

## 1. Conclusiones

### PERFIL DEL PEQUEÑO COMERCIO

- Dos de cada tres establecimientos son tiendas de barrio, fruterías, carnicerías y pescaderías; un 21% son puestos en mercados municipales; y un 12,6% tiendas ecológicas y de comercio justo y grupos de consumo de la ciudad de Valladolid.
- Nueve de cada diez establecimientos tiene entre uno y tres **trabajadores**, y un **local** de tamaño pequeño o mediano (cuatro de cada diez tiene menos de 30 metros cuadrados).
- La **antigüedad** media del pequeño comercio de Valladolid es de 19 años, y un tercio de los establecimientos tiene más de 30 años.
- Al frente de dos de cada tres establecimientos hay una persona de entre 40 y 59 **años**.

### ADOPCIÓN DE MEDIDAS DE AHORRO

- Dos tercios de los establecimientos de venta de alimentos frescos consideran que su **gasto mensual** de energía y agua es algo o muy alto, y la mitad de ellos (49,3%) ha adoptado alguna medida de ahorro, siendo las tiendas ecológicas las que lo han hecho en mayor medida (86,7% de ellas) y los puestos de los mercados municipales los que menos (40%).
- La principal y casi única **medida adoptada** por ocho de cada diez establecimientos (78,8%) es el uso de bombillas de bajo consumo. Sólo uno de cada diez cambia de compañía eléctrica y uno de cada veinte ha hecho un cambio en las cámaras de refrigeración.
- Los pequeños establecimientos son los que más parecen **desconocer** las posibles medidas de ahorro de energía y agua.

### APROVISIONAMIENTO DE PRODUCTOS FRESCOS

- Tres de cada cuatro establecimientos de venta de alimentos frescos (el 71,8%) **se provee** principalmente en el Mercado Central, en especial el pequeño comercio y los mercados municipales.
- Las tiendas ecológicas, en cambio, se proveen directamente del pequeño productor (el 86,7% de ellas) y de la industria agroalimentaria (33,3% de ellas) y un tercio de ellas tienen también producción propia.
- El 75,6% de los establecimientos se aprovisionan de productos frescos todos los días, siendo las tiendas ecológicas las que más se alejan de esta pauta y lo hacen con una **frecuencia** menor.

### TIPO DE CLIENTE HABITUAL Y DE PRODUCTOS FRESCOS

- En torno a dos de cada tres establecimientos dice tener un **perfil de cliente** “mayor” (de más de 55 años) y de una **edad** mediana (de 35 a 54 años), siendo los mercados municipales los que tienen un tipo de cliente más mayor. Y sólo un 16,2% del pequeño comercio de productos frescos dice tener habitualmente clientes jóvenes (de menos de 35 años), siendo las tiendas ecológicas las que más señalan este perfil.
- El perfil de cliente del pequeño comercio según el **tamaño de la unidad familiar** es, para el 67,6% de los establecimientos un cliente “familiar” (predominando este perfil en los mercados municipales), y también de “parejas” para el 55,6% de ellos. Para el 41,7% el perfil es también el de “personas que viven solas”.
- El 92,2% de los establecimientos informa a sus clientes sobre qué productos frescos son **de temporada**. Ocho de cada diez (80%) lo hace “verbalmente” (principalmente en los mercados municipales) y sólo uno de cada diez usa para ello carteles o etiquetas (en especial el pequeño establecimiento). Las tiendas ecológicas son las que más suelen usar “otros medios”.
- El 95% de los establecimientos afirma informar a sus clientes sobre qué productos frescos son **de origen local**. El 84% lo hace “verbalmente” (más los mercados municipales) y el 10% usa para ello carteles o etiquetas.
- El 68,4% de los establecimientos no vende productos **ecológicos**, siendo los puestos de los mercados municipales los que menos lo hacen (sólo el 16,7% de ellos). La mitad de ellos dice no venderlos por su alto precio, y la otra mitad no sabe dar una razón concreta.

### USO DE BOLSAS Y CARRO DE LA COMPRA

- Según los establecimientos, sólo tres de cada diez clientes suele llevar de casa su propia **bolsa o carro de la compra**. Es en las tiendas ecológicas (7 de cada 10) donde este hábito se triplica en relación al pequeño establecimiento y se sextuplica en relación a los mercados municipales.
- Sólo el 8,4% de los establecimientos de productos frescos **premia a los clientes** que llevan de casa su propia bolsa o carro de la compra. Las tiendas ecológicas son las que más lo hacen (el 26,7% de ellas).
- Un 39,5% de los establecimientos de venta de alimentos frescos ha entregado alguna vez **bolsas reutilizables**. Aunque sólo el 17% lo ha hecho por razones ambientales (el resto lo ha hecho sólo con motivo de campañas o aniversarios). El 57,1% de los establecimientos no lo ha hecho nunca, siendo los puestos de los mercados municipales los que menos lo han hecho (sólo el 12% de ellos).

### PAUTAS DE GESTIÓN DE DESPERDICIOS ALIMENTARIOS Y DE RESIDUOS

- Uno de cada cuatro establecimientos (el 23,5%) declara **tirar alimentos** todos o casi todos los días, **porque se le han estropeado o pasado de fecha**. Y dos de cada cuatro (48,7%)

declaran hacerlo alguna vez. Los puestos de los mercados municipales son los que más lo hacen (72%).

- La mitad de los establecimientos de venta de productos frescos de pequeño comercio (el 52,1%) considera que **tira alimentos potencialmente consumibles**.
- Un 34,6% de los establecimientos **deposita** en el contenedor de residuos orgánicos los desperdicios de alimentos potencialmente comestibles y un 27,2% los **consume** en casa. Es en las pequeñas tiendas donde más se hace ambas cosas.
- Los **desperdicios orgánicos no comestibles** un 60,5% de los establecimientos los deposita en el contenedor de residuos orgánicos, y un 17,6% los entrega a una empresa especializada en gestión de residuos. Las pequeñas tiendas son las que más hacen ambas cosas, mientras que los puestos de los mercados municipales son los que más los depositan en el contenedor de restos, y las tiendas ecológicas las que más los reutilizan, dándoles otro destino (hacer compost o subproductos, alimentos para mascotas, etc.)
- Ocho de cada diez establecimientos (el 78,2%) deposita los **residuos no orgánicos** (cartón, madera, corcho, plástico) en el contenedor correspondiente o los entrega a una empresa especializada de gestión de residuos. Sólo el 10,1% dice tirarlos en el contenedor de restos, siendo los puestos de los mercados municipales los que más lo hacen (el 40% de ellos).

## GRADO DE CONOCIMIENTO DE LA EC

- La mitad (50,5%) de los establecimientos de venta de productos frescos no sabe qué proponer cuándo se les pregunta qué se debería hacer **para mejorar el reciclaje y reducir los desperdicios**. El 20,2% de ellos apela a un mayor compromiso personal y una mayor conciencia social. El 11,8% propone que sean las empresas las que reduzcan el uso de plásticos y envases. Y un 10,1% propone mejorar los sistemas de recogida y reciclaje.
- Ocho de cada diez establecimientos (81,5%) no **ha oído** nunca la expresión “**economía circular**”. Quienes más la reconocen son las tiendas ecológicas (el 46,7% de ellas) y los que menos los puestos de los mercados municipales (el 100% de ellos).
- Sólo un 5,9% de los establecimientos dice **conocer bien o perfectamente el concepto de economía circular**. Un 3,4% dice conocerlo “un poco” y el 90,7% de los establecimientos no sabe en qué consiste. Las tiendas ecológicas (40% de ellas) son las que más lo conocen, mientras que en los mercados municipales se desconoce por completo.
- Cuatro de cada cinco establecimientos (el 79,9%) se consideran bastante o completamente **preocupados y comprometidos con los problemas medioambientales**. Sólo un 7,9% dice estarlo poco o nada. El grupo con menor grado de preocupación es el de los mercados municipales: el 64% de los puestos afirma estar muy comprometido, frente al 82,1% de las pequeñas tiendas y el 100% de las tiendas ecológicas.