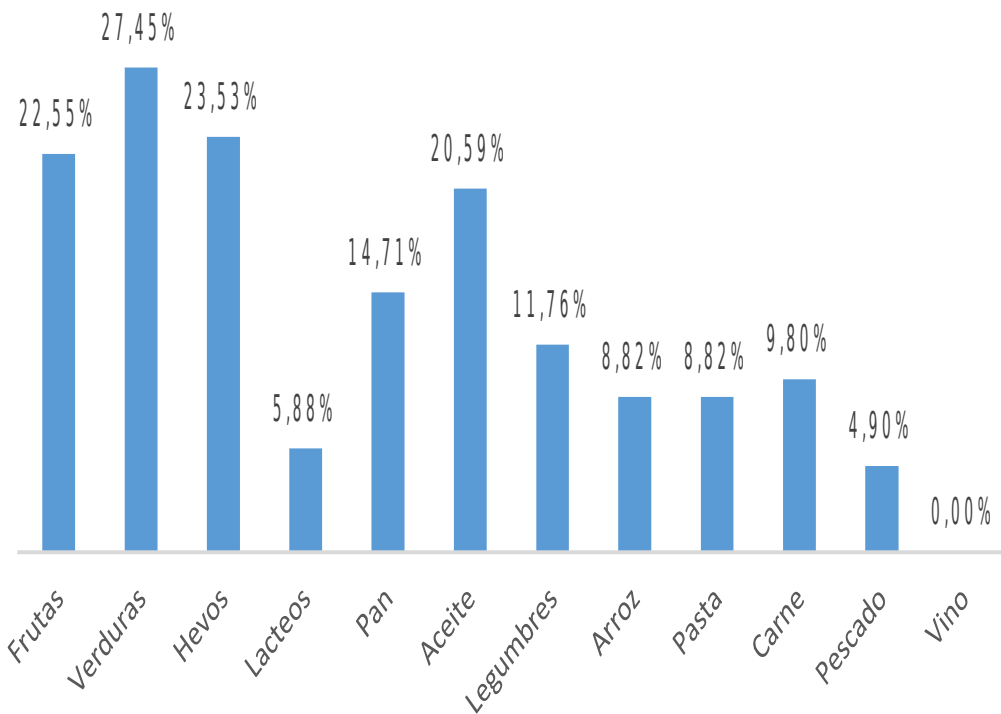
No sé dónde encontrarlos (28%)

Hay poca agricultura (19,6%)

Consumo ecológico

- Consumo ecológico habitual 41% (77% estatal)
- Consumo ecológico estricto 7,8% (9% estatal)

Consumo de productos ecológicos



- Compra directa (22,5%)
 - Tienda de barrio con eco (21,5%)
- Autoproducción (16,7%)
 - ¿Ecológico?

“Comer bien”

- Comer bien - Sistema agroalimentario dominante - Alimentos ecológicos
- Militantes y concienciados
- Canales alternativos + combinación
- Escasa convencionalización aún
- Limitantes:
 - Precio, Disponibilidad y diversidad, Conocimientos y habilidades, Presión social, Tiempo, Políticas públicas
- Estrategias no monetarias



POLÍTICAS PÚBLICAS

SAA sostenibles

- ¿Estrategia integral de SAA?
- (más allá del) Pacto de Milán
- Mesa de Coordinación
- Córdoba agroecológica
- Oportunidad política



Políticas públicas (I)

- Parque Agrario y Patrimonio agrario
 - Agricultura urbana
 - Mercacórdoba
 - Comercio y Mercados: Plan de Comercio
 - Ecomercado – Ecocórdoba
 - “4 estaciones”
 - Del turismo a la gastronomía sostenible. ¿Hacia el derecho a la alimentación y la soberanía alimentaria?
- Formación y sensibilización
- Comunicación

Políticas públicas (II)

- Ayuda alimentaria
- Acceso a los alimentos
 - Comedor comunitario
 - Moneda social alimentos
- Compra pública
 - Entrega de comida a domicilio a personas dependientes
 - Bar-cafetería Zoo
- Salud, Estilos de Vida Saludables
- Alimentación sana y saludable

CONCEPTO	IMPORTE
ALOJAMIENTO URGENTE	21.000,80 €
HOSPEDAJE	7.619,69 €
NUEVO ALQUILER	161.178,98 €
ALIMENTACIÓN	739.061,29 €
SUMINISTROS	179.595,23 €
ACOND VIVIENDA	45.191,77 €

Ideas fuerza

- 1) La creación de una **Marca-Sello con criterios del Pacto de Milán**: ecológico y local, incluye proceso de sistema participativo de garantía.
- 2) La necesidad de **construir y reforzar espacios de producción-distribución-consumo de alimentos ecológicos-locales**, autogestionados y con apoyos institucionales.
- 3) La necesidad del **papel de las administraciones públicas a través de la compra pública** como forma de apoyar a las productoras, como forma de facilitar el acceso a la ciudadanía (incluida las personas desfavorecidas), como forma de sensibilización y como prioridad política orientado al Derecho a la alimentación.
- 4) La necesidad de la **implicación política** desde el Ayuntamiento: por ejemplo, **Plan de comercio proximidad**.
- 5) El papel de las **administraciones en la difusión y apoyo** a los canales cortos, comercio de proximidad y mercados de productores ecológicos y locales.
- 6) La necesidad de **reforzar la producción agraria** en el término municipal: el **Parque agrario** como espacio de formación, producción, cohesión social y paisaje.
- 7) La necesidad de reforzar el ámbito de la **restauración ecológica y local**.
- 8) La necesidad de crear **espacios sectoriales de coordinación y trabajo**: “Parque agrario - Agricultura urbana”, “Formación agroecológica”, “Sensibilización”, “Ámbito escolar”, “Restauración” y “Desperdicio alimentario”.

(más allá del) Pacto de Milán

- Compromiso político
 - Políticas integrales
 - Proceso participativo
 - Asignación de recursos
-
- Ejecución de acciones
 - Alimentando Córdoba

**10. PLIEGO DE CONTRATACIÓN DE SERVICIO DE
REPARTO DE COMIDA A DOMICILIO**

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR EN LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE COMIDAS A DOMICILIO

Índice

1	<u>PRIMERA.- OBJETO. NATURALEZA.</u>	2
2	<u>SEGUNDA.- CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICIÓN LOS MENÚS :</u>	3
2.1	<u>TÉCNICA DE LA COMIDA LÍNEA FRÍA:</u>	3
2.2	<u>CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS MENÚS.</u>	4
2.3	<u>TIPOLOGÍA DE DIETAS</u>	5
2.3.1	<u>DIETA BASAL O NORMAL:</u>	5
2.3.2	<u>OTROS TIPOS DE DIETAS:</u>	7
3	<u>TERCERA. CALIDAD DE LOS PRODUCTOS</u>	8
4	<u>CUARTA. NORMATIVA BÁSICA DE APLICACIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN RESTAURACIÓN COLECTIVA: GARANTÍA DE LA CALIDAD HIGIÉNICO - SANITARIA</u>	9
4.1	<u>CONTROL Y SEGUIMIENTO ALIMENTARIO</u>	9
5	<u>QUINTA.-CONDICIONES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO:</u>	10
5.1	<u>Medios Materiales:</u>	10
5.2	<u>Personal necesario para la prestación del servicio:</u>	10
5.2.1	<u>COORDINADOR/A :</u>	11
	<u>Funciones:</u>	11



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMA POR	CORE/2016/00077990	FECHA	28/06/2016
IDENTIFICACION	Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales	PÁGINA	1/22
Nº Doc.	102674adela155.ayuncordoba.org	Nº Entrada	466-2016
Nº Salida	491-2016	Fecha	28/06/2016 12:16
Fecha	28/06/2016 12:16		

5.2.2	<u>REPARTIDOR/A</u>	12
5.3	<u>HORARIO Y FORMA EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO A LOS USUARIOS:</u>	13
6	<u>SEXTA.- OBLIGACIONES ESENCIALES DE LA EMPRESA LICITADORA</u>	14
7	<u>SÉPTIMA. CLÁUSULAS SOCIALES</u>	17
8	<u>OCTAVA. DERECHOS DEL AYUNTAMIENTO</u>	19
9	<u>NOVENA.- DURACIÓN DEL CONTRATO</u>	20
10	<u>DÉCIMA .- PRECIO Y FORMA DE PAGO AL CONTRATISTA</u>	20

1 PRIMERA.- OBJETO. NATURALEZA.

Clasificación CPV (Common Procurement Vocabulary), REFERENCIA NOMENCLATURA). El código CVP que corresponde al objeto del contrato es **55521100-9** (Servicios de entrega de comida a domicilio)

El Servicio de Comidas a Domicilio es una prestación complementaria de la Ayuda a Domicilio, por la que mediante personal preparado y supervisado, se presta con la periodicidad determinada el almuerzo a personas, que por su especial situación así lo requiere, y todo ello de acuerdo con las normas establecidas al efecto por el Ayuntamiento de Córdoba.

El Servicio se destina a aquellos mayores que viven solos; que conviven con alguna otra persona dependiente; que presentan escasos apoyos familiares; que tienen reducida sensiblemente su movilidad, etc, a fin de garantizar una correcta y equilibrada alimentación, al menos en la principal comida del día.

Con este servicio se pretende contratar un servicio de restauración adaptado a las necesidades de la población destinataria, entregado en el domicilio, y obtener las siguientes finalidades:

- Proporcionar una dieta equilibrada y con los nutrientes de calidad.
- Mantener unos hábitos alimenticios adecuados a las necesidades del usuario.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>

Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales	Nº Doc.	102674-2016 (1 de 2)	FECHA	28/06/2016
ID FIRM.	adela155.ayunc@cordoba.org	Nº Entrada	466-2016	PÁGINA	2/22
Nº Salida	491-2016	Fecha	28/06/2016 12:16		

- Prevenir situaciones de riesgo de malnutrición y sus consecuencias sobre la salud.
- Evitar accidentes en personas vulnerables, provocadas por la utilización de fuentes de calor y manipulación de utensilios de cocina.
- Que en la preparación de los platos se utilicen materia prima con criterios de consumo responsable, productos de cercanía, de temporada y valorando muy positivamente aquellos de producción ecológica.
- Que en la distribución de los menús preparados por los domicilios de los usuarios se tenga en cuenta las necesidades de este colectivo y sus limitaciones para adaptar la periodicidad de los repartos. Diseñar rutas de reparto eficientes con el menor impacto sobre el tráfico y consumo de combustibles fósiles.

2 SEGUNDA.- CARACTERÍSTICAS Y COMPOSICIÓN LOS MENÚS :

La técnica de preparación y distribución a utilizar será la de Línea Fría.

2.1 TÉCNICA DE LA COMIDA LÍNEA FRÍA:

- **Elaboración:** Menús preparados de manera totalmente tradicional, completos, equilibrados y adaptados a las necesidades de cada usuario. El tipo de proceso de producción, debe incorporar una cocina tradicional y casera junto a novedosas mejoras tecnológicas. Se deberán utilizar materias primas de primera calidad con una elaboración sin conservantes y otros aditivos .
- **Envasado:** Se deberán incorporar las tecnologías más avanzadas en barquetas individuales, resistentes al microondas, desechables y termo-sellados con un film . Estas barquetas podrán introducirse directamente en el microondas para calentar la comida.
- **Abatimiento de temperatura:** Una vez cocinados de manera tradicional y envasados para evitar que los alimentos se contaminen de bacterias y poder situar la fecha de caducidad, se utilizará esta técnica avanzada, que permite la obtención de un producto apto para su consumo directo o tras su regeneración, lo que en cualquier caso, permite mantener estables las características nutricionales y organolépticas Y ello siempre tras la aplicación de unos procesos estrictamente controlados que garanticen la seguridad alimentaria y minimicen los riesgos de proliferación bacteriana de los alimentos.
- **Conservación:** En contenedores isotérmicos y en cámaras frigoríficas, evitando romper la



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR.GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR.GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>

Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales	Nº Doc.	102674-2016 (1 de 2)	FECHA	28/06/2016
ID FIRM.	adela155.ayunc@cordoba.org	Nº Entrada	466-2016	PÁGINA	3/22
Nº Salida	491-2016	Fecha	28/06/2016 12:16		

“cadena de frío” de los alimentos hasta el momento de su consumo.

- **Reparto:** En vehículos frigoríficos debidamente homologados de forma que no se rompa la cadena de frío , manteniendo los alimentos entre 0 y 4 grados .
- **Calentamiento:** El usuario en su domicilio realizará el calentamiento mediante un microondas, adecuado para personas mayores.
- **Etiquetado.** Los menús se etiquetarán según la normativa aplicable que esté en vigor y con el contenido dispuesto en este pliego de prescripciones técnicas.

Las etiquetas deben permitir en todo momento una completa trazabilidad, así como otras mejoras tecnológicas que se puedan incorporar a las mismas.

2.2 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS MENÚS

La alimentación de los usuarios debe cumplir con los siguientes propósitos:

- Ser completa y equilibrada
- Tener una presentación atractiva
- Ser variada, adaptándose a las necesidades de masticación y deglución de los usuarios
- Estar adaptada a la gastronomía local y a la época del año
- Procurar la satisfacción de los gustos y hábitos de los usuarios.
- Que se respeten las limitaciones nutricionales por opciones personales, religiosas o de salud

Los menús serán elaborados con una proporción mayoritaria de materia prima ecológica, utilizando en lo posible circuitos cortos de comercialización que permitan una óptima conservación de los productos.

El menú diario debe incluir un primer plato, un segundo plato, una pieza de fruta del tiempo y en condiciones de maduración óptimas para su consumo y una ración de pan.

El menú se modificará según la estación anual, distinguiendo menú de invierno, primavera, verano y otoño. Así mismo, los ciclos de menú se extienden en periodos de cuatro semanas.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR.GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR.GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>

Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Mª Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales		Nº Doc.	FECHA	28/06/2016
ID FIRM.	102674	adela155@ayuncordoba.org	Nº Entrada	PÁGINA	4/22
Nº Salida	491-2016		Fecha	466-2016	28/06/2016 12:16
Fecha	28/06/2016 12:16				

Los días 24 y 25 de diciembre, 1 y 6 de enero y el del cumpleaños del usuario/a, se distribuirá un menú especial, siempre teniendo en cuenta el menú basal del usuario.

La empresa deberá remitir a los/as usuarios/as la información del menú que corresponda, con periodicidad semanal o quincenal.

La empresa adjudicataria deberá adecuarse en las prestaciones de sus servicios a las especificaciones técnicas, calidades y presentaciones de los productos establecidos en el pliego. Todo ello vendrá sujeto a lo dispuesto por la normativa en vigor en materia de: salubridad, higiene, manipulación y calidad de los alimentos, etc.

2.3 TIPOLOGÍA DE DIETAS

2.3.1 DIETA BASAL O NORMAL:

La comida de dieta basal tendrá un aporte calórico de **900-1000 Kcal.**, aporte que supone aproximadamente el **40-45 %** del volumen energético diario total, que en el caso de las personas a las que va dirigido este servicio oscila entre **1.850 y 2.400 Kcal.**

Los principios inmediatos deben distribuirse de la siguiente manera:

Proteínas	10-15% del valor calórico
Grasas	30-35% del valor calórico*
Hidratos de carbono	55-60% del valor calórico

(*) Cuando el porcentaje de grasa sea superior al 30%, debe ser a expensas de aumentar fundamentalmente la grasa monoinsaturada, seguida de la poliinsaturada. Las grasas saturadas representarán siempre menos del 10% de las grasas totales.

Alimentos	1 Ración equivale a: (Pesos en crudo)
Legumbres	60-80 g
Arroz	60-80 g
Pasta	60-80 g
Patatas	150-200
Pan	40-60 g



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>

Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMA	Doc. CORE/2016/00077990	FECHA	28/06/2016
Doc.	102674-2016 (1 de 2)	PÁGINA	5/22
Salida	491-2016	Entrada	466-2016
Fecha	28/06/2016 12:16	Fecha	28/06/2016 12:16

Carne	100-125 g
Pescado	125-150 g

Lácteos

Leche	200-250 cc
Yogur	40-60 g
Requesón/queso fresco	80-125 g
Queso semicurado	40-60 g

Verduras y hortalizas:

Escarola, lechuga, endibias, acelgas, espinacas, setas, espárragos, pepinos, tomates, pimientos, col, berenjenas, coliflor, calabacín, champiñón.

Alcachofas, zanahoria, remolacha, cebolla, coles de Bruselas...	100 g
Judías verdes, nabos, puerros...	200 g

Frutas

Melón, sandía	150 g
Naranja, albaricoque, pera, mandarina, manzana, ciruela, piña, kiwi, manzana	100g
Plátano, uva, cereza, higos, níspero	50 g

Grasas:

Aceite oliva/girasol	10ml
Mantequilla /margarina	10 g

Las entidades que liciten deberán presentar **un manual de dietas** que deberá incluir, tanto la información relativa a los platos (mediante fichas técnicas de elaboración y fichas dietéticas), como la descripción detallada de cada una de las dietas (mediante un código de dietas), especificando el nombre, las indicaciones, los objetivos y las características de las mismas.

Las fichas de los platos deben recoger la información relativa al modo de elaborar un plato y a su composición dietética, y en ella se debe especificar:

→ Nombre del plato

→ Ingredientes o componentes del plato

→ Procesos que sufren los alimentos en las fases de preparación, elaboración, presentación y distribución.

→ Calibración dietética del plato



Servicios Sociales Municipales
AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
DIR.GRAL.

www.ssm.cordoba.es

Código RAEL JA01140214



6
AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
SDIR.GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMA Doc.	CORE/2016/00077990	FECHA	28/06/2016
IDENTIFICACION Doc.	102674adela155.ayuncordoba.org	PÁGINA	6/22
Nº Salida	491-2016	Nº Entrada	466-2016
Fecha	28/06/2016 12:16	Fecha	28/06/2016 12:16

6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==

2.3.2 OTROS TIPOS DE DIETAS:

La entidad licitadora propondrá en su proyecto las siguientes dietas:

- Dieta normal
- Dieta hipocalórica
- Dieta hiposódica
- Dietas individualizadas o personalizadas que puedan precisar los usuarios ante sus problemas de salud (diabética, para celíacos, oncológica, insuficiencia renal, sin lactosa ...)
- Dieta vegetariana, vegana y etc
- Dieta con restricciones por motivos étnicos , culturales y/o religiosos




Todas ellas, a su vez, podrán presentarse para:

- dieta de fácil masticación- triturada
- dieta para problemas de deglución con la aplicación de diferentes texturas .
- Así mismo todas ellas podrán presentarse con sal añadida o sin ella.

La idoneidad de la aplicación de una u otra dieta deberá determinarse por prescripción médica o recogerse la misma en el informe social cuando la causa no se deba a motivos sanitarios, esta información le será requerida a la persona solicitante junto con el resto de documentación a presentar en los servicios sociales de su Zona de Trabajo Social .

Se exceptúa de este requisito la dieta normal, siempre y cuando no sea triturada ni adaptada a problemas de deglución.

Las empresas que opten a la licitación, deberán presentar como mínimo 2 semanas completas por cada estación (primavera, verano, otoño, invierno) del menú correspondiente a la dieta basal, especificando, en el caso de que opten por producto certificado ecológico , cuales son los componentes del menú que cumplen con este requisito.

 <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - DIR.GRAL.</p>		 <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - SDIR.GRAL. GESTION</p>	
<p>Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/</p> <p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>							
FIRMADO POR		Mª Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales		Nº Doc.		FECHA	
Nº Carpeta		CORE/2016/00077990		Nº Doc.		FECHA	
ID FIRMOC.		102674adela155.ayunc@cordoba.org		PÁGINA		7/22	
Nº Salida		491-2016		Nº Entrada		466-2016	
Fecha		28/06/2016 12:16		Fecha		28/06/2016 12:16	
 <p>6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==</p>							

3 TERCERA. CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

- Todas las materias primas y los productos servidos por la entidad que resulte adjudicataria tendrán que estar sujetos a la normativa legal tanto nacional como europea y en particular al Código Alimentario Español.
- Los proveedores de las materias primas y los productos han de estar acreditados y sujetos a la normativa vigente, responsabilizándose en todo momento la entidad adjudicataria de las posibles alteraciones de los productos . El almacenamiento de las materias primas y su conservación se efectuará cumpliendo la normativa vigente, será responsabilidad exclusiva de la empresa licitadora.
- El licitador deberá presentar una memoria en la que indique la descripción de cada materia prima, su calidad, tipo de envase, unidad de medida, marca o marcas, así como todos aquellos requisitos que establezca el ordenamiento jurídico vigente, en especial el Código Alimentario Español y la normativa complementaria; además deberá garantizarse un adecuado nivel cualitativo tanto en la selección y conservación de los víveres y productos complementarios, como en su manipulación, características organolépticas y temperatura. Los productos envasados deberán cumplir lo dispuesto en el Real Decreto 1334/1999 de 31 de julio, por el que se aprueba la norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios para el control del contenido efectivo de los productos alimentarios envasados.
- El adjudicatario asume la responsabilidad directa de garantizar , en el caso de productos que puedan ser clasificados en varios grupos comerciales de calidad que estos son lo sean de la calidad extra o primera .
- Todos los productos utilizados por el adjudicatario deberán disponer de las correspondientes autorizaciones administrativas garantizando la pertinente trazabilidad.
- En la elaboración de los menús se utilizarán al menos las siguientes materias primas de producción ecológica certificada y producida en la Comunidad Autónoma Andaluza: Pastas, Arroz, Legumbres, leche y derivados, pan, aceites y frutas y verduras; de estar producidas en otra Comunidad, deberá justificar expresamente al Ayuntamiento que cumple con todas las garantías de calidad, frescura, características organolépticas, etc. que haga a estos productos, como mínimo, equiparables a los anteriores [añado este inciso para evitar problemas con el principio de igualdad y libre concurrencia]
- La Unidad Gestora responsable del contrato podrá requerir la presentación de las acreditaciones de las condiciones de la licitación en esta materia, con la periodicidad que estime oportuno para garantizar el adecuado cumplimiento del contrato.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>

Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales	Nº Doc.	102674-2016 (1 de 2)	FECHA	28/06/2016
ID FIRM.	adela155.aync@cordoba.org	Nº Entrada	466-2016	PÁGINA	8/22
Nº Salida	491-2016	Fecha	28/06/2016 12:16		



4 CUARTA. NORMATIVA BÁSICA DE APLICACIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA EN RESTAURACIÓN COLECTIVA: GARANTÍA DE LA CALIDAD HIGIÉNICO - SANITARIA

La entidad adjudicataria deberá cumplir con las normas de seguridad alimentaria que le sean de aplicación y, en particular, con las siguientes:

- Código Alimentario Español (Decreto 248411967, de 21 de septiembre, modificado el 28 de diciembre de 2012)
- El Reglamento (CE) nº 852/2004, relativo a la higiene de los productos alimenticios (DOUE 25-6-2004).
- El Real Decreto 348412004, por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.
- El Reglamento (UE) Nº 1169/2011 del Parlamento Europeo y del Consejo de 25 de Octubre de 2011 por el que se regula el etiquetado de comidas envasadas



y todas aquellas normativas generales o particulares que estén en vigor relativas al servicio.

4.1 CONTROL Y SEGUIMIENTO ALIMENTARIO

La entidad adjudicataria deberá disponer de un sistema documentado de autocontrol, basado en el análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC), según se indica en el Reg (CE) nº 852/2004 (art. 5). Asimismo y para posibilitar la realización de estudios epidemiológicos, en caso de producirse algún brote de toxiinfección alimentaria, la entidad adjudicataria deberá disponer de comidas testigo (representativas de las comidas servidas diariamente). Dichas comidas testigo se conservarán adecuadamente (durante 72 horas en condiciones de refrigeración) y la cantidad corresponderá a raciones individuales, según se refleja en el R D. 348412000 (art 10.3) por el que se establecen las normas de higiene para la elaboración, distribución y comercio de comidas preparadas.

Asimismo se exige la realización periódica de controles, por entidad especializada externa, que deberá realizar la entidad adjudicataria. La Administración podrá requerir al adjudicatario copia autenticada de cada uno de los mencionados informes de control.

La entidad que resulte adjudicataria tendrá la obligación de poner en conocimiento de manera

 AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA - DIR. GRAL.		www.ssm.cordoba.es		Código RAEL JA01140214		9	
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		Código de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/		AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA - SDIR. GRAL. GESTION		2016/00077990	
FIRMA	102674	María Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales		Nº Doc.	FECHA	28/06/2016	
Nº Salida	491-2016	6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==		Nº Entrada	PÁGINA	466-2016 / 9/22	
Fecha	28/06/2016 12:16			Fecha	28/06/2016 12:16		

inmediata, a los Servicios Sociales Municipales Centrales, cualquier anomalía de carácter higiénico-sanitario que pudiera detectar en el domicilio de un usuario

El Ayuntamiento podrá, mediante la emisión por el órgano competente de la correspondiente instrucción, determinar cualquier otro aspecto de carácter higiénico-sanitario que se considere pertinente para la correcta y adecuada prestación del servicio, en aplicación de la normativa vigente.

5 QUINTA.-CONDICIONES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO:

5.1 Medios Materiales:



- La entidad adjudicataria dispondrá al menos de una Unidad de logística para la elaboración de comidas que deberá reunir los requisitos administrativos y sanitarios que exija la normativa vigente, si no lo tuviera, la empresa que resulte adjudicataria del Servicio se compromete a que en el plazo de un año tendrá en funcionamiento las instalaciones necesarias para la preparación de los menús en Córdoba capital o provincia.
- La entidad adjudicataria dispondrá de al menos 4 unidades móviles(vehículos frigoríficos) y 4 conductores para el traslado de los alimentos a los domicilios en adecuadas condiciones de higiene y seguridad. Teniendo previsto la sustitución de los conductores que eventualmente se encuentren indispuestos con el tiempo suficiente para que no se vea afectado el servicio. En el exterior de la unidades móviles, además de la identificación de la empresa prestadora del servicio, aparecerá el logotipo del Ayuntamiento de Córdoba.

5.2 Personal necesario para la prestación del servicio:

-La entidad adjudicataria dispondrá de personal suficiente para poder prestar el servicio con los niveles de calidad y eficiencia necesarios para hacer frente a las obligaciones de este contrato. Deberá garantizar la cobertura de la gestión cotidiana del servicio y de las incidencias diarias que puedan derivarse.

Asimismo, aportará a los trabajadores todos los medios técnicos y materiales que sean necesarios para la realización del servicio

El personal destinado a la prestación del servicio estará sometido al poder de dirección y organización del contratista (retribuciones, horarios e instrucciones...), y a todo ámbito y orden legalmente establecido, siendo, por tanto, la empresa adjudicataria la única responsable y obligada al cumplimiento de cuantas disposiciones legales resulten aplicables al caso, en especial en materia

 <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA</p>		<p>Servicios Sociales Municipales</p> <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - DIR.GRAL.</p>		<p>www.ssm.cordoba.es</p>		<p>Código RAEI JA01140214</p>		<p>10</p>	
<p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>		<p>Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0di0cxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/</p>		<p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>		<p>Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0di0cxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - SDIR.GRAL. GESTION</p>	
<p>FIRMA POR: N.º Carpeta: CORE/2016/00077990</p>		<p>Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales</p>		<p>FECHA: 28/06/2016</p>		<p>N.º Doc. 102674-2016 (1 de 2)</p>		<p>PÁGINA: 10/22</p>	
<p>ID FIRMOC: 102674-2016 (1 de 2)</p>		<p>6httpQ169+Xa3pN0di0cxKw==</p>		<p>N.º Entrada: 466-2016</p>		<p>Fecha: 28/06/2016 12:16</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - SDIR.GRAL. GESTION</p>	
<p>N.º Salida: 491-2016</p>				<p>Fecha: 28/06/2016 12:16</p>		<p>6httpQ169+Xa3pN0di0cxKw==</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - SDIR.GRAL. GESTION</p>	

de contratación, seguridad social, prevención de riesgos y tributaria. En consecuencia, dicho personal en ningún caso tendrá vinculación laboral ni de otro tipo con el Ayuntamiento de Córdoba. Con independencia de las facultades de control e inspección que legal y/o contractualmente correspondan al mismo.

A la extinción del contrato, no podrá en ningún caso producirse la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato, como personal del Ayuntamiento.

La entidad queda obligada a acreditar, siempre que sea requerida para ello, el cumplimiento de las obligaciones antedichas mediante la exhibición de la correspondiente documentación Y deberá presentar trimestralmente a la Unidad Gestora responsable del contrato: TC1 y TC2, la acreditación de que cumple el Real decreto de nóminas y de que cumple el artículo 12 del Estatuto de los Trabajadores en cuanto a contratos parciales.

En el caso de personas con discapacidad, el puesto de trabajo debe estar convenientemente adaptado y contar con los apoyos necesarios para su correcto desempeño

El personal al servicio de la entidad deberá presentarse en el domicilio del usuario convenientemente uniformado conforme a la imagen corporativa municipal y con la correspondiente documentación acreditativa, que se exhibirá en lugar visible.

Asimismo la entidad adjudicataria deberá disponer, al menos, de los siguientes perfiles profesionales



- Nombrará una persona responsable de la Coordinación, a través de quien se canalizará toda la problemática que surja en el desarrollo de la prestación, quien dará las órdenes oportunas al personal de la Empresa y se relacionará con el personal Técnico Municipal en orden a la mejor prestación del Servicio. Igualmente se contratará por parte de la empresa licitadora trabajadores en la categoría de repartidores con las funciones que se detallan a continuación . Entre las funciones a destacar para las dos categorías profesionales se encuentran :

5.2.1 COORDINADOR/A :

Deberá disponer de la Diplomatura Universitaria en Trabajo Social. En caso de no tener dicha titulación oficial, se acreditará, al menos, tres años de experiencia en coordinación de Comida a domicilio, y estar en posesión del título de Bachillerato, de FP2 o equivalente homologado.

Funciones:

- Dirigir las actuaciones y controlar el correcto desarrollo de la actividad.

 <p>AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA - DIR.GRAL.</p>		<p>www.ssm.cordoba.es</p>		<p>Código RAEI JA01140214</p>		<p>11 AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA - SDIR.GRAL. GESTION</p>	
<p>Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/</p> <p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>							
<p>FIRMA Doc. CORE/2016/00077990</p>		<p>MAHA Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales</p>		<p>NAº Doc. 102674-2016 (1 de 2)</p>		<p>FECHA 28/06/2016</p>	
<p>ID FIRMOC. 102674adela155.ayuncordoba.org</p>		<p>6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==</p>		<p>NAº Entrada 466-2016</p>		<p>PÁGINA 11/22</p>	
<p>NAº Salida 491-2016</p>				<p>Fecha 28/06/2016 12:16</p>		<p>Fecha 28/06/2016 12:16</p>	
<p>6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==</p>							

- Realizar las llamadas de contacto con el usuario.
- Realizar primera visita a domicilio, previa a la puesta en marcha del servicio.
- Realizar visitas de seguimiento del caso.
- Coordinación con otros servicios que inciden en el usuario atendido, con el fin de optimizar los recursos y facilitar una mayor calidad en la atención .
- Suministrar los datos sobre la marcha del servicio a la empresa para que esta lo comunique a la Unidad responsable del contrato, asumiendo la adjudicataria las directrices que el Ayuntamiento dicte en todo lo referente a la adecuada atención a cada usuario y a la buena marcha del servicio en general.
- Verificar el correcto desarrollo de las actividades realizadas en los domicilios.
- Colaborar a la realización por la empresa de informes técnicos que detallen el desarrollo del servicio, y su valoración siempre que el Ayuntamiento lo precise.
- La empresa a través de la persona Coordinadora deberá Informar y asesorar a los usuarios en todas aquellas cuestiones o incidencias surgidas en el desarrollo del servicio.

5.2.2 REPARTIDOR/A

Es una categoría polivalente que la entidad deberá tener en su plantilla y cuyas tareas a realizar, de forma general, son las siguientes:

- Reparto de la comida, llevándola a los domicilios de los usuarios.
- Adiestrar al usuario, o a la persona responsable de la preparación de las comidas en el domicilio, en el procedimiento correcto para preparar los alimentos.
- Disponer las barquetas en el frigorífico del usuario, retirar las comidas caducadas y revisar la temperatura del frigorífico.
- Informar y asesorar a los usuarios en aquellas cuestiones y dudas que expresen respecto al servicio.
- Informar a los coordinadores sobre todas aquellas incidencias surgidas en los domicilios de



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6htpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMA: María Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales

Nº Doc. FECHA 102674-2016 (1 de 2) 28/06/2016

FIRMA: María Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales

Nº Doc. FECHA 102674-2016 (1 de 2) 28/06/2016

Nº Salida 491-2016

Fecha 28/06/2016 12:16

Nº Entrada 466-2016

Fecha 28/06/2016 12:16

los usuarios, así como en el desempeño de su labor.

Servicios Sociales Municipales

www.ssm.cordoba.es

Código RAE JA01140214

13



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMA: María Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales

adela155.ayunc@cordoba.org

6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==

Nº Doc. FECHA 102674-2016 (1 de 2) 28/06/2016

Nº Salida 491-2016

Fecha 28/06/2016 12:16

Nº Salida 491-2016
Fecha 28/06/2016 12:16



Nº Entrada 466-2016
Fecha 28/06/2016 12:16

6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==

Todo el personal repartidor deberá haber recibido formación en las tareas que debe realizar, de al menos 8 horas de duración. En ese contenido deberán constar, como mínimo, los siguientes temas:


- Objeto y objetivos del Servicio de Comidas a Domicilio.
- Competencias del mismo a desarrollar por el repartidor.
- Manifestaciones físicas, psíquicas y sociales del envejecimiento.
- Alimentación y nutrición en las personas mayores.
- Habilidades sociales para el buen trato a las personas mayores.

La justificación de la realización de dicha formación, así como su contenido, deberá ser presentada la Delegación de Servicios Sociales siempre que ésta lo solicite.

La empresa adjudicataria enviará al Ayuntamiento (Servicios Sociales) relación de las cartas de menús de las comidas, debidamente supervisada y firmada por médico/a especialista en nutrición, a fin de garantizar el aporte nutricional, dietético y calórico adecuado.

5.3 HORARIO Y FORMA EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO A LOS USUARIOS:

1. El horario normal de la prestación será entre las 9 y las 14 horas de la mañana . El servicio de comida a domicilio se prestará 3 veces por semana (de lunes, miércoles y viernes). No obstante lo anterior, atendiendo a las circunstancias de cada persona beneficiaria y previa comunicación de los Servicios Sociales Municipales debidamente justificada , podrá establecerse el suministro de comida diariamente. Caso de que el día de suministro de la comida coincida con festivo, como norma general se repartirá el día inmediato anterior al día festivo.
2. Las órdenes de la prestación así como la designación de las personas que deben recibir el Servicio se efectuaran por el Ayuntamiento de Córdoba a través de la Delegación de Servicios Sociales
3. La empresa adjudicataria debe asumir la prestación del servicio y efectuarlo en plazo no superior a dos días contados a partir del día que reciba la orden de prestación. En caso de extrema urgencia, debidamente justificada y comunicada por el Ayuntamiento, el Servicio

 <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA</p>		<p>Servicios Sociales Municipales</p> <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - DIR. GRAL.</p>		<p>www.ssm.cordoba.es</p>		<p>Código RAEI JA01140214</p>		<p>14</p>	
<p>FIRMA Doc. 102674</p>		<p>FECHA 28/06/2016</p>		<p>PÁGINA 14/22</p>		<p>Nº Entrada 466-2016</p>		<p>Fecha 28/06/2016 12:16</p>	
<p>Nº Salida 491-2016</p>		<p>Fecha 28/06/2016 12:16</p>		<p>Código de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==</p>		<p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>		<p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>	

deberá poder prestarse en el plazo de veinticuatro horas.

4. El menú se entregará, únicamente, en persona al beneficiario/a de mismo, persona cuidadora o autorizada por la persona beneficiaria.
5. Las ausencias domiciliarias tendrán la consideración de incidencia y deberán ser comunicadas al Ayuntamiento (Servicios Sociales), por el medio y en el margen de tiempo que éste establezca, para que proceda en consecuencia.

6 SEXTA.- OBLIGACIONES ESENCIALES DE LA EMPRESA LICITADORA.

1. Dirigirá y controlará el correcto desarrollo de la prescripción que se haga a cada usuario/a, determinado previamente por los Técnicos de S. Sociales, garantizando que las personas que estén recibiendo este servicio tienen una alimentación acorde con sus necesidades nutricionales y de salud, para ello realizará un seguimiento individualizado de los usuarios .

En relación con este seguimiento individualizado la empresa deberá presentar en su proyecto técnico un protocolo de actuación en los domicilios y de coordinación con el Ayuntamiento, así como la propuesta de documento de evaluación continua de los usuarios, que deberá remitir a la Unidad Gestora responsable del contrato trimestralmente.

2. Instruir al usuario o a la persona responsable, en el procedimiento correcto para regenerar los alimentos; informar y asesorar al usuario sobre las correctas practicas de higiene y manipulación de los alimentos que se sirvan. La entidad deberá realizar seguimiento de la correcta instrucción de los usuarios mediante protocolo que deberá presentar en su proyecto técnico al Ayuntamiento.
3. El diseño y etiquetado de las barquetas deberán permitir diferenciar entre distintos tipos de dietas, día de la semana al que se destina cada menú y entre primeros y segundos platos; de este modo, se persigue evitar que, en domicilios con dos o más comensales, que consumen diferentes tipos de dietas, se produzcan confusiones. Además, las etiquetas deberán estar escritas con un tamaño de letra tal que permita la lectura a personas con pérdida de agudeza visual .En última instancia será el Ayuntamiento el encargado de dar su conformidad al diseño de las etiquetas, con carácter previo a su puesta en marcha.
4. Introducir los menús en el frigorífico del domicilio del usuario, evitando romper la cadena de frío. Recoger, en su caso, los alimentos entregados en fechas anteriores cuya fecha de caducidad haya vencido.



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
DIR.GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
SDIR.GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una

copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>

Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales	Nº Doc.	FECHA	28/06/2016
ID FIRM.	102674adela155.ayuncordoba.org	Nº Entrada	PÁGINA	15/22
Nº Salida	491-2016	Fecha	466-2016	28/06/2016 12:16
Fecha	28/06/2016 12:16			

5. Cuando sea necesario instalar un microondas o un frigorífico, un técnico de la entidad adjudicataria se desplazará a los domicilios para comprobar si la instalación eléctrica está preparada para soportar estos electrodomésticos.
6. Comunicar al usuario, con antelación mínima de 24 horas, de algún cambio en el horario establecido para la entrega.
7. Proporcionar los mecanismos técnicos de control necesarios que permitan verificar el número de comidas entregadas, el tipo de dieta, el menú entregado y el número de barquetas retiradas en cada entrega de cada domicilio (recogiéndose el menú que se retira).

Además deberá quedar constancia de la hora de entrega, así como de las incidencias surgidas o detectadas en el reparto.

El proyecto técnico que presente la entidad detallará el protocolo que se seguirá para el control del cumplimiento del número de comidas entregadas por el personal repartidor, así como el cumplimiento de la franja horaria establecida para la entrega. El protocolo presentado deberá dejar constancia del seguimiento que se va a llevar a cabo de dicho control para la rectificación en caso de que se produzcan fallos.

Estos datos será facilitados al Ayuntamiento como mínimo trimestralmente

8. Asegurar la identificación adecuada del personal que acude a los domicilios y evitar excesivos cambios del mismo, en caso de producirse deberán comunicárselo al usuario con la antelación adecuada . El personal de reparto deberá ir acreditado con una tarjeta identificativa en la que figuren: el nombre, apellidos, fotografía del trabajador y el nombre de la entidad adjudicataria.

Así mismo deberá garantizar que el personal a su cargo trata con el debido respeto y decoro a los usuarios del servicio, favoreciendo una buena relación con estos y sus familiares y eludiendo cualquier conflicto personal.

9. Facilitar, al personal de los Servicios Sociales Municipales, el acceso a sus instalaciones para efectuar los pertinentes controles e inspecciones.
10. Presentará la facturación mensual con arreglo al modelo y en la forma que en cada momento el Ayuntamiento le indique. Igualmente elaborará y remitirá las memorias del servicio, en la forma, periodicidad y por el medio que determine el Ayuntamiento.
11. Asumirá las obligaciones generales que se derivan de la contratación presente sin



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales	N.º Doc.	102674-2016 (1 de 2)	FECHA	28/06/2016
ID FIRM.	adela155.ayunc@cordoba.org	N.º Entrada	466-2016	PÁGINA	16/22
N.º Salida	491-2016	Fecha	28/06/2016 12:16		

posibilidad de cederlas o traspasarlas a terceros, sin perjuicio de las excepciones establecidas al respecto en el apartado 14.

12. La empresa deberá acreditar que posee certificado en vigor de inscripción en los registros correspondientes. Circunstancia que habrá de acreditar al momento de presentación de la oferta y adjuntar con el resto documentación administrativa.
13. Semanalmente la Entidad Adjudicataria presentará en la Unidad de Mayores y Zona de Trabajo Social correspondiente las incidencias producidas durante el Servicio, así como las quejas y reclamaciones que se presenten, y como se han resuelto las mismas.
14. Debido a la particularidad del objeto del contrato referido, se prohíbe la subcontratación del contrato en la fase de elaboración de los menús. La contratación por el adjudicatario de la realización parcial con terceros, únicamente se admitirá respecto de las prestaciones accesorias del mismo, considerando como accesorias aquellas relacionadas con servicios informáticos, servicios de transporte o similares. De todas formas el adjudicatario comunicará previamente al Ayuntamiento (S. Sociales) su intención de subcontratar y las condiciones en que la subcontratación se llevará a cabo. Informando de cualquier cambio que se produzca al respecto , siendo en cualquier caso responsable de la prestación del servicio en su totalidad
15. Es obligación de la entidad adjudicataria dar cumplimiento a todos los compromisos, propuestas y obligaciones incluidos en la proposición técnica y en las mejoras ofertadas en el momento de la licitación. En el supuesto de ofertar vehículos poco o nada contaminantes, se presentará la ficha técnica de los mismos para poder valorar que cumplen con este requisito.
16. La empresa adjudicataria deberá cumplir la totalidad de las obligaciones derivadas de las disposiciones vigentes en materia de protección del medio ambiente y de calidad.

Acreditarán el cumplimiento de buenas prácticas de calidad y medioambientales, a través de certificados de calidad ISO 9001 (Sistemas de Gestión de Calidad) e ISO 14001 (Sistemas de Gestión Ambiental) o de otras pruebas de medidas equivalentes de garantía de la calidad.

17. Para la cobertura de las posibles responsabilidades resultantes de la actividad de la entidad adjudicataria (intoxicaciones alimentarias o situaciones análogas), ésta deberá aportar, con anterioridad a la adjudicación, póliza y recibo de un seguro de responsabilidad civil y de intoxicación alimentaria que incluya como riesgo asegurable la actividad de elaboración y reparto de comidas.

La entidad adjudicataria deberá disponer de un sistema documentado de autocontrol,



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6htpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Maria Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales	Nº Doc.	102674-2016 (1 de 2)	FECHA	28/06/2016 17:22
ID FIRM.	102674-2016 (1 de 2)	Nº Entrada	466-2016	PÁGINA	17/22
Nº Salida	491-2016	Fecha	28/06/2016 12:16		



basado en el análisis de peligros y puntos de control crítico (APPCC), según se indica en el **Reg (CE) nº 852/2004 (art. 5)**. Asimismo y para posibilitar la realización de estudios epidemiológicos, en caso de producirse algún brote de toxiinfección alimentaria, la entidad adjudicataria deberá disponer de comidas testigo (representativas de las comidas servidas diariamente). Dichas comidas testigo se conservarán adecuadamente (durante 72 horas en condiciones de refrigeración) y la cantidad corresponderá a raciones individuales, según se refleja en el R.D. 3484/2002 (art. 10.3).

Asimismo se exige la realización por entidad especializada externa de un control a la adjudicataria con periodicidad mínima anual. El Ayuntamiento podrá requerir al adjudicatario copia autenticada de cada uno de los mencionados informes de control.


La entidad que resulte adjudicataria tendrá la obligación de poner en conocimiento de manera inmediata, a la Delegación de Servicios Sociales o al Servicio Gestor, Unidad del Mayor y la Dependencia, de cualquier anomalía de carácter higiénico-sanitario que pudiera detectar en el domicilio del usuario.

El Ayuntamiento (Servicios Sociales) podrá dictar instrucciones, mediante la emisión de la correspondiente instrucción, determinar cualquier aspecto de carácter higiénico-sanitario que se considere pertinente para la correcta y adecuada prestación del servicio.

18. La entidad adjudicataria deberá guardar la debida confidencialidad y secreto sobre los hechos, informaciones, conocimientos, documentos y otros elementos a los que tenga acceso con motivo de la prestación del servicio (art. 10 LOPD), sin que pueda conservar copia o utilizarlos para cualquier finalidad distinta a las expresamente recogidas en el presente pliego. Incurriendo en caso contrario, en las responsabilidades previstas en la legislación vigente (art 124 LOPD) Igualmente, deberá Informar a sus empleados de que sólo pueden tratar la información del Ayuntamiento para cumplir los servicios objeto de este pliego y también de la obligación de no hacer públicos, ceder o enajenar cuantos datos conozcan (artículo 9 LOPD) Esta obligación subsistirá aún después de la finalización del contrato.

7 SÉPTIMA. CLÁUSULAS SOCIALES.

1. El adjudicatario deberá respetar las normas sociolaborales nacionales, de la Unión Europea o contenidas en convenios con la Organización Internacional de Trabajadores ratificados por España. El incumplimiento reiterado de estas normas cuando exista sentencia firme al respecto puede ser motivo para rescindir el contrato.
2. Las prescripciones técnicas de este contrato han sido redactadas teniendo en cuenta la Convención de Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con diversidad funcional,

 <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA</p>		<p>Servicios Sociales Municipales</p> <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - DIR. GRAL.</p>		<p>www.ssm.cordoba.es</p>		<p>Código RAE: JA01140214</p>		<p>18</p>	
<p>FIRMA</p>		<p>MADE</p>		<p>FECHA</p>		<p>PÁGINA</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - SDIR. GRAL. GESTION</p>	
<p>Nº Carpeta</p>		<p>CORE/2016/00077990</p>		<p>Nº Doc.</p>		<p>102674-2016 (1 de 2)</p>		<p>28/06/2016</p>	
<p>Nº Salida</p>		<p>491-2016</p>		<p>Nº Entrada</p>		<p>466-2016</p>		<p>18/22</p>	
<p>Fecha</p>		<p>28/06/2016 12:16</p>		<p>Fecha</p>		<p>28/06/2016 12:16</p>			
<p>Código de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/</p> <p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p> <p>FIRMA: María Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales</p> <p>6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==</p>									

así como los criterios de accesibilidad universal y de diseño universal para todas las personas, tal y como son definidos estos términos en el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre (TRLGDPD)

La empresa deberá presentar certificado donde indique el número de trabajadores en plantilla y en caso de ser su número igual o superior a 50, acreditación del cumplimiento de reserva mínima del 2% de trabajadores/as con certificado de discapacidad igual o mayor al 33%, o bien justificación de la adopción de las medidas sustitutorias previstas legalmente.

- Se subrogará al personal que desarrolle la actividad en los términos que establezca el Real Decreto Legislativo 1/1995, de 24 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores (ET), así como normativa concordante que sea de aplicación, en materia de subrogación de trabajadores.



Se incluye como Anexo I a este Pliego de Prescripciones Técnicas, la relación de los trabajadores que en la actualidad se encuentran prestando los servicios objeto del mismo, a los efectos de lo establecido en el artículo 120 del Texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

- La empresa adjudicataria, está obligada a implementar medidas para promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, en los términos que se establezcan en cada momento por la legislación vigente. En todo caso, estará obligada a presentar en la fase de presentación de ofertas las medidas para promover la igualdad entre mujeres y hombres, así como de conciliación familiar, durante la ejecución del contrato.

A estos efectos se deberá aportar junto con la documentación administrativa que se requiera a la empresa cuya oferta se considera más ventajosa, declaración sobre el número de trabajadores/as y justificación de disponer, en caso de superar los 250 trabajadores y por lo tanto ser preceptivo, del correspondiente plan de igualdad, en los términos de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y demás normativa de aplicación.

En toda la documentación, publicidad, imagen o materiales que sean necesarios para la ejecución del contrato y que se aporten a la persona usuaria, deberá hacerse un uso no sexista del lenguaje, evitar cualquier imagen discriminatoria de las mujeres o estereotipos sexistas y fomentar con valores de igualdad la presencia equilibrada, la diversidad y la corresponsabilidad.

- La empresa adjudicataria tiene la obligación de adoptar las medidas de seguridad y salud en el trabajo que sean obligatorias para prevenir de manera rigurosa los riesgos que pueden afectar a la vida, integridad y salud de las personas trabajadoras.

 AYUNTAMIENTO DE CORDOBA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES		www.ssm.cordoba.es	Código RAE: JA01140214	19 AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - SDIR.GRAL. GESTION
Código de Seguridad de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la Integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
FIRMADO POR: Carpetá, CORE/2016/00077990 María Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales		Fecha de firma: 28/06/2016 12:16 Código de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==		
Nº Doc. 102674-2016 (1 de 2) Fecha 28/06/2016 12:16	Nº Salida 491-2016 Fecha 28/06/2016 12:16		Nº Doc. 102674-2016 (1 de 2) Fecha 28/06/2016 12:16	
 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==				

Asimismo, deberá acreditar el cumplimiento de las obligaciones siguientes:

- La evaluación de riesgos y planificación de la actividad preventiva correspondiente a la actividad contratada.
- La formación e información en materia preventiva a las personas adscritas a la ejecución del contrato.
- El Justificante de la entrega de equipos de protección individual que, en su caso, sean necesarios.

La empresa adjudicataria deberá acreditar el cumplimiento de estos extremos mediante la documentación que corresponda en cada caso.

7. La entidad adjudicataria será la única obligada y responsable del cumplimiento de cuantas disposiciones legales resulten aplicables, en especial en materia de Contratación, Seguridad Social, Prevención de Riesgos Laborales y Tributaria. En ningún caso el personal que preste el servicio tendrá vinculación jurídica o laboral con el Ayuntamiento de Córdoba.

Esta obligación se extenderá a todo el personal subcontratado por la empresa adjudicataria principal, destinado a la ejecución del contrato.

8. Se considerará que las empresas licitadoras incurren en baja desproporcionada cuando en las ofertas presentadas el precio que oferten no permita pagar a los trabajadores el salario de acuerdo con el convenio colectivo del sector de la hostelería en Córdoba.

8 OCTAVA. DERECHOS DEL AYUNTAMIENTO

- a) Ordenar discrecionalmente la gestión del servicio, así como las variaciones en calidad, cantidad, tiempo y lugar de la prestación, dentro de los límites de la contratación.
- b) Fiscalizar la gestión del adjudicatario a cuyo efecto, a través de la Delegación de Servicios Sociales y de los técnicos de los Centros Municipales de Servicios Sociales Comunitarios de cada Distrito, se efectuará la suficiente labor de inspección que garantice la mejor prestación del servicio.
- c) Dictar órdenes para mantener o restablecer la prestación.
- d) Rescindir el contrato y recurrir a contratos de emergencia en los supuestos el adjudicatario no lo pudiera prestar por causas imputables o no a su voluntad, todo ello sin perjuicio de las

Servicios Sociales Municipales

www.ssm.cordoba.es

Código RAEI JA01140214

20



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	MAHA VICTORIA PANIAGUA AMO - Subdirectora General de Servicios Sociales	Nº Doc.	102674-2016 (1 de 2)	FECHA	28/06/2016
ID FIRM.	adela155.ayunc@cordoba.org	Nº Entrada	466-2016	PÁGINA	20/22
Nº Salida	491-2016	Fecha	28/06/2016 12:16		

6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==

responsabilidades que este pudiera incurrir por incumplimiento de las bases de la contratación.

9 NOVENA.- DURACIÓN DEL CONTRATO

El contrato tendrá un plazo de vigencia de dos años, a contar desde el día siguiente a la firma del contrato, si bien las partes pueden acordar su prórroga por mutuo acuerdo antes de la finalización del mismo por periodos máximos anuales, hasta un máximo de dos años más, sin que exceda su vigencia total (plazo contractual y prorrogas) de cuatro años.

10 DÉCIMA .- PRECIO Y FORMA DE PAGO AL CONTRATISTA



- I. El precio de cada Servicio de Comidas a Domicilio, cualquiera que sea su clase, será el que resulte de la adjudicación, como máximo **6,50 €** por persona y día al que se añadirá el IVA correspondiente **0,26 €** (4% IVA).

En el caso de que el suministro se efectúe en una barriada periférica del extrarradio (Higuerón, Villarrubia, Santa Cruz, Santa María de Trasierra, Alcolea, Veredón de los Frailes, Cerro Muriano), el precio como máximo será de **8 €**, al que se añadirá el IVA correspondiente, **0,32€** (4% IVA).

Sobre el precio final de adjudicación, que se entenderá que rige para el primer año de vigencia del Contrato, en las anualidades subsiguientes se incrementará en el **85 por 100 del último I.P.C.** interanual conocido a la fecha de cada vencimiento anual.

- II. El valor estimado del contrato podrá revisarse al alza o a la baja, hasta un máximo de un 20 por 100 del presupuesto establecido, en función del incremento o minoración económica que pudiera producirse respecto de la previsión inicial efectuada, tanto en los reajustes en los importes que la Junta de Andalucía subvenciona, al Plan Concertado de Servicios Sociales previsto en el DECRETO 203/2002, de 16 de julio, por el que se regula el sistema de financiación de los Servicios Sociales Comunitarios en Andalucía, como en general por ampliación o minoración de usuarios. Todo ello conforme a lo prescrito en el Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público. y restante normativa sobre contratación pública aplicable.

El precio total durante sus dos años de vigencia alcanzará un montante máximo de 1.129.397,60 €, desglosado en la siguiente forma: 1.085.959,24€ (sin IVA), más 43.438,36€ de IVA.

 <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - DIR.GRAL.</p>		 <p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA</p>		<p>AYUNTAMIENTO DE CORDOBA - SDIR.GRAL. GESTION</p>	
<p>Código de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/</p> <p>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>							
FIRMADO POR		Mª Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales		Nº Doc.		FECHA	
ID FIRM.		adela155@ayuncordoba.org		Nº Entrada		PÁGINA	
Nº Salida		491-2016		Fecha		28/06/2016 12:16	
Fecha		28/06/2016 12:16					

El precio anual previsto del mismo alcanzará un montante máximo de 564.698,80 €, desglosado en la siguiente forma: 542.979,62€ (sin IVA) más (21.719,18 € de IVA) y la Administración no contrae obligación de consumir la totalidad del mismo. No obstante respetándose siempre el precio por comida que resulte de la adjudicación y previo informe de la Intervención Municipal de Fondos, se podrán atender nuevas prestaciones derivadas de necesidades surgidas durante la vigencia de este contrato.

III. Las facturaciones se realizarán mensualmente, desglosadas por Distritos, incluyéndose en ellas el IVA, que será a cargo del/a Contratista, salvo caso de exención, causa que deberá ser debidamente acreditada. Las facturaciones se efectuarán por Servicio prestado y día de atención al beneficiario/a.

Córdoba 24/06/16

La Subdirectora General de Servicios Sociales

Mª Victoria Paniagua Amo

Servicios Sociales Municipales

www.ssm.cordoba.es

Código RAEL JA01140214

22



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
DIR. GRAL.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA -
SDIR. GRAL.
GESTION

Código Seguro de verificación: 6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verifirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMA: María Victoria Paniagua Amo - Subdirectora General de Servicios Sociales

adela155.ayunc@cordoba.org

6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==

Nº Doc. FECHA 102674-2016 (1 de 2) 28/06/2016

Nº Salida 491-2016

Fecha 28/06/2016 12:16

Nº Salida 491-2016
Fecha 28/06/2016 12:16



Nº Entrada 466-2016
Fecha 28/06/2016 12:16

6httpQ169+Xa3pN0diOcxKw==

**11. PLIEGO DE CONTRATACIÓN DE SERVICIO DE BAR-
CAFETERÍA DEL ZOOLOGICO**



C/ Capitulares, 1. 14071 – CORDOBA
Código RAEL JA01140214

ANEXO ACUERDO N.º 1.045/14

DILIGENCIA: Aprobado en sesión de Junta de Gobierno Local de:


28 de noviembre de 2014

EL TITULAR DEL ÓRGANO DE APOYO
A LA JUNTA DE GOBIERNO LOCAL

José Miguel Begines Paredes

(Firma electrónica)

Código Seguro de verificación: kFhu1FHXAA06n809n510BQ--. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adeis.ayuncordoba.es/verifirmaV2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 10 de diciembre, de firmas electrónicas.

FIRMADO POR	José Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adeis155.ayuncordoba.org	PÁGINA	1/32
 kFhu1FHXAA06n809n510BQ--			



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA

Delegación de Medio Ambiente Urbano y
Delegación Especial de Patrimonio de la
Humanidad y Casco Histórico



Parque Zoológico Municipal
Cód. RAEL:JA01140214

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR EN EL CONCURSO PARA LA CONTRATACIÓN DE LA EXPLOTACIÓN Y APROVECHAMIENTO DE LA CAFETERÍA-BAR DEL PARQUE ZOOLOGICO DE CÓRDOBA

PRIMERA. OBJETO DEL CONTRATO

Es objeto del presente Pliego de Condiciones Técnicas la contratación de la explotación y el aprovechamiento de la Cafetería-Bar, en el Parque Zoológico del Excmo. Ayuntamiento de Córdoba.

SEGUNDA. PRECIO DEL CONTRATO

El tipo sobre el que ha de versar la licitación será de xxxx €, realizándose las ofertas al alza respecto a este tipo de licitación.

El pago del canon habrá de hacerse del siguiente modo: la primera mensualidad en los siguientes quince días una vez se firme el contrato; las siguientes mensualidades, mensualmente dentro de los primeros quince días de cada mes, en la cuenta del Excmo. Ayuntamiento habilitada al efecto.

TERCERA. DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato será de 5 años a contar desde el día siguiente a la formalización del contrato, pudiendo establecerse 3 prórrogas por un máximo de un año de duración cada una.

CUARTA. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

Este Contrato se adjudicará por el procedimiento abierto según los criterios establecidos en este Pliego de Condiciones.

Los licitantes podrán conocer detalladamente las dependencias en las que se instalará la Cafetería-Bar cuya explotación y aprovechamiento se contrata, debiendo contactar para ello con el Zoológico de Córdoba

Se trata de un local de 321,15 m², con salidas a la calle y al recinto del zoológico (donde habrá una superficie destinada a colocación de veladores de aproximadamente 250 m²), distribuidos de la siguiente forma:


- Zona de atención al público: 217,89 m².
- Zona de barra: 46,75 m².
- Aseos: 6,22 m².
- Zona de almacén, cámara y cocina: 50,29 m².

Dispone de acometidas de telefonía, baja tensión, agua y saneamiento así como de aire acondicionado.

QUINTA. OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

HORARIOS DEL SERVICIO

- El adjudicatario adquiere el compromiso de acometer el funcionamiento pleno del servicio, que deberá abrirse al público en un plazo de 15 días contados desde la notificación del correspondiente contrato, sin perjuicio de lo previsto en el pliego de cláusulas administrativas particulares.
- El adjudicatario prestará el servicio en cafetería de forma regular y continuada de lunes a domingo, adaptándose a los horarios de apertura y cierre de la instalación. Si bien el horario en los días de cierre al público se prestará para atender el servicio de desayuno.

Código Seguro de verificación: kPhu1FHKAA060R02n51Q0Q--. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirma/v2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Begües Parada	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela165.ayuncordoba.org	PAGINA	7/32
 kPhu1FHKAA060R02n51Q0Q--			



Parque Zoológico Municipal
Cód. RAEL:JA01140214

La apertura excepcional fuera de este horario para atender a grupos numerosos asistentes a actividades del parque, deberá ser expresamente autorizada por la Dirección.

- En todo caso, la Dirección del Zoológico de Córdoba podrá disponer las adaptaciones puntuales o periódicas de horario que pudieran resultar aconsejables para el mejor desarrollo de la actividad y de atención del servicio, así como durante las actividades especiales que se programen, siempre que se comuniquen al adjudicatario con al menos dos días de antelación.
- El adjudicatario no podrá utilizar las instalaciones para ofertar servicios a otros colectivos distintos de las visitas al parque y estará obligado a coordinarse con la Dirección del Zoo cuando, por motivos de fechas especiales o celebraciones, se pretenda realizar en la instalaciones del Parque Zoológico Municipal algún tipo de actividad paralela, tipo taller o visita guiada, quedando expresamente prohibida la posibilidad de realizar dichas actividades sin supervisión y autorización expresa de la Dirección del Zoológico de Córdoba.


LIMPIEZA, HIGIENE Y CONTROL ALIMENTARIO

- El adjudicatario se obliga a mantener en correcto estado de conservación y limpieza de todo el material instalado, que será retirado por el adjudicatario, previa autorización del Excmo. Ayuntamiento de Córdoba, una vez finalizado el contrato sin que tenga derecho a reclamar cantidad alguna por ningún concepto.
- El adjudicatario cumplirá la normativa sanitaria de aplicación en todos los aspectos relacionados con el servicio y en especial las normas referidas a la higiene, elaboración, distribución y comercio de productos alimenticios.
- El adjudicatario deberá garantizar, en todo momento, el cumplimiento de las cadenas de frío y calor, antes y después de la elaboración de los alimentos para la correcta conservación de los mismos hasta su consumo.
- La limpieza de los locales, equipos, utensilios y menaje, así como las actuaciones correspondientes a desinfección y control de plagas (DDD), de locales y equipos, estará a cargo de la empresa adjudicataria.
- Los locales estarán permanente limpios y presentables, en particular en los horarios de mayor afluencia de público. A estos efectos se deberá dedicar el personal y medios necesarios, para mantener el adecuado nivel de orden y limpieza.
- La limpieza de mantenimiento se realizará en las horas en que la cafetería se encuentre cerrada. No obstante, existirá un servicio permanente de limpieza que actuará a lo largo de la jornada para mantener la limpieza de las instalaciones.

LOCALES, INSTALACIONES Y MANTENIMIENTO

- Durante la vigencia del contrato, el adjudicatario está obligado a la conservación y mantenimiento ordinarios del local, el acceso al mismo y de las instalaciones afectas al servicio contratado, para lo que efectuará por su cuenta y cargo todas las diligencias y/o reparaciones necesarias para ello.
- Las posibles reformas a realizar en el local para su mejor acondicionamiento, serán realizadas por cuenta y cargo del adjudicatario, corriendo por cuenta del mismo todas aquellas licencias o permisos necesarios para su ejecución. Dichas obras deberán contar, en todo caso, con la previa aprobación de la Dirección del Zoológico. Todas las mejoras u obras de acondicionamiento que se realicen por el adjudicatario con posterioridad a la adjudicación del aprovechamiento quedarán en beneficio del Parque Zoológico del Excmo. Ayuntamiento de Córdoba, sin posibilidad de indemnización o compensación económica alguna por esta causa.
- El adjudicatario dotará la Cafetería-Bar, y se deberá especificar en la oferta, de los elementos necesarios para la correcta explotación y aprovechamiento de la misma. Igualmente, podrá disponer, con la aprobación de la Dirección del Zoológico, de elementos accesorios que

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA06p8Q9p510DQ-- Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://adela.ayuncordoba.es/verfirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Jose Miguel Regines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PAGINA	3/32
 kPhu1PHKAA06p8Q9p510DQ--			

coadyuven a la mencionada explotación. Se tendrá especial cuidado en el mobiliario que pueda colocarse en el exterior de la Cafetería-Bar (en la zona reservada para ello), principalmente en los asientos y veladores, que en ningún caso podrán llevar publicidad.

- La Dirección del Zoológico de Córdoba se reserva el derecho a realizar en dichas instalaciones, sin necesidad de autorización del adjudicatario, aquellas obras o reparaciones de mayor importancia que a su juicio resulten necesarias para el servicio general del inmueble, debiendo comunicarlo al adjudicatario con al menos 15 días de antelación.


Si el desarrollo de las obras impidiera una explotación razonable del servicio, el Excmo. Ayuntamiento de Córdoba podrá exonerar al adjudicatario del pago de todo o de parte del canon, por el tiempo que duren las mismas.

- La dirección aportará el local destinado a la cafetería, poniendo a disposición del adjudicatario los espacios físicos, puntos eléctricos y de agua existentes para su uso correspondiente, se supervisarán las actuaciones de la empresa adjudicataria en cuanto a la preinstalación, así como las que posteriormente fueran necesarias realizar a lo largo del contrato.
- Será por cuenta del adjudicatario la contratación y uso del servicio de teléfono si lo instalara.
- El consumo de energía eléctrica y de agua correrán a cargo del adjudicatario.
- La empresa adjudicataria estará obligada a mantener en buen estado, corregir averías y ejecutar el mantenimiento preventivo y correctivo de todas las instalaciones industriales del local: electricidad, fontanería, gas, extracción de gases, etc.
- Asimismo, realizará a su coste todas las revisiones periódicas de dichas instalaciones que dicte la legislación vigente, así como las actuaciones que se puedan producir como consecuencia de la normativa vigente en cada momento.
- Las averías en instalaciones estructurales del local, que se demuestren provocadas por el mal o inadecuado uso de las instalaciones o equipos o su deficiente mantenimiento u obsolescencia, serán responsabilidad de la empresa adjudicataria, que correrá con los gastos ocasionados en la reparación de la avería, así como los desperfectos o perjuicios causados al Parque Zoológico o a los usuarios.
- Antes de que el contratista inicie su actividad en la cafetería, el equipo responsable llevará a cabo una inspección, con el fin de garantizar que las instalaciones reúnan las condiciones necesarias para su buen funcionamiento, manteniendo esta facultad durante la vigencia del contrato y sus prórrogas, durante las cuales realizará las inspecciones que estime convenientes.
- Queda prohibida la instalación en los locales objeto del contrato de máquinas automáticas de juegos de cualquier tipo, de expedición de tabaco, de vending o de cualquier otra naturaleza ajena a la actividad objeto del contrato.

Para la instalación de cualesquiera otras que se pretendan poner en servicio, el adjudicatario deberá contar con la previa autorización de la Dirección del Zoológico de Córdoba.

ARTICULOS, CALIDADES Y PRECIOS DE LOS MISMOS

- El adjudicatario tiene derecho a percibir de los usuarios, como contraprestación a sus servicios, las tarifas de precios autorizadas. Asimismo deberá contar con medios técnicos suficientes que permitan emitir un ticket o factura correspondiente al precio de lo consumido al tiempo de su abono, al margen de cualesquiera otras obligaciones derivadas de la legislación aplicable en este tema.
- El contratista tendrá expuestas en lugar visible de la cafetería las listas de precios autorizados, que deberán contener de forma expresa los precios de los cafés, desayunos, menús, etc.
- El adjudicatario está obligado a tener a disposición del cliente el libro de hojas de reclamaciones, así como a cumplir con la normativa vigente para este tipo de actividades.

Código Seguro de verificación: kFhu1P1KKA060809051QDQ-- Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adola.ayuncordoba.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PÁGINA	4/32
 kFhu1P1KKA060809051QDQ--			



Parque Zoológico Municipal
Cód. RAEL:JA01140214

- La relación de productos a la venta y sus PVP, que deberán relacionarse en la oferta presentada a Concurso, deberán ser aprobados por la Dirección del Zoológico de Córdoba antes de su exposición al público, así como las modificaciones de productos que posteriormente hubiere. En esta relación de productos, habrá de incluirse obligatoriamente, al menos, cuatro productos procedentes del Comercio Justo.

Se considerarán válidos como productos de Comercio Justo aquellos que estén certificados por la Asociación del Sello de Productos de Comercio Justo (Fairtrade Labelling Organization) o procedan de Organizaciones de Comercio Justo acreditadas por IFAT (Asociación Internacional de Comercio Justo), así como aquellos que puedan acreditar documentalmente el cumplimiento de los principios citados en el Anexo 1.

- El adjudicatario está obligado a mantener, durante el plazo de ejecución del contrato, los precios, cantidades y calidades de los artículos, con las actualizaciones que procedan para mantener el equilibrio financiero del contrato; entendiéndose que en los mismos se incluyen cualesquiera gravámenes que deban repercutirse en los mismos, y expresamente el I.V.A. Las actualizaciones de precios se harán con una periodicidad no inferior a la anual, y deberán contar con la autorización de la Dirección.
- La empresa contratista, previo al inicio de la prestación, entregará una relación completa de los Productos alimentarios y alimenticios y las marcas que suministrará, acompañada de Registro General Sanitario de Empresas Alimentarias y Alimentos (RGSEAA).
- El adjudicatario deberá tener disponibles productos específicos para clientes con alergias o intolerancias alimentarias comunes (gluten, lactosa, etc.)
- La Dirección se reserva el derecho a exigir la retirada de los productos que no reúnan las condiciones higiénico-sanitarias, así como los que, por su naturaleza o forma de preparación, resulten no saludables o inapropiados.
- La contratación y adquisición de artículos que se consuman en la cafetería serán por cuenta exclusiva del contratista, no pudiendo utilizar el nombre del Parque Zoológico Municipal de Córdoba en sus relaciones con terceros, tanto en lo que afecte a clientes, proveedores, o cualquier otra que pueda tener con personas a su servicio, haciéndose directamente responsable de la obligación que contraiga.


CONTROLES DE CALIDAD

- El adjudicatario responderá, a todos los efectos y con carácter exclusivo, de la adecuada calidad de los productos que se pongan a la venta, pudiendo la Dirección del Zoológico de Córdoba corregir lo que a su juicio no se ajuste al nivel adecuado de calidad que se pretende, y ello con independencia de la obligación del adjudicatario de cumplir fielmente la normativa vigente que resulta de aplicación a este tipo de servicios.
- Si a iniciativa de la Dirección del Zoológico o por reclamaciones o denuncias de los usuarios se comprueba que el servicio prestado no se ajusta a lo indicado en las condiciones del contrato, la Dirección podrá exigir a la empresa la corrección de los defectos, a su costa. En este sentido será responsable en todo momento, del mal funcionamiento del servicio.

CONDICIONES LABORALES Y SOCIALES

- Todo el personal contratado por el adjudicatario dependerá única y exclusivamente del mismo, el cual tendrá todos los derechos y obligaciones inherentes a su calidad de patrono respecto al citado personal con arreglo a la legislación laboral y social actualmente vigente, o que en lo sucesivo pueda promulgarse, sin que en ningún caso resulte responsable el Parque Zoológico de las obligaciones existentes entre ellos, aún cuando las medidas que adopten sean como consecuencia directa o indirecta del cumplimiento, incumplimiento, rescisión o interpretación del contrato suscrito por ambas partes. A estos efectos el adjudicatario dará cuenta de las altas y bajas que se produzcan.

Código Seguro de verificación:kFhu1FHKA0608090510D0-- Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ndoin.nyuncordoba.es/verifirma/v2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	ndolela155.nyuncordoba.org	PAGINA	5/32
			
kFhu1FHKA0608090510D0--			

Parque Zoológico Municipal
Cód. RAE: JA01140214

- El adjudicatario será responsable de que los trabajadores a su cargo cumplan las reglas generales de disciplina, buen comportamiento, aseo y horario. Dichos trabajadores deberán ir debidamente uniformados e identificados.
- El adjudicatario deberá cumplir con respecto al personal a su cargo lo previsto en la normativa en vigor relativa a los manipuladores de alimentos.
- Los daños que el personal del adjudicatario pudiese ocasionar a los bienes de propiedad del Zoo, y sea por negligencia o conducta dolosa, serán indemnizados por el contratista.
- El adjudicatario se compromete a contratar al personal necesario para atender los servicios, a cuyos efectos presentará con la oferta, el personal mínimo que dispondrá para la prestación del servicio.
- La Dirección se reserva el derecho a exigir al adjudicatario que prescinda del personal que no guarde la debida corrección con los usuarios, mantenga hábitos antihigiénicos o contravenga gravemente la regulación de régimen interior del Zoo.
- Caso de que la plantilla ofertada por el adjudicatario se demuestre insuficiente para el cumplimiento de las prestaciones objeto del contrato, con los criterios de calidad y tiempo exigidos, deberá incrementarla a su costa en número suficiente para cumplir correctamente los criterios exigidos.
- En todo caso presentará semestralmente certificación general de la Tesorería de la Seguridad Social, y de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, justificativas del cumplimiento de sus obligaciones para con el Sistema de Seguridad Social y tributarias; y mensualmente, hasta el vencimiento del siguiente semestre los TC-1 y TC-2 cuyo devengo por cotizaciones se hayan producido cada mes, así como copia fehaciente de los documentos acreditativos del cumplimiento de las obligaciones formales y de Ingreso vencidas en dicho período.
- El contratista estará obligado al cumplimiento de toda la normativa vigente en materia de Prevención de Riesgos Laborales en todas las fases del contrato, tanto en la ejecución de las obras e instalaciones, como durante la prestación del servicio. En concreto, será la encargada de estudiar, documentar, organizar, gestionar cumplir y hacer cumplir toda la normativa de seguridad y salud en el trabajo.

SEXTA. IMPUESTOS Y AUTORIZACIONES ADMINISTRATIVAS

El adjudicatario está obligado a la tramitación y pago de toda clase de impuestos, contribuciones, arbitrios, tasas, etc., estatales, municipales o de otro ámbito inherentes a la apertura y ejercicio de la actividad propia de servicio de Cafetería-Bar, objeto de este Pliego de Condiciones.

Igualmente, deberá estar en posesión de las autorizaciones administrativas necesarias para el correcto funcionamiento del objeto de esta contratación.


SEPTIMA. SUBARRIENDOS, CESIONES Y TRASPASOS

Queda totalmente prohibido el subarriendo y/o cualquier tipo de cesión o traspaso, de todo o parte del objeto de esta adjudicación, de forma esporádica, provisional o permanente.

OCTAVA. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

Sin perjuicio de la resolución del contrato por incumplimiento de las obligaciones del adjudicatario consignadas en este Pliego de Condiciones o las derivadas de las normas que regulan la contratación en las administraciones públicas, el Excmo. Ayuntamiento de Córdoba podrá acordarla, además, por alguna de las siguientes causas:

- a) La demora en el pago del precio del contrato y los demás derechos y tasas que se generen como consecuencia del ejercicio del mismo.

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA060809051QDQ==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 58/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Parras	FECHA	02/12/2014
ID, FIRMA	adela156.ayuncordoba.org	PÁGINA	8/32
 kPhu1PHKAA060809051QDQ==			



Parque Zoológico Municipal
Cód. RAEL: JAD1140214

- b) El desarrollo de negocio distinto a la explotación y aprovechamiento objeto de esta contratación.
- c) La realización de obras o instalaciones sin autorización del Excmo. Ayuntamiento de Córdoba.
- d) La no presentación para su autorización de las tarifas de precios.
- e) La no presentación mensual de estar al corriente del pago de la Seguridad Social de los trabajadores contratados para la prestación del servicio.
- f) La falta de uniformidad decorosa del personal que presta el servicio objeto de este contrato.
- g) El incumplimiento del horario de apertura y cierre de la Cafetería-Bar.
- h) Las previstas en el pliego de condiciones administrativas particulares.

La Dirección del Parque Zoológico, o en quien delegue, podrá inspeccionar en cualquier momento el estado de las dependencias y efectuar las propuestas necesarias para la correcta prestación del servicio.

Asimismo, el Excmo. Ayuntamiento, o en quien delegue, podrá recabar la inspección de los Organismos Oficiales que considere convenientes, si se advirtieran incumplimientos graves o reiterados de la normativa aplicable.

NOVENA. SEGUROS

El adjudicatario se obliga a entregar antes de abrir al público la Cafetería-Bar, la documentación relativa a las pólizas de Responsabilidad Civil e Incendios, incluyendo su condicionado general, particular y especial si lo hubiere, así como presentar anualmente, ante la Dirección del Zoológico de Córdoba, los correspondientes recibos anuales de las primas satisfechas. Ambas pólizas deberán mantenerse en vigor durante toda la duración del contrato.

DÉCIMA. LEGISLACIÓN LABORAL Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

El adjudicatario está obligado a cumplir lo dispuesto en la legislación laboral, en todos sus aspectos, incluidos los de Previsión y Seguridad Social, así como en la legislación tributaria, conforme a sus respectivas normativas vigentes en cada momento.

Deberán justificarse documentalmente los extremos a que se hace referencia en el Real Decreto 1462/85 de 3 de julio, sobre obligaciones tributarias.

UNDÉCIMA. RELACIÓN CONTRACTUAL


Ni el adjudicatario ni su personal dependiente, en virtud de su prestación de servicios para el desarrollo del objeto de este contrato, tendrá ninguna relación laboral con el Excmo. Ayuntamiento de Córdoba, y ello con independencia del momento o la causa en virtud de la cual se extinga esta concesión.

DUODÉCIMA. CONDICIONES DEL CONTRATO

El adjudicatario se somete a las normas contenidas en el presente Pliego de Condiciones y se obliga a la firma del correspondiente contrato administrativo, que se formalizará con expresa emisión a este Pliego, incorporándose el tipo de licitación aprobado en la adjudicación y el correspondiente proyecto de explotación, que incluirá un diseño de acondicionamiento de la Cafetería-Bar, estándar de calidad, relación inicial de productos a la venta y sus correspondientes precios de venta al público, etc.

DECIMOTERCERA. LEGISLACIÓN APLICABLE

Para lo no previsto en este Pliego de Condiciones se estará a lo dispuesto en el texto Refundido de la Ley de Contratos del sector público y demás legislación que resulte de aplicación.

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA0G0020510DD==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirmuv2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 58/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	José Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PÁGINA	7/32
 kPhu1PHKAA0G0020510DD==			

Parque Zoológico Municipal
Cód. RAEL:JA01140214

DECIMOCUARTA. REPRESENTANTE DEL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN

Se designa al Director del Zoológico como representante del órgano de contratación, el cual ostentará por delegación las siguientes facultades:

- Resolver cuestiones no sustanciales relativas a la interpretación de los pliegos administrativos particulares y técnicos previo informe técnico-jurídico del Departamento de Recursos Internos.
- Promover las reuniones que resulten necesarias al objeto de mejorar, corregir, o impulsar la explotación en los términos que mejor convenga a los intereses públicos.
- Establecer las directrices oportunas en cada caso, pudiendo requerir en cualquier momento la información que precise acerca de la explotación y funcionamiento del arrendamiento.
- Informar sobre cualquier incidente que suponga el incumplimiento de las condiciones del contrato, y adoptar las medidas provisionales para solucionarlos.
- Inspeccionar y supervisar la explotación.
- Proponer las modificaciones que fueran necesarias para el correcto funcionamiento de la explotación.
- Autorizar las obras de mejora e informar o proponer la prórroga del contrato.

DECIMOQUINTA. CRITERIOS DE BAREMACIÓN

El Excmo. Ayuntamiento de Córdoba adjudicará el contrato a la oferta más ventajosa, que se determinará teniendo en cuenta los siguientes criterios de baremación:


Criterios de Adjudicación	Puntuación máxima
Mejora en el canon anual	65
Mayor porcentaje de descuento al Club de amigos, al Carné de visitante habitual (adulto y menor) y cualesquiera otros carné anuales emitidos por el Parque zoológico Municipal	15
Variedad y número de productos de Comercio Justo ofertados valorándose cada producto de más, sobre el mínimo de cuatro obligatorio, con 1 punto.	5
Propuesta de organización del servicio. Se indicará de un modo detallado y, en su caso, valorando, entre otros, el carácter que se pretende dar a la actividad, los medios materiales, el personal a aportar a la prestación del servicio, la variedad de la carta y gestión organizativa.	15

El proceso de adjudicación podrá declararse desierto si ninguno de los licitadores alcanza el tipo de licitación, si el proyecto de explotación no resultara adecuado, lo que se justificará mediante informe técnico, o si no resultara suficientemente acreditada la solvencia profesional o económica de los mismos.

CÓRDOBA, 21 DE OCTUBRE DE 2014

EL DIRECTOR DEL PARQUE ZOOLOGICO MUNICIPAL DE CÓRDOBA

FDO. MANUEL ROJO ARANDA

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA050R090510D0-- Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adesa.ayuncordoba.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	José Miguel Reginos Parada	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adesa155.ayuncordoba.org	PÁGINA	8/32
 kPhu1PHKAA050R090510D0--			




Parque Zoológico Municipal
Cód. RAEL:JA01140214

ANEXO 1: CONCEPTO DE COMERCIO JUSTO

El Parlamento Europeo en el art. 2 de su Resolución sobre Comercio Justo y Desarrollo [2005/2245 (INI)] considera que, para eliminar el riesgo de abusos, el Comercio Justo debe cumplir una serie de criterios definidos por el movimiento en favor del comercio justo en Europa en la siguiente manera:

- pago de un precio justo al productor, que garantice unos ingresos justos y que permita cubrir unos costes sostenibles de producción y los costes de subsistencia; este precio debe igualar, por lo menos, al precio y la prima mínimos definidos por las asociaciones internacionales de comercio justo,
- parte del pago se debe efectuar por adelantado, si el productor así lo solicita,
- una relación estable y a lo largo plazo con los productores, así como la intervención de estos en el establecimiento de normas de comercio justo,
- transparencia y trazabilidad en toda la cadena de abastecimiento, a fin de garantizar una información adecuada al consumidor,
- unas condiciones de producción que respeten los ocho convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT),
- el respeto del medio ambiente, la protección de los derechos humanos, en particular de los derechos de las mujeres y los niños/as, así como el respeto de los métodos de producción tradicionales que favorezcan el desarrollo económico y social,
- programas de desarrollo de capacidades y capacitación para los productores, en especial para los pequeños productores marginales de los países en desarrollo, para sus organizaciones y para sus respectivas comunidades, a fin de garantizar las sostenibilidad del comercio justo,
- el respaldo a la producción y la entrada al mercado de las organizaciones de productores,
- actividades de sensibilización sobre producción y las relaciones comerciales en el marco del comercio justo, su misión y sus objetivos, y sobre la injusticia reinante en las normas del comercio internacional,
- el seguimiento y la verificación del cumplimiento de estos criterios, en cuyo marco debe corresponder un importante papel a las organizaciones del hemisferio sur, con miras a una reducción de costes y una mayor participación de las mismas en el proceso de certificación,
- evaluaciones de impacto periódicas sobre las actividades relacionadas con el comercio justo.

Código Seguro de verificación: kFhu1FHKAA06u809u510DQ==. Permiso la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirma2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 10 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Boginas Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PAGINA	9/12
 kFhu1FHKAA06u809u510DQ==			



AYUNTAMIENTO
DE CÓRDOBA

Área de Hacienda
y Administración Pública

Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Cañilleros, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfidelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES QUE HAN DE REGULAR LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CAFETERÍA-BAR DEL PARQUE ZOOLOGICO DE CÓRDOBA.

I.- ELEMENTOS DEL CONTRATO

1.- OBJETO.-

Es objeto de este Pliego la contratación de la explotación de un local destinado a Cafetería-Bar en el Parque Zoológico de Córdoba, conforme a las características y determinaciones especificadas en el Pliego de Condiciones Técnicas.

2.- NECESIDADES ADMINISTRATIVAS A SATISFACER.-

Se pretende atender la necesidad del Servicio de Cafetería-Bar del Parque Zoológico de Córdoba.

3.- CARACTERÍSTICAS DEL OBJETO DEL CONTRATO.-

Las definidas en el Pliego de Condiciones Técnicas.

4.- NORMATIVA APLICABLE.-

La contratación que sirve de base a este Pliego tiene carácter administrativo especial, según el artículo diecinueve apartado primero letra b) del Real Decreto Legislativo 3/2011, de catorce de Noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público (TRLCSP en adelante), y ambas partes, por no existir normas propias, quedan sometidas al citado texto legal, así como al desarrollo parcial de la Ley realizado por el Decreto 817/2009, de ocho de Mayo, y el Reglamento General aprobado por Real Decreto 1098/2001, de doce de Octubre.


Asimismo, serán de aplicación la Ley 7/1985, de dos de Abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local y, el Real Decreto Legislativo 781/1986, de dieciocho de Abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de las Disposiciones Legales Vigentes en materia de Régimen Local, en cuanto no se opongan al TRLCSP.

Supletoriamente se aplicarán las restantes normas de derecho administrativo y, en su defecto, las normas de derecho privado.

5.- TRAMITACIÓN, PROCEDIMIENTO Y FORMA DE ADJUDICACIÓN.-

El contrato se adjudicará por procedimiento abierto, conforme a los términos y requisitos establecidos en el TRLCSP.

Dado que la Cafetería-bar está cerrada desde el día uno de Agosto de dos mil trece, que el

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA0608090510DQ--. Permiso la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 58/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	José Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PÁGINA	10/32
 kPhu1PHKAA0608090510DQ--			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17065 - 17101 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

Parque Zoológico Municipal recibe una media de más de 100.000 visitas anuales, que se han recibido numerosas quejas de los visitantes y dada la importancia de prestar un servicio de Cafetería-bar, al tratarse de un servicio complementario al zoo, por el servicio gestor se solicita que la tramitación del presente expediente se lleve a cabo por el procedimiento de urgencia.

6.- EJECUCIÓN DEL CONTRATO.-

La ejecución del contrato se efectuará de acuerdo con sus propios términos y sus documentos anejos, Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y Pliego de Condiciones Técnicas, sin que el adjudicatario pueda ser eximido de la obligación de su cumplimiento por su desconocimiento o falta de información sobre su contenido.

El presente Pliego y el Pliego de Condiciones Técnicas revestirán carácter contractual. En caso de discordancia entre el presente Pliego y cualquiera de los otros documentos contractuales prevalecerá el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

7.- CANON.-

El adjudicatario está obligado a satisfacer al Ayuntamiento de Córdoba el canon que resulte de su oferta, y que estará constituido por una cantidad anual igual o superior a 16.180,20 euros, excluido el Impuesto sobre el Valor Añadido.

El citado canon tiene la consideración de tipo de licitación, por lo que no admitirán ofertas por debajo del mismo.

El canon ofertado no constituirá un factor exclusivo de la adjudicación, según lo dispuesto en el artículo ciento cincuenta del TRLCSP.

El canon no incluye cualquier tasa o pago de cualquier tipo que deba ser abonada por el adjudicatario a la Administración a consecuencia de la realización de su actividad.

El pago del canon anual ofertado se efectuará del siguiente modo:

La primera mensualidad se abonará dentro de los quince días naturales siguientes a la formalización del contrato; las siguientes mensualidades se abonarán por mes anticipado dentro de los primeros quince días de cada mes, en la cuenta del Excmo. Ayuntamiento habilitada al efecto.

En cualquier caso, el retraso en el pago superior a quince días la primera vez, o a cinco días la segunda y siguientes, supondrá la resolución del contrato, con pérdida de la fianza constituida, sin perjuicio de la reclamación de las cantidades adeudadas por la vía de apremio.

8.- REVISIÓN DEL CANON-

Table with verification code, signature, date, and ID information. Includes a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17065 - 17161 - Fax 057 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

Los precios establecidos para la prestación del servicio no podrán ser objeto de revisión, conforme a lo establecido en los artículos ochenta y nueve a noventa y cuatro del TRLCSP y concordantes del RGLCAP. A su vez, el canon que resulte de la adjudicación tampoco será objeto de revisión.

8.- RESPONSABILIDADES.-

El adjudicatario responderá de los daños y perjuicios que se pudieran ocasionar o causar a los bienes objeto del presente contrato, respondiendo incluso por los deterioros producidos por los usuarios del Bar-Cafetería, devolviendo las instalaciones, a la finalización del contrato, en el mismo estado en que se recibieron.

Asimismo, responderá directamente de los daños y perjuicios que ocasione a terceros no comprendidos en el apartado anterior con motivo de la prestación del servicio.

Responderá igualmente en el caso de incurrir en incumplimiento de alguna de las obligaciones que se indican en el Pliego de Condiciones Técnicas.

9.- PERSONAL.-

El adjudicatario se obliga a contratar al personal que estime necesario para llevar a cabo la actividad de que se trata, siendo todos los gastos y cargas sociales de cuenta exclusiva del adjudicatario.

El incumplimiento de las normas en materia de derechos de los trabajadores y de la Seguridad Social será causa de resolución del contrato.

El personal dependiente del adjudicatario y que intervenga en la prestación del servicio, no adquirirá frente al Ayuntamiento relación laboral alguna ni de ningún otro tipo.

Los daños que este personal pueda ocasionar en el mobiliario o instalaciones municipales, por negligencia o dolo, serán abonados por el adjudicatario, debiendo éste responder igualmente de la sustracción de cualquier material, valor y efectos imputables a su personal.

10.- OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO.-

Las enunciadas en el Pliego de Condiciones Técnicas.

11.- PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO Y PRÓRROGAS.-

El período de duración del contrato será de cinco años, a contar desde el día siguiente al de la formalización del mismo.

El presente contrato podrá ser objeto de prórroga por periodos máximos anuales hasta un total

Table with verification code, signature details, date, and page number. Includes a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEI JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 400 000 Ext. 17005 - 17181 - Fax 957 488 832
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

de tres años más.

12.- OTRAS CIRCUNSTANCIAS EXIGIDAS AL ADJUDICATARIO.-


El Ayuntamiento de Córdoba sólo aportará el local o espacio del edificio destinado a tal fin. El adjudicatario no adquirirá derecho alguno de propiedad sobre el inmueble, viniendo obligado a su mantenimiento y conservación, y teniendo sólo derecho de uso.

El local dispone de acometidas de telefonía, baja tensión, agua y saneamiento así como preinstalación del aire acondicionado, como se señala en el Anexo 1 del Pliego de Condiciones Técnicas, siendo por cuenta del adjudicatario el consumo de energía eléctrica y de agua, así como la contratación y uso del servicio de teléfono si lo instalara.

Los utensilios, productos y mobiliario necesarios para la prestación del servicio serán a cargo del adjudicatario; el material será de primera calidad, no pudiéndose usar piezas deterioradas. Las reparaciones y reposiciones de material serán a cargo del adjudicatario.

13.- NORMAS DE LICITACIÓN.-

- a) Podrán presentar ofertas en la licitación objeto del contrato y en la forma y plazo que se especifica más adelante, las personas físicas o jurídicas, españolas o extranjeras, con plena capacidad de obrar cuya finalidad o actividad guarde relación con el objeto del contrato, según resulte de sus respectivos Estatutos o reglas fundacionales, debiendo acreditar su solvencia y la disposición de una organización con elementos personales y materiales suficientes para la debida ejecución del contrato.
- b) La presentación de proposiciones presume por parte del licitador la declaración responsable de la exactitud de todos los datos presentados y de que reúne todas y cada una de las condiciones exigidas para la contratación del servicio objeto de la licitación.
- c) No podrán concurrir a las licitaciones empresas que hubieran participado en la elaboración de las especificaciones técnicas o de los documentos preparatorios del contrato siempre que dicha participación pueda provocar restricciones a la libre concurrencia o suponer un trato privilegiado con respecto al resto de las empresas licitadoras.
- d) Asimismo, los licitadores no podrán suscribir ninguna propuesta en unión temporal con otros si lo han hecho individualmente, ni figurar en más de una unión temporal. La infracción de estas normas dará lugar a la no admisión de todas las propuestas por él suscritas. Asimismo, no se podrá presentar más de una oferta con el mismo representante, mediador, corredor o intermediario.
- e) Para participar en la presente licitación, el proponente deberá presentar, dentro del plazo establecido para presentación de ofertas que se recogerá en el anuncio de licitación con respecto a lo establecido en el TRLCSP, en el Departamento de Recursos Internos,

<p>Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA060R090510DQ-- Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ndeln.ayuncordoba.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>			
FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Parades	FECHA	02/12/2014
ID FIRMA	ndeln155.ayuncordoba.org	PAGINA	13/32
 <p>kPhu1PHKAA060R090510DQ--</p>			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
957 499 900 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

Unidad de Contratación, sita en la cuarta planta de la sede del Ayuntamiento de Córdoba, calle Capitulares, s/n, código postal 14007, en horario desde las nueve a las catorce horas, ambas inclusive, en el plazo que se indique en la anuncio de licitación, teniendo disponible para su información la página web: www.perfildelcontratante.cordoba.es, tres sobres cerrados ("A", "B" y "C") con la documentación que luego se especifica, indicando en cada uno el contrato a que se concurre, denominación de la empresa o proponente, nombre y apellidos de quien firme la proposición y el carácter con que lo hace, todo ello de forma legible. Los sobres deberán estar, necesariamente, firmados por el licitador o persona que lo represente.

- f) En caso de que el solicitante envíe su proposición por correo, deberá justificar la fecha de imposición del envío en la oficina de correos y comunicar por fax la remisión de la oferta, en el número de fax 957 499 932, antes de las 00:00 horas del último día del plazo de presentación de ofertas. Sin la concurrencia de ambos requisitos, la proposición no será admitida.

La fecha de imposición del envío en la oficina de correos deberá ser antes de limite fijado para presentación de ofertas o proposiciones señalado en el anuncio de licitación.

Transcurridos, no obstante, diez días naturales siguientes a la indicada fecha de imposición sin haberse recibido la proposición, esta no será admitida en ningún caso.

14.- PLAZO DE PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.-

El plazo de presentación de las proposiciones se establece en el anuncio de licitación que figurará en el Perfil del Contratante (www.perfildelcontratante.cordoba.es).

15.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR, LUGAR DE PRESENTACIÓN Y FORMA DE PRESENTACIÓN.-

Antes del plazo de finalización fijado en el anuncio de licitación y en el lugar que se determina en este Pliego, deberá presentarse la siguiente documentación:

15.1.- Sobre "A": Capacidad para contratar:

Contendrá los siguientes documentos:

- 1) Declaración responsable del licitador, conforme al modelo que se anexa, indicando que cumple las condiciones establecidas legalmente para contratar con la Administración en el momento de presentación de ofertas y se compromete a presentar la totalidad de documentación acreditativa para ello indicada en la cláusula decimoséptima, apartado b) con carácter previo a la adjudicación del contrato y a requerimiento de la Administración, en los términos establecidos en este Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Table with verification code, signature, date, and page information. Includes a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 400 900 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 400 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

El licitador a cuyo favor recaiga la propuesta de adjudicación, deberá acreditar ante el órgano de contratación, previamente a la adjudicación del contrato, la posesión y validez de los documentos exigidos, incluida la solvencia económica y técnica, en los términos consignados en el artículo 146.4. del TRLCSP.

En todo caso, el órgano de contratación, en orden a garantizar el buen fin del procedimiento, podrá recabar, en cualquier momento anterior a la adopción de la propuesta de adjudicación, que los licitadores aporten documentación acreditativa del cumplimiento de las condiciones establecidas para ser adjudicatario del contrato.

El momento decisivo para apreciar la concurrencia de los requisitos de capacidad y solvencia exigidos para contratar con la Administración será el de finalización del plazo de presentación de las proposiciones.

2) En relación con las empresas que concurren agrupadas en unión temporal, la aportación de la declaración responsable indicada en el apartado anterior no les exime de su obligación de presentar el documento a que se refiere el artículo 59.2. del TRLCSP. Esto es, deberán indicar los nombres y circunstancias de los que la constituyan y la participación de cada uno, así como que asumen el compromiso de constituirse formalmente en unión temporal en caso de resultar adjudicatarios del contrato.

3) No es necesaria la constitución de garantía provisional, si bien deberá constituirse con carácter previo a la adjudicación del contrato y a requerimiento de la Administración garantía definitiva por importe del cinco por ciento del canon de adjudicación, excluido el Impuesto sobre el Valor Añadido.

15.2.- Sobre "B": Documentación acreditativa de los criterios subjetivos de adjudicación dependientes de un juicio de valor:

Se presentará un sobre "B" por licitador, donde se incluirá la documentación que se establece en la cláusula decimoquinta del Pliego de Condiciones Técnicas, de acuerdo con el siguiente criterio de adjudicación:

a) Propuesta de organización del servicio: hasta un máximo de 15 puntos. Se indicará de un modo detallado y, en su caso, valorando, entre otros, el carácter que se pretende dar a la actividad, los medios materiales y el personal a aportar para la prestación del servicio, la variedad de la carta y la gestión organizativa.

15.3.- Sobre "C": Proposición económica y Criterios Evaluables Automáticamente:

Se presentará un sobre "C" por licitador, donde se incluirá la oferta económica, conforme al modelo que se anexa, firmada por el mismo o persona que lo represente.

Los elementos a incorporar y su ponderación son los siguientes:

Table with verification code, signature, date, and page information. Includes a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfidelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

a) Por mejora en el canon anual: hasta un máximo de 65 puntos. Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más alta, y las restantes recibirán puntuaciones decrecientes...

P = X x OF presentada / OF máxima

donde:

P = Puntuación obtenida.

X= Cantidad máxima de puntos que pueden obtenerse en este apartado (65).

OF presentada= oferta del licitador que se valora.

OF máxima = oferta más alta de las presentadas por todos los licitadores.

En caso de que la oferta presentada sea igual al canon de licitación, será valorada con cero puntos en este apartado.

b) Mayor porcentaje de descuento al Club Amigos, al Carné de visitante habitual (adulto y menor) y cualesquiera otros carné anuales emitidos por el Parque Zoológico Municipal de Córdoba: hasta un máximo de 15 puntos...

P = X x OF licitador / OF máxima

donde:

P = Puntuación obtenida.

X= Cantidad máxima de puntos que pueden obtenerse en este apartado (15).

OF licitador= porcentaje de descuento ofrecido por cada licitador.

OF máxima = porcentaje máximo de descuento ofrecido por todos los licitadores.

c) Variedad y número de productos de Comercio Justo Ofertados (conforme a lo indicado en el Anexo I del Pliego de Condiciones Técnicas), valorándose cada producto de más, sobre el mínimo de cuatro obligatorio, con 1 punto, hasta un máximo de 5 puntos.

En caso de que se produzca un empate entre las distintas empresas aspirantes, la

Table with verification code, signature, date, and page information. Includes a large watermark 'ORIGINAL' and a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

licitación se resolverá por sorteo.

16- CALIFICACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN, DEFECTOS SUBSANABLES Y APERTURA DE PROPOSICIONES.-

Se constituirá la Mesa de Contratación como órgano asesor del órgano competente en materia de Contratación, que estará integrada por los miembros designados al efecto.

La ausencia de cualquiera de sus titulares será sustituida por los respectivos suplentes, que al igual que sus titulares, han sido designados por la Junta de Gobierno Local.

El régimen jurídico de la Mesa de Contratación es el previsto en el Título II del Capítulo II de la Ley 30/1992, de veintiséis de Noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. El Secretario actuará con voz pero sin voto.

La apertura de las proposiciones deberá efectuarse por la Mesa de Contratación en el plazo máximo de un mes contado desde la fecha de finalización del plazo para presentar las ofertas.

El Secretario de la Mesa de Contratación expedirá certificado de las empresas o entidades que han presentado proposición, con expresa indicación de su nombre, día y hora de presentación.

La Mesa de Contratación declarará excluidas aquellas que no hayan sido presentadas en tiempo y entrará a examinar las restantes.


La Mesa de Contratación examinará con carácter previo el contenido de los sobres "A", y calificará los documentos presentados por licitadores en forma.

Si la Mesa observase defectos u omisiones subsanables en la documentación presentada, lo comunicará vía perfil del contratante a los interesados, concediéndose un plazo no superior a tres días hábiles desde su inserción para que los licitadores los corrijan o subsanen ante la propia Mesa de contratación.

La Mesa de Contratación, previa convocatoria a través del Perfil del Contratante, notificará a los licitadores en acto público, las proposiciones que hayan sido admitidas o rechazadas y las causas de su rechazo procediéndose seguidamente a la apertura de las proposiciones contenidas en el sobre "B" y remitiéndose al servicio para su valoración.

Una vez recibido el Informe técnico al respecto, se procederá a la apertura del sobre "C" y se remitirá igualmente al servicio gestor para su valoración, proponiendo éste conforme a la suma de ambas puntuaciones al adjudicatario.

X

Código Seguro de verificación: kPhu1FHKAA0608090510BQ==. Permiso la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adela.ayuncordoba.es/verifirma/v2/ Esta documenta incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 10 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PAGINA	17/32
 kPhu1FHKAA0608090510BQ==			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 057 400 000 Ext. 17085 - 17161 - Fax 057 400 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.porfiledulcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

No se aceptarán aquellas proposiciones que:

- a) Tengan contradicciones, omisiones, errores o tachaduras que impidan conocer claramente lo que la Administración estime fundamental para considerar la oferta.
b) Aquellas que carezcan de concordancia con la documentación examinada y admitida.
c) Se encuentren por debajo del canon consignado en este Pliego.
d) Comporten error manifiesto en el importe de la proposición cuando la forma de adjudicación sea la subasta. Se considerará error manifiesto cuando el precio expresado en letras no sea el mismo que el expresado en números, o viceversa.
e) Aquellas en las que exista reconocimiento por parte del licitador de que adolece de error o inconsistencia que la hagan inviable.

La documentación que deba ser objeto de valoración de conformidad con los criterios de adjudicación establecidos en el presente Pliego no podrá ser considerada de carácter confidencial, en orden a garantizar el principio de publicidad y transparencia del procedimiento de licitación, así como el de no discriminación e igualdad de trato entre los candidatos establecidos en el artículo uno del TRLCSP.

La Mesa de Contratación valorará las proposiciones y formulará la correspondiente propuesta de requerimiento al Órgano de Contratación, previa ponderación de los criterios previstos en este Pliego.

Podrán solicitarse informes técnicos cuando sea necesario verificar que las ofertas cumplen con las especificaciones técnicas del Pliego.

Cuando para la adjudicación del contrato deban tenerse en cuenta una pluralidad de criterios el plazo máximo para efectuar la adjudicación será de dos meses a contar desde la apertura de las proposiciones.

De no producirse la adjudicación dentro de los plazos señalados, los licitadores tendrán derecho a retirar su proposición.

La propuesta de adjudicación no crea derecho alguno en favor del licitador propuesto frente al Ayuntamiento. No obstante, cuando el Órgano de Contratación no adjudique el contrato de acuerdo con la propuesta formulada deberá motivar su decisión.

17.- REQUERIMIENTO DE DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA.-

a) El Órgano de Contratación requerirá al licitador que haya presentado la oferta económicamente más ventajosa para que, dentro del plazo de cinco días hábiles, a contar

Table with verification code, signature, date, and page information. Includes a barcode at the bottom.

Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
 Unidad de Contratación Administrativa
 Código RAE LJA01140214
 C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
 ☎ 957 400 000 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 499 932
 email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.porfidocontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO
EXPEDIENTE: 110/2014.


desde el siguiente a aquél en que hubiera recibido el requerimiento, presente la documentación justificativa de hallarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, con la Hacienda Municipal y con la Seguridad Social, o autorice para obtener de forma directa la acreditación de ello, de haber constituido la garantía definitiva que sea procedente y de haber efectuado el correspondiente ingreso en concepto de gastos de publicación. Los correspondientes certificados podrán ser expedidos por medios electrónicos, informáticos o telemáticos, salvo que se establezca otra cosa en los Pliegos.

b) Junto a la documentación indicada, el licitador cuya oferta sea declarada como económicamente más ventajosa deberá presentar en idéntico plazo la documentación acreditativa de la capacidad para contratar, estando ésta conformada por los siguientes documentos:

- Documento Nacional de Identidad de la persona que presente la proposición en nombre propio o como apoderado.
- Cuando el licitador sea una persona jurídica, escritura de constitución y de modificación, en su caso, inscritas en el Registro Mercantil, cuando este requisito fuera exigible conforme a la legislación mercantil que le sea aplicable. Si no lo fuere, la escritura o documento de constitución, de modificación, estatutos o acto fundacional en el que constataren las normas por la que se regula su actividad, inscritos, en su caso, en el correspondiente Registro Oficial.
- La capacidad de obrar de los empresarios no españoles que sean nacionales de Estados miembros de la Unión Europea se acreditará por su inscripción en el registro procedente de acuerdo con la legislación del Estado donde están establecidos, o mediante la presentación de una declaración jurada o un certificado.

Los demás empresarios extranjeros deberán acreditar su capacidad de obrar con informe de la Misión Diplomática Permanente de España en el Estado correspondiente o de la Oficina Consular en cuyo ámbito territorial radique el domicilio de la empresa. Asimismo, deberán justificar mediante informe de la respectiva Misión Diplomática Permanente española, que se acompañará a la documentación que se presente, que el Estado de procedencia de la empresa extranjera admite a su vez la participación de empresas españolas en la contratación con la Administración y con los entes, organismos o entidades del sector público asimilables a los enumerados en el artículo tres del TRLCSP, en forma sustancialmente análoga. En los contratos sujetos a regulación armonizada se prescindirá del informe sobre reciprocidad en relación con las empresas de Estados signatarios del Acuerdo sobre Contratación Pública de la Organización Mundial de Comercio. Para celebrar contratos de obras será necesario, además, que estas empresas tengan abierta sucursal en España, con designación de apoderados o representantes para sus operaciones, y que estén inscritas en el Registro Mercantil.

Cuando el licitador no actúe en nombre propio o se trate de sociedad o persona jurídica,

Código Seguro de verificación: kFhu1FHXAA0608090510DQ--. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ndm.ayuncordoba.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Reguera Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PÁGINA	19/32
			
kFhu1FHXAA0608090510DQ--			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JAO1140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
957 499 000 Ext. 17085 - 17181 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.profildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

apoderamiento bastante al efecto. Si el licitador fuera persona jurídica, este poder deberá figurar inscrito en el Registro Mercantil. Si se trata de un poder para acto concreto no es necesaria la inscripción en el Registro Mercantil, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo noventa y cuatro apartado primero del Reglamento del Registro Mercantil. El bastateo del poder deberá realizarse por letrado/a de la Asesoría Jurídica del Ayuntamiento de Córdoba.

- Declaración de no estar incurso en ninguna de las prohibiciones de contratar enumeradas en el artículo sesenta del TRLCSP.
- Una dirección de correo electrónico en que efectuar las notificaciones.
- Solvencia económica y técnica:

1.- La solvencia técnica o profesional de los empresarios deberá apreciarse teniendo en cuenta sus conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad relacionados con el objeto del contrato, lo que podrá acreditarse, conforme a lo establecido en el artículo setenta y ocho a) del TRLCSP, de la siguiente forma:

- Una relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos tres años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos. Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público o, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario.

2.- La solvencia económica y financiera del empresario podrá acreditarse por el siguiente medio:

- Informe de Institución financiera conforme al modelo que se incorpora como anexo con una antigüedad máxima de tres meses.

3.- No obstante, podrá acreditarse la existencia de solvencia técnica o económica suficiente para el desarrollo del contrato por cualquiera de los medios establecidos en el TRLCSP.

4.- La no presentación de documento alguno que acredite la solvencia técnica y/o económica dará lugar a la exclusión del licitador, teniéndose tal defecto por no subsanable.

n caso de concurrir en Unión Temporal de Empresas, deberá presentarse la documentación anterior por cada una de las empresas que la conformarán.

Table with verification code, signature details, and a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 409 000 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 409 032
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

Para las empresas extranjeras, la declaración de someterse a la jurisdicción de los juzgados y tribunales españoles de cualquier orden, para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponder al licitante.

- c) De no cumplimentarse adecuadamente el requerimiento en el plazo señalado, se entenderá que el licitador ha retirado su oferta, procediéndose en ese caso a recabar la misma documentación al licitador siguiente, por el orden en que hayan quedado clasificadas las ofertas.

18.- ADJUDICACIÓN.-

El Órgano de Contratación deberá adjudicar el contrato dentro de los cinco días hábiles siguientes a la recepción de la documentación.

La adjudicación al licitador que presente la oferta económicamente más ventajosa no procederá cuando el Órgano de Contratación, a propuesta de la Mesa de Contratación, presuma fundadamente que la proposición no pueda ser cumplida como consecuencia de la inclusión en la misma de valores anormales o desproporcionados, conforme se determina en la legislación vigente, atendiendo a la existencia de informes en los que se especifique la imposibilidad de cumplir la prestación objeto de contratación conforme a la oferta presentada.

La adjudicación deberá ser motivada, se notificará a los candidatos o licitadores y, simultáneamente, se publicará en el Perfil del Contratante.

La notificación deberá contener, en todo caso, la información necesaria que permita al licitador excluido o candidato descartado interponer, conforme al artículo cuarenta del TRLCSP, recurso suficientemente fundado contra la decisión de adjudicación, con el contenido que señala el apartado cuarto del artículo ciento cincuenta y uno del TRLCSP.


En todo caso, en la notificación y en el Perfil del Contratante se indicará el plazo en que debe procederse a su formalización.

La notificación se hará por cualquiera de los medios que permiten dejar constancia de su recepción por el destinatario. En particular, podrá efectuarse por correo electrónico a la dirección que los licitadores o candidatos hubiesen designado al presentar sus proposiciones, en los términos establecidos en la Ley 11/2007, de veintidós de Junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos. Sin embargo, el plazo para considerar rechazada la notificación, con los efectos previstos en la Ley 30/1992, de veintiséis de Noviembre, será de cinco días.

19.- FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO.-

El contrato deberá formalizarse en documento administrativo que se ajuste con exactitud a las

Código Seguro de verificación: kPhu1FHXAA060809051QDQ**, Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://sede.ayuncordoba.es/verfirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	ndbn155.ayuncordoba.org	PAGINA	21/32
			
kPhu1FHXAA060809051QDQ**			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JAO1140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
957 499 900 Ext. 17065 - 17101 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

condiciones de la licitación, constituyendo dicho documento título suficiente para acceder a cualquier registro público. No obstante, el contratista podrá solicitar que el contrato se eleve a escritura pública, corriendo de su cargo los correspondientes gastos. En ningún caso se podrán incluir en el documento en que se formalice el contrato cláusulas que impliquen alteración de los términos de la adjudicación.

La formalización del contrato deberá efectuarse no más tarde de los ocho días hábiles siguientes a aquél en que se reciba la notificación de la adjudicación a los licitadores y candidatos.

Cuando por causas imputables al adjudicatario no se hubiese formalizado el contrato dentro del plazo indicado, la Administración podrá acordar la incautación sobre la garantía definitiva del importe de la garantía provisional que, en su caso hubiese exigido.

Si las causas de la no formalización fueren imputables a la Administración, se indemnizará al contratista de los daños y perjuicios que la demora le pudiera ocasionar.

No podrá iniciarse la ejecución del contrato sin su previa formalización, excepto en los casos previstos en el artículo ciento trece del TRLCSP

20.- CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO.

El contrato se ejecutará con sujeción a lo establecido en su clausulado, demás documentos que revistan carácter contractual, y conforme con las instrucciones que para su interpretación diere al contratista el Órgano de Contratación.

En caso de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato, o para el supuesto de incumplimiento de los compromisos o de las condiciones especiales de ejecución del mismo, se acudirá al régimen de penalidades establecido en el artículo doscientos doce del TRLCSP.

Cuando las Instrucciones no afecten a la interpretación de algún documento contractual se podrán realizar por el Responsable del Contrato.

En ambos casos, cuando las instrucciones fueren de carácter verbal, deberán ser ratificadas por escrito en el libro de órdenes en el más breve plazo posible, para que sean vinculantes para las partes.

21.- DIRECCIÓN E INSPECCIÓN DE LA EJECUCIÓN. RESPONSABLE DEL CONTRATO.-

El Responsable del Contrato tiene las funciones de dirección, inspección y supervisión de la ejecución del contrato, así como adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación objeto del contrato y, en su caso, la continuidad de la misma. En particular le corresponde:

Table with verification code, signature, date, and page information. Includes a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEI JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
T 957 499 900 Ext. 17085 - 17161 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

- a) Promover y convocar las reuniones que resulten necesarias al objeto de solucionar cualquier incidente en la ejecución del objeto del contrato en los términos que mejor convenga a los intereses públicos.
b) Resolver las incidencias surgidas en la ejecución del contrato, siguiendo el procedimiento establecido en el artículo noventa y siete del RGCA.
c) Informar, en el caso de expedientes sobre penalidades e incautación de la garantía definitiva e imposición de daños y perjuicios.
d) Proponer, en su caso, la prórroga del contrato.
e) Proponer la ampliación del plazo de ejecución estipulado, de conformidad con el artículo cien del RGCA.
f) Proponer el ejercicio de las prerrogativas contenidas en el artículo doscientos diez del TRLCSP, incluyendo la revisión de actos administrativos y la determinación de los daños y perjuicios.
g) Establecer las directrices oportunas en cada caso, pudiendo requerir al adjudicatario, en cualquier momento, la información que precise acerca del estado de ejecución del objeto del contrato, de las obligaciones del adjudicatario, y del cumplimiento de los plazos y actuaciones.
h) Acordar, en caso de urgente necesidad, las medidas precisas para conseguir o restablecer el buen orden en la ejecución de lo pactado, cuando el contratista, o personas de él dependientes incurra en actos u omisiones que comprometan o perturben la buena marcha del contrato, debiendo dar cuenta al Órgano de Contratación.
i) Proponer los reajustes de anualidades de conformidad con el artículo noventa y seis del RGCA.
j) Proponer e informar respecto de la suspensión de la ejecución de la prestación.
k) Asistir y suscribir las actas de conformidad o disconformidad al término del contrato.
l) Asistir a requerimiento de la Comisión de Valoración, a las sesiones que se le convoque.
m) Dictar instrucciones en los términos recogidos en este Pliego.
n) Inspeccionar y ser informado, cuando lo solicite, del proceso de realización del servicio que haya de ser desarrollado, o se esté prestando, pudiendo ordenar o realizar por sí mismo análisis, comprobaciones, estudios, encuestas, ensayos, pruebas, o explicaciones sobre la metodología o elementos que se siguen o se emplean, establecer sistemas de control de calidad y dictar cuantas disposiciones estime oportunas para el estricto cumplimiento de lo

Table with 4 columns: FIRMADO POR, ID. FIRMA, FECHA, PÁGINA. Includes a barcode and verification code at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEI JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17065 - 17181 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

convenido. Los gastos que se puedan ocasionar con motivo de todo ello serán de cuenta del adjudicatario, siempre que no superen el tres por ciento del precio de adjudicación del contrato, I.V.A. no incluido.

n) Todas aquellas que vienen previstas en este Pliego.

22.- NORMAS GENERALES RELATIVAS A LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO.-

a) Horario de la prestación y ejecución.- La empresa contratista estará obligada a realizar la prestación o ejecutar el servicio en el horario fijado en el Pliego de Condiciones Técnicas, o en su defecto, el que ordene el Responsable del Contrato, debiendo respetar, en todo caso el equilibrio económico.

b) Personal adscrito al servicio y sustitución de trabajadores.- El contratista queda obligado a aportar, para la realización del servicio o prestación, el equipo y medios personales a que se hubiera comprometido, o en su defecto, los precisos para la buena ejecución de aquél en los plazos convenidos en el contrato. A este respecto, la empresa adjudicataria deberá contratar el personal necesario para atender a sus obligaciones, sin que sirva de eximente los periodos vacacionales, bajas, o situaciones de huelga, o circunstancias análogas. Dicho personal dependerá exclusivamente del adjudicatario, por cuanto éste tendrá los derechos y obligaciones inherentes a su calidad de patrono y deberá cumplir las disposiciones vigentes en materia laboral y de Seguridad e Higiene en el trabajo, referidas al propio personal a su cargo.


El adjudicatario indicará los nombres de las personas adscritas a la empresa que tiene previsto designar y que cumplen los requisitos para acometer el servicio y que se exigirán en el momento del inicio de la prestación por el Responsable del Contrato.

El Responsable del Contrato, de oficio o a instancia del adjudicatario, podrá acordar la sustitución de alguno de los trabajadores adscritos a la prestación del servicio por otros que reúnan mejores cualidades para la prestación del servicio, siempre que se trate de trabajadores insertados en la organización de la empresa adjudicataria.

A la extinción o resolución del contrato, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal del Ayuntamiento de Córdoba.

c) Aportación de productos.- El adjudicatario está obligado a la adquisición y almacenamiento de los productos necesarios para la prestación de los servicios ofertados y estipulados en el contrato.

d) Gastos complementarios.- Los gastos o dietas generados por el personal de la empresa adjudicataria adscrito al servicio con motivo de la ejecución del contrato deberán englobarse en la oferta.

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAAD6q809q5100Q==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adula.ayuncordoba.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PAGINA	24/32
 kPhu1PHKAAD6q809q5100Q==			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 409 000 Ext. 17065 - 17181 - Fax 957 499 832
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.porfilidelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.


23.- OTRAS OBLIGACIONES DE LA EMPRESA CONTRATISTA.-

- El contratista está obligado al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia laboral, de Seguridad Social y de Seguridad y Salud en el trabajo.
- El contratista será responsable de la calidad de los servicios prestados, así como de las consecuencias que se deduzcan para la Administración. Si como consecuencia de ello se resuelve el contrato, el contratista deberá indemnizar a la Administración de los daños y perjuicios ocasionados. La indemnización se hará efectiva, en primer término, sobre la garantía que, en su caso, se hubiese constituido, sin perjuicio de la subsistencia de la responsabilidad del contratista en lo que se refiere al importe que exceda del de la garantía incautada.
- Si el contratista causa daño y perjuicio a terceros, como consecuencia de la ejecución del contrato, será de aplicación el artículo doscientos catorce del TRLCSP, siendo por cuenta del adjudicatario abonar la indemnización, cuando no conste orden alguna en el libro de órdenes o proyecto erróneo que justificara el actuar del adjudicatario.
- El contratista se obliga a entregar antes de abrir al público la Cafetería-Bar la documentación relativa a las pólizas de responsabilidad civil e incendios, incluyendo su condicionado general, particular y especial si lo hubiere, así como presentar anualmente, ante la Dirección del Zoológico de Córdoba, los correspondientes recibos anuales de las primas satisfechas. Ambas pólizas deberán mantenerse en vigor durante toda la duración del contrato.
- Corresponde al contratista la obtención de todas las autorizaciones y licencias, tanto oficiales como particulares, que se requieran para la realización de la prestación.
- Asimismo, serán de su cuenta la tramitación y pago de toda clase de impuestos, contribuciones, arbitrios, tasas y demás gravámenes o gastos estatales, municipales o de otro ámbito inherentes a la apertura y ejercicio de la actividad propia de servicio de Cafetería-Bar que resulten de aplicación según las disposiciones vigentes, en la forma y cuantía que éstos señalen.
- Igualmente, serán obligaciones esenciales de la empresa contratista las consignadas como tales en el Pliego de Condiciones Técnicas.

24.- MODIFICACIÓN Y SUSPENSIÓN DEL CONTRATO.-

Una vez perfeccionado el contrato, el Órgano de Contratación sólo podrá introducir modificaciones en el mismo atendiendo a lo dispuesto en el artículo ciento siete del TRLCSP. En tal caso, las modificaciones acordadas por el Órgano de Contratación serán obligatorias para los contratistas.

Los acuerdos de modificación deberán ser adoptados previo informe de la Asesoría Jurídica

Código Seguro de verificación: kPhu17IKAA0608090510DQ-- Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adola.ayuncordoba.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Juan Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adola155.ayuncordoba.org	PÁGINA	25/32
 kPhu17IKAA0608090510DQ--			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17005 - 17101 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

del Ayuntamiento de Córdoba, con arreglo a los trámites previstos en el TRLCSP.

Queda terminantemente prohibida toda negociación con la empresa contratista sobre prestaciones distintas de las que son objeto del contrato.

Cuando el Responsable del Contrato o el Órgano de Contratación estimen necesario realizar prestaciones o servicios distintos, se considerarán como objeto de contrato independiente o como contrato complementario y se cumplirán, por tanto, los trámites previstos en la legislación reguladora de los Contratos del Sector Público.

La ejecución por parte de la empresa de una prestación o servicio no contemplado en el este contrato, sin la previa autorización del Órgano de Contratación, no generará obligación para el Ayuntamiento de Córdoba al pago del citado servicio o prestación. En este caso el adjudicatario tiene derecho a ser devuelto el servicio prestado o restituido a su estado anterior a elección y a cargo de éste.

Si el Órgano de Contratación fuera condenado por sentencia firme al pago de esta prestación o estimara convalidar lo ejecutado, acordará en este último caso la recepción y abonará el precio según valor de mercado aplicándole el porcentaje de la baja ofertada, e incoará expediente de responsabilidad patrimonial de conformidad con el Capítulo II del Título X de la Ley 30/1992, de veintiséis de Noviembre.

Las modificaciones del contrato deberán formalizarse conforme a lo dispuesto en el artículo ciento cincuenta y seis del TRLCSP.

En materia de suspensión del contrato se estará a lo señalado en el artículo doscientos veinte del TRLCSP. El acta de suspensión a que se refiere el artículo ciento tres apartado primero del RGLCAP deberá definir si es una suspensión temporal, parcial o total, y definir concretamente la parte o partes de la prestación afectadas por aquella, así como todas las circunstancias que ayuden a un mejor conocimiento de la situación en que se encuentre la prestación contratada al momento de la suspensión. El acta se acompañará de una relación de la parte o partes suspendidas.

25.- CESIÓN DEL CONTRATO Y SUBCONTRATACIÓN.-

Queda totalmente prohibido el subarriendo y/o cualquier tipo de cesión o traspaso de todo o parte del objeto de contratación, sea de forma esporádica, provisional o permanente, de conformidad con lo establecido en la cláusula séptima del Pliego de Condiciones Técnicas.

26.- DEVOLUCIÓN DE LA GARANTÍA.-

El Responsable del Contrato dictará en el plazo de tres meses desde la fecha del acta formal y positiva de recepción acuerdo de devolución o cancelación de la garantía.

Transcurrido un año desde la fecha de terminación del contrato, sin que la recepción formal y

Table with verification code, signature details (Jose Miguel Begines Paredes), date (02/12/2014), and a barcode at the bottom.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEI JA01140214
C/ Capitularia, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17085 - 17161 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

la liquidación hubiesen tenido lugar por causas no imputables al contratista, se procederá, sin más demora, a la devolución o cancelación de las garantías una vez depuradas las responsabilidades a que se refiere el artículo cien del TRLCSP. Cuando el importe del contrato sea inferior a un millón de euros, si se trata de contratos de obras, o a cien mil euros, en el caso de otros contratos, o cuando las empresas licitadoras reúnan los requisitos de pequeña o mediana empresa, definida según lo establecido en el Reglamento (CE) nº. 800/2008, de la Comisión, de seis de Agosto de dos mil ocho, por el que se declaran determinadas categorías de ayuda compatibles con el mercado común en aplicación de los artículos ciento siete y ciento ocho del Tratado y no estén controladas directa o indirectamente por otra empresa que no cumpla tales requisitos, el plazo se reducirá a seis meses.

27.- EXTINCIÓN DEL CONTRATO.-

El contrato se extingue por cumplimiento o por resolución. En defecto de las normas específicas a las que se hace referencia en el artículo diecinueve, apartado segundo, del TRLCSP, son causas de resolución de los contratos de servicios, además de las señaladas en el artículo doscientos veintitrés del TRLCSP, las siguientes:


- a) La suspensión por causa imputable a la Administración de la iniciación del contrato por plazo superior a seis meses a partir de la fecha señalada en el mismo para su comienzo, salvo que en el Pliego se señale otro menor.
- b) El desistimiento o la suspensión del contrato por plazo superior a un año acordada por la Administración, salvo que en el Pliego se señale otro menor.
- c) Los contratos complementarios a que se refiere el artículo trescientos tres apartado segundo del TRLCSP, quedarán resueltos, en todo caso, cuando se resuelva el contrato principal.

Los efectos de la resolución se determinarán de acuerdo con lo establecido en el artículo trescientos nueve del TRLCSP.

A su vez, serán causas de resolución del contrato las definidas en la cláusula octava del Pliego de Condiciones Técnicas.

28.- OBLIGACIONES ESENCIALES.-

A los efectos del artículo doscientos veintitrés letra f) del TRLCSP, se consideran incumplimientos de obligaciones esenciales los que deriven de las órdenes efectuadas por escrito por el Responsable del Contrato, la ejecución de nuevas unidades del servicio o prestación distintas de las contratadas sin autorización del Órgano de Contratación, los recogidos en las cláusulas de este Pliego y la negativa expresa o tácita a colaborar en las inspecciones, comprobaciones o requerimientos de información.

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA0608090510DQ-- Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://adaia.ayuncordoba.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Parodes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.nyuncordoba.org	PAGINA	27/32
 kPhu1PHKAA0608090510DQ--			



Dircción General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
957 400 000 Ext. 17005 - 17161 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

29.- PRERROGATIVAS.-

El Órgano de Contratación ostenta la prerrogativa de interpretar los contratos administrativos, resolver las dudas que ofrezca su cumplimiento, modificarlos por razones de interés público, acordar su resolución y determinar los efectos de ésta.

En los procedimientos que se instruyan para la adopción de acuerdos relativos a la interpretación, modificación y resolución del contrato deberá darse audiencia al contratista y solicitarse informe previo a la Asesoría Jurídica del Ayuntamiento de Córdoba, salvo en los supuestos de resolución del contrato por incumplimiento de la ampliación o reposición de la garantía definitiva o por demora en el cumplimiento de los plazos total o parcial del contrato. En estos casos, el informe tendrá carácter facultativo.

No obstante lo anterior, será preceptivo el informe del Consejo Consultivo de Andalucía en los casos de:

- Interpretación, nulidad y resolución, cuando se formule oposición por parte del contratista.
- Modificaciones del contrato, cuando la cuantía de las mismas, aislada o conjuntamente, sea superior a un diez por ciento del precio primitivo del contrato, cuando éste sea igual o superior a seis millones de euros.

Los acuerdos que adopte el Órgano de Contratación pondrán fin a la vía administrativa y serán inmediatamente ejecutivos.

30.- RENUNCIA Y DESISTIMIENTO.-

En los términos legalmente establecidos, compensando en caso de ser necesario a los licitadores por los gastos en que hubiesen incurrido al presentar su oferta.

31.- JURISDICCIÓN.-

Las cuestiones que surjan entre las partes serán resueltas por el Órgano de Contratación, cuyos acuerdos pondrán fin a la vía administrativa, pudiendo ser impugnados conforme a la legislación vigente.

Córdoba, a veintinueve de octubre de dos mil catorce.
El Técnico de Administración General.

Fdo.: Manuel J. Petidier Huertos.

Table with verification code and signature details: Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA0608Q2051QDQ==. FIRMADO POR: Jose Miguel Begines Paredes. FECHA: 02/12/2014. ID. FIRMA: adaln155.ayuncordoba.org. PÁGINA: 28/32.



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JAO1140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
957 489 800 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 499 932
Email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildecontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

ANEXO I
MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

Formulario with fields: D.A., N.I.F., DOMICILIO, TELÉFONO, LOCALIDAD, PROVINCIA, CÓDIGO POSTAL, En nombre propio, En representación de, RAZÓN SOCIAL, C.I.F., DOMICILIO PARA NOTIFICACIONES, TELÉFONO, LOCALIDAD, PROVINCIA, CÓDIGO POSTAL, CORREOS ELECTRÓNICOS PARA NOTIFICACIONES

En relación con el expediente de contratación número _____ relativo a _____

DECLARO RESPONSABLEMENTE:

Que cumplo las condiciones establecidas legalmente para contratar con la Administración, en los términos del artículo 146.4, del Real Decreto Legislativo 3/2011, de catorce de Noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público.

Que me comprometo a acreditar, a requerimiento de la Administración, y en todo caso previamente a la adjudicación del contrato, la posesión y validez de los documentos exigidos en la cláusula 17, apartado b), del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

En _____ a _____ de _____ de 20__.

Table with verification code, signature details, date (02/12/2014), and page number (29/32). Includes a barcode at the bottom.



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA

Área de Hacienda
y Administración Pública

Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 900 Ext. 17065 - 17161 - Fax 957 409 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

Fdo: _____

ANEXO II

MODELO DE PROPOSICIÓN ECONÓMICA


D./D ^a :		NIIF
DOMICILIO: (Tipo de la vía, dirección, número, bloque, portal, escalera, piso, puerta)		TELÉFONO
LOCALIDAD	PROVINCIA	CÓDIGO POSTAL
<input type="checkbox"/> En nombre propio		
<input type="checkbox"/> En representación de:		
RAZÓN SOCIAL		CIF
DOMICILIO PARA NOTIFICACIONES: (Tipo de la vía, dirección, número, bloque, portal, escalera, piso, puerta)		TELÉFONO
LOCALIDAD	PROVINCIA	CÓDIGO POSTAL
CORREOS ELECTRÓNICOS PARA NOTIFICACIONES		

- Enterado del procedimiento de Licitación
- Me comprometo a ejecutar el objeto del contrato en la forma determinada en el Pliego de Cláusulas Administrativas y en el de Condiciones Técnicas.

Ofertando un canon para la Cafetería-Bar del Parque Zoológico de Córdoba por importe de:

_____ €/AÑO, I.V.A. excluido.

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA060809051000--. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <http://adela.ayuncordoba.es/verfirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	Jose Miguel Begines Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PÁGINA	30/32
 kPhu1PHKAA060809051000--			



Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 499 800 Ext. 17065 - 17181 - Fax 957 499 932
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildeicontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

_____ a _____ de _____ de _____.

Fdo: _____

ANEXO III

MODELO DE INFORME DE ENTIDAD BANCARIA

D/Dª. _____ Director/a de
la Sucursal número _____ de _____ del Banco/Caja de
Ahorros _____

INFORMA:

Que según los datos y antecedentes que obran en mi poder, D/Dª.
_____, con D.N.I. número
_____, es cliente de esta entidad, y que dadas las relaciones comerciales
y financieras que hasta el día de la fecha viene manteniendo, se le estima solvencia
económica suficiente, en los términos establecidos en el Real Decreto Legislativo
3/2011, de catorce de Noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley
de Contratos del Sector Público, para participar en la licitación del contrato relativo a

Y para que conste y a petición del interesado, se expide el presente informe a
los solos efectos de participación en dicha licitación.

En _____ a _____ de _____ de _____.

Código Seguro de verificación: kPhu1PHKAA060909051000-- Permite la verificación de la integridad de una
copia de este documento electrónico en la dirección: http://adela.ayuncordoba.es/verifimav/
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 18 de diciembre, de firma electrónica.

Table with 4 columns: FIRMADO POR, ID. FIRMA, FECHA, PÁGINA. Includes signature of José Miguel Benjumea Prietas and verification code kPhu1PHKAA060909051000--.



kPhu1PHKAA060909051000--



AYUNTAMIENTO
DE CORDOBA

Área de Hacienda
y Administración Pública


Dirección General de Gestión
Departamento de Recursos Internos
Unidad de Contratación Administrativa
Código RAEL JA01140214
C/ Capitulares, 1 14071 - Córdoba
☎ 957 400 000 Ext. 17085 - 17181 - Fax 957 400 032
email: admon.compras@ayuncordoba.es
www.perfildelcontratante.cordoba.es

PLIEGO ADMINISTRATIVO

EXPEDIENTE: 110/2014.

Fdo.: _____

ORIGINAL

<p>Código Seguro de verificación:kFhu1FHKAA06o809o51QD0==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: http://adela.ayuncordoba.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>			
FIRMADO POR	Jose Miguel Benigno Paredes	FECHA	02/12/2014
ID. FIRMA	adela155.ayuncordoba.org	PÁGINA	32/32
			
<p>kFhu1FHKAA06o809o51QD0==</p>			

12. GUIÓN-CUESTIONARIO A DISTRIBUCIÓN

DISTRIBUCIÓN

Ciudad Jardín Marrubial Fuensanta Sector Sur

Fruterías Tiendas de desavío con fresco

Buenos días/tardes,

Desde la Universidad de Córdoba, a través de un convenio con el Ayuntamiento de Córdoba, estamos realizando una investigación sobre la alimentación en la ciudad de Córdoba. En este caso estamos realizando encuestas a personas responsables de tiendas con productos frescos para analizar algunas cuestiones sobre dichos productos.

La información que se recoja en este cuestionario será anónima y se utilizará de manera agregada, es decir, no habrá datos sobre ninguna tienda o persona en concreto. Son datos generales sobre el sector.

Tardaremos unos 15 minutos en responder la encuesta así que no le robaremos mucho tiempo.

Muchas gracias por haber accedido a responder esta encuesta.

DATOS BÁSICOS

P1. Barrio/Dirección: _____

P2. Nombre de tienda: _____

P3 Edad: _____

P.4 Sexo: _____

P.5 Formación: _____

VENTAS

P.6 Del género que usted vende, ¿qué productos son de origen local? (**Pasar a tabla 1**)

Producto local: Nos referimos a la materia prima, verduras, hortalizas, carnes, producidas en la provincia de Córdoba o pueblos próximos

P.7 ¿Tiene usted productos ecológicos? No – Sí;

Si sí: cuáles son: (**Pasar a tabla 1**)

Producto Ecológico: los se producen sin el uso de productos químicos ni herbicidas, en los alimentos de origen vegetal, y el caso de la carne sin medicamentos químicos

P.8. Haciendo un resumen, podríamos decir que la presencia de los productos locales, ecológicos, de temporada y de cuarta gama sería:

	Cosas puntuales (<10%)	Menos de la mitad (10-50%)	Más de la mitad (50%-80%)	Todo o casi todo (>80%)
Local (provincial-proximidad)				
Ecológico “certificado”				
Ecológico “por confianza”				

P-9. ¿En algún momento deja usted de comprar algún producto porque no es su temporada?

P.10 ¿Tiene usted interés en incluir productos de alguna de estas características...?

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
--	------	------	----------	-------

Local (provincial-proximidad)				
Ecológico				
Temporada				

Tabla 1

	Local	Eco.	Proveedores			
			Yo en Merca a...¿mayorista?	Me trae distribuidor, ¿cuál?	Compra D. productor ¿quién?	Producción Propia
Frutas						
Aceituna						
Limón						
Melocotón						
Naranja						
Verduras						
Ajo						
Acelga						
Alcachofa						
Berenjena						
Cebolla						
Espinaca						
Haba						
Judía Verde						
Lechuga						
Patata						
Pimiento						
Tomate						
Lácteos						
Leche						
Queso						
Huevos						
Pan						
Vino						
Legumbres						
Garbanzos						
Lentejas						
Alubias						
Pastas						
Carnes						

Proveedores

La siguiente pregunta es dónde o a quién le compra usted el género. Le doy varias opciones: Va usted a Mercacórdoba directamente, le pide los productos a uno o varios distribuidores, le compra directamente a algún productor, o si usted tiene producción propia que vende en su tienda.

Para hacerlo más fácil, le pregunto:

P-11. ¿Cuáles compra directamente usted en persona en Mercacórdoba? Indicar mayorista.
(Pasar a tabla 1)

P-12. ¿Cuáles le sirven distribuidores? Indicar cuál. (Pasar a tabla 1)

P-13. ¿Tiene dificultad en encontrar algún producto? No -Sí.

Si sí: qué productos (pasar a tabla)

P-14. ¿Le compra usted directamente al productor en algún caso? No – Sí.

Si sí: qué productos y qué productor (nombre y/o lugar del productor) (pasar a tabla 1)

Si no: ¿Por qué no?

P-15. ¿Tiene usted algo de producción propia que vende en el establecimiento?

No – Sí.

Si sí: qué productos (pasar a tabla 1)

P.16 Haciendo un resumen, podríamos decir que según los proveedores con los que trabaja, más o menos, la proporción sería:

	Cosas puntuales (<10%)	Menos de la mitad (10-50%)	Más de la mitad (50%-80%)	Todo o casi todo (>80%)
Mercacórdoba				
Distribuidor				
Compra directa productor/a				
Producción propia				

La siguiente pregunta es sobre cuáles son sus criterios para elegir proveedor.

P.17 Por favor, señale cuáles son los que más valora de entre los que aparecen en esta tabla: es decir, cuánto de importante es para usted que cumplan cada una de estas características:

CRITERIOS	Nada importante	Poco importante	Bastante importante	Muy importante
Menor precio				
Frescura				
De temporada				
Local (provincial-proximidad)				
Ecológico				
Sin químicos				

P.18 ¿Le pide usted algún criterio específico, algo especial, a alguno de sus proveedores (Merca, distribuidor, productor)?

Cientes

P-19. ¿La gente valora Nada, Poco, Bastante, Mucho los productos locales (le recuerdo que entendemos locales como productos de la provincia o alrededores)?

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Productos locales				

Productos de temporada				
Productos ecológicos				
Productos baratos				

Productos locales

P.20 Dígame si le parece que las siguientes cuestiones son una ventaja que los alimentos locales tienen frente a los no locales (Citar todas y marcar la que corresponda)

	Sí	No	NS/NC
Calidad			
Sabor			
Precio (MENOR PRECIO)			
Confianza (en el producto en cuestión)			
No tiene químicos			
Frescura			
De temporada			
Reducen impactos negativos de transporte			
Tienen menos embalajes			
Apoya el empleo y la economía local			
Sirven para fortalecer mi comunidad			

P.21 Y en su opinión, cuáles de las siguientes razones dificulta que Ud. tenga en su tienda más alimentos locales (citar todas, puede elegir más de una opción).

	Sí	No	NS/NC
Me es difícil encontrar información para saber si es local o no			
El precio es más alto			
Faltan lugares donde comprarlos			
Falta de variedad de productos			
Falta de tiempo para encontrarlos			
No sé dónde encontrarlos			
Hay poca agricultura en Córdoba			
Hay poca ganadería en Córdoba.			
Priorizo otros factores (precio, comodidad, otros proveedores, etc.) a que sea local			

Innovación y mejora de la actividad

P.22 ¿Cree que se puede mejorar la calidad de su establecimiento incorporando productos distintivos?

	Sí	No	NS/NC
Productos locales			
Variedades locales			
Introduciendo productos distintivos, de temporada			

Otras			
-------	--	--	--

Otra pregunta más:

P.23 ¿Cree que su negocio necesita alguna innovación o mejora para hacerlo más atractivo a la clientela?

Si es que sí, ¿qué tipo de mejora?

Si es que no, ¿cuál es la clave de su buen funcionamiento?

Y ya por último,

P24. A continuación le voy a citar algunas cuestiones sobre las que hay diversidad de opiniones. Nos gustaría conocer su opinión. Por favor, responda a las siguientes frases indicando si está muy de acuerdo, bastante de acuerdo, poco de acuerdo o nada de acuerdo

Nota: Se rotan el orden de las 4 respuestas para evitar sesgos

	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo
Las políticas públicas deberían favorecer más la producción y distribución de alimentos locales				
Los establecimientos de venta deberían tener un porcentaje mínimo determinado de productos locales				
La administraciones públicas hacen lo suficiente para evitar el uso de productos químicos o aditivos artificiales				
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción local				
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción ecológica				
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizasen productos locales				
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizasen productos ecológicos				
Estaría dispuesto a dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales para ofrecer a sus consumidores				
Todas las semanas como potajes o guisos con legumbres y verduras, y trato de evitar las comidas precocinadas				
Las instituciones deben apoyar/aportar/facilitar recursos y políticas para que Córdoba tenga un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad				

Muchas gracias por su tiempo.

13. GUIÓN-CUESTIONARIO A RESTAURACIÓN

BARES, TABERNAS Y RESTAURANTES

Bar Taberna Restaurante

Criterios de identificación de Calidad y Local oficial

Centro-Judería Ciudad Jardín Marrubial Fuensanta

Criterio: que tenga carta (comida elaborada).

[Diversidad= 8 bares- tabernas, 4 restaurantes por barrio]

Selección: preguntar a 10 personas cuál es la más famosa, a la que va la gente del barrio.

¿A quién se pregunta? A la encargada

INTRO:

Buenos días/tardes,

Desde la Universidad de Córdoba, a través de un convenio con el Ayuntamiento de Córdoba, estamos realizando una investigación sobre la alimentación en la ciudad de Córdoba. En este caso estamos realizando encuestas a personas responsables de establecimientos de restauración para analizar algunas cuestiones sobre productos frescos.

La información que se recoja en este cuestionario será anónima y se utilizará de manera agregada, es decir, no habrá datos sobre ninguna tienda o persona en concreto. Son datos generales sobre el sector.

Tardaremos unos 15 minutos en responder la encuesta así que no le robaremos mucho tiempo.

Muchas gracias por haber accedido a responder esta encuesta.

DATOS BÁSICOS

P-1. Barrio/Dirección: _____

P-2. Nombre de establecimiento: _____

P-3. Edad: _____

P-4. Sexo: _____

P-5. Formación: _____

VENTAS

P-6. Del género que se vende en el bar/taberna/restaurante, ¿qué productos son de origen local?

(Pasar a tabla 1)

Producto local: Nos referimos a la materia prima, verduras, hortalizas, carnes, producidas en la provincia de Córdoba o pueblos próximos

P-7. ¿Tiene usted productos ecológicos? No – Sí; **(Pasar a tabla 1)**

Si sí: cuáles son:

Producto Ecológico: los se producen sin el uso de productos químicos ni herbicidas, en los alimentos de origen vegetal, y el caso de la carne sin medicamentos químicos

P-8. Haciendo un resumen, podríamos decir que la presencia de los productos locales, ecológicos, de temporada y de cuarta gama sería:

	Cosas puntuales (<10%)	Menos de la mitad (10-50%)	Más de la mitad (50%-80%)	Todo o casi todo (>80%)
Local (provincial-proximidad)				
Ecológico				

P-9. ¿En algún momento deja de comprar algún producto porque no es su temporada?

P-10. ¿Tiene usted interés en incluir productos de alguna de estas características...?

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
--	------	------	----------	-------

Local (provincial-proximidad)				
Ecológico				
Temporada				

Tabla 1

	Local	Eco.	Proveedores			
			Yo en Merca a...¿mayorista?	Me trae distribuidor, ¿cuál?	Compra D. productor ¿quién?	Producción Propia
Frutas						
Aceituna						
Limón						
Melocotón						
Naranja						
Verduras						
Ajo						
Acelga						
Alcachofa						
Berenjena						
Cebolla						
Espinaca						
Haba						
Judía Verde						
Lechuga						
Patata						
Pimiento						
Tomate						
Lácteos						
Leche						
Queso						
Huevos						
Pan						
Vino						
Legumbres						
Garbanzos						
Lentejas						
Alubias						
Pastas						
Carnes						

Proveedores

La siguiente pregunta es dónde o a quién le compra usted el género. Le doy varias opciones: Va usted a Mercacórdoba directamente, le pide los productos a uno o varios distribuidores, le compra

directamente a algún productor, o si usted tiene producción propia que vende en su tienda. Para hacerlo más fácil, le pregunto:

P-11. ¿Cuáles compra directamente usted en persona en Mercacórdoba? Indicar mayorista. **(Pasar a tabla 1)**

P-12. ¿Cuáles le sirven distribuidores? Indicar cuál. **(Pasar a tabla 1)**

P-13. ¿Tiene dificultad en encontrar algún producto? No -Sí.

Si sí: qué productos **(pasar a tabla)**

P-14. ¿Le compra usted directamente al productor en algún caso? No – Sí.

Si sí: qué productos y qué productor (nombre y/o lugar del productor) **(pasar a tabla 1)**

Si no: ¿Por qué no?

P-15. ¿Tiene usted algo de producción propia que vende en el establecimiento?

No – Sí.

Si sí: qué productos **(pasar a tabla 1)**

P-16. Haciendo un resumen, podríamos decir que según los proveedores con los que trabaja, más o menos, la proporción sería:

	Cosas puntuales (<10%)	Menos de la mitad (10-50%)	Más de la mitad (50%-80%)	Todo o casi todo (>80%)
Mercacórdoba				
Distribuidor				
Compra directa productor/a				
Producción propia				

La siguiente pregunta es sobre cuáles son sus criterios para elegir proveedor.

P-17. Por favor, señale cuáles son los que más valora de entre los que aparecen en esta tabla: es decir, cuánto de importante es para usted que cumplan cada una de estas características:

CRITERIOS	Nada importante	Poco importante	Bastante importante	Muy importante
Menor precio				
Frescura				
De temporada				
Local (provincial-proximidad)				
Ecológico				
Sin químicos				

P-18. ¿Le pide usted algún criterio específico, algo especial, a alguno de sus proveedores (Merca, distribuidor, productor)?

Cientes

P-19. ¿La gente valora Nada, Poco, Bastante, Mucho los productos locales (le recuerdo que entendemos locales como productos de la provincia o alrededores)?

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Productos locales				

Productos de temporada				
Productos ecológicos				
Platos baratos				

P-20. ¿Ofrece en su carta algún plato que contenga mayoritariamente productos: rellenar con plato-producto?

PLATO	PRODUCTO	Local (provincial-proximidad)	Ecológico	Denominación de Origen

P-21. ¿Deja de servir/ofrecer algún plato porque su producto principal no sea de Temporada?
Ejemplo: Salmorejo

Productos locales

P-22. Dígame, EN SU OPINIÓN PERSONAL, si le parece que las siguientes cuestiones son una ventaja que los alimentos locales tienen frente a los no locales (Citar todas y marcar la que corresponda)

	Sí	No	NS/NC
Calidad			
Sabor			
Precio (MENOR PRECIO)			
No tiene químicos			
Frescura			
De temporada			
Reducen impactos negativos de transporte			
Tienen menos embalajes			
Apoya el empleo y la economía local			
Sirven para fortalecer mi comunidad			

P-23. Y en su opinión, cuáles de las siguientes razones dificulta que Ud. tenga en su establecimiento más alimentos locales (citar todas, puede elegir más de una opción).

	Sí	No	NS/NC
Me es difícil encontrar información para saber si es local o no			
El precio es más alto			
Faltan lugares donde comprarlos			

Falta de variedad de productos			
Falta de tiempo para encontrarlos			
No sé dónde encontrarlos			
Hay poca agricultura en Córdoba			
Hay poca ganadería en Córdoba			
Priorizo otros factores (precio, comodidad, otros proveedores, etc.) a que sea local			

Innovación y mejora de la actividad

P-24. Para ir terminando, nos gustaría saber si Ud. Cree que podría mejorar la calidad de su establecimiento, aumentando:

	Sí	No	NS/NC
La variedad en la carta			
Introduciendo productos distintivos, locales			
Introduciendo productos distintivos, de temporada			
Otras			

Y ya por último,

P-25. A continuación le voy a citar algunas cuestiones sobre las que hay diversidad de opiniones. Nos gustaría conocer su opinión. Por favor, responda a las siguientes frases indicando si está muy de acuerdo, bastante de acuerdo, poco de acuerdo o nada de acuerdo

Nota: Se rotan el orden de las 4 respuestas para evitar sesgos

	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo
Las políticas públicas deberían favorecer más la producción y distribución de alimentos locales				
Los establecimientos de venta deberían tener un porcentaje mínimo determinado de productos locales				
La administraciones públicas hacen lo suficiente para evitar el uso de productos químicos o aditivos artificiales				
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción local				
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción ecológica				
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizasen productos locales				
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizasen productos ecológicos				
Estaría dispuesto a dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales para ofrecer a sus consumidores				
Todas las semanas como potajes o guisos con legumbres y verduras, y trato de evitar las comidas precocinadas				
Las instituciones deben apoyar/aportar/facilitar recursos y políticas para que Córdoba tenga un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad				

Muchas gracias por su tiempo.

14. GUIÓN-CUESTIONARIO A CONSUMO

CONSUMO

Ciudad Jardín Marrubial Fuensanta Sector Sur

Usuarías de fruterías tiendas de desavío con fresco

Buenos días/tardes,

Desde la Universidad de Córdoba, a través de un convenio con el Ayuntamiento de Córdoba, estamos realizando una investigación sobre la alimentación en la ciudad de Córdoba. En este caso estamos realizando encuestas a consumidoras en general para analizar algunas cuestiones sobre productos frescos.

La información que se recoja en este cuestionario será anónima y se utilizará de manera agregada, es decir, no habrá datos sobre ninguna persona en concreto. Son datos generales.

Tardaremos unos 10 minutos en responder la encuesta así que no le robaremos mucho tiempo.

Muchas gracias por haber accedido a responder esta encuesta.

DATOS BÁSICOS

En primer lugar algunas preguntas básicas, como:

P1. Nombre: _____

P2. Sexo: _____

P3. Edad: ____ **Barrio en el que vive:** _____

P4. ¿Actualmente cuántas personas además de Ud. conviven en su hogar? _____

P5. Indique el parentesco. Indique la edad de los hijos, si los tiene

Parentesco	Marcar dónde corresponda cantidad	Edad (hijos)
Padre		
Madre		
Hermanos		
Pareja / Cónyuge		
Hijo / Hijos		
Abuelo / Abuela		
Amigos/compañeros de piso		

P6. ¿Podría decirme cuáles son los ingresos de su hogar al mes?

Menos de 600 euros al mes	
De 600 a 1200 euros al mes	
1200 a 1800 euros al mes	
1800 a 2400 euros al mes	
2400 a 3000 euros al mes	
3000 a 3600 euros al mes	
3600 a 4200 euros al mes	
Más de 4200 euros al mes	

Ahora nos gustaría hacerle algunas preguntas sobre su alimentación

P7. Pensando en el último mes, ¿me puede decir quién hace la compra habitualmente en su casa? (puede elegir más de una opción)

Usted	Su pareja	Algún familiar: ¿Quién?	Amigo/a, compañero de piso, etc.	Alguien empleado en la casa	Otros ¿Quién?

P8. Y ¿Quién cocina habitualmente en su casa? (puede elegir más de una opción)

Usted	Su pareja	Algún familiar: ¿Quién?	Amigo/a, compañero de piso, etc.	Alguien empleado en la casa	Otros ¿Quién?

P9. ¿Sigue usted algún tipo de dieta o práctica alimentaria particular?

Sí – pasar a P9.

No – pasar a P10

P10. Indique si sus motivos son (puede elegir más una opción) Respuesta espontánea, marcar la que proceda

	Sí	
Prescripción médica ante una enfermedad		
Evitación de algún alimento por alergia o intolerancia		¿Cuál?
Motivaciones medioambientales		
Motivaciones éticas relacionadas con el bienestar animal		
Motivaciones estéticas para lograr una buena figura o bajar de peso		
Cuidarse, vida sana, bienestar general		
Motivaciones ideológicas ante la alimentación		
Otros.		¿Cuáles?

P11. Como usted sabe hay disponible en el mercado alimentos ETIQUETADOS como de ORIGEN ECOLOGICO, ya que se producen sin el uso de productos químicos ni herbicidas, en los alimentos de origen vegetal, y el caso de la carne sin medicamentos químicos, ¿Es usted consumidor habitual de alimentos ETIQUETADOS COMO DE ORIGEN ECOLOGICO o de los que tenga constancia de su ORIGEN ECOLOGICO (por producción propia)?

Sí – Pasar a P12

No – Pasar a P14

P12. De los siguientes alimentos, dígame con qué frecuencia consume los siguientes alimentos ecológicos:

	Nunca	A veces	Bastante	Mucho	Siempre
Frutas					
Verduras					
Huevos					
Lácteos					
Pan					
Aceite					
Legumbres					
Arroz					
Pasta					
Carne					
Pescado					
Vino					

P13. Dígame, por favor, en cuál de los siguientes lugares compra o consume principalmente estos alimentos ecológicos:

	Sí	No
Autoconsumo		
Compra directa al productor o productora		
Grupo de consumo		
Tienda de asociación de productos ecológicos		
Mercado de productores ecológicos		
Tienda de barrio con productos ecológicos		
Supermercados		
Grandes superficies		
Herboristerías		
Internet		
Bares, tabernas y restaurantes		

P14. ¿Consume usted alimentos locales, es decir producidos de manera más o menos próxima al lugar de donde se consume?

Sí – Pasar a P15

No y NS/NC – PASAR A p17

P15. Indíqueme por favor con qué frecuencia consume los siguientes productos locales

	Nunca	A veces	Bastante	Mucho	Siempre
Frutas					
Verduras					
Huevos					
Lácteos					
Pan					
Aceite					
Legumbres					
Arroz					
Pasta					
Carne					
Vino					

P16. Dígame, por favor, CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA EN LOS SIGUIENTES LUGARES LOS ALIMENTOS LOCALES

	Nunca	A veces	Bastante	Mucho	Siempre
Compra directa a agricultor o agricultora en su finca o en un mercado					
Tienda o mercado de barrio					
Supermercado					
Grandes superficies					
Grupo de consumo					
Internet					
Mercadillo ambulante					
Bares, tabernas y restaurantes					
Son de autoconsumo porque tengo algo de producción propia. ¿Qué productos?					

P17. ¿Considera que el consumo de alimentos locales tiene alguna ventaja frente a los no locales?:

Sí	No
----	----

Sí – pasar a P18

No – pasar a P19

P18. Dígame si le parece que las siguientes cuestiones son una ventaja que los alimentos locales tienen frente a los no locales (Citar todas y marcar la que corresponda)

	Sí	No	NS/NC
Calidad			
Sabor			
Precio			
Confianza			
No tiene químicos			
Frescura			
De temporada			
Reducen impactos negativos de transporte			
Tienen menos embalajes			
Apoya el empleo y la economía local			
Sirven para fortalecer mi comunidad			

P19. Hablando sobre alimentos locales, podría decirme a través de qué forma DIFERENCIA USTED un alimento local de uno NO LOCAL

	Sí	No	No me preocupo por ello (respuesta espontánea)	NS/NC
Mirando las etiquetas				
Preguntar a quién despacha				
Consumiendo en entidades de producción local				
Otros				

P20. Y en su opinión, cuáles de las siguientes razones dificulta que se consuman más alimentos locales (citar todas, puede elegir más de una opción).

	Sí	No	NS/NC
Me es difícil encontrar información para saber si es local o no			
El precio es más alto			
Faltan lugares donde comprarlos			
Falta de variedad de productos			
Falta de tiempo para encontrarlos			
No sé dónde encontrarlos			
Me falta tiempo o conocimientos para prepararlos			
Hay poca agricultura en mi zona			
Hay poca ganadería en mi zona			
Priorizo otros factores (precio, comodidad, etc.) a que sea local			

P21. A continuación le voy a citar algunas cuestiones sobre las que hay diversidad de opiniones. Nos gustaría conocer su opinión. Por favor, responda a las siguientes frases indicando si está muy de acuerdo, bastante de acuerdo, poco de acuerdo o nada de acuerdo
Nota: Se rotan el orden de las 4 respuestas para evitar sesgos

	muy de acuerdo	bastante de acuerdo	poco de acuerdo	nada de acuerdo
Las políticas públicas deberían favorecer más la producción y distribución de alimentos locales				
Los establecimientos de venta deberían tener un porcentaje mínimo determinado de productos locales				
La administraciones públicas hacen lo suficiente para evitar el uso de productos químicos o aditivos artificiales				
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción local				
La alimentación en centros escolares y hospitalarios debería ser de producción ecológica				
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizan productos locales				
Elijo o elegiría establecimientos de restauración (restaurantes, bares, etc.) si utilizan o utilizan productos ecológicos				
Estaría dispuesto a dedicar más tiempo y esfuerzo a adquirir productos locales apoyando canales alternativos como mercados de productores, grupos de consumo, etc.				
Todas las semanas como potajes o guisos con legumbres y verduras, y trato de evitar las comidas precocinadas				
Las instituciones deben apoyar/aportar/facilitar recursos y políticas para que Córdoba tenga un cinturón de huertas, frutales y pastores para el consumo de la ciudad				

P22¿Cómo piensa que la administración pública podría apoyar el consumo de productos locales?

Preguntas sociodemográficas:

P23. Para ir terminando, participa o colabora usted en alguna asociación, ONG o colectivo dedicada a temas ambientales o de consumo

Sí	No	NC
----	----	----

P24. ¿Cuál es su nivel de estudios completado?:

Sin estudios	Estudios básicos – ESO	Bachiller – FP	Grado – Licenciatura	Doctorado
--------------	------------------------	----------------	----------------------	-----------

Y ya por último nos interesan algunos datos sobre nutrición, para poder sacar el I.M.C. por favor podría decirnos

P25. ¿Cuál es su altura? _____

P26. Y por favor, ¿cuál es aproximadamente su peso actual? _____

Muchas gracias por su colaboración



AYUNTAMIENTO DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
Instituto de Sociología y Estudios Campesinos

