

Dinámicas de abastecimiento alimentario en las zonas rurales españolas: resolviendo la comida diaria cuando faltan las tiendas

GUADALUPE RAMOS TRUCHERO*

RESUMEN♦

Dada la limitada oferta comercial de alimentos en el medio rural español, algunos territorios podrían definirse como “desiertos alimentarios”. Cabría esperar que esto tuviera consecuencias negativas sobre los hábitos de consumo de la población rural, lo que podría poner en peligro su salud. Sin embargo, no es así en el caso español. De los resultados de este trabajo se desprende la capacidad de resiliencia de la población rural, que activa las redes propias del entorno y adapta pautas tradicionales de gestión de la alimentación con el objetivo de mantener una alimentación apropiada.

1. INTRODUCCIÓN

Las desigualdades territoriales y los problemas asociados al mundo rural ofrecen un

* Universidad de Valladolid y Grupo de Sociología de la Alimentación de la Universidad de Oviedo (guadalupe.ramos@uva.es).

♦ El presente trabajo es fruto del trabajo realizado durante la estancia de investigación en el grupo de Sociología Rural, Wageningen University and Research (Países Bajos) financiada por el Programa de estancias de movilidad para profesores e investigadores en centros extranjeros de enseñanza superior e investigador, concretamente, en la Modalidad José Castillejo (CAS 19/00187). La autora agradece los comentarios y reflexiones aportadas por la profesora Cecilia Díaz Méndez para la elaboración de este artículo.

campo de estudio apropiado para analizar el grado en que la despoblación y la desaparición de algunos servicios pueden afectar a la población que vive en las zonas rurales. A diferencia de lo sucedido respecto a otros servicios, son raras las ocasiones en que en España se escuchan quejas sobre problemas de aprovisionamiento alimentario como consecuencia del cierre de tiendas y comercios dedicados a la venta de productos de alimentación en el medio rural. Cabe preguntarse, sin embargo, si en estos territorios los servicios alimentarios han sufrido también un deterioro en las últimas décadas y, como consecuencia, las formas de aprovisionamiento alimentario de los residentes rurales se han modificado. Es posible que otros canales no comerciales, como el autoconsumo doméstico, compensen las limitaciones de la oferta convencional de alimentos, aunque apenas se tiene constancia empírica de su existencia.

El estudio de los problemas de aprovisionamiento alimentario derivados de la escasez de infraestructuras comerciales comienza en la década de 1990 en los barrios urbanos británicos. Es en ese momento cuando surge el término “desierto alimentario” entendido como zona caracterizada por la escasez de comercios de alimentación. Estas investigaciones sirvieron para alertar de los problemas relacionados con la nutrición en algunos barrios deprimidos de las ciudades y para llamar la atención sobre su

causa, la desaparición selectiva de comercios de alimentación. Durante décadas algunos barrios habían sufrido una importante desinversión pública y privada que se tradujo en un empeoramiento de la disponibilidad de alimentos saludables y baratos, de forma tal que comprometía la dieta y la salud de los residentes. Los desiertos alimentarios se convirtieron entonces en un asunto de salud pública, dando lugar a medidas de regeneración urbana que incluían la instalación de supermercados en los barrios (Whelan *et al.*, 2002).

Con el objetivo de identificar las áreas con problemas de suministro alimentario, estas investigaciones desarrollaron diferentes indicadores geográficos que ofrecen información sobre la relación entre el consumo alimentario y la disponibilidad comercial de un territorio. La distancia geográfica de los hogares a los supermercados fue uno de los primeros. Así, para considerar una zona como desierto alimentario se fijó una distancia mínima entre 500 y 1.000 metros o un trayecto de 10 a 15 minutos a pie hasta llegar a un establecimiento comercial. También se incluyó la opción del uso del transporte público, para la que el criterio determinaba una combinación de un viaje de al menos 10 minutos y 50 metros de recorrido de ida y vuelta andando (aproximadamente 3 km de distancia) (Larsen y Gilliland, 2008).

Otro indicador utilizado fue la densidad de establecimientos de alimentación en una zona. Por ejemplo, se estableció como criterio para considerar que una zona tiene dificultades de acceso a la alimentación un número mínimo de tres supermercados en un radio de 1.000 metros de distancia y una cierta variedad de comercios de alimentación (Apparicio, Cloutier y Shearmur, 2007). Igualmente, en algunos países como Estados Unidos se incluyó en el criterio la presencia de grupos socioeconómicamente vulnerables en el territorio evaluado (Departamento de Agricultura de Estados Unidos, 2019).

Por último, la comparación entre cestas de la compra por zonas ha sido otro indicador utilizado para evaluar la diferencia de precios y la diversidad de los alimentos disponibles según los tipos de tiendas y el territorio (Beaulac, Kristjansson y Cummins, 2009). Hay que señalar que la gestión de estos indicadores geográficos se ha realizado a través del programa Sistema

de Información Geográfica (SIG), que se presenta a través de mapas interactivos y ayuda a localizar y visualizar la densidad comercial de alimentación.

La disponibilidad comercial y el abastecimiento alimentario también han sido analizados en el entorno rural, pues se trata de territorios donde la relación entre la disponibilidad de comercios y el abastecimiento alimentario destaca especialmente. Dado que el análisis de estos problemas en el ámbito rural aún es relativamente más escaso, para él se adoptaron tesis similares a las del entorno urbano para situaciones de pobreza y salud pública. De hecho, varios estudios afirman que las probabilidades de desertificación alimentaria son mayores en los ámbitos rurales que en los urbanos, donde la concentración de pobreza y la vulnerabilidad social de sus habitantes es mayor (Shafft *et al.*, 2009). Los primeros estudios en zonas rurales se llevaron a cabo en Estados Unidos y, más adelante, en Reino Unido (Morris, Neuhauser y Campbell, 1992; Clark, 1990). Su desarrollo ha sido menor en los países europeos, aunque pueden encontrarse algunos análisis que lo tratan puntualmente en Irlanda, Finlandia o Países Bajos (Stocktale, 1993; Home, 2002; de Vries *et al.*, 2016).

Estas investigaciones señalan la sistemática desaparición de tiendas de alimentación de dimensiones pequeñas en los municipios rurales y una concentración de comercios de mayor tamaño en municipios más poblados, donde las distribuidoras alimentarias se instalan en busca de una mayor rentabilidad. Algunas de las causas atribuidas a estos procesos tienen que ver con la reestructuración general del sector de la distribución alimentaria, así como con la pérdida de población y, en consecuencia, el detrimento del atractivo económico de estas zonas. También se llama la atención sobre los cambios en el comportamiento de los consumidores rurales que, al igual que los urbanos, prefieren comprar en las tiendas donde la oferta y variedad de alimentos es mayor (Walker, Keane y Burke, 2010; Bereton *et al.*, 2011).

Tres son las consecuencias de esta desigual distribución comercial sobre la provisión de alimentos. En primer lugar, un aumento en la distancia que las familias rurales tienen que recorrer para llegar a un establecimiento de alimentación. Algunos trabajos señalan que los

residentes rurales en algunos lugares de Estados Unidos llegar a recorrer una media de entre 21 y 57 kilómetros para encontrar un comercio de alimentación que cubra sus necesidades básicas (McEntee y Agyman, 2009). Esta situación se da también en áreas rurales europeas. En Holanda, por ejemplo, la distancia a los supermercados en algunas zonas pasó de 2,11 a 4,7 km entre 2008 y 2014 (de Vries *et al.*, 2016). En segundo lugar, se ha puesto de relieve que los pequeños comercios rurales establecen precios más altos en sus productos para garantizar su subsistencia, pudiendo llegar a ser un 30 por ciento más caros que en una zona urbana. Además, los desplazamientos también encarecen el coste de la cesta de la compra hasta en un 36 por ciento (Leclaire y Aksan, 2014). La tercera y última consecuencia es que, debido a la escasa demanda y a los problemas de infraestructura de las zonas rurales, la variedad de alimentos y su calidad son bajas. Se ha señalado, por ejemplo, que la disponibilidad de lácteos y alimentos frescos como la verdura, la carne o el pescado es más reducida que en el medio urbano. En definitiva, en las zonas rurales hay menos alimentos sanos y más caros (Skarkey, 2006).

Los estudios sobre identificación geográfica de los desiertos alimentarios y sus consecuencias han recibido numerosas críticas metodológicas y han sido desplazados por un nuevo enfoque. La nueva perspectiva, denominada “acceso alimentario”, más integral y centrada en el comportamiento del consumidor, considera que la disponibilidad de comercios de alimentación otorga más oportunidades de compra, pero no determina el comportamiento del consumidor. Es decir, tener acceso a alimentos más sanos, baratos y de mejor calidad no mejora necesariamente la calidad de la dieta de los habitantes de una zona considerada como desierto alimentario (Ramos Truchero, 2015).

Bajo el enfoque del “acceso alimentario” se aborda el análisis del abastecimiento desde el punto de vista de la capacidad de aprovisionamiento y consumo alimentario de los habitantes rurales. Atender a la capacidad de una persona para obtener alimentos suficientes para una buena dieta o salud implica tener también en cuenta cuestiones importantes como la composición familiar, la percepción del consumidor, los valores culturales, la relación entre el tiempo de trabajo y el de ocio, las estrategias vitales, la disponibilidad de vehículos, las característi-

cas del entorno alimentario o las estrategias de aprovisionamiento (Shaw, 2012).

Este tipo de estudios demuestran que el aprovisionamiento alimentario de los habitantes rurales tiene ciertas peculiaridades que han de ser tenidas en cuenta al margen de la disponibilidad de establecimientos que ofrezcan una alimentación variada y asequible. Una de ellas es que, aunque en declive y con carencias como los precios más altos y la menor variedad, los comercios de alimentación del medio rural tienen un papel esencial en el abastecimiento de sus habitantes. Su papel es más importante para las personas de movilidad reducida o sin recursos económicos para desplazarse (Broadbridge y Calterwood, 2002).

Se detecta también cómo la adquisición de alimentos de la población rural se caracteriza por una combinación entre la compra de productos básicos en comercios locales y la realizada en establecimientos de mayores dimensiones y variedad, situados en localidades más alejadas a las que la población rural se desplaza con frecuencia. Estos estudios evidencian además que, junto al comercio local o sedentario, el suministro alimentario rural cuenta con otros formatos de venta al por menor como la venta móvil o el reparto a domicilio que practican muchos comercios o productores como modelo de comercialización. En estos trabajos se señala, además, que en muchos países estos formatos de venta menos estandarizados son invisibles a las estadísticas y no aparecen en los análisis sobre el declive del comercio rural (Paddison y Calderwood, 2007).

El problema del abastecimiento alimentario rural cobra más relevancia, si cabe, al analizar el deterioro poblacional de las áreas rurales a lo largo de las últimas décadas del siglo XX. Los procesos de despoblación, emigración y envejecimiento en zonas rurales han puesto el foco de atención en el potencial efecto del declive de los servicios sobre la calidad de vida de sus residentes. Preocupa el mantenimiento de los servicios públicos de salud, educación, cuidado y transporte, así como la ausencia de inversiones privadas en comercios o actividades empresariales en zonas que denominan “periféricas” y entre las que se encuentra el medio rural. Las dinámicas globales de concentración de capital han contribuido al debilitamiento económico de estas áreas que se caracterizan por un escaso o nulo

dinamismo productivo, las reducidas posibilidades de creación de empleo, la migración de jóvenes en busca de oportunidades educativas y laborales y un peso mayor de la población jubilada que el de trabajadores activos (Bock, 2016, Guilluy, 2019).

España da muestras de un acelerado proceso de despoblación en determinadas provincias y municipios que afecta a los pueblos más pequeños. A pesar de que la población española aumentó un 15,4 por ciento entre 2000 y 2018, 13 de provincias y un 63,1 por ciento de los municipios perdieron habitantes (Fundación BBVA, 2019). En concreto, las localidades de menos de 1.000 habitantes, que representan un 61,5 por ciento de los municipios españoles y en 2018 concentraban únicamente al 3,1 por ciento de la población, han sufrido una caída de población del 8,9 por ciento (142.000 habitantes menos entre 2000 y 2018). Por otro lado, se constata un aumento del número de pueblos con 100 habitantes o menos, que han pasado de ser 928 en el 2000 a 1.360 en 2018. Mientras tanto, el 80 por ciento de la población se concentra en municipios de más de 10.000 habitantes (Fundación BBVA, 2019). La pérdida de población en estos territorios rurales se debe a una combinación de factores relacionados con la baja natalidad y la migración a las ciudades de los jóvenes en edad reproductiva y de trabajar.

Estos mismos factores, unidos al aumento de la esperanza de vida, son los que han contribuido a otro de los rasgos propios del mundo rural español actual: el envejecimiento de su población. En la actualidad un tercio de la población del medio rural supera los 65 años, pero incluso los mayores de 80 años suponen ya cerca del 10 por ciento de la población en los municipios de menos de 5.000 habitantes (Camarero *et al.*, 2009; Elizalde-San Miguel, 2018). Según la *Estadística del Padrón Continuo*, en 2019 el peso de las personas de 65 años o más sobre la población total es mucho mayor en el mundo rural. En ese año, 2.699.277 personas residían en municipios rurales de 2.000 habitantes o menos, de las que el 28,5 por ciento eran personas de 65 o más años (770.580). Este porcentaje asciende al 40 por ciento en los municipios de 0 a 100 habitantes (Pérez Díaz *et al.*, 2020). En definitiva, la situación de las zonas rurales españolas muestra un claro retroceso demográfico de modo tal que en la actualidad la rurali-

dad se caracteriza por su escasez de población y su fuerte envejecimiento.

Dada la situación descrita, el primer objetivo de este trabajo es evaluar en qué medida el concepto de desiertos alimentarios se puede aplicar al ámbito rural español, analizando para ello la situación del comercio local rural. El segundo objetivo es conocer las estrategias de abastecimiento alimentario, para lo que se utiliza como caso de estudio las áreas rurales del Principado de Asturias. Los dos objetivos permitirán analizar las particularidades del abastecimiento alimentario en el medio rural y su relación con el deterioro del comercio local.

2. METODOLOGÍA

En este trabajo se utiliza una combinación de metodologías. Por un lado, para el análisis de la situación del comercio local en el medio rural se realiza una revisión de fuentes secundarias que incluyen documentos y estadísticas sobre el consumo de alimentos y la oferta comercial alimentaria en España durante la última década. Esto incluye informes y fuentes estadísticas elaboradas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y datos del *Anuario Económico de España* de La Caixa. También se incluyen en el análisis distintos tipos de informes técnicos sobre programas públicos para activar el comercio rural diseñados por comunidades autónomas y administraciones provinciales y/o municipales.

Por otro lado, entre noviembre de 2017 y enero de 2018 se realizaron once entrevistas en profundidad semiestructuradas, en el marco del proyecto nacional "Alimentación y estructura social. Análisis de las desigualdades sociales en España" (CSO2015-68434-R). Son entrevistas diseñadas específicamente para abordar uno de los objetivos del proyecto, la identificación de las desigualdades alimentarias territoriales en España. Las entrevistas se llevaron a cabo en hogares ubicados en localidades con poblaciones menores de 300 habitantes, concretamente, entre 8 y 291 habitantes (cuadro 1) y distribuidas por todo el Principado de Asturias. La selección de la muestra de hogares se realizó en base a la edad y el sexo del responsable

CUADRO 1

PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS

<i>Código</i>	<i>Habitantes de la localidad</i>	<i>Estructura del hogar y del entorno comercial</i>
E1	8	Pareja, él 81 años y ella 79 años, sin hijos en casa, sin coche, sin tiendas. Hombre y mujer entrevistados.
E2	15	Pareja, ella 48 años y él 55 años, sin hijos, con coche él, sin coche ella, sin tiendas. Mujer entrevistada.
E2_1	134	Pareja, ella 39 años y él 29 años, hija pequeña (6 años), con coche, con tiendas. Hombre y mujer entrevistados.
E3	10	Pareja, ella 43 y él 55 años, con tres hijos menores de 18 años, con coche, con tiendas. Mujer entrevistada.
E4	153	Mujer viuda, 76 años, hogar unipersonal, sin hijos en casa, sin coche, sin tiendas.
E5	291	Hombre, 48 años, hogar unipersonal, con coche, con tiendas.
E6	25	Mujer, hogar monoparental, 40 años, 1 hija pequeña (5 años), con coche, sin tiendas.
E7	15	Mujer, hogar unipersonal, 60 años, sin hijos en casa, con tienda y con coche.
E8	15	Hombre, 78 años, hogar unipersonal, sin coche, con tiendas.
E9	282	Pareja, ella 28 años, él 28, con dos hijos pequeños, viviendo con los padres (48 y 49 años) y abuela de ella (89 años), con coche, con tiendas. Mujer entrevistada.
E10	64	Pareja, ella 59 y él 62, con hijo divorciado (40 años) en paro viviendo en casa, con coche, sin tiendas. Mujer entrevistada.

Fuente: Proyecto *Alimentación y estructura social. Análisis de las desigualdades sociales en España*. Trabajo de campo Área rural. CSO2015-68434-R.

de la alimentación, la composición del hogar en función de la presencia y edad de los hijos, la ocupación, la disponibilidad de coche y la presencia de tiendas de alimentación cercanas. Las personas entrevistadas fueron mujeres y hombres responsables de la alimentación en los hogares. El perfil de los entrevistados se puede ver en el cuadro 1.

La metodología cualitativa aporta notables ventajas a la investigación sobre las estrategias de aprovisionamiento alimentario en territorios concretos. Su utilización en este análisis pretende superar las limitaciones de los trabajos basados en indicadores geográficos y

cuantitativos sobre la relación entre la disponibilidad de comercios de alimentación y sus consecuencias en la dieta de los residentes de un territorio concreto y que no incluyen otras variables relevantes. En este sentido, el análisis cualitativo posibilita un estudio más pormenorizado de las prácticas alimentarias de los consumidores. Las explicaciones de los sujetos a su propia situación ofrecen una vía de comprensión de la complejidad en la que están inmersos y sus estrategias para lidiar con la falta de comercios. Las entrevistas tuvieron una duración media de una hora y fueron analizadas con el *software* de análisis cualitativo MAXQDA 18.

3. EL COMERCIO LOCAL EN EL MEDIO RURAL ESPAÑOL

El número de tiendas tradicionales españolas, aquellas que cuentan con un único establecimiento, ha sufrido una caída progresiva desde los años noventa hasta la actualidad al tiempo que las compras se desplazaban hacia las medianas y grandes superficies (Nielsen, 2015). Este descenso también incluye a los establecimientos de alimentación. Desde los primeros años del siglo XXI los supermercados han ganado posiciones de manera progresiva al comercio tradicional y al hipermercado. En el caso de la alimentación, la diferencia entre producto fresco y producto no perecedero determina en gran medida la elección del establecimiento y no es exagerado afirmar que es precisamente la gran presencia de productos frescos en la alimentación española la que ha permitido un descenso lento del número de tiendas de pan, frutas y verduras, carne y pescado a pesar de la gran expansión de las medianas y grandes superficies (Díaz Méndez *et al.*, 2013). No es hasta el año 2016 cuando el

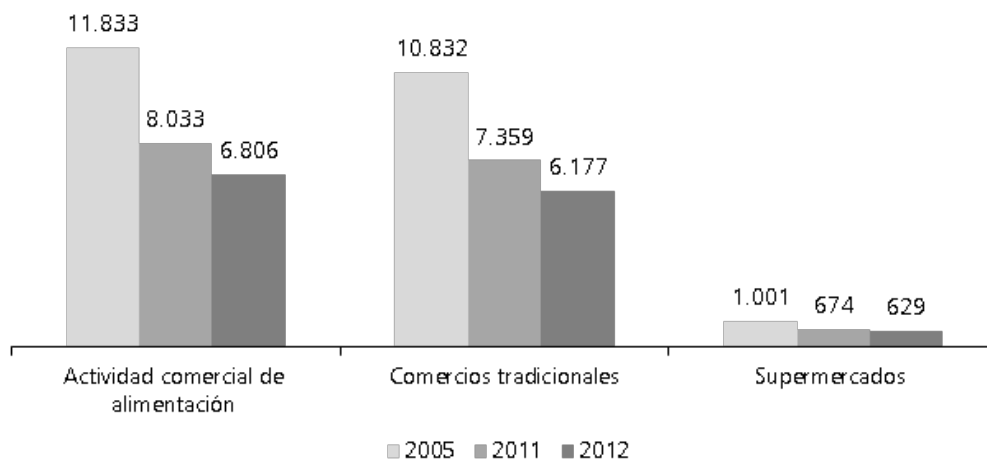
supermercado supera a las tiendas tradicionales como lugar preferido de compra de productos frescos (MAPA, 2006 y 2019).

La ausencia de datos sobre el volumen y tipo de establecimientos por tamaño de municipio impide analizar la evolución de las tiendas en el medio rural, que ha estado dominado por el comercio tradicional de un solo establecimiento (Ramos Truchero, Castaño y Rato, 2013). La única información cuantitativa disponible en España procede del *Anuario Económico de España* (La Caixa, 2006 y 2013) que proporciona datos de los establecimientos comerciales para todos los municipios de 1.000 a 2.000 habitantes e informa del descenso en todas las actividades comerciales de alimentación desde 2005 hasta 2012 en estos territorios. Estas actividades experimentaron un descenso del 42 por ciento entre esos años y han pasado de 11.833 establecimientos en el año 2005 a 6.806 en el año 2012 (gráfico 1).

Algunos estudios de caso referidos a comunidades autónomas concretas como el País Vasco (Gobierno Vasco, 2010), Asturias (Ramos Truchero, Castaño y Rato, 2013) y Castilla y León

GRÁFICO 1

NÚMERO TOTAL DE COMERCIOS DE ALIMENTACIÓN EN MUNICIPIOS ENTRE 1.000 Y 2.000 HABITANTES (2005, 2011 Y 2012)



Fuente: Elaboración propia a partir del *Anuario Económico de España* (La Caixa, 2006 y 2013).

(Junta de Castilla y León, 2017) han calculado la densidad de comercios de alimentación por cada 1.000 habitantes para abordar el análisis del abastecimiento alimentario. Este indicador se construye poniendo en relación el número de licencias comerciales de minoristas del sector de la alimentación o de venta de productos cotidianos con la población del territorio estudiado.

Estos estudios también confirman la escasez o la ausencia de comercios de alimentación en las zonas rurales, así como la concentración de los supermercados en municipios de tamaño intermedio. El estudio de Ramos Truchero, Castaño y Rato (2013) identifica en Asturias los municipios rurales con menor densidad de establecimientos por cada 1.000 habitantes en la zona occidental y la franja suroriental de la región, así como una serie de pequeños municipios limítrofes con el área metropolitana central. Son municipios caracterizados por un relieve abrupto y considerable despoblación, así como por una concentración de establecimientos comerciales en las cabeceras comarcales que deja desabastecido el resto del territorio. Por su parte, el análisis realizado por la Junta de Castilla y León (2017) ha identificado 24 zonas rurales con déficit de establecimientos dedicados a la venta de productos cotidianos o de primera necesidad. Esta escasez de comercios afecta a una población de 459.291 personas. El mismo informe define tres tipos de zonas en función de la disponibilidad de comercios de alimentación. La más crítica, con un grave desabastecimiento comercial, se compone de un total de 733 municipios sin ningún comercio y 228 pueblos con un solo establecimiento. Las otras dos áreas estarían caracterizadas por una concentración de supermercados en los municipios más grandes y por localidades para las que se recomienda una mejora en el suministro de bienes de primera necesidad.

Cabe señalar que, aun sin el respaldo de estudios conocidos que muestren la situación del comercio rural, las administraciones públicas han desarrollado programas para promover la instalación de tiendas de comestibles en municipios pequeños. Casi de manera generalizada se trata de ayudas a la inversión inicial para abrir negocios que puedan alcanzar una rentabilidad por sí mismos. En bastantes casos los programas incluyen acuerdos con distribuidoras de alimentación que se encargan de proporcionar productos básicos a precios que permitan com-

petir con otros canales de alimentos más estandarizados. Sin ánimo de exhaustividad, cabe destacar algunas iniciativas: el programa pionero de "Multiservicio Rural" de la Comunidad Autónoma de Aragón, la iniciativa "Comercio a mano" de Navarra, la "Rede de Comercio Rural" de Galicia, el plan "Estrategias para el comercio" de Castilla y León y, por último, las "Subvenciones para la modernización del comercio rural" de Asturias¹.

En definitiva, a pesar de la escasez de información cuantitativa y reciente se puede afirmar que el declive del comercio local es particularmente acusado en el medio rural español. En este contexto es especialmente pertinente analizar las estrategias de la población rural para satisfacer sus necesidades de aprovisionamiento alimentario.

4. ESTRATEGIAS DE ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO EN EL MEDIO RURAL: COMPRA Y GESTIÓN DOMÉSTICA DE LOS ALIMENTOS

Los resultados de las entrevistas dan cuenta del modo en que se afronta el abastecimiento alimentario en zonas caracterizadas por tener poblaciones de reducido tamaño y por la escasez o total ausencia de comercios de alimentación. Algunos de los entrevistados señalan la falta de comercios de alimentarios como algo habitual en sus rutinas diarias. Son los residentes con más dificultades de movilidad (personas mayores o sin coche disponible) quienes hacen hincapié en cuestiones como la disminución o desaparición de comercios en la localidad, así como en la distancia a recorrer hasta llegar a pie a las tiendas. Sin embargo, de sus palabras no se desprende una preocupación generalizada por la pérdida de un servicio básico, incluso aunque implique el aumento de la distancia a recorrer para realizar las compras.

"Aquí no tienes donde comprar. La tienda más cercana, a dos kilómetros" (E1).

"Hay que comprar fuera. Tienes que desplazarte unos kilómetros. O sea, por aquí

¹ A nivel provincial pueden destacarse programas en Burgos ("Plan de apoyo al comercio rural"), Valladolid ("Comercio rural mínimo") o Soria ("Plan de apoyo al comercio rural" y la iniciativa particular "La Exclusiva").

cerca, muy poco. Yo voy en tren o autobús, pero claro, no puedes venir cargada. Ese es el problema” (E3).

“No, no. Aquí no. Hay que ir a P.” (E4).

“Lo que es en T. ha disminuido. Cuando yo trabajaba, había tres súper grandes. Luego se juntaron dos que eran de la misma cadena. Ahora es el Día, que antes era El Árbol. Se puso ahí y se cerró el otro. Como se compran unos a otros... Y en T. se quedó solo uno. Y antes había tres” (E2).

Es destacable la dificultad que los residentes manifiestan para encontrar alimentos frescos disponibles, siendo el pescado uno de los productos que más echan de menos. Las distancias también afectan a la adquisición de algunos tipos de verduras y de frutas que hasta hace unos años eran poco habituales en el consumo de los españoles pero que hoy ya forman parte de la cesta de la compra. Son alimentos considerados “nuevos” que, curiosamente, en los entornos rurales tienen una menor presencia. Esto denota una limitada variedad de alimentos, en buena parte debido a una peor distribución alimentaria en la que las tiendas especializadas como pescaderías, carnicerías, fruterías o panaderías se perdieron más tempranamente mientras que los que mejor resisten son los comercios de alimentación genéricos, es decir, tiendas “que tienen de todo y de nada”.

“Pescado, muy poco porque aquí no tienes donde ir a comprar pescado fresco. Luego, los jueves viene uno de los congelaos, viene un chaval con congelados. Entonces, sí compro algo de pescado” (E1).

“A pescado, por ejemplo, aquí no. Aquí la dificultad es tener acceso [a pescado]” (E3).

“(...) pero aquí no las hay ya. Tienes que salirte a... Aquí no hay nada de eso. Mi hija me dijo anteayer: mamá quiero que me compres aguacate, que me gusta. Si quiero comprarle aguacate, tengo que moverme” (E2).

En muchos casos se observa que en las localidades pequeñas la venta ambulante o los comercios móviles son uno de los canales de

distribución que suplen la pérdida de tiendas especializadas. De hecho, en ocasiones son el único canal presente. Por lo general, el comercio ambulante se caracteriza por llevar alimentos frescos y perecederos, pero también son muy habituales los congelados. Suelen ser comerciantes pescaderos, carniceros o fruteros de otras localidades que pasan una o dos veces por semana haciendo rutas por distintos municipios en furgonetas con sistema isotermo o de frío. En el caso de la venta de pan, la distribución tiene casi una frecuencia diaria. Dentro de esta modalidad también puede incluirse la celebración de mercados semanales.

“El frutero, que trae de todo, desde detergente, hasta fruta y bebida, y... todo. Y bueno, luego tenemos el panadero y un pescadero” (E10).

“El pescadero pasa dos días a la semana” (E4).

Los entrevistados apuntan al encarecimiento de la alimentación como otro aspecto destacable de la compra alimentaria en el medio rural. Tal y como evidencian los estudios mencionados, los entrevistados manifiestan que los precios de los alimentos disponibles en las tiendas cercanas son más elevados que en los supermercados situados en otros lugares, señalando también que en esos supermercados hay más variedad y precios más competitivos. En cuanto a la venta ambulante, algunos entrevistados señalan que no pueden utilizarla debido a que sus horarios se solapan con la jornada de trabajo.

“Al frutero le compré alguna vez, pero no suelo comprar porque ye carísimo. Muy caro, muy caro” (E10).

“Es que comprar en un pueblo siempre es más caro (...). Pero vamos, digamos que lo genérico te sale mejor comprarlo en el supermercado, entonces (...) en las ciudades hay mucha oferta de productos baratos. Y puedes comprar más cantidad” (E3).

“Solía venir los lunes [la venta ambulante] pero ahora ya no le compro porque cogí otro trabajo y justo sube a la misma hora. La verdad es que siempre le compraba algo” (E6).

En todo caso, las entrevistas revelan que la percepción sobre la compra de alimentos dentro de los entornos rurales no es homogénea. Algunos habitantes ponen de relieve la importancia de comprar en el comercio local para mantener un servicio que consideran esencial en el municipio. Muestran su compromiso completando la cesta de alimentos habitual con la compra diaria u ocasional en estos comercios de productos como pan, arroz, lácteos o compras puntuales de productos que necesiten en un determinado momento. Son compras motivadas por una combinación de conveniencia y de solidaridad con el vecino que tiene un negocio y del que se valora la flexibilidad horaria. Los entrevistados que destacan esta dimensión son normalmente más jóvenes y con posibilidades de desplazamiento. Sin embargo, para los residentes mayores las tiendas rurales suponen una gran comodidad, porque dadas sus limitaciones de movilidad, les permiten tener un acceso a comercios más grandes que de otra forma sería difícil.

“Compramos lo básico, de que te falta algo. Un kilo de arroz, un kilo de garbanzos” (E2_1).

“Cuando se me olvida algo. O, además, me da mucho juego porque abre también los sábados, los domingos” (E5).

“Entonces, si no le gastamos luego no viene y algún día vamos a tener que necesitar. (...) La verdad es que siempre compro algo. Más que nada para que siga subiendo” (E6).

“Las compras así pequeñas intentamos hacerlas en la zona. Lo que pasa es que hay muy poco” (E3).

“Sí, todo lo que utilizo para comer, todas las comidas que hago, lo compro todo aquí” (E7).

“Yo compro en la carnicería la carne, en la pescadería, el pescado. Tenemos que vivir todos. Hombre, no quita que un día voy al Alimerka, que es una superficie más grande y que hay de todo y, si me apetece, voy y compro” (E2).

Sin embargo, también se puede encontrar un perfil de residente en el medio rural que reacciona ante el encarecimiento y la falta

de variedad en los comercios locales y rechaza abiertamente la compra en establecimientos próximos. En consecuencia, encuentra más ventajas en las grandes superficies comerciales de las localidades cercanas. Por lo general, este tipo de opiniones y comportamiento se encuentra entre las familias con menos recursos, con posibilidad de desplazarse a comprar a otros municipios o que disponen de menos tiempo. En este sentido, es importante tener presente que el comportamiento del consumidor rural también sigue las mismas pautas que las de cualquier consumidor, es decir, la preferencia por la compra en lugares con más oferta y variedad de alimentos o donde las compras se hacen más cómodas y ágiles.

“Yo en los pequeños [comercios] de M., no... Eso. Uno, por comodidad de que llegamos y tenemos el aparcamiento, y no nos tenemos que meter a M. Y otro, pues que como encontramos allí de todo, pues... En el tema de comer y de limpieza, pues... Entonces... Y luego, claro, en el Carrefour... pues ropa y calzado... Si quieres, sales de allí con todo. Pues... porque tienen todos los productos. Sí. Y el aparcamiento que ye muy cómodo” (E10).

En consecuencia, es común que los habitantes rurales se desplacen con frecuencia en coche a otros municipios a comprar en supermercados con una amplia gama de alimentos o en tiendas especializadas, algo que encaja con las prácticas apuntadas previamente. En las zonas investigadas los desplazamientos suponen viajes de 10 o 15 minutos en coche. En ocasiones la frecuencia está pautada: una vez a la semana, cada quince días o, incluso, cada mes. Asimismo, es habitual que los residentes rurales aprovechen sus viajes puntuales para hacer gestiones u otra clase de compras, así como el aprovechamiento de los desplazamientos diarios al trabajo para acercarse a un establecimiento a adquirir alimentos.

“Pero sí que a veces compro huevos, detergente. Bueno las cosas así, esto lo compro aquí [en Oviedo] en el supermercado, en el que sea, en el que primero pille, vamos. Si tengo uno enfrente de donde tengo mi trabajo, ahí entro. Y luego, lo que es ya la fruta y carne y pescado lo compro allí” (E6).

“Normalmente compro en supermercados que estén cerca. Entonces suelo aprovechar a comprar cuando me desplazo para dar clase. Entonces suelo comprar, prácticamente todas las semanas. Y cuando necesito hacer así una compra más grande, que no suelo hacer una compra así muy grande, pues me acerco, igual a A.” (E5).

Son los habitantes que no disponen de coche quienes en mayor medida pueden estar sufriendo la escasez de comercios de alimentación. Se trata en muchas ocasiones de las personas mayores. Esto les obliga a recurrir a una práctica que parece ser común: que vecinos y familiares realicen por ellos la compra o al menos parte de ella, así como que les trasladen hasta los supermercados o localidades más cercanas.

“El pescado fresco que me lo trae mi yerno. Le digo: ¿subes mañana? Pues cógeme pescado. Tal como ayer, *subíome* una lubina para hoy” (E1).

“Ya te digo, el *vecín* que baje... ellos bajan todos los días, todos los días a la X y entonces bajo cuando ellos. Otras veces, *mándole*, cuando es una cosa o dos, que me lo traiga. Por ejemplo, el jamón serrano que aguanta poco, y el jamón york lo mismo. Entonces *traémelo* él de ahí. A veces llamo a un hijo que vive en la X, y *llámolo* y viene a buscar carne con el coche y *subímoslo*” (E4).

“Yo con mi vecina o con alguna amiga, si coincide que vengo a O...: «oye que me viene bien, ¿necesitas algo?» Eso es típico de los pueblos. Ya se hace menos, eh” (E6).

Fruto de estas dificultades, el almacenamiento de comida aparece como una dinámica esencial entre los residentes rurales entrevistados. Los hogares rurales tienden a acumular productos comprando abundante cantidad de alimentos no perecederos como aceite, leche, conservas o legumbres, entre otros.

“Yo tengo que andar molestando a los hijos o los vecinos, pues no, en vez de traer un tarro de tomate pues traigo tres. Miro la caducidad y puede... no sé, en vez

de traer un kilo de arroz, que me puede durar un mes o más, traigo dos, que no... Y como eso todo lo que... en vez de traer dos latas de bonito pues traigo cuatro y en vez de traer de las medianas traigo de las pequeñas, *pa* comerlas de una vez” (E4).

“La leche es imprescindible, el aceite, los huevos. Es que hay cosas que tienes que tener. Yo no compro una botella de leche solo, eh. Yo voy a comprar aceite y compro tres o cuatro, *pa* que me dure y no tener que... todos los días. *Pa* que me duren. Hay cosas que compro mucha cantidad. Sal, compro varios paquetes” (E2).

También la congelación es una práctica de almacenamiento extendida en estos municipios. En las familias rurales es frecuente la posesión de congeladores grandes (*arcones*) donde almacenar grandes cantidades de alimentos para disponer de ellos sin necesidad de desplazarse. Algunos entrevistados consideran que se trata de un electrodoméstico imprescindible para quien vive en el medio rural como estrategia para hacer frente a la escasez de comercios.

“Los vecinos lo tienen [*arcón*]. Nosotros tenemos que comprar uno. Debemos de comprar un arcón. No porque, a ver... no teníamos la costumbre. Lo que pasa es que cuando vienes de ciudad estas costumbres no las tienes, porque tienes lo que necesitas al momento. Y aquí te vas dando cuenta de que tienes que tener una despensa un poco preparada, porque o bien yo estoy sola y no me puedo mover, por trabajo, por lo que sea... o porque de repente te venga una nevada no puedas salir de casa” (E3).

“Carne y pescado suelo comprar una vez a la semana y lo congelo todo” (E5).

“Cosas de comida, no. No soy de congelar la comida. Ahora eso de traer de la carnicería o traer de la pescadería, eso sí. *Métolo* al arcón” (E4).

Aunque de las entrevistas se desprende la relevancia del uso del congelador para el almacenamiento y conservación de alimentos en general, se observa, sin embargo, que su

empleo está sobre todo ligado a la práctica de la producción propia de alimentos procedentes de la huerta doméstica o de la matanza de animales criados o comprados para consumo propio. Asimismo, la técnica del envasado al vacío constituye una forma de conservación y almacenamiento de alimentos bastante extendida.

“[En el *arcón*] tengo, por ejemplo, la carne. La carne que matamos. Por ejemplo, *va poco* que matamos un cordero y con un chaval, lo partimos a la mitad para cada uno. Eso lo congelamos y vamos comiéndolo” (E1).

“Para los conejos, los pollos, usábamos el *arcón*. (...) La última vez, [la carne] la envasamos al vacío, con la máquina. Y eso iba también al congelador” (E4).

“Sí, sí. Tenemos congelador. Matamos y congelamos durante tiempo y luego vamos comiendo poco a poco” (E9).

Estas estrategias, en definitiva, están vinculadas a las tradicionales prácticas de autoabastecimiento y a la cultura de la producción alimentaria propia que se ha mantenido en no pocos hogares rurales. Algunos entrevistados explican que se abastecen con alimentos procedentes de huertos familiares o de pequeñas granjas domésticas. Estas pequeñas explotaciones permiten disponer de productos esenciales para consumir durante todo el año y complementar la compra de alimentos habitual de estas familias. Entre los entrevistados, ocho de ellos tienen huerto y seis crían animales. Estas prácticas son más frecuentes entre la población de mayor edad, mientras que la población rural más joven no tiene ni conocimientos ni tiempo para el autoconsumo.

“Aquí casi todo el mundo tiene huerta. Yo también tengo un trozo de huerta, no tengo ni idea, pero bueno, estoy aprendiendo. Me están enseñando” (E3).

“Las gallinas se las pasé *pa* mi padre. La semana pasada, se las bajé porque no me daba tiempo para todo” (E6).

“Sí, tengo una pequeña huerta. Lo que pasa que este año planté tomates pero me duraron muy poco” (E5).

La huerta proporciona a las familias *verdura* y *fruta* durante una temporada y a veces durante todo el año. En ellas se cultivan principalmente productos que pueden almacenarse como patatas, cebollas o ajos. También se plantan verduras como guisantes, calabacines, calabazas, zanahorias, berzas, alubias, lechuga, pimientos o tomates. Las frutas más habituales son las manzanas y las ciruelas, aunque también con frecuencia se recogen nueces, almendras o avellanas. Es habitual que algunos de estos productos, según las peculiaridades de conservación de cada uno, se congelen, se emboten para conserva o se almacenen en una despensa.

“La cebolla dura también. Oye, hasta que se termine. Los ajos, pues todavía hoy, son ajos de los que ella tiene en la huerta” (E10).

“Patatas, *verdura*, ajos, puerro, cebollas. Todas esas cosas de la huerta, *tenémoslas*. Y frejoles (alubia roja) y *arberjos* (guisantes). Sí, *home*, claro. Y *les fabes* (alubia) *eses* de mayo, *eso congélamoslo* para todo el año (E1).

Los animales como corderos, pollos, gallinas, terneros o cerdos también forman parte de la producción y el consumo familiar. Se sacrifican y preparan para su consumo mediante la realización de la tradicional matanza. Es también frecuente la compra de animales en canal o piezas de carne a carnicerías o ganaderos para almacenar y consumir entre varias casas de una misma familia durante todo un año. En ocasiones, se trata de carne para la elaboración de embutidos, pero también para congelar y consumir directamente. Como en el manejo de la huerta, para estas labores resultan claves la experiencia y la destreza que se han podido adquirir en la familia y que pueden necesitar un tiempo de aprendizaje.

“Lo que compro *ye* para la semana. Luego, claro, tenemos lo de casa. Tenemos corderos, conejos, pollos. Eso *temémoslo* en casa” (E2).

“(...) porque tenemos lo animales que *criámoslos*. *Les gallines* que andan por fuera. O sea, que *ye ecológico* (...) los animales mientras se pueda...” (E10).

“No, no. Animales no tengo. No, porque no tengo ni idea de animales. Yo soy de animales de mascota. O sea, si tengo un animal, lo convierto en una mascota. Pues prefiero no tener” (E3).

Con todas estas prácticas se pretende optimizar la disponibilidad de alimentos, el ahorro en el consumo de carne y la obtención de productos de calidad. De hecho, todos los entrevistados manifiestan abastecerse de producciones domésticas planificadas para ser distribuidas entre los distintos hogares pertenecientes a una familia más o menos grande.

“Mis padres tienen huerta y hay cosas que no compro. Por ejemplo, las patatas, ni las habas, ni compro huevos. Tampoco verdura. Esas cosas no las compro” (E7).

“Huevos no compro porque mi padre tiene gallinas y también huerta, entonces cebollas y ajos, tengo casi siempre” (E6).

“Bueno, tenemos la suerte. Los padres de X matan, entonces, la carne de ternera y de cerdo. Chorizos y todo eso tenemos. De todo eso no suelo comprar” (E2_1).

“Como decía una el otro día, vosotros matáis *pa* los *fios* [hijos]. Pues sí. Porque a veces, madre mía, voy al congelador, ¡pero si ya no hay filetes! Son ellos los que lo lleven todo. No *fai* falta decirles nada. Ellos van al congelador y *lleven*” (E1).

5. CONCLUSIONES

El concepto de desierto alimentario ha tenido éxito en su aplicación a áreas urbanas y rurales situadas a grandes distancias de las ciudades, como en el caso de los Estados Unidos. Sin embargo, su aplicación al medio rural español sufre de algunas limitaciones. En el caso español el ámbito rural está formado por pequeños municipios despoblados, envejecidos y empobrecidos que, si bien están geográficamente alejados de las capitales de provincia, no lo están tanto de localidades de tamaño intermedio con las que se establecen contactos frecuentes para resolver necesidades básicas como

la atención sanitaria, la gestión financiera, la educación o la compra de alimentos.

Los indicadores utilizados para evaluar la correspondencia del concepto de desiertos alimentarios (distancia geográfica, transportes, número de supermercados, precios de los alimentos) con el medio rural español no denotan un alto grado de aislamiento de estos ciudadanos. Sería preciso que se elaboraran análisis pormenorizados sobre la reestructuración de la distribución alimentaria para comprobar si se trata de territorios realmente críticos en relación al aprovisionamiento alimentario.

El trabajo realizado constata que el medio rural ha perdido comercios locales y que la población que permanece en estos territorios no siempre cuenta con transporte público o privado para hacer frente a la escasez de comercios. Aunque tanto los datos como las acciones políticas encaminadas a atender el abastecimiento alimentario en el medio rural desvelan la presencia de dificultades, la aproximación cualitativa a esta realidad ha sido útil para precisar las necesidades de la población rural.

Del análisis cualitativo se desprende la presencia de estrategias de aprovisionamiento ancladas culturalmente, consumidores involucrados en la gestión de su propia alimentación a través del conocimiento del cultivo de alimentos y de la conservación de productos y de unas redes de contactos locales activas entre vecinos próximos y familiares residentes en otras localidades. A esto hay que añadir una distribución alimentaria que está dando soluciones de abastecimiento a la población rural con escasa movilidad a través de rutas de reparto periódicas o con servicios a domicilio privados. Estas prácticas expresan, asimismo, la existencia de una comunidad rural resiliente ante los problemas y en la que toman importancia los vínculos personales, el familismo y la extensión de vínculos hacia los no residentes para intentar construir redes de contactos que faciliten el aprovisionamiento de alimentos.

En el medio rural español existen zonas que pueden ser definidas como desiertos alimentarios. En principio, esto podría llevar a pensar que se trata de una población desabastecida, sobre todo si la comparamos con el paradigma urbano. Sin embargo, este trabajo ha mostrado la existencia de patrones de provi-

sión de alimentos propios que se apoyan tanto en la tradición alimentaria como en las relaciones sociales del medio rural. Es decir, a pesar del progresivo descenso de los comercios locales como resultado del despoblamiento y el envejecimiento, no estamos ante una total desestructuración alimentaria, sino ante comunidades dinámicas que se revitalizan y se intentan organizar para subsistir. Estos resultados no dejan de reconocer los problemas a los que se enfrenta la población rural en el abastecimiento alimentario ni la necesidad de reivindicar la importancia del comercio de proximidad en el medio rural. Pero los resultados aquí presentados sobre todo llaman la atención sobre la relevancia del mantenimiento de la cultura de producción alimentaria como forma de resistencia ante una decadencia probablemente irreversible.

BIBLIOGRAFÍA

APPARICIO, P., CLOUTIER, M. S. y SHEARMUR, R. (2007). The case of Montréal's missing food desert: evolution of accessibility to food supermarkets. *International Journal of Health Geographics*, 6(1), 4 p.

BEAULAC, J., KRISTJANSSON, E. y CUMMINS, S. (2009). A systematic review of Food deserts 1966-2007. Preventing chronic disease. *Public Health Research, Practice and Policy*, 6(3), pp. 1-10.

BERETON, F., BULLOCK, G., CLINCH, J. P. y SCOTT, M. (2011). Rural change and individual well-being: the case of Ireland and rural quality of life. *European urban and regional Studies*, 18(2), pp. 203-227.

BOCK, B. B. (2016). Rural Marginalisation and the Role of Social Innovation; A Turn Towards Nexogenous Development and Rural Reconnection. *Sociologia Ruralis*, 56(4), pp. 552-573.

BROADBRIDGE, A. y CALDERWOOD, E. (2002). Rural grocery shoppers: do their attitudes reflect their actions? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(8), pp. 394- 406.

FUNDACIÓN BBVA. (2019). *Despoblación de las provincias españolas*. Esenciales Fundación BBVA-Ivive. (Extraído el 8 de marzo de 2020 de: <https://www.bbva.com/es/la-poblacion-esp>

nola-crece-un-154-desde-el-2000-mientras-que-la-espana-rural-se-va(a)).

CAMARERO, L., CRUZ, F., GONZÁLEZ, M., DEL PINO, J. A., OLIVA, J. y SAMPEDRO, R. (2009). *La población rural en España. De los desequilibrios a la sostenibilidad*. Colección de Estudios Sociales. Barcelona: Fundación La Caixa.

CLARK, D. M. (1990). *English village services in the eighties*. Rural Research Series. London: Rural Development Commission.

DE VRIES, W. M., VAN DER VEEN, E., BOCK, B. B., CHRISTIAANSE, S. y HAARTSEN, T. (2016). The perceived importance of facilities for rural citizen in Fryslân, the Netherlands. *Sociologia e Politiche Sociali*, 19(3), pp. 119-137.

DÍAZ MÉNDEZ, C., GARCÍA ESPEJO, I., GUTIÉRREZ PALACIOS, R. y NOVO VÁZQUEZ, A. (2013). *Los hábitos alimentarios de los españoles*. Madrid: Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente.

ELIZALDE-SAN MIGUEL, B. (2018). ¿Femenino e informal? El modelo tradicional de cuidados a examen desde una perspectiva demográfica. *Prisma Social. Revista de Ciencias Sociales*, 2, pp. 243-262.

GUILLUY, C. (2019). Ha emergido el mundo de las periferias. Papeles de relaciones *Ecosociales y cambio global*, 147, pp. 49-61.

GOBIERNO VASCO. (2010). *Diagnóstico del comercio minorista vasco. Plan de Adaptación del comercio 2015*. Dirección de Comercio de Gobierno Vasco. (Extraído el 10 de abril de 2020 en: https://www.industria.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/adjuntos_portal_comercio/es_informa/adjuntos/Diagnostico_es.pdf).

HOME, N. (2002). Rural consumers' patronage behaviour in Finland. The International Review of Retail, *Distribution and Consumer Research*, 12(2), pp. 149-164.

JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN. (2017). *Diagnóstico de abastecimiento comercial de productos cotidiano en el medio rural de Castilla y León*. (Extraído el 1 de abril: https://comunicacion.jcyl.es/web/jcyl/Comunicacion/es/Plantilla100Detalle/1284882231857/_/1284769236287/Comunicacion).

LA CAIXA. (2006). *Anuario Económico de España 2006*. (Extraído el 10 de abril de: https://multimedia2.coev.com/pdfs/anuario_caixa2006.pdf).

—. (2013). *Anuario Económico de España 2012*. (Extraído el 10 de abril de: <http://joseromero73.blogspot.com/2013/03/la-caixa-anuario-economico-de-espana.html>).

LARSEN, K. y GILLILAND, J. (2008). Mapping the evolution of "food deserts" in Canada city: supermarket accessibility in London, Ontario, 1961-2005. *International Journal of Health Geographics*, 7(16), pp. 1-16.

LECLAIR, M. S. y AKSAN, A. M. (2014). Redefining the food desert: combining GIS with direct observation to measure food Access. *Agriculture and Human Values*, 31(4), pp. 537-547.

MCENTREE, J. (2009). Highlighting food inadequacies: Does the food desert metaphor help this cause? *British Food Journal*, 111(4), pp. 349-363.

MCENTEE, J. y AGYEMAN, J. (2009). Towards the development of a GIS method for identifying rural food deserts: Geographic access in Vermont, USA. *Applied Geography*, 30, pp. 165-176.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN. (2006). *La alimentación en España, 2006*. (Extraído el 20 de enero de 2020 de: <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-y-comercializacion-y-distribucion-alimentaria/panel-de-consumo-alimentario/libro-la-alimentacion-en-espana/>).

—. (2019). *Informe del consumo alimentario en España 2018*. (Extraído el 20 de enero de 2020: https://www.mapa.gob.es/images/es/20190807_informedeconsumo2018pdf_tcm30-512256.pdf).

MORRIS, P. M., NEUHAUSER, L. y CAMPBELL, C. (1992). Food Security in Rural America: A Study of the Availability and Costs of Food. *Journal of Nutrition Education*, 24, 52S-8S.

NIELSEN (2015). *Evolución del número de establecimientos en España, 1985-2014*.

PADDISON, A. y CALDERWOOD, E. (2007). Rural retailing: a sector in decline? *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(2), pp. 136-155.

PÉREZ DÍAZ, J., ABELLÁN GARCÍA, A., ACEITUNO NIETO, P. y RAMIRO FARIÑAS, D. (2020). Un perfil de las personas mayores en España, 2020. Indicadores estadísticos básicos. *Informes Envejecimiento en red*, 25. (Extraído el 5 de abril de 2020 de: <http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-indicadoresbasicos2020.pdf>).

RAMOS TRUCHERO, G. (2015). El acceso a la alimentación: el debate de los desiertos alimentarios. Investigación y desarrollo. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Desarrollo Humano*, 23(2), pp. 391-415.

RAMOS TRUCHERO, G., CASTAÑO, E. y RATO, H. (2013). ¿Hay desiertos alimentarios en España? Un análisis del caso asturiano. Comunicación presentada en *XI Congreso Español de Sociología*. Crisis y cambio: propuestas desde la Sociología (Grupo Sociología de la Alimentación), Madrid, 10-12 de Julio de 2013.

SCHAFFT, K. A., JENSEN, E. B. y HINRICH, C. C. (2009). Food Deserts and Overweight Schoolchildren: Evidence from Pennsylvania. *Rural Sociology*, 74(2), pp.153-77.

SHARKEY, R. J. (2006). Measuring potential access to food stores and food-services places in rural areas in US. *American Journal of Preventive Medicine*, 36(4S), pp. 151-155.

SHAW, H. (2012). Food Access, diet and health in the UK: an empirical study of Birmingham. *British Food Journal*, 114(4), pp. 598-616.

STOCKDALE, A. (1993). Rural service provisions and the impact of a population revival: a study of public opinion in Northern Ireland. *Area*, 25(4), pp. 365-378.

UNITED STATES DEPARTMENT OF AGRICULTURE-USDA. (2019). *Food Access Research Atlas*. (Extraído el 8 de marzo de 2020 de: <https://www.ers.usda.gov/data-products/food-access-research-atlas/>).

WALKER, R. E., KEANE, C. R. y BURKE J. G. (2010). Disparities and access to healthy food in the United States: A review of food deserts literature. *Health and Place*, 16, pp. 876-884.

WHELAN, A., WRIGLEY, N., WARM, D. y CANNINGS, E. (2002). Life in a "Food Desert". *Urban Studies*, 39(11), pp. 2083-2100.