

RESUMEN TALLER VIRTUAL PARA LA DEFINICIÓN DE UN MERCADO AGROALIMENTARIO DE PROXIMIDAD EN EL BARRIO DE MALILLA

FECHA DE LA REUNIÓN: 26 y 27 de Marzo de 2021

ASOCIACIONES Y COLECTIVOS PARTICIPANTES:

- **Associació El Llibrell, eines de transformació local. Entidad dinamizadora. Lara y Jèssica.**
- Huertos Urbanos Geshuma: Aida
- Asociación de vecinos y vecinas de Malilla: Leonor, Vicente, Elisabet, Mar y Fernando
- Centro de Juventud de Malilla: Elena y Gloria
- Malilla Digital: Javier
- Valencia Saludable: Teresa

AGENDA DE LA REUNIÓN:

Viernes 26 de marzo (de 16 a 19h):

1. Bienvenida, presentación de la “Asociación el Llibrell, eines de transformació local” y de las y los participantes en el taller.
2. Presentación del proyecto para la creación de cuatro mercados agroalimentarios de proximidad en la Ciudad de Valencia: cronograma del proyecto y punto de desarrollo en el cual se encuentra.
3. Presentación de otras experiencias de mercados agroalimentarios de proximidad en el Estado Español: aprendizajes y potencialidades / dudas y preguntas.
4. Presentación de la “Ordenanza municipal reguladora de la venta no sedentaria” de la ciudad de Valencia y temas de debate en cada barrio. Cierre.

Sábado 27 de marzo (de 09:30 a 13h):

1. DINÁMICA DE CO-ESCUCHA. Dibujo individual, co-escucha y ronda grupal con cosecha de ideas. Preguntas para la co-escucha:
 - ¿Cómo sueño este mercado?
 - ¿Que tendría que ocurrir en este mercado para que en el futuro pueda decir que ha sido la mejor forma de invertir mi tiempo?
 - ¿Qué te motivaría a decir que “Sí, me siento afortunada de haber trabajado en este mercado”?

2. GRUPOS DE TRABAJO: ¿Cuáles serían las tareas o propuestas de acción para la puesta en marcha del mercado?

GRUPO 1

- Tipología de mercado y de productos: elaborados, ecológicos, no ecológicos, híbrido.
- Mejor día para el mercado.
- Relaciones con el pequeño comercio y la restauración (dentro de los límites de la ordenanza municipal)

GRUPO 2:

- Tipo de actividades dinamizadoras.
- Relaciones con el vecindario y las asociaciones, colaboraciones con entidades del barrio.
¿Una parada para el barrio?

3. DINÁMICA DE ANÁLISIS DE PROPUESTAS. 6 Sombreros para pensar.

DESARROLLO:

La **sesión del viernes 26** fue de carácter informativo, se presentaron los contenidos según lo previsto. Los temas que despertaron mayor interés fueron:

1. La relación de los mercados de proximidad con el pequeño comercio, cómo esto se ha llevado a cabo en otras experiencias y cómo se han trabajado los conflictos. El principal interés era poder pensar una estrategia informativa para que la relación con el pequeño comercio de Malilla con el fin de prevenir posibles conflictos, de que el mercado tenga aceptación en el barrio e incluso se pueda plantear una relación de cooperación entre mercado y pequeño comercio del barrio.
2. Se reafirma la idoneidad del punto elegido para el mercado, por una parte, por las posibilidades del sitio como punto de encuentro, punto de ocio, con cabida para más actividades complementarias al mercado. Por otra parte, la ubicación (Parque Urbano de Malilla) se encuentra suficientemente alejada de otros comercios, motivo por el cual no está generando tensiones con otros comerciantes.
3. Con relación a la tipología de mercado y posibles productos, surge interés en que se disponga de elaborados (pan, queso, mermeladas, etc.), no solamente productos en fresco.
4. La presentación de la "Ordenanza municipal reguladora de la venta no sedentaria" fue una cuestión clave que ayudó a definir los posibles temas de debate y de decisión dentro de las posibilidades del marco legal.

En general la respuesta vecinal ha sido muy positiva y colaborativa, a lo largo de la sesión se comienzan a definir algunos puntos importantes de cómo este mercado podría tener una buena implantación en el barrio de Malilla.

Foto 1. Presentaciones del Llibrell y las participantes



Foto 2. Presentación de la “Ordenanza municipal reguladora de la venta no sedentaria”



En la **sesión del sábado 27**, se realizó un taller participativo con el fin de trabajar los puntos más importantes para una buena implantación y acogida del mercado agroalimentario de proximidad en el barrio de Malilla.

A través de tres dinámicas nos propusimos imaginar el mercado desde un punto de vista individual, para luego elaborar propuestas grupales para la puesta en marcha del mercado. Finalmente analizamos las propuestas, especialmente aquellos puntos más críticos.

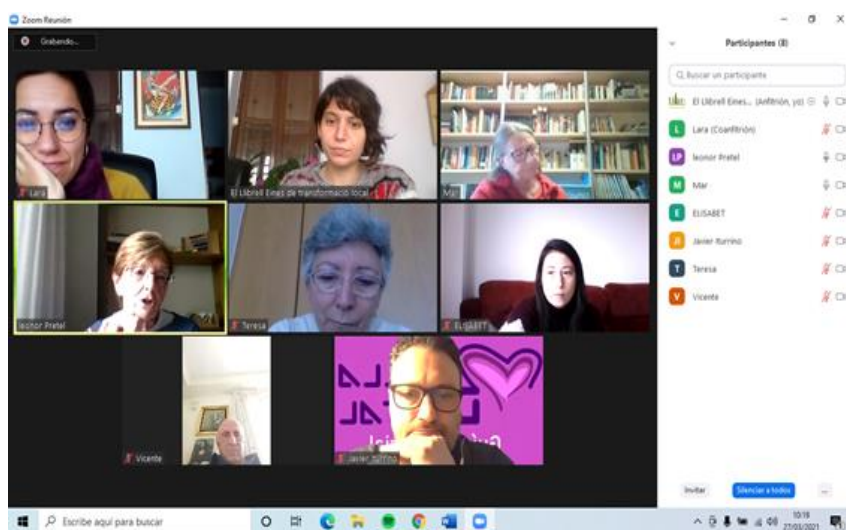
En la primera dinámica “CO-ESCUCHA”, de carácter individual, se plantearon las siguientes preguntas:

- ¿Cómo sueña este mercado?
- ¿Que tendría que ocurrir en este mercado para que en el futuro pueda decir que ha sido la mejor forma de invertir mi tiempo?
- ¿Qué te motivaría a decir que “Sí, me siento afortunada de haber trabajado en este mercado”?

Los aspectos más relevantes, entorno a los cuales había un gran consenso, fueron los siguientes:

- El interés en un mercado de tipología mixta donde se puedan encontrar productos de proximidad tanto ecológicos como convencionales con el fin de tener precios asequibles, puesto que se trata de un barrio obrero, también con la finalidad de atraer productores de la zona, aunque no tengan producción ecológica.
- La posibilidad de un mercado diverso y variado, con diferentes productos, tanto fruta y verdura como productos elaborados.
- El mercado como nexo entre diferentes asociaciones del barrio, por ejemplo, con los Huertos Urbanos. También mediante una mesa o parada (extra) en la que las entidades del barrio tengan un espacio propio dentro del mercado.
- El mercado como un lugar de encuentro: una plaza de barrio. Se reivindica que el mercado pueda ser un lugar no solo de compra-venta, sino también un lugar dinámico donde compartir actividades de ocio y cultura. Un espacio intergeneracional, en el que participen las familias.
- El mercado de Malilla, como un punto de referencia que atraiga a vecinos de los barrios cercanos como Sant Marcellí o la Creu Coberta. Para ello era importante la colaboración con la hostelería y la apertura de l’Alqueria Central.

Foto 3. Dinámica CO-ESCUCHA



En la segunda dinámica “GRUPOS DE TRABAJO”, se dividió a las participantes en dos mesas de trabajo para trabajar varios temas y llegando a las siguientes conclusiones:

	TEMAS	CONCLUSIONES
GRUPO 1	Tipología de mercado y de productos	Tipología Mixta (ecológico y convencional). Productos variados (frescos y elaborados): Verdura, fruta, hortaliza, miel, queso, encurtidos, panadería.
	Mejor día para el mercado	Sábado
	Relaciones con el pequeño comercio y la restauración	Establecer vínculo con bares y restaurantes, para realizar menús con productos del mercado. Apertura de l'Alqueria Central como bar. Campaña de información con el pequeño comercio, para evitar o minimizar conflicto ya que en realidad no hay puestos similares cerca que puedan tener una relación de competencia
GRUPO 2	Tipo de actividades dinamizadoras	Participación asociaciones y colectivos culturales: escuelas baile, banda música, coral y batucada. Juegos infantiles para niños.
	Relaciones con el vecindario y las asociaciones, colaboraciones con entidades del barrio.	Puesto/ mesa para asociaciones del barrio, con el fin de crear un punto de encuentro que refuerce el tejido social. Énfasis en incluir a la comunidad educativa (AMPAS).

Foto 4. Dinámica “Grupos de trabajo”. Grupo 1.

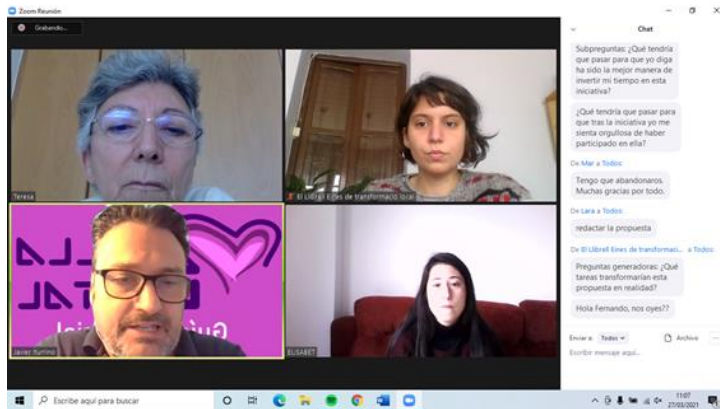
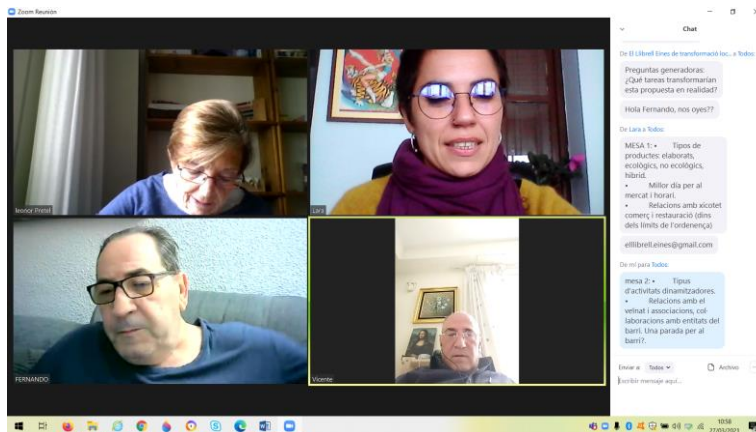


Foto 5. Dinámica “Grupos de trabajo”. Grupo 2.



Para terminar, se hizo una dinámica para detectar los puntos más sentidos o “**puntos calientes**” y analizarlos mediante la dinámica “6 SOMBREROS PARA PENSAR”, que permite estudiar propuestas desde 6 puntos de vista diferentes:

1. Objetividad (datos y cifras)
2. Positividad (beneficios, valor, aspectos positivos)
3. Objeciones (dificultades y debilidades)
4. Creatividad (alternativas, nuevas ideas, nuevas propuestas)
5. Emociones (intuición, sentimientos que se despiertan, sensaciones)
6. Proceso amplio (organización, visión global)

En primer lugar, se detectaron tres temáticas importantes y, en concreto, se escogió trabajar la tercera:

- a) Cómo definir temporada y proximidad.
- b) Cuidar la relación con el pequeño comercio y con la hostelería. Mucha comunicación:
 - Mercado como competencia, no están al lado en Malilla.
 - Si hay 25 comerciantes afectados, esto no puede limitar el desarrollo del barrio.

- c) Si el mercado se entiende como algo más que un punto de compra-venta, es decir, como un punto de nexo entre vecindario y de las asociaciones del barrio, se plantean las siguientes cuestiones y dudas:
- ¿Cómo va a ser la co-gestión del mercado? ¿Qué posibilidades de gestión tiene el vecindario? ¿Será posible tener un puesto o parada invitada para el barrio?
 - ¿Los agricultores se involucrarán con la dinamización del mercado? ¿Quién hará frente a los gastos de la dinamización?
 - ¿Qué tipo de actividades de dinamización deberían estar relacionadas con el mercado? Realmente, a los agricultores ¿les va a servir el hecho de que haya actividades culturales? o como en otros sitios ¿puede entorpecer la compra-venta?
 - En resumen, ¿cómo vamos a conseguir que esta iniciativa sea tan buena para productores como para el barrio?

En conclusión, todas estas cuestiones se refieren a la sensibilidad por conseguir que este mercado sea un punto de encuentro entre huerta y ciudad, pero también un espacio que integre a la diversidad de vecindario, asociaciones vecinales, asociaciones culturales y pequeño comercio de Malilla.

Parfraseando a una participante de la Asociación de vecinos y vecinas *“queremos que este mercado sea la plaza que no tenemos en Malilla”*.

Foto 6. Dinámica “6 Sombreros”.

