

# Plazara! y los mercados de agricultores y agricultoras

Garbiñe Elizainzin Oharriz. INTIA.  
Ester Montero González. ARREA.

## Una oportunidad para el desarrollo rural sostenible

Los mercados de venta directa de producto local son espacios públicos donde se pueden adquirir alimentos directamente de las personas productoras. Se encuadran dentro de lo que se denomina **Canales Cortos de Comercialización (CCC)**, definidos por algunos autores como un canal de distribución de alimentos en el que no están presentes la gran distribución, ni el conjunto de mayoristas. También suele hacer referencia a la disminución de intermediarios o la cercanía entre la producción y la comercialización.

Mediante los mercados de venta directa, las pequeñas unidades agrarias retienen el valor añadido del alimento, por lo que constituye una forma eficaz de hacer frente a la crisis por la que atraviesa la agricultura familiar y, por tanto, el despoblamiento rural. También aportan otras ventajas, como satisfacer la creciente demanda de las personas consumidoras de alimentos frescos y locales, o revitalizar la economía local. En aspectos ambientales y de sostenibilidad, se contribuye a la mitigación del cambio climático, reduciendo transportes, embalajes, cámaras de frío, entre otros. Se mantienen los paisajes agrarios o la biodiversidad. En definitiva, un mercado de personas productoras aporta ventajas medioambientales, económicas, y sociales para la zona rural y la ciudad donde se ubica.

El ejemplo de Plazara!, en Tierra Estella, es una buena muestra. Enlaza con los mercados tradicionales aportando unas formas de gestión colaborativas nuevas muy interesantes, como se verá en este artículo.

### Plazara!, Estellerriko ekoizleen merkatua

Bertako produktuen salmenta zuzeneko azokak, eremu publikoak dira, non pertsona ekoizleetatik zuzenean jaso daitezkeen elikagaiak. Merkaturatze kanal laburren barnean kokatu dezakegu.

Salmenta zuzeneko azoken bidez, nekazal ekoizle txikiek, erosleek eskatzen dituzten bertakoak eta freskoak diren elikagaiak, zuzenean saldu ahal dizkiete, elikagaiaren balio erantsia mantenduz. Merkatu mota hauek inguruko ekonomia sortzen dute, nekazal familien krisiari eta landa eremuen despultazeari aurre egiteko aukera izanik. Beste abaintaila batzuk ere badituzte, ingurugiroarekiko eta jasangarritasunean, aldaketa klimatikoaren arintzea, garraioak, bilgarriak eta hotz kamarak gutxituz, besteen artean. Nekazal paisaiak edo bioaniztasuna mantentzen dira. Oro har, nekazarien merkatuek, ingurugiro, ekonomiko, zein gizarte abantailak ematen dizkio landa eremuari, baita kokatzen den hiriarri.

Plazara Lizarrako Foru plazan hilero egiten den ekoizleen merkatua da. Udal egitasmo honek Estellerriko 30 nekazari baino gehiago bildu ditu. Ekoizleen eta kontsumitzaileen topagunea da, non azken hauek janaria erosteaz gain, jakiaren jatorria eta ekoizteko modua ere ezagutzen dituzten

Esperientzia honek, kontsumo arduratsua eta gertukoa bultzatzen du, landa eremu berriztagarri eta biziaren erakustoki bihurtuz.

En los últimos años, las iniciativas de mercados de productores/as continúan creciendo. En EEUU Los “Farmers Markets” han aumentado hasta los 8.700 en 2016 (Fuente: USDA). En países europeos como el Reino Unido y Francia, los mercados de productores llevan mucho tiempo funcionando, teniendo una mayor relevancia a partir de la década de los noventa. En España, se han puesto en marcha Ecomercados y Mercados de Productores/as por prácticamente todas las regiones. En este marco dentro de Navarra, en Estella-Lizarrar se ha desarrollado un mercado de venta directa por personas productoras de la merindad impulsado por el ayuntamiento.

## PUESTA EN MARCHA DE PLAZARA!

Surge como una iniciativa municipal promovida por el ayuntamiento de Estella-Lizarrar en la legislatura 2016-2019. El diseño y desarrollo del mercado se han realizado desde el enfoque de la Dinamización Local Agroecológica, ésta adapta la Investigación Acción Participativa (IAP) a nuestro contexto europeo.

La puesta en marcha del mercado ha sido realizado por Arrea, entidad especializada en agroecología y desarrollo rural sostenible que se ha encargado de la asistencia técnica, con la colaboración de diversas entidades como INTIA.

Se comenzó en el año 2017 con la realización del diagnóstico para profundizar en la caracterización del territorio, identificar a los agentes sociales susceptibles de implicarse en el proceso, generar un proceso de reflexión común y diseñar el mercado de forma participativa. Se informó e invitó a participar en el proceso al mayor número posible de personas productoras. Para ello se contó también con la colaboración de INTIA, CPAEN, EHNE y UAGN, a los que se solicitó la divulgación de las sesiones participativas entre sus socias.

En la **Tabla 1** se recoge un resumen de Plazara.

## ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL MERCADO PLAZARA!

La amenaza de despoblamiento no es un hecho ajeno a la realidad de la Merindad. Por eso un factor a destacar es que la mitad de las explotaciones agrarias y elaboradoras que participan en el mercado pertenecen a poblaciones de la zona con menos de 300 habitantes. Esto confirma la importancia de su existencia como agentes económicos y vertebradores de estas poblaciones.

Arrea, con la colaboración de INTIA, ha hecho un análisis para evaluar el impacto de la imple-

mentación del mercado en Estella. La evaluación del día de mercado se ha realizado con la metodología Tools for Rapid Market Assessments (RMA) desarrollada para evaluar mercados de productores/as en EEUU. Se ha adaptado a nuestra realidad, ampliando con encuestas a las personas productoras. Para cuantificar el impacto económico, se ha contado con el apoyo y asesoramiento de Eduardo Malagón y Mirene Begiristain, de la facultad de economía de la UPV, con experiencia en el análisis de mercados de productores/as.

## QUIÉN ESTÁ EN LOS PUESTOS DEL MERCADO

Se han analizado las características de los distintos puestos, a través de encuestas y entrevistas, para conocer mejor tanto la tipología de las personas productoras y elaboradoras, como su modelo de producción y elaboración.

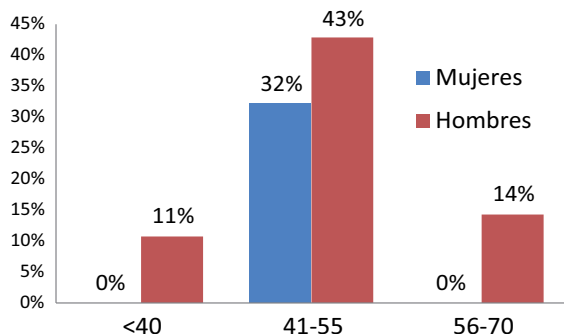
**Del conjunto de los puestos, un 85% han sido ocupados por personas agricultoras y ganaderas y un 15 % por elaboradoras artesanales. Un 32% son mujeres.**



Tabla 1. Características de Plazara!

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Nombre</b>                       | Plazara! Mercado de Productos de Tierra Estella-Estellerriko Ekoizleen Merkatua.   |
| <b>Impulsor, promo-</b>             | Ayuntamiento de Estella-Lizarrar.  |
| <b>Características</b>              | -Mercado agroalimentario de productores/as, elaboradores/as.<br>-Procedentes de la comarca de Tierra Estella y zonas limítrofes.<br>-De agricultura familiar y sostenibles, priorizando la producción ecológica.<br>-El 100 % del producto debe ser propio, no se admite reventa.              |
| <b>Periodicidad</b>                 | Segundo sábado de cada mes, horario de mañana.   |
| <b>Lugar</b>                        | Plaza de los Fueros, Estella-Lizarrar. De 10 h a 14.30 h   |
| <b>Inicio</b>                       | Julio 2018.  |
| <b>Infraestructuras</b>             | El Ayuntamiento facilita carpas. El resto corre por cuenta de cada persona productora (mesa, mantelería...).   |
| <b>Coordinación</b>                 | Hasta febrero de 2020, existe una asistencia técnica que realiza Arrea, entidad coordinadora-dinamizadora, encargada de su puesta en marcha y consolidación.   |
| <b>Normativa</b>                    | Existe una ordenanza temporal por la que se regula el mercado, realizada de forma consensuada con el sector. <a href="http://plazara-estella-lizarrar.com/informacion/#info">http://plazara-estella-lizarrar.com/informacion/#info</a>   |
| <b>Productores/as participantes</b> | Actualmente: 32<br>Comienzo: 21<br>Puestos/mercado: Entre 21 y 24.   |
| <b>Productos</b>                    | Alimentos frescos y transformados: hortalizas, frutas, legumbres, aceite, frutos secos, quesos, miel, pan, repostería, pasta, trufa, sal, vino, cerveza...<br>Un puesto de artesanía gestionado por la Asociación de Artesanos de Tierra Estella.  |
| <b>Puesta en marcha</b>             | Proceso participativo para definir modelo de mercado y gobernanza.   |
| <b>Gobernanza</b>                   | - Comisión del Mercado: encargada de su puesta en marcha, con representación del Ayuntamiento, sector agrario, comercio, consumo responsable, turismo, artesanos/as<br>- Reuniones periódicas con el sector agrario.<br>- Se acaba de crear una asociación de personas productoras de Plazara! |
| <b>Actividades complementarias</b>  | En cada edición se realizan actividades de sensibilización en torno a la alimentación, el consumo responsable o la producción sostenible. Muchas de ellas en colaboración con diversas asociaciones.   |
| <b>Divulgación</b>                  | <a href="http://plazara-estella-lizarrar.com/">Página web http://plazara-estella-lizarrar.com/</a><br>Cartelería, Prensa, mailings, redes sociales...  |
| <b>Tasas</b>                        | El primer año se estableció sin coste.<br>Para 2020 el ayuntamiento pretende aplicar las tasas de mercado vigentes en el mercado de los jueves, más otra tasa por uso de carpa.  |

Gráfico 1. Distribución productores y productoras del mercado



Respecto a la edad, un 11% son jóvenes menores de 40 años, un 75% están entre 41 y 55 años y un 14% tienen entre 56 y 67 años.

Esto contrasta enormemente con el dato general de Tierra Estella donde, si miramos la edad de los titulares del total de explotaciones agrarias registradas en la Comarca Agraria IV en 2018, sólo el 6% de los titulares de explotaciones agrarias tienen menos de 40 años y el 75,8% más de 55 años. (Gráfico 1)

En el mercado Plazara las personas productoras han comercializado una amplia gama de productos, muestra de la diversificación de estas explotaciones agrarias. Por importancia, podemos destacar que un 22% de estos puestos han traído hortalizas y un 19% frutas (fruta fresca, frutos secos, pequeños frutos). Respecto a los alimentos de origen animal, un 18% de los puestos ofrecen alimentos como quesos de oveja y de cabra, carne de potro (bajo pedido), capones o huevos. Tampoco han faltado vinos, conservas, miel, sal o trufas. Otros productos elaborados que podemos destacar han sido cerveza artesana con cebada propia, conservas vegetales y mermeladas de materias primas propias de la explotación. (Gráfico 2)

Las unidades elaboradoras artesanales que ocupan los puestos ofrecen pan, repostería, cerveza y embutidos. (Gráfico 3)

Este mercado es un espacio donde se favorecen las producciones más sostenibles y familiares que apuesten por una comercialización directa. Aunque se prioriza la producción ecológica tienen cabida también otro tipo de producción de calidad (Gráfico 4).

## CERCANÍA ENTRE PRODUCCIÓN Y CONSUMO. ALIMENTOS KM 0

Es indiscutible actualmente que un consumo cercano es un factor de mitigación del cambio climático debido a la reducción en transportes, embalajes, cámaras de frío, entre otros. En este aspecto, la media de los productos que se comercializan en el mercado Plazara recorre menos de 26 km. Tal y como refleja el gráfico, El 57 % de las unidades productivas presentes en el mercado proviene de un radio menor de 25 km, y un 43 % recorre una distancia entre 25 y 46 km. Podemos afirmar que estamos realmente ante un mercado de km 0.

Gráfico 2. Productos comercializados en el mercado por unidades productoras (%)

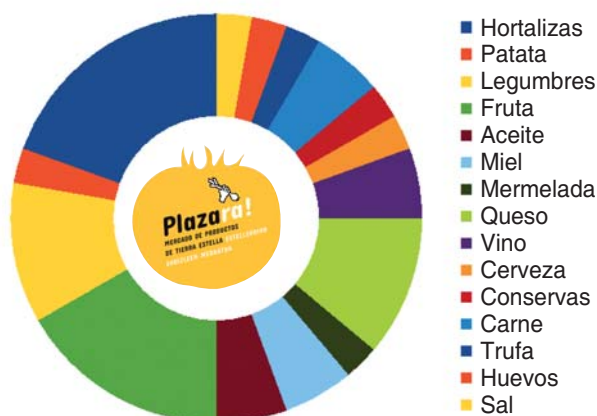


Gráfico 3. Productos comercializados por unidades elaboradoras artesanales (%)

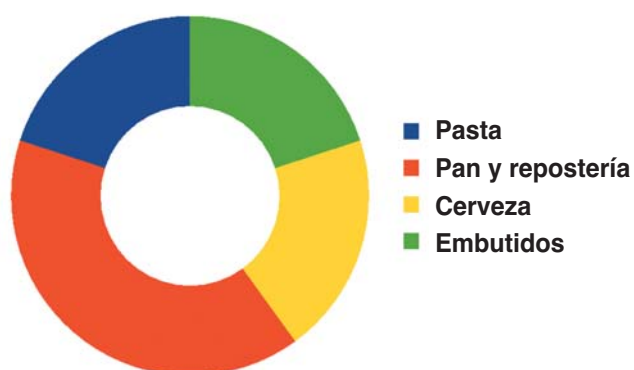
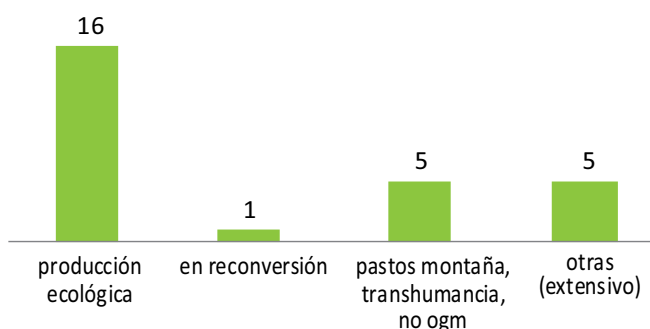


Gráfico 4. Modelo productivo



## VALORACIÓN DE LAS PERSONAS PRODUCTORAS

En cuatro ediciones se ha realizado una encuesta preguntando a los participantes por su valoración del mercado: (organización, dinamización, ambiente, relación con otros/as productores/as...). No ha habido ninguna respuesta cuya valoración del mercado fuese regular o mala en las cuatro consultas. Todas se han repartido entre buena y muy buena.

También se preguntó por una valoración de sus ventas, con tres posibles respuestas: buenas, regulares y malas. Los resul-

tados han oscilado más que en la pregunta anterior. Desde un mes en que el 100% las valoraron como buenas hasta la peor valoración que ha correspondido con un 41,17% de regulares y un 58,8% como buenas. No ha habido ninguna respuesta en la categoría “Malas”.

## PERFIL Y VALORACIÓN DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

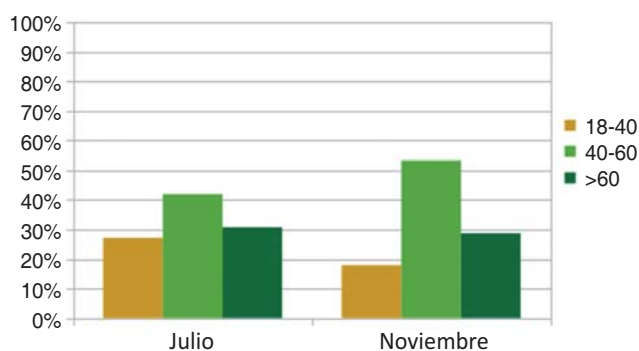
Se ha contabilizado la asistencia a Plazara en tres ocasiones. El método de conteo utilizado ha sido el propuesto en la RMA citada. Según estos datos, la media de visitas está en torno a las 2.000 personas por día de mercado, por lo que a lo largo de un año se han estimado unas 24.000 visitas y en el año y medio de funcionamiento, unas 36.000.

Las personas productoras/as manifiestan claramente que es **un mercado donde el público viene a hacer la compra, “vienen con carro”**, a diferencia de ferias, mercados medievales u otros eventos que, pudiendo ser mucho más multitudinarios en cuanto a visitas, tienen unas ventas menores, pues *“la gente no va a comprar, va de paseo”*.

El origen de las personas que vienen al mercado es principalmente Tierra Estella, tanto habitantes como personas con segunda residencia en la zona. Este perfil supone posiblemente más de la mitad de las personas consumidoras, de ahí la fidelización de la clientela. También es significativo el número de turistas.

En cuanto al sexo tenemos una ligera predominancia de mujeres como compradoras. El **Gráfico 5** muestra las edades.

Gráfico 5. Rangos de edad de personas consumidoras



**La franja de edad mayoritaria es de 40 a 60 años aproximadamente, con casi la mitad de los asistentes.** Asimismo hay un **porcentaje considerable de jóvenes, de más del 20%**. También merece la pena reseñar el número de familias que asisten al mercado, con una presencia infantil destacable pero no cuantificada, pues en los conteos sólo se registran personas adultas.

El mercado también es un espacio de encuentro y transmisión con valor pedagógico, en este aspecto se han realizado diversas actividades como cuentacuentos sostenibles, elaboración de cajas nido o herbarios gráficos de huerta.



**En dos ediciones en 2019 se ha realizado una Encuesta por Puntos destinada a los compradores/as**, para conocer sus hábitos de compra y valoración tras un periodo de funcionamiento. Participaron un 6,3% de los compradores/as estimados. Más de un 80% de estas personas encuestadas manifiestan que han venido al centro de Estella-Lizarra especialmente por Plazara. En cuanto a los motivos prioritarios para comprar, el consumo responsable y la calidad de los productos aparecen como opciones claramente prioritarias. Por lo que podemos añadir al perfil de las personas consumidoras que es un público que busca adquirir productos locales, justos, sostenibles, cercanos, valorando igualmente la calidad de los productos.

El día de mercado se concibe como una iniciativa que dinamice el pueblo y un escaparate de los productos de la tierra. En este sentido, tanto el sector del pequeño comercio del centro urbano como el turismo entrevistado valoran positivamente Plazara!.

## IMPACTO ECONÓMICO

Se ha estimado con los datos de julio y noviembre de 2019, donde por un lado se preguntó a los productores/as por la cuantía de sus ingresos y por otro lado el gasto a las personas consumidoras, tanto en el mercado como en las tiendas y bares de alrededor.

Para conocer el impacto directo (en mercado) tenemos los datos de las personas productoras y las consumidoras, con una diferencia de resultados de 1-5. Esta horquilla se recoge en otros estudios de evaluación de mercados (Malagón et al., 2017) y está relacionada con la percepción de los ingresos o gastos. Las personas consumidoras tienen una percepción del gasto más elevada y las productoras por el contrario, suelen declarar menos ingresos.

Por ello, hemos hecho una media de lo que declaran ambos grupos, valorando la posibilidad de que las cifras más reales estén entre uno y otro.

En cuanto al impacto indirecto en comercio y hostelería, se dispone de los datos declarados por las personas consumidoras.

Además del impacto económico en el mercado y en el comercio/hostelería del centro de Estella-Lizarra, se ha calculado el gasto inducido.

Para realizar la estimación del gasto inducido sobre el resto de actividades económicas, se ha aplicado el modelo de demanda del análisis input-output, empleando los valores de las producciones interiores (esto es, correspondientes a Navarra) de las tablas input-output simétrica de la Comunidad Foral de Navarra de 2010 (Estadística del Gobierno de Navarra, 2015).

Teniendo en cuenta el gasto directo, el indirecto y el inducido, para el cálculo del impacto económico del mercado, se han planteado tres escenarios en función de lo declarado por las personas productoras y consumidoras:

**1. | Un escenario moderado**, en el que se estima un consumo directo anual en los puestos del mercado de 60.274,8 euros (obtenido de los ingresos declarados por las personas productoras), y un consumo directo en los comercios locales de las personas consumidoras de 51.439 euros anuales.

Al ser complejo obtener datos reales de consumo del comercio recogidos de los propios comerciantes, se ha realizado una estimación, cifrando este gasto en 1/5 del consumo declarado por los propios consumidores/as, ya que esa proporción es la diferencia entre el consumo declarado en Plazara! por las personas consumidoras y los ingresos declarados por los agricultores/as en sus puestos.

**2. | Un escenario intermedio**, con una estimación de consumo directo anual de 184.166,40 euros, que es la media del consumo declarado por personas productoras y consumidoras respectivamente. El consumo directo en los comercios locales es la media entre el consumo estimado para el escenario moderado y el consumo declarado por las personas consumidoras: 154.317 euros.

**3. |** Por último, **un escenario optimista**, que se realiza sobre una estimación de los consumos anuales declarados por las personas consumidoras en el mercado (308.058 euros) y en el comercio local (257.196 euros).

En la **Tabla 2** se reproducen los resultados obtenidos. Por cada euro que ha invertido el Ayuntamiento de Estella-Lizarras, ha tenido ya, en sólo año y medio, un retorno económico mínimo a la zona de 5,45 euros. Se debe tener en cuenta que los datos se han analizado en el periodo de puesta en marcha, donde se han realizado las mayores inversiones previstas.

Tabla 2. Impacto económico según escenarios

| Gasto              | Escenario 1       | Escenario 2       | Escenario 3         |
|--------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Gasto Plazara!     | 60.274,80         | 184.166,40        | 308.058,00          |
| Gasto Comercio     | 51.439,00         | 154.317,00        | 257.196,00          |
| Gasto inducido     | 171.158,24        | 517.590,41        | 866.254,78          |
| <b>Gasto total</b> | <b>282.872,00</b> | <b>856.073,00</b> | <b>1.431.508,00</b> |

## EN RESUMEN

Los datos obtenidos muestran la importancia de los mercados de venta directa como espacios para revitalizar el sector agrario y el mundo rural.

**El mercado Plazara ha servido para acercar a las productoras y productores de la merindad a la población, promoviendo una agricultura sostenible y un consumo próximo y responsable.** Como manifiestan las propias personas productoras, *“un mercado fijo es clave porque proporciona estabilidad”*, también *“se crea una clientela fija alucinante”* ya que *“la gente te conoce y luego contacta por teléfono”* y dicen que *“mi punto de mira está en los mercados”*.

Es una experiencia que va a servir a buen seguro de escaparate para que se extienda en otras poblaciones navarras y de apoyo a un medio rural vivo e innovador. A la vez se mitigan los efectos adversos del actual sistema agroalimentario, ayudando a poner *“la alimentación en el centro”* de las políticas públicas y del debate social.

