



Food Mapping

Una exploració ciutadana
sobre l'entorn alimentari

Informe de resultats preliminars versió 1. 4 de març de 2019



IDEAS
FOR
CHANGE



Continguts

1. INTRODUCCIÓ	4
a. L'oportunitat	5
b. L'objectiu	6
c. La proposta	7
2. IMPLEMENTACIÓ	9
a. Fases del procés	10
b. Àrees d'actuació	12
c. Capacitació de voluntaris	16
d. Campanya de participació	17
e. Intervenció comunitària	18
f. Taller de co-creació	20
g. Àpat comunitari	22
3. RESULTATS	24
a. Dades demogràfiques y participació	26
b. Mapatge de l'entorn: preus, establiments y recorreguts	28
c. Consideracions sobre costs i hàbits	
d. Qüestions i valoracions	47
e. Consideracions sobre qüestions alimentàries	48
4. CONCLUSIONS	71
5. AGRAÏMENTS	74



INTRODUCCIÓ

L'oportunitat

Els llocs on comprem aliments influeixen en les nostres dietes. Des d'una perspectiva de salut comunitària, estudiar els entorns alimentaris locals pot contribuir a entendre la seva influència en l'alimentació de la població i el seu impacte en la salut. No obstant això, identificar l'oferta alimentària disponible en els diferents barris i conèixer els hàbits de consum dels qui allà viuen no és una tasca senzilla.

El menjar és part integral de la nostra identitat i estudiar la relació que hi tenim implica la necessitat de considerar factors socials, econòmics, culturals i psicològics. Si bé les administracions públiques compten amb dades poblacionals que permeten abordar qüestions de salut pública, aquestes solen agregar-se a nivell districte i no a nivell barri, la qual cosa dificulta l'estudi dels entorns alimentaris locals en profunditat.

Així mateix, les ciutats, els seus districtes i barris són entitats complexes que involucren a diferents agents i interessos. Per això, **la ciutadania està en la millor posició per a ajudar-nos a entendre la relació entre els seus hàbits i els seus entorns alimentaris**, i així contribuir a repensar les polítiques públiques necessàries per a facilitar entorns urbans més saludables.

Les estratègies participatives de ciència ciutadana i les noves tecnologies ens permeten innovar en la recerca en l'àmbit de la salut pública, donant un rol protagonista a la ciutadania. Amb la seva participació podem no només interrogar i descobrir les relacions entre els entorns alimentaris i les nostres dietes, sinó també enriquir el disseny d'un sistema alimentari més sostenible, en sintonia amb la cultura i els hàbits locals, i amb major potencial d'adopció.

L'objectiu

El projecte **FoodMapping** és la primera fase de **BIG D(IE)TA**, una intervenció més ambiciosa que consisteix en **el disseny participatiu d'indicadors relacionats amb l'alimentació** que puguin incorporar-se als sistemes d'indicadors de qualitat de vida de l'Àrea Metropolitana de Barcelona. En particular, la iniciativa busca mesurar com l'entorn alimentari d'un barri influeix en les eleccions de les persones i, per tant, en la seva nutrició i salut.

Per a aconseguir aquest objectiu, el projecte implementarà processos participatius a través dels quals les comunitats locals recol·lecten i analitzen dades sobre el seu entorn i els hàbits alimentaris en el seu barri, incloent: qüestions alimentàries que preocupen als ciutadans, oferta alimentària segons barris, hàbits alimentaris i percepció sobre l'alimentació.

Les dades generades a través de les accions de **BIG D(IE)TA** podran ser utilitzades en estudis de correlació/triangulació amb dades existents sobre salut pública i nivell socioeconòmic. Això permetrà desenvolupar indicadors comunitaris per a definir els entorns alimentaris i contribuir a les recomanacions per a generar polítiques públiques participatives basades en dades.

La proposta

FoodMapping és un projecte pilot de ciència ciutadana per al mapatge col·laboratiu d'entorns i hàbits alimentaris. L'objectiu del projecte és trobar relacions entre l'oferta alimentària disponible en diferents barris, els hàbits alimentaris i les decisions que prenen els veïns i les veïnes d'aquests barris quan fan la compra.

FoodMapping proposa una metodologia col·laborativa en la qual les persones poden participar de manera voluntària contribuint informació quantitativa i qualitativa, i participant en la seva anàlisi i discussió. Amb l'objectiu de compartir un gran menjar comunitari, les persones s'organitzen per a comprar els ingredients que formen part d'una recepta preestablerta. Per aquest motiu visiten les botigues que habitualment freqüenten i trien els productes que, segons el seu criteri, millor s'ajusten a les necessitats de la recepta. Durant el procés de compra, les persones utilitzen l'aplicació mòbil FoodMapping, que recull dades sobre els trajectes que realitzen, les botigues en les quals compren i les característiques dels productes que trien.

Una vegada feta la compra dels aliments, les persones es reuneixen en un espai on se celebra el menjar comunitari. Durant el procés de cocció i la sobretaula, els participants conversen sobre la seva percepció sobre l'entorn i els seus hàbits alimentaris, revelant així aquells temes que més els preocupen.

En aquest document presentem la primera implementació experimental de **FoodMapping**, que es va dur a terme entre el 13 i el 17 de febrer de 2019, en el marc del Pla C de la Mobile World Capital, en tres barris de l'àrea metropolitana de Barcelona - Vila de Gràcia (Barcelona), Fondo (Santa Coloma de Gramenet) i Sant Ildefons (Cornellà de Llobregat)-. Per a aquesta intervenció la recepta triada va ser un bullit de llenties.



IMPLEMENTACIÓ



Fases del procés



1 a 15 de gener 2019

Identificació d'àrees d'actuació

Es defineixen els barris on es durà a terme la intervenció.

S'identifiquen els agents clau i esdeveniments relacionats amb l'alimentació,

Es defineix la recepta i la llista d'ingredients.



15 de gener al 13 de febrer 2019

Campanya de participació i desenvolupament app

Es publica la web de l'esdeveniment i s'obre la convocatòria per a organitzar els grups de participants.

Es desenvolupa l'app FoodMapping per a recollir dades.

Es capacita als voluntaris en l'ús de l'eina.



14 al 17 de febrer 2019

Intervenció comunitària

La intervenció es desenvolupa durant tres dies en tres barris diferents.

Durant l'esdeveniment es realitzen activitats de mapatge de l'entorn a través de l'app i de co-creació amb la finalitat de recollir dades i revelar qüestions ciutadanes.



17 de febrer a 4 de març 2019

Anàlisi i resultats

Les dades recaptades a través de l'app i durant els tallers de co-creació s'analitzen amb una metodologia mixta que combina anàlisi comparativa i temàtica.

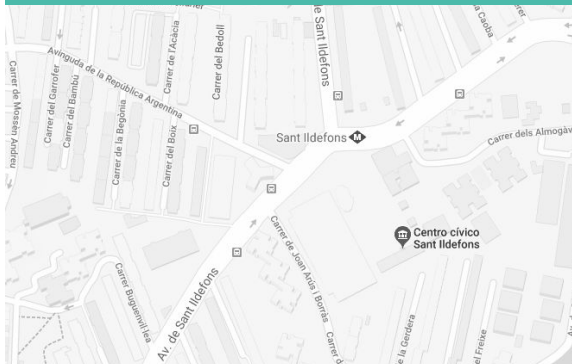
Els resultats es presenten en un esdeveniment obert i via foodmapping.cat.



Àrees d'actuació

Sant Ildefons

Cornellà



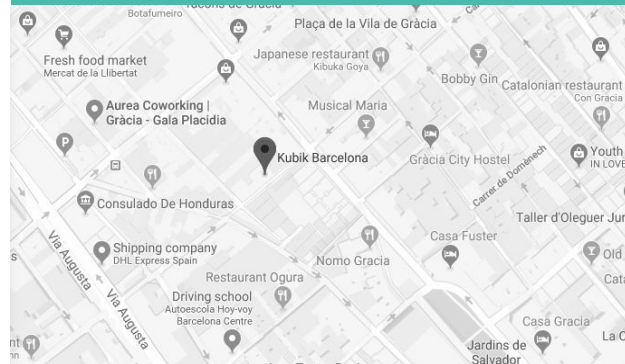
Fondo

Santa Coloma de Gramenet



Vila de Gràcia

Barcelona



En cadascun dels barris es va llançar una campanya de participació des de les oficines de la Creu Roja i Ideas for Change.



Definició de la recepta

Per a la primera implementació de **FoodMapping** es va triar una recepta de llenties cuites amb quantitats per a 6 porcions. Aquesta recepta inclou una gran varietat d'aliments; des de verdures fresques, carn, llegums, i espècies.

A més de ser un plat d'hivern molt popular, les llenties aporten un gran valor nutricional, són econòmiques i la seva producció és respectuosa amb el medi ambient.



Ingredients

1 ceba
2 tomàquets
1 pebrot verd
1 pastanaga
2 patates
2 caps d'all
200g de llenties seques
120g de carn
100g d'arròs
6 cullerades d'oli d'oliva

Espècies

Sal
Pebre
Pebre roig
Comí

**Coneixes una altra
recepta?**

RECEPTA BULLIT DE LLENTIES

La recepta pas a pas

Pela i tala les verdures. La ceba, els alls i el pebrot verd el més petit possible. Les pastanagues, les patates i els tomàquets com més t'agradi. Recorda que per a poder retirar la pell dels tomàquets amb facilitat s'han d'escaldar uns segons en aigua calenta.

En una casseroles calenta i amb oli introdueix l'all, després d'uns segons i abans que es dauri afegeix la ceba. Sofregeix-ho fins que la ceba comenci a adquirir un aspecte transparent. Afegeix a continuació el pebrot verd, les pastanagues i els tomàquets. Sofregeix uns minuts i afegeix la carn a trossos. Una vegada la carn estigui una mica cuïta per fora afegeix les llenties. És el moment d'afegir les espècies. La quantitat de les mateixes en funció del teu gust, t'aconsellem una culleradeta de sal, de pebre roig vermell i de comí, i mitjana de pebre. A continuació afegeix aigua freda – recorda aigua freda – fins a cobrir les llenties més o menys uns 3 dits per damunt. Tapa-ho i deixa-ho coent. Després de 30 minuts afegeix les patates. Deixar coure tot uns 15 minuts més, o fins que les llenties ja estiguin cuites.

A part cou l'arròs. Per a aprofitar al màxim les proteïnes vegetals acompanya el plat de llenties amb una mica d'arròs.



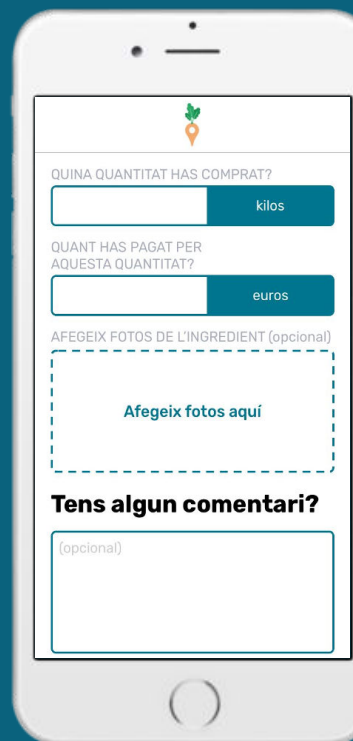
Desenvolupament de l'app



L'aplicació **FoodMapping** va ser desenvolupada amb la finalitat d'aplicar metodologies de ciència ciutadana al mapatge col·laboratiu de l'entorn alimentari. L'aplicació, que funciona tant en iOS com Android, permet recol·lectar les següents dades:

- **Llistat d'ingredients**
- **Identificació d'usuari anònim**
- **Geo-referenciació**
- **Distància recorreguda i passes**
- **Inclinació del terreny**
- **Duració del trajecte**
- **Tipologia d'establiment**
- **Preu del producte**
- **Etiqueta del producte**
- **Ticket de compra**
- **Comentaris**

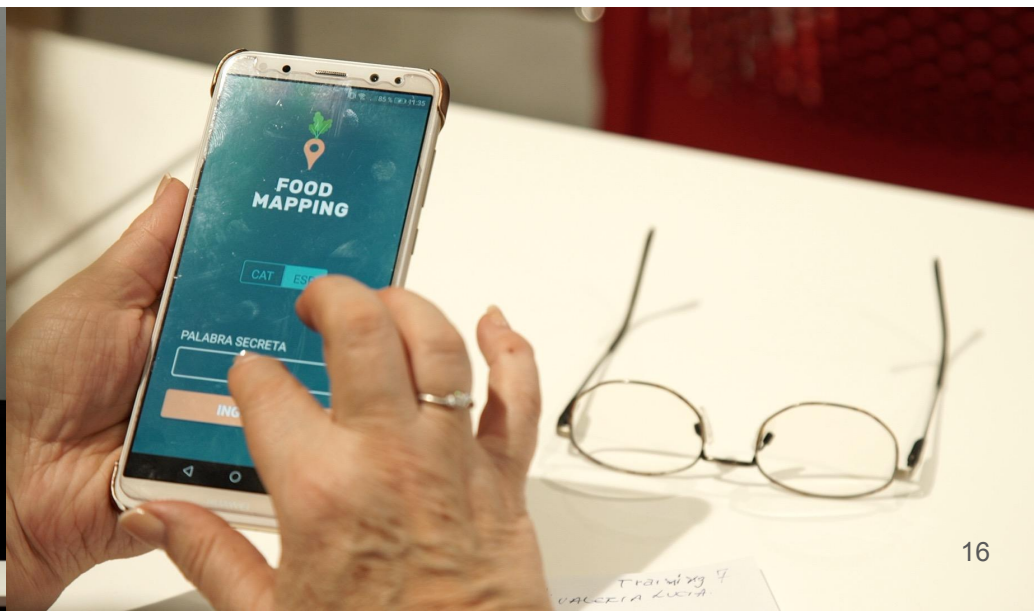
L'app FoodMapping





Capacitació dels voluntaris

En col·laboració amb la Creu Roja, es va capacitar als voluntaris (també residents dels barris seleccionats) que van acompanyar als participants a la compra d'aliments per a preparar el bullit de llenties. Es va presentar el projecte, es van comentar els objectius i la metodologia i se'ls va capacitar per a utilitzar l'app FoodMapping.





Campanya de participació

En cadascun dels barris, es va llançar una campanya de participació des de les oficines de la Creu Roja i Ideas for Change.

A més, es va involucrar a comerços locals per a convidar a diferents veïnes i veïns a participar en la intervenció.



Intervenció comunitària: mapatge de l'entorn



Les persones voluntàries van visitar les botigues en les quals fan la compra habitualment per a adquirir els ingredients de la recepta del bullit de llenties.

Van documentar el procés de compra a través de l'app FoodMapping registrant el tipus d'establiment visitat, el preu dels productes triats i les fotografies de les seves etiquetes.

Les persones van ser acompanyades per facilitadors que van prendre notes de camp durant el procés.



Fecha y hora: 14-05-2019 09:05
Art: 1 8, 01
kg PLU € kg €
Entrar Precio 0,99
0,000
Entrar Precio 0,99
0,304
Entrar Precio 0,99 0,09
0,130
Entrar Precio 1,99 0,50
0,124
Entrar Precio 1,99
0,440
1,99
Sub. TOTAL
Efectivo 2,42 €



Intervenció comunitària: taller de co-creació

Llocs de compra



En quines botigues acostumen a comprar els participants i quins productes compren en cada botiga? Són accessibles aquestes botigues? Quins factors influeixen en les seves decisions de compra?

Valoració de productes



Hi ha productes poc disponibles en el barri? Com és la qualitat dels productes disponibles en el barri? Quin és el seu preu? Com influeixen aquests aspectes en les seves dietes?

Temes



Quines problemàtiques relacionades amb l'alimentació preocupen més als participants?





Intervenció comunitària: àpat comunitari



Una vegada comprats els aliments, els voluntaris i les voluntàries cuinen la recepta i comparteixen el menjar mentre conversen sobre el barri i estableixen vincles.

Així, es comparteixen consells per a realitzar la compra, receptes i trucs de cuina.



RESULTATS



CHULETAS
CADEZA DE LOMO
700g
18/02/2019
1903700154

ESPAÑA

FRESCA

15

Dades demogràfiques i participació

Sant Ildefons

Dades demogràfiques Cornellà:

- **Població total:** 87.173
- **Població per nacionalitat:** 74.975 espanyols
11.635 estrangers (24,6% Marroc, 9,3% Equador, 5,9% Perú, 5,8% Xina)
- **RFDB per habitant** (milers d'euros): 15,8

Dades de participació

- 24 participants
- 13 de febrer de 9:30 a 14 hs al Centre Cívic de Sant Ildefons

Fondo

Dades demogràfiques Santa Coloma:

- **Població total:** 118.821
- **Població per nacionalitat:** 94.757 espanyols
22.840 estrangers (20,6% Xina, 16,9% Marroc, 9,6% Pakistan y 6,1% Bangladesh)
- **RFDB per habitant** (milers d'euros): 13,8

Dades de participació

- 32 participants
- 14 de febrer de 9:30 a 14 hs a l'oficina de la Creu Roja de Santa Coloma

Vila de Gràcia

Dades demogràfiques Gràcia:

- **Població total:** 121.566
- **Població per nacionalitat:** 101.773 espanyols
19.574 estrangers (15% Itàlia, 7,6% França, 4,6% Xina, 4,2 Regne Unit)
- **RFDB per habitant** (milers d'euros): 21,8

Dades de participació

- 17 participants
- Compra el 13 i 14 de febrer i àpat comunitari el 17 de febrer de 12 a 15 hs a Kubik de Vila de Gràcia



Mapatge de l'entorn

Preus, establiments i recorreguts



Despesa mitjana de la recepta

Sant Ildefons	Fondo	Vila de Gràcia
4€	3.8€	8.4€

Hem calculat la mitjana de despesa realitzada pels participants en els tres barris a l'hora de comprar els 14 ingredients que conformen la recepta. La despesa s'ha calculat tenint en compte les quantitats estipulades en la recepta, utilitzant el preu per quilogram dels aliments adquirits pels participants. A Sant Ildefons els participants han gastat en mitjana 4€, a Fondo 3.8€ i a la Vila de Gràcia més del doble: 8.4€.

FR. I VER. ANTOLIN SL

B-60703105

Factura simplificada

FA2018-4971

2-Mostrador 1

0165908

15/02/2019

18:21

CEBA DOLÇA

0,225 kg x 1,99 €

0,45 €

TOMAQUET BRANCA

0,305 kg x 2,99 €

0,91 €

PEBROT VERD FI

0,090 kg x 2,69 €

0,24 €

PATATA BLANCA

0,475 kg x 1,29 €

0,59 €

PANAGA

0,125 kg x 1,89 €

0,24 €

ALLS

0,060 kg x 7,95 €

0,48 €

Total

2,91 €

Operaciones : 6



Despesa mitjana per productes frescs

Productes	Sant Ildefons	Fondo	Vila de Gràcia
All	4.2 € /kg	3.7 € /kg	7.4 € /kg
Carn	8 € /kg	7.3 € /kg	16 € /kg
Ceba	1.8 € /kg	1.6 € /kg	1.9 € /kg
Patata	1 € /kg	0.9 € /kg	1.5 € /kg
Pebrot verd	1.9 € /kg	2 € /kg	3.7 € /kg
Tomàquet	1.5 € /kg	1.3 € /kg	3 € /kg
Pastanaga	1.5 € /kg	1.1 € /kg	2.1 € /kg

Els ingredients frescs que presenten majors diferències de preus en els tres barris són l'all, la carn i el tomàquet. El preu de la resta dels aliments és similar.





Despesa mitjana de productes secs

Productes	Sant Ildefons	Fondo	Vila de Gràcia
Arròs	0.78 € /kg	0.76 € /kg	3.45 € /kg
Llenties seques	2.13 € /kg	1.5 € /kg	7.44 € /kg

La despesa dels ingredients secs varia considerablement entre els tres barris. Aquesta variació respon a les diferències en les decisions de consum dels participants. Per exemple, a la Vila de Gràcia alguns participants han comprat productes a granel i ecològics, la qual cosa ha pujat el cost mitjà de de la compra en aquest barri.





Despesa mitjana de condiments

Productes	Sant Ildefons	Fondo	Vila de Gràcia
Oli d'oliva	4€	3.8€	8.4€
Comí	12.5 € /Kg	24.8 € /Kg	26.3 € /Kg
Pebre roig	9.6 € /Kg	14.2 € /Kg	40.5 € /Kg
Pebre	13.1 € /Kg	15 € /Kg	54.8 € /Kg
Sal	0.18 € /kg	0.32 € /kg	0.98 € /kg

Els condiments que presenten major diferència de preu són el pebre roig i el pebre, que registren diferències de fins al 400%.







Establiments de compra

Establiment	Sant Ildefons	Fondo	Vila de Gràcia
Mercat municipal	7	6	15
Supermercat	31	27	17
Botiga especialitzada	17	23	24
Total de productes comprats pels participants de cada barri	56	56	56

A Sant Ildefons l'establiment on es van comprar més productes ha estat el supermercat, mentre que a Fondo s'han comprat productes tant en supermercats com en botigues especialitzades. A la Vila de Gràcia les botigues especialitzades han estat els establiments més freqüentats.





Preu per establiments

(selecció de productes)

Producte	Mercat municipal	Supermercat	Botiga especialitzada
Carn	17.5 €/kg Vila de Gràcia 11.9 €/kg Sant Ildefons	6.2 €/kg Sant Ildefons	14.9 €/kg Vila de Gràcia 7.8 €/kg Sant Ildefons 7.3 €/kg Fondo
Oli d'oliva	-	3.9 €/kg Vila de Gràcia 2.9 €/kg Fondo, Sant Ildefons	6.5 €/kg Vila de Gràcia
Tomàquets	2.9 €/kg Vila de Gràcia 2.6 €/kg Fondo 1.5 €/kg Sant Ildefons	2.9 €/kg Vila de Gràcia 1.6 €/kg Sant Ildefons	3.4 €/kg Vila de Gràcia 1.5 €/kg Sant Ildefons 0.9 €/kg Fondo
Patates	1.3 €/kg Vila de Gràcia 1.2 €/kg Fondo 0.9 €/kg Sant Ildefons	1.3 €/kg Vila de Gràcia 1.3 €/kg Sant Ildefons	2.3 €/kg Vila de Gràcia 0.9 €/kg Sant Ildefons 0.7 €/kg Fondo
Llenties	18.5 €/Kg Vila de Gràcia 3.5 €/kg Sant Ildefons	3.2 €/Kg Vila de Gràcia 1.5 €/kg Fondo 1.7 €/kg Sant Ildefons	4.9 €/Kg Vila de Gràcia

Les majors diferències es registren als productes comprats a botigues especialitzades i als mercats municipals.

CARN ECOLÒGICA DE LA VALL FOSCA





Sant Ildefons

VENDA DE PRODUCTES I ALIMENTACIÓ
VENTA DE PRODUCTOS Y ALIMENTACIÓN





CARNISSERIA Sant Ildefons

VENDA DE PRODUCTES I ALIMENTACIÓ
VENTA DE PRODUCTOS Y ALIMENTACIÓN

ALIMENTACIÓN / HALAL

إسلامية حلال

Maruja

LOTE 1 2 PASTES 1000g 43,50	LOTE 2 2 PASTES 1000g 43,50	LOTE 3 2 PASTES 1000g 43,50	LOTE 4 2 PASTES 1000g 43,50
LOTE 5 2 PASTES 1000g 43,50	LOTE 6 2 PASTES 1000g 43,50	LOTE 7 2 PASTES 1000g 43,50	LOTE 8 2 PASTES 1000g 43,50



Gova Sabor

1kg

25,99



Gova Sabor

1kg

25,99

Carniceria Sant Ildefonso

facebook carniceria.santildefonso



De venta Aquí





CARNICERÍA Sant Ildefonso

VENDA DE PRODUCTOS Y ALIMENTACIÓN

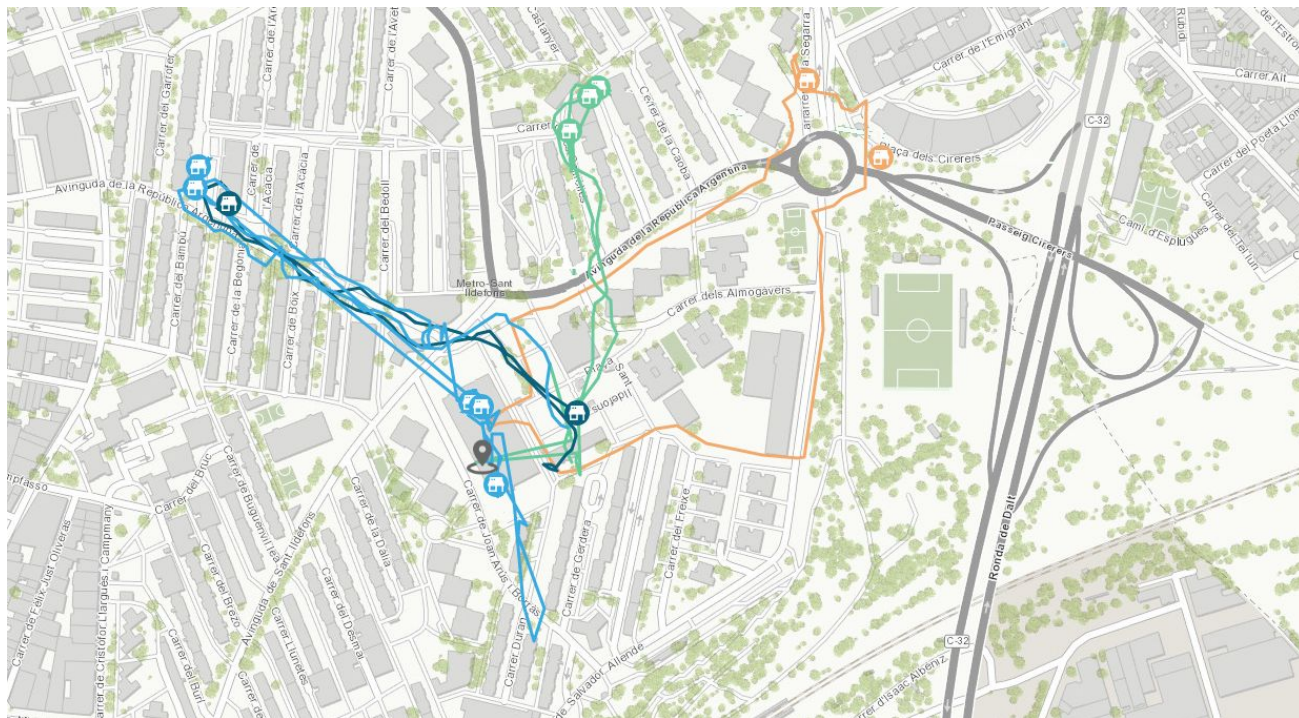




Recorreguts: passes i temps

Recorregut	Sant Ildefons	Fondo	Vila de Gràcia
Distància	1257,89 Mtrs.	2200,25 Mtrs.	1028,44 Mtrs.
Passes	1650	2887	1350
Minuts	56 Min.	65 Min.	50 Min.

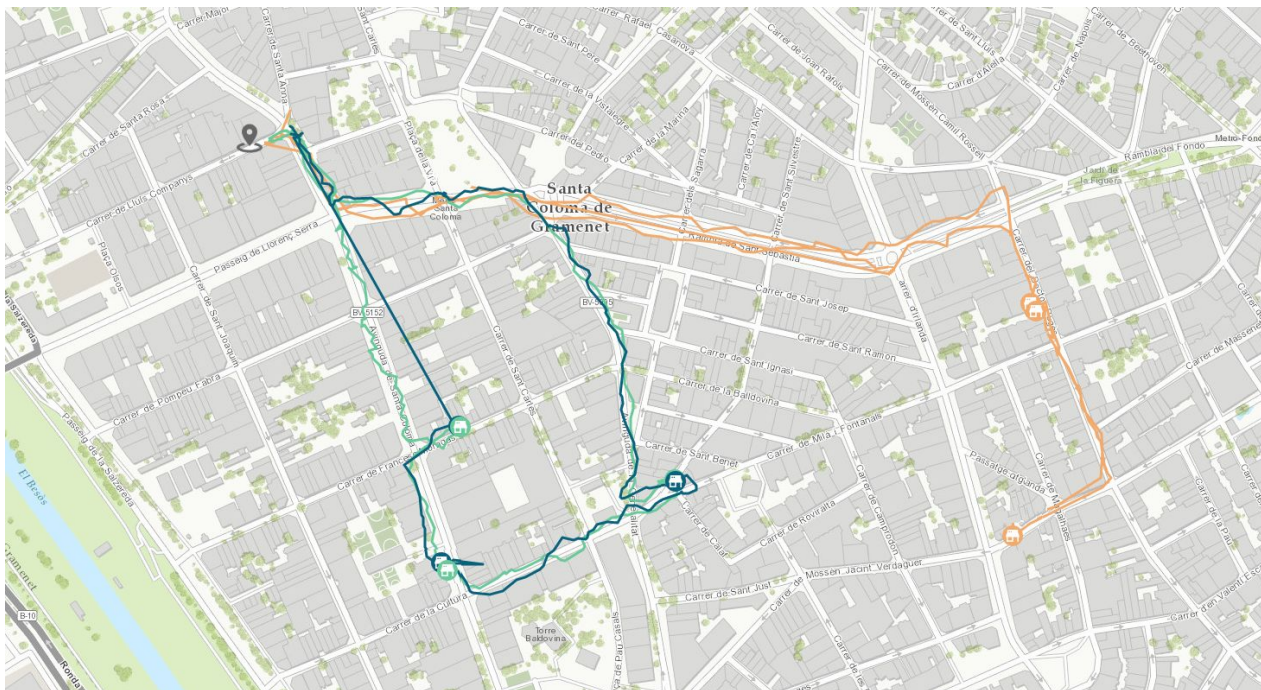
La distància recorreguda s'ha calculat a partir d'un punt de sortida i arribada establerts per a cada intervenció, en els tres barris (veure pàgina 26). La distància major s'ha recorregut en el barri de Fondo, on els participants s'han desplaçat uns 2 Km de mitjana, més del doble respecte a la distància recorreguda a Vila de Gràcia i Sant Ildefons.



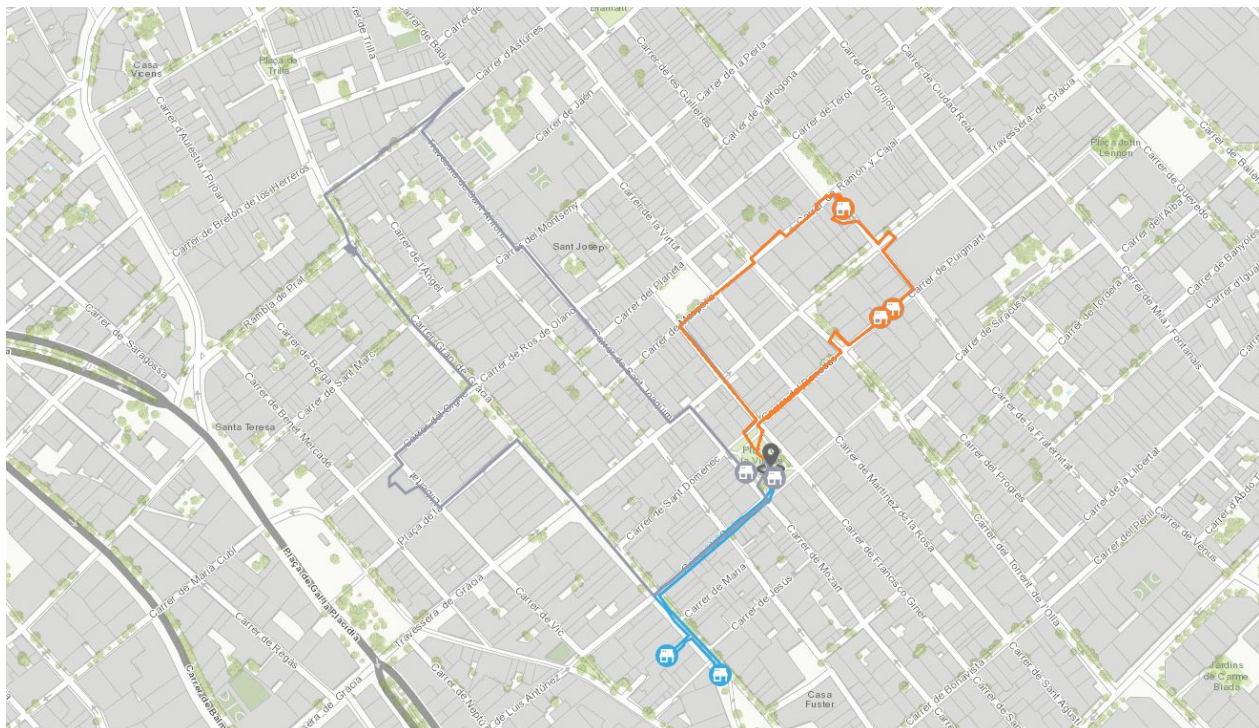
Mapatge de recorreguts duts a terme per participants a Sant Ildefons.



Recorregut: Fondo



Mapatge de recorreguts duts a terme per participants a Fondo.



Mapatge de recorreguts duts a terme per participants a la Vila de Gràcia.



Consideracions sobre costos i hàbits

Els resultats mostren una clara variació de despesa entre els tres barris estudiats, sent la Vila de Gràcia el barri on els participants han pagat els preus més alts. La diferència de preu es nota sobretot en alguns productes, com **la carn, el tomàquet, l'all, el pebrot verd i les espècies**. La variació del preu mitjana de la recepta s'ha donat en gran part pels diferents tipus de productes adquirits pels participants. Per exemple, **a la Vila de Gràcia, la majoria de les persones ha triat productes a granel o ecològics** (ex. arròs, espècies), que tenen preus més alts, la qual cosa ha estat determinant en l'increment del preu mitjà de la cistella de compra.

Observem una notable diferència en **l'elecció dels tipus d'establiments** on es van dur a terme les compres. A la **Vila de Gràcia** els participants han comprat principalment a les **botigues especialitzades del barri** i en el **mercat municipal**, mentre que a **Sant Ildefons** predominen les compres en **supermercats**. A **Fondo**, la quantitat de productes comprats en **botigues especialitzades és similar** a la quantitat comprada en **supermercats**.

Si bé aquestes divergències dificulten la comparació rigorosa dels preus entre barris, també demostren que **la metodologia emprada permet identificar aspectes rellevants en relació als hàbits de consum dels participants**. Aquesta informació és fonamental per a comprendre la relació entre l'entorn alimentari i la salut.

Les dades sobre **els trajectes realitzats pels participants** -i les seves opinions durant els tallers- indiquen que en els tres barris les compres es realitzen en comerços locals i a peu. Si bé el barri en el qual més es va caminar va ser Fondo, la compra de la recepta establerta en els tres barris s'ha realitzat **en el marge d'una hora en la qual s'han caminat unes 2000 passes de mitjana, cobrint una àrea de 1.5 i 2 quilòmetres**. En aquest sentit, les compres habituals podrien constituir una aportació saludable a les seves rutines quotidianes.

Qüestions i valoracions

Sant Ildefons



“Moltes ofertes que exposen els supermercats són enganyoses. L'altre dia vaig comprar bolquers perquè suposadament hi havia una oferta 3x2. Resulta que vaig acabar pagant més del que posava al cartell de la botiga. No ho entenc.”

#ofertes enganyoses



Difficultad para encontrar productos frescos en el barrio 1	Difficultad para encontrar productos de proximidad en el barrio 1	Difficultad para encontrar productos ecológicos en el barrio 1	Difficultad para encontrar productos de dieta específica, sea por motivos de salud (alergias, celiaquía, diabetes...) o por credo (productos halal) 1	Hay muchos problemas de salud causados por una alimentación poco adecuada (ej. diabetes, obesidad...) 1
Falta de información sobre cómo llevar una alimentación saludable 2	Dieta de los niños 2	Pocos establecimientos de restauración (ej. restaurantes, cafeterías) para personas con alergias 1	Resulta complicado por los envases de los alimentos 1	Resulta complicado por los envases de los alimentos 1
Resulta complicado por los envases de los alimentos 3	Resulta complicado por los envases de los alimentos 3	Resulta complicado por los envases de los alimentos 3	Resulta complicado por los envases de los alimentos 3	Resulta complicado por los envases de los alimentos 3

"Anar a fer compra amb els nens al supermercat és tot un repte. Entro per a comprar una cosa però els nens es queden a la zona dels dolços i és difícil sortir d'allà sense comprar alguna cosa per a ells."

#disseny dels espais per a nens



“Acostumo a comprar grans quantitats, així puc estalviar. Congelo alguns productes frescs que aguanten poc i els faig servir quan els necessito.”

#planificació compra



Valoració de l'entorn i els seus productes

Sant Ildefons

Disponibilitat i accessibilitat

♥ 4.3 sobre 5

Bona valoració de la disponibilitat d'una gran varietat d'aliments, tant frescs com secs.

Hi ha algunes dificultats per a trobar productes típics de països estrangers (ex. sud-americans)

Assequibilitat

♥ 3.7 sobre 5

El producte que es percep com a més car és el pa, seguit de l'oli i el peix.

Qualitat

♥ 4 sobre 5

La qualitat general dels productes es valora positivament.

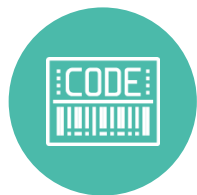
El producte millor valorat en termes de qualitat és l'ou. El pa rep la puntuació més baixa.



Llocs habituals de compra

Supermercat	Mercat municipal	Botiga especialitzada
100% <i>dels participants del taller compren a supermercats</i>	28%	70%
Predominen les compres en dos cadenes de supermercats	Principalment per a la compra del peix	Principalment per a la compra de verdura i fruita

Qüestió alimentària més votada



**Etiquetes de producte
poc clares**

“El meu nen té intolerància al cacau i quan compro els productes miro l'etiqueta però moltes vegades la informació és poc clara. Hauria de ser més fàcil, com per als iogurts sense lactosa. Allà es posa de manera clara”.

“Nosaltres a casa seguim una dieta halal. A més de la carn, hi ha altres productes de supermercat als quals hem de parar atenció. Per exemple, molts productes porten llard de porc. El llistat d'ingredients no és clar i és difícil distingir els productes permesos”.

El llistat dels ingredients en l'etiqueta dels productes és percebut com a “poc clar” i dificulta la compra. Aquest tema és particularment important per a les persones que tenen necessitats dietètiques específiques.

Fondo





“Compro productes diferents en diverses botigues segons les ofertes de la setmana. El dijous rebo ofertes a la bústia i em sembla fantàstic, així puc comparar entre diferents supermercats.”

#planificació compra

Oferta

1kg Pier na cordero
1/2 carne molida
1kg Pechuga de Pollo
1/2 Pinchitos Pollo
1/2 Alitas Pollo
1kg churrasco

26.50€

#comoditat



Valoració de l'entorn i els seus productes

Fondo

Disponibilitat i accessibilitat

 3.7 sobre 5

Bona valoració de la disponibilitat d'una gran varietat d'aliments, tant frescs com secs. No obstant, les persones que consumeixen productes halal han de desplaçar-se més per a aconseguir-los.

Hi ha algunes dificultats per a trobar productes típics de països estrangers (ex. sud-americans)

Assequibilitat

 3.3 sobre 5

El producte que es percep com a més car és el peix, seguit de l'oli i els lacticis.

L'elevat cost del peix influeix en la dieta de les persones. Els participants consumeixen peix una vegada al mes aproximadament.

Qualitat

 4.1 sobre 5

El producte millor valorat en termes de qualitat és l'ou. Les espècies reben la puntuació més baixa.



Llocs freqüents de compra

Supermercat	Mercat municipal	Botiga especialitzada
100% <i>dels participants de taller compren a supermercats</i>	75%	83%
Varietat de cadenes de supermercats, tot i que predominen les compres a tres cadenes.	Principalment per a la compra de peix	Sobretot per a la compra de productes halal, verdures i fruita.

Qüestió alimentària més votada



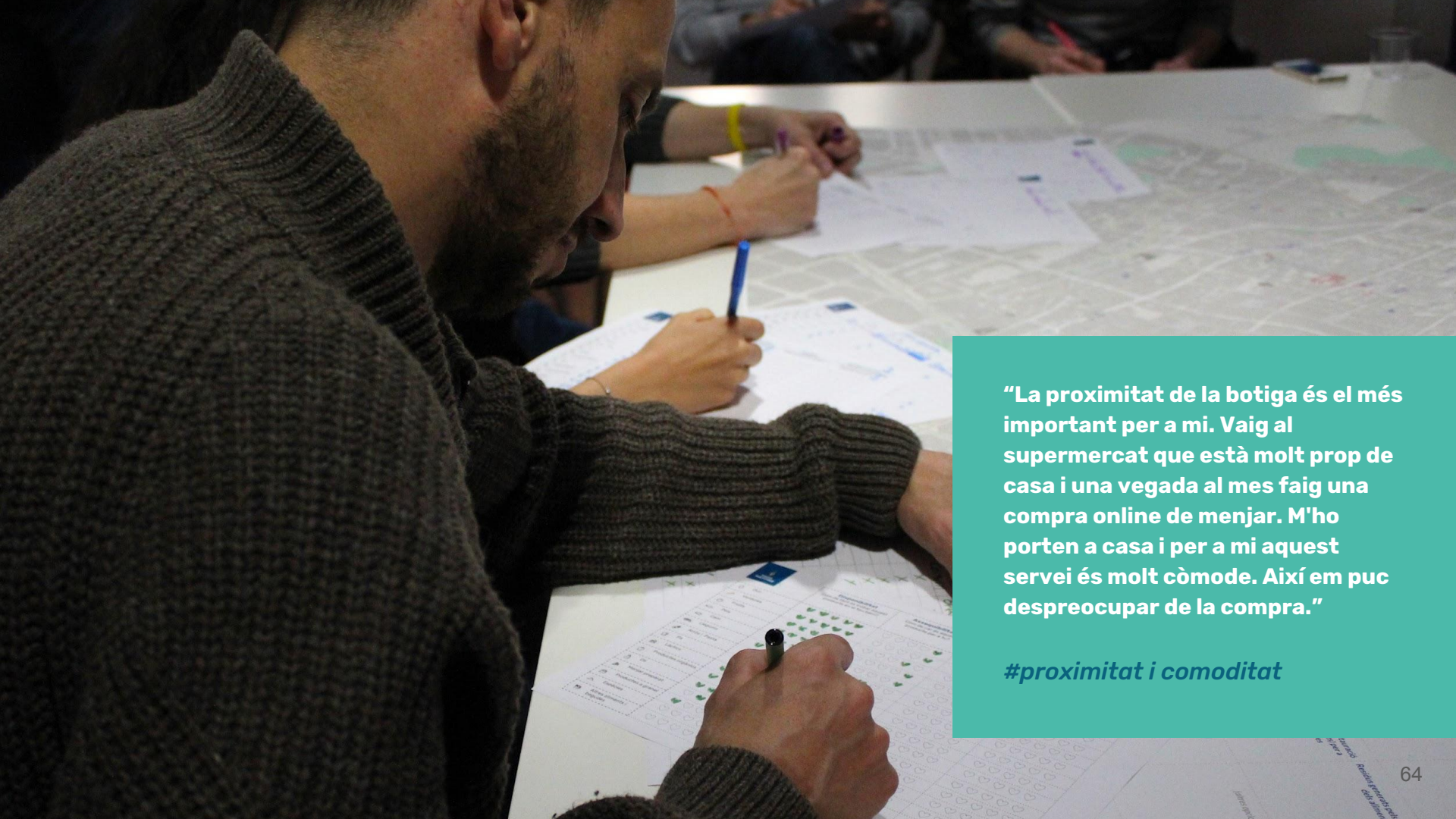
**Residus generats pels
embalatges dels
aliments**

“La quantitat de plàstic que genero a la meva casa és terrible. Les escombraries ocupen molt espai en la cuina. Jo no tinc tant espai en el meu pis. Amb els nens a casa, a cada hora hauria d'estar baixant les escombraries!”

Els residus generats pels embalatges dels aliments s'acumulen en els espais i entorpeixen les activitats quotidianes, a més de contribuir a la contaminació mediambiental. Les compres en supermercat generen major volum de desaprofitaments a causa de l'excessiu embalatge dels productes.

Vila de Gràcia





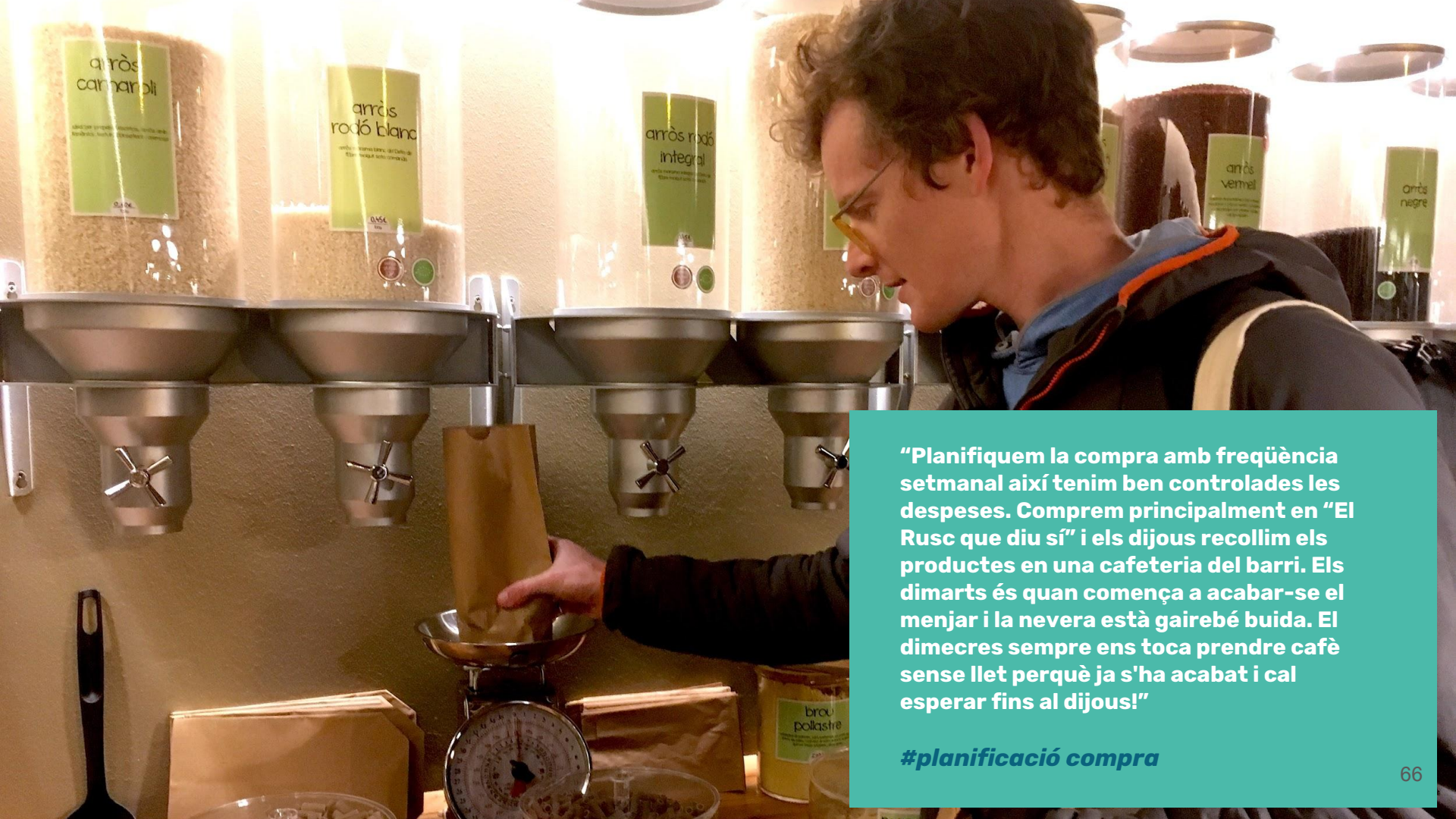
“La proximitat de la botiga és el més important per a mi. Vaig al supermercat que està molt prop de casa i una vegada al mes faig una compra online de menjar. M’ho porten a casa i per a mi aquest servei és molt còmode. Així em puc despreocupar de la compra.”

#proximitat i comoditat

A group of people are seated around a white table in a workshop setting. In the foreground, a man with grey hair and glasses, wearing a dark sweater, is pointing with a purple pen at a map or diagram on the table. Behind him, several other people are watching. The background features a red wall and a transparent geodesic dome structure. A teal text box is overlaid on the left side of the image.

“Per fi van posar una botiga de menjar oriental a Gràcia! En el barri es troben restaurants de tota mena, no obstant això és difícil trobar botigues que venguin productes de menjar oriental. Es poden trobar algunes botigues de productes italians, però no gaire d'un altre tipus de cuina. A casa ens agrada el gelat de te verd i per fi podem trobar-lo en el barri! Estem molt agraïts...”

#productes especials



“Planifiquem la compra amb freqüència setmanal així tenim ben controlades les despeses. Comprem principalment en “El Rusc que diu sí” i els dijous recollim els productes en una cafeteria del barri. Els dimarts és quan comença a acabar-se el menjar i la nevera està gairebé buida. El dimecres sempre ens toca prendre cafè sense llet perquè ja s’ha acabat i cal esperar fins al dijous!”

#planificació compra



Valoració de l'entorn i els seus productes

Vila de Gràcia

Disponibilitat i accessibilitat



4.1 sobre 5

Bona valoració de la disponibilitat d'una gran varietat d'aliments, tant frescs com secs.

Assequibilitat



3.3 sobre 5

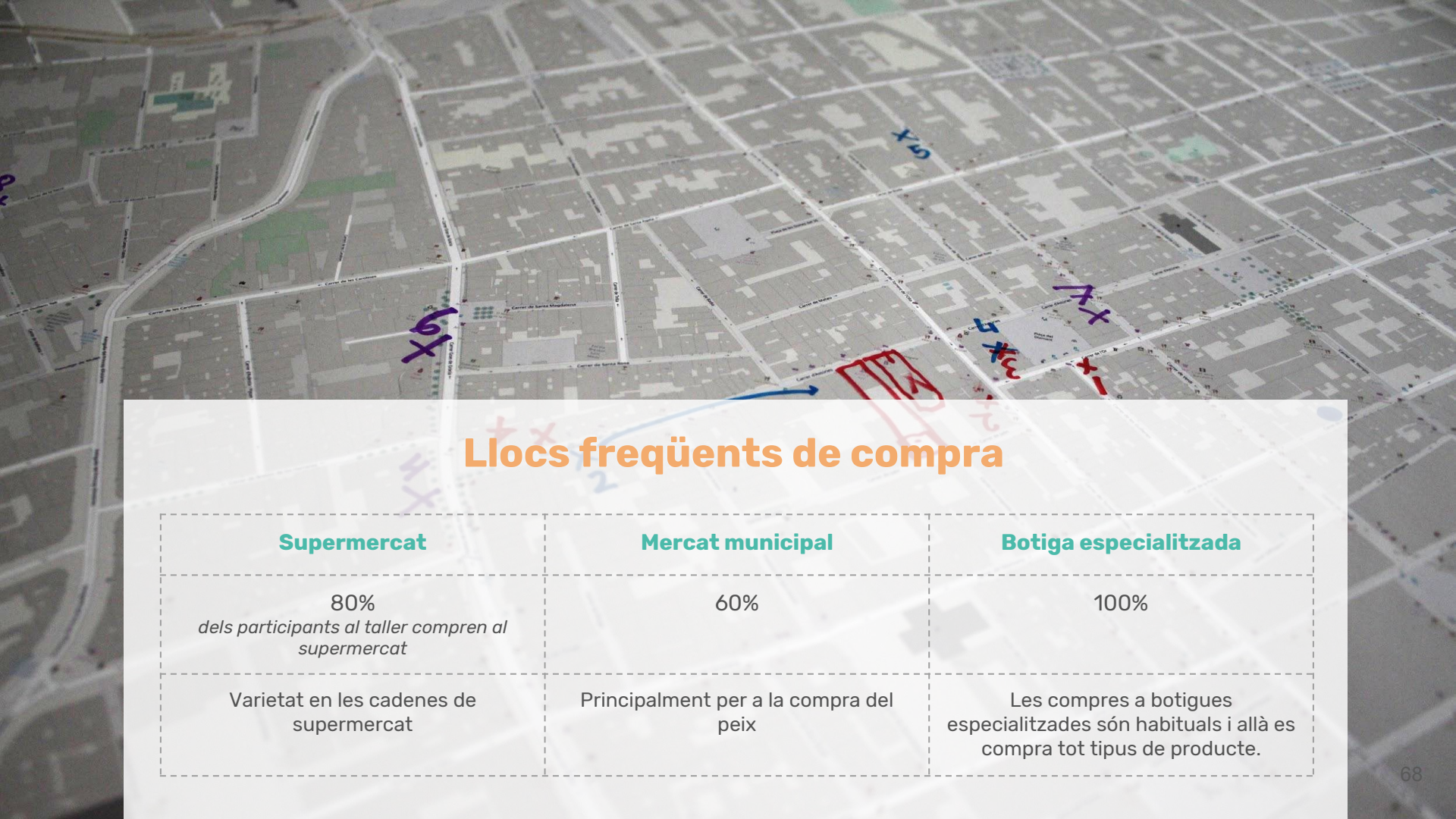
El producte que es percep com el més car és el peix, seguit per la carn i els productes orgànics.

Qualitat



3.7 sobre 5

El millor valorat en termes de qualitat són els productes orgànics. El menjar preparat rep la puntuació més baixa.



Llocs freqüents de compra

Supermercat	Mercat municipal	Botiga especialitzada
80% <i>dels participants al taller compren al supermercat</i>	60%	100%
Varietat en les cadenes de supermercat	Principalment per a la compra del peix	Les compres a botigues especialitzades són habituals i allà es compra tot tipus de producte.

Qüestió alimentària més votada



**Residus generats pels
embalatges dels
aliments**

“Jo compro a botiga ecològica perquè no m'agraden tots els plàstics dels productes que venen en el supermercat.”

Els participants van mostrar voluntat de generar menys residus i ser més responsables amb aquesta qüestió. El baix consum de plàstic forma part de l'oferta de valor de diversos comerços de la Vila de Gràcia.



Consideracions sobre temes alimentaris

La totalitat de les persones que van participar de FoodMapping valoren positivament la disponibilitat d'una gran varietat de productes alimentaris en els seus barris. En aquest sentit, no s'ha reportat cap àrea dins dels barris seleccionats que manqui d'oferta alimentària.

No obstant això, tant a Sant Ildefons com a Fondo s'ha destacat la falta de disponibilitat de productes típics d'altres països o per a dietes especials (ex. productes halal). Aquest aspecte és particularment rellevant en els barris amb un alt nivell d'immigració i podria condicionar la inclusió social i cultural de les persones.

Respecte a les preferències d'establiments de compra, els resultats dels tallers confirmen els resultats del mapatge realitzat amb l'app: els supermercats són llocs habituals de compra a Fondo i Sant Ildefons, mentre que les botigues especialitzades són les preferides a la Vila de Gràcia. El mercat municipal és on es compra el peix als tres barris.

El peix és considerat el producte més car per als participants dels tres barris, la qual cosa té efectes en els seus hàbits de consum. Per exemple, els participants de Sant Ildefons consumeixen peix una o dues vegades al mes.

Entre els assumptes més votats pels participants destaca el problema de la gran quantitat d'escombraries produïdes pels embalatges dels aliments. Ja sigui tant per motius mediambientals com per la incomoditat que causen en el dia a dia, els participants reconeixen la importància de generar menys residus i apunten a les botigues com a actors importants que poden contribuir a promoure bons hàbits.

L'etiquetatge poc clar dels productes és un altre assumpte que ha aparegut sovint a les converses amb els participants. Aquest tema és particularment important per a persones que segueixen una dieta específica o tenen problemes d'intoleràncies i al·lèrgies. Finalment, a Sant Ildefons i Fondo, termes com a "bio", "eco" o "de proximitat" resulten poc familiars i fins i tot confusos.

CONCLUSIONS

Conclusions

El menjar és part integral de la nostra identitat cultural. La ciutadania està en la millor posició per a ajudar-nos a entendre la relació entre els hàbits i els entorns alimentaris. **El rol de la ciutadania és clau a l'hora de dissenyar polítiques públiques amb major potencial d'adopció, que s'adapten a les necessitats, els hàbits i el llenguatge de les persones.**

En aquest informe hem descrit una nova metodologia per al mapatge d'entorns i hàbits alimentaris que dona a la ciutadania un rol protagonista en l'auditoria del seu entorn alimentari, recaptant informació no només de l'oferta disponible sinó també de les seves pròpies decisions de compra -possiblement condicionades tant per l'entorn com pels seus hàbits, poder adquisitiu, cultura i idiosincràsia.

Com en els estudis tradicionals, on el procés d'auditoria es duu a terme a través de la selecció d'una cistella bàsica d'aliments, **FoodMapping proposa la selecció d'una recepta popular -el bullit de lleties- que, no només permet comparar disponibilitat, preus i tipus de productes,** sinó que a més actua com a fil conductor de la intervenció, donant la possibilitat de celebrar un menjar comunitari com a instància de conversa amb gran valor comunitari i etnogràfic.

La utilització de l'**app FoodMapping** ens ha permès **recaptar valuoses dades quantitatives** sobre el tipus d'establiment visitat per les persones participants i els productes que van triar, tenint en compte diferències de preus, qualitat i quantitat. Així mateix, ens ha permès fer un mapatge dels recorreguts que van realitzar i així quantificar el temps dedicat a la compra, el circuit i les passes realitzades.

Aquesta informació és important per a comprendre com la ciutadania navega l'oferta comercial disponible en els seus barris i quins aspectes intervenen en les seves eleccions. A més, l'ús d'una **tecnologia accessible i de baix cost**, que preserva la privacitat de les persones, permet dur a terme aquestes auditories ciutadanes de manera participativa, escalable, contínua i distribuïda.

Els tallers de co-creació i els menjars comunitaris van permetre a les persones establir nous llaços i compartir opinions i percepcions que revelen qüestions que els preocupen així com les estratègies que desenvolupen per a afrontar-les. Cal destacar que la participació de voluntaris, adequadament entrenats en la metodologia proposada, va resultar fonamental a l'hora de permetre una participació inclusiva en els tres barris.

La informació recaptada a través de FoodMapping, que és replicable i escalable, pot inspirar **nous processos de col·laboració entre la ciutadania, l'acadèmia i l'administració pública per al co-disseny - i la posterior auditoria- d'indicadors de qualitat de vida amb un nivell de detall abans molt difícil d'aconseguir.**

Agraïments

El projecte FoodMapping ha estat possible gràcies a l'esforç conjunt de més de 80 persones de diferents procedències i institucions.

Els nostres agraïments van a tots els veïns i les veïnes de Sant Ildefons, Fondo i Vila de Gràcia que han participat en les intervencions comunitàries i als voluntaris i voluntàries de la Creu Roja.

Agraïm també al Centre Cívic de Sant Ildefons, l'oficina de la Creu Roja de Santa Coloma, i el coworking Kubik per haver-nos concedit els espais per a dur a terme els menjars comunitaris.

FoodMapping ha estat patrocinat per PEMB, AMB i Fundació Mobile World Capital Barcelona i produït per Ideas for Change i Creu Roja, amb el suport de MuniDigital i l'Agència de Salut Pública de Catalunya.



Pla Estratègic
Metropolità
de Barcelona



IDEAS
FOR
CHANGE





FOOD
MAPPING