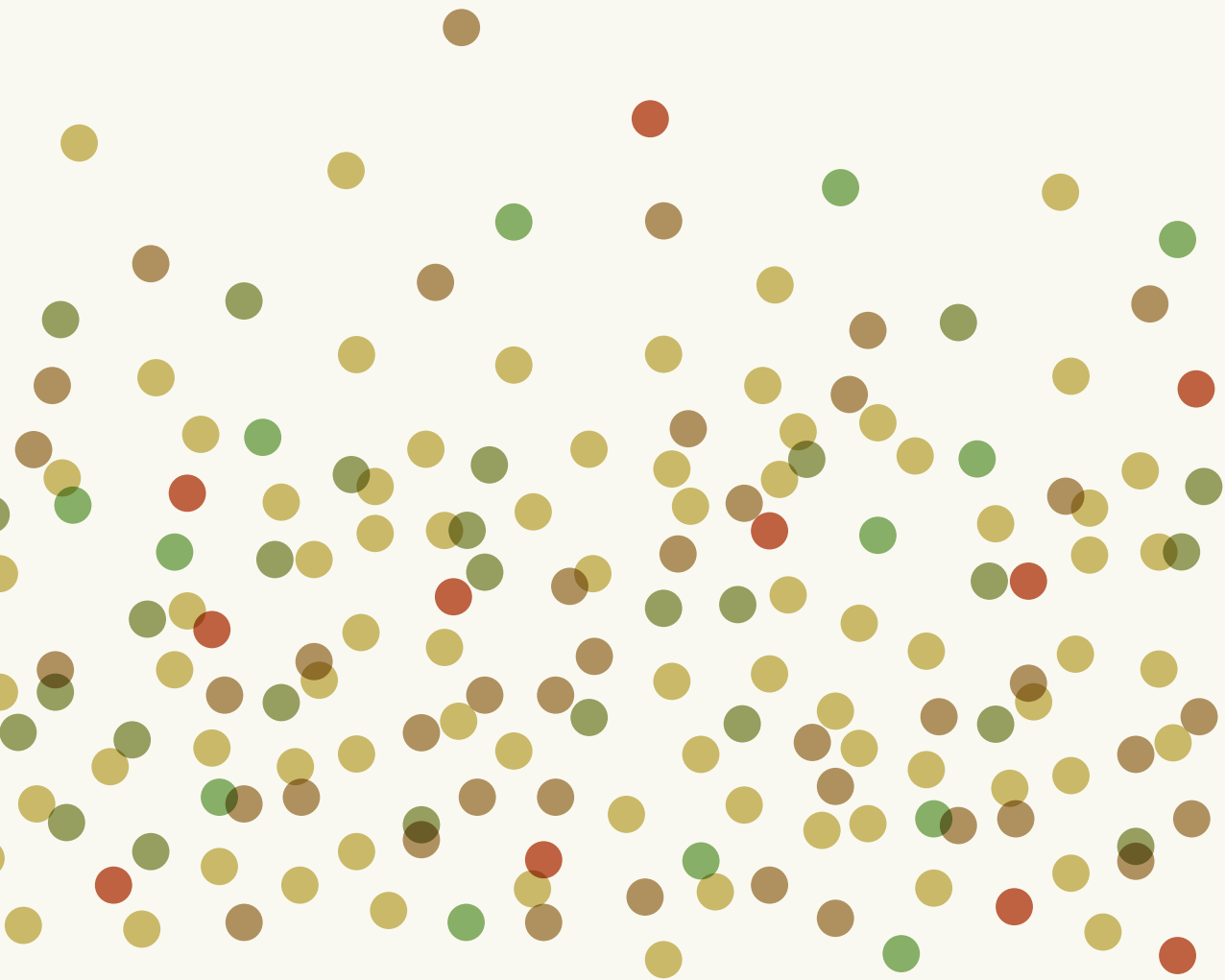


SISTEMAS ALIMENTARIOS TERRITORIALIZADOS EN ESPAÑA

100 INICIATIVAS LOCALES
PARA UNA ALIMENTACIÓN
RESPONSABLE Y SOSTENIBLE



SISTEMAS ALIMENTARIOS TERRITORIALIZADOS EN ESPAÑA

100 INICIATIVAS LOCALES
PARA UNA ALIMENTACIÓN
RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

Sistemas alimentarios territorializados en España
100 iniciativas locales para una alimentación responsable y sostenible

Abril 2019



Coordinación y redacción:
Lola Vicente-Almazán Castro, Mónica Herrera Gil y Michelle Escobar Cruz
Corrección y maquetación: ECM
Impresión: La Plaça, S.L.U.

Con el apoyo de:
Fundación Asamblea de Ciudadanos y Ciudadanas del Mediterráneo (FACM),
Mensa Cívica y Resolis



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento - CompartirIgual 4.0 Internacional. Puede copiarla, distribuirla y transmitirla públicamente siempre que mencione la autoría y la obra. <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ca>



CONTENIDO

| | | |
|-----|--|-----|
| 1 | Prólogo | 6 |
| 2 | Introducción | 8 |
| 3 | Objetivos | 12 |
| 4 | Metodología y proceso | 14 |
| 4.1 | Marco teórico | 15 |
| 4.2 | Definición de impactos y criterios | 18 |
| 4.3 | Cuestionario y valoración de criterios | 24 |
| 4.4 | Identificación de las iniciativas | 25 |
| 5 | Resultados | 26 |
| 5.1 | Datos generales | 27 |
| 5.2 | Valoración de los impactos | 29 |
| 5.3 | Valoración de los factores de éxito y aprendizajes | 36 |
| 6 | Conclusiones | 40 |
| 7 | 100 iniciativas, 100 fichas | 44 |
| | Dimensión social | 46 |
| | Dimensión ambiental | 146 |
| | Dimensión cultural | 182 |
| | Dimensión política | 224 |
| | Mapa de iniciativas | 254 |
| 8 | Bibliografía | 257 |
| 9 | Anexos | 260 |
| 9.1 | Tabla de propuestas y principios de la soberanía alimentaria. Declaración de Nyéléni (2007) | 262 |
| 9.2 | Comisión de seguimiento y agentes informantes clave | 263 |
| 9.3 | Cuestionario. Guion de las entrevistas | 264 |
| 9.4 | Tabla de impactos y criterios. Valoración | 272 |
| 9.5 | Valoración de las 100 iniciativas | 279 |

1 PRÓLOGO

Hace ya varios años que estamos convencidas de los límites del sistema alimentario actual, un sistema fuertemente globalizado e industrializado. Frente al rendimiento económico de un modelo que en tres décadas llegó a reconstruir una agricultura y una alimentación destruida por los conflictos mundiales de la época, las críticas e inquietudes eran consideradas como insignificantes. Pero en los últimos años, estas mismas críticas insignificantes han ido ocupando un lugar central en el debate público, científico y político. Son numerosas las acusaciones: riesgos sanitarios, empobrecimiento de los territorios y destrucción de empleos, degradación del ambiente, desaparición de la diversidad cultural y alimentaria... ¡Llegó la hora de comprometerse con una verdadera transición agrícola y alimentaria!

El programa **Alimentación Responsable y Sustentable de RESOLIS** empezó en 2013 con la voluntad de apoyar este movimiento de transición. Para ello, fuimos a conocer iniciativas y personas pioneras que ya se hubieran comprometido en el camino de la transición. Partimos de la constatación de que son numerosas y con trayectorias diversas, pero también de que muchos de estos actores recorren dos caminos compartidos que definen nuestra visión de la transición: **una reterritorialización progresiva de los distintos eslabones de la cadena agroalimentaria y una evolución agroecológica de los procesos agrícolas de producción**. Estos dos ejes juntos conducen a la construcción de **Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT)**, que buscan luchar contra las externalidades o impactos sociales, ambientales y culturales negativos.

RESOLIS construyó una metodología para identificar y clasificar las Iniciativas de Alimentación Responsable y Sustentable (o IARS) y demostrar en qué son social y culturalmente responsables y sustentables. Hoy en día, se tiene una muestra de más de 600 iniciativas en Francia y en otras partes del mundo. El aporte de estos procesos de identificación es, antes que nada, su poder pedagógico, que forma parte de lo que llamamos una «pedagogía de la transición agroalimentaria», que busca ser una pedagogía basada en el ejemplo. La primera etapa de observación conlleva, por una parte, una fase de valorización de experiencias y elaboración de campañas de promoción y sensibilización; y, por otra, un período de acompañamiento de los actores de la transición —actores de las cadenas de producción y de consumo de los alimentos y las autoridades públicas— apoyándoles en el cambio de escala de sus iniciativas o en su multiplicación.

Estos últimos años, organizaciones de diez países de tres continentes distintos retomaron nuestras herramientas de observación y de caracterización. Los resultados son similares: el mismo sistema globalizado genera

problemas parecidos y por todas partes los actores locales son motores de cambio y los que abren caminos hacia la transición.

Nuestros colaboradores españoles han lanzado este proceso a escala estatal, adaptando las herramientas de RESOLIS a su realidad, con un grado más de profundización, y presentan en esta publicación una muestra de 100 iniciativas locales, pruebas vivas de que la transición está en marcha y a la vanguardia en muchos aspectos.

El sistema alimentario dominante es global. Tanto su crítica como la búsqueda de soluciones también deben ser globales. Pero esta búsqueda de soluciones vuelve a llevarnos a sistemas territorializados y tan diversos, como diversos son los recursos naturales, culturales y humanos. Desde la revolución agroindustrial de principios del siglo XIX, las estrategias económicas, las políticas científicas y las políticas públicas intentaron controlar los recursos naturales, seleccionando y produciendo plantas y animales con una alta productividad basada en un modelo que emplea grandes cantidades de insumos químicos y mecánicos. Estamos viviendo los comienzos de una revolución copernicana que, por el contrario, busca adaptar el modelo productivo a la diversidad de los recursos y aprovechar los servicios ambientales ofrecidos por la naturaleza. Para que este cambio se convierta en una realidad, se necesitan investigaciones y políticas públicas nuevas.

El trabajo del CERAI y de las organizaciones socias del proyecto SAT España aporta un nuevo avance en el camino de la diversidad agrícola y alimentaria de Europa y del mundo. En nuestra opinión, este trabajo constituye la base de una futura cooperación al servicio de la necesaria transición agroalimentaria, pero también a una mayor escala que puede abrir caminos hacia procesos comunes con organizaciones asociadas del Mediterráneo y de América Latina, ya en marcha.

HENRI ROUILLÉ D'ORFEUIL
Academia de Agricultura de Francia, RESOLIS

SOPHIE DUPRAZ
Responsable del programa Alimentación Responsable y Sustentable, RESOLIS

VIOLETTE DIVAY
Técnica del programa Alimentación Responsable y Sustentable, RESOLIS

2 INTRODUCCIÓN

En la presente publicación se propone la **identificación y sistematización de 100 iniciativas** que trabajan desde lo local en la transformación del sistema alimentario hacia la generación de **Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT) en España**. Son iniciativas con un alto valor transformador, pero que en la actualidad arrastran problemas de fragmentación y falta de articulación, reduciendo su capacidad para escalar su actividad y replicarse. Se pretende darles visibilidad y analizar los impactos positivos que generan en los ámbitos social, ambiental, cultural y político.

¿Qué son los Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT)?

Un SAT puede definirse como un «conjunto de ramas agroalimentarias conformes a criterios de desarrollo sostenible, localizadas en un espacio geográfico de dimensión regional y coordinadas para una gobernanza territorial. Esta noción se centra en una triple proximidad, en oposición a las ramas largas de la mundialización agroalimentaria. Se trata, en primera instancia, de una proximidad en la ecosfera, por diversificación de productos agrícolas, “reconectando” las ramas vegetales, animales y forestales, de acuerdo con los preceptos de la agroecología. La segunda proximidad concierne al acercamiento entre agricultura e industrias alimentarias. Un acercamiento que tendrá lugar aprovisionando prioritariamente, las unidades de transformación con materias primas agrícolas de la región donde estas son implantadas. La tercera proximidad se realiza a través de una reorientación de la demanda alimentaria hacia una oferta local más abundante y variada, de calidad más fácilmente verificable, solicitada por un número creciente de consumidores». (J.L. Rastoin, 2016)

La idea original proviene de la organización francesa RESOLIS, que lleva años trabajando este concepto de Sistemas Alimentarios Territorializados y ha desarrollado la identificación de 100 iniciativas de alimentación local y sostenible en diferentes países: Francia, Quebec, Costa Rica. En el año 2015, RESOLIS propuso a algunas organizaciones de España desarrollar este trabajo, pero no ha sido posible hasta el 2017 que CERAI, con el apoyo de la Fundación Daniel y Nina Carasso, y la colaboración de la Fundación Asamblea de Ciudadanos y Ciudadanas del Mediterráneo (FACM) y Mensa Cívica, se pusiera manos a la obra.

En este documento presentamos qué son los SAT, por qué consideramos importante realizar este análisis y cuáles son los objetivos que perseguimos. Explicamos la metodología y el proceso de construcción de análisis que hemos seguido. Como hemos comentado, la base metodológica proviene de RESOLIS, aunque se ha hecho un gran esfuerzo de desarrollo y profundización, por lo que podría considerarse una nueva metodología. Existe un alto interés por este tipo de procesos teórico-prácticos de desarrollo de metodologías de medición-valoración de los sistemas alimentarios y, sin duda,

este trabajo servirá de base para otros procesos en el futuro. De hecho, otras organizaciones sociales así como departamentos universitarios con los que colaboramos, ya han expresado su interés en la metodología. En el apartado metodológico se detalla asimismo el proceso seguido para la identificación de iniciativas, así como el de entrevistas y análisis.

Para cada iniciativa seleccionada se ha elaborado una ficha en la que se detallan sus características: por un lado, los datos de contacto, su sector de actividad, forma jurídica y participantes; a continuación, un pequeño resumen de la iniciativa y sus objetivos. A raíz de la entrevista realizada se valoran los impactos positivos que genera la iniciativa y se elabora una gráfica de radar que se incluye en la ficha, para que de un solo vistazo se puedan observar los resultados obtenidos. Debajo se detallan los tres impactos más relevantes de la iniciativa y, en ocasiones, se añade un cuarto impacto que, si bien no ha obtenido una puntuación alta, tiene alguna particularidad y es importante destacarlo. Por último, se incluyen los principales factores de éxito y los aprendizajes que las iniciativas han considerado más notables. Estas fichas se pueden ver en el capítulo 7 de este documento.

Previamente, presentamos el análisis general de los resultados, a partir de la valoración de los criterios e impactos de cada iniciativa, así como de los factores de éxito y aprendizajes más significativos. Para finalizar, presentamos una serie de conclusiones, con las que pretendemos reflejar aquellos aspectos más destacables del proceso, así como otras cuestiones que nos permitan abrir futuras líneas de trabajo.

Como herramienta de observación del proceso y para darle un mayor rigor a la metodología diseñada, se crea una Comisión de seguimiento con expertos en distintos ámbitos: ciencias sociales, participación, género, soberanía alimentaria, economía social y solidaria, etc.; así como con representantes de las entidades socias del proyecto: Mensa Cívica, FACM y RESOLIS. Los pasos seguidos en el proceso se han compartido con esta Comisión y se han celebrado varias reuniones con el objetivo de mejorar la metodología y dar seguimiento a los avances (detallados sus miembros en el ANEXO 2).

Nos parece interesante destacar que a lo largo del proceso se han establecido sinergias con otros procesos cercanos, que ya habían arrancado y que han servido de inspiración y como fuente de información, como la puesta en marcha de la Red de Agroecología en Acción y el análisis realizado por esta y Ecologistas en Acción sobre experiencias productivas agroecológicas (2018). Esperamos que los resultados de esta publicación les sean de utilidad para la continuación de su trabajo.

También queremos apuntar que este trabajo constituye una primera fase del proyecto que continuará con el análisis en profundidad de algunas de las iniciativas con impactos relevantes y la identificación y sistematización de las herramientas que les permiten tener éxito en su actividad, para facilitar su replicabilidad.

¿Por qué es importante hablar de las iniciativas locales y de los SAT en el Estado español?

Como indican las compañeras de RESOLIS, el modelo del sistema agroalimentario mundial actual es insostenible: es injusto, provoca desigualdades y enfermedades, tiene altos impactos medioambientales, así como una total falta de transparencia, al basarse en la concentración del poder en pocas manos. Se trata de un sistema globalizado que genera importantes impactos o externalidades negativas que afectan a toda la cadena agroalimentaria.

España no es una excepción, y la fuerza de los productos alimentarios globalizados, respaldados por la agroindustria y las grandes cadenas de distribución, ha ganado terreno; es evidente que en la alimentación de las familias españolas la parte «globalizada» supera hoy en día a la «territorializada» o local. En el Estado español, a pesar de la gran tradición de la agricultura, que es un sector estratégico de gran importancia social, medioambiental y económica, y de que la mitad de la superficie se destina a actividades agrícolas o ganaderas, hoy en día tan solo el 4 % de la población activa se dedica al sector agrario. A principios del siglo xx la agricultura ocupaba al 66,7 % de la población. La crisis es clara y la necesidad de cambiar la tendencia también.

En este escenario podemos decir que hay, igualmente, un importante movimiento que cuestiona el sistema establecido y su funcionamiento. Iniciativas que trabajan por la construcción de sistemas alimentarios más justos, vinculados a los territorios y su cultura, que buscan una gobernanza más inclusiva y se preocupan por la salud de las personas. La geografía española es, en este momento, un espacio de experimentación para iniciativas que, con el enfoque de la responsabilidad ecológica, social y económica, están lanzando la propuesta de relocalizar los sistemas alimentarios y están construyendo Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT), tanto desde la sociedad civil como desde las instituciones públicas.

Estas iniciativas proponen la transición hacia sistemas alimentarios locales y, sin embargo, son todavía poco conocidas, incluso entre ellas mismas, a pesar de que muchas son exitosas y tienen un alto potencial de replicación. Hasta la fecha se han hecho pequeños trabajos de identificación o de coordinación de estas iniciativas agroalimentarias, pero no se ha hecho una labor exhaustiva para explorar el surgimiento de estas iniciativas, ponerlas en red y facilitar las herramientas necesarias para su multiplicación.

Al abordar este análisis, nos planteamos dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las iniciativas que fomentan los Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT) en el Estado español?
- ¿Qué impactos positivos tienen estas iniciativas que están construyendo los SAT?
- ¿En qué dimensiones —social, ambiental, cultural y política— tienen mayor incidencia?

3 OBJETIVOS

El objetivo que nos proponemos en este trabajo es **visibilizar y promover iniciativas agroalimentarias locales y sostenibles relacionadas con la transición hacia Sistemas Agroalimentarios Territorializados (SAT) en el Estado español, que generan impactos positivos en el sistema alimentario y, por lo tanto, en nuestra sociedad.**

Específicamente se pretende:

- Identificar 100 iniciativas agroalimentarias locales y sostenibles, que fomenten Sistemas Alimentarios Territorializados y que lleven en marcha al menos tres años.
- Identificar, analizar y dar visibilidad a los impactos positivos en los ámbitos social, ambiental, cultural y político de las iniciativas seleccionadas.





4 METODOLOGÍA Y PROCESOS

4.1 MARCO TEÓRICO

E legimos que nuestro marco teórico, para la definición de los Sistemas Alimentarios Territorializados y la identificación de iniciativas, se base en los principios que definen la **Soberanía Alimentaria, la Economía Social y Solidaria y el Ecofeminismo**.

Para definir los criterios de la **Soberanía Alimentaria** nos basamos en la **Declaración de Nyéléni** (2007), según la cual, la soberanía alimentaria abarca diferentes enfoques:

- Otorga el **derecho de los pueblos** a decidir su propio sistema alimentario y productivo y, además, garantiza el derecho de hecho, ya que la tierra es propiedad de los que la trabajan. En cuanto a los **alimentos**, reclama que sean accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica (rechaza el monocultivo y respeta los ciclos naturales de la tierra), nutritivos (libres de sustancias químicas que perjudican la salud) y culturalmente adecuados.
- En lo **social**, toma en cuenta el derecho a la alimentación de las futuras generaciones, persigue la igualdad de género (relaciones sociales libres de opresión y desigualdades entre hombres y mujeres, pueblos, grupos raciales, clases sociales, etc.) y garantiza un ingreso digno para todas las personas productoras y pueblos. Respecto a las **consumidoras**, reconoce su derecho a controlar y elegir su propia alimentación y nutrición y, sobre todo a que sea culturalmente adecuada.
- En la **producción**, otorga poder a los pequeños proyectos productivos, el campesinado y las personas agricultoras, para que puedan tener acceso y control sobre sus semillas, sobre sus tierras, etc., y no depender de las leyes del mercado global. Además, demanda que los sistemas alimentarios, agrícolas, pastoriles y de pesca pasen a estar gestionados por productores y productoras locales. Y, finalmente, en la **comercialización**, dinamiza la economía local y promueve el comercio transparente garantizando unos ingresos dignos para todos los pueblos. Coloca en el corazón de los sistemas y las políticas alimentarias a las personas, ya sean productoras, consumidoras o distribuidoras, por encima del mercado global y de los intereses de las empresas.

En el proceso de definición de los criterios que analizar en torno a la soberanía alimentaria, también han servido de guía los trabajos de Peter Rosset (2004), entre otros.

Para fijar los criterios de la **Economía Social y Solidaria (ESS)** nos basamos en la Carta de principios de REAS:

| | |
|--|---|
| 1. PRINCIPIO DE EQUIDAD | Introduce un principio ético o de justicia en la igualdad . Es un valor que reconoce a todas las personas como sujetos de igual dignidad y protege su derecho a no someterse a relaciones basadas en la dominación sea cual sea su condición social, género, edad, etnia, origen, capacidad, etc. |
| 2. PRINCIPIO DE TRABAJO | Es un elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas. Se afirma la importancia de recuperar la dimensión humana, social, política, económica y cultural del trabajo que permita el desarrollo de las capacidades de las personas, produciendo bienes y servicios, para satisfacer las verdaderas necesidades de la población. Sin la aportación del trabajo llevado a cabo en el ámbito del cuidado a las personas , fundamentalmente realizado por las mujeres, nuestra sociedad no podría sostenerse. |
| 3. PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL | Toda nuestra actividad productiva y económica está relacionada con la naturaleza, por ello nuestra alianza con ella y el reconocimiento de sus derechos es nuestro punto de partida. Existe la necesidad de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones, evaluando nuestro impacto ambiental y reduciendo significativamente la huella ecológica humana en todas nuestras actividades. |
| 4. PRINCIPIO DE COOPERACIÓN | Favorecer la cooperación en lugar de la competencia , buscando la colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados. Se pretende construir colectivamente un modelo de sociedad basado en el desarrollo local armónico, las relaciones comerciales justas, la igualdad, la confianza, la corresponsabilidad, la transparencia y el respeto. |
| 5. PRINCIPIO «SIN FINES LUCRATIVOS» | El modelo económico que busca la ESS tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas, y como medio, la gestión eficiente de proyectos económicamente viables, sostenibles e integralmente rentables, cuyos beneficios se reinvierten y redistribuyen . Al medir los balances de resultados, se tienen en cuenta los aspectos económicos, y también los humanos, sociales, medioambientales, culturales y participativos; el resultado final es el beneficio integral. |
| 6. PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO | Se concreta en la participación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio . Esto exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico. |

Derivadas de estos principios aparecen la Auditoría Social de REAS y su batería de indicadores, en la que también nos hemos apoyado para el desarrollo de nuestros criterios de valoración.

Respecto al **ecofeminismo**, tomamos como referente el trabajo de Yayo Herrero (2013), en el que nos invita a adoptar una mirada ecofeminista para construir un mundo más justo y sostenible. El ecofeminismo surge del **encuentro entre el feminismo y la ecología**, y busca establecer nuevas formas de relación entre la naturaleza y las personas. Su planteamiento se apoya en dos pilares: la **ecodependencia**, los seres humanos somos dependientes de la naturaleza para vivir; y la **interdependencia**, los seres humanos dependemos unos de otros. Se trata de poner en el centro la vida y lo que sostiene la vida: la naturaleza y las personas, y de hacer visible esta relación. El ecofeminismo cuestiona y deslegitima el dominio del hombre sobre la naturaleza y también sobre las mujeres.

Planteamos la necesidad de transversalizar el ecofeminismo en el sistema agroalimentario actual, analizando los modelos de producción, transformación y consumo desde la perspectiva feminista. La clave está en incluir los trabajos reproductivos como parte del trabajo productivo. Esto es necesario siempre, pero especialmente en los modelos productivos de agricultura familiar, en los que la línea entre vida familiar y vida laboral es muy fina y se traspasa continuamente, y las relaciones personales y de colaboración familiar son muchas veces necesarias. ¿Quién se encarga de los cuidados en las iniciativas? ¿Tiene sentido que produzcamos alimentos sostenibles y en armonía con el medio ambiente pero no tengamos en cuenta que ese trabajo sea sostenible para las personas que lo llevan a cabo? ¿Quién dedica su tiempo a la familia? ¿Quién cuida de la casa, de la cocina, de las personas no autónomas? En estas páginas analizamos iniciativas que destacan por su respeto por estas cuestiones y su apuesta por el desarrollo de un modelo de producción, transformación y consumo que ponga la vida en el centro.

En los últimos años, en el Estado español, se da un acercamiento entre la economía social y solidaria y el ecofeminismo, que busca encontrar los puntos comunes de ambos movimientos, tanto en el análisis como en la práctica (ver el Encuentro IDEARIA 2017: «Por una economía que cuide la vida»). Igualmente, el vínculo entre la ESS y la soberanía alimentaria ha sido explorado en distintos encuentros, como en el X Foro por un Mundo Rural Vivo (2017). Sin embargo, el vínculo entre el ecofeminismo y la soberanía alimentaria no ha sido desarrollado en profundidad, aunque es una de las líneas de trabajo que se plantean ambos movimientos.

4.2 DEFINICIÓN DE IMPACTOS Y CRITERIOS

Una vez definido el marco teórico, se parte de la metodología facilitada por RESOLIS y se plantea su revisión para adaptarla al contexto español. Se realiza una extensa revisión bibliográfica, en la que se encuentran de gran utilidad los trabajos desarrollados en torno a indicadores en el ámbito de la soberanía alimentaria en Catalunya, como *Arran de Terra II* (2018), el sistema de indicadores para la comercialización agroecológica de Mirene Begiristain (Begiristain, 2018), así como el trabajo sobre la viabilidad económica y social de las iniciativas agroecológicas, de Begiristain y López (2016). (Ver el apartado de **Bibliografía** para un mayor detalle sobre la documentación consultada).

Como resultado de esta indagación, se han definido cuatro **dimensiones** que analizar: social, ambiental, cultural y política; unas **categorías** dentro de cada dimensión, y para cada categoría, una serie de **impactos** positivos, que vamos a valorar a través de unos **criterios**. Se establece una **relación positiva entre criterio e impacto** en la que, al cumplir ciertos criterios se pueden determinar los impactos positivos que la iniciativa tiene en cada dimensión.



A continuación, nos detenemos en cada dimensión y en cada categoría para conocer los criterios establecidos y su valoración.

En la **DIMENSIÓN SOCIAL**, se han definido las siguientes categorías: **SALUD**, **EDUCACIÓN**, **TRABAJO** y **ECONOMÍA**. Para la categoría **SALUD**, se mide un único impacto, que se valora a través de dos criterios:

| DIMENSIÓN SOCIAL | |
|---|--|
| CATEGORÍA: SALUD | |
| IMPACTO | CRITERIO |
| Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible | Produce, comercializa, consume alimentos ecológicos o agroecológicos |
| | Comercializa o consume alimentos de proximidad |

Se ha tenido en cuenta la relación directa que existe entre los alimentos ecológicos y agroecológicos y la mejora en la salud, para las personas que los consumen y que los producen. Igualmente, se considera que los alimentos de proximidad son más saludables al ser cosechados en su punto óptimo de maduración, no necesitar tantos conservantes como los alimentos que tienen que viajar grandes distancias, así como por ser menos contaminantes en su distribución. Se considera que tienen un mayor impacto las iniciativas que

fomentan directamente la producción/comercialización/consumo de productos ecológicos y agroecológicos, y de proximidad.

Para la categoría **EDUCACIÓN**, se definen dos impactos:

| DIMENSIÓN SOCIAL | |
|---|--|
| CATEGORÍA: EDUCACIÓN | |
| IMPACTO | CRITERIO |
| Sensibilización hacia un modelo de soberanía alimentaria | Talleres y actividades de sensibilización dirigidas a toda la ciudadanía, con especial énfasis en colectivos de mayor vulnerabilidad |
| | Talleres y actividades de sensibilización dirigidas a la comunidad educativa |
| Formación y acompañamiento hacia un modelo de soberanía alimentaria | Formación y acompañamiento a iniciativas agroalimentarias |
| | Formación y asesoramiento a instituciones públicas |

Comunicar hacia el exterior el mensaje que motiva la búsqueda de un sistema alimentario alternativo, basado en la soberanía alimentaria, es fundamental para que la sociedad tome conciencia, conozca y valore el trabajo que se realiza detrás de cada iniciativa. En esta categoría se valoran las acciones de sensibilización a la ciudadanía en general y a la comunidad educativa, así como las de formación y acompañamiento a otras iniciativas agroalimentarias o, incluso, a las instituciones públicas.

Para la categoría **TRABAJO**, se definen dos impactos:

| DIMENSIÓN SOCIAL | |
|--|--|
| CATEGORÍA: TRABAJO | |
| IMPACTO | CRITERIO |
| Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral | Integración de personas y/o colectivos en riesgo de exclusión social |
| Formas equitativas de organización interna | Conciliación personal y/o familiar a cargo de hombres y mujeres de manera igual e intransferible |
| | Toma de decisiones horizontal y participativa |
| | Las mujeres ocupan espacios de decisión |

Se busca que las iniciativas que fomentan un cambio en el sistema alimentario sean capaces de crear trabajos en los que la vida de las personas sea el centro, se considere a los colectivos con dificultades en la integración laboral, se plantee una organización interna equitativa, horizontal, participativa, y donde las mujeres tengan un peso importante en la toma de decisiones.

Para la categoría de **ECONOMÍA** se definen 3 impactos:

| DIMENSIÓN SOCIAL | |
|---|---|
| CATEGORÍA: ECONOMÍA | |
| IMPACTO | CRITERIO |
| Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos | Las personas contratadas cuentan con contratos fijos y estables |
| | Hay equidad salarial |
| Comercialización local, justa y/o colectiva | Precios justos para productoras/es |
| | Precio final que cubre los costes de producción, transformación, comercialización, distribución y administración |
| | Se visibilizan los valores de los productos comercializados |
| | Se favorece el acceso a alimentos locales y sostenibles (y/o agroecológicos) para todas y todos (tanto económicamente como físicamente), con especial énfasis en los colectivos de mayor vulnerabilidad |
| Actividad económica sostenible agroalimentaria | Actividad como principal fuente de ingresos |
| | Actividad sostenida en el tiempo: mínimo 3 años y con perspectivas de continuar en el futuro |
| | Los ingresos de la actividad permiten el ahorro y/o la reinversión en la propia actividad |
| | La iniciativa beneficia la economía local del territorio |
| | Fomento del uso de una economía no monetarizada |
| | Fomento de la Auditoría Social (ESS) como herramienta de evaluación para las iniciativas de la cadena agroalimentaria |

Por la propia experiencia y a raíz de otros estudios previos, sabemos que el aspecto económico es uno de los talones de Aquiles de las iniciativas que buscan la transformación del sistema alimentario hacia modelos alternativos. Muchas no consiguen ser rentables con el tiempo, otras sobreviven a base de esfuerzos titánicos y autoexplotación; y tenemos claro que no es el ideal de transformación que queremos. Por esa razón, consideramos de una especial relevancia los impactos positivos en el aspecto económico.

Queremos destacar iniciativas que generan empleos dignos, que consiguen que su actividad sea sostenible económicamente, que benefician al territorio donde se desarrollan, que realizan una comercialización con precios justos, accesibles, que visibilizan los valores que hay detrás, que emplean otras economías (no monetarizadas, ESS)... Esta categoría tiene más impactos y más criterios que otras, puesto que queremos analizarla con más detalle.

En la **DIMENSIÓN AMBIENTAL**, se han definido dos categorías: **RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD** y **ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS**. Así, para **RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD**, se establece un impacto con dos criterios:

| DIMENSIÓN AMBIENTAL | |
|---|---|
| CATEGORÍA: RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD | |
| IMPACTO | CRITERIO |
| Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad | Uso de técnicas que conserven y favorezcan la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y que eviten su contaminación y/o aumenten la biodiversidad natural |
| | Formación y sensibilización sobre la conservación de la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y que eviten su contaminación y/o aumenten la biodiversidad natural |

Para muchas de las iniciativas que fomentan los SAT, la conservación del medio ambiente tiene gran relevancia y es, en muchos casos, origen y motor de la conciencia de cambio. El primer criterio solo aplica para las iniciativas productivas, o aquellas que aglutinan iniciativas de producción, ya que son las que ponen en práctica de forma directa diferentes técnicas de conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Para la categoría energía y gestión de residuos, se mide igualmente un solo impacto con cinco criterios:

| DIMENSIÓN AMBIENTAL | |
|--|---|
| CATEGORÍA: ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS | |
| IMPACTO | CRITERIO |
| Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria | Disminución y revalorización del desperdicio alimentario |
| | Reducción y reciclaje de residuos orgánicos y de otro tipo |
| | Uso de energías renovables de fuentes propias o ajenas |
| | Uso y/o impulso de circuitos cortos de comercialización |
| | Uso y/o impulso de una logística/distribución con baja producción de carbono. (Ej.: distribución en bicicleta, vehículo compartido...). |

La disminución de la huella de carbono generada a lo largo de la cadena agroalimentaria puede tener un impacto directo sobre la mitigación del cambio climático (CC). Los SAT buscan mitigar el CC a escala global desde lo local, por lo que se valoran las estrategias que emplean las iniciativas para ello: disminución de desperdicio alimentario, reducción y reciclaje de residuos, uso de energía renovable, de canales cortos de comercialización, de logística compartida, etc.

Para la **DIMENSIÓN CULTURAL** se define la categoría de **CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL**, en la que se valoran dos impactos:

DIMENSIÓN CULTURAL

| CATEGORÍA: CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL | |
|---|--|
| IMPACTO | CRITERIO |
| Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales | Producción y elaboración artesanal de alimentos (*) |
| | Promoción, comercialización y/o consumo variedades, razas tradicionales y/o pescados de lonja |
| Preservación y recuperación del conocimiento tradicional | Producción/transformación/elaboración de alimentos locales teniendo en cuenta los conocimientos y la cultura gastronómica tradicional (*) |
| | Recuperación, difusión, intercambios y encuentros donde se compartan los saberes tradicionales y se fortalezcan las redes de intercambio de conocimiento |

El patrimonio alimentario y el cultural están ligados íntimamente y muy vinculados a la recuperación del valor de las tradiciones, a ciertas formas de hacer que han construido un mundo rural vivo y que está en riesgo de perderse. Se valora cómo las iniciativas apoyan la preservación y la recuperación de alimentos tradicionales y de recursos productivos locales, más desde un enfoque de producción y transformación; así como del conocimiento tradicional, vinculado a la cultura gastronómica, y al intercambio de conocimiento y de saberes. El primer criterio de cada impacto, que valora la producción, transformación y elaboración de alimentos (*), se tiene en cuenta sobre todo para las iniciativas que elaboran alimentos de forma artesanal: vino, quesos, embutidos, etc.; y que cocinan: restaurantes, empresas de catering, etc. Para las demás iniciativas, se ha considerado en la mayoría de los casos que «No Aplica (N/A)».

En la **DIMENSIÓN POLÍTICA**, se definen dos categorías: **COOPERACIÓN** y **GOBERNANZA**. Para la categoría **COOPERACIÓN**, se ha establecido un impacto con cinco criterios:

DIMENSIÓN POLÍTICA

CATEGORÍA: COOPERACIÓN

| IMPACTO | CRITERIO |
|---|--|
| Creación y fortalecimiento del vínculo social | Participación en redes y proyectos colectivos |
| | Participación en redes de Economía Social y Solidaria y puesta en práctica de los principios |
| | Impulso y fomento de sinergias y colaboración entre actores de la cadena agroalimentaria |
| | Participación en Sistemas Participativos de Garantía y/o asociaciones de consumidores/as |
| | Investigación participativa con otros actores: universidad, centros de investigación, etc. |

La cooperación es una estrategia necesaria para las pequeñas iniciativas agroalimentarias, pues les hace ser más resilientes frente al sistema establecido y tener un alcance mayor que de manera individual. La colaboración en lugar de la competencia les hace más fuertes. Se valora cómo las iniciativas crean y fortalecen el vínculo social en su territorio, generando redes, colaboraciones y sinergias con otros actores, tanto sociales como de la cadena agroalimentaria, organizados o no, incluyendo los agentes que se dedican a la investigación. Destacan las estructuras organizadas innovadoras como los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) y las redes de ESS.

Para la categoría **GOBERNANZA**, se establece un impacto con tres criterios:

DIMENSIÓN POLÍTICA

CATEGORÍA: GOBERNANZA

| IMPACTO | CRITERIO |
|--|--|
| Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario | Impulso de procesos de planificación alimentaria sostenible, con enfoque territorial y de género, con participación de todos los actores de la cadena alimentaria, como puede ser una Estrategia Alimentaria Municipal |
| | Creación de estructuras públicas participativas de comunicación, debate y toma de decisiones, que incluyan a la sociedad civil, en torno a la gestión del sistema alimentario en un territorio, como los Consejos Alimentarios Municipales. |
| | Impulso o participación en acuerdos y desarrollo de normativa que garantice la calidad de la alimentación, de acuerdo con la soberanía alimentaria y la agroecología (restauración escolar, de hospitales, comedores sociales, guarderías, colonias de verano, comedores universitarios, etc.) |

En la actualidad, se están desarrollando numerosos procesos de gestión pública y participativa de los sistemas alimentarios en el territorio español. Se ha tenido en cuenta la implicación de las iniciativas en estos procesos. Pueden ser procesos de planificación alimentaria participativa, como, por ejemplo, la elaboración de una Estrategia Alimentaria Municipal; la creación y asistencia a espacios participativos de toma de decisiones en torno al sistema agroalimentario, como la creación de un Consejo Alimentario Municipal; y/o la implicación en procesos de incidencia política y desarrollo de normativas que impulsen la compra pública responsable en el ámbito alimentario.

4.3 CUESTIONARIO Y VALORACIÓN DE CRITERIOS

En función de los criterios definidos, se desarrolló un cuestionario con una serie de preguntas. Inicialmente se seleccionaron 5 iniciativas para llevar a cabo las primeras entrevistas y realizar los ajustes necesarios, tanto en los criterios establecidos como en el cuestionario planteado. Tras esta prueba piloto, el cuestionario estaba listo para arrancar. (Ver el cuestionario en el ANEXO 3).

Una vez hechas las 100 entrevistas y con toda la información recopilada, establecimos una valoración numérica a través de la cual poder evaluar cada iniciativa y analizarla cuantitativamente. Para la calificación de cada criterio se ha definido un intervalo del 0 al 4, según el siguiente cuadro:

| | |
|---|--|
| 0 | No Aplica (N/A): el criterio no tiene ninguna relación con la iniciativa o no está dentro de su ámbito de acción (por ejemplo, es un criterio relacionado con la producción y la iniciativa es de restauración - N/A). |
| 1 | NO |
| 2 | NO, pero se tiene interés en realizarlo; o se realiza pero de forma indirecta. |
| 3 | Sí, pero poco; de vez en cuando; eventualmente. La iniciativa es proactiva, realiza la acción pero no con una alta frecuencia; o la acción no tiene gran importancia para la misma. |
| 4 | Sí, siempre; se realiza de forma regular; es una línea importante para la iniciativa y/o está entre sus objetivos principales. |

En el ANEXO 4 se detalla la valoración numérica para cada criterio.

A partir de estos datos numéricos se ha elaborado una **gráfica de radar** para cada iniciativa, que se incluye en su ficha correspondiente. Esta gráfica nos permite conocer los impactos positivos por categoría de cada iniciativa de una manera muy rápida e intuitiva.

4.4 IDENTIFICACIÓN DE LAS INICIATIVAS

En paralelo al proceso de definición de los criterios de análisis, se inició un proceso de identificación de las 100 iniciativas. Se optó por el método de contactar con informantes clave (ver el listado del ANEXO 2), tanto de las tres áreas de nuestro marco teórico —soberanía alimentaria, economía social y solidaria y ecofeminismo— como en sus territorios, para que identificaran iniciativas. Utilizamos el **método de bola de nieve**, por el cual los informantes clave nos dirigieron a algunos contactos de referencia, que a su vez nos remitieron a otros y así sucesivamente, hasta tener un gran número de referencias en todo el territorio.

Como criterio previo, se fija que las iniciativas seleccionadas tengan **más de tres años de vida**. Se ha dado alguna excepción en el caso de iniciativas que destacan notablemente en algún aspecto de interés y que están a punto de cumplir los tres años. Otros criterios que se han valorado para la selección de las iniciativas son:

- Que sean experiencias con una **propuesta novedosa en algún aspecto**.
- Que sean iniciativas con **cierto éxito económico**. Como hemos indicado anteriormente, consideramos de alto interés analizar el aspecto económico de las iniciativas, por lo que nos interesa conocer experiencias con éxito, para poder entender y replicar sus estrategias. Esta condición no ha sido restrictiva, pero ha favorecido la selección.

En la primera fase de comunicación con informantes clave y sus contactos, se identificaron más de 300 iniciativas. Para reducir este número a 100 se siguieron las siguientes pautas:

- Seleccionar las iniciativas nombradas por más de un actor clave.
- Intentar que haya iniciativas de todo el ámbito español. Se pone especial atención a que los territorios con menos población también visibilicen sus iniciativas.
- Buscar un cierto equilibrio entre los sectores de las iniciativas, para que haya representación de todos ellos: producción agrícola y ganadera, transformación, distribución, comercialización, consumo, organizaciones y administraciones.

Este proceso nos llevó a escoger las 100 iniciativas que son las protagonistas de la publicación. Con la gran mayoría tuvo lugar una entrevista telefónica de entre 45 y 60 minutos; que se complementó con información relevante acerca de ellas a través de otros medios, fundamentalmente web y redes sociales.

Posteriormente, se devolvió la información analizada a las iniciativas para su revisión y aprobación definitiva.



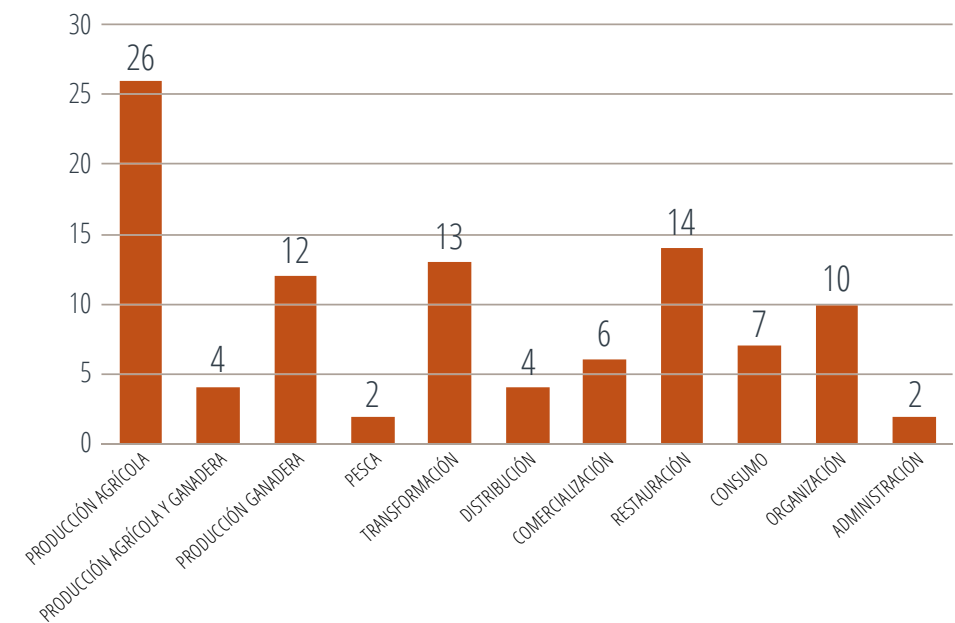
5 RESULTADOS ANÁLISIS DE LAS 100 INICIATIVAS

5.1 DATOS GENERALES

Tal y como se describe en la metodología, en este trabajo se ha querido que las iniciativas seleccionadas tuvieran el máximo de diversidad, para intentar recoger experiencias del mayor número de sectores profesionales posible, dentro del ámbito agroalimentario.

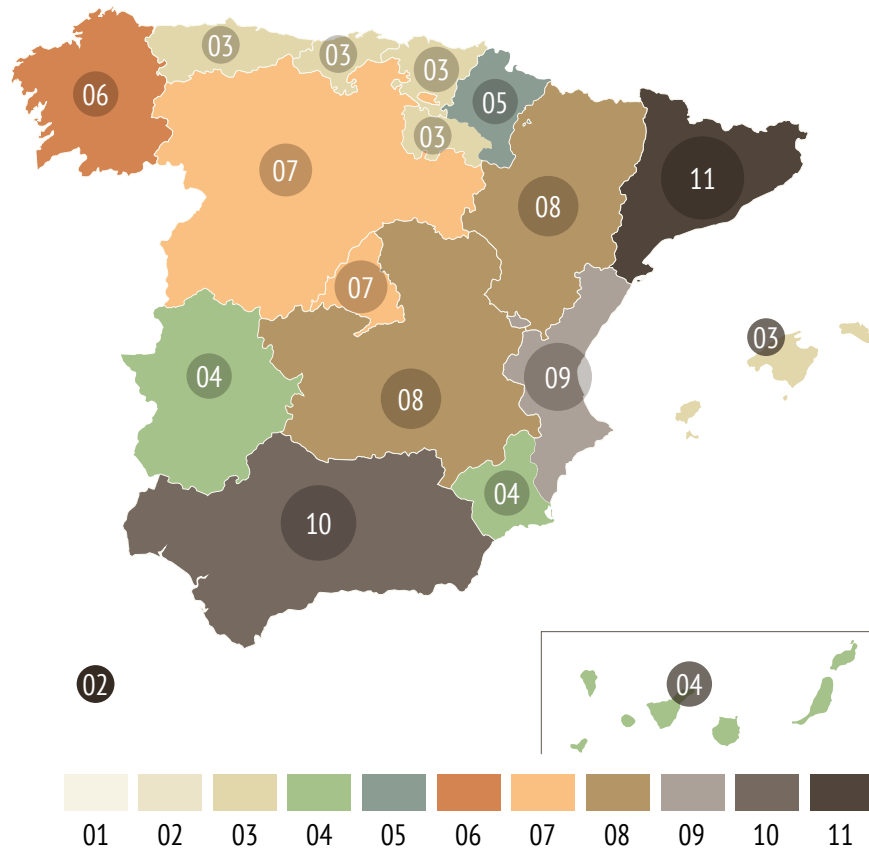
De las 100 iniciativas, el **sector** que predomina es la **producción agrícola, con 26 iniciativas**, seguido de la **restauración (14)** y la **transformación (13)**, aunque con gran diferencia en número. Teniendo en cuenta que todas las iniciativas productivas —producción agrícola, ganadera y pesca— suman 45, estas representan casi la mitad de las iniciativas analizadas.

En el siguiente gráfico se presentan los distintos sectores a los que pertenecen las iniciativas:



Respecto a la distribución geográfica, en la selección se ha tratado de identificar iniciativas de todo el territorio español, intentando que hubiera una buena muestra de cada comunidad autónoma y poniendo atención a que los territorios menos poblados se hallaran representados. En el MAPA desplegable, se puede ver la ubicación de cada iniciativa (página 254).

En el siguiente mapa se representa el número de iniciativas correspondiente a cada comunidad autónoma. El círculo que no se ubica en ninguna comunidad corresponde a las iniciativas estatales.



5.2 VALORACIÓN DE LOS IMPACTOS

Como se ha descrito en la metodología, a partir de las entrevistas realizadas, cada criterio se ha valorado del 0 al 4, obteniendo una puntuación para cada iniciativa (ver ANEXO 5: Valoración de las 100 iniciativas). A partir de esta cifra se calculan los promedios de las valoraciones de los criterios, impactos, categorías y dimensiones, que se analizan y desarrollan a continuación. Se comentan los resultados mejor puntuados y los que han obtenido una valoración más baja, así como cualquier otro aspecto que se considere de relevancia. Se incluyen las gráficas de los distintos análisis.

RESPECTO A LOS CRITERIOS...

Los criterios que **más puntuación** han obtenido son aquellos que la mayoría de las iniciativas tiene en cuenta o en los que trabaja activamente para que se cumplan:

- La iniciativa beneficia la economía local del territorio.** La mayoría de las iniciativas son de autoempleo o generan empleo en la zona donde se encuentran. De forma directa, creando puestos de trabajo; o de forma indirecta, apoyando económicamente a iniciativas productivas locales o comercios de cercanía, a través del consumo de alimentos y otros productos.
- Uso o impulso de circuitos cortos de comercialización.** Pocas son las iniciativas que, llevando a cabo la comercialización de sus productos, hacen uso de distribuidoras u otros intermediarios entre la producción y el consumo final. A través de los circuitos cortos de comercialización se facilita el visibilizar y comunicar mejor los valores que hay detrás de estas iniciativas, además de ayudar a que haya precios justos en ambos extremos de la cadena agroalimentaria.
- Comercializa/consume alimentos de proximidad.** Como se ha comentado, la mayoría de las iniciativas entrevistadas comercializa de forma directa y próxima los alimentos que produce. En el caso de las iniciativas que no se dedican a la producción y comercialización de alimentos directamente, cumplen el criterio de forma indirecta, ya que apoyan de una u otra manera a esos sectores: consumen alimentos o producen semillas, plántulas u otros recursos que facilitan la producción de alimentos de proximidad y en la mayoría de los casos, ecológicos o agroecológicos. Estas iniciativas, cuando tienen a su alcance alimentos de cercanía, priman su comercialización y consumo frente a otros que vienen de más lejos, valorando en gran medida el fomento de la economía local.

PROMEDIO CRITERIOS I
(DIMENSIÓN SOCIAL)



PROMEDIO CRITERIOS II
(D. AMBIENTAL, CULTURAL Y POLÍTICA)



3,63

Visibilizan los valores que hay detrás de los productos comercializados. Las iniciativas entrevistadas llevan en su mayoría más de tres años de funcionamiento y son conscientes de la importancia de difundir y transmitir lo que hacen y cómo lo hacen. A pesar de que muchas de ellas afirman que deberían mejorar en su labor de comunicación y márketing, lo hacen en la medida que pueden y siguen trabajando en ello.

3,58

Hay equidad salarial. La mayoría de las iniciativas tiene en cuenta que todas las personas trabajadoras cobren de forma equitativa. Algunas de ellas aplican pequeñas diferencias salariales en función de la responsabilidad, la antigüedad, etc.

Los criterios que han tenido una **puntuación menor** son:

1,53

Creación de estructuras públicas participativas de comunicación, debate y toma de decisiones, que incluyan a la sociedad civil, en torno a la gestión del sistema alimentario en un territorio, como los Consejos Alimentarios Municipales. En muchas ocasiones, las administraciones no han creado un mecanismo de participación pública en la que los distintos sectores del sistema agroalimentario puedan dialogar, reflexionar y construir en conjunto con la administración. En los lugares donde sí existen, igualmente en muchas ocasiones no se participa o se hace de manera indirecta, a través de organizaciones colectivas que les representan. Alegan falta de tiempo para este tipo de participación más política.

1,77

Fomento de la Auditoría Social (ESS) como herramienta de evaluación para las iniciativas de la cadena agroalimentaria. Pocas son las iniciativas que participan en las redes de Economía Social y Solidaria u otras como la Economía del Bien Común. Muchas las conocen, pero no participan en ellas; o han tenido algún contacto formativo o de asesoramiento, pero no se han sumado a sus propuestas de red, como los mercados sociales. Por lo tanto, no hacen uso de la auditoría social, la herramienta de evaluación que se impulsa desde las redes de economías alternativas.

1,85

Formación y asesoramiento a instituciones públicas. La gran mayoría de las iniciativas participan con las instituciones públicas en charlas, talleres y jornadas a las que son invitadas, pero no son impulsoras de este tipo de actividades dirigidas a la formación y asesoramiento de las Administraciones públicas. Por otro lado, muchas sí que organizan o colaboran en la organización de actividades de sensibilización y formación a la ciudadanía en general, a la comunidad educativa, incluso a otras iniciativas agroalimentarias.

RESPECTO A LOS IMPACTOS...

Los que han tenido una **mejor puntuación**, que justamente corresponden a la dimensión social, son:

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible

3,47/4

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos

3,33/4

Comercialización local, justa y/o colectiva

3,26/4

El aporte de las iniciativas entrevistadas a la mejora en las condiciones sociales en el sistema agroalimentario pasa por conseguir una alimentación local y más sostenible, lo que revierte en la mejora de la salud de las personas tanto productoras como consumidoras; por crear empleos dignos, estables y donde se favorezca la equidad salarial; y por la comercialización local, con precios justos que cubran los costes de producción, que visibilice los valores que hay detrás de los productos y donde se facilite el acceso a ellos.

Y los que tienen una **puntuación más baja** son:

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario

1,79/4

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral

2,09/4

Como se ha comentado en el apartado de criterios, en muchos territorios no se han creado estructuras de planificación y participación en torno a la gestión del sistema alimentario, desde lo público. Igualmente, no es frecuente que se impulsen desde las iniciativas de a pie este tipo de procesos de gestión. En muchas ocasiones, la participación de las iniciativas entrevistadas en procesos de incidencia para la modificación de normativa es escasa y suele entrañar muchas dificultades: por ejemplo, se da más en ciudades que en el medio rural o implica procedimientos muy técnicos que no son fácilmente abarcables.

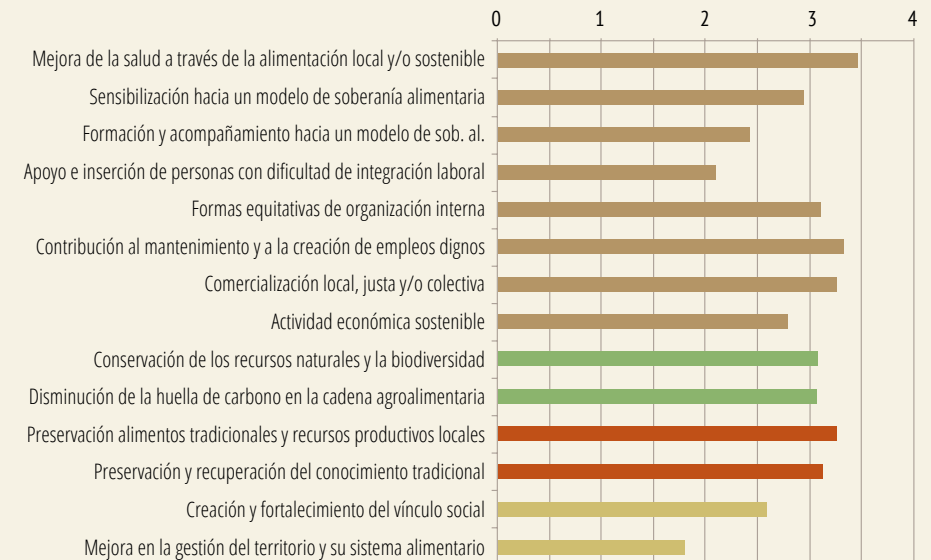
Por otro lado, la inserción de personas con dificultad en la integración laboral es un tema vinculado normalmente con iniciativas con ese objetivo (empresas de inserción sociolaboral) o empresas con un volumen de personal importante.

RESPECTO A LAS CATEGORÍAS...

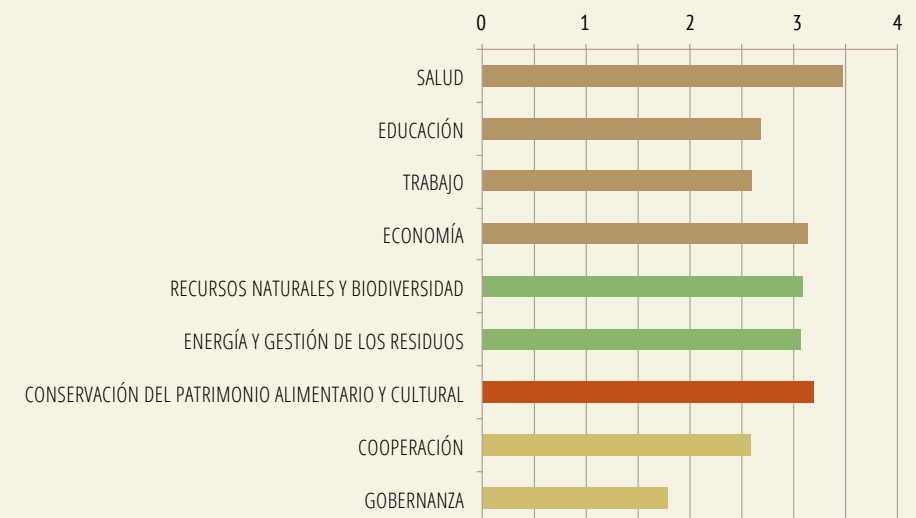
La categoría de **SALUD** es la más puntuada de todas, seguida de la **CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL**. Le siguen de cerca las de **ECONOMÍA**, **RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD** y **ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS**.

Se posiciona a la cola la de **GOBERNANZA**, bastante por debajo de las demás.

PROMEDIO IMPACTOS



PROMEDIO CATEGORÍAS



RESPECTO A LAS DIMENSIONES...

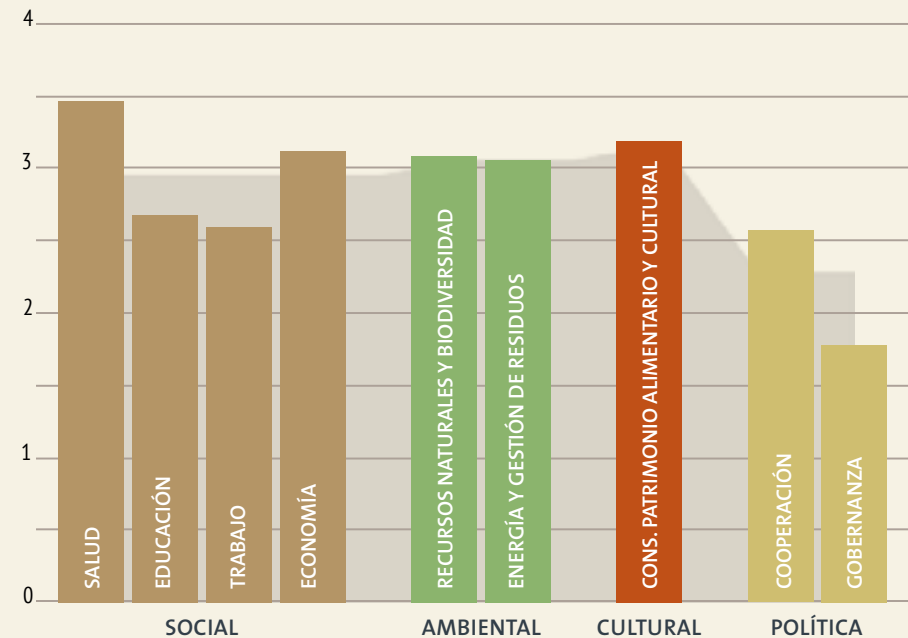
La que tiene mayor puntuación es la **DIMENSIÓN CULTURAL**. Las iniciativas que transforman alimentos, en su mayoría lo hacen de manera artesanal, emplean productos locales y de temporada, y tienen en cuenta la cultura gastronómica del territorio. Por otro lado, muchas de las iniciativas de producción cultivan variedades tradicionales o crían razas autóctonas. Consideramos que este resultado puede estar un poco sobredimensionado, puesto que, frente a otras dimensiones, la cultural tiene muy pocos criterios que valorar, por lo que es más fácil que se obtengan mayores puntuaciones. Además, para las iniciativas que no transforman o elaboran alimentos, se ha considerado que «No Aplican» algunos criterios, por lo que al no tenerlos en cuenta para el promedio, la dimensión puede mantener una puntuación alta con pocos criterios.

Muy cerca de la cultural se encuentra la **DIMENSIÓN AMBIENTAL**, ya que la mayor parte de las iniciativas de producción emplean prácticas y técnicas de manejo respetuosas con la fertilidad del suelo, los recursos naturales y el medio ambiente, aunque no siempre hacen actividades de formación y sensibilización sobre ello. Respecto a la gestión de residuos, se tiene muy en cuenta el desperdicio alimentario para evitar generar residuos innecesariamente; y, cuando se generan, se aprovechan para dar de comer a los animales o para hacer compost que después se volverá a incorporar a la tierra. La diversificación de actividades productivas y sobre todo la combinación de producción agrícola y ganadera es muy beneficiosa en este aspecto. El uso de energías renovables propias se ve más limitado. Muchas de las iniciativas pertenecen a cooperativas energéticas que promueven las energías limpias y otras, especialmente las de ganadería, apenas requieren generar energía ya que el manejo del ganado es en extensivo.

A pesar de que la categoría de salud sobresale, la **DIMENSIÓN SOCIAL** no es la que tiene la mayor puntuación debido a que las categorías de trabajo y educación bajan la media. Aunque muchas iniciativas participan en mayor o menor medida en actividades formativas, la formación y el asesoramiento a instituciones públicas en muchas ocasiones no se llegan a dar, así como el hecho de integrar a personas o colectivos en riesgo de exclusión social, puesto que no contratan a nadie o solo a aquellas personas con quienes tienen una relación de confianza.

La **DIMENSIÓN POLÍTICA** está a la cola de las dimensiones. Las dos categorías que la componen, cooperación y gobernanza, no tienen altas puntuaciones, especialmente esta última. A pesar de que prácticamente todas las iniciativas participan o colaboran con otras redes o proyectos colectivos y tienen muy en cuenta la cooperación, generalmente no forman parte de un Sistema Participativo de Garantía ni desarrollan estudios o investigaciones participativas con otros actores, lo que hace que sus puntuaciones sean bajas. Respecto a la gobernanza, muchas iniciativas no participan en el ámbito político de la mano de las administraciones ni impulsan ni participan en procesos de cambios normativos, que no tienen claro si les van a beneficiar. Muchas veces son otros colectivos a los que pertenecen y en los que participan en mayor o menor grado, los que están más presentes en la vida política.

| DIMENSIÓN | CATEGORÍA | PUNTUACIÓN (SOBRE 4) | PROMEDIO |
|-----------|--|----------------------|----------|
| SOCIAL | Salud | 3,47 | 2,97 |
| | Educación | 2,68 | |
| | Trabajo | 2,60 | |
| | Economía | 3,13 | |
| AMBIENTAL | Recursos naturales y biodiversidad | 3,09 | 3,07 |
| | Energía y gestión de residuos | 3,06 | |
| CULTURAL | Conservación del patrimonio alimentario y cultural | 3,19 | 3,19 |
| POLÍTICA | Cooperación | 2,58 | 2,29 |
| | Gobernanza | 1,79 | |



5.3 VALORACIÓN DE LOS FACTORES DE ÉXITO Y APRENDIZAJES

La última parte de la entrevista recoge, a través de preguntas abiertas, los factores de éxito y aspectos clave que hacen que la iniciativa funcione, los aprendizajes obtenidos hasta el día de hoy, así como su visión de futuro en 5 o 10 años con respecto al proyecto.

Se han analizado todos los **factores de éxito** recogidos, que con todas las iniciativas son más de 300, muchos de ellos repetidos en unas y otras de diferentes formas. Hemos destacado las palabras clave del discurso de las iniciativas y analizado las que más se repiten o están relacionadas. Las que **se han repetido más de 10 veces** son:

Implicación El 29 % de las iniciativas la nombran. Por un lado, el 22 % de los proyectos indican que es fundamental la implicación de todas las personas participantes de la iniciativa. Además, hay un 7 % de iniciativas que nombra la perseverancia y la constancia frente a las etapas más complicadas.

Confianza y creer en el proyecto El 19 % de las iniciativas transmiten que es importante el hecho de confiar y creer en el proyecto. También confiar en otros agentes que se relacionan con el mismo, además de tener convicción por lo que hacen.

Trabajar en equipo / Alianzas También el 19 % de los proyectos afirman que el trabajo en red, en equipo y la colaboración entre las personas y entidades que participan y con otras iniciativas distintas, les aporta una red de contactos y de apoyo que facilita el funcionamiento y la continuidad del proyecto.

Ilusión / Motivación El 17 % de las iniciativas menciona este concepto. El 12 % de los proyectos afirman que la ilusión que en su día les llevó a ponerse en marcha es la misma que ahora les hace continuar, avanzar y mejorar. Otro 5 % también nombró la motivación con factor clave de éxito.

Generar un beneficio en el entorno El 15 % de las iniciativas menciona este aspecto, aunque de distintas maneras y con distintos matices. Unas se refieren a poner en valor la cultura local; otras nombran el sentido que tiene lo que hacen en su entorno al poner en contacto a la gente con su territorio y con el sector primario, al provocar una transformación social, al generar una vinculación nueva con el territorio de sus ancestros, etc.

Calidad de productos y servicios El 13 % afirma que ofrecer productos y servicios de calidad es de gran importancia para que su iniciativa funcione. En lo referente a la alimentación, en la mayoría de los casos hablamos de alimentos locales y sostenibles.

Ser parte de una red o cooperativa El 12 % de los proyectos nombran este aspecto. Se trata de proyectos colectivos que agrupan distintas iniciativas para apoyarse entre ellas; por ejemplo, la unión de iniciativas productivas

para comercializar y/o distribuir conjuntamente, la agrupación de consumidoras y productoras, etc.

Comunicación El 11 % de las iniciativas comentan que la comunicación, la divulgación de su trabajo, el saber transmitirlo a la ciudadanía, a la clientela, etc. ayuda en gran medida a que su proyecto se conozca y a que siga demandándose lo que ofrecen. También se valora el uso de herramientas específicas y de internet para poder llegar a más gente.

Principios y valores De nuevo, el 11 % de los proyectos hace mención de sus principios y sus valores, que son los que les hacen avanzar de la manera en que lo hacen: consumiendo productos de proximidad, poniendo en valor la cultura local, empleando manejos agroecológicos, etc. Mantener firme su convicción, su autenticidad y un discurso coherente para sí mismas, es fundamental.

Otros factores que han nombrado y repetido **más de dos iniciativas** son:

- ⦿ El **apoyo de personas y entidades**, sobre todo de las socias y de la familia.
- ⦿ La **capacidad y la profesionalización del equipo humano**, del equipo de trabajo.
- ⦿ Ser un **espacio de encuentro**, donde las personas participantes se relacionan.
- ⦿ La **fidelización** de clientes.
- ⦿ **Sensibilizar** a las personas consumidoras.
- ⦿ La **cercanía**, especialmente a nivel humano, personal.
- ⦿ El **compromiso**, en concreto, por un consumo fijo.
- ⦿ Los **cuidados** y el **respeto** entre las personas de la iniciativa.
- ⦿ La **venta directa**, tanto por controlar la comercialización desde la producción como por generar espacios de encuentro entre las productoras y las consumidoras.
- ⦿ Avanzar a través del **esfuerzo colectivo**, no únicamente del particular.
- ⦿ La **planificación**: del trabajo, de los cultivos, etc.
- ⦿ **Apertura y flexibilidad** para que más personas y entidades se acerquen.
- ⦿ La **demanda creciente** que hay de productos y servicios locales y sostenibles.
- ⦿ La **concienciación**, que cada vez es mayor en la ciudadanía.
- ⦿ Facilitar el **acceso a productos sostenibles** a las personas consumidoras.
- ⦿ La **transparencia**.

- Poder ofrecer una **gran variedad** de productos.
- **Diferenciarse** de otros proyectos que pueden parecerse, pero tienen otros valores u ofrecen otro tipo de productos y servicios.
- La **experiencia** que se tiene antes de comenzar y que se va generando **según avanza el proyecto**.
- Tener un **crecimiento lento y sostenible**, avanzando poco a poco, idealmente sin endeudarse.
- Desarrollar una actividad como **proyecto vital**, tener la forma de vida deseada.
- La **innovación**, intentar mejorar siempre lo que se hace.
- Hacer algo que gusta, que **la gente valora**.
- Organizar **jornadas** de puertas abiertas.

Respecto a los **aprendizajes**, se han recogido más de 200 del total de iniciativas entrevistadas. Los que aparecen más frecuentemente son:

Trabajo grupal y colectivo El 26 % de las iniciativas explican que es necesario abordar aspectos como el trabajo interno a través de la generación de estructuras, la comunicación interna, los cuidados y la propia organización del colectivo. Conforme avanzan los distintos proyectos, van surgiendo necesidades que muchas veces tienen que ver con esta mirada hacia dentro y el crecimiento personal y grupal.

Financiación y planificación económica El 12 % ha mencionado cuestiones económicas, como la importancia de hacer una planificación económica adecuada, especialmente al inicio. Además, a la hora de comenzar es importante hacerlo de manera cautelosa, conociendo los recursos disponibles y aprovechándolos al máximo.

Estar abiertos y ser flexibles El 10 % de los proyectos destacan la importancia de tener apertura, ser flexibles y dar cabida a nuevas ideas, aportaciones y personas.

Aprendiendo conforme se avanza Otro 10 % afirman que los aprendizajes se van generando al andar, al avanzar el proyecto, aprendiendo del día a día y de las distintas cuestiones que resolver.

Equipo humano El 9 % considera que el equipo humano es imprescindible para que el proyecto funcione correctamente, por eso muchas mencionan que la selección de personal es esencial. El equipo debe ser afín a la iniciativa y dar confianza, además de tener las capacidades necesarias para su desarrollo.

Redes y alianzas Otro 9 % nombra que el hecho de participar en redes y colaborar con otros colectivos es importante y necesario, especialmente para

sentirse apoyadas, sobre todo en los momentos de mayor dificultad. Incluso algunas consideran fundamental el apoyo de la administración para temas administrativos, así como de promoción y divulgación.

Otros aprendizajes que han repetido más de dos iniciativas son (ordenados de más nombrados a menos):

- La **innovación** y la **investigación**; conviene realizar diagnósticos y estudios que mejoren los productos y ayuden a enfrentarse a momentos de crisis.
- **Objetivos bien definidos**, ser realistas y marcar las líneas de trabajo claramente.
- La **participación**, implicando a más personas en el proyecto y jugando con la diversidad de la gente y el entorno.
- Buena **valoración de las dificultades** antes de comenzar, tanto de ubicación del proyecto como económicas y administrativas.
- **Prudencia**; avanzar despacio, haciendo pequeñas pruebas, comenzando con una buena idea pero a pequeña escala.
- La **comunicación**, concienciación y divulgación; es importante dar a conocer el proyecto a más gente y transmitir a la clientela los valores de la iniciativa.
- La **planificación**; conviene dedicar tiempo a reflexionar sobre la sostenibilidad del proyecto.
- **Mantenimiento de los valores** y la esencia iniciales, aunque el proyecto crezca.
- El **aprendizaje de otras experiencias**.
- La **autonomía**; es recomendable mantener una mayor independencia de las Administraciones públicas.
- La **implicación** y el **compromiso** de las personas que participan en la iniciativa, tanto productoras como consumidoras.
- El **equipo**; un proyecto colectivo ayuda a mantenerse a la larga. Es esencial crear una red valorando lo que cada una de las personas aporta al grupo.
- Compartir conocimiento y generar espacios de **intercambio**, apoyo y aprendizaje mutuo.
- **Fuerza e impulso** en los comienzos, tanto para crecer más rápido como para superar más fácilmente la fase inicial.
- **Visión estratégica**, a largo plazo.



6 CONCLUSIONES

Con una visión global de todo el proceso y toda la información recogida y analizada, planteamos una serie de conclusiones con las que tratamos de reflejar lo más destacable del análisis realizado. No pretenden ser exhaustivas ni excluyentes, pero nos pueden servir de orientación para plantear procesos en el futuro.

Respecto a los **resultados** obtenidos:

- La **metodología** desarrollada y el **proceso** llevado a cabo han sido de gran interés, tanto para el equipo ejecutor como para las iniciativas participantes. El punto fuerte de esta publicación es la labor de identificación de las 100 iniciativas, así como el desarrollo metodológico y la plasmación del trabajo en las fichas. A partir de ellas se lanza una segunda fase para la identificación y sistematización de herramientas concretas utilizadas por algunas iniciativas, con el objetivo de apoyar a otros proyectos pequeños para que logren ser eficientes y de éxito.
- Pese a que se ha intentado contar con la mayor diversidad posible en los sectores, el **45 % de las 100 iniciativas seleccionadas son de producción, ya sea agrícola, ganadera o pesquera**. Esto muestra que el sector productivo es el más desarrollado en la transformación del sistema alimentario enfocado en la agroecología, la economía social y solidaria y el ecofeminismo. Del resto de sectores se han encontrado menos iniciativas porque realmente existen menos. Las personas que apuestan por dar un cambio y vivir en el campo haciendo algo que les gusta, lo hacen en la producción antes que en la transformación, comercialización... Además, generalmente, las inversiones iniciales en la producción son mucho menores que en otros sectores que requieren más infraestructura.
- Los Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT) no solo generan beneficios propios si su actividad económica funciona, sino que **benefician en gran medida al entorno y a la economía local del territorio**. La mayoría de las iniciativas entrevistadas comercializan a través de canales cortos, generando relaciones directas entre el consumo y la producción, apoyándose y colaborando con otras iniciativas de la cadena agroalimentaria de su entorno.
- Algunas iniciativas destacan la amenaza de la gran industria en el cultivo ecológico. Frente a ella, **se propone como estrategia diferenciarse y destacar los valores de la pequeña producción**: calidad del producto, cuidado del medio ambiente, desarrollo local, confianza, trato cercano, bienestar animal, etc. En paralelo, es necesaria la concienciación, no solo de las personas consumidoras, sino también de otros proyectos de la cadena agroalimentaria que compran productos a escala local: tiendas, restaurantes, etc., para que se alíen con las pequeñas iniciativas locales antes que con las grandes empresas.

- Relacionado con lo anterior, destaca la importancia de elaborar una buena **estrategia de comunicación**. Sin embargo, de las entrevistas realizadas se extrae que la comunicación tanto interna como externa suele ser deficitaria. Las iniciativas encuentran dificultades para comunicar sus valores y lograr una visibilidad adecuada y permanente, lo que dificulta la interacción con otros colectivos, así como la apertura a otros ámbitos de comercialización. Todo esto puede deberse a que, en general, no se da suficiente importancia a la comunicación y, por lo tanto, ninguna persona especialista se dedica a ello. Algunas añaden que incluso encuentran dificultades para «vender» o intercambiar lo que hacen por dinero; por lo tanto, la labor comercial no les gusta ni se les da bien. Está claro que las iniciativas, especialmente las de producción, no suelen contar con buenas herramientas y estrategias de márketing.
- A pesar de que en los últimos años se han puesto en marcha distintos procesos participativos en relación con la gestión del sistema alimentario en algunos municipios del Estado español, **son muy pocas las iniciativas que participan en las estructuras públicas de participación creadas por las Administraciones** (Consejos Alimentarios, procesos de creación de Estrategias Alimentarias, etc.). Esto se debe a varias razones:
 - ◉ No son muchos los municipios que han puesto en marcha este tipo de estructuras que incluyen a los principales agentes de los distintos sectores del sistema agroalimentario.
 - ◉ En general, las iniciativas encuentran dificultades para participar en ellas: por un lado, el trabajo en el ámbito alimentario es muy exigente en horarios y horas de dedicación, por lo que es difícil encontrar tiempo extra; por otro, en muchas ocasiones no les ven una utilidad clara.
 - ◉ Intervienen a través de otros colectivos que aglutinan iniciativas y proyectos más pequeños: organizaciones agrarias, cooperativas... Esto es positivo puesto que permite participar a muchas entidades que no podrían hacerlo en solitario; pero muchas veces no hay una transferencia adecuada o suficiente de las personas participantes hacia las entidades que pertenecen al colectivo, por lo que no se genera una implicación real en los temas que se discuten.
- Se valora positivamente la existencia de **entidades y organizaciones que llevan a cabo proyectos de apoyo al sector productivo y de transformación**. Entidades que ayudan a pequeñas iniciativas de producción y transformación a crear redes y herramientas de empoderamiento, de visibilización de su realidad frente a las administraciones públicas, etc. Estas entidades pueden transmitir el mensaje de las iniciativas en espacios a los que estas no llegan. En muchos municipios, son estas organizaciones las que actualmente asesoran y trabajan junto con las instituciones públicas para poner en marcha mecanismos de apoyo e impulso de las pequeñas iniciativas agroalimentarias y generar cambios normativos que les beneficien, etc.
- **Los apoyos de las Administraciones públicas** se valoran de formas muy diferentes. Por un lado, se consideran positivos los apoyos «directos», como la puesta en marcha de mercados no sedentarios municipales o la cesión de locales para la creación de obradores colectivos. Se valoran más

negativamente cuando se refieren a subvenciones o ayudas económicas, puesto que suelen implicar trámites con una alta exigencia burocrática y muy poco flexibles, que no se adaptan a sus necesidades reales, ni a su capacidad de gestión, ni a su tamaño. Para tratar de solucionar esta problemática, una de las líneas de trabajo actual de muchas entidades es la incidencia política, a través de la cual se pueden conseguir cambios normativos para que la legislación se adapte a la realidad de las pequeñas iniciativas del sector agroalimentario. Citamos, por ejemplo, los avances en distintas comunidades autónomas de flexibilización de la normativa higiénico-sanitaria, la adaptación de las guías de buenas prácticas en la transformación, la creación de obradores compartidos, etc.

Respecto a la **metodología** y al **marco teórico**:

- **Las redes de Economía Social y Solidaria** existentes en el territorio español no consiguen agrupar ni articular a una gran masa de iniciativas del sistema alimentario, a pesar de que sus valores puedan concordar con los principios de la ESS. Estas redes se ubican principalmente en las grandes ciudades y no llegan realmente a zonas rurales donde se desarrollan más proyectos del sector agroalimentario. También hay que añadir que las herramientas que actualmente se ofrecen desde la ESS, pueden ayudar a las iniciativas a ser más sostenibles social y ambientalmente, pero no económicamente, lo que puede explicar el desconocimiento mutuo y el desinterés por buscar sinergias.
- **Mirada ecofeminista**. A pesar de ser uno de los pilares del marco teórico, a la hora de recoger la información en las entrevistas, no se ha podido profundizar como se hubiese deseado en este concepto. Muchas de las cuestiones más novedosas presentadas por las iniciativas son las relacionadas con su gestión interna, su funcionamiento (organización, planificación, comunicación) y su forma de hacer sostenible la relación laboral y personal. Incluso en espacios y encuentros que se están llevando a cabo en el territorio español en relación con la sostenibilidad de las iniciativas agroecológicas, muchos de los temas tratados tienen que ver con esta mirada. Hace falta profundizar en este aspecto y conocer realmente las formas para cuidarse a la vez que se llevan a cabo proyectos fieles a los valores y que apoyan y cuidan el territorio y el entorno.
- **Sostenibilidad económica**. Uno de los temas sobre los que se ha indagado en este trabajo y que se ha identificado como uno de los puntos más débiles es el aspecto económico de las iniciativas. Para que estos proyectos sean replicables deben ser sostenibles, tanto en lo social y lo ambiental como económicamente; este último objetivo es el que más cuesta conseguir en el ámbito de los Sistemas Alimentarios Territorializados. Los principios y valores tan fuertes que impulsan estos proyectos hacen que se prioricen otras cuestiones. Aunque, por otro lado, muchas de ellas buscan vivir de ello. La clave radica en conseguir un equilibrio entre la motivación e implicación personal y la sostenibilidad económica. ¿Cuáles son las herramientas de las iniciativas que han conseguido ser sostenibles económicamente? ¿Son replicables y transferibles a otras iniciativas? Estas son preguntas en las que profundizar en próximos pasos.

7 100 INICIATIVAS 100 FICHAS

Con el fin de plasmar y visibilizar gráficamente la información recogida de cada proyecto se ha elaborado una ficha por iniciativa, estructurada de la siguiente manera:

- **Datos generales** de la iniciativa: ubicación, página web, correo electrónico y teléfono, sector, forma jurídica y número de participantes (se nombran como el número de personas, por lo que en general están expresadas en femenino).
- **Iconos** (ver pág. contigua): se incluyen una serie de iconos que representan gráficamente el sector o sectores a los que pertenece la iniciativa. Muchas tienen varios iconos pues la diversificación es muy habitual en este tipo de proyectos. El sector principal de actividad se coloca en primer lugar.
- **Breve descripción** de la actividad que realiza la iniciativa.
- **Objetivos** que la iniciativa persigue.
- **Gráfica de radar** en la que se representa la valoración estimada de las categorías en las que las iniciativas tienen mayores impactos positivos:
 - 1 SALUD
 - 2 EDUCACIÓN
 - 3 TRABAJO
 - 4 ECONOMÍA
 - 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
 - 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
 - 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
 - 8 COOPERACIÓN
 - 9 GOBERNANZA
- **Impactos positivos:** a continuación se describen específicamente los tres impactos positivos que han obtenido una mejor valoración. Estos están señalados en la gráfica de radar con un punto naranja. En algunas iniciativas, se incluye un cuarto impacto, indicado con un punto gris, que es relevante por su originalidad, innovación o proyección, pero que no ha recibido una puntuación tan alta, por lo que no está entre los tres primeros.
- **Factores de éxito:** factores clave que las iniciativas han identificado, que hacen que esta funcione y tenga éxito.
- **Aprendizajes** que han ido obteniendo a través de la experiencia, que tendrían en cuenta si tuvieran que volver a empezar y que quieren transmitir a otras iniciativas que quieran querer emprender una actividad parecida.

Las fichas están ordenadas según la dimensión (social, ambiental, cultural y política) en la que la iniciativa genera mayor impacto. Dentro de cada di-

mensión se han organizado según su sector de actividad principal, siguiendo el orden que figura en el listado siguiente.

Las fichas han sido enviadas a las iniciativas y revisadas en su mayoría por ellas mismas.

DESCRIPCIÓN DE LOS SECTORES



Producción agrícola

Iniciativas que se dedican a la producción primaria agrícola.



Producción ganadera

Iniciativas que se dedican a la producción primaria ganadera.



Pesca

Iniciativas que se dedican a la pesca artesanal de forma directa.



Transformación

Iniciativas que se dedican a la transformación/elaboración de alimentos.



Distribución

Iniciativas que se dedican a la distribución de productos alimentarios, haciendo de vínculo entre la producción primaria, la transformación y el consumo.



Comercialización

Iniciativas cuya actividad principal es la venta de productos alimentarios: mercados, tiendas, etc. Se incluye en las iniciativas de producción y transformación que gestionan su propia comercialización.



Restauración

Iniciativas que se dedican a la restauración (restaurantes, cafeterías...), incluyendo la restauración colectiva (comedores escolares, sociales...).



Consumo

Iniciativas que principalmente agrupan al sector consumidor: grupos y cooperativas de consumo, en ocasiones vinculado a tiendas y/o a iniciativas de producción.



Organización

Iniciativas que se dedican a poner en marcha y apoyar procesos de transformación del sector agroalimentario; dinamizan y agrupan algún sector. Entidades con un papel muy activo en la incidencia política.



Administración

Iniciativas puestas en marcha y/o gestionadas por una Administración pública.



DIMENSIÓN SOCIAL



A PLENO SOL

📍 Molino de la Ciudad, 03311 Orihuela (Alacant)

COMUNITAT VALENCIANA

🌐 aplenosol.wordpress.com

✉ aplenosol.orihuela@gmail.com

☎ 649 823 718



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

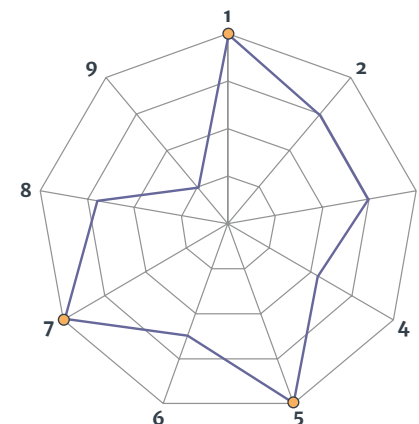
PARTICIPANTES 1 persona trabajadora

A Pleno Sol es una iniciativa que se dedica al cultivo de verdura agroecológica, y a su comercialización en cestas semanales en distintas poblaciones de la comarca de la Vega Baja del Segura. La iniciativa surge en 2014, cuando dos mujeres que habían realizado estudios universitarios relacionados con el medio ambiente, deciden poner en marcha un proyecto de agricultura que refleje los valores de la agroecología y considere el contexto social y personal de productores/as, consumidores/as y comunidad.

OBJETIVOS

- ✳ Producir alimentos de temporada, que tienen una alta calidad nutricional, respetando los ciclos y ritmos naturales. Estos alimentos son necesarios para asegurar un consumo saludable, local y natural para todas las personas, especialmente niños y niñas.
- ✳ Crear un vínculo de apoyo entre productoras/es y consumidoras/es, que determine el valor real del trabajo de producción local y permita eliminar intermediarios.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Emplean semillas de variedades tradicionales para la producción de hortalizas. Además, preservan y recuperan el conocimiento tradicional, asistiendo a jornadas de intercambios de semillas; y colaboran con el SPG (Sistema Participativo de Garantía) de Murcia para intercambiar saberes.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

No utilizan fitosanitarios sintéticos ni agrotóxicos; respetan el sistema de rotación para conservar el suelo y asocian plantas que ayudan a combatir las plagas y enfermedades; evitando la contaminación del agua y entorno. Además, colaboran de manera regular con AFAMMER (Asociación de Familias y Mujeres del Medio Rural), impartiendo cursos en los que se propone la producción ecológica como medio de autoempleo a mujeres desempleadas que viven en el entorno rural.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan alimentos agroecológicos y de proximidad para las familias del municipio y poblaciones cercanas.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Una clientela fija, que bajo cualquier circunstancia siempre apoyan a la parte de la producción, es clave para mantener la viabilidad del proyecto a lo largo del tiempo.
- ✳ Un trato especial con las personas consumidoras que va más allá de una simple relación de clientela y se convierte en amistad. Crear estas alianzas ha incentivado su implicación y apoyo al proyecto.

APRENDIZAJES

- ✳ Conviene empezar por diseñar y ejecutar un proyecto a pequeña escala, sin grandes inversiones monetarias, y reinvertir las ganancias de manera paulatina. No es aconsejable invertir todos los ahorros en una idea o proyecto incierto, arriesgando la estabilidad económica.



ARAE SOCIEDAD DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

📍 Apartado de correos 11, 49080 Zamora, CASTILLA Y LEÓN
🌐 www.araescoop.com
✉ info@araescoop.com
☎ 699 978 950



SECTOR Producción agrícola · Comercialización
FORMA JURÍDICA Cooperativa
PARTICIPANTES 50 personas: 44 socias, 4 socias trabajadoras y 2 trabajadoras

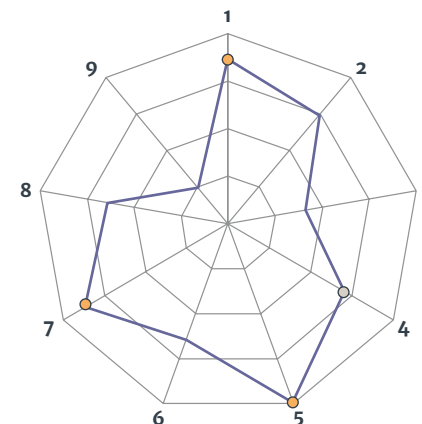
ARAE es una cooperativa que se dedica a la comercialización de productos ecológicos producidos por integrantes de la asociación. La cooperativa nace en el año 2006, en torno a un grupo de agricultores y agricultoras con interés en crear un mercado de consumo ecológico y construir una relación directa con las personas consumidoras.

OBJETIVOS

El objetivo principal es que el trabajo de las personas agricultoras tenga una salida comercial y que genere ingresos económicos estables durante todo el año. Se pretende que la cooperativa sea la herramienta para comercializar la producción de todas las personas asociadas que se dedican a la agricultura.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Se organizan jornadas de formación entre agricultores/as sobre prácticas ecológicas, conservación de la fertilidad del suelo y la gestión eficiente del agua.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Se convocan encuentros entre las personas socias agricultoras de la cooperativa y se intercambian experiencias de conocimiento agrícola tradicional y reciente.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Favorecen la comercialización, y por lo tanto el consumo, de productos ecológicos y de proximidad.

○ ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Se proporciona estabilidad a los precios y las personas socias productoras reciben pagos justos.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Contar con la voluntad de las socias y los socios para seguir adelante, pues son la base para mantener en pie el proyecto frente a cualquier obstáculo.
- ✳ Trazar un proyecto sencillo, asequible y entendible para todo el mundo facilita la participación.
- ✳ Visibilizar entre los/las agricultores/as que la remuneración que se obtiene de la venta de los productos es fruto del trabajo que se hace durante todo el año, no solo de manera individual, sino también de manera colectiva mediante la cooperativa.

APRENDIZAJES

- ✳ Estudiar la oferta y la demanda de productos ecológicos y calcular los volúmenes de producción adecuados, para no producir más de lo que se puede vender.
- ✳ Trabajar en los objetivos y líneas de acción desde la creación de la iniciativa ayuda a construir una estructura sólida como organización.
- ✳ La contabilidad es clave, pues ayuda a saber cuánto se debe aportar al capital social, cuáles pueden ser los riesgos económicos, etc.

BUSCÁNDOME LAS HABICHUELAS

📍 C/ Juan Pablo II, 23, 38004 Santa Cruz de Tenerife, CANARIAS
🌐 www.caritas.es/economia_solidaria/buscandome-las-habichuelas
✉ gerencia@buscandomelashabichuelas.com
☎ 673 568 164



SECTOR Producción agrícola · Comercialización
FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada
PARTICIPANTES 6 personas trabajadoras

Buscándome las habichuelas es una empresa de inserción social de Cáritas Diocesana de Tenerife, que se dedica a la agricultura ecológica y gestiona una tienda de comercio justo y solidario. La empresa se crea en el año 2016 con interés por apoyar el mundo rural canario y a sus agricultores/as. Por otro lado, aborda el problema de las tierras abandonadas, recuperándolas para la producción de alimentos y empleando a personas en riesgo de exclusión social. La gente comenzó a ver la agricultura como una alternativa de generación de empleo ante la crisis económica que se vivía en ese momento.

OBJETIVOS

- * Dar formación y acompañamiento a personas en riesgo de vulnerabilidad, para que la agricultura pueda convertirse en una salida profesional.
- * Ampliar las áreas de negocio de la empresa y emplear a más personas en situación de exclusión social.
- * Aprovechar los recursos de las islas, ya que cuentan con una serie de fincas certificadas en agricultura ecológica por el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA).
- * Trabajar con agricultores y agricultoras locales con certificación ecológica, para vender sus cosechas mediante un trabajo cooperativo y planificado.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA

IMPACTOS POSITIVOS

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Dan empleo a colectivos con problemas de inserción social.

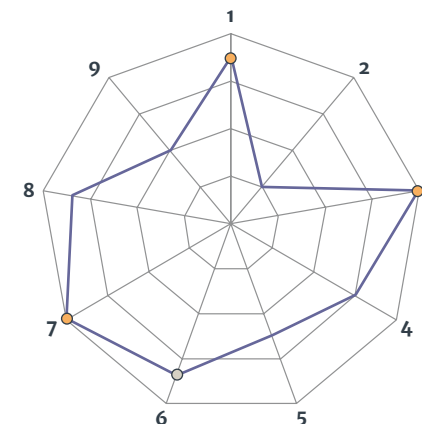
Formas equitativas de organización interna.

La asamblea, formada principalmente por mujeres, es la encargada de la toma de decisiones.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Participan en intercambios de semillas y fomentan la difusión compartida de los saberes tradicionales, lo que fortalece las redes de intercambio de conocimiento. Además, utilizan semillas tradicionales para su producción y comercializan variedades tradicionales y locales, promoviendo la recuperación de los recursos naturales locales.



● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan verduras y hortalizas ecológicas.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Se disminuye el desperdicio alimentario con el envío del excedente de producción al banco de alimentos de Cáritas y los residuos se destinan directamente al compostaje.

FACTORES DE ÉXITO

- * La voluntad de Cáritas de facilitar un espacio para el fomento de consumo de alimentos ecológicos en espacios públicos.

APRENDIZAJES

- * Formar redes y crear proyectos con la ayuda de Cáritas ha dado un impulso importante a la iniciativa.

ECOVENTAS CAMPESINAS

📍 C/ Mirador de la Villa, 3, 35300 Sta. Brígida (Las Palmas), CANARIAS

🌐 ecoventascampesinas.blogspot.com

✉ ecoventas.adm@gmail.com

☎ 625 654 620



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 30 personas trabajadoras

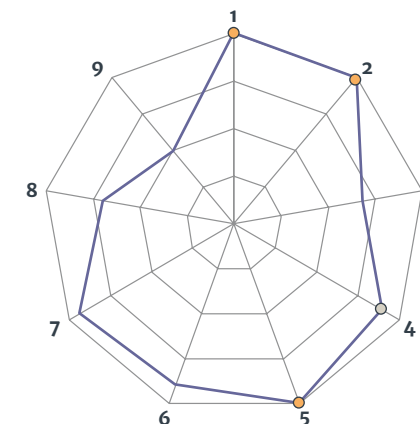
Ecoventas Campesinas es una empresa que se dedica al cultivo de verduras y hortalizas ecológicas biodinámicas, así como a impulsar la comercialización y distribución tanto de su propia producción como del resto de agricultores y agricultoras ecológicas del archipiélago canario. La empresa se fundó en el año 1995 a partir de un grupo de personas agricultoras entusiastas, que hasta entonces practicaban la agricultura convencional. En ese tiempo decidieron empezar a trabajar en la agricultura ecológica para lograr una alimentación más sana, especialmente para niñas y niños de la zona.

OBJETIVOS

- * Facilitar a las personas consumidoras el acceso a los productos ecológicos.
- * Mantener las tierras con un alto nivel de fertilidad, respetando los ciclos y procesos, además de trabajar a favor de la vitalidad y la salud de los recursos.
- * Recolectar una gran variedad de verduras y hortalizas de alta calidad organoléptica y vital.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen, consumen y comercializan treinta cultivos diferentes de verduras y hortalizas ecológicas y biodinámicas.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Llevan a cabo un trabajo de acompañamiento a iniciativas agroalimentarias acerca de técnicas de agricultura biodinámica. Además, en su finca, organizan charlas de sensibilización con niños y niñas.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Trabajan en cooperativa con seis productores/as que emplean prácticas agroecológicas y se organizan para distribuir la comida en tiendas y en comedores escolares con un vehículo compartido.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Las 30 personas que trabajan en la iniciativa tienen contratos fijos y estables.

FACTORES DE ÉXITO

- * Cubrir la necesidad básica de producción de alimentos ecológicos, lo que asegura una alimentación saludable para todas y todos.
- * Trabajar con mucho esfuerzo y enfoque, lo cual debe estar basado en los mismos principios de la iniciativa.

APRENDIZAJES

- * La organización del equipo es esencial para funcionar. Solo el entusiasmo no es suficiente para sobrevivir.
- * Un trato digno a las personas que colaboran en el proyecto. Es un punto fundamental que da fuerza y motivación a sus integrantes y hace posible que la iniciativa continúe creciendo.
- * Compartir conocimiento con las personas locales es importante si se desea evolucionar hacia una agricultura biodinámica.

LA SAZÓN

📍 Plaza El Salvador, 13, 22200 Sariñena (Huesca), ARAGÓN

🌐 www.lasazonsca.blogspot.com

✉ lasazonsca@gmail.com

☎ 670 252 690



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 9 personas socias trabajadoras

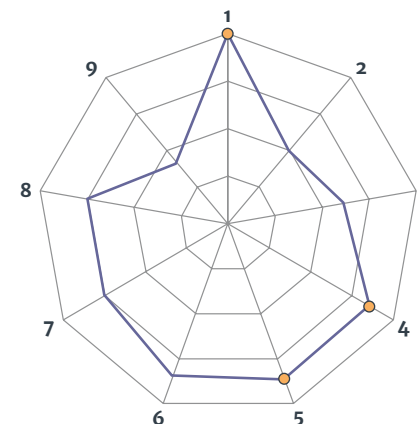
La Sazón S.C.A.L. nace en el otoño de 2014 a raíz de la unión de una serie de proyectos productivos afines en el mismo territorio que se planteaban comercializar de manera conjunta y lograr más sostenibilidad económica, compartiendo algunos trabajos y diversificando la producción. Esta cooperativa agrupa 8 proyectos de producción ecológica de verduras, hortalizas y hierbas aromáticas y medicinales en distintos municipios de Huesca.

OBJETIVOS

El objetivo principal de la cooperativa es que los proyectos que la conforman sean más sostenibles económicamente para poder llegar a tener sueldos dignos. También se busca el apoyo mutuo y la coordinación a la hora de gestionar cada huerta y comercializar sus productos, además de ofrecer a las personas y entidades consumidoras alimentos ecológicos y de proximidad, así como variedades tradicionales siempre que sea posible.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan verduras y hortalizas ecológicas.

● ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

Para que la cooperativa funcione, el 25 % de los ingresos se destinan a su propia estructura. No significa que cada proyecto productivo individual sea sostenible económicamente, pero sí que la cooperativa facilita que lo sea cada vez más.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplean técnicas agroecológicas respetuosas con el medio ambiente, como la tracción animal, evitando una gran compactación y erosión del suelo.

FACTORES DE ÉXITO

- * Creer en la producción agroecológica y la comercialización de proximidad.
- * Formar parte de un grupo, de una cooperativa en la que se pueden apoyar y compartir experiencias y recursos. Siempre es mejor que hacerlo por separado.
- * Tener capacidad de relativizar los problemas que van surgiendo para seguir avanzando.

APRENDIZAJES

- * Valorar que los proyectos y las personas que forman parte de la cooperativa son afines y comparten los mismos valores.
- * La planificación conjunta de cultivos. Antes cada proyecto cultivaba de todo (gran variedad de verduras y hortalizas para las cestas y los mercados); al agruparse y repartírselos, se ha reducido la variedad de cultivos por finca, mejorando así la eficacia en el trabajo y la calidad de los productos.
- * La importancia de trabajar internamente y mejorar la falta de comunicación entre las personas socias de la cooperativa.

EKOTANIA

📍 CM 3113, km 16, 13710 Cinco Casas (Ciudad Real) CASTILLA-LA MANCHA

🌐 ekotania.wordpress.com

✉️ agroekotania@gmail.com

☎️ 628 921 830 • 686 767 137



SECTOR Producción agrícola • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa de trabajo asociado

PARTICIPANTES 2 personas socias trabajadoras

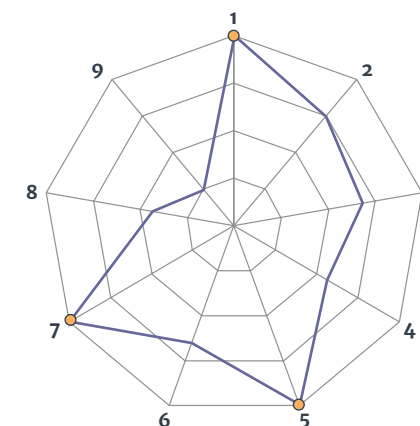
Ekotania es un proyecto para el cultivo, transformación y venta directa de alimentos ecológicos, que nace en 2015 a partir del interés de dos personas en producir de forma agroecológica. En ese momento, aprovechan los cursos de formación en agroecología de CERAI (Centro de Estudios Rurales y de Agricultura Internacional) para desarrollar un plan de proyecto y construir las bases de la iniciativa. En su parcela de 5 hectáreas siembran y cuidan de forma ecológica de su huerta de temporada, sus frutales, cereales y legumbres.

OBJETIVOS

El objetivo principal es trabajar por una alimentación saludable y en equilibrio con el territorio, por convicción y motivación propia, no por motivos económicos, a diferencia de la industria alimentaria.

EKOTANIA
AGROECOLOGÍA

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan hortalizas y legumbres agroecológicas.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Trabajan con técnicas agroecológicas, lo que favorece la conservación de la fertilidad del suelo y la gestión sostenible del agua.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Colaboran en varios proyectos, entre ellos con la Asociación La Troje, una iniciativa dedicada a la recuperación de variedades tradicionales de semillas; lo que además posibilita la producción de cultivos autóctonos de la zona.

FACTORES DE ÉXITO

- * Producir alimentos de calidad y diferenciados, para lograr la fidelización de la clientela.
- * Tener un conocimiento técnico sobre la producción sostenible, ya que es la base para la producción de alimentos de calidad.

APRENDIZAJES

- * Plantear desde el principio cuáles son los objetivos clave de la iniciativa, y definir la aportación económica necesaria para la financiación del proyecto, ya que de ello dependen las acciones que se puedan realizar y el alcance que se puede llegar a tener.

EL COLLETERO

📍 C/ Capitán Gaona, 1, 26001 Logroño, LA RIOJA

🌐 www.elcolletero.org

✉ info@elcolletero.org

☎ 646 540 608



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 12 personas trabajadoras

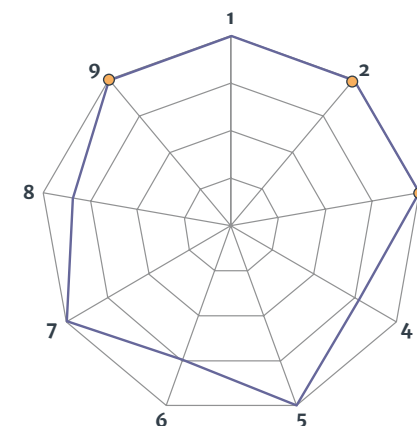
El Colletero es una asociación que se crea en el pueblo de Nalda, en La Rioja, con el fin de conseguir un desarrollo sostenible y en igualdad y satisfacer las necesidades de este territorio rural. La asociación realiza programas de inserción laboral, desarrollo sostenible, formación, cuidados, educación y recuperación de huertas, para beneficiar a colectivos vulnerables y a la ciudadanía en general. Participan en la cooperativa agrícola de Nalda y tienen un proyecto de producción y consumo, con 100 familias consumidoras, con la fórmula de club de consumo. Su actividad se centra en Nalda, pero su acción llega hasta 20 000 personas, incluso de la ciudad. Nace en 2000, tras un año de acompañamiento de la Asociación PANAL (Asociación para la Recuperación y Promoción del Patrimonio de Nalda en su entorno).

OBJETIVOS

- ✳ Promover el desarrollo integral de Nalda y su entorno.
- ✳ Promocionar iniciativas de empleo.
- ✳ Trabajar para la formación e información de los colectivos desempleados
- ✳ Acompañar y apoyar a las personas que quieran trabajar.
- ✳ Fomentar el empleo para los colectivos con más dificultades: mujeres, personas con discapacidad, jóvenes, migrantes.
- ✳ Mejorar la calidad de vida de sus vecinos/as.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Desarrollan actividades relacionadas con la huerta y el mundo rural para niñas/os y jóvenes. Además, realizan formaciones y acompañamiento hacia un modelo de soberanía alimentaria, para personas que pertenecen a grupos vulnerables. Imparten charlas y difunden los proyectos de la iniciativa entre otras organizaciones y colectivos. Un equipo de investigación aborda temas relacionados con el arte en el mundo rural y con jóvenes.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Han ejecutado varios programas de formación y empleo para la inserción de personas en situación vulnerable. Destaca la participación de mujeres, jóvenes y mayores de 45 años.

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Colaboran con gobiernos y ayuntamientos locales en programas de inserción laboral,

jornadas y congresos con la Universidad de La Rioja. Además, participan en la construcción de la estrategia alimentaria y del consejo alimentario municipal, así como en el desarrollo de una normativa para la introducción de alimentos saludables en espacios públicos.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Crear alianzas. Se puede aprender de otras iniciativas, ya que son transmisoras de conocimientos y experiencias; y se recibe mucho apoyo de las redes de colaboración.
- ✳ Tener paciencia, pues en el sector de la agricultura y el mundo rural, las iniciativas y proyectos suelen desarrollarse a un ritmo lento. Es importante persistir y esperar a que den su resultado.

APRENDIZAJES

- ✳ Incorporarse en igualdad a la comunidad. Si se quiere apoyar al desarrollo local, es necesario que las personas se incluyan como una más en la comunidad. Así el respeto será mutuo, y tanto las personas como los proyectos serán bien acogidos por la población local.

L'OLIVERA

📍 La Plana s/n, 25268 Vallbona de les Monges (Lleida), CATALUNYA

🌐 www.olivera.org

✉ olivera@olivera.org

☎ 973 330 092



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 75 personas trabajadoras (unas 35 con discapacidad)

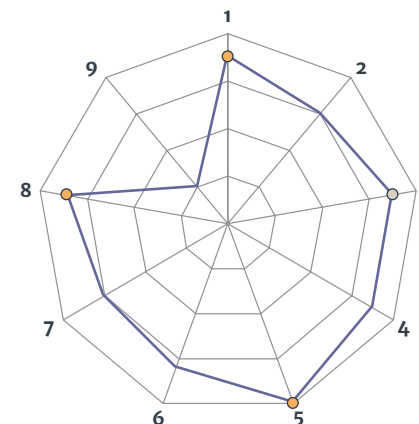
L'Olivera Cooperativa inicia su andadura en 1974, cuando un grupo de cristianos de base de Barcelona deciden hacer vida en comunidad y ayudar a gente con dificultades. Poco a poco van integrando en su comunidad a personas con discapacidades, organizando actividades de producción agroalimentaria. Al principio se intenta que la actividad sea autogestionada, con mucho voluntarismo, pero más adelante deciden profesionalizarse, por lo que emprenden la elaboración de aceite y vino. Actualmente, es una cooperativa de trabajo y de integración social encargada de cultivar viña y olivos y de elaborar vino y aceite ecológico.

OBJETIVOS

- * Apoyar el desarrollo de personas sin oportunidades, creando puestos de trabajo y ofrecerles un espacio de relación social y laboral normalizado pero adaptado a sus necesidades.
- * Trabajar la agricultura social, ecológica, fijada en el territorio, de pequeña escala, cerrando el ciclo y haciendo un producto con valor añadido.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Se dedican al manejo de las fincas con técnicas respetuosas con el suelo y el medio ambiente, así como a la organización de actividades divulgativas sobre su trabajo y los impactos positivos que se generan.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Llevan a cabo la producción, transformación y comercialización de vino y aceite ecológicos, mediante una agricultura social.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en redes de economía social y solidaria y en asociaciones que trabajan con personas con discapacidades. Además, realizan ciertas pruebas o ensayos agronómicos con la Universidad de Lisboa. Con SlowFood trabajan la recuperación de variedades antiguas y colaboran con otros agentes como la Asociación de Defensa Vegetal en ecológico.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Se trata de una cooperativa de iniciativa social en el que casi la mitad de las personas trabajadoras cuentan con alguna discapacidad.

FACTORES DE ÉXITO

- * La gente que ha empujado el proyecto (empeño, tozudez, solidaridad...).
- * El producto que se ha escogido y se elabora.
- * La gente que ha creído en la iniciativa y les ha apoyado.

APRENDIZAJES

- * Optimizar los recursos, gracias a la ingenuidad de la precariedad inicial que te hace hacer las cosas de otras maneras.
- * A pesar de que crecer no era el objetivo principal, puede que sea necesario un crecimiento sostenido y muy paulatino para lograr la consolidación y estabilidad del proyecto.

MILHULLOA

📍 Lugar Coto 1, 27204 Palas de Rei (Lugo), GALIZA

🌐 www.milhulloa.es

✉ milhulloa@hotmail.com

☎ 620 783 682 • 646 569 126



SECTOR Producción agrícola • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 3 socias trabajadoras

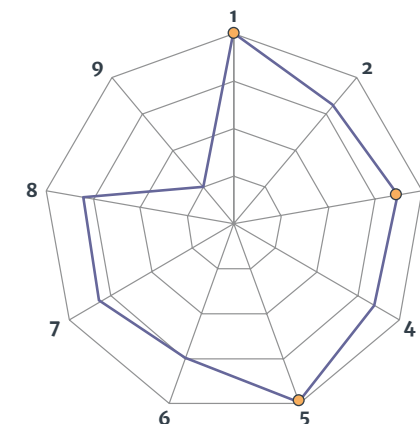
Milhulloa S. Coop. Galega comienza su actividad en 2001, tras un curso de creación de empresas al que asisten dos de las socias. Contaban con tierras familiares, que además tenían algunas construcciones. Actualmente, cuentan con 10 ha de terreno en las que cultivan plantas aromáticas, medicinales y grelos. Además, han emprendido una pequeña industria donde transforman sus productos mediante un proceso de deshidratación. En el 2016 se unieron a Granxa Maruxa para crear una empresa de producción cosmética (Muuhulloa) con leche recién ordeñada y las plantas que cultivan, aunando esfuerzos para darles un valor añadido a sus materias primas. Asimismo, ofrecen servicio de deshidratación a empresas productoras de algas, setas y hortalizas.

OBJETIVOS

- * Autoempleo, contribuyendo a fijar población en el medio rural y a preservar el medio ambiente mediante la producción ecológica.
- * Trabajar con plantas medicinales, para unir las ramas de biología y farmacia, realizando el ciclo completo desde el cultivo hasta la venta y recuperando especies autóctonas.
- * Cultivar, transformar y comercializar sus plantas y ofrecer el servicio de deshidratación, para hacer más sostenible económicamente el proyecto.
- * Divulgar las propiedades de las plantas medicinales, así como los valores cooperativos y ecológicos y las finanzas éticas.
- * Funcionar bajo el modelo cooperativista, la forma más democrática de llevar una empresa y formar parte de la economía social.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible.

Producen plantas aromáticas, medicinales y grelos ecológicos y de proximidad, que mediante el deshidratado a baja temperatura mantienen intactas sus propiedades tanto organolépticas como sus minerales, vitaminas y principios activos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplean prácticas agroecológicas para el manejo de los cultivos. Organizan cursos y talleres sobre este manejo, y preservan el bosque de robles y castaños centenarios de su finca.

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

Las socias trabajadoras de la cooperativa son tres mujeres con poder de decisión.

FACTORES DE ÉXITO

- * El factor humano. Ser luchadoras y formar un equipo multidisciplinar en el que el objetivo fundamental es vivir dignamente de su cooperativa.
- * Intentar siempre mejorar y ver las necesidades de mercado.
- * El trabajo es una forma de vida, basada en la mejora de las condiciones laborales y de la biodiversidad del propio entorno natural.
- * El producto de la máxima calidad, siempre pensando en la innovación.

APRENDIZAJES

- * Comercializar directamente los productos al consumidor o consumidora final, desde el inicio.
- * Aprovechar y nutrirse de la sabiduría de los mayores de la zona.
- * Trabajar en red con otras empresas del entorno.
- * Establecer convenios de colaboración con las universidades y centros de investigación, con los que, por ejemplo, estudiar la recuperación de plantas autóctonas para utilizar sus extractos en cosmética.

RINCÓN DEL SEGURA

📍 Camino Viejo de Férez s/n, 02439 Villares,
Elche de la Sierra (Albacete), CASTILLA-LA MANCHA

🌐 www.rincondelsegura.es

✉ rincondelsegura@artesaniadelasierra.com

☎ 967 410 462 • 619 694 926



SECTOR Producción agrícola • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

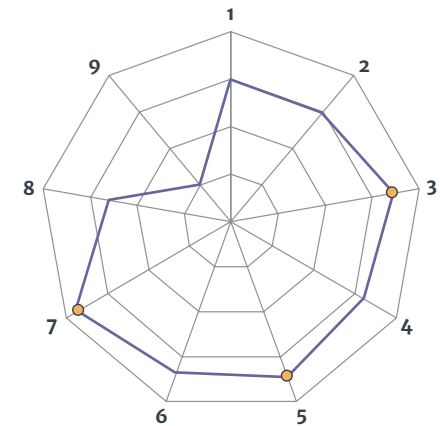
PARTICIPANTES 30 personas trabajadoras

Rincón del Segura es una empresa dedicada al cultivo de cereales, a la transformación artesanal de harinas y pan, y a su comercialización. La iniciativa se forma en el año 1992, impulsada por un grupo de agricultores/as con sus familias que pretendían vivir de la agricultura ecológica. Empezaron comercializando sus productos en ferias alternativas y artesanas, lo cual les facilitó el contacto con restaurantes vegetarianos, grupos de consumo y tiendas de dietética, donde actualmente venden sus productos.

OBJETIVOS

- * Practicar la agricultura ecológica y fomentar el consumo de productos que cuiden la salud.
- * Preservar la salud del planeta y contaminar lo menos posible la tierra en la que vivimos.
- * Mantener la producción y fidelizar a las consumidoras y los consumidores.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Elaboran la harina en antiguos molinos de la zona, recuperando la forma tradicional de molienda.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Organizan jornadas de formación sobre técnicas y prácticas agroecológicas en colaboración con otras entidades.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Trabajan con una asociación que contrata a personas que pertenecen a algún colectivo en riesgo de exclusión social.

Formas equitativas de organización interna.

Además, la toma de decisiones es horizontal y participativa, pues se acuerdan las cosas por consenso.

FACTORES DE ÉXITO

- * Ampliar la oferta y el surtido de productos ecológicos. No solo quedarse en el cultivo de cereales, sino también elaborar otros productos, para que las consumidoras y consumidores tengan más opciones de compra y se puedan ampliar las ventas.
- * Mantener la confianza de las personas consumidoras, mostrándose transparentes y comunicando cómo ha sido elaborado el producto.

APRENDIZAJES

- * Insistir y perseverar, para lograr que los productos ecológicos locales lleguen a más personas.
- * Tomar decisiones por consenso es la clave para formar un equipo fuerte e involucrado.
- * Mantener la transparencia de lo que se produce y cómo se produce, así se conserva la confianza y se fideliza a la clientela.

SAT ECOMATARRANYA

C/ Arriba, 10, 44610 Calaceite (Teruel), ARAGÓN

ecomatarranya@hotmail.com

669 799 060



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA SAT (Sociedad Agraria de Transformación)

PARTICIPANTES 3 socios trabajadores

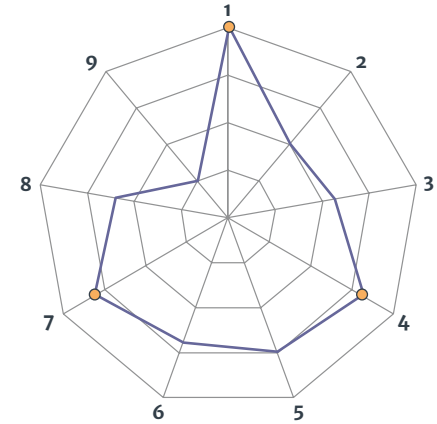
SAT Ecomatarranya surge en 2008 en torno a un grupo de personas que se conocen de participar en acciones de lucha contra la técnica de control antigranizo que esparce yoduro de plata desde avionetas. De los 8 que empiezan, uno de ellos ya vendía aceite ecológico directamente y propuso al resto emprender juntos el proyecto. Actualmente son 3 productores ecológicos que se han agrupado en una Sociedad Agraria de Transformación (SAT) para comercializar aceite y aceitunas directamente a las personas y entidades consumidoras finales, además de compartir maquinaria y apoyarse entre ellos en algunas labores.

OBJETIVOS

- * Dar un mayor valor al producto que hacen.
- * Llegar a las personas consumidoras a través de la venta directa.
- * Formar un proyecto colectivo en el que apoyarse entre ellos, compartir maquinaria y otros recursos.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Cultivan olivos y almendros en ecológico y distribuye directamente el aceite, las olivas y el paté de olivas de cercanía.

ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Gracias a la venta directa y a las ayudas de la PAC pueden compensar los ingresos percibidos, ya que aunque el precio puede considerarse justo, está por debajo del de otros proyectos de producción de aceite ecológico.

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Cultivan variedades tradicionales de la zona tanto de olivos como de almendros.

FACTORES DE ÉXITO

- * Alta motivación.
- * La satisfacción de estar haciendo un bien al medio ambiente y a la sociedad.
- * Gran sentimiento de compañerismo en el grupo.

APRENDIZAJES

- * Observar cómo evolucionan las fincas y los árboles.
- * Conocer otras experiencias para aprender y copiar lo que funciona.

BODEGAS LEZAUN

📍 C/ Egiarte s/n, 31292 Lakar, NAVARRA-NAFARROA

🌐 www.lezaun.com

✉ info@lezaun.com

☎ 948 541 339



SECTOR

Producción agrícola · Transformación · Comercialización · Restauración

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 9 personas: 2 socias trabajadoras y 7 trabajadoras

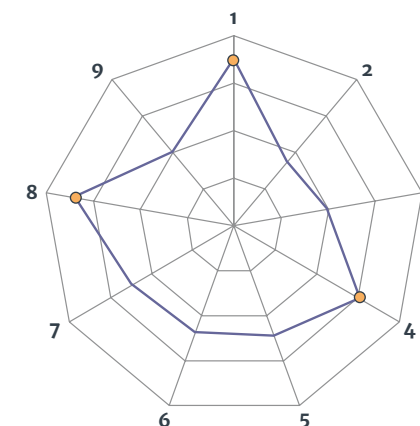
Bodegas Lezaun es una bodega familiar de vino ecológico. Con una tradición vinícola que se remonta al siglo XVIII, el padre abrió las puertas de la bodega en 1984 y desde 1991 los dos hermanos Lezaun la gestionan. Ellos convirtieron a ecológico los viñedos y la producción de vino. Actualmente cuentan con unas 12 ha de viñedo y han diversificado su actividad con la apertura de un restaurante y actividades de enoturismo: visitas guiadas a la bodega y catas de vino. También han diversificado su comercialización, y venden en torno a un tercio de su producto en el ámbito local, restaurantes, tiendas, mercados, etc.; otro tercio lo distribuyen a escala regional (Euskadi y Navarra) principalmente a través de una distribuidora que han creado junto con otros proyectos productivos; y el tercio restante lo exportan a Europa y EE. UU.

OBJETIVOS

- ✳ Mantener la vida en el pueblo y poder vivir de su actividad en el medio rural, que se encuentra en constante despoblamiento.

Bodegas Lezaun

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Se dedican a la producción agrícola y de vino en ecológico y adquieren productos de proximidad y ecológicos para el menú del restaurante.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Actividad económica sostenible.

Han logrado crear empleos fijos y estables, y han alcanzado un balance económico positivo y sostenido en el tiempo, que permite la reinversión de los beneficios en la propia actividad y favorece la economía del territorio.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en numerosas redes y colectivos, sobre todo de productores/as. Favorecen el intercambio y la búsqueda de sinergias entre distintos actores del sistema agroalimentario.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ La diversificación del negocio desde el principio: viña, vino, bodega y restaurante. El uso de los espacios les sirve para darse publicidad pues pasan por allí entre 6000 y 7000 personas al año (visitas, catas, etc.). Además, la diversificación les permite no depender de nadie exclusivamente y eso es muy positivo.
- ✳ Controlar la venta y la comercialización. Con otros productores/as, crearon una distribuidora propia, que desempeña un importante papel en su iniciativa.

APRENDIZAJES

- ✳ No hay que ser excesivamente ambiciosos, es mejor ir poco a poco. Se debe tener un proyecto realista, pegado al suelo, e ir creciendo y avanzando despacio.

ALBORINCO

📍 C/ Velarde, 2, 35215 Las Huesas, Telde (Las Palmas), CANARIAS

🌐 www.alborinco.com

✉ info@alborinco.com

☎ 928 038 355



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización
Consumo

FORMA JURÍDICA Asociación

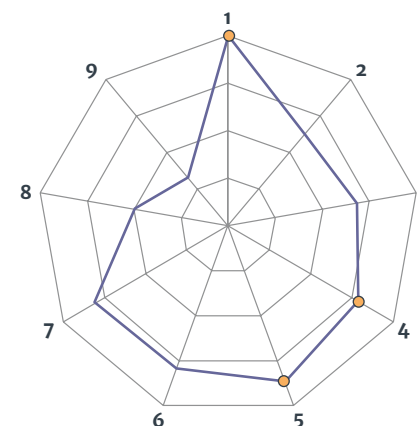
PARTICIPANTES 100 familias socias, 30 personas productoras
y 3 trabajadoras

Alborinco emerge en 2006 tras un proceso clandestino de defensa del suelo agrícola en pleno auge de destrucción durante la fiebre urbanística. Loli, promotora y fundadora, y después otras personas productoras, empezaron a cultivar con parámetros de confianza, precios justos, proximidad, productos lógicos, sin química. Alborinco es un espacio donde se ofrece un producto local y sostenible, con rostro y ubicación.

OBJETIVOS

- * Poder trabajar con los agricultores y las agricultoras para dignificar su trabajo, así como con las personas consumidoras conscientes de la importancia de la adaptación a la estacionalidad y la realidad agrícola de quienes producen.
- * Que las personas productoras cuiden y se pongan en el lugar de las consumidoras, y al revés.
- * Recuperar el tejido agrícola, retomando lo positivo y complementarlo con el momento actual.
- * Sensibilizar en los valores de la soberanía alimentaria, de la diversificación, la diversidad y otros factores externos más allá de la económica, como la felicidad.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Facilitan el acceso a productos locales y agroecológicos a las familias consumidoras interesadas. Organizan cursos y talleres sobre cocina y alimentación.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Las productoras de Alborinco utilizan técnicas respetuosas con el medio ambiente y organizan talleres de formación para divulgarlas y sensibilizar sobre ello.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva. Actividad económica sostenible.

Desde 2013 mantienen un balance económico positivo. Fomentan una mejor calidad de vida y ponen en relieve los valores humanos necesarios para vivir.

FACTORES DE ÉXITO

- * Entusiasmo.
- * Transparencia.
- * Cercanía.
- * Crear un espacio que no sirva únicamente para vender y comprar, sino para compartir, intercambiar y aprender.

APRENDIZAJES

- * Evitar la locura de la ceguera que impide ver las dificultades del inicio.
- * Mantener la motivación.
- * Confiar y apoyarse en la gente que apuesta por el proyecto.

SASKI BARAZKI

📍 C/ José Mardones, 6, 01003 Vitoria-Gasteiz, EUSKADI

✉️ saskibarazki@googlegroups.com



SECTOR Producción agrícola y ganadera · Transformación Comercialización · Consumo

FORMA JURÍDICA Sin forma jurídica

PARTICIPANTES 10 proyectos (25 productoras) y 125 familias consumidoras

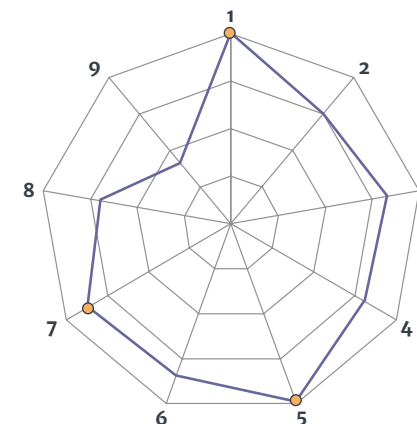
Saski Barazki es una agrupación de productoras y consumidoras que nace en 2011, del impulso de 4 productoras que decidieron apoyarse entre ellas y trabajar conjuntamente. Justo en ese momento empezaban unos cinco proyectos y se unieron para diversificar la oferta ya que entre todas ellas producían verduras y hortalizas, quesos de cabra, pan y huevos. Incentivaron la comercialización de algunas iniciativas, organizando reuniones con los grupos de consumo. Actualmente son 10 proyectos y desde 2013 cuentan con un local de alquiler, para el que cada uno aporta la cuota que puede permitirse.

OBJETIVOS

- * Ser una red de apoyo, tanto para los proyectos que empiezan como para los que ya están se hagan más fuertes.
- * Comercializar lo más cerca posible.
- * Intercambiar productos entre ellos, sin dinero entre medias.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Los 10 proyectos producen alimentos locales y agroecológicos y que comercializan directamente a través de distintos canales, facilitando así el acceso a alimentos de calidad.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Organizan prácticas agroecológicas en cada una de sus fincas, formaciones internas y visitas para aprender unas de otras.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos y conocimientos tradicionales.

Cada iniciativa es responsable de su ámbito: el pan se hace con técnicas antiguas; los quesos, de manera artesanal; en las huertas, se siembran variedades locales y colaboran con la red de semillas

y viveros de la zona, etc. Además, convocan encuentros en los que recogen e intercambian el conocimiento tradicional agrario.

FACTORES DE ÉXITO

- * Las personas, el apoyo, estar en el día a día.
- * Los proyectos más cercanos entre sí se apoyan en la distribución en red, y eso los hace viables.
- * Motivar a las consumidoras para que apoyen más, los proyectos que no son de producción agrícola necesitan incrementar el consumo de sus productos.

APRENDIZAJES

- * Anteriormente, participaban en diversas asociaciones de consumo, pero es necesario que quienes se dedican a la producción también se organicen.
- * Para implicar a las consumidoras en la compra de productos de todos los proyectos, una posibilidad es hacerlas partícipes de las asambleas.

EL PATIO DE AMAYUELAS

📍 Plaza de la Iglesia, 6, 34429 Amayuelas de Abajo (Palencia), CASTILLA Y LEÓN

🌐 amayuelas.es

✉ elpatiodeamayuelas@hotmail.com

☎ 979 154 161 • 656 309 855



SECTOR Producción agrícola y ganadera • Transformación Comercialización • Restauración

FORMA JURÍDICA Sin forma jurídica (antes, asociación)

PARTICIPANTES 3 personas socias trabajadoras

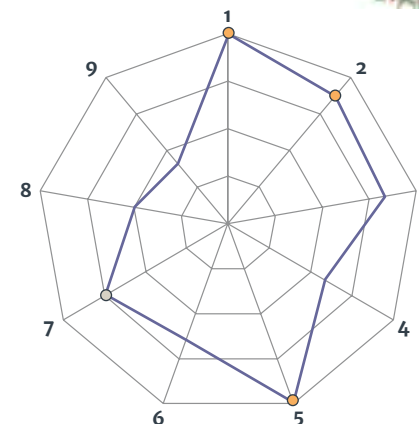
El Patio de Amayuelas está formado por un grupo de personas que se dedica a varias actividades productivas: una granja ecológica donde se practica la agricultura y ganadería ecológicas, una panadería ecológica y un albergue restaurante. Además, lleva a cabo actividades formativas en relación con el mundo y la vida rurales. La iniciativa nace en el año 1990, impulsada por un grupo de personas que organizaban actividades para mantener la vida en los pueblos, específicamente en la comarca de Amayuelas de Abajo.

OBJETIVOS

- * Mantener la vida en los pueblos, mediante actividades alternativas o complementarias a la producción agrícola y ganadera.
- * Intentar que los pueblos no mueran, que el mundo rural siga manteniéndose vivo y que se fomente cada vez más una producción agroecológica.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercialización productos ecológicos y agroecológicos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplean técnicas de producción para la conservación de los recursos y organizan jornadas de divulgación e información acerca de los criterios de producción ecológica y la comercialización de proximidad.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan cursos y talleres a centros educativos, que visitan la iniciativa durante una semana para realizar actividades tanto agrícolas como ganaderas, y conocer el mundo rural.

○ CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Trabajan desde hace 18 años con el Banco de Semillas de Amayuelas de Abajo, al ser la misma iniciativa quien se encarga de multiplicar las semillas obtenidas, manteniéndolas en su propia huerta.

FACTORES DE ÉXITO

- * El esfuerzo, la implicación y el convencimiento personal de las socias y socios, pues de eso depende el mantenimiento y desarrollo de la iniciativa.
- * El reconocimiento en el sector agrícola y de la alimentación, ya que facilita que se escuche a los proyectos e iniciativas que surjan en un contexto rural y de agroecología.

APRENDIZAJES

- * Tener una visión de largo plazo, lo cual permite saber los pasos siguientes a realizar, sobre todo en cuanto al tema de la financiación.

TIERRA SANA

📍 Fundación Talavera Ferial - Pabellón 2, Paseo Fernando de los Ríos s/n, 45600 Talavera de la Reina (Toledo), CASTILLA-LA MANCHA

🌐 www.tierrasanaeco.es

✉ info@tierrasanaeco.es

☎ 607 973 982



SECTOR Producción agrícola y ganadera · Transformación

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 200 socias, 7 socias voluntarias y 1 trabajadora

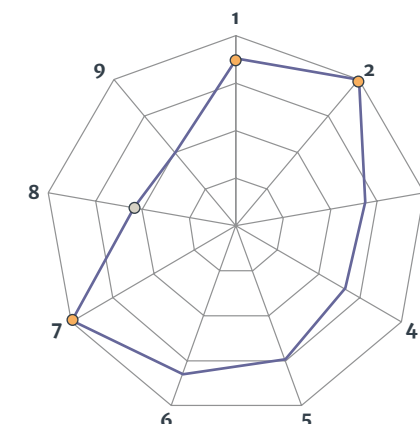
Tierra sana es una asociación que nace en el año 2005 ante la necesidad de personas agricultoras y ganaderas de disponer de una atención más directa en el asesoramiento de los procesos de adaptación a los sistemas de producción ecológicos, así como de una unidad de representación exclusiva, independiente, firme y fuerte frente a la administración. Actualmente la asociación cuenta con la aportación de más de 100 asociadas/os entre quienes se encuentran personas agricultoras y ganaderas ecológicas, olivicultoras, cerealistas, apicultoras, vitivinicultoras, etc.

OBJETIVOS

- * Practicar la agricultura y la ganadería compatibles con el medio ambiente y la demanda de productos ecológicos.
- * Fomentar la comercialización de productos ecológicos, participando en ferias.
- * Difundir la agricultura y ganadería ecológicas, organizando charlas educativas.
- * Afrontar la nueva reforma de la Política Agraria Común (PAC), apostando por sistemas de producción ecológica.
- * Fomentar la reinserción laboral de la mujer en el campo y en los medios rurales.
- * Acercar la vida y las costumbres rurales a los grandes centros urbanos.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan charlas de sensibilización sobre agricultura y consumo ecológico de manera constante y periódica en colegios de Toledo y en asociaciones culturales y colectivos.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Ayudan a la producción local en la preservación y comercialización del aceite virgen de oliva ecológico.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Conectan a las personas productoras con las consumidoras, las integran en la asociación y facilitan la comercialización del producto ecológico.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Uno de los principales servicios que ofrece la asociación a las personas productoras

es el de asesoría técnica y apoyo en temas burocráticos y administrativos, lo que les permite acceder a ciertas subvenciones de la Administración.

FACTORES DE ÉXITO

- * Una relación cordial y armoniosa entre socias y socios, además de un acercamiento y ganas de hacer bien las cosas de forma voluntaria y altruista.
- * El auge del sector ecológico, que va aumentando en superficie y producción. Es momento de aprovechar que muchas personas consumidoras están concienciadas con la alimentación ecológica.

APRENDIZAJES

- * Empezar con mucha ilusión, tener empatía y trabajar por todas y todos, y hacerlo con firmeza, dedicación, ganas y paciencia; a partir de ahí, sale todo.
- * Intercambiar conocimientos sobre elaboración y transformación de alimentos con otras iniciativas, pues ayuda a complementar y a expandir el surtido de productos.

INSTITUTO DESPENSA NATURA

📍 C/ Cañete 35, 16004 Cuenca, CASTILLA-LA MANCHA

📱 mercadosocialdespensenatura

✉️ lactonatur@gmail.com

☎️ 630 735 246



SECTOR Producción agrícola y ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación

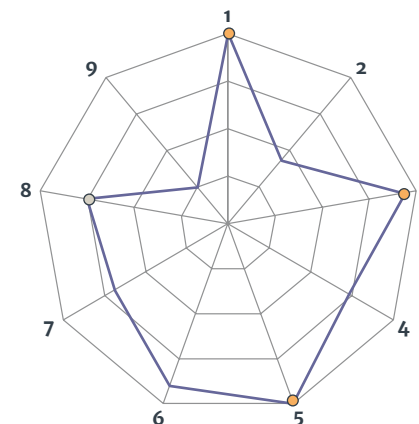
PARTICIPANTES 4 proyectos productivos

Instituto Despensa Natura es una asociación de productoras y productores que cuentan con una tienda donde comercializan productos ecológicos, agroecológicos y de proximidad en la ciudad de Cuenca. La asociación surge en el año 2006, a partir de un grupo de productoras y productores agroecológicos, que intentan solucionar los problemas de dispersión de los proyectos productivos en la provincia de Cuenca, ya que no había un punto de encuentro con consumidores/as para la venta directa. Al establecerse como asociación de productores y productoras, tienen la posibilidad de contar con un espacio físico en la ciudad de Cuenca y abrir una tienda.

OBJETIVOS

- ✳️ Visibilizar los proyectos agroecológicos de la zona.
- ✳️ Trabajar en canales cortos como opción de viabilidad.
- ✳️ Elaborar estudios, investigar, divulgar y fomentar la participación, a partir de los datos que se obtienen en la tienda acerca de la demanda de productos. Con esa información pueden apoyar a las productoras y los productores.
- ✳️ Impulsar la formación a iniciativas alimentarias.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

La asociación sirve de apoyo a la comercialización de productos ecológicos, agroecológicos y de proximidad.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Imparten cursos sobre técnicas agroecológicas a iniciativas agroalimentarias, para preservar los recursos productivos y la biodiversidad natural. Además, las productoras y productores de la asociación implementan técnicas que conservan y favorecen la fertilidad del suelo y la gestión eficiente del agua.

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

La toma de decisiones es horizontal y participativa, se consideran las ideas y propuestas de productoras y consumidoras. Además, las mujeres ocupan espacios de decisión en la organización.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Trabajan con otras entidades, como la cooperativa de distribución La Entreverá, con el objetivo de instaurar un canal de comercialización y lograr la venta de los productos a un precio justo.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳️ Trabajar en redes de productoras y productoras donde se comparten el conocimiento y las capacidades. Los proyectos que surgen dentro de la iniciativa se complementan y se fortalecen.
- ✳️ Dar visibilidad a la tienda y transmitir su visión hacia las personas productoras y consumidoras, para seguir creciendo como iniciativa de comercialización local y justa.

APRENDIZAJES

- ✳️ Trabajar desde el principio en la planificación de los proyectos de la iniciativa ayuda a no desgastarse y a no abandonar proyectos en el camino.

EL MAJADAL

📍 05291 Maello (Ávila), CASTILLA Y LEÓN

🌐 www.huevoselmajadal.com

✉ huevoselmajadal@gmail.com

☎ 609 828 003



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 2 socias (1 trabajadora y 1 no trabajadora) y 1 persona de apoyo en prácticas

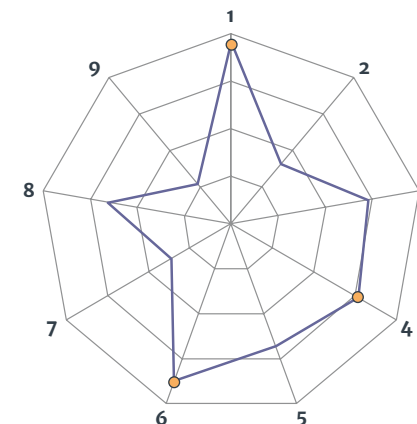
El Majadal es una granja de gallinas y huevos ecológicos. En 2012, a partir de una nave familiar que modificaron para el criado de gallinas, las hermanas Pilar y Cristina se lanzaron a la producción de huevos ecológicos. En Madrid, había varias iniciativas agroecológicas y redes de grupos de consumo que acuciaban la falta de huevos ecológicos en sus cestas, lo que las animó a poner en marcha la iniciativa. Les costó montarla por el papeleo, que se complicó por el desconocimiento de las administraciones del tema ecológico. Actualmente, Pilar se dedica fundamentalmente a la cría y Cristina apoya en la parte de comunicación y gestión como actividad secundaria.

OBJETIVOS

El objetivo principal es la generación de autoempleo de la mujer en un entorno rural empobrecido, despoblado y en una época de dura crisis económica, en la que escasean las oportunidades de trabajo. Quieren vivir dignamente de su trabajo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producción de huevos ecológicos y comercialización en proximidad.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Uso de energías renovables con fuentes propias, comercialización a través de canales cortos e impulso de reparto a través de servicio de transporte (a veces en bicicleta) y en ocasiones en vehículo compartido.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

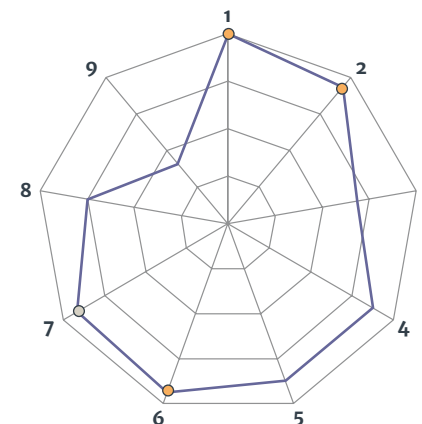
Ellas mismas se encargan de fijar precios justos y de visibilizar los valores de pequeña producción que hay detrás de la iniciativa. Igualmente, han generado un puesto de trabajo y una actividad económicamente sostenible en el tiempo.

FACTORES DE ÉXITO

- * Ser un proyecto pequeño, en una zona rural y despoblada.
- * No haber tenido que hacer mucha inversión inicial, porque tenían las instalaciones familiares.
- * Tratar el proyecto con mucho mimo. Han organizado visitas a su finca, como la sesión de «Los Huevos estrellados», para ver la lluvia de estrellas en verano y organizar jornadas de puertas abiertas, y la gente ha respondido muy bien.
- * Innovar en la comunicación. Tener una persona que tenga idea de comunicación ha sido fundamental.

APRENDIZAJES

- * Saber escuchar a la clientela con conciencia social y agroecológica para dar respuesta a sus inquietudes y poderle ofrecer un producto de alta calidad y con criterios de producción muy rigurosos, con el respeto por el animal, por el medio ambiente, por las relaciones sociales y por la salud.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA

IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Sus productos provienen de su ganadería vacuna ecológica de pasto libre.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Debido al manejo en extensivo de los animales, no necesitan hacer uso de energía artificial. Además, todos los residuos que generan se aprovechan después incorporándolos en las fincas.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan talleres de cocina, de juego libre y de artes experimentales trabajando el cooperativismo cultural y agroecológico, además de participar activamente en formaciones y seminarios con distintas universidades, institutos y colegios para hablar de su modelo agroecológico y sus posibilidades como modelo cultural integrado (economía social, desarrollo rural, producción ecológica...).

○ CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Además de que las vacas madre de su ganado son de raza tudanca (autóctona de Cantabria) y mestizas, en el despiece, sus criterios tienen en cuenta los distintos platos tradicionales. También participan en distintas redes de intercambio de conocimiento como la red De granja en granja.

FACTORES DE ÉXITO

- * Distinguirse de las demás iniciativas, ofreciendo un buen producto diferenciado.
- * Enseñar a través de la realidad, con unos valores de sostenibilidad y respeto al medio ambiente.
- * Fomentar la transparencia.

APRENDIZAJES

- * No tener prisa.
- * No tener miedo a ser diferentes.
- * Estudiar muy bien todas las posibilidades y tener imaginación.

DEHESA LA LEJUCA

📍 Aldueso, 39292 Campoo de Enmedio, CANTABRIA

🌐 www.lalejuca.com

✉ lalejucaganeco@gmail.com

☎ 686 994 606



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 2 personas trabajadoras

Dehesa La Lejuca nace en 2017 con la idea de redefinir una explotación ganadera tradicional, diversificar su actividad y crear un proyecto diferente en el medio rural. Además de la cría de ganado vacuno en ecológico, organizan actividades de sensibilización y participan en distintos proyectos como la cooperativa de ganaderías ecológicas de Cantabria Siete Valles de Montaña.

OBJETIVOS

- * Ofrecer un producto de calidad.
- * Dignificar el trabajo en su ganadería ecológica.
- * Compartir su forma de vida con personas alejadas del mundo rural.
- * Contribuir a generar espacios culturales en el medio rural que pongan en valor el territorio, los alimentos locales y a las personas productoras.

COFRADÍA DE PESCADORES DE GANDIA

📍 Recinto del Puerto, s/n, 46730 Grau de Gandia (València),
COMUNITAT VALENCIANA

🌐 cofradiapescadoresdegandia.com

✉ cofradiapescagandia@gmail.com

☎ 962 842 919



SECTOR Pesca · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cofradía de pescadores

PARTICIPANTES 180 personas socias y 9 trabajadoras

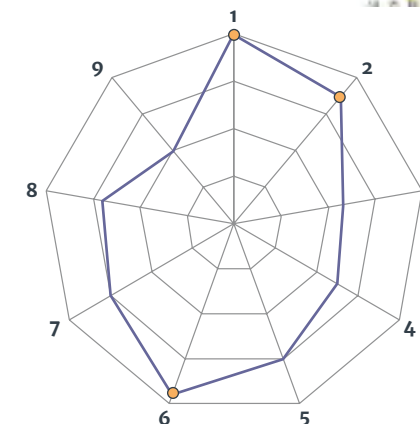
La **Cofradía de Pescadores de Gandia** es una entidad sin ánimo de lucro que vela por los intereses económicos, sociales y laborales de los pescadores y las pescadoras afiliadas. Contribuyen al desarrollo local, a la cohesión social y a la sostenibilidad del sector pesquero y proporcionan un gran apoyo en los procesos de comercialización y de ahorro en costes de producción del pescado. La cofradía se constituye a finales del siglo XIX, para actuar como un órgano de consulta y colaboración con las administraciones competentes en materia de pesca marítima y de ordenación del sector.

OBJETIVOS

- ✳ Ser un apoyo para los pescadores y pescadoras, no solo en cuestiones de organización y comercialización, sino también para abaratar costes de servicios, como el gasóleo y el hielo.
- ✳ Reciclar titulaciones, con cursos de formación en las aulas de la cofradía.
- ✳ Tramitar ayudas, subvenciones y seguridad social sin coste para las personas afiliadas.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Apoyan a pescadoras y pescadores artesanales en la producción y comercialización de distintas variedades de pescado tradicionales de la zona.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Disminuyen el desperdicio alimentario al donar el pescado sobrante a organizaciones no gubernamentales y comedores sociales locales. También se lleva a cabo una gestión de residuos, cumpliendo con la normativa medioambiental. Además, se obtiene energía renovable a partir de fuentes propias.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Se organizan talleres de sensibilización y jornadas en ferias y colegios, sobre la pesca artesanal y sus beneficios ambientales y sociales.

También se realizan recorridos turísticos, donde se explica el trabajo de la Cofradía, la pesca artesanal y sus implicaciones ambientales y sociales.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Valorar el apoyo colectivo. Gracias a la implicación de todas las personas que forman parte de la cofradía, es posible impulsar proyectos en un sector tan complicado como el pesquero.
- ✳ La planificación es clave, permite concretar en qué punto se encuentra la iniciativa y plantear alguna inversión o ahorro en el momento adecuado.

APRENDIZAJES

- ✳ Observar cómo trabajan otras iniciativas, qué tipo de experiencias tienen y las herramientas que desarrollan e implementan es importante y puede aportar un conocimiento valioso al proyecto.

Pan do Mar

PAN DO MAR

CONSERVAS ANTONIO PÉREZ LAFUENTE

📍 C/ Xunqueira, 3, 36620 Vilanova de Arousa (Pontevedra), GALIZA

🌐 www.pandomar.net

✉ ignacio.garicano@perezlafuente.com

☎ 986 554 045



SECTOR Transformación animal · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Anónima

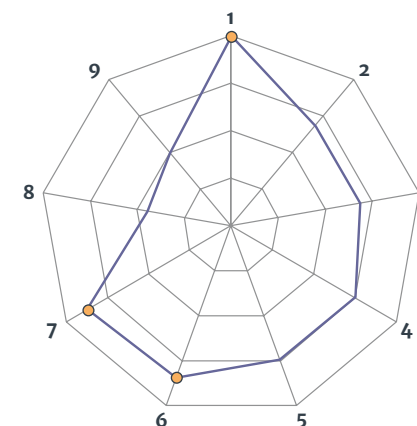
PARTICIPANTES 33 personas trabajadoras

Conservas Antonio Pérez Lafuente es una empresa familiar dedicada a la elaboración de conservas de productos del mar, obtenidos de una forma racional y sostenible, y procesados según los métodos tradicionales. La empresa abrió hace más de 100 años alrededor del negocio de los salazones. Posteriormente, evolucionó hacia el terreno de las conservas y en 2005 cambia el foco estratégico del negocio hacia la conserva ecológica elaborada con pescado proveniente de la pesca sostenible. Cubre un hueco en el mercado por ausencia de este tipo de oferta. La iniciativa tiene presencia en el mercado alemán, muy sensible y concienciado con el consumo de productos ecológicos.

OBJETIVOS

- ✳ Elaborar artesanalmente las conservas de pescado siguiendo prácticas y recetas tradicionales de la cocina local.
- ✳ Consumir un pescado procedente de pesquerías sostenibles y capturado con artes de pesca tradicionales, según los criterios de métodos de pesca selectiva y controlada.
- ✳ Utilizar ingredientes de cultivos ecológicos y biodinámicos certificados en los elaborados de pescado y mariscos.
- ✳ Cuidar el entorno para dejar a las próximas generaciones un mundo rico y variado; valorar el trabajo de empleadas/os y colaboradoras/es; y respetar a la clientela, que merece productos de la mejor calidad.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen conservas de pescado y marisco ecológicas provenientes de la pesca artesanal y de proximidad.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Elaboran las conservas a base de pescado y mariscos típicos de la región y de manera artesanal, siguiendo prácticas y recetas tradicionales de la cocina local.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Disminuyen el desperdicio alimentario y utilizan los restos de pescado para la fabricación de piensos para perros. Además, reciclan los residuos.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Valorar y respetar la propia naturaleza de los productos; de la pesca sostenible se obtiene una variedad de materia prima de alta calidad, que permite un catálogo de elaborados y aliños saludables.
- ✳ Prestar atención especial a la calidad de la materia prima, incluyendo recetas tradicionales, ha garantizado una amplia aceptación por parte de las consumidoras y los consumidores.
- ✳ Valorar los procesos de producción artesanal (realizar el limpiado, cortado y empaquetado del pescado a mano) refuerza la garantía en la calidad de los productos.

APRENDIZAJES

- ✳ Involucrarse en actividades de promoción y defensa de los productos ecológicos y sostenibles.
- ✳ Crear redes de trabajo más amplias con otros actores, como la universidad y las instituciones públicas.
- ✳ Participar en procesos sociales y políticos propicia proyectos y acciones de la propia iniciativa.



MASKILU KONTSERBERA AGROEKOLOGIKA ELKARTEA

📍 C/ Ermitabarri Auzoa, 10, 48499 Zeberio (Bizkaia), EUSKADI

🌐 www.maskilukontserbak.org

✉ info@maskilukontserbak.org

☎ 607 950 889 (Jon) • 647 602 203 (Mar)



SECTOR Transformación vegetal

FORMA JURÍDICA Asociación

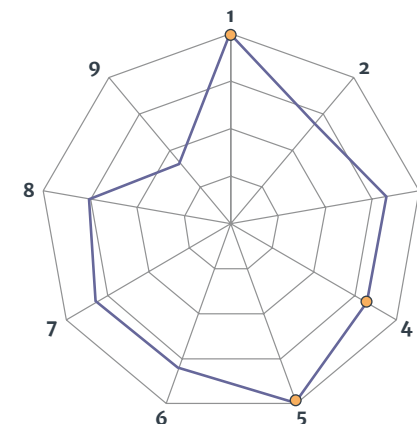
PARTICIPANTES 14 proyectos asociados

Maskilu Kontserbera Agroekologika Elkartea se inaugura en 2015, tras más de un año de encuestas a personas productoras de la zona para averiguar cuáles eran sus necesidades. Se presentó una propuesta de obrador o conservera colectiva a la convocatoria de Nekazalgunea, un proyecto público de dinamización del primer sector para mejorar recursos e infraestructuras. En Maskilu, donde participan 14 proyectos, se elaboran conservas de verdura, fruta y setas y, además, se ofrecen los servicios de la conservera a otras productoras no socias.

OBJETIVOS

- ✳ Crear una conservera colectiva, en la que participen productoras y personas que apoyan la soberanía alimentaria.
- ✳ Transformar los alimentos de las productoras desde una perspectiva agroecológica y tener un registro sanitario para diversificar sus productos.
- ✳ Recuperar y dignificar las sabidurías tradicionales.
- ✳ Dar pequeños pasos por un modelo de campesinado frente a un modelo agroindustrial.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran conservas agroecológicas con alimentos cultivados por ellas mismas de manera sostenible y en la misma zona. Cada proyecto asociado comercializa tanto sus productos como sus conservas elaboradas en el obrador colectivo.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Cada proyecto maneja su finca con prácticas agroecológicas y sostenibles, organizan talleres y participan en jornadas informativas.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva. Actividad económica sostenible.

Establecen el precio de sus productos y su trabajo, comercializan a través de canales cortos y visibilizan los valores de su actividad. Para lograr la sostenibilidad del proyecto, se ha avanzado poco a poco, sin generar deuda y con trabajo colectivo (*auzolan*) para reducir gastos.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Instalarse progresivamente y no endeudarse, buscando alternativas viables y a favor de la sostenibilidad.
- ✳ Gestionarse colectivamente, ya que requiere una gran inversión económica y de tiempo para ponerse al día de la normativa sanitaria, el trabajo administrativo...; una persona sola se desbordaría.
- ✳ Nacer a raíz de una política pública, aunque también es una debilidad frente a los cambios de gobierno.
- ✳ Crear alianzas, redes y sinergias con personas, movimientos, colectivos y sindicatos, para compartir experiencias y aprendizajes. Una red de obradores colectivos facilita el conocimiento del proceso de transformación en la industria agroalimentaria.

APRENDIZAJES

- ✳ Fortalecer las políticas públicas, para que no se desarmen tan fácilmente con los cambios políticos.
- ✳ Formar y acompañar más la faceta colectiva, para aprender a trabajar en grupo.
- ✳ Buscar alguna subvención para poder contar con una persona técnica.

BAILANDERA

📍 C/ Mayor, 23, 28720 Bustarviejo, MADRID

🌐 www.cervezabailandera.es

✉ cervezabailandera@gmail.com

☎ 653 955 164 • 910 327 045



SECTOR Transformación vegetal • Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 5 socias trabajadoras

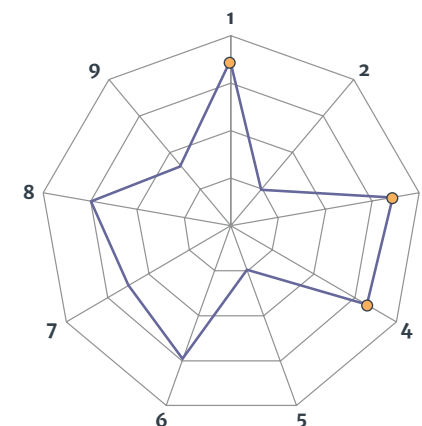
Bailandera empieza su actividad en 2015 de la mano de tres compañeras, de las cuales dos ya elaboraban cerveza casera para autoconsumo. Todas son neorrurales y, cansadas de ir a Madrid todos los días para poder vivir, decidieron poner en marcha este proyecto, constituyendo la Sociedad Cooperativa Madrileña de Cerveza Artesana de Bustarviejo. Actualmente, la cooperativa está formada por cinco mujeres. Elaboran una cerveza de calidad, genuina, con ingredientes provenientes de cultivo ecológico. Bailandera forma parte del Mercado Social de Madrid.

OBJETIVOS

- * Autoempleo.
- * Cumplir los principios de la producción y el consumo ecológico.
- * Trabajar con productos locales.
- * Establecerse como un proyecto cooperativo y horizontal, donde todas valen y cobran lo mismo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

Tienen muy en cuenta los cuidados, convocan asambleas periódicas y toman las decisiones por consenso.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran y comercializan cerveza artesana de ingredientes ecológicos.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Las cinco mujeres trabajan en la cooperativa a tiempo completo y marcan ellas mismas los precios de sus productos para poder cubrir todos los gastos.

FACTORES DE ÉXITO

- * Apostar por la horizontalidad.
- * Ser una cooperativa de mujeres.
- * Elaborar un producto ecológico.

APRENDIZAJES

- * Conviene una inversión inicial mayor, pero al principio es complicado hacer pronósticos y se avanza poco a poco.
- * Es esencial el proceso de selección de las personas participantes. Es muy importante la confianza entre ellas y que todas aporten al proyecto.
- * Contabilizar las cifras de producción y ventas para que el proyecto sea viable.
- * Es necesario un ambiente de alegría y buen humor.



CERVEZAS BORDA

📍 C/ Única s/n, 22623 Aineto (Huesca), ARAGÓN

🌐 www.cervezasborda.es

✉ tienda@cervezasborda.es

☎ 619 019 090



SECTOR Transformación vegetal · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

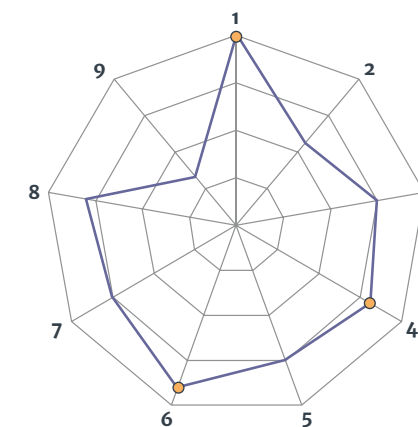
PARTICIPANTES 4 personas: 1 socio colaborador, 2 socias trabajadoras y 1 trabajador

Cervezas Borda es un proyecto de elaboración de cerveza artesana, que nace en 2016 tras la constitución de Bebidas y Maridajes de Aineto. S. Coop. Unos años antes, uno de los socios ya elaboraba cerveza artesana de manera casera. Con el tiempo, observa que puede ser un negocio y pone en marcha este proyecto, junto con otros dos socios.

OBJETIVOS

- * El objetivo principal es el autoempleo a través de la elaboración de cervezas y otras bebidas naturales a partir del saúco, y maridar ambas con ingredientes de proximidad.
- * Otra de sus inquietudes es su voluntad de trabajar en el pueblo donde viven, para ayudar en la creación de puestos de trabajo, generar arraigo y prevenir la despoblación.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran cerveza y otras bebidas artesanales y ecológicas.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Emplean todo tipo de envases reutilizables y aprovechan al máximo los desechos orgánicos que se generan en la elaboración.

● ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

Aunque aún están en proceso de conseguir que sea un proyecto sostenible económicamente, una vez al año elaboran una cerveza solidaria y donan un porcentaje a una asociación social con la que colaboran.

FACTORES DE ÉXITO

- * Tener ilusión por lo que se hace.
- * Elaborar un producto artesano y ecológico, e intentar que sea lo mejor posible.

APRENDIZAJES

- * Pensar y valorar bien las dificultades antes de empezar el proyecto.
- * Algunos aprendizajes no se obtienen hasta que el proyecto está en marcha, así que para emprender hay que lanzarse con un cierto grado de inconsciencia.

CHOCOLATES ARTESANOS ISABEL

📍 Plaza de las Escuelas, 2-3, 44550 Alcorisa (Teruel), ARAGÓN

🌐 www.chocolatesartesanosisabel.com

✉ info@chocolates.bio

☎ 978 840 711 • 605 117 652



SECTOR Transformación vegetal • Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 12 trabajadoras

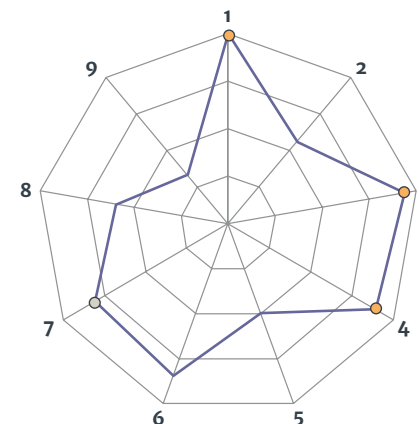
Chocolates Artesanos Isabel sale a la luz en 2013, tras varios años de experiencia de Isabel en su propio obrador-pastelería. En 2010 y 2011 es seleccionada para formar parte del Equipo de España en el Campeonato Mundial de las Artes Dulces de París, entre otros campeonatos, y durante varios años continúa su formación y aprende de otros obradores en Europa. En estas experiencias, conoce profesionales que trabajan con chocolate ecológico y ve que se puede vender fuera de España. En Chocolates Artesanos Isabel se trabaja con materias primas ecológicas y de comercio justo y con producto local. Pertenece al Mercado Social de Aragón y apoya el modelo económico de la Economía del Bien Común.

OBJETIVOS

- * Disfrutar del trabajo, creando chocolates diferentes e innovadores a partir de las mejores materias primas, para poder ofrecer un producto natural, sano y con un origen justo y ecológico.
- * Acercar el comercio justo a las personas consumidoras, para que deje de ser una opción minoritaria y difundir el uso del cacao ecológico y de calidad.
- * Lograr una rentabilidad económica que permita vivir de nuestro trabajo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran chocolates con materias primas de comercio justo y ecológico y, en la medida de lo posible, también de producción local.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral. Formas equitativas de organización interna.

Se facilita la conciliación personal y familiar a través de horarios flexibles y reducciones de jornada. Además, hay mucha comunicación interna para tomar muchas de las decisiones.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Actividad económica sostenible.

Crean empleo rural femenino y promueven la comercialización local.

○ CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Controlan el proceso de elaboración del chocolate desde la semilla del cacao, recuperando una tradición que es poco frecuente desde que apareció la agroindustria.

FACTORES DE ÉXITO

- * La elaboración de un chocolate de calidad y con buen sabor es fundamental para obtener buenas ventas.
- * La línea de chocolate de comercio justo y ecológico.
- * La creación de empleo femenino local.

APRENDIZAJES

- * Valorar desde el principio la venta de productos con marca propia.
- * Buscar ayudas al inicio para crecer más rápido.

MANOS VERDES

📍 C/ Almendralejo, 1, 37008 Salamanca, CASTILLA Y LEÓN

🌐 www.asdecoba.org/proyecto-manos-verdes/

✉ asdecoba@gmail.com

☎ 923 192 428



SECTOR Transformación vegetal · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 15 personas trabajadoras

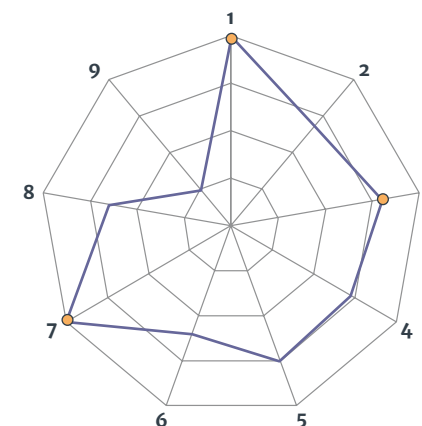
Manos Verdes es un proyecto de ASDECOBA (Asociación de Desarrollo Comunitario Buenos Aires), que trabaja en el ámbito de la exclusión social. ASDECOBA ha recuperado tierras abandonadas para la producción de verduras y hortalizas, y ofrece un espacio de trabajo a personas que pertenecen a algún colectivo en riesgo de exclusión. Manos Verdes es un centro de transformación que se encarga de producir productos transformados de manera artesanal a partir del excedente que se genera en las huertas recuperadas. El centro surge con el propósito de complementar el trabajo que realiza ASDECOBA, para atender las necesidades alimentarias de personas en situación de exclusión social y pobreza, proporcionándoles empleo en el centro de transformación y acogida.

OBJETIVOS

- * Que todas las personas puedan tener acceso a la alimentación.
- * Denunciar con hechos concretos las dificultades de acceso a la alimentación, para hacer incidencia política. Tratar de revertir el abandono de tierras y ponerlas en producción, para que todas las personas puedan acceder a una alimentación digna.
- * Trabajar la tierra, respetando los principios de la soberanía alimentaria, planteando la comercialización de cercanía y la transformación de los productos.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Transforman y envasan productos hortícolas producidos con técnicas agroecológicas.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Utilizan variedades hortícolas autóctonas de la zona para la transformación artesanal de los productos. Además, preservan y recuperan el conocimiento tradicional, al organizar encuentros con personas del pueblo que guardan las semillas tradicionales de la zona, en los que se comparten los saberes agrícolas de las personas mayores.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Dan empleo a personas que han estado en la cárcel, para apoyarles en su

reinserción laboral y social mediante el trabajo comunitario. Además, la iniciativa cuenta con guarderías infantiles para que las trabajadoras y trabajadores que tengan hijos, no tengan ningún impedimento para participar e involucrarse en las actividades.

FACTORES DE ÉXITO

- * Centrarse en las personas, el cuidado y la confianza. Esto refuerza el enfoque social del proyecto y, además, genera cohesión en el equipo de trabajo.

APRENDIZAJES

- * Realizar encuentros y crear relaciones con otros grupos es necesario para generar un aprendizaje compartido.
- * Actuar de manera autónoma e individual como iniciativa; no se puede depender de los ayuntamientos, ya que están en constante rotación y los proyectos e iniciativas pierden continuidad y no logran desarrollarse.

TERRA DE PA

📍 Archiduque Carlos, 81, 46014 València, COMUNITAT VALENCIANA

🌐 www.terradepa.com

✉ terradepa@gmail.com

☎ 654 044 901



SECTOR Transformación vegetal · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 4 personas: 3 socias trabajadoras y 1 trabajadora

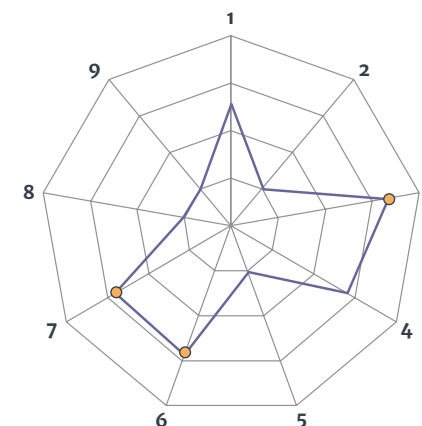
Terra de Pa es una cooperativa que hornea panes y repostería de manera artesanal a base de harinas ecológicas certificadas, mediante una fermentación con masa madre natural, utilizando recetas tradicionales y técnicas actuales. Sus tres socias fundadoras emprendieron el proyecto en el año 2016, con el objetivo de abrir un espacio de trabajo con formas de organización horizontal y justa donde se consideren los aportes de cada persona y ecuánime tanto en las cargas como en las retribuciones de trabajo.

OBJETIVOS

El objetivo de la cooperativa es dedicarse a la panadería como actividad principal, de forma que permita a sus integrantes vivir de una manera digna a medio y largo plazo, puesto que es el modo de vida que han elegido. La intención es compatibilizar un salario digno con la actividad de la panadería, disfrutando de más tiempo libre para las cuestiones personales y lograr un equilibrio entre vida y trabajo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

Establecen medidas de conciliación personal y familiar, con horarios de trabajo en función de las necesidades de las trabajadoras y trabajadores y con opción a reducción de jornada. La toma de decisiones es horizontal, participativa y asamblearia, y se basa en el consenso. La cooperativa está integrada por una mayoría de mujeres (2 de 3).

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Se implementan medidas para manejar el desperdicio alimentario. Además, se emplean circuitos cortos de comercialización; el pan y la repostería se vende en el horno de la iniciativa, restaurantes y tiendas locales. Además, gestionan el reparto mediante un servicio de transporte y distribución en bicicleta.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Elaboran recetas tradicionales y actuales, para ofrecer un surtido variado e innovador de pan y repostería. Además,

potencian la compra y uso regular de harinas de cereales tradicionales, cultivados localmente en condiciones de producción ecológica.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Empezar el proyecto a escala pequeña, sobre todo desde un contexto local. No dejarse llevar por la inquietud de alcanzar una escala mayor cuando la iniciativa apenas está comenzando.
- ✳ El compromiso del colectivo es un factor importante, es decir, marcarse como objetivo común y como misión trabajar por el funcionamiento y desarrollo de la iniciativa.
- ✳ Trabajar bajo esquemas de horizontalidad. Es importante decidir entre todas cuáles son los problemas y conflictos prioritarios y estar de acuerdo en invertir tiempo y esfuerzo en resolverlos.

APRENDIZAJES

- ✳ Dedicar más tiempo a la reflexión antes de poner en marcha la iniciativa, sobre todo en relación a la toma de decisiones, ya que hay procesos que pueden llevar a decidir precipitadamente y de manera equivocada.

LA ECOMARCA

C/ Doctor Fourquet, 17, 28012 Madrid, MADRID

www.laecomarca.org

info@laecomarca.org

626 196 853



SECTOR Distribución

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 2 personas: 1 socia trabajadora y 1 trabajadora (con apoyo de 2 compañeras de Cyclos)

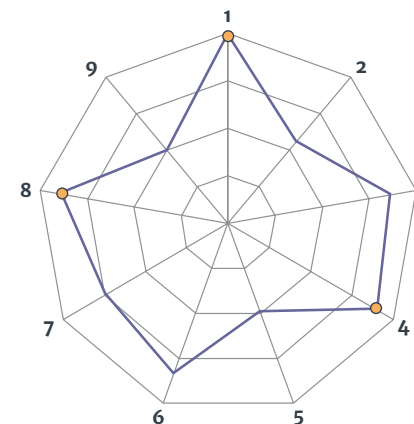
La Ecomarca es una red para la distribución de productos ecológicos a grupos de consumo dinamizada por Cyclos S. Coop. Mad., una cooperativa sin ánimo de lucro que pertenece al Mercado Social de Madrid. Las 3 personas socias participaban en un grupo de consumo y eran conscientes de las dificultades de la logística: atender a muchos pequeños proyectos de producción, no llegar a los pedidos mínimos, etc. A su vez, para los pequeños proyectos de producción era complicado dar servicio a muchos grupos de consumo, gestionar muchos repartos, buscar nuevos grupos, etc. Y por ello se puso en marcha el proyecto. Bea, que anteriormente era productora de gallinas camperas en ecológico, empezó a trabajar como repartidora cuando conoció al resto de socias. La Ecomarca se encarga de toda la logística relativa a los grupos de consumo: actualizar la oferta de productos, enviar los pedidos a los/as productores/as, gestionar los pagos y transportar la mercancía, pero mantiene el contacto entre personas consumidoras y productoras.

OBJETIVOS

- * Facilitar la logística a las productoras y a los grupos de consumo, bajo las premisas de transparencia, cooperación y el trato directo entre consumidoras y productoras.
- * Congregar mayor oferta de productos para que al grupo de consumo le llegue la cesta completa.
- * Apoyar la creación de grupos de consumo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Facilitan la logística y distribución de alimentos de cercanía y ecológicos de las mismas productoras a los grupos de consumo.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Intentan demostrar que consumir ecológico no tiene por qué ser más caro. Las antiguas cestas individuales aumentan mucho los gastos, por lo que conviene servir a granel a los grupos de consumo. El trabajo de logística y distribución supone un 15% del precio del producto, y es asumido por la persona productora, el grupo de consumo o entre ambos.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Además de participar en diferentes redes y colectivos de la economía social y solidaria, su finalidad es impulsar sinergias y fomentar la colaboración entre actores de la cadena agroalimentaria.

FACTORES DE ÉXITO

- * El trabajo duro basado en la honestidad y la transparencia.
- * Comprender tanto a las productoras como a las consumidoras.
- * Contribuir con el medio ambiente y la economía social y solidaria.

APRENDIZAJES

- * Acompañar a los nuevos grupos de consumo en el momento de su creación.

LA ENTREVERÁ

📍 C/ Carriona, 14, 16600 San Clemente (Cuenca), CASTILLA-LA MANCHA

🌐 www.laentrevera.es

✉ cooperativa@laentrevera.es

☎ 644 388 790 • 678 458 529



SECTOR Distribución

FORMA JURÍDICA Cooperativa de trabajo asociado

PARTICIPANTES 2 personas socias trabajadoras

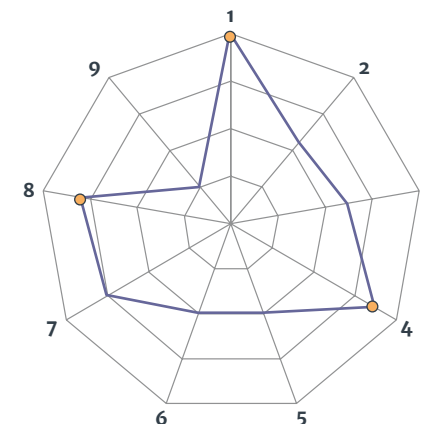
La Entreverá es una cooperativa de trabajo asociado, que se dedica a la distribución de productos ecológicos, agroecológicos y de cercanía. Nace en 2015, como respuesta al problema de dispersión de personas productoras y consumidoras de Castilla-La Mancha, que dificulta la comercialización de los productos. Los grupos de consumo de varias poblaciones pequeñas de la zona necesitan facilitar la logística en el territorio, alguien que recoja en diferentes sitios los alimentos y los reparta a los distintos grupos de consumo. Y La Entreverá asume esta función.

OBJETIVOS

- * Potenciar la producción agroecológica de la zona y el consumo directo.
- * Impulsar la distribución de productos ecológicos y agroecológicos para que sea posible el consumo y sean las mismas personas consumidoras quienes sostengan la producción local.
- * Lograr que la cooperativa sea el enlace entre esta producción y el consumo agroecológico, facilitando el acceso a los productos y el reparto.

la entreverá
Cooperativa Manchega

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Comercializan alimentos ecológicos, agroecológicos y de proximidad.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

El precio de los alimentos se calcula teniendo en cuenta los costes de producción y transformación, y se garantiza una cadena alimentaria justa y transparente. Además, tres años después de su creación, la cooperativa ha comenzado a ser económicamente sostenible, por lo que los trabajadores cuentan con contratos fijos y estables que les permiten recibir una remuneración económica de acuerdo con las labores que realizan.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

La cooperativa es un enlace entre la producción y el consumo, y apoya desde la creación de grupos de consumo hasta la logística de recogida y reparto de alimentos, lo que fomenta sinergias y la colaboración entre distintos actores de la cadena alimentaria.

FACTORES DE ÉXITO

- * Mantener la perseverancia y creer en el trabajo diario de las personas socias o trabajadoras de la iniciativa.
- * Contar con el apoyo de las personas consumidoras. Hay una cierta fidelidad y sentimiento de pertenencia al proyecto, que va más allá de lo puramente saludable.

APRENDIZAJES

- * Es importante generar alianzas y redes de apoyo entre los distintos grupos de consumo y con los y las productoras, pues facilitan una distribución más eficiente de los productos.

QUÈVIURE

C/ de Sagunt, 40-42, local 2, 08014 Barcelona, CATALUNYA

www.queviure.cat

economatcoop@gmail.com

695 518 215



SECTOR Distribución

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 5 personas trabajadoras y 13 proyectos productivos

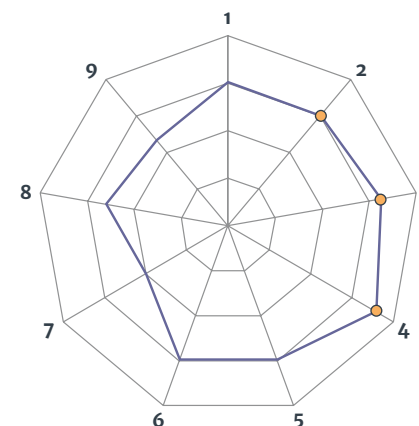
Quèviure es una cooperativa de distribución que ofrece productos ecológicos, de proximidad, y comercio justo elaborados por otras cooperativas. La iniciativa surge en el año 2013 con la intención de convertirse en un punto de encuentro entre consumidoras/es y productoras/es, y promover tanto el consumo ecológico como el trabajo de las personas productoras y elaboradoras.

OBJETIVOS

- * Romper con el concepto de intermediarios. La distribución es facilitar un punto de encuentro entre productores/as y consumidores/as.
- * Que todas las personas puedan acceder a una alimentación ecológica y de proximidad.
- * Apoyar la autoorganización y autogestión para un consumo consciente y responsable.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Los cinco contratos fijos son estables y con equidad salarial. Trabajan con precios justos, en función de los costes de producción, transformación, comercialización, distribución y administración. Su actividad económica es sostenible, con un balance económico positivo desde el tercer año. Aplican la Auditoría Social (ESS) como herramienta de evaluación.

TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

Disponen de tres mecanismos para garantizar el derecho a la autoorganización, la equidad y la democracia interna: la asamblea, el consejo rector y las comisiones de trabajo. El equipo técnico está formado mayoritariamente por mujeres, que participan en la toma de decisiones.

EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Asesoramiento de grupos y cooperativas de consumo y consumidoras. Ponen a su disposición herramientas informáticas y proporcionan asesoramiento en aspectos legales, operativos, económicos.

FACTORES DE ÉXITO

- * Las personas consumidoras asociadas son clave, dan estructura a la cooperativa, con su autogestión y disposición para adquirir productos ecológicos, de proximidad y justos.
- * Ofrecer un servicio a las entidades, cooperativas y explotaciones que les permita completar, promover, reforzar e integrar su actividad económica a través de la cooperativa.
- * Reunir a grupos que, por su tamaño, no pueden constituirse como cooperativas de consumo, pero quieren articularse en el mundo cooperativo.
- * Agrupar a productores/as y elaboradores/as a quienes, por su volumen, no les compensa constituirse comercialmente como empresa, pero quieren sacar adelante su proyecto.

APRENDIZAJES

- * Basarse en criterios medioambientales y sociales garantiza el apoyo a las pequeñas y pequeños productores, que son quienes necesitan ayuda en la distribución y comercialización de sus productos y servicios.
- * Sumar a pequeños proyectos e iniciativas y tejer con ellos redes basadas en la confianza, colaboración y corresponsabilidad en todo el territorio.

CON*SUMO CUIDADO

📍 C/ Madre Riquelme, 1, Local A2, 18002 Granada, ANDALUCÍA

🌐 www.consumocuidado.org

✉ info@consumocuidado.org

☎ 958 271 199



SECTOR Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Laboral Limitada

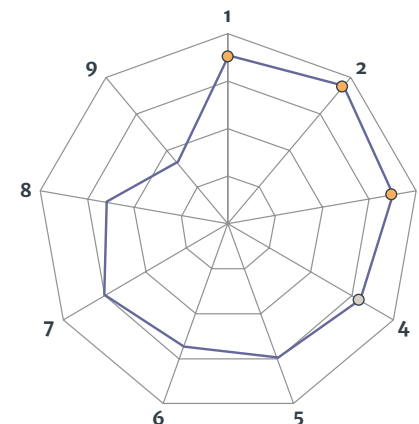
PARTICIPANTES 4 personas: 2 socias trabajadoras y 2 trabajadoras

Con*sumo cuidado es una tienda de productos ecológicos, punto de encuentro entre productores/as y consumidores/as que creen que otro mundo y otro consumo son posibles, y donde también se desarrollan actividades de sensibilización y difusión del concepto de consumo responsable. La tienda abre sus puertas en 1999, a partir de la necesidad de sus dos socias de encontrar un trabajo de acuerdo con su forma de ser y con su pensar ético, y que les permitiera desarrollarse profesionalmente. Al haber poca oferta en aquel momento en la ciudad de Granada, decidieron emprender el proyecto de una tienda de productos ecológicos.

OBJETIVOS

- ✳ Poder vivir y mantenerse del proyecto.
- ✳ Sensibilizar a la gente acerca de la importancia del consumo ético y responsable, resaltando la producción ecológica, la protección del medio ambiente y la importancia del apoyo a productores/as y agricultores/as locales.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Su objetivo es concienciar a la comunidad educativa, a las iniciativas agroalimentarias e instituciones públicas, así como a la ciudadanía en general, acerca de la importancia de consumir productos ecológicos y de los beneficios del comercio justo.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

El proyecto emplea a personas que se encontraban en paro. Las dos socias se han logrado crear un puesto de trabajo digno; además, son dos mujeres quienes están a cargo de la toma de decisiones.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Comercialización de productos ecológicos y de proximidad.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Las personas agricultoras son quienes definen el precio y si son de producción local tienen preferencia en la venta de sus productos en la tienda.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Perseverancia para lograr vivir del trabajo propio.
- ✳ Fidelización del colectivo consumidor, sensibilizados a través de las charlas y formaciones que se organizan.
- ✳ Amplio surtido de productos con buenos precios.

APRENDIZAJES

- ✳ Construir el proyecto como una forma de vida y adecuarlo a las necesidades personales de las socias.
- ✳ El equipo es clave para el mantenimiento del proyecto en momentos críticos.
- ✳ Las personas consumidoras son más que clientes. Concienciarlas es clave para lograr su fidelización.

L'ARCU LA VIEYA

📍 C/ Postigo Alto, 16, 33009 Oviedo, ASTURIAS

🌐 www.arcuvieya.org

✉ pitu@arcuvieya.org

☎ 985 217 357



SECTOR Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación cultural

PARTICIPANTES 17 personas: 16 voluntarias y 1 trabajadora

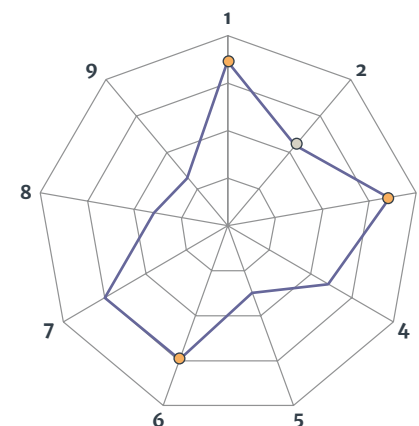
L'ARCU LA VIEYA es un proyecto asambleario y autogestionado que fomenta el comercio justo y el consumo consciente, compuesto por un local social y una tienda. El proyecto fue creado en el año 1995 por un grupo de personas que tenía interés en trabajar en la línea del comercio justo y la agroecología. Ocurrió durante los años en que la globalización se estaba estructurando, así que el proyecto les pareció una forma de hacer activismo.

OBJETIVOS

- * Ser un punto de encuentro para la realización de diversas actividades y un punto de venta de productos de comercio justo de todo el mundo y productos ecológicos y de cercanía.
- * Lograr financiar mediante la venta de productos un local social que sea un punto de encuentro para reunirse y organizar charlas, talleres, exposiciones y asambleas, y poner el local a disposición de otras asociaciones o colectivos asturianos.

L'ARCU LA VIEYA

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Comercializan productos ecológicos y agroecológicos.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Trabajan con una asociación que acoge a migrantes y personas en el paro, a quienes se invita a participar en las actividades. Además, se venden los productos de esta asociación en la tienda de la iniciativa.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

La asociación funciona como un punto de reciclaje de aceite y pan para los restaurantes de la zona. Los restos se donan a ganaderos/as y a otras iniciativas.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Se organizan talleres y charlas de sensibilización acerca de los productos ecológicos y de proximidad principalmente en colegios, institutos, centros de menores y mercados sociales.

FACTORES DE ÉXITO

- * Una manera abierta y flexible de funcionar hace que toda la gente se sienta bienvenida y cómoda. Una organización no vertical genera un ambiente de trabajo abierto y tranquilo.
- * Dar un buen trato y servicio a la clientela, incluyendo la oferta de productos de calidad, lo que garantiza la fidelización de las consumidoras y consumidores, que al final son quienes mantienen la tienda abierta.
- * Ser un punto de encuentro para que personas que no trabajan o participan en la iniciativa directamente, tengan un lugar para conocerse y convivir, lo cual le da más cohesión a la tienda al volverse un espacio de acción constante.

APRENDIZAJES

- * Trabajar en la estructura, para dar una mejor cohesión y organización a la iniciativa, lo que permite que las personas voluntarias se puedan involucrar en las tareas de una manera sencilla. Igualmente, aumenta la participación de la gente externa en las actividades y encuentros.

MERCADO MUNICIPAL

MERCADO DA TERRA DE LUGO

C/ Quiroga Ballesteros, 1, 27001 Lugo, GALIZA

mercadoterra.noblogs.org

mercadoterra@riseup.net

629 086 879



SECTOR Comercialización

FORMA JURÍDICA Sin forma jurídica

PARTICIPANTES 10 proyectos productivos

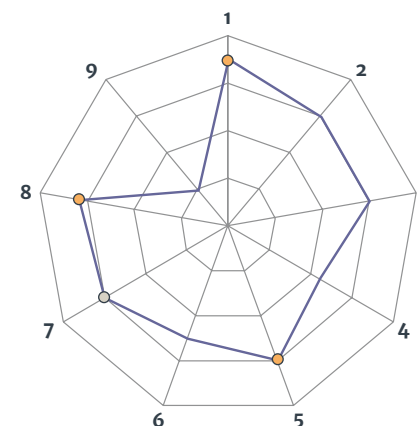
Mercado da Terra de Lugo se crea en el año 2012 a partir de una asociación de consumidores que querían integrar productos ecológicos en el mercado municipal de Lugo. Además, tenían la intención de revivir el mercado municipal para convertirlo en un espacio de venta directa, lo cual permitiría a las personas productoras de alimentos ecológicos fijar precios más justos, que cubrieran sus costes de producción y horas de trabajo. Actualmente, el Mercado da Terra de Lugo se ha convertido en un espacio activo dentro del mercado municipal, que ha logrado ser un punto de encuentro entre productoras y productores convencionales, ecológicos/as y consumidoras y consumidores locales, donde se ofrece un gran surtido de productos ecológicos.

OBJETIVOS

- * Vender productos frescos de calidad, de proximidad y de temporada.
- * Concienciar a la clientela, no solo sobre la producción en ecológico, sino también el consumo ecológico. Es necesario explicarlo para que las consumidoras aprecien el sabor y la calidad de los productos y entiendan que el precio del producto ecológico no es mucho más caro.
- * Consolidar la confianza de las personas consumidoras, para que no se dejen llevar solo por un sello, como el de productos ecológicos.
- * Trabajar con unos principios de ética y justicia, y no centrarse solo en lo ecológico.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Se comercializan productos ecológicos y de proximidad de productoras locales.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Fomentan que la producción local y ecológica consiga espacios de venta en el mercado municipal. Participan en una red con productores/as que apoyan a gente sin recursos, y les ayudan a obtener alimentos mediante trueque o moneda social.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Colaboran con los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) de Lugo en formación. Asesoran en técnicas y prácticas ecológicas a productoras que lo necesiten.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Se organizan encuentros para compartir saberes sobre plantas medicinales gallegas, dirigidos a iniciativas agroalimentarias y a la ciudadanía en general.

FACTORES DE ÉXITO

- * Contar con un grupo de personas consumidoras concienciado y constante, con confianza en los productos aunque no tengan sello ecológico.
- * Es importante proponer algo más allá de la venta; realizar otro tipo de actividades o encuentros aumenta la asistencia de gente e invita a pasar un buen rato en el mercado.
- * Ofrecer productos frescos, que es lo que principalmente busca la clientela.
- * Generar un ambiente de respeto en el equipo de trabajo, mediante procesos colectivos para aprender a cuidarse y respetarse.
- * Trabajar en equipo, incluso con las personas consumidoras. Las asambleas están abiertas a todo el mundo.

APRENDIZAJES

- * No hay que centrarse en los criterios ecológicos, sino en los procesos de transición de la práctica convencional a la ecológica.
- * No es conveniente inclinarse por un mercado ecológico, lo ideal es integrarse en un mercado convencional. En Lugo hay mucha producción local, trabajar con la gente y marcar la línea es suficiente.

MUESTRA LOCAL AGROECOLÓGICA DE ZARAGOZA

📍 Plaza del Pilar s/n, 50003 Zaragoza, ARAGÓN
 🌐 www.zaragoza.es/muestraagroecologica
 ✉ meragroecozgz@gmail.com
 ☎ 976 724 229



SECTOR Comercialización · Administración

FORMA JURÍDICA Sin forma jurídica (mercado municipal no sedentario)

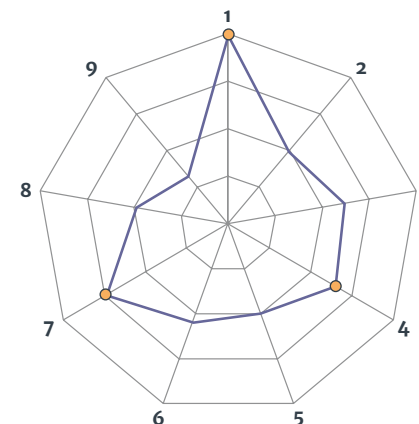
PARTICIPANTES 34 proyectos participantes y 7 técnicas de distintas entidades y departamentos del Ayuntamiento de Zaragoza

La **Muestra Local Agroecológica de Zaragoza** nace en 2009 a partir de una iniciativa del Ayuntamiento de Zaragoza en colaboración con el Comité Aragonés de Agricultura Ecológica (CAAE) y la Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA). En una reunión con más colectivos (CERAI, Slowfood, etc.), se decidió organizar la primera muestra agroecológica con varias personas productoras en ecológico de Aragón. Es un espacio de encuentro en el que se establece un contacto directo entre productores/as y consumidores/as, favoreciendo la confianza y el conocimiento mutuo. Se celebra cada sábado de 8:30 a 14:00 h, y es uno de los primeros mercados de proximidad y ecológicos del Estado español de frecuencia semanal.

OBJETIVOS

- * Dar a conocer el trabajo de las personas que se dedican a la producción ecológica y local de alimentos, a través de la venta directa de sus productos, garantizando precios justos tanto para la parte de producción como para la de consumo.
- * Apoyar a la agricultura a pequeña escala y el desarrollo del mundo rural.
- * Sensibilizar y dar a conocer la agroecología, así como conservar las tradiciones y las recetas ligadas a los productos de la tierra.
- * Acercar a la ciudadanía la realidad del medio rural y el trabajo en el campo.
- * Ampliar el conocimiento de los/las agricultores/as respecto a los gustos y exigencias de las personas consumidoras, lo que redundará en una mejor oferta de productos.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Facilitan a la población zaragozana el acceso a alimentos ecológicos y de cercanía, mediante un mercado semanal.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

El mercado es un punto de encuentro entre la producción y el consumo de alimentos donde, además, se ofrecen degustaciones de variedades tradicionales en colaboración con la Red de Semillas de Aragón.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Las personas productoras son las que ofrecen directamente los alimentos que producen, ellas mismas fijan los precios, sin intermediarios.

FACTORES DE ÉXITO

- * La oportunidad y la garantía del contacto directo. Las personas productoras son quienes disponen de un puesto en el mercado y las consumidoras pueden comprar sus productos directamente.
- * La periodicidad semanal del mercado, con una gran variedad de productos a un precio asequible, y la ubicación en el centro de la ciudad.

APRENDIZAJES

- * Que sea un mercado al aire libre y dinamizado con actividades lúdicas y de sensibilización lo hace más atractivo y ayuda a que cada vez haya una mayor sensibilidad por un consumo local y ecológico de alimentos.
- * Facilitar una mayor cohesión del grupo de personas productoras que participan en el mercado puede ayudar a la supervisión y control de las normas establecidas para un correcto funcionamiento del mismo.



APEZTEGIBERRIKO DENDA

📍 C/ La Asunción, 1, 31866 Jauntsarats, NAVARRA-NAFARROA

🌐 www.apeztegiberri.com

✉ ernaizu@gmail.com

☎ 948 503 103



SECTOR Restauración · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 16 personas: 8 socias trabajadoras y 8 trabajadoras

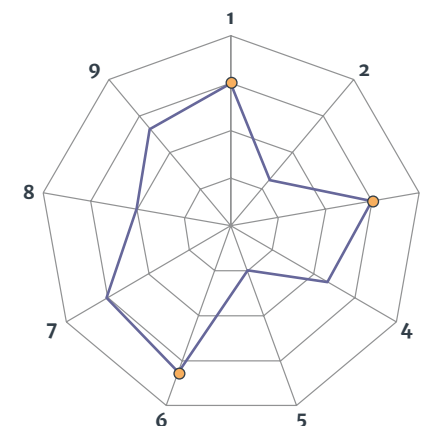
Apeztegiberriko Denda es un proyecto puesto en marcha en 2011 a través de Ernaizu S.Coop., cooperativa de iniciativa social que nace de un grupo de mujeres que buscan compatibilizar la crianza y los cuidados con lo laboral. La última tienda del pueblo había cerrado 10 años antes, y la población debía desplazarse 15 km para hacer la compra. Para hacer frente a esta situación, el Ayuntamiento de Jauntsarats decidió abrir una tienda-bar que sirviera de centro social y que fomentara la cohesión social de la gente del valle. Su gestión se sometió a subasta y la propuesta de Apeztegiberriko Denda fue la elegida. Actualmente, Ernaizu regenta la tienda-bar y una posada en Orokieta donde ofrecen comidas y alojamiento, además de actividades de escape tanto en una habitación como al aire libre por el pueblo y el valle.

OBJETIVOS

- ✳ Fijar población en el valle de Basaburua.
- ✳ Generar empleo y dar respuesta a la necesidad de servicios en la zona.
- ✳ Fomentar una serie de valores: el cuidado del medio ambiente y los recursos, el respeto a la cultura y la lengua, la cohesión social, el cooperativismo, la conciliación y el cuidado de la vida.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Se suministran los excedentes a los animales, se recicla el aceite, los envases, etc. Y, además, reciben la energía suministrada por una cooperativa energética de fuentes renovables.

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

Facilitan la compatibilidad de la vida laboral con la personal y familiar, planificando su trabajo mes a mes según las necesidades de cada una. Hay un equipo coordinador con 3 personas encargadas de la planificación anual según un plan estratégico revisado por todas donde se reparten responsabilidades.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Compran productos locales y ecológicos siempre que pueden para abastecer la tienda que gestionan y para elaborar la comida que ofrecen tanto en el bar como en el comedor de la posada.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ El capital humano, hacer equipo y la ilusión.
- ✳ La confianza, creer en el proyecto a pesar de estar en número rojos y pensar que es posible avanzar.
- ✳ Respeto propio y respeto hacia las demás.
- ✳ Equilibrio, colaboración y saber estar.
- ✳ Interacción con el territorio, el entorno y las personas de la zona. Integrarse con respeto.

APRENDIZAJES

- ✳ Se aprende haciendo, especialmente en lo práctico, en la organización del trabajo, en las cuestiones de la cooperativa, los valores, la planificación...

DEL MONTE DE TABUYO

📍 C/ El Pinar s/n, 24721 Tabuyo del Monte (León), CASTILLA Y LEÓN

🌐 www.delmontedetabuyo.com

✉ info@delmontedetabuyo.com

☎ 987 600 821 • 669 875 654



SECTOR

Restauración • Producción agrícola • Transformación • Comercialización

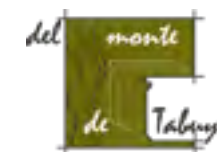
FORMA JURÍDICA Cooperativa • Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 5 personas: 4 socias trabajadoras y 1 socia fundadora colaboradora

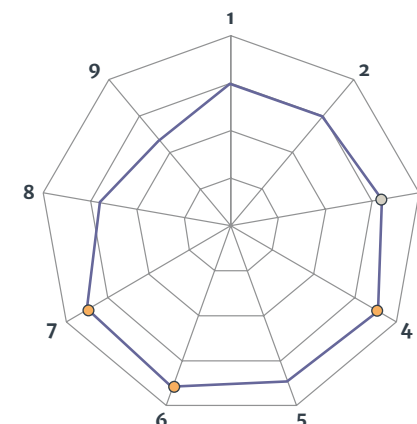
Del Monte de Tabuyo comienza su andadura en 2003 a través de EQUAL, un proyecto europeo de desarrollo rural y de igualdad durante el cual se organizaron talleres de formación para el emprendimiento de la mujer rural. En ellos participaron varias de las cinco mujeres que pondrían en marcha este proyecto de transformación agroalimentaria, con la idea inicial de elaborar conservas. Actualmente, ofrecen productos cultivados o recolectados que toman de sus tierras y transforman artesanalmente en conservas o platos de alta calidad en su restaurante.

OBJETIVOS

- * Crear sus propios puestos de trabajo.
- * Mantener un compromiso y respeto absoluto con su entorno
- * Demostrar que no hace falta irse a la ciudad ni esperar que lleguen al pueblo grandes empresas para poder emplearse, tal y como están haciendo también sus hijos e hijas.
- * Reproducir los modelos de sostenibilidad y economía social y de diversificación y viabilidad económica que hace muchas décadas habían hecho de Tabuyo del Monte uno de los pueblos más ricos de la provincia de León.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Todas las trabajadoras cuentan con contratos fijos y estables, establecen los precios de sus productos y servicios y visibilizan sus valores, promoviendo así una comercialización local, justa y colectiva.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Reducen y reaprovechan los residuos. Emplean energías renovables propias (biomasa). Comercializan sus productos a través de canales cortos, colaborando con otros colectivos e iniciativas de producción.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Recolectan productos silvestres y cultivan frutos rojos adaptados a la zona. Elaboran platos tradicionales con productos locales.

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

La toma de decisiones corre a cargo de las 5 socias. Incentivan la conciliación personal y familiar con horarios flexibles, según las necesidades de cada una.

FACTORES DE ÉXITO

- * La voluntad y la convicción.
- * La necesidad de crear un puesto de trabajo en un sitio difícil.
- * El compromiso por quedarse en su pueblo, garantizando la sostenibilidad del territorio.
- * El trabajo en cooperación y colaboración con otras profesionales del sector y otros colectivos e instituciones.
- * Tratar de demostrar que es posible otro modelo de producción, investigación y comercio desde la economía social en busca de una sociedad más justa y equilibrada por el bien común.

APRENDIZAJES

- * A través de su aprendizaje y experiencia han dado forma a un modelo que funciona y que es extrapolable y replicable.
- * La importancia del trabajo en red, que les ha ayudado a mantenerse a pesar de las dificultades.

AL-PALADAR

TAVERNA I TAKEAWAY

📍 C/ Jaume Esteve Cubells, 5, 46020 València, COMUNITAT VALENCIANA

🌐 www.al-paladar.com

✉ info@al-paladar.com

☎ 963 389 339



SECTOR Restauración

FORMA JURÍDICA Comunidad de bienes

PARTICIPANTES 7 personas: 3 socias propietarias autónomas y 4 trabajadoras

Al-Paladar es una casa de comida para llevar y restaurante, que también prepara cáterin para eventos. Nace en 2006 como casa de comidas preparadas y cáterin, con un foco en la cocina sostenible y de comercio justo, con platos tradicionales locales y multiculturales. Poco a poco han ido poniendo más énfasis en los productos agroecológicos y de proximidad. Actualmente, tienen una estrecha relación con un productor agroecológico de l'Horta de València y forman parte, entre otras, de la red de espacios gastronómicos de su barrio. Gracias al restaurante consiguen transmitir mejor los principios que hay detrás del proyecto, pues garantiza más proximidad y tiempo con la clientela.

OBJETIVOS

- ✳ Apostar por comida sostenible, de proximidad y ecológica en la medida de lo posible, manteniendo precios asequibles.
- ✳ Transmitir los valores de la cocina sostenible.
- ✳ Diversificar su negocio a través de distintas actividades en torno a la cocina: restaurante, comidas para llevar y cáterin.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA

IMPACTOS POSITIVOS

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Han colaborado con programas de empleo para hijos de migrantes con CEAR (Comisión Española de Ayuda al Refugiado). También han tratado de poner en marcha un proyecto con jóvenes de una casa de acogida y han realizado algunas formaciones puntuales de cocina para personas vulnerables. Asimismo, tienen una forma de organización interna horizontal y equitativa, mayoría de mujeres y flexibilidad para la conciliación de la vida laboral y personal.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

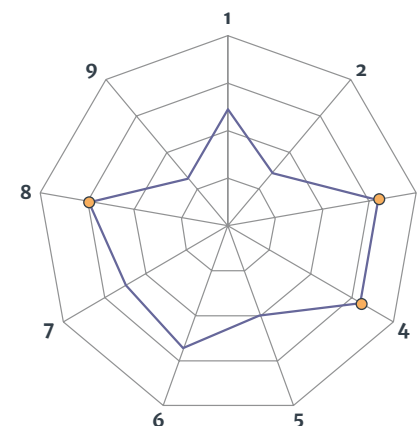
Actividad económica sostenible.

Se trata de una actividad económica sostenible, en la que ponen especial énfasis en la comercialización local y justa, incentivando la relación directa y de confianza con sus proveedores, fomentando los precios justos y visibilizando los valores que hay detrás de la comida.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en numerosas redes y proyectos colectivos, como la red de espacios gastronómicos de Benimaclet, o en



Ecomaclet. Jornadas para la Soberanía Alimentaria de Benimaclet; a la vez que fomentan sinergias entre los actores de la cadena agroalimentaria, al tener una relación directa y de confianza con las personas productoras de verduras, cervezas artesanas y vinos de proximidad.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ El esfuerzo por mantener el proyecto con un enfoque popular, económicamente asequible, dentro de lo posible. Cuando ven que tienen una gran diversidad de público, piensan que lo están haciendo bien.

APRENDIZAJES

- ✳ La relación directa con productoras les ha hecho replantear muchos aspectos de su propuesta gastronómica, aumentando la flexibilidad y cuestionando siempre los criterios de propuesta comercial que ha de tener un espacio gastronómico ecosostenible.
- ✳ La participación en las redes del barrio (Ecomaclet y red informal de los Espacios Gastronómicos) ha puesto en evidencia la necesidad de imaginar formas de apoyo mutuo.

LOS PÁJAROS ATENEO HUERTANO

📍 Carril de los Chornos, 65, 30009 Murcia, MURCIA

🌐 www.lospajaros.org

✉ lospajarosateneo@gmail.com

☎ 639 529 811



SECTOR Restauración · Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación

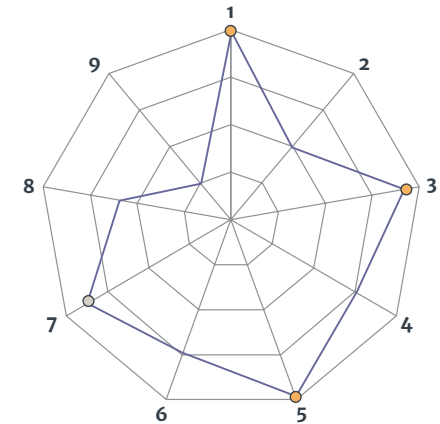
PARTICIPANTES 5 personas: 2 socias voluntarias y 3 voluntarias

Los Pájaros Ateneo Huertano es una asociación que trabaja en la promoción de la cultura, la educación, el desarrollo, y en la investigación de nuevas vías de comunicación artística. La iniciativa cuenta con un restaurante en la huerta de Murcia, donde se ofrecen platos típicos de la zona, en la medida de lo posible elaborados a base de productos ecológicos y de proximidad. Además, tienen una tienda en la que se ofrecen alimentos locales y ecológicos. La asociación nace en el año 2010 del interés de dos personas por crear en la huerta de Murcia un punto de encuentro donde compartir inquietudes por la comida típica de la zona y vender productos de agricultura ecológica y de cercanía. Un espacio para practicar otra forma de vida más sostenible y coherente con la realidad, en contraste con lo que se consume y se experimenta en restaurantes y comercios tradicionales.

OBJETIVOS

- * Lograr el autoempleo.
- * Visibilizar y revivir la huerta de Murcia, dar salida a sus productos y apoyar a pequeñas iniciativas de producción, puesto que es un lugar muy olvidado por las administraciones.
- * Hacer del espacio un punto de encuentro en el ámbito sociocultural.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

En su cocina se emplean alimentos ecológicos y locales. Además, la asociación es un punto de comercialización de productos ecológicos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Organizan cursos de formación y sensibilización acerca de la preservación de bosques, el cuidado del agua y los ecosistemas propios de la Vega del Segura.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Gracias a un convenio con una cooperativa de trabajo social, pueden organizar ciclos formativos de cocina para personas en riesgo de exclusión social.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Elaboran menús de manera tradicional con alimentos típicos de la huerta de Murcia.

FACTORES DE ÉXITO

- * El trabajo voluntario y el apoyo desinteresado de las personas implicadas.
- * La visibilidad y la capacidad de llegar a distintos tipos de público a través de las redes sociales.
- * El aspecto colaborativo del trabajo en red y el apoyo mutuo entre iniciativas y proyectos; por ejemplo, en la comercialización y en el ámbito de la economía solidaria.

APRENDIZAJES

- * Tener en cuenta la parte emprendedora y empresarial de la iniciativa; no se deben perder de vista los números.
- * Una imagen corporativa, en el sistema de mercado y competencia, ayuda a transmitir un mensaje de confianza sobre el consumo sostenible y responsable, y permite llegar a más público.

SAMBUCUS

C/ Pintor Guàrdia, 6, 08560 Manlleu (Barcelona), CATALUNYA

www.sambucus.cat

sambucus@sambucus.cat

622 918 169



SECTOR

Restauración · Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 14 personas: 4 socias trabajadoras y 10 trabajadoras de inserción

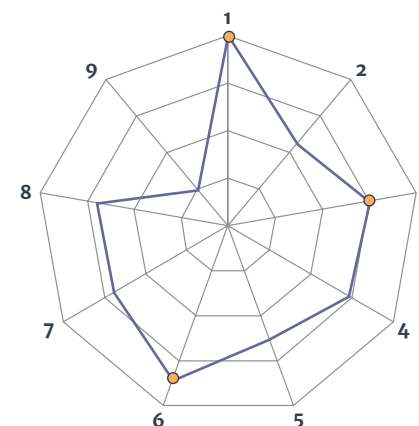
Sambucus Cooperativa es una cooperativa de trabajo asociado y empresa de inserción que nace en 2011. Las agencias de ocupación y desarrollo local observan que los cursos de inserción no dan los resultados esperados y consideran que las experiencias de prácticas deben ser más reales; por lo tanto, plantean ofrecer trabajo protegido. Varios ayuntamientos de la zona conforman un consorcio y buscan promotores para poner en marcha este proyecto. Sambucus organiza actividades productivas en el ámbito agrario y gastronómico, a través de su restaurante, el servicio de catering y el cultivo y secado de plantas aromáticas, así como mediante programas que combinan trabajo, formación y acompañamiento en los mismos ámbitos, además de cooperativismo y emprendimiento.

OBJETIVOS

Su finalidad es ofrecer oportunidades profesionales a personas con dificultades para incorporarse al mercado laboral o en riesgo de exclusión social. Se dedican a dos actividades:

- * Elaboración de comidas con productos frescos, de primera calidad, de temporada, de huerta ecológica y de proximidad.
- * Cultivo de plantas aromáticas para infusiones, siguiendo técnicas de producción ecológica y los ritmos biológicos de la tierra y técnicas de secado en un secadero solar que permite optimizar recursos y controlar el proceso para obtener productos de buena calidad.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Ofrecen menús saludables y sostenibles tanto en su restaurante como en el servicio de catering y en la producción ecológica de plantas aromáticas para infusiones.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Realizan los pedidos de materia prima de manera bastante ajustada y aprovechan los excedentes, además separan los distintos residuos para su posterior reciclado y utilizan energías renovables suministradas por cooperativas energéticas para el restaurante y las suyas propias en el secadero solar.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Se trata de una empresa de inserción sociolaboral.

FACTORES DE ÉXITO

- * La implicación de las personas socias.
- * El apoyo inicial de las personas inversoras.
- * La calidad del servicio.

APRENDIZAJES

- * Planificar mejor desde el principio el área comercial.

COMEDOR ESCOLAR CEIP ASUNCIÓN PAÑART

📍 C/ Cortes de Aragón, 3, 22330 Aínsa (Huesca), ARAGÓN

🌐 www.cpainsa.wordpress.com

✉ jlalimentarte@gmail.com

☎ 667 987 718



SECTOR Restauración colectiva
FORMA JURÍDICA Administración
PARTICIPANTES 15 personas trabajadoras

El **comedor escolar del Colegio Público Asunción Pañart** de Aínsa es una iniciativa educativa y transformadora promovida por el oficial primero de cocina José Luis Cabrero, que se incorporó al centro escolar en 2012. A su alrededor se reúnen distintas personas de la comunidad escolar para intercambiar inquietudes sobre el comedor del colegio; deciden introducir poco a poco alimentos locales y agroecológicos, y promover el comedor escolar como un espacio pedagógico sobre la alimentación.

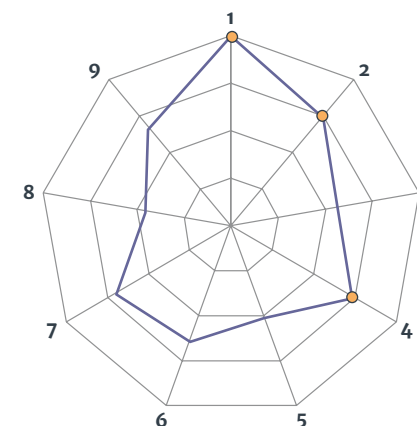
OBJETIVOS

La finalidad es transformar el comedor en un espacio educativo, donde el alumnado, además de recibir una alimentación de calidad, aprenda las consecuencias que nuestros actos tienen sobre el medio ambiente. Introducir en el menú del comedor productos ecológicos y locales trasciende el ámbito de la alimentación y ayuda a formar personas comprometidas con su entorno, con espíritu crítico y consciente.

Se persiguen los siguientes objetivos:

- * Introducir poco a poco alimentos ecológicos y locales hasta conseguir el 100 % del abastecimiento.
- * Organizar actividades educativas paralelas, dirigidas tanto a escolares como a sus familias, con el objetivo de crear un programa completo que abarque infantil y primaria, para que al terminar su formación en el centro, el alumnado haya aprendido las consecuencias del consumo ecológico y local.
- * Mantener contacto con otros centros con el mismo proyecto para aprender unos de otros y poder compartir materiales educativos e ideas.
- * Crear un huerto escolar ecológico, donde el alumnado pueda cultivar sus propias hortalizas y aprenda las diferencias entre la agricultura convencional y la ecológica.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

En el comedor se ofrecen alimentos ecológicos y de cercanía a los niños y las niñas.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Se abona el precio fijado por parte de los productores y las productoras. Se mantienen las cuotas de comedor estipuladas por la Administración.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

El mismo comedor escolar se establece como espacio pedagógico y se lleva a cabo una gran labor de difusión e intercambio de su experiencia de transición.

FACTORES DE ÉXITO

- * Implicación personal del cocinero principal.
- * Conocimiento de los derechos del alumnado en relación con el comedor escolar y exigencia de su cumplimiento.
- * La relación con las personas productoras, especialmente con las del entorno.

APRENDIZAJES

- * Lograr una mayor participación en la comunidad educativa.

DONDE COMEN LOS MONSTRUOS

Asociación Gastronómica y Cultural Como de Graná

📍 C/ El Callejón del Señor, 10, 18009 Granada, ANDALUCÍA

📱 Asociación Gastronómica y Cultural Como de Graná

✉ dondecomenlosmonstruos@gmail.com



SECTOR Restauración colectiva

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 80-100 socias y 3 personas trabajadoras

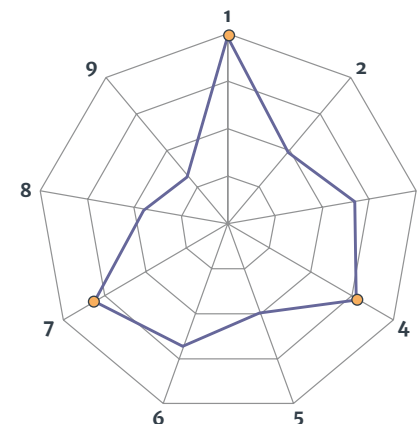
Donde comen los monstruos es un proyecto de comedor que nace en 2014 en la Asociación Gastronómica y Cultural Como de Graná, que alberga en su origen un grupo de consumo ecológico. Varias familias del grupo de consumo ponen en marcha este espacio de comedor para sus hijos e hijas, pues consideran que su alimentación empeora cuando pasan de las escuelas infantiles municipales con cocina propia e integrada en el proyecto pedagógico a colegios públicos de educación primaria con la gestión del comedor externalizada.

OBJETIVOS

El objetivo principal del proyecto es dar acceso tanto a sus hijos e hijas como a sí mismas a una comida sana, recién hecha, local, ecológica, de temporada e integrada en el proyecto educativo. El comedor es de uso exclusivo para socios y socias de la asociación. La asociación Como de Graná realiza otras actividades relacionadas con la alimentación sostenible, como la participación en el Ecomercado de Granada.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Especialmente mejora la salud de los niños, las niñas y las personas adultas que comen diariamente en el comedor.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y colectiva.

Garantizan un precio justo en toda la cadena y se mantiene la cuota del comedor igual a la de un colegio público.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Elaboración de recetas tradicionales.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Para que el proyecto funcione, ha sido imprescindible la existencia de un pequeño núcleo de personas que se dejan la piel y se comprometen a sacarlo adelante.
- ✳ Las madres y los padres que participan creen y confían en el proyecto.

APRENDIZAJES

- ✳ Ser más abiertos y proactivos en el ámbito de la comunicación, para darse mejor a conocer.

MESCLADÍS

📍 C/ dels Carders, 35, 08003 Barcelona, CATALUNYA

🌐 www.mescladis.org

✉ martinh@mescladis.org

☎ 600 252 026



SECTOR Restauración colectiva

FORMA JURÍDICA Organización sin ánimo de lucro

PARTICIPANTES 20 personas trabajadoras

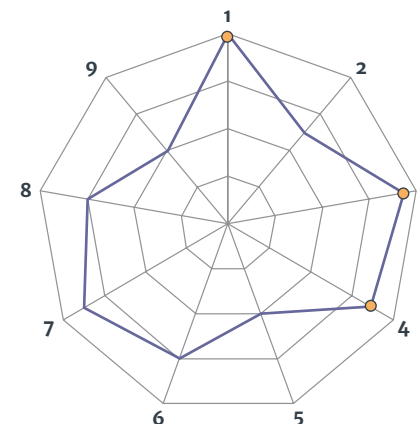
Mescladís es una entidad sin fines de lucro, que busca contribuir a la cohesión social en Barcelona a través de un espacio de acogida en temas de migración, en el que se ha creado un restaurante-escuela, donde se llevan a cabo formaciones y acompañamientos sobre cocina y gastronomía dirigidos a personas con especiales dificultades para acceder a un puesto de trabajo. Además, la iniciativa plantea proyectos de desarrollo comunitario y participa en mercados y espacios de cooperación. Mescladís nace en el año 2004, con la intención de darle un lugar a la gestión de las migraciones y todo lo relacionado con este proceso social, que continúa en el presente.

OBJETIVOS

- ✳ Gestionar la inserción laboral de personas que se encuentran en una situación migratoria irregular y sin derechos laborales.
- ✳ Plantear un desarrollo comunitario a partir de actividades educativas y de sensibilización acerca de la diversidad, la migración y la sostenibilidad.
- ✳ Promover una sociedad que impulse políticas migratorias que se fundamenten en los derechos humanos, a través de la línea de educación y sensibilización.
- ✳ Lograr sostenibilidad económica como proyecto; sostenibilidad medioambiental a través del restaurante, con productos ecológicos y de proximidad; y sostenibilidad ecoemocional para la gestión del equipo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

La iniciativa fomenta el consumo de alimentos ecológicos, agroecológicos y de proximidad: los emplea en los talleres de cocina y además son la base para la elaboración de los platos que se ofrecen en el bar-restaurante.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Incentivan la inserción laboral de personas en situación de exclusión social, específicamente de quienes se encuentran en una situación de inmigración irregular. Se ofrece formación en hostelería a alrededor de ochenta personas anualmente y se facilitan prácticas en empresas, lo que mejora el acceso al mercado laboral y la regularización de su situación migratoria.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Las personas contratadas cuentan con contratos fijos y estables. El proyecto goza de una sostenibilidad económica, con un balance económico positivo durante los últimos ocho años; sus principales fuentes de ingresos son el bar-restaurante, el cáterin y los talleres. Además, reciben subvenciones de la Diputació de Barcelona, el

Ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat de Catalunya. La iniciativa beneficia la economía local del territorio mediante el consumo de alimentos de productores y productoras locales.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ El trabajo en red permite crear alianzas con otras entidades para desarrollar y reforzar los proyectos de la iniciativa.
- ✳ Creer en el proyecto desde el principio es esencial para estructurar las bases y los objetivos de las acciones.
- ✳ Adquirir un compromiso por la transformación social da identidad a la iniciativa y permite generar un impacto en la sociedad.

APRENDIZAJES

- ✳ Empezar a construir la iniciativa desde una escala pequeña, definiendo los límites y el alcance real que se puede llegar a tener. Si se intenta abarcar demasiado o se tienen expectativas e inquietudes muy variadas, se pierde el objetivo y la identidad y, por tanto, la claridad de las aspiraciones de la organización.



BIOTRÈMOL

📍 Av. Sevilla, 10, 03690 Sant Vicent del Raspeig (Alacant),
 COMUNITAT VALENCIANA
 🌐 www.biotremol.com
 ✉ administracion@biotremol.org
 ☎ 658 911 574



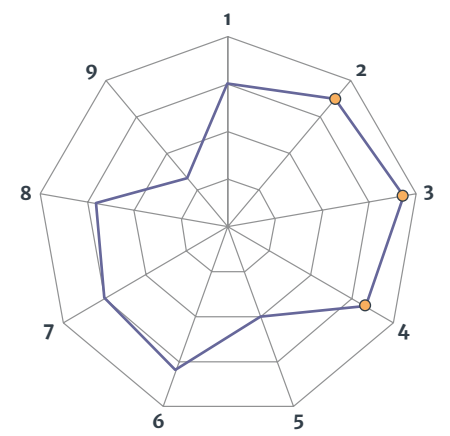
SECTOR Consumo · Comercialización
FORMA JURÍDICA Cooperativa
PARTICIPANTES 12 personas socias trabajadoras

Biotrèmol es una cooperativa que comercializa productos ecológicos, de proximidad y de pequeña producción, a través de sus tres tiendas ubicadas en Alacant (San Vicent del Raspeig y La Foia) y Murcia (Yecla). Se creó en 2013, en torno a un grupo de consumo que había llegado a alcanzar alrededor de 200 socias y socios, y decidió cambiar de modelo organizativo y establecerse como una cooperativa con personal contratado para la gestión.

OBJETIVOS

- ✳ Respetar el medio ambiente.
- ✳ Recuperar el tejido productivo local y reactivar la economía del territorio.
- ✳ Apoyar la economía familiar y de cooperación.
- ✳ Permanecer en la lucha por la soberanía alimentaria y por el consumo de alimentos de proximidad.
- ✳ Tener una cooperativa económicamente sostenible, para asegurar la estabilidad de la organización.
- ✳ Contar con el apoyo económico y social de la gente asociada.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● **TRABAJO**
Formas equitativas de organización interna.
 Establecen medidas para conciliar el trabajo con otras necesidades: horarios flexibles, teletrabajo y reducción de jornada. Implementan sistemas de participación equitativos para la toma de decisiones, donde las personas socias y colaboradoras tienen mucha importancia y hay una alta presencia de mujeres.

● **EDUCACIÓN**
Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.
 Participan en jornadas en el ámbito estatal y en la Comunitat Valenciana. Organizan formaciones y asesoran a iniciativas de consumo, como el colectivo Som Alimentació. Comparten su experiencia con otros colectivos: sus criterios de consumo responsable ligados a la soberanía alimentaria, su esquema de gestión para favorecer la economía local, y su modelo horizontal de decisión.

● **ECONOMÍA**
Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.
 La mayoría de los contratos son fijos, estables y en equidad salarial.
Comercialización local, justa y colectiva.
 Los precios que reciben los/as productores/as se fijan según sus costes; se establece un precio por familia consumidora, que depende de su implicación monetaria y administrativa en la cooperativa.

Actividad económica sostenible.
 Las tiendas constituyen la fuente de ingresos del proyecto, que cuenta con un balance económico positivo desde el cuarto año de su creación. Realizan la auditoría social y forman parte de REAS.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Ofrecer frutas y verduras frescas y de calidad a un precio razonable; la clientela está satisfecha con sus cestas completas de productos variados.
- ✳ Crear un espacio agradable de consumo con un trato diferente al de un supermercado, donde haya calma y se disfrute de hacer la compra.
- ✳ El activismo ha sido clave para que la cooperativa exista. La implicación de las personas consumidoras en lo económico y en la gestión ha permitido que un grupo de consumo evolucione a un modelo más desarrollado y sostenible económicamente.

APRENDIZAJES

- ✳ No ser tan exigentes en cuanto al tema del compromiso y el activismo, sobre todo al principio. Es importante mantener el interés aunque aún no se impliquen demasiado por cuestiones monetarias o de tiempo.
- ✳ Mejorar los sistemas de comunicación interna, para cumplir de manera eficiente las tareas y objetivos.

LA COLMENA QUE DICE SÍ

📍 C/ Colegiata 9, 28012 Madrid
(presente en varias ciudades del territorio español)

🌐 lacolmenaquedicesi.es

✉ anna@lcqds.es

☎ 911 878 168



SECTOR Consumo

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 5 personas trabajadoras

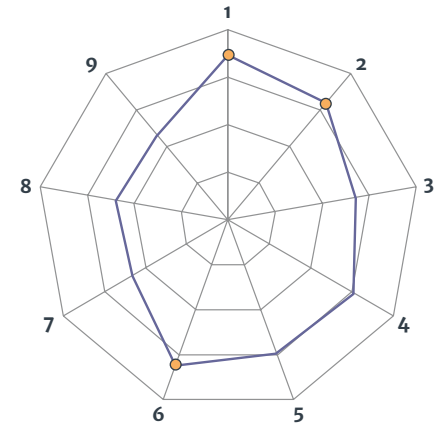
¡La Colmena Que Dice Sí! es una iniciativa de fomento del consumo local que conecta consumidores/as y productores/as ecológicos y de proximidad mediante una plataforma online. Las personas consumidoras realizan su pedido a través de esta plataforma y van a recogerlo a un punto de distribución en su barrio. A este tipo de modelo se le llama «colmena», pequeños grupos de consumo vecinales con una persona responsable al frente que, junto con las productoras, organiza la infraestructura (organización de ventas en línea, organización del día de distribución, comunicación) para llevar a cada barrio alimentos de proximidad. El proyecto original nace en Francia en 2011 y se expande a España en junio de 2014. Actualmente en España hay más de 120 colmenas creadas.

OBJETIVOS

El objetivo principal es conectar a productoras y productores de alimentos locales con las consumidoras y los consumidores, para asegurarles una alimentación sana a base de productos ecológicos y de proximidad.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Apoya la distribución y el consumo de alimentos ecológicos y de proximidad mediante el establecimiento de colmenas dentro de ciudades, lo que mejora el acceso a alimentos saludables.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Se realizan talleres de sensibilización y campañas de comunicación sobre alimentación sostenible a los consumidores en general. Tiene un impacto importante en la sensibilización de personas no militantes, gente de barrio, interesada en comer mejor. También se realiza asesoramiento a pequeñas productoras y productores para que se unan y participen en una colmena.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

El objetivo principal es generar puntos de encuentro entre productores/as

y consumidores/as, fomentando los canales cortos de comercialización. Se trabaja por reducir los residuos, sobre todo el plástico y disminuir el desperdicio alimentario. En algunas colmenas se fomenta que los productores compartan vehículo para la distribución.

FACTORES DE ÉXITO

- * Utilizar la tecnología como un canal para unir a las productoras y los productores locales con las consumidoras y los consumidores que tienen inquietud por una alimentación sana.
- * Estudiar los productos demandados. Estas recomendaciones orientan a la persona que gestiona la búsqueda de los productos adecuados.

APRENDIZAJES

- * Trabajar con base en una economía colaborativa, que permita desarrollar una red de proyectos, como las colmenas. Hay que procurar que la red no se apropie de los proyectos de cada territorio, sino dejar que cada colmena tenga su crecimiento y desarrollo de manera individual y autónoma.

CONSUMO CONSCIENTE ÁRBORE

📍 Rúa López Mora, 30 bajo, 36211 Vigo (Pontevedra), GALIZA

🌐 www.arbore.org

✉ info@arbore.org

☎ 986 233 497



SECTOR Consumo

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 350 personas socias consumidoras y 5 socias trabajadoras

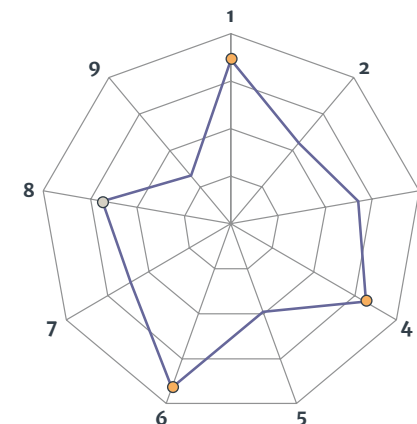
Consumo Consciente Árbore SCG nace en 2001, en torno a un grupo de consumo creado unos 3 años antes con la intención de salvar la dificultad de acceso al producto ecológico y local. El grupo de consumo evolucionó a cooperativa de consumo y actualmente cuenta con una tienda en Vigo en la que se ofrecen diferentes productos, muchos de ellos a granel para evitar el uso de envases. Sus principios son el consumo consciente, la economía social, el comercio justo, la soberanía alimentaria, la participación, los circuitos cortos y las redes alternativas.

OBJETIVOS

- ✳ La asociación de personas consumidoras con acceso a productos ecológicos que tengan una mejor relación calidad-precio y como parte de un proyecto enmarcado en los principios de economía social y solidaria.
- ✳ La búsqueda de bienes de consumo para socios/as y no socios/as que cumplan criterios de respeto ambiental, animal, social y económico.
- ✳ La defensa de los derechos económicos, sociales y culturales de la ciudadanía, en particular, el derecho humano a una alimentación libre, regular, adecuada y suficiente.
- ✳ La promoción y divulgación del cooperativismo y sus valores.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Se ajustan muy bien los pedidos a la demanda, aprovechando lo que no se puede vender y compostando los restos de materia orgánica.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Facilitan el acceso a alimentos agroecológicos y lo más locales posible a toda la población.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Garantía de precios justos y márgenes fijos según la procedencia del producto. Las personas productoras son quienes establecen el precio de sus productos.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participación en redes y apoyo a otros proyectos colectivos. Implicación activa de socias/os en distintas entidades y redes de economía social y solidaria principalmente.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ La diferenciación: trabajan de forma muy consciente con el producto local, buscando las mejores alternativas, con finanzas éticas, etc.
- ✳ La profesionalización en la gestión, atención a socias y socios, etc.

APRENDIZAJES

- ✳ Cuidado de las personas socias, tanto trabajadoras como consumidoras, para prevenir el desgaste personal, que suele causar abandonos.
- ✳ Aspectos prácticos sobre la gestión de la cooperativa y la tienda.
- ✳ Procesos de reflexión y toma de decisiones transparentes y horizontales, y con la participación de los distintos niveles de decisión: trabajadoras, consejo rector, asamblea. Fortalecer la participación siempre es un reto en los órganos de gobernanza formados por personas voluntarias.



SUBBÉTICA ECOLÓGICA

📍 C/ Puente Mojardín, 19, 14940 Cabra (Córdoba), ANDALUCÍA

🌐 www.subbeticaecologica.com

✉ info@subbeticaecologica.com

☎ 693 593 002



SECTOR Consumo • Producción agrícola y ganadera • Distribución • Comercialización • Organización

FORMA JURÍDICA Asociación

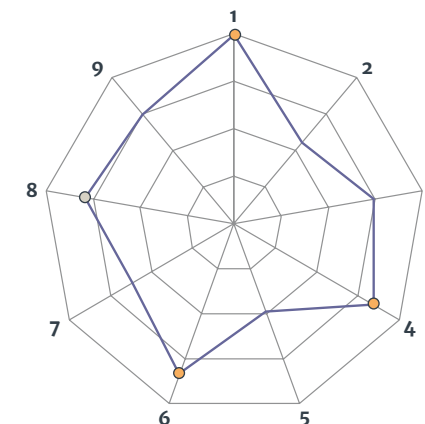
PARTICIPANTES Aprox. 500 socias: 400 familias consumidoras, 50 entidades consumidoras, 45 productoras y 4 trabajadoras.

Subbética Ecológica es una asociación nacida en el sur de la provincia de Córdoba en el año 2009, en torno a un grupo de agricultores y agricultoras de la zona de Cabra que tras un curso de formación empezaron a transformar sus huertas con el apoyo de personas consumidoras. La asociación agrupa a personas que se dedican a la producción ecológica y a consumidoras que les respaldan, con la intención de promover la producción y el consumo ecológico y local.

OBJETIVOS

- * Promover la producción y el consumo ecológico y local.
- * Actuar bajo sus principios: salud, cooperación, ecología, confianza, precios estables, justos, dignos y no especulativos.
- * Hacer realidad un modelo alternativo de producción y consumo ecológico en el corazón de Andalucía.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Facilitan el acceso a alimentos locales y agroecológicos a las personas y entidades asociadas.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Distribuyen toda la producción en canales cortos de comercialización y de forma cercana.

● ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

Incentivan la dignificación del trabajo en el campo y de las personas trabajadoras. El trabajo voluntario de los socios y socias es de especial relevancia.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Además de participar activamente en distintas redes, son un ejemplo de cooperación entre iniciativas de producción,

comercialización y consumo, pues todos los establecimientos (tiendas, restaurantes...) a los que abastece son socios de la organización y, a la vez, forman parte del grupo de personas consumidoras.

FACTORES DE ÉXITO

- * Transparencia y confianza, fundamentalmente.
- * Agrupación de las distintas iniciativas de la cadena agroalimentaria, para facilitar la comercialización entre ellas.
- * El apoyo y trabajo altruista de muchas de las personas asociadas.

APRENDIZAJES

- * Avanzar despacio pero con ritmo suficiente.

GANADERAS EN RED

- 📍 Estado español
- 📘 Ganaderas en red
- ✉ ganaderasenred2@gmail.com
- ☎ 686 923 140



SECTOR Organización · Producción ganadera
FORMA JURÍDICA Sin forma jurídica
PARTICIPANTES 150 ganaderas

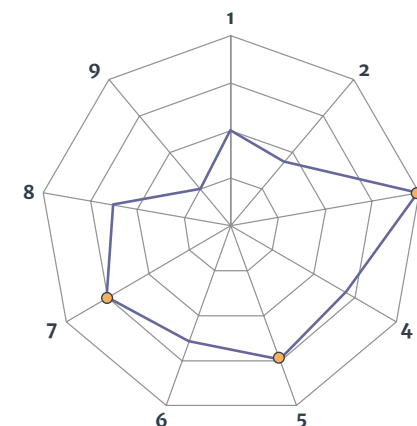
Ganaderas en Red surge en 2015 por el impulso de un grupo de mujeres ganaderas y un grupo de apoyo perteneciente a la Fundación Entretantos. En 2016 se organizó un encuentro en Madrid al que asistieron 20 ganaderas y ahí nació la intención de dar forma a esta red. Ganaderas en Red, hoy en día, es un colectivo de unas 150 mujeres profesionales dedicadas a la ganadería extensiva y al pastoreo que se apoyan mutuamente tanto en lo personal, como en lo laboral, intercambian experiencias y conocimientos sobre los distintos manejos y visibilizan su actividad y el gran papel que hacen como mujeres ganaderas rurales.

OBJETIVOS

- * Ser una red de apoyo de mujeres pastoras y ganaderas en extensivo o semiextensivo.
- * Visibilizar y compartir sus problemas como mujeres ganaderas, además de difundir su labor.
- * Conseguir que su voz se oiga y comunicar a la administración los problemas existentes en torno a la ganadería y el papel de la mujer rural.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.
Toman las decisiones entre todas y han conformado grupos de trabajo para cuestiones más específicas.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Todas se dedican a la ganadería extensiva o al pastoreo, haciendo uso de técnicas que respetan el entorno, además de generar espacios donde compartir conocimiento y formarse entre ellas en los distintos tipos de manejo.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

La mayoría trabajan con razas tradicionales o autóctonas en sus rebaños y algunas elaboran quesos, embutidos y otros productos de manera artesanal.

FACTORES DE ÉXITO

- * El apoyo mutuo.
- * La confianza que se genera sin conocerse previamente.
- * No mirar por la ganancia individual, sino por la colectiva.
- * Mostrar su trabajo de manera natural.

APRENDIZAJES

- * Más organización desde el principio.
- * Ir avanzando poco a poco, aprendiendo de lo que va ocurriendo.



GERMINANDO

📍 Calle del Tribulete, 25, 28012 Madrid, MADRID

🌐 www.germinando.es

✉ germinando@germinando.es

☎ 696 193 527



SECTOR Organización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

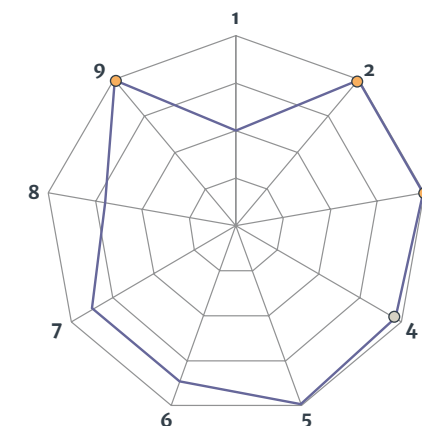
PARTICIPANTES 12 personas: 6 socias trabajadoras y 6 trabajadoras fijas

Germinando es una cooperativa de iniciativa social, formada por un equipo de mujeres profesionales en el ámbito del medio ambiente y de la educación. La cooperativa ofrece un servicio de calidad de formación, asesoría y asistencia, huertos educativos, y proyectos de emprendimiento con un enfoque agroecológico. Germinando fue creada en el año 2006 por sus socias fundadoras, quienes buscaban generar un puesto de trabajo digno y que les permitiese desarrollar sus inquietudes de manera completa.

OBJETIVOS

- ✳ Facilitar la búsqueda de respuestas a las necesidades de instituciones públicas y privadas, asociaciones y particulares en el área social y ambiental desde una visión integral y transformadora.
- ✳ Romper con la lógica empresarial de búsqueda del mayor beneficio, lo que posibilita mejorar las condiciones laborales y el desarrollo de las áreas sin dejar de cumplir con el compromiso de la cooperativa.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Imparten cursos sobre agroecología dirigidos a la ciudadanía en general, la comunidad educativa, iniciativas agroalimentarias e instituciones públicas.

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

Las trabajadoras tienen horarios flexibles para poder conciliar el trabajo con los cuidados. Los horarios se definen de acuerdo con sus necesidades y se fomenta el teletrabajo. Han elaborado herramientas de gestión, como una tabla de horas, que les ayuda a cuantificar el trabajo.

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Asesoran al Ayuntamiento de Madrid sobre la aplicación del Pacto de Milán, específicamente en relación con la compra pública y los comedores colectivos.

● ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

La cooperativa se ha mantenido económicamente estable desde su creación, lo

cual le ha permitido reinvertir los beneficios en sus propios proyectos. Además, hacen uso de moneda social y utilizan la Auditoría Social de REAS como herramienta de evaluación social y económica de la iniciativa en su totalidad.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Claridad en los objetivos desde el principio.
- ✳ Defensa de los cuidados en el centro del trabajo, incluyendo los cuidados hacia las integrantes de la cooperativa, las personas del exterior y el medio ambiente.

APRENDIZAJES

- ✳ La importancia de la planificación, la visión estratégica y el cuidado del equipo.
- ✳ La gestión del estrés y los roles de las personas son claves para poder avanzar profesionalmente. Por ejemplo, el trabajo anual de una terapeuta con el equipo ha sido fundamental.
- ✳ El valor añadido de trabajar bajo los principios de la Economía Social y Solidaria y de ser una organización formada por mujeres.

ESPIGOLADORS

📍 C/ Trafalgar, 25, 08010 Barcelona, CATALUNYA

🌐 www.espigoladors.cat

✉ info@espigoladors.com

☎ 609 618 047 • 644 880 747



SECTOR Organización • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Fundación

PARTICIPANTES 15 personas trabajadoras

Espigoladors es una organización sin ánimo de lucro que lucha contra el despilfarro alimentario, a la vez que empodera a personas en riesgo de exclusión social de una manera transformadora, participativa, inclusiva y sostenible. La organización surge en 2014, para luchar contra el desperdicio de alimentos, pero también para romper con el modelo asistencialista de donación de alimentos. Su modelo de negocio busca un enfoque empresarial sostenible.

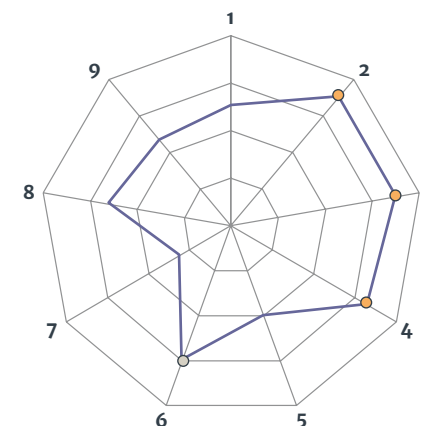
OBJETIVOS

- * Reducir el despilfarro alimentario, recuperando frutas y verduras que han sido descartadas, ya sea por un descenso en las ventas, por sobreproducción o por cuestiones estéticas.
- * Ayudar a combatir el déficit alimentario, a través de la recuperación y transformación de frutas y verduras «feas», dando acceso a una alimentación saludable y equilibrada a personas que viven en una situación vulnerable.
- * Sensibilizar a la sociedad, crear conciencia de la importancia de disfrutar de una alimentación saludable y fomentar un cambio hacia nuevos hábitos de consumo.
- * Generar oportunidades, impulsando un sentimiento de identidad, pertenencia y utilidad.



espigoladors

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan talleres de sensibilización a jóvenes y niñas/os como herramienta clave para proponer soluciones al despilfarro alimentario, convirtiéndolos en agentes de cambio social.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Cuentan con cinco personas contratadas que pertenecen a un grupo vulnerable y reciben formación como ayudantes de cocina, para mejorar su acceso al mercado laboral.

● ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

Han logrado un balance económico positivo a los cinco años de su creación; reciben ingresos por la venta de sus productos y servicios, y obtienen apoyo mediante subvenciones.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Su objetivo principal es la disminución y revalorización del desperdicio alimentario. Reducen los residuos orgánicos mediante la recolección de frutas y verduras

sobrantes. Además, cuentan con una cocina como laboratorio de innovación del despilfarro alimentario donde se transforman frutas y verduras que comercializan en canales cortos.

FACTORES DE ÉXITO

- * Ser capaces de crear alianzas con todas las personas que participan en la cadena alimentaria, que son quienes valoran el potencial del proyecto.
- * Formar un grupo de emprendedores y emprendedoras que crean en la idea y la hagan crecer de manera apasionada, pero también con sentido común y con visión.
- * Tener en cuenta que hay pasos que se deben seguir y fases que hay que ir escalando, para determinar si es posible seguir avanzando o conviene detenerse.

APRENDIZAJES

- * Empezar con una prueba piloto con los mínimos recursos posibles, para ver si el proyecto puede funcionar de verdad.
- * Contar con personas enfocadas en la iniciativa, que dediquen todo el esfuerzo posible para comprobar la realidad de su potencial.



DIMENSIÓN AMBIENTAL

CALMACHICA ECOGRANJA

📍 Punta Ballota, Tagle, 39360 Suances, CANTABRIA

📘 CalmaChicha

✉ fercalsanchez@yahoo.es

☎ 608 399 622



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 2 personas: 1 socio trabajador autónomo y 1 socia no trabajadora

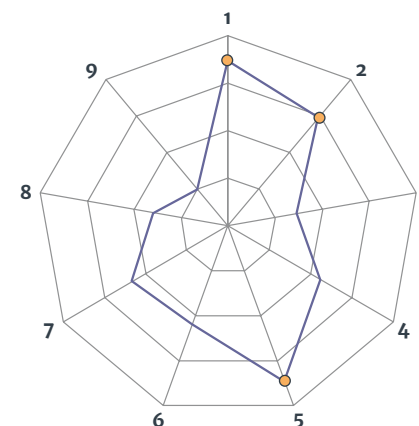
CalmaChicha Ecogranja es una iniciativa de producción de verduras ecológicas, creada por Fernando Calvo en 2012, después de estudiar un ciclo de FP de Técnico en Producción Agroecológica, en Heras (Cantabria). Buscó tierra en su zona y tras barajar distintas opciones de producción (ovejas, gallinas), se decidió por la horticultura con venta directa. Actualmente, cuenta con 8.000 m² de finca, con unos 500 m² bajo plástico. Cultiva, entre otras verduras, el tomate de Tagle, muy valorado en la zona. Es el único productor ecológico y en canal corto en su territorio más cercano. Ha colaborado con la Red Terrae y gracias a ello ha firmado un acuerdo con un restaurante de la zona.

OBJETIVOS

Su objetivo principal es poder tener un medio de vida digno y fijarse metas a largo plazo, para ir creciendo poco a poco.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplea técnicas que conservan y favorecen la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y el aumento de la biodiversidad natural. Realiza formaciones sobre estas técnicas de conservación de los recursos naturales.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Produce verduras ecológicas y las comercializa en canales de proximidad.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Tiene alumnos en prácticas del módulo de FP de agroecología y a menudo organiza charlas y cursos sobre su experiencia tanto a la comunidad educativa como en eventos del ayuntamiento.

FACTORES DE ÉXITO

- * Constancia y perseverancia.
- * Amabilidad en el trato con la gente.
- * Diversificar la producción: si va mal un producto, con otros irá mejor.

APRENDIZAJES

- * Al inicio, es importante elegir con seguridad las inversiones para no malgastar.
- * Conviene realizar prácticas con otro productor del mismo sector y con más experiencia.

RIET VELL

📍 Ctra. Amposta, Urbanización Eucaliptus Km 18,5
43870 Amposta (Tarragona), CATALUNYA

🌐 www.rietvell.com

✉ info@rietvell.com

☎ 678 757 619



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Anónima

PARTICIPANTES 7 personas trabajadoras

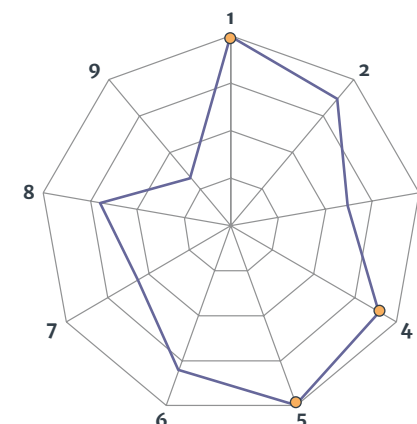
Riet Vell es una empresa creada por SEO/BirdLife en 2001, a raíz de un proyecto LIFE ejecutado en el delta del Ebro para evaluar la viabilidad del cultivo ecológico del arroz. Contó con la implicación de numerosas personas socias y de otras ONG ambientales para adquirir una finca de 52 ha, de las cuales 10 se dedicaron a la conservación de un humedal y el resto a emprender una explotación de arroz ecológico. Uno año más tarde, empiezan a comercializar su propia marca y en 2002 añaden a su oferta pasta elaborada por una empresa de trigo ecológico del Valle del Ebro, del entorno de Belchite y los Monegros (Zaragoza). En 2015, emprenden la comercialización de legumbre ecológica de Castilla-La Mancha en colaboración con la Fundación Global Nature. En la finca del delta del Ebro se desarrolla un programa de voluntariado y numerosas actividades de educación y sensibilización ambiental. Además, Riet Vell forma parte del Mercado Social de Aragón.

OBJETIVOS

- * Trabajar por una agricultura viable que contribuya a la conservación de especies y hábitats amenazados en espacios naturales sumamente valiosos como los humedales o las zonas esteparias.
- * Ofrecer alimentos saludables y sabrosos, procedentes de cultivos integrados plenamente en el concepto de la agroecología y producidos en áreas de gran valor ambiental.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Dedican un 20% de la superficie de la finca a la conservación de un humedal. Además, practican la agricultura ecológica y el empleo de técnicas como el fangueo de la paja para incorporarla al suelo. Además, organizan un gran número de actividades de sensibilización y divulgación al respecto.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Comercializan arroz, pastas y legumbres ecológicas procedentes de zonas de gran valor ambiental de Catalunya, Aragón y Castilla-La Mancha.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Actividad económica sostenible.

Fijan los precios de sus productos según los costes y los ajustan en función

del volumen de compra y la fidelidad. En 2015 consiguieron estabilizar el balance económico, por lo que se considera una actividad económica sostenible.

FACTORES DE ÉXITO

- * La experiencia y trayectoria previas.
- * La flexibilidad y el compromiso de las personas socias, cuya prioridad no es el beneficio económico.
- * La mayor demanda de producto ecológico; hay más conciencia y sensibilidad hacia otros valores más allá del precio.

APRENDIZAJES

- * Tener humildad, más conciencia y conocimiento del sector cuando aún no se tiene experiencia.
- * Ser cautos para no depender de las subvenciones.
- * Mantener la coherencia, crear una marca propia y basar en ella la comercialización.
- * Implicar a las personas que trabajan la tierra para que formen parte del proyecto.

LA ALMAJARA DEL SUR

📍 Finca Los Villares s/n, 30189 El Chaparral, Cehegín, MURCIA

🌐 www.lalmajaradelsur.es

✉ info@lalmajaradelsur.es

☎ 630 803 225



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 6 personas trabajadoras

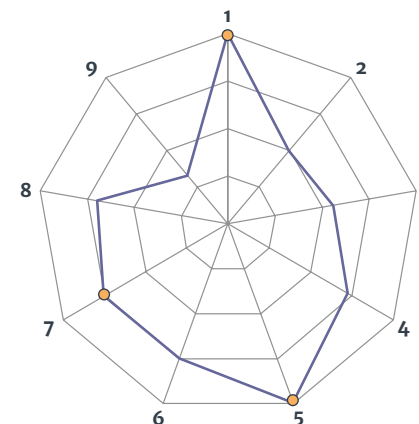
La Almajara del Sur es una empresa que nace en 2013, tras 5 años de participación en la Red Murciana de Semillas fomentando el uso de variedades tradicionales. Antes de poner en marcha la empresa, empezaron haciendo pruebas en un vivero y después, en 2011, la Universidad de Murcia les cede el uso de un invernadero para trabajar con el banco de semillas de la Universidad y elaborar caracterizaciones de las distintas variedades. Entre 2012 y 2013 montan su propio vivero y se dan de alta como multiplicadores de material vegetal. Hoy en día, el vivero está cerrado, pero continúan la actividad de multiplicación de variedades locales para la venta tanto de semillas como de verduras y hortalizas, además de ofrecer servicios de jardinería ecológica.

OBJETIVOS

- * Autoempleo.
- * Proporcionar el primer plantero ecológico de la zona a agricultores y agricultoras a escala pequeña y mediana.
- * Introducir variedades tradicionales a nivel profesional y comercial, más allá de las personas aficionadas.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Además de cultivar la finca con prácticas agroecológicas, realizan talleres para personas que quieren aprender sobre huerta ecológica y los distintos tipos de manejo agroecológico.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Cultivan hortalizas en ecológico y las comercializan para facilitar el acceso a alimentos de proximidad y sostenibles.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos locales.

Muchos de sus cultivos son variedades tradicionales provenientes de la Red Murciana de Semillas, de la Universidad de Murcia y otros bancos de germoplasma del estado. Además, en su catálogo de semillas se explica el conocimiento tradicional asociado a cada variedad.

FACTORES DE ÉXITO

- * Acompañar desde el principio a las personas productoras y asesorarlas tanto en la organización de las explotaciones como en la planificación de cultivos.
- * Sensibilizar a las consumidoras, a través del SPG, para que valoren y demanden las variedades locales.
- * Estar en red, gracias al SPG y a la Red Murciana de Semillas algunas personas ya les conocían.

APRENDIZAJES

- * Valorar la posibilidad de que el proyecto pueda ser una empresa social.
- * Visibilizar más o de otra forma los valores que hay detrás de su trabajo, ya que actualmente no se conocen y únicamente se prima el precio.
- * No intentar jugar en otra liga; no pueden competir con grandes viveros.

CIRCUS – GRANJA FAMILIAR

📍 GIV – 5411, Km 4, 17403 Sant Hilari Sacalm (Girona), CATALUNYA

🌐 www.grnjacircus.com

✉ granjacircus@mail.com

☎ 699 521 414 • 689 799 297



SECTOR Producción ganadera • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 2 personas trabajadoras

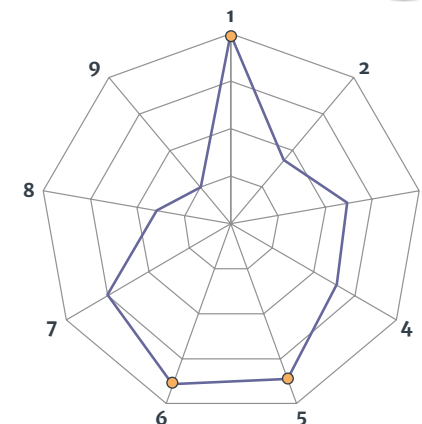
Circus – Granja Familiar nace en 2015, aunque su gestación empieza en el 2012 cuando Yas y Albert deciden formarse en la Artzai Eskola de Arantzazu, la escuela de pastores de Euskal Herria. Al regresar a Catalunya, inician su actividad como pastores con siete corderas latxa, con el fin de probar una raza atlántica en zona de montaña del mediterráneo. Durante el año siguiente, introducen otras 40 corderas. Actualmente, el rebaño se compone de 90 ovejas latxas y 3 vacas jersey. La granja se ubica en un espacio natural situado entre el macizo del Montseny y Les Guilleries a 1000 m s.n.m. Todas las instalaciones están pensadas para ser funcionales y pueden desmontarse fácilmente, trasladarse y eventualmente reutilizarse sin dejar huella. Buscan trabajar y vivir de forma orgánica, sostenible, de mínimo impacto, con conciencia social y en defensa del espacio natural.

OBJETIVOS

- ✳ Vivir en un caserío y llevar la vida que les gusta.
- ✳ Trabajar en lo que quieren con un sueldo digno.
- ✳ Producir alimentos sanos, con sabores y aromas propios del territorio, primando la calidad sobre la cantidad.
- ✳ Sostener con la venta directa la importancia primordial de la relación productor/consumidor.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran quesos artesanos y venden cordero lechal de calidad, haciendo una buena gestión de su rebaño, que se alimenta de las pasturas en recuperación y de los recursos del bosque que rodea la granja, así como de cereales ecológicos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

No generan residuos, se autoabastecen con energía de placas solares y comercializan sus productos a través de canales cortos.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Optan por un manejo holístico que combina los principios del Pastoreo Racional Voisin (altas cargas de animales en espacios pequeños durante el tiempo idóneo) con los conocimientos prácticos del terruño. De las 70 ha que gestionan, el 90% son de bosque y el ganado se mueve libremente aprovechando los

recursos disponibles de acuerdo a la estación del año. Además, realizan análisis de suelo para garantizar un buen manejo del mismo. Organizan talleres de formación y visitas de las escuelas agrarias y de pastores de la zona.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Es un proyecto familiar, en el que han decidido trabajar y vivir juntos.
- ✳ El rebaño se abastece en gran medida de su entorno; se emplean recursos forrajeros que hace tiempo no se utilizaban, a pesar de que los pastos no son muy buenos.
- ✳ El queso de leche de oveja escasea en la zona. Es un queso diferenciado, muy distinto del que se suele encontrar, elaborado a partir de leche cruda y con corteza natural.
- ✳ Circus es una granja que consume muy poco y es bastante flexible.

APRENDIZAJES

- ✳ Las fincas requieren una preparación para poder desarrollar su actividad. Son necesarias unas condiciones mínimas para emprender el proyecto. Es importante tener una buena formación en ventas y comercialización.

GRANJA SANTA ANA

📍 Camino Santa Ana, 39740 Piedrahita, CANTABRIA

🌐 www.grnjasantana.es

✉ admin@granjasantana.es



SECTOR Producción ganadera · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 5 personas trabajadoras

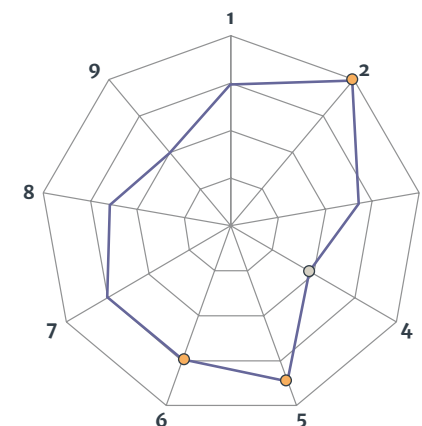
Granja Santa Ana nace en 2012 con la intención de tomar el relevo generacional para que no desaparezca la actividad tradicional de la familia. El Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) del Parque Natural de las Marismas de Santoña limitó en gran medida la idea inicial del proyecto, que contaba con una quesería, un establecimiento de agroturismo rural, etc. Actualmente, sus integrantes gestionan una granja de ganado vacuno, y ofrecen distintos talleres sobre elaboración y transformación de alimentos, así como alojamiento en un entorno rural y ganadero.

OBJETIVOS

- * Dedicar la vida a la producción agraria y a la formación (90% a la ganadería y la producción de leche y el resto a la enseñanza).
- * Vivir en un entorno natural.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan talleres de elaboración y transformación de alimentos de manera artesanal, formaciones sobre prácticas y manejo agroecológico, visitas a la explotación, etc.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Manejo del ganado con buenas prácticas y rotación de los animales en distintas parcelas. Gestión adecuada de los estiércoles y uso de enmiendas calizas.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Se evita el uso de plásticos para las bolas de ensilado.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Dan empleo a personas de la zona de manera fija y estable, a pesar de que el precio de la leche es deficitario y son

las grandes empresas las que lo pactan independientemente de los costes de producción.

FACTORES DE ÉXITO

- * La familia, como pilar fundamental.
- * El entorno.
- * El proyecto en sí.

APRENDIZAJES

- * No partir de cero te facilita la puesta en marcha del proyecto, pero también te condiciona. En este caso, el edificio más antiguo de las instalaciones tiene más de 100 años.
- * Valorar inicialmente el proyecto según su ubicación, especialmente si está en una zona protegida pues esta condición puede limitar en parte el desarrollo de la actividad.

JAUREGIA ESNEKIAK

📍 Karrika Nagusia, 13, 31796 Aniz, NAVARRA-NAFARROA

🌐 www.jauregia.net

✉ jauregia.esnekiak@gmail.com

☎ 675 550 960



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización


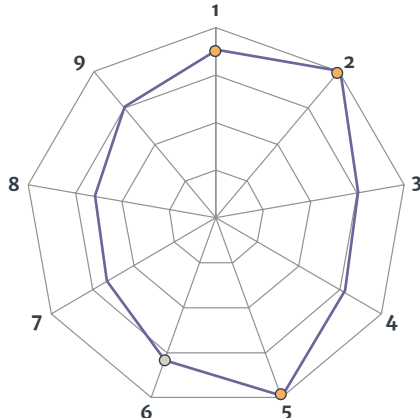
FORMA JURÍDICA Empresa familiar

PARTICIPANTES 7 personas trabajadoras

Jauregia Esnekiak es una empresa familiar que se dedica a la ganadería ecológica para la producción de leche de vaca y la elaboración de yogurt y quesos. La iniciativa cuenta con una casa rural donde realizan actividades de agroturismo. También impulsan y colaboran con grupos de consumo de la zona. Jauregia surge en 2004, del impulso de los hijos de la familia por continuar con la actividad familiar y lograr que la actividad ganadera sea su modo de vida y su sustento.

OBJETIVOS

- ✳ Mantener la vida en el pueblo y dar un valor añadido a los productos que se obtienen a través de un sistema de ganadería ecológica. La actividad les permite mantenerse y a la vez conservar el medio ambiente y la cultura del territorio.

- 
- 
- 1 SALUD
 - 2 EDUCACIÓN
 - 3 TRABAJO
 - 4 ECONOMÍA
 - 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
 - 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
 - 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
 - 8 COOPERACIÓN
 - 9 GOBERNANZA

IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Impulsan actividades de agroturismo en el territorio: visitas guiadas a grupos y familias, para conocer la vida en el entorno rural, resaltando los beneficios ambientales de la ganadería ecológica. Imparten talleres de formación en escuelas agrícolas y ganaderas, a las que asesoran sobre técnicas de ganadería ecológica.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Con el sistema de ganadería ecológica, se implementan técnicas que conservan y favorecen la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y la biodiversidad natural del territorio.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producción y comercialización de productos lácteos de ganadería ecológica y comercialización de proximidad.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Reducen el desperdicio alimentario mediante la donación de los excedentes a comedores sociales. Los residuos orgánicos se usan como abono y comercializan sus productos a través de circuitos de proximidad, en tiendas, comedores escolares y a grupos de consumo locales.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Transmitir a los consumidores que los productos son de calidad, y que están hechos a base de valores y un buen trabajo. No hay que actuar solo como productor de alimentos, sino que también hay que preservar el paisaje y la cultura del pueblo. Transmitir este mensaje es clave para mantener el proyecto.

APRENDIZAJES

- ✳ Implicar al gobierno y los ayuntamientos, facilitar procesos burocráticos y dar apoyo a las iniciativas agrícolas y ganaderas ecológicas, y transmitir el mensaje sobre los impactos positivos en el medio ambiente y en la sociedad.

JUANES IBÉRICO SALVAJE

C/ La Luz, 2, 06380 Jerez de los Caballeros (Badajoz), EXTREMADURA

www.ibericosjuanes.com

info@ibericosjuanes.com

630 340 992



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización
FORMA JURÍDICA Autónomo/a
PARTICIPANTES 5 personas: 1 trabajadora fija y 4 trabajadoras eventuales

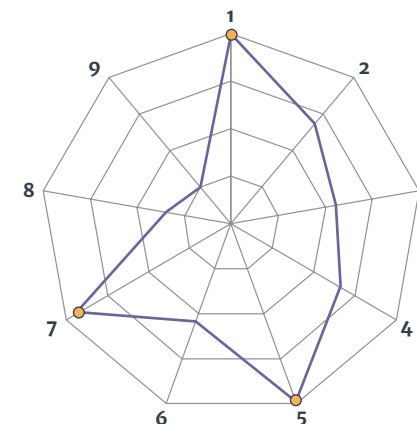
Juanes Ibérico Salvaje es una empresa familiar que se especializa en la fabricación de jamones y embutidos ibéricos de bellota, que practica agricultura y ganadería regenerativas. Sus cerdos ibéricos nacen y viven en libertad en el entorno extensivo de la dehesa. El proyecto se crea en el año 2012 por iniciativa de la cuarta generación de ganaderos productores de jamones y embutidos, que querían recuperar la tradición familiar de la producción del cerdo.

OBJETIVOS

- ✳ Implementar una ganadería extensiva para darle libertad a los animales y que se alimenten de bellota.
- ✳ Crear una empresa familiar donde los cuidados estén muy presentes.

JUANES
Ibérico salvaje

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Con la práctica de un manejo del bosque y una ganadería regenerativas, logran conservar el entorno natural, de donde se obtiene alimento ecológico para los animales. De esta forma no se perjudica ni se degrada el suelo ni el entorno. Se realizan formaciones en institutos sobre prácticas de ganadería extensiva, en las que enseñan técnicas que favorecen la fertilidad del suelo, la gestión sostenible del agua y la biodiversidad.

SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Los animales consumen los recursos naturales del bosque, conservado mediante prácticas de manejo regenerativas, así pues su alimento es ecológico. Los embutidos y jamones que se producen son de alta calidad.

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos locales.

Los embutidos y jamones se obtienen del cerdo ibérico de bellota pura de la península ibérica. Los jamones, paletas, chorizos, salchichones y lomos se elaboran de manera artesanal mediante una curación lenta y natural. En tales procesos, se siguen recetas tradicionales y se emplean especias locales y de calidad.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Considerar la actividad ganadera como su modo de vida. Trabajar en el sector de la alimentación puede ser muy complicado, así que es importante tener una motivación fuerte para continuar.

APRENDIZAJES

- ✳ Lo más importante es enfocar el aspecto económico desde el principio, ya que la economía fija las bases de la iniciativa y hasta dónde se puede crecer sin estar al límite.

LOS APISQUILLOS

📍 C/ Mayor, 50, 28190 La Puebla de la Sierra, MADRID

🌐 apeloyalana.wordpress.com  [losapisquillos](https://www.facebook.com/losapisquillos)

✉ losapisquillos@hotmail.com

☎ 918 696 004 • 669 439 648



SECTOR Producción ganadera • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

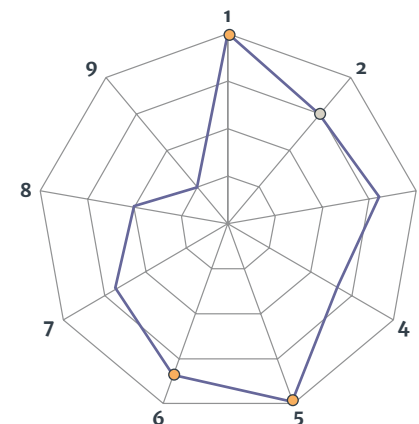
PARTICIPANTES 7 personas trabajadoras

Los Apisquillos es una cooperativa de ganadería extensiva, cuya actividad principal es la producción para el autoconsumo. La producción artesanal de carne de lechal, productos lácteos y miel son la base de la economía y la vida de sus integrantes, que se organizan en procesos participativos para la toma de decisiones, asegurando la implicación de todo el colectivo. La iniciativa se forma en el año 2000, en torno a un grupo de siete personas procedentes de la ciudad de Madrid que quieren rescatar la zona rural de La Puebla de la Sierra y que intentan vivir de los recursos locales y del campo de una manera colectiva.

OBJETIVOS

- * Tener una forma alternativa de trabajo asalariado, recuperar las tierras abandonadas para aprovechar de forma sostenible los recursos naturales, y así lograr mantener los usos y seguir el legado de las abuelas y abuelos.
- * En lo material, consolidar actividades productivas en marcha, sin seguir la línea del turismo para garantizar las condiciones deseables.
- * Intervenir en la política local, para reivindicar lo comunal, y así contribuir a una transformación de la zona rural.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Se produce carne de lechal, productos lácteos y miel de forma agroecológica y se comercializa en circuitos cortos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Se trabaja con un sistema de ganadería ecológica en el que se establece rotación de cultivos.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Una parte de la energía renovable se obtiene de placas solares y otra, de Som Energía. Asimismo, la comercialización se lleva a cabo en circuitos de proximidad.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan cursos de verano para niñas y niños sobre la ganadería extensiva y la

vida en zonas rurales, y visitas guiadas para la ciudadanía en general. Además imparten cursos a iniciativas agroalimentarias sobre mantenimiento agroecológico del monte, ganadería extensiva y esquila.

FACTORES DE ÉXITO

- * Tener ilusión por llevar a cabo un proyecto en el campo en torno a la soberanía alimentaria, no necesariamente rentable en lo económico.
- * Establecer alianzas con la comunidad, especialmente en el mundo rural, facilitando la visibilización, la difusión y el apoyo moral. Es necesario un enfoque más amplio para que la gente valore la iniciativa.

APRENDIZAJES

- * Ser realistas desde el principio con las expectativas. Sobre todo prever los problemas y el alcance que en verdad se puede llegar a tener.
- * Tener garantizado el apoyo técnico y el acceso a los recursos, como el de la tierra, básico para empezar a producir.
- * Trabajar previamente los asuntos financieros.

ME ECOLÒGIC DE MALLORCA

📍 C/ d'en Veiet, 17, 07260 Porreres (Mallorca) BALEARS

🌐 www.mecologic.com

✉ mecologic@gmail.com

☎ 618 470 173 • 660 410 186



SECTOR Producción ganadera • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa • Marca propia

PARTICIPANTES 48 ganaderas/os titulares, 2 personas técnicas contratadas y 1 autónoma

(Además hay unas 100 personas vinculadas directamente al proyecto entre familias, trabajadores y personal esporádico)

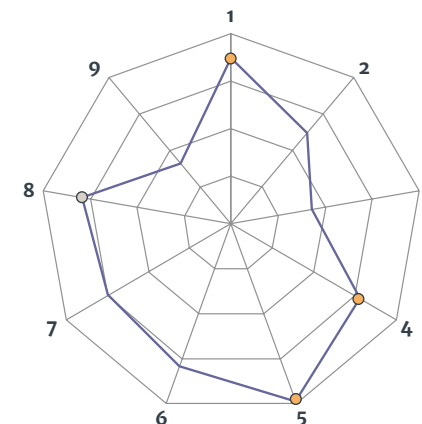
ME Ecològic de Mallorca es la marca de calidad del cordero ecológico producido por un grupo de ganaderos/as en Mallorca. Nace en 2015, de la mano de Asociación de Producción Agraria Ecológica de Mallorca (APAEMA), como forma de promocionar el consumo de carne de cordero, tan bajo en la isla que llega a poner en peligro la continuidad de la práctica ganadera. Al inicio eran alrededor de 20 ganaderos y ganaderas y ya son 45. Las ventas se han multiplicado por siete en tres años (2015-2018). La gestión de la marca, de la producción y de la comercialización la lleva actualmente la cooperativa creada para ello: Pagesos Ecològics de Mallorca, apoyados por APAEMA en la difusión y, gracias a una ayuda pública, con un técnico contratado que coordina la producción en finca, la comercialización y hasta ejerce de carnicero.

OBJETIVOS

Promover el consumo de carne de ovino ecológico, para mantener y aumentar la producción de corderos ecológicos en la isla de Mallorca.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplean diversas técnicas de conservación que favorecen la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y aumentan la biodiversidad natural. En este ámbito, realizan formaciones y asesorías con el personal técnico.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan carne de cordero ecológico y de proximidad.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Trabajan con precios justos para las personas productoras, que garanticen cubrir costes de producción y de comercialización. Asimismo dan mucha relevancia a visibilizar los valores sociales y ambientales que están detrás del producto.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en proyectos colectivos y redes, como APAEMA y el Mercado Social de Mallorca, y favorecen las sinergias entre actores de la cadena agroalimentaria, al organizarse entre ganaderos y con consumidores/as, tanto particulares como tiendas y hoteles.

FACTORES DE ÉXITO

- * Partir de un producto de calidad con valores éticos, ambientales y sociales.
- * En coordinación, alguien que se lo crea y que sea buen comercial.
- * Buena promoción: hacer llegar la información a las personas adecuadas. En este aspecto, las ayudas públicas son fundamentales.
- * Tener a APAEMA como paraguas da mucha solidez al proyecto: infraestructura, personal técnico, experiencia, etc.

APRENDIZAJES

- * Cada comunidad tiene una idiosincrasia diferente.
- * Fue fundamental el préstamo inicial que aportaron los ganaderos, según del número de cabezas que tenían. Es una buena fórmula implicarles económicamente, refuerza el sentimiento de que el proyecto es suyo.
- * Tener una persona de referencia en el proyecto es importante.
- * Los proyectos colectivos implican muchas horas de trabajo y mucho desgaste, pero a la larga son mejores. Y tienen una gran riqueza humana que es fundamental para que los proyectos funcionen.

OROKO ARRAUTZAK

📍 31175 Salinas de Oro, NAVARRA-NAFARROA
🌐 plazara-estella-lizarra.com/persona-productora/huevos-salinas-d-oro
✉ gorena.eko@gmail.com
☎ 667 639 939



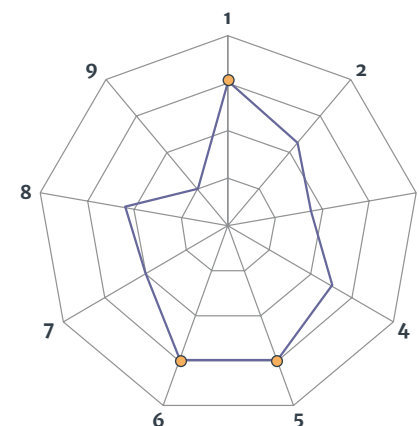
SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización
FORMA JURÍDICA Autónomo/a
PARTICIPANTES 2 personas trabajadoras

Oroko Arrautzak es una iniciativa de producción de huevos ecológicos, que pone en marcha ñaki en el 2014, transformando una antigua instalación de vacuno. Con capacidad para 1300 gallinas, de momento tiene instaladas más de 700 que producen unos 650 huevos al día. Arrancó su proyecto gracias a una ayuda de instalación para jóvenes agricultores del Gobierno de Navarra y pretende llegar pronto a la máxima capacidad de producción. Vende los huevos en Pamplona y Estella, sobre todo a grupos de consumo y también a tiendas. Participa mensualmente en el Mercado de Productos de la Tierra de Estella, Plazara.

OBJETIVOS

Quedarse a vivir y a trabajar en el pueblo.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Mediante la producción ecológica de huevos y su comercialización a grupos de consumo y tiendas de proximidad, facilita el acceso a su producto en su territorio más próximo.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Produce su propia energía con fuentes renovables y comercializa su producto a través de canales cortos de comercialización. Igualmente, tiene una baja producción de residuos y una adecuada gestión de los mismos, y también un nivel muy bajo de desperdicio alimentario.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplean diversas técnicas de conservación de la fertilidad del suelo, así como de buena gestión de los recursos naturales, y además, realizan acciones de sensibilización y formación en torno a estos temas.

FACTORES DE ÉXITO

✳ Es muy importante estar contentos/as con el proyecto y muy positivo vender alimentos a personas concienciadas.

APRENDIZAJES

✳ Cuanto menos se dependa de la Administración, mejor. Las ayudas son muy cerradas, requieren mucho papeleo y a veces no compensa lo que se recibe con lo que se debe invertir. Después hay muy poca flexibilidad para efectuar modificaciones en el proyecto y en el presupuesto. Se debe formular una muy buena planificación para no tener la necesidad de incorporar cambios sustanciales. Si se tiene la opción, es mejor contar con préstamos privados, con mayor flexibilidad.

OUTURELOS

📍 Parroquia de Marentes, 33810 Ibias, ASTURIAS

🌐 www.mielouturelos.com

✉ info@mieldeibias.com

☎ 636 209 880



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 1 persona trabajadora

Outurelos se pone en marcha en 2010 en el momento en el que Alberto decide volver al pueblo de su familia con la intención de recuperar sabores y aromas que parecían olvidados. En su casa toda la vida había habido colmenas y se había vendido miel a pequeña escala. La dificultad para encontrar miel artesanal en su zona le impulsó a poner en marcha el proyecto. Es apicultor y trata a sus abejas con todo el cariño que merecen, tal y como se lo transmitieron sus mayores; les deja excedentes suficientes para que pasen el invierno con la miel que ellas mismas han procesado y obtiene una miel totalmente natural y saludable. No vende nada que no hayan elaborado sus abejas, por lo que tiene colmenas repartidas por varias aldeas de los municipios de Ibias en Asturias y Negueira de Muñiz, en Lugo. Elabora distintos productos de forma totalmente artesanal a partir de las materias primas que ofrecen las abejas.

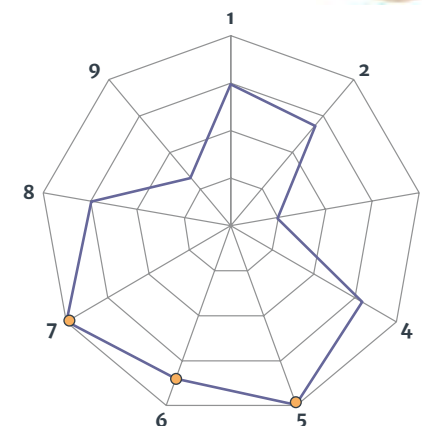
OBJETIVOS

Apuesta por una manera de hacer las cosas totalmente artesanal, entendiendo la apicultura como un ejercicio de respeto hacia la naturaleza. Sus objetivos son:

- * Dignificar la figura del productor y autoemplearse.
- * Utilizar la apicultura tradicional para la educación ambiental, pues tiene claro que el futuro está en las niñas y los niños.
- * Cuidar el paisaje a través de la cría de abejas y no con el fin de explotarlo para obtener un producto.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Además de utilizar técnicas de manejo sostenibles y respetuosas con el entorno, organiza visitas guiadas, rutas por la naturaleza y otras actividades para difundir y sensibilizar sobre el impacto positivo de ese manejo.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Fomenta la cría de la abeja negra hispánica, propia de la cordillera, intentando que no se hibride con otras razas, así como la recuperación de los cortines o colmenares. Lleva a cabo un trabajo de divulgación en torno a su oficio.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Se reaprovecha y reutiliza la cera de las abejas. Además, Outurelos participa en el Foro Asturias Sostenible, una red de productores y consumidores responsables que se apoyan y coordinan para comercializar sus productos.

FACTORES DE ÉXITO

- * Mantener la confianza del cliente.
- * Promover la divulgación y el boca a boca.
- * Tener las puertas abiertas para dar a conocer el proyecto.
- * Ubicarse en su propio territorio.

APRENDIZAJES

- * Tener el proyecto muy claro desde el principio te hace ir avanzando con más seguridad y convencimiento sobre lo que quieres hacer.



RAMATS AL BOSC

Asociación La Gaiata

📍 43816 Querol (Tarragona), CATALUNYA

🌐 www.ramatsalbosc.org

✉ ramatsalbosc@gmail.com

☎ 607 228 159



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación

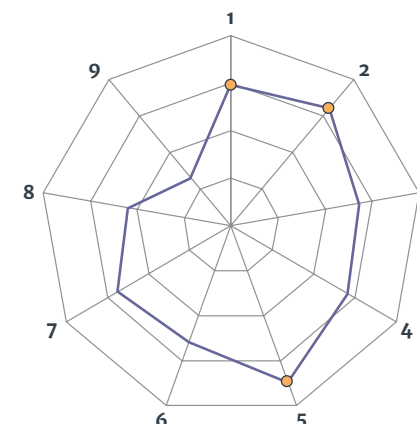
PARTICIPANTES 6 personas trabajadoras (y 150 en red de pastoras)

Ramats al Bosc es un proyecto de Asociación La Gaiata, que se pone en marcha en 2009. La asociación surge en torno a una serie de personas vinculadas al sector agroforestal, tanto pastores como personas que quieren aprender el oficio. Se organizan como entidad para interactuar con la administración y poder tener voz. El proyecto cuenta con tres rebaños de cabra blanca de raza rasquera y oveja ripollesa. Se dedican a la producción agroalimentaria, a través de la ganadería; la producción y venta de quesos y carne; la prevención de incendios, mediante convenios con administraciones, y a organizar actividades de participación socioeducativa.

OBJETIVOS

- * Revalorizar el sector primario, y en concreto el oficio de pastor, con el fin de integrarlo en los planes de gestión del territorio.
- * Fomentar la integración de la ganadería extensiva del sotobosque (silvopastoralismo) en todo el territorio.
- * Promover la venta de los productos ganaderos.
- * Diversificar las actividades ganaderas a través de otras actividades formativas, de sensibilización y servicios.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplean técnicas respetuosas como la rotación de animales y la gestión adecuada del estiércol, además de los servicios de prevención de incendios. Organizan actividades de divulgación sobre estas técnicas.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Realizan talleres de elaboración de queso y de pastoreo. Organizan visitas a las granjas, dirigidas tanto a la ciudadanía en general como a iniciativas agroalimentarias y comunidad educativa.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Ofrecen quesos y carne de cordero y cabrito de buena calidad, productos de cercanía y socialmente justos.

FACTORES DE ÉXITO

- * El marco organizativo les permite poder vivir del proyecto.
- * Establecer convenios con la administración.
- * Dedicarse a lo que les gusta, respetando su filosofía de vida.

APRENDIZAJES

- * No dedicar tanto esfuerzo en construir redes hacia fuera.
- * No depender del apoyo político e institucional.

FOODTOPIA

📍 Ctra. de Madrid, Km 388, Complejo de Espinardo, Edificio R
30100 Espinardo, MURCIA

🌐 foodtopia.eu

✉ info@foodtopia.eu

☎ 625 362 814



SECTOR Transformación · Comercialización · Restauración

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 40 personas trabajadoras

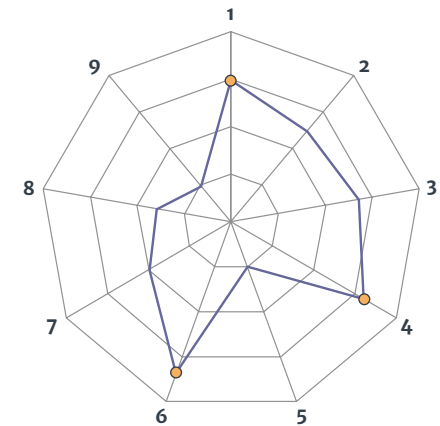
Foodtopia es una empresa que se dedica a la transformación de alimentos y a la restauración. Transforman los alimentos a través de una tecnología muy novedosa, con muy poco gasto energético y con resultados muy económicos. Tienen ocho puntos de venta en toda la región de Murcia y esperan seguir creciendo, tanto en Murcia como en otros puntos de España, en colaboración con proyectos afines. En los Puntos de Venta Foodtopia se ofrecen menús sanos y sostenibles a un precio justo y reducido. La iniciativa surge en el año 2011 a partir de la idea de sus cuatro socios, que crean el concepto de Foodtopia: «un proyecto de economía local resiliente», para luchar contra la insostenibilidad del sistema alimentario. Su intención es reducir a la mitad el precio actual de la alimentación y sus efectos colaterales directos e indirectos, a través de una drástica reducción del consumo de energía a lo largo de la cadena de producción alimentaria.

OBJETIVOS

Iniciar la expansión del modelo, con la apertura de nuevos puntos de elaboración de comida Foodtopia, y el desarrollo logístico de abastecimiento de materias primas que asegure el suministro de ingredientes de producción local y facilite el trabajo en las cocinas.

foodtopia

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

La iniciativa busca disminuir drásticamente el gasto energético en la transformación de alimentos. Utiliza sus propias fuentes de energía renovable. Hace uso de circuitos cortos de comercialización, emplea alimentos de productoras y productores locales y buscan el desperdicio cero. No utiliza plásticos en la distribución de los menús.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Las personas trabajadoras cuentan con contratos fijos y estables. La comercialización es local y justa, al consumir alimentos de productores locales, a quienes se les paga un precio justo por sus productos, que fijan ellos mismos. Además, la actividad económica de la empresa es sostenible, y beneficia a la economía local, tanto a las productoras como a las consumidoras.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Se emplean alimentos ecológicos y de proximidad como base para la elaboración de los menús, que se venden en puntos de venta Foodtopia, tiendas y comedores escolares.

FACTORES DE ÉXITO

✳ Crear un discurso basado en la realidad, con argumentos y bases claras, para que las personas creen en la iniciativa y se involucren de manera comprometida.

APRENDIZAJES

✳ No desesperarse por cometer errores. Es normal tenerlos y se gana experiencia. Con base en el método de ensayo y error se han logrado perfeccionar productos y procesos a lo largo de los años.

MERCAT ECOLÒGIC DE PALMA

📍 Plaza Bisbe Berenguer i Palou, 07003 Palma (Mallorca), BALEARS

🌐 www.mercatecodepalma.org

✉ mercat.apaema@gmail.com

☎ 689 385 761



SECTOR Comercialización · Administración

FORMA JURÍDICA Sin forma jurídica

PARTICIPANTES 14 puestos con 14 agricultores/as y/o familiares, unos 10 ayudantes y 2 técnicos contratados en APAEMA

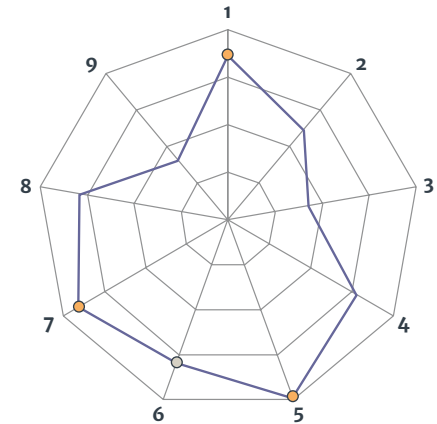
El **Mercat Ecològic de Palma** es una iniciativa del Ayuntamiento de Palma que se monta todos los martes y sábados no festivos, de 8.00 a 14.00h. Actualmente tiene unas 14 paradas y cuenta con un reglamento propio de funcionamiento. Surge en 2010, a propuesta de la Asociación de Variedades Locales, APAEMA (Asociación de Producción Agraria Ecológica de Mallorca) y la Asociación Lligams (asociación de consumidores/as).

OBJETIVOS

Facilitar el acceso a productos ecológicos producidos y vendidos directamente por los/as agricultores/as.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Se emplean diversas técnicas de conservación que favorecen la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y aumentan la biodiversidad natural. En este ámbito, APAEMA realiza formaciones y asesorías a través del personal técnico, a los productores del mercado.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales. Comercializan productos elaborados de manera artesanal y según el conocimiento tradicional. Asimismo, el mercado es un punto de encuentro y de intercambio de saberes tradicionales, entre productoras y con las personas consumidoras.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Es un punto de comercialización de productos ecológicos y de proximidad.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Reducen al mínimo los residuos alimentarios, puesto que casi todos los productores tienen animales que consumen los sobrantes. Igualmente, han hecho un gran esfuerzo por eliminar el plástico del mercado y usan bolsas de papel que compran de forma conjunta.

FACTORES DE ÉXITO

- * En Mallorca hay más demanda que oferta de productos ecológicos.
- * Las personas consumidoras valoran que la mayoría del género sea directamente del productor. Así que se ha implantado la obligación de que el 80% de la oferta del puesto sea producto propio.
- * La permanencia: 2 días a la semana fijos (martes y sábado). En Mallorca no hay muchos grupos de consumo, así que el mercado funciona bien.

APRENDIZAJES

- * La importancia de que el género sea propio para un mercado de estas características. Esto obliga a trabajar a nivel técnico en la planificación de cultivos, ya que conseguir la estabilidad de producto propio es muy difícil. Es necesario dar apoyo técnico a los productores.

BIO-AGROTURISMO LAS LUCÍAS

📍 Ctra. CV-20 Villar del Pedroso, 10331 Navatrasierra (Cáceres)
EXTREMADURA

🌐 www.laslucias.com

✉ info@laslucias.com

☎ 629 784 609 · 636 133 405



SECTOR Restauración

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 2 personas trabajadoras

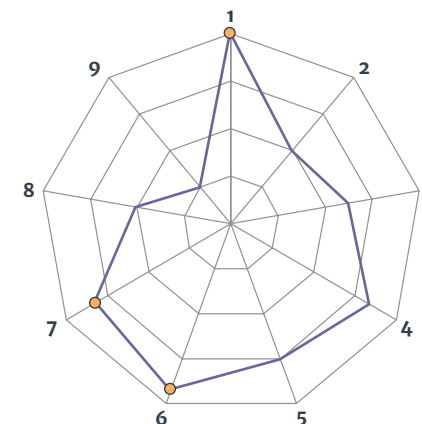
Bio-Agroturismo Las Lucías se pone en marcha en 2006, pero es un año más tarde cuando se obtiene el permiso de apertura como casa rural, ya que no existía la figura de agroturismo. Al principio solo se ofrece alojamiento de casa completa, pero más adelante también alojamiento por habitaciones, servicio de restauración que elaboran a partir de su propia producción, e incluso masajes. Ajustan la producción de la granja a la demanda del agroturismo.

OBJETIVOS

- * Autoempleo.
- * Dar a sus hijas una vida en el campo.
- * Ofrecer masajes por cuenta propia.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Ofrecen alimentos procedentes de su huerta, sus frutales y de sus animales, cultivados y criados con prácticas respetuosas y agroecológicas.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Emplean energías renovables propias para su abastecimiento energético, además, evitan el desperdicio alimentario y la generación de residuos, aprovechando los restos orgánicos para alimentar a los animales.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Todos los frutales y algunas hortalizas son de variedades locales. Crían animales de razas autóctonas. Colaboran con la gente del pueblo de Piñel de Abajo y participan en diferentes jornadas en las que intercambian conocimientos tradicionales.

FACTORES DE ÉXITO

- * La vocación.
- * La naturalidad y autenticidad de su trabajo.
- * El rigor en la calidad (alimentos, productos naturales para los masajes...).

APRENDIZAJES

- * No establecerse en un lugar tan aislado y alejado de un núcleo urbano.
- * Saber separar la relación familiar de la relación laboral, o no ser socios del mismo proyecto.
- * Se necesitan más personas asociadas para poder disfrutar de vacaciones.

LA REVERDE

📍 Camino del Molino, Buzón 6, 11406 Jerez de la Frontera (Cádiz) ANDALUCÍA
🌐 www.lareverde.org
✉ info@lareverde.org
☎ 622 276 701



SECTOR Consumo · Producción agrícola · Comercialización
FORMA JURÍDICA Cooperativa
PARTICIPANTES 120 socias y 4 personas trabajadoras

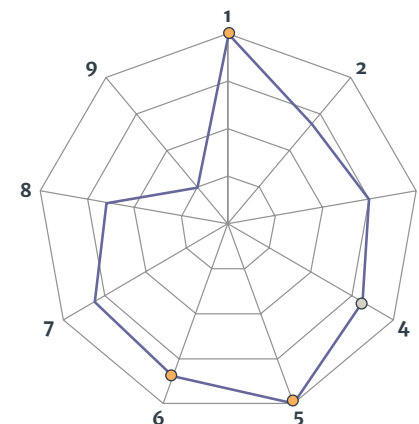
La Reverde surge a mediados de 2010 gracias al impulso de la asociación de consumidores de productos ecológicos El Zoco, que se fue consolidando poco a poco, organizando jornadas de sensibilización, creando boletines divulgativos, etc. La Reverde se dedica a la producción y comercio de frutas, verduras y hortalizas ecológicas y de temporada, con técnicas respetuosas con el medio ambiente y cultivando en su propia finca. Es un proyecto sin ánimo de lucro, cuyos ingresos se dedican a pagar un sueldo digno a quienes trabajan el campo, a remunerar parte del trabajo de gestión y coordinación del proyecto, a mejorar las instalaciones y servicios de la cooperativa, a difundir el proyecto y a organizar actividades formativas y de concienciación

OBJETIVOS

- * Producir, distribuir y comercializar productos ecológicos y de temporada, asegurando la calidad al cultivarlos en sus propias huertas.
- * Ofrecer la posibilidad de consumir productos ecológicos a un precio asequible para socias y socios.
- * Impulsar la construcción de redes económicas basadas en la conexión directa entre personas productoras y consumidoras, para recuperar la relación y la confianza entre ellas.
- * Acercar la alimentación ecológica y el concepto de la ecología al mayor número de personas posible.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Cultivan en su propia finca y comercializan sus productos agroecológicos y locales.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Manejan la finca con prácticas agroecológicas y llevan a cabo labores de sensibilización de las personas socias y resto de la ciudadanía sobre los impactos positivos de este tipo de manejo.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Gestionan los excedentes para que se puedan consumir en comedores escolares y aprovechan los residuos orgánicos como alimento para animales.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Los precios se establecen de acuerdo con métodos de transparencia, ajustándose a los costes de producción, transformación y comercialización. Una vez establecido el precio de la cesta, se presenta, se discute y se acuerda en asamblea con las personas consumidoras.

FACTORES DE ÉXITO

- * Contacto directo con las personas consumidoras socias y no socias.
- * Organización de jornadas de puertas abiertas, mercadillos.

APRENDIZAJES

- * Dar más importancia a la selección de personal con experiencia y/o formación.
- * Plantearse objetivos realistas, aprender a delegar tareas y decisiones (eso también es trabajar en grupo), idear fórmulas para innovar y evitar *aburrir* a las consumidoras, pero sin perder la esencia y los valores.

FINCA EL MATO TINTO

Asociación para el Desarrollo de la Permacultura

📍 38350 Tacoronte (Santa Cruz de Tenerife), CANARIAS

🌐 www.permaculturatenerife.org

✉ info@permaculturatenerife.org

☎ 609 010 664



SECTOR

Organización · Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 23 familias consumidoras, 4-5 personas colaboradoras, 4 voluntarias internacionales, 4-5 personas con discapacidad mental, 2 personas responsables

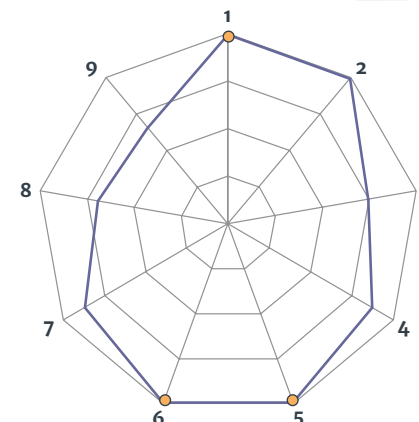
Finca El Mato Tinto es la finca familiar de 1 hectárea de Javier Reyes Barroso, fundador de la iniciativa, que pone en marcha el proyecto en 1996, tras formarse en un curso sobre permacultura. Unos años más tarde, en 2001, se formaliza la Asociación para el Desarrollo de la Permacultura (ADP) de la que la finca pasa a formar parte y a través de la cual organiza cursos y actividades. Actualmente, se dedica a la comercialización de productos en la finca y a la consolidación de la red residuos-recursos con empresas y familias de la zona. Además, imparte cursos prelaborales para personas con discapacidad y organiza charlas y visitas a la finca.

OBJETIVOS

- ✳ Vivir de una manera armónica con la naturaleza y ganarse la vida sin explotarla.
- ✳ Enriquecer la tierra con vida.
- ✳ Difundir los principios de la permacultura.
- ✳ Promover la inserción sociolaboral de personas con enfermedad mental en centros especiales de empleo que apliquen los principios de la permacultura.
- ✳ Promover el cultivo y la cría de variedades autóctonas de plantas y animales, ejerciendo una labor de conservación y divulgación del patrimonio natural de las Islas Canarias.
- ✳ Fomentar la participación en régimen de voluntariado social, de personas interesadas en el desarrollo y divulgación de los principios básicos de la permacultura.
- ✳ Incentivar la participación de la asociación, por medio de sus voluntarios o cooperantes, en actividades de cooperación internacional para el desarrollo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

En trabajo colaborativo con distintas empresas y particulares recogen los residuos orgánicos y los incorporan en la propia finca para alimentar a los animales. Al año llegan a recoger 130 toneladas de restos orgánicos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

En la finca se cultiva desde el enfoque de la permacultura, y se organizan cursos y actividades de sensibilización para mostrar los impactos positivos de ese tipo de manejo y su filosofía.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Cultivan verduras, hortalizas, frutales en jardines y bosques comestibles. Crían distintos animales para el autoconsumo y para la venta de los excedentes.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Mantener la constancia.
- ✳ Entender el proyecto como una forma de vida.
- ✳ Implicar a mucha gente diversa.
- ✳ Crear un lugar donde se pueda enseñar y aprender.

APRENDIZAJES

- ✳ Los aprendizajes llegan conforme avanza el proyecto mediante el ensayo y el error.
- ✳ Enfocar el proyecto de acuerdo con su planteamiento original.
- ✳ La importancia de conjugar el verbo cultivar: cultivar la observación del entorno, suelo, agua, biodiversidad, secuestro de carbono, alimentos, resiliencia agroecológica y relaciones humanas. En ello nos va la salud.



DIMENSIÓN CULTURAL

BIOPENYAGOLOSA

📍 Plaça del Dau, 6, 12135 Vistabella del Maestrat (Castelló),
COMUNITAT VALENCIANA

🌐 www.biopenyagolosa.com

✉ mallorens@biopenyagolosa.com

☎ 606 839 103



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 6 proyectos productivos

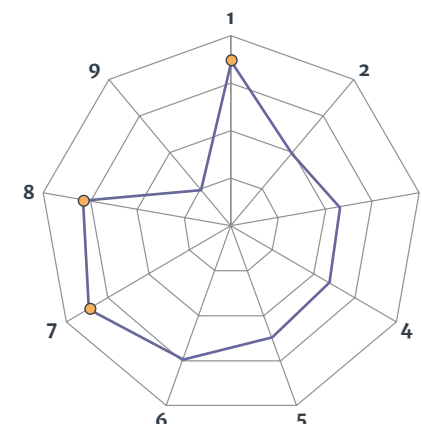
Biopenyagolosa es una cooperativa agrícola que cultiva alimentos de calidad en las tierras más altas del Penyagolosa, en el municipio de Vistabella, en la Comunitat Valenciana. La cooperativa se forma en el año 2011, por la gente del pueblo que pretendía revalorizar la patata y legumbres de la zona. Actualmente, la cooperativa ha logrado potenciar la imagen de dichos productos, lo que también ha dado pie a que más alimentos de la zona (setas, trufas, judías secas y habas) sean valorados por la comunidad y las personas consumidoras.

OBJETIVOS

- ✳ Generar empleo en una zona despoblada.
- ✳ Darles un valor a los productos autóctonos de la zona.
- ✳ Ofrecer alimentos de proximidad a las poblaciones cercanas.
- ✳ Trabajar bajo un sistema de agricultura ecológica.
- ✳ Participar en la transición del sistema alimentario hacia uno más justo y local.

bi
Penyagolosa
Qualitat Nutricional

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan productos ecológicos y de proximidad entre las poblaciones cercanas.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Recuperan variedades locales de semillas para producir alimentos autóctonos. Además, participan en ferias de biodiversidad y en reuniones con productoras y productores para compartir el conocimiento agrícola tradicional.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Al formarse la cooperativa, se efectuó una investigación que desembocó en la creación de un SPG propio. Una persona socia con la idea de convertirse en productora debe conocer los principios básicos del SPG Biopenyagolosa, en relación con los modos de producción y el funcionamiento interno de la organización como cooperativa.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Ofrecer productos de calidad, reconocidos y valorados por las consumidoras y los consumidores, lo cual es clave para que la cooperativa se mantenga activa.
- ✳ Valorar el tiempo que las personas invierten para que el proyecto continúe. Su implicación es importante para que la iniciativa se mantenga fuerte, y de este modo se pueda aprovechar cualquier oportunidad de crecimiento que se presente.

APRENDIZAJES

- ✳ Es importante que las productoras y productores crean en su potencial, se organicen, trabajen y luchen para que sus proyectos salgan adelante, porque las ayudas estatales no son suficientes; es necesaria la autoorganización y hay que dedicar el mayor tiempo posible al diseño, ejecución y mantenimiento de los proyectos.

BODEGA EL HATO Y EL GARABATO

Travesía Portugal, 6, 49232 Fornillos de Fermoselle (Zamora), CASTILLA Y LEÓN

www.elhatoyelgarabato.com elhatoyelgarabato

jose@elhatoyelgarabato.com

685 501 561



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

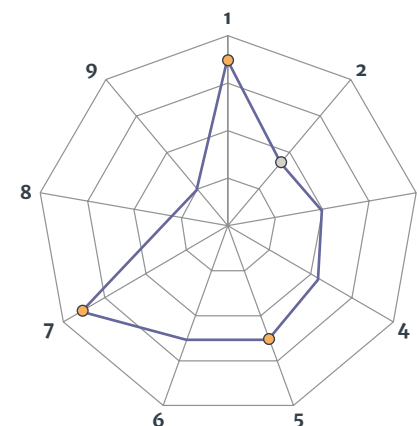
PARTICIPANTES 3 personas trabajadoras

Bodega El Hato y el Garabato es una bodega familiar que elabora vinos ecológicos y que pretende recuperar viejas formas de elaboración de vino y variedades olvidadas. La bodega se forma en el año 2011, en plena crisis económica, para buscar una alternativa de empleo para los socios. Puesto que contaban con viñedos de herencia familiar en Zamora, deciden adentrarse en el mundo de la enología y comenzar estudios en este área, con el propósito de establecerse como familia y experimentar con la producción de vinos como bodega.

OBJETIVOS

Subsistir económicamente de la bodega familiar, y hacerlo de una manera eficiente. El sector del vino es complicado, por lo que es necesario implementar técnicas productivas que favorezcan en tiempo y costes la elaboración de vino.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan vino ecológico a base de variedades de uva locales.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Trabajan con variedades autóctonas de uva que se encuentra en una zona muy singular, obteniendo un tipo de vino único en España.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Al producir vino con técnicas agroecológicas y artesanales evitan la contaminación de los recursos y aumentan la diversidad natural.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Fomentan el agroturismo mediante visitas guiadas a las viñas para turistas que visitan la zona.

FACTORES DE ÉXITO

- * Tener ilusión por el proyecto sobre todo durante los primeros años cuando no se obtiene una retribución económica alta.
- * Aprovechar el nicho de mercado, que busca y valora pequeñas iniciativas que trabajan en un sistema de producción agroecológico y artesanal.
- * Internet es una herramienta importante para que un proyecto sin recursos llegue a conocerse y pueda vender.

APRENDIZAJES

- * Trabajar con gran cantidad de pequeños productores en red genera un importante intercambio de conocimientos, lo cual es clave para obtener experiencia en poco tiempo.
- * La planificación económica es clave. Prestar atención a los costes desde el principio es fundamental, pues ayuda a prever el alcance económico del proyecto.
- * La organización. Aunque se tenga el mejor vino del mundo, sin organización no se logrará vender el producto.
- * Un sistema de producción eficiente que permita utilizar el tiempo de la mejor manera.



VALLE Y VEGA

📍 C/ Boabdil, 9, 18194 Churriana de la Vega (Granada), ANDALUCÍA

🌐 www.valleyvega.org

✉ pedidos@valleyvega.org

☎ 630 142 652



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

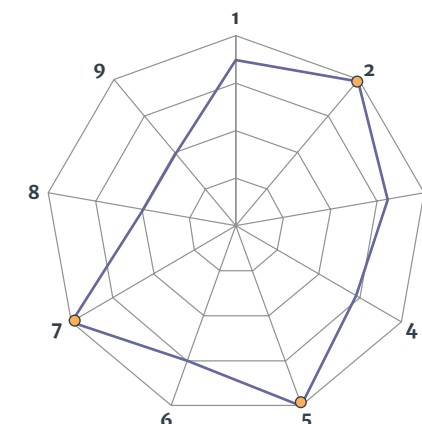
PARTICIPANTES 15 personas socias trabajadoras

Valle y Vega S. C. A. es una cooperativa que agrupa a personas que se dedican a la producción ecológica de la provincia de Granada, que se forma en el año 2016 como prolongación de los proyectos Ecovalle y Vergel de la Vega. Sus integrantes buscaban el autoempleo dentro del marco de la agroecología y fomentar el desarrollo económico en un sistema agrario tradicional y respetuoso con el medio ambiente, la salud y las condiciones laborales de las personas productoras.

OBJETIVOS

- * Contribuir al desarrollo de la provincia de Granada, como una zona productora de alimentos ecológicos de calidad y generadora de actividades complementarias relacionadas con la agroecología, y revalorizar los recursos locales.
- * Generar empleos de calidad en el territorio.
- * Articularse con otras iniciativas sociales y económicas, y compartir recursos materiales e inmateriales con otros proyectos en el sector.
- * Desarrollar canales cortos de comercialización.
- * Difundir, fomentar y promover la agricultura y la ganadería ecológicas como una actividad sostenible, así como el consumo de alimentos ecológicos.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Se imparten talleres sobre alimentación sostenible a la comunidad educativa y a la ciudadanía en general. Se organizan formaciones a instituciones públicas sobre manejo agroecológico, gestión y comercialización.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Promocionan, comercializan y consumen variedades tradicionales.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Conservan técnicas tradicionales que favorecen la fertilidad del suelo y la gestión eficiente del agua.

FACTORES DE ÉXITO

- * El crecimiento lento y sostenible. Se han construido redes en el sector ecológico que abogan por la sostenibilidad económica de la producción a

pequeña escala, local, y con valores sociales y ambientales.

- * Un importante aprendizaje en producción ecológica y en organización y gestión de estructuras comercializadoras en canales cortos.
- * Técnicamente, ha sido fundamental la planificación conjunta de cultivos, la construcción de una tabla de precios estable a lo largo del año, la participación en la Red Agroecológica de Granada, ecomercados y actividades de difusión y cercanía al consumidor.

APRENDIZAJES

- * La agricultura ecológica es una profesión de largo recorrido y requiere un periodo de tiempo amplio e implicación vital.
- * Es necesario definir desde el inicio los objetivos individuales, las expectativas de cada uno dentro del proyecto colectivo a medio y largo plazo.
- * Hace falta una dosis de utopía y de realismo a partes iguales, y mucha energía para sacar un proyecto como este adelante.
- * Es clave la construcción de un equipo humano que funcione, con esfuerzo, sacrificio y una parte emocional y lúdica que lubrique el engranaje.

LA TROJE

C/ Travesía Las Eras, 2, 28192 El Berrueco, MADRID

www.latroje.org

info@latroje.org



SECTOR Producción agrícola · Organización

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 6 personas trabajadoras

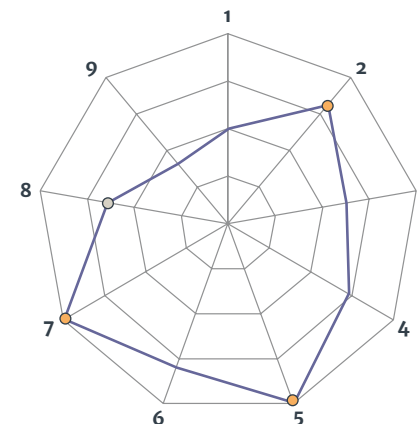
La Troje es una organización que nace en 2004 en torno a un grupo de personas agricultoras de varios pueblos de la sierra de Madrid que se conocen de participar en cooperativas de consumo. Les une la inquietud por recuperar variedades locales y el conocimiento tradicional y ven la posibilidad de pedir una ayuda de servicio de voluntariado europeo, para organizar actividades de difusión en los pueblos. Actualmente, La Troje produce de forma agroecológica semillas, plantel y frutales de variedades tradicionales que distribuyen entre sus socias colaboradoras. También lleva a cabo proyectos de investigación en torno al conocimiento tradicional y actividades de sensibilización e intervención social.

OBJETIVOS

- * Recuperar y revalorizar la biodiversidad agrícola y los saberes tradicionales en la Sierra Norte de Madrid.
- * Servir de paraguas asociativo para distintas actividades profesionales que compartan los valores de la agroecología, la biodiversidad agrícola y el respeto a la cultura tradicional agraria.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Su principal objetivo es la reproducción de semillas, plantel y frutales de variedades tradicionales, así como recoger y divulgar el conocimiento tradicional asociado a las mismas.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Emplean técnicas de manejo y cultivo respetuosas, y organizan talleres sobre la importancia de la biodiversidad.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Programan actividades diversas como catas y degustaciones de variedades tradicionales, charlas y talleres sobre multiplicación de semillas y producción ecológica de plantel. Además, se dedican a la creación y dinamización de huertos escolares y a la ejecución de proyectos de jardinería comestible en colaboración con ayuntamientos locales.

○ COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en redes de distintos ámbitos y perfiles. Con el IMIDRA y la UAM desarrollan prospecciones de variedades locales y etnobotánica. Coordinan el proyecto CONECT-E, en el que colaboran otras redes de semillas.

FACTORES DE ÉXITO

- * La motivación por los temas que se trabajan.
- * La voluntad individual de mantener el proyecto colectivo; mirar por lo común.
- * Toda la red de contactos y colaboraciones que han alimentado y que ahora les sostiene y nutre.
- * La creencia de que su actividad era necesaria en ese lugar y en ese momento. Han conseguido permanecer en el tiempo, ganándose la confianza de las personas del territorio.

APRENDIZAJES

- * Reflexionar más sobre sostenibilidad del proyecto.
- * Estar abiertas a recibir el apoyo de voluntariado.

LES REFARDES

C/ Muntanya, 15, 08278 Mura (Barcelona), CATALUNYA

www.lesrefardes.coop

lesrefardes@lesrefardes.coop

937 141 276



SECTOR Producción agrícola · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 5 personas trabajadoras

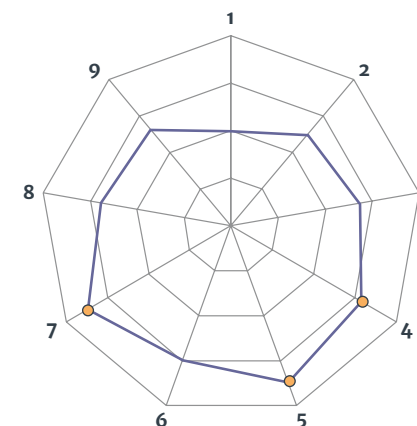
Les Refardes es una cooperativa de trabajo asociado sin ánimo de lucro que nace en 2005. Se nutre básicamente de Esporus, un proyecto de la asociación L'Era, ubicada en la Escuela Agraria de Manresa. La asociación, durante el año 2003, realizó una intensa prospección etnobotánica de variedades locales, fruto de este trabajo nació el proyecto Esporus. Puesto que se trataba de semillas no del todo legales y por tener un posicionamiento en contra de los transgénicos muy claro, la escuela no era el mejor marco de actuación, por lo que tras una búsqueda, se encontró la finca de Les Refardes, en el parque natural de Sant Llorenç del Munt (Bages). Actualmente, la cooperativa se encuentra en otra finca más cerca del municipio de Mura y sigue dedicándose a la multiplicación de variedades locales, junto con otras 19 fincas repartidas por todo el territorio catalán. Las personas trabajadoras de Les Refardes gestionan la programación de cultivos, acompañan a la fincas en el ámbito de la producción, llevan a cabo la limpieza y selección de semillas, el control de germinación, la comunicación y la venta.

OBJETIVOS

- * Facilitar el acceso a las semillas de variedades locales a agricultores profesionales y aficionados a la huerta, de manera que se impliquen para hacer posible el relevo cultural y agronómico que se ha ido generando durante los últimos 10 000 años.
- * Repartir y esparcir semillas de variedades locales.
- * Enseñar a la gente a guardar sus propias semillas.
- * Evitar casos de apropiación ilícita de variedades locales.
- * Incentivar más experiencias productivas de semillas de variedades locales.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Su fin principal es la recuperación y puesta en valor de la biodiversidad agrícola y sus conocimientos asociados. Para ello realizan un gran trabajo de coordinación con otras fincas ecológicas y participan en encuentros y ferias para difundir sus valores y facilitar el acceso a semillas de variedades locales.

RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Utilizan técnicas agroecológicas de cultivo en las distintas fincas y participan en formaciones para enseñar este tipo de manejo alternativo con grandes impactos positivos en el entorno.

ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

La iniciativa fija los precios que consideran adecuados para cubrir los gastos. Aun así, debe mejorar en los aspectos de comunicación y comercialización para garantizar salarios dignos.

FACTORES DE ÉXITO

- * La motivación.
- * La cercanía con la gente, para dar a conocer el proyecto.
- * La importancia de recuperar, multiplicar y repartir biodiversidad agrícola.

APRENDIZAJES

- * Impulsar más la parte comercial del proyecto, ya que cultivan más semillas de las que venden.
- * Aprender a sentirse cómodos a la hora de promocionar y vender sus productos.

OJUEL VINOS ARTESANALES

C/ Mayor, 49, 26376 Sojuela, LA RIOJA

www.ojuelwine.com

ojuelwine@hotmail.com

669 923 267



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 8 personas trabajadoras: 1 autónoma y 7 eventuales

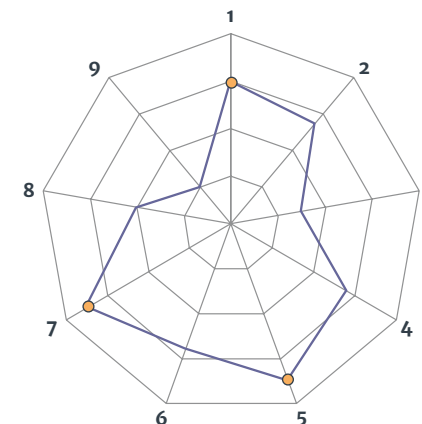
La bodega Ojuel fue fundada en el año 2010 por Miguel Martínez, con la intención de recuperar la antigua tradición, presente en muchos pueblos de La Rioja, de hacer vino con las uvas pasas: el vino *suprao*. Este joven viticultor pasó de elaborar un único vino, a producir siete diferentes y 20.000 botellas anuales. Ha conseguido diferenciar el vino según dónde crecen las vides (las viñas están en pequeñas parcelas en distintos territorios), los métodos de elaboración de cada uno, etc. Ha ganado diversos premios por su propuesta innovadora, como el Only Wine 2014 del Basque Culinary Center o el Ecovino de Oro 2016.

OBJETIVOS

El objetivo principal es ganarse la vida dignamente y, a la vez, retomar una tradición familiar.

OJUEL

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales. Elaboración del vino *suprao* de manera artesana, a partir de variedades locales de uva, y con una promoción e intercambio sobre este conocimiento.

RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Empleo de técnicas de conservación y fomento de la fertilidad del suelo, gestión eficiente del agua. Análisis de la huella de carbono de los caldos, en el cultivo y la elaboración. Etiquetan los vinos según el territorio donde se ha cultivado la uva, con el dibujo de distintas mariposas, identificadas en un estudio de la biodiversidad de la zona. Igualmente, organizan talleres y comunicaciones en este ámbito.

SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercializan un vino ecológico y de proximidad.

FACTORES DE ÉXITO

- * El apoyo familiar ha sido clave para el éxito de la bodega, no solo económico, sino también emocional, sobre todo en la figura de la madre.
- * La innovación.

APRENDIZAJES

- * Es importante tener una planificación rigurosa de la empresa, que facilite la organización familiar.
- * El análisis de la huella de carbono en el proceso de cultivo y de elaboración del vino les ha ayudado a ser conscientes del impacto ambiental y a integrar pequeños cambios para disminuirlo.

FINCA FUENTILLEZJOS

📍 Ctra. Alarcos a Corral de Calatrava, km 4,5,
13195 Poblete (Ciudad Real), CASTILLA-LA MANCHA

🌐 www.manchegobio.com

✉ info@manchegobio.com

☎ 647 505 434



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 10 personas trabajadoras

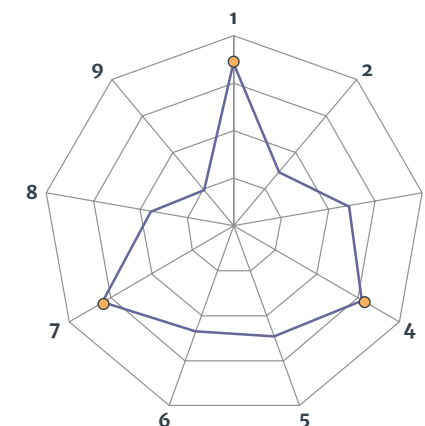
Finca Fuentillezjos es una finca familiar de más de 50 años de tradición. En 1996 obtuvieron la certificación ecológica y en 2004 comenzaron a elaborar el primer queso manchego ecológico del mundo, el primer queso ecológico de España acogido a una D.O. Al principio, la elaboración del queso corría a cargo de un amigo que tenía una quesería, hasta que decidieron construir su propia quesería en la finca, cerrando así todo el ciclo: agricultura, ganadería y transformación de la leche. Solo elaboran con la leche de sus ovejas. Su rebaño cuenta con 2600 ovejas manchegas a las que ordeñan todos los días para después elaborar con su leche distintos tipos de quesos de oveja y queso manchego D.O.P.

OBJETIVOS

- ✳ Lograr el autoempleo.
- ✳ Producir quesos elaborados únicamente con la leche de sus ovejas.
- ✳ Dedicarse a un mercado más local, aunque actualmente exportan el 80% de la producción a Europa, Norteamérica y Australia.
- ✳ Fomentar la producción ecológica, sostenible y respetuosa con la cultura manchega y con el territorio.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Ofrecen distintos tipos de queso manchego ecológico proveniente de su ganadería extensiva de ovino, semiestabulado.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

La oveja de su ganadería es de raza manchega y tradicionalmente en su zona ya se elaboraba queso. Actualmente, por restricciones en la normativa de sanidad, no se puede elaborar de la manera tradicional, por ejemplo, utilizando madera.

● ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Todas las personas trabajadoras tienen contratos fijos y estables. Apoyan otros proyectos de consumo responsable y de soberanía alimentaria. Generan una comercialización local, justa y/o colectiva. La finca fija el precio de sus productos, empoderándose y dando valor a su trabajo.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ La ilusión que les hizo comenzar y con la que siguen.
- ✳ Luchar por diferenciarse y por aguantar para que el proyecto continúe.
- ✳ Creer en el proyecto y ser pioneros. Han sido los primeros en su sector, y quieren seguir siéndolo, por lo que la innovación es una constante en el proyecto y un valor irrenunciable para ellos.

APRENDIZAJES

- ✳ Saber mantenerse fieles a sus valores, a pesar de que han crecido más de lo que imaginaban.
- ✳ Establecer una relación de cercanía con los clientes. Es importante dar información sobre el producto para que el cliente final lo entienda y sepa sacarle el mayor provecho.
- ✳ Trabajar la comunicación con el público general y transmitir qué es la vida en el campo, lo duro que es trabajar y vivir en el campo y el enorme esfuerzo que supone, generalmente desconocido.

QUESERÍA LA PATILLA

📍 C/ Miguel Hernández, 10550 Aliseda (Cáceres), EXTREMADURA

📱 Quesería La Patilla

✉️ queserialapatilla@gmail.com

☎️ 658 776 326



SECTOR Producción ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 3 personas trabajadoras

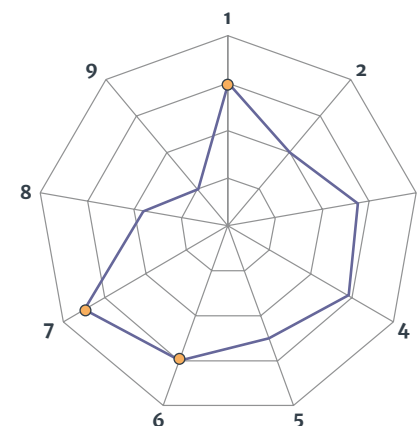
Quesería La Patilla abrió sus puertas en 2015. La familia siempre había tenido cabras y la abuela ya hacía queso, pero por temas sanitarios tuvieron que parar la actividad y vender únicamente la leche. Tras asistir a un curso de elaboración de queso y visitar distintas queserías, decidieron emprender el proyecto. Actualmente, elaboran y venden queso de cabra fresco y curado, procedente de la leche de su propia ganadería en pastoreo y de raza verata autóctona.

OBJETIVOS

- * Autoemplearse.
- * Encargarse ellas mismas de su producto y cerrar el ciclo, obteniendo más valor de la materia primera.
- * Fomentar la cría en extensivo de las razas autóctonas.
- * Mantener la tradición.
- * Elaborar productos naturales y de buena calidad.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Crían cabras de raza verata autóctona y elaboran queso de manera artesanal, siguiendo la tradición familiar.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran y comercializan queso artesanal de ganadería extensiva y de proximidad.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

En la medida de lo posible, generan su propia energía con una pequeña placa solar para calentar el agua. Además, comercializan a través de canales cortos.

FACTORES DE ÉXITO

- * La constancia, el trabajo del día a día.
- * La valoración del producto natural.
- * El hecho de ser un proyecto familiar ayuda mantenerse, sobre todo al principio.

APRENDIZAJES

- * Antes de emprender el proyecto, es importante recibir formación y visitar otras experiencias similares.

COMUNIDAD DE PESCADORES EL PALMAR

C/ Caudete, 13, 46012 El Palmar (València), COMUNITAT VALENCIANA

www.cpescadoreselpalmar.com

comunidad@cpescadoreselpalmar.com

961 620 347



SECTOR Pesca · Comercialización
FORMA JURÍDICA Comunidad de pescadores
PARTICIPANTES 41 personas trabajadoras

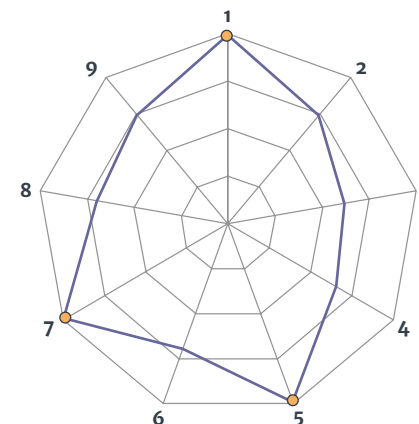
La **Comunidad de Pescadores El Palmar** es una asociación de pescadores y pescadoras sin ánimo de lucro, cuya actividad se centra en la pedanía de El Palmar, junto al lago de la Albufera, en València. La tarea de la asociación es mantener la pesca artesanal de la zona a través de la comercialización de especies de pescado tradicionales, la preservación de técnicas de pesca artesanal y la conservación de las costumbres y la gastronomía local. El origen de la Comunidad de pescadores se remonta a 1250, año en que por un privilegio del rey Jaime I se instituyó el Comú de Pescadors de la Ciutat de València, formado por pescadores que vivían en València y pescaban en el lago. Alrededor de 1900, se asientan en El Palmar, dando lugar al pueblo. Por entonces se cambió el nombre de la entidad, pasando a ser la Comunidad de Pescadores de El Palmar.

OBJETIVOS

- * Mantener la pesca tradicional de las variedades de pescado de anguila y *llisa*.
- * Ofrecer productos pesqueros frescos y pescados de forma artesanal y sostenible, y apoyar a las pescadoras y pescadores en la comercialización del pescado.
- * Preservar los usos y costumbres relacionados con la pesca artesanal, incluyendo la gastronomía y cocina tradicional.
- * Continuar con procesos participativos equitativos para que se consideren los votos de cada socio/a pescador/a.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales. Se convocan cursos de formación y se asesora sobre técnicas de pesca artesanal, transmitiendo el conocimiento entre generaciones de pescadores, para mantener la pesca artesanal como una actividad productiva local. También se recopilan recetas y se realizan cursos de cocina dirigidos a la ciudadanía en general, con el objetivo de conservar los platos típicos cocinados con variedades locales de pescado.

RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Se implementan técnicas de pesca artesanal, se limitan las cantidades permitidas de captura y se utilizan redes de tamaño adecuado para no sobreexplotar los recursos pesqueros.

SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Se practica la pesca con técnicas artesanales y se comercializan variedades de pescados tradicionales, como la anguila y la *llisa*.

FACTORES DE ÉXITO

- * Apreciar la cultura de la zona y preservarla gracias a una comunidad activa. Conservar la autenticidad de la zona y los recursos locales es lo que ha mantenido viva a la comunidad de pescadores a lo largo de los siglos.

APRENDIZAJES

- * Trabajar como comunidad es importante. Todas las personas son clave para que los proyectos se puedan llevar a cabo.
- * Incluir a todas las personas en los diversos proyectos, para mantener la comunidad activa e interesada por su propio desarrollo.

EL ACEBO DE MONCAYO

C/ San Miguel, 16, 50583 Trasmoz (Zaragoza) ARAGÓN

www.acebodemoncayo.com

acebodemoncayo@gmail.com

976 198 819



SECTOR Transformación animal · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

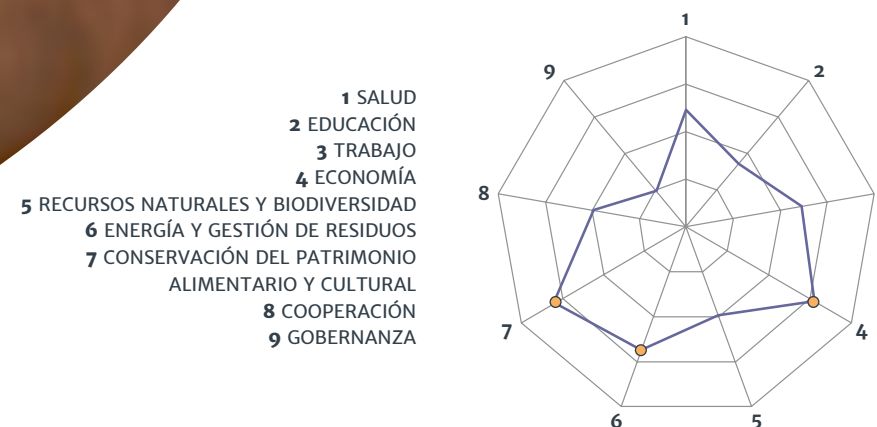
PARTICIPANTES 11 socios y 2 socios trabajadores

El Acebo de Moncayo S. Coop. nace en 1999 a raíz de una reunión de un grupo de personas vinculadas a la CNT, en situación de desempleo o interesadas en el medio rural. Tras varias conversaciones con los Grupos de Acción Local que gestionan las ayudas LEADER y se hizo patente la necesidad de poner en marcha pequeñas queserías en Aragón. Este grupo de personas realizó una búsqueda por los distintos territorios aragoneses, y decidieron que era interesante trabajar en la zona de Moncayo, ya que además de la quesería se planteaban desarrollar otras labores vinculadas al turismo, como actividades de educación ambiental ligadas al Parque Natural del Moncayo. Actualmente, elaboran queso curado artesanal con leche cruda de oveja y de cabra de ganaderos de la zona, así como algunas mermeladas y patés.

OBJETIVOS

- * El autoempleo, con el fin de vivir en el medio rural y evitar la explotación laboral.
- * La recuperación de los productos naturales y artesanales ligados a las más arraigadas tradiciones culturales y gastronómicas aragonesas.
- * El uso de las técnicas respetuosas con el medio ambiente y con las personas consumidoras.

Quesos
del
ACEBO
de
moncayo
SOCIEDAD COOPERATIVA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Elaboración de queso de forma artesanal.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Precios fijados de acuerdo con sus costes de producción, transformación y comercialización.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Aprovechamiento de los desechos orgánicos y distribución de todos sus productos a través de canales cortos de comercialización.

FACTORES DE ÉXITO

- * Comercialización directa a las personas consumidoras, tiendas, restaurantes, etc.
- * Elaboración y transformación de un producto de calidad.

APRENDIZAJES

- * Mejorar el trabajo colectivo gestionando las relaciones personales, para que no afecten negativamente al proyecto.

CUMPANIS

C/ Barriocepo, 41, 26001 Logroño, LA RIOJA

Cumpanis

info@panaderiacumpanis.es

941 206 384



SECTOR Transformación vegetal · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad civil

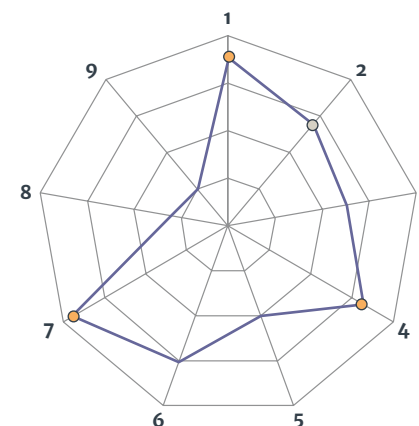
PARTICIPANTES 3 personas: 2 socias trabajadoras y 1 trabajadora

Cumpanis es una panadería-repostería ecológica, que hornea diez tipos de pan de manera artesanal con variedades autóctonas de cereales procedentes de cultivos ecológicos. La iniciativa surge en el año 2016 a partir del interés de sus dos socios en formar una ecoaldea. Tras pedir asesoramiento a Lakabe, asisten a un taller de panificación, autoconsumo y relaciones en la comunidad. La estructura de comercio de panadería se adapta más a sus necesidades y a la realidad que viven quienes integran la iniciativa.

OBJETIVOS

- * Construir modelos basados en relaciones laborales y comerciales justas, igualitarias y sostenibles.
- * Colaborar con proveedores ecológicos próximos, de comercio justo o economía solidaria, y productoras y productores de pequeña escala.
- * Transformar los vínculos con las personas consumidoras y establecer una relación honesta, transparente, cercana y participativa.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Para la producción artesanal del pan, se usan cereales locales, como los trigos de grano Aragón, a los que se tiene acceso a través de la iniciativa Rincón del Segura.

SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Se produce pan ecológico a base de cereales locales y con harinas molidas de manera que no se pierda el germen ni los nutrientes.

ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Las tres personas trabajadoras cuentan con contratos fijos. Además, se trabaja para que el pan ecológico sea accesible económicamente para todos y todas; el sobrante de cada hornada se vende a mitad de precio a personas con limitaciones económicas.

EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Participan en cursos con la Universidad de Logroño. También imparten talleres

con la Asociación de Mujeres del Mundo Rural, sobre la producción artesanal de pan. Además, a la clientela de la panadería también se le explica cómo producir la masa madre del pan, en caso de que lo soliciten.

FACTORES DE ÉXITO

- * La experiencia previa en el comercio de productos ecológicos ayuda en la venta en canales cortos de comercialización.
- * La formación de las y los integrantes en elaboración de productos ecológicos permite expandir el surtido de productos de pan y repostería.
- * La lucha por un trabajo más digno y más libre ha proporcionado una estabilidad a las personas que trabajan en la iniciativa, por quienes se ha mantenido activa.

APRENDIZAJES

- * Es importante que los y las integrantes tengan experiencia en la toma de decisiones en colectivo, para crear procesos participativos donde todas las opiniones sean consideradas.
- * Fomentar la formación y las herramientas para la toma de decisiones y la resolución de conflictos.
- * Crear un proyecto solidario y participativo.



SPIGA NEGRA

C/ La Zahareña, 9, 29531 Humilladero (Málaga), ANDALUCÍA

www.spiganegra.com

info@spiganegra.com

952 737 455



SECTOR Transformación vegetal · Comercialización

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

(Pendiente de cambio a microcooperativa)

PARTICIPANTES 3 personas: 2 socias trabajadoras y 1 trabajadora

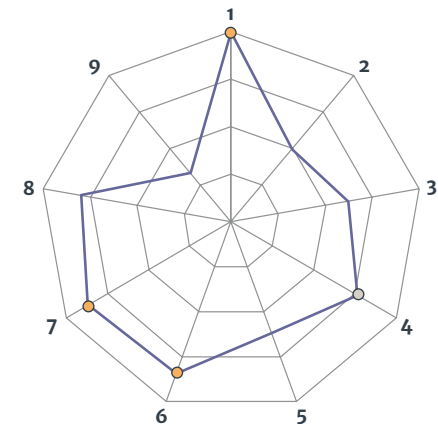
(y 2 personas productoras con quienes colaboran)

Spiga Negra sale a la luz en 2015 tras un tiempo dando forma a una idea que tienen los dos hermanos que impulsan el proyecto. Como personas consumidoras de alimentos ecológicos y tras años de vínculo personal y profesional con la agroecología y el desarrollo rural, habían observado las dificultades que tenían los y las pequeñas productoras de cereal para comercializar sus granos en los circuitos de cercanía. Tras mucho debate y reflexión, iniciaron este proceso que les ha llevado al mundo de la molinería y a transformar en alimento los cereales ecológicos producidos en su entorno. En el molino obtienen diversos productos derivados del cereal partiendo de materias primas ecológicas producidas por agricultoras y agricultores locales con quienes tienen una estrecha relación. Su principal producto es la pasta ecológica artesanal.

OBJETIVOS

Su objetivo principal es la elaboración de productos de calidad de variedades tradicionales, respetuosos con la naturaleza y en contacto directo con las personas agricultoras y las consumidoras. Además, colaboran y participan en diferentes asociaciones. Todo ello para poder vivir y trabajar en aquello que más les gusta sin salir del medio rural.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran harinas y pastas artesanas, ecológicas y de cercanía.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos locales.

Elaboran sus productos con variedades tradicionales de cereales cultivadas por agricultores y agricultoras de la zona.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Se aprovecha todo tipo de residuo orgánico para los animales del pueblo y alrededores, así como el uso de energías renovables procedentes de una cooperativa de consumo de energía verde.

● ECONOMÍA

La iniciativa beneficia la economía local del territorio.

Genera valor añadido a los cereales cultivados en el entorno cercano, a través

de una buena colaboración con las personas que los cultivan y la firma de contratos para la compra de la cosecha, garantizando así precios justos para ambas partes.

FACTORES DE ÉXITO

- * Proyecto familiar; en los primeros momentos de precariedad la familia es un gran apoyo.
- * El apoyo de la gente y las entidades que se han ido encontrando por el camino.
- * Es un proyecto que gusta, tanto por la producción de cercanía y de variedades tradicionales como por la elaboración artesana desde la molinera.

APRENDIZAJES

- * Empezar con la mente más abierta, por ejemplo, para explorar las distintas vías de comercialización existentes con el fin de valorar mejor cuáles son las opciones que más encajan en cada momento.
- * Es importante tener una buena formación en ventas y comercialización.

KIKIRICOOP

Vivero de empresas Benjamín Prida, nave 1,
33310 Santolaya de Cabranes, ASTURIAS

www.confusioncomidas.com • www.asturcilla.com

kikiricoop@gmail.com

647 160 350



SECTOR Transformación vegetal • Comercialización • Restauración colectiva

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 5 socias trabajadoras y 2 personas trabajadoras

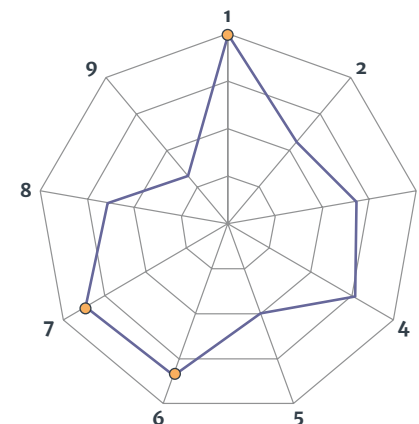
Kikiricoop S. Coop. Ast. es la unión de dos proyectos, Asturcilla y Confusión Comidas, que en 2016 se ponen en marcha para lograr un objetivo común: una cocina legalizada con registro sanitario. Muchas de las socias querían autoemplearse para poder quedarse en la zona donde vivían. En Kikiricoop se elabora Asturcilla, crema de avellanas al cacao ecológica y artesanal, y además se ofrece un servicio de catering ecológico y responsable a través de Confusión Comidas.

OBJETIVOS

- * En el ámbito profesional, transformar la producción local y lograr un impacto en el territorio en cuanto a sostenibilidad social y económica.
- * Ofrecer productos y comida sana y saludable no solo nutricionalmente, sino también en las relaciones laborales que genera.
- * Utilizar productos ecológicos, de comercio justo y locales.
- * Contar con salarios dignos y horarios que les permitan la conciliación.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran productos y comidas con alimentos de proximidad y ecológicos.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Trabajan con avellanas de variedades locales y las hortalizas del catering proceden de una finca que forma parte de Biltar, la red de semillas asturiana.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

En los catering, suelen poner distintos contenedores de reciclaje y tratan de recuperar los residuos orgánicos para alimentar con ellos a los animales. Reutilizan la cáscara de avellana para las estufas, para acolchar los envíos de los pedidos hechos por la web, para los acolchados de los huertos, etc.

FACTORES DE ÉXITO

- * El sentido de su labor, tanto en lo político como en lo local.
- * El proceso grupal; hay mucha comunicación, confianza y honestidad.
- * Momentos vitales similares de las personas que integran la cooperativa; por ejemplo, en el caso de la crianza, lo que les hace generar herramientas para que sus necesidades personales sean compatibles con las laborales.
- * Posibilidad de experimentar antes de constituirse legalmente en las ferias mensuales del concejo.
- * El apoyo de la población de la zona rural en la que se encuentran, que a pesar de estar envejecida les ha permitido conocerse y sentirse acogidas.

APRENDIZAJES

- * Observar cómo evolucionan las fincas y los árboles.
- * Conocer otras experiencias para aprender y copiar lo que funciona.

DESPELTA: LA ESPELTA Y LA SAL

📍 C/ de las Pozas 2, 19266 Palazuelos, Sigüenza (Guadalajara), CASTILLA-LA MANCHA

🌐 www.espeltaecologica.com

✉ info@despelta.com

☎ 601 398 994



SECTOR Transformación · Comercialización · Producción agrícola ·

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 4 personas: 2 socias y 2 trabajadoras

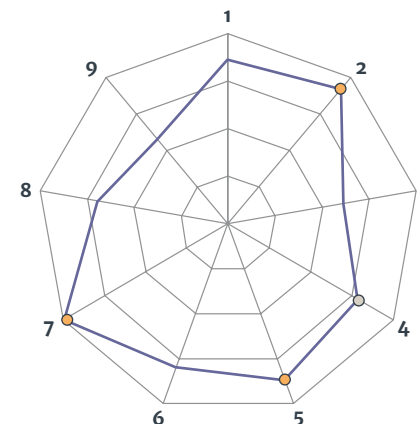
Despelta es una empresa que nace en el año 2004, a partir de la introducción del cultivo de espelta ecológica en la serranía de Sigüenza (Guadalajara), en busca de alternativas a los cultivos convencionales. Se pretendía explorar nuevos caminos y formas de colaboración que permitieran fijar riqueza en el entorno. Actualmente, la empresa se dedica a la transformación artesanal, empaquetado, distribución y venta de espelta y sus productos derivados, así como de otros cereales antiguos y leguminosas.

OBJETIVOS

- * Extender la cultura del respeto al medio ambiente al practicar una agricultura ecológica.
- * Dar valor añadido a los productos de la zona, recuperando cereales antiguos y restaurando el oficio de molinero.
- * Disponer de otros productos ecológicos locales como garbanzos, lentejas, forrajes, avena y pipas de girasol.
- * Devolver al campo su valor, no solo como medio de producción, sino también como filosofía vital.
- * Ser una iniciativa de referencia de producción ecológica en la zona y en la recuperación de cereales antiguos a nivel nacional.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

La transformación de cereales antiguos y leguminosas se lleva a cabo de manera artesanal.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan cursos sobre producción y consumo ecológico, con especial hincapié en el valor del pan integral como alimento saludable. La formación se dirige a la comunidad educativa y a la ciudadanía en general.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Implementan un sistema de agricultura ecológica con técnicas que conservan y favorecen la fertilidad del suelo y la gestión sostenible del agua.

● ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

La actividad de la iniciativa es su principal fuente de ingresos y tiene un balance económico positivo. La empresa

beneficia a la economía local del territorio, ya que ha logrado crear empleo entre la población de la zona.

FACTORES DE ÉXITO

- * Una vez generado un producto de calidad y contrastado con los clientes a través de su fidelización, comercializarlo de una manera continua en canales cortos.

APRENDIZAJES

- * Conseguir la viabilidad económica y obtener beneficios, acortando los periodos de consecución de los umbrales de rentabilidad, para lograr una capitalización adecuada.
- * Tener una visión estratégica que nos ayude a trazar planes operativos adecuados, que permitan generar una estructura de empresa que facilite el crecimiento y desarrollo adecuado.
- * Anticiparse a procesos negativos, como la crisis económica, para conseguir amortiguar su potencial efecto en la empresa.

HOTEL RURAL EL DESCANSILLO

📍 C/ Valhermoso s/n, 19390 Escalera (Guadalajara),
CASTILLA-LA MANCHA

🌐 www.eldescansillo.com

✉ info@eldescansillo.com

☎ 949 831 252 • 608 517 544



SECTOR Restauración

FORMA JURÍDICA Autónomo/a

PARTICIPANTES 2 personas trabajadoras

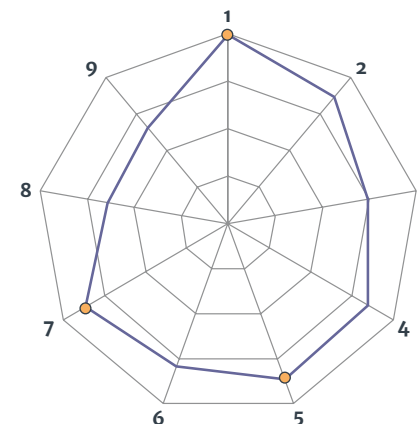
Hotel Rural El Descansillo nace en 1996 con una idea inicial más enfocada al autoconsumo. Trece años antes de abrir las puertas del hotel rural Carmen y Chema llegaron al pueblo de Escalera, donde empezaron casi de cero a poner en pie el lugar desde el que ahora ofrecen un servicio de turismo rural, suministrado en gran medida por su propio huerto. Además, colaboran y participan en múltiples organizaciones y llevan el huerto escolar del colegio del pueblo.

OBJETIVOS

- * Fomentar la agricultura ecológica, los alimentos más saludables y la vida rural.
- * Transmitir los valores de la tierra, la ecología, la gastronomía y la tradición.
- * Ofrecer una cocina tradicional, con un acento rural, en la que lo más importante es la calidad de los ingredientes.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

En su restaurante ofrecen alimentos procedentes de su huerta agroecológica, así como otros productos comprados a través del grupo de consumo o de proveedores cercanos y ecológicos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Además de dedicarse al manejo agroecológico de su huerto, dan a conocer su trabajo a las personas que se alojan en su hotel, así como a la comunidad educativa, pues gestionan el huerto escolar de la localidad.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales, recursos productivos locales y conocimiento tradicional.

En la huerta siembran variedades locales procedentes de bancos de germoplasma y redes de semillas cercanas y elaboran la comida teniendo muy en cuenta la cultura gastronómica y las tradiciones.

FACTORES DE ÉXITO

- * La coherencia y armonía de todos los actos, con una visión de conjunto.
- * Apertura a las iniciativas del entorno y colaboración con distintos colectivos.

APRENDIZAJES

- * Planificar la construcción de la casa, sobre el suministro energético.

LA OJINEGRA

C/ La Iglesia, 21, 44509 Alloza (Teruel), ARAGÓN

www.laojinegra.com

info@laojinegra.com

696 816 138 • 606 652 131



SECTOR Restauración • Restauración colectiva
FORMA JURÍDICA Autónomo/a (Empresa familiar)
PARTICIPANTES 2 personas autónomas

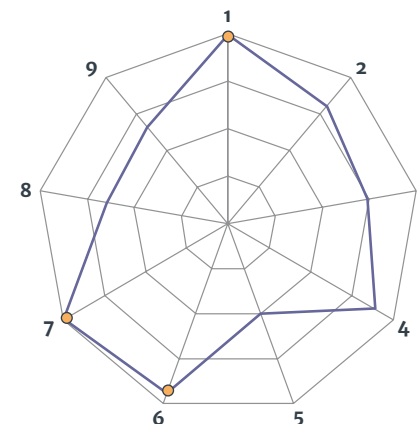
La Ojinegra nace en Alloza como alojamiento sostenible en 2002 y 6 años más tarde, Belén y Xavi ponen en marcha un restaurante en el mismo establecimiento. Al principio son conscientes de que la empresa necesita evolucionar, por lo que se forman en un programa de Empleo Verde, adaptando lo aprendido a la zona en la que viven. Además, escuchan y tienen en cuenta los consejos de su vecindario y de las personas productoras cercanas. El restaurante actualmente cuenta con la certificación ecológica y obtuvo la mención de Restaurante Kmo de Slow Food. Además, ofrece un servicio de catering sostenible y responsable.

OBJETIVOS

El objetivo principal era montar un negocio y poder vivir de él. Autoemplearse en un trabajo que sea verde, limpio, justo, ético, ecológico, de temporada y divertido. Además, su propósito es ofrecer alimentos ecológicos con el sabor de lo auténtico, alimentos de calidad que favorecen la salud, mejorando la realidad que les rodea y garantizando un futuro mejor a las generaciones venideras.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran comidas con alimentos de proximidad y ecológicos en su restaurante y en el servicio de catering.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Aprovechan los posibles excedentes y los residuos orgánicos, mediante el uso de envases biodegradables y energías renovables y se coordinan con otras iniciativas para hacer compras colectivas.

FACTORES DE ÉXITO

- * La cercanía y la humanidad a la hora de compartir sus cosas y sus conocimientos.
- * La paciencia necesaria para transformar el modelo agroalimentario actual.
- * La comunicación.

APRENDIZAJES

- * Ser un negocio evolutivo. Cuando se han equivocado han rectificado, aprendiendo a cada paso.
- * Animar a participar a mucha gente, teniendo en cuenta la gran diversidad de población del territorio.

ECOMENJA

C/ Laforja, 23, entl. 2a, 08006 Barcelona, CATALUNYA

www.ecomenja.com

ecomenja@ecomenja.com

934 535 119



SECTOR Restauración colectiva

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES 150 personas trabajadoras

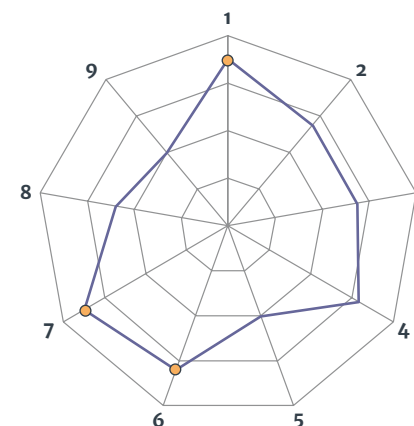
Ecomenja SL se constituye en 2009, tras un proceso de evolución propiciado por la crisis, en el que pasaron de ofrecer un servicio de calidad en un restaurante a regentar las cocinas centrales de los de algunos colegios de la zona. Lola Puig, de Slowfood, les ayudó en la transición del comedor escolar convencional al ecológico. Tras un año de transición, empezaron con dos escuelas en 2010 y actualmente gestionan el comedor de siete escuelas de las comarcas barcelonesas de Osona, el Vallès y el Barcelonès.

OBJETIVOS

- * Ganarse la vida.
- * Ofrecer una alimentación de calidad, ecológica, de proximidad y de temporada en comedores escolares con cocina propia.
- * Incidir en la educación para una alimentación saludable.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Elaboran menús escolares ecológicos con al menos un 95% de producto ecológico certificado y se abastecen de productos y distribuidores de proximidad en al menos un 70% del total del producto.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

En las cocinas emplean productos del Arca del Gusto de SlowFood y variedades y razas tradicionales. Elaboran recetas de la cultura gastronómica mediterránea y participan en redes y foros para intercambiar conocimientos. Inciden en la introducción de proteína vegetal en sus menús y llevan a cabo un trabajo de I+D sobre nuevos recetas que faciliten su asimilación.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Donan el excedente de los alimentos que no utilizan a familias con dificultades económicas y compostan los residuos orgánicos generados tanto en los huertos escolares como en las fincas de las personas productoras. Además, participan en la constitución de una asociación de comedores ecológicos que tiene como uno de sus fines coordinar la distribución de alimentos.

FACTORES DE ÉXITO

- * La convicción y los valores.
- * La eficacia del equipo de administración.
- * La bondad del equipo humano.

APRENDIZAJES

- * Conformer una buena estructura.
- * Gestionar correctamente los recursos humanos.

FUNDACIÓN XULUFRAIA

📍 C/ Bidasoa 45, 31785 Bera, NAVARRA-NAFARROA

✉ xulufraia@gmail.com



SECTOR Restauración colectiva

FORMA JURÍDICA Fundación

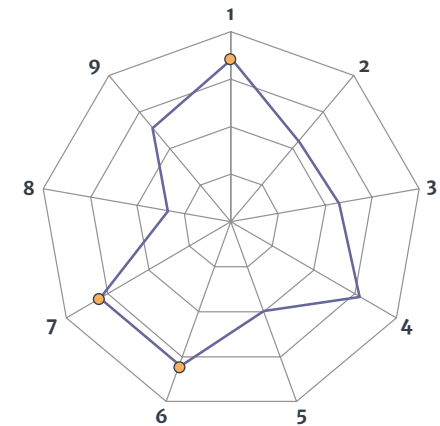
PARTICIPANTES 8 personas trabajadoras y 8 personas colaboradoras

La **Fundación Xulufraia** se constituye en 2010 tras haber funcionado como una asociación de madres y padres que gestionaba el comedor escolar del Colegio Ricardo Baroja. Ya por entonces adquirirían la comida de los comercios y productores locales. La fundación nace a raíz de que El Gobierno de Navarra prohíba a las APYMAS la gestión los comedores escolares. La escuela solicita presupuestos e información sobre los menús a distintas empresas de catering y tras comprobar que la calidad del servicio empeoraría mucho con este cambio, 8 madres y padres deciden implicarse, establecerse como una fundación y presentar una propuesta. Las familias de la escuela eligieron con más del 90% de los votos los servicios de la fundación, que actualmente sigue gestionando el comedor escolar y otros servicios en el colegio.

OBJETIVOS

El principal objetivo es seguir manteniendo un modelo de gestión del comedor escolar que ofrezca la mejor alimentación posible a las niñas y los niños del colegio Ricardo Baroja en Navarra.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Introducen alimentos locales y ecológicos en el menú escolar, en la medida que pueden. La carne, la pasta y algunas verduras son ecológicas.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Ajustan la cantidad de comida para que no haya desperdicio alimentario, e intentando que la comida sobrante les llegue a familias con menos recursos. Con el fin de gestionar los residuos orgánicos, participan en la mancomunidad y tienen instalado un contenedor de restos orgánicos para su compostaje.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Elaboran la comida cada día de manera tradicional y con alimentos locales. La

carne proviene de una raza autóctona y algunas de las verduras son variedades tradicionales. Además, las cocineras son locales y de vez en cuando se invita a las niñas y los niños a elaborar sus propias recetas tradicionales.

FACTORES DE ÉXITO

- * La implicación de las madres y los padres.
- * La sensibilidad sobre la alimentación de calidad y de cercanía.

APRENDIZAJES

- * Los aprendizajes van llegando según evoluciona el proyecto.
- * Exigir a las personas productoras calidad y garantía de los alimentos, e intentar que sean de cercanía.
- * Abrir el abanico a más productoras.

ASOCIACIÓN COLUMBARES

C/ Adrián Viudes, 9, 30570 Beniaján, MURCIA

www.columbares.org

carmen.molina@columbares.org

868 975 494



SECTOR Organización

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 134 personas: 33 socias, 7 socias trabajadoras y 94 trabajadoras

La **Asociación Columbares** es una entidad sin ánimo de lucro, que tiene la misión de ayudar especialmente a colectivos en situación de desigualdad social, económica y cultural, con el fin de promover la inclusión social, la igualdad, la solidaridad, la conservación del medio ambiente y la preservación de actividades productivas de la zona, específicamente de la pesca artesanal. Para conseguirlo la Asociación desarrolla proyectos educativos, sociales, medioambientales y de alimentación sostenible. La iniciativa surge en la década de los setenta, en el seno de los movimientos vecinales y grupos sociales que lograron canalizar todos sus esfuerzos en una sola línea en el proyecto Cordillera Sur.

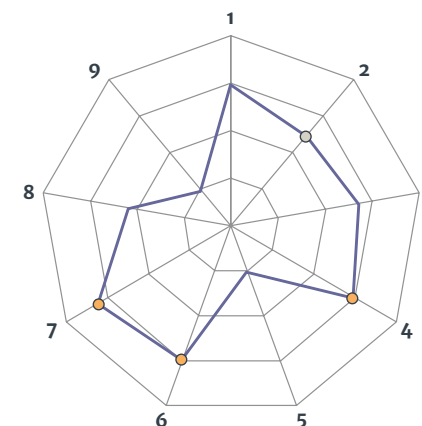
OBJETIVOS

El principal objetivo es ayudar a las personas, especialmente a aquellas que se encuentran en situación de vulnerabilidad social, económica, educativa o cultural, a conseguir su plena inclusión y lograr una sociedad más justa, solidaria y respetuosa con el medio ambiente.

Otro de sus fines específicos es concienciar a las personas acerca de la pesca sostenible en Murcia y su relación directa con la alimentación y el consumo en la zona, lo cual repercute claramente en la cultura, la diversidad natural y la economía local.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

Organizan talleres de cocina para recuperar especies tradicionales de la zona y lograr un consumo responsable, vinculándolo estrechamente con la restauración.

ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Organizan talleres de cocina de aprovechamiento con las sobras de comida. Además, los pisos de acogida temporal para migrantes cuentan con energía renovable autogenerada.

ECONOMÍA

Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

El 50% de la plantilla tiene contratos indefinidos. Además, el proyecto beneficia la economía local del territorio, ya que apuesta por la pesca local y se fomenta el consumo de pescado de la zona, lo cual genera un beneficio a pescadores, pescaderías y restaurantes locales.

EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Se imparten talleres enfocados a la infancia en el mercado más importante de Murcia, para concienciar sobre la alimentación y su impacto en el territorio. También se trabaja con los grupos de consumo de Murcia y la ciudadanía en general.

FACTORES DE ÉXITO

- * Contar con la financiación adecuada para el desarrollo de proyectos.
- * Trabajar primero por los beneficiarios y después con las entidades de la sociedad civil.
- * Tejer redes, también con la Administración.

APRENDIZAJES

- * Construir un equipo de personas cohesionado y comprometido que aporte diferentes visiones y conocimientos.
- * Apostar por la integración de diversas ideas y formas de actuar.
- * Colaborar con diferentes instituciones y organizaciones.

SUBMON

📍 C/ Rabassa, 49-51, 08024 Barcelona, CATALUNYA

🌐 www.submon.org

✉ info@submon.org

☎ 686 230 209



SECTOR Organización

FORMA JURÍDICA Asociación

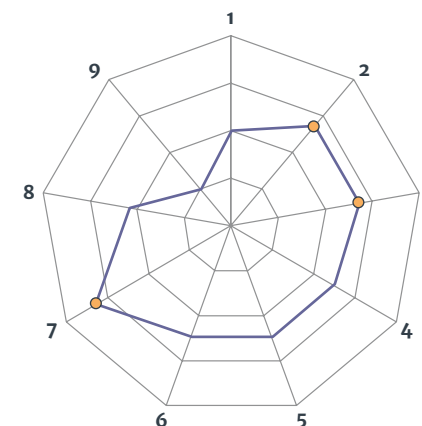
PARTICIPANTES 15 personas: 6 socias trabajadoras y 9 trabajadoras

SUBMON es una asociación que desarrolla proyectos destinados a la conservación, estudio y divulgación del medio marino con un carácter social y de desarrollo sostenible. Una de las líneas de acción de la asociación es trabajar por una pesca artesanal que sea sostenible con el medio ambiente y con el bienestar social y económico de las pescadoras y los pescadores. La iniciativa surge en el año 2008 con el objetivo de conservar, estudiar y divulgar el medio marino tomando como principales valores la profesionalidad, integridad, vocación, creatividad, proactividad y flexibilidad.

OBJETIVOS

El objetivo principal es trabajar para conservar la biodiversidad marina y para alcanzar un uso sostenible del medio marino, lo que se logra al promover un cambio en la relación de la sociedad con el mar, con actuaciones in situ, utilizando y transmitiendo el conocimiento. Es por estas razones, que el objetivo específico es promover un consumo responsable de pescado, resaltando los valores naturales de la pesca y el mar de una zona en concreto.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales. Incentivan la compra de pescados de lonja específicos de una zona en restaurantes y pescaderías. Además, se preserva y recupera el conocimiento tradicional, mediante talleres de cocina donde enseñan a las familias a filetear el pescado típico de zonas donde la pesca es una actividad productiva relevante.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Se llevan a cabo campañas de sensibilización sobre la pesca de custodia, se explican los beneficios medioambientales del pescado de calidad y de proximidad; mostrando que se trata de un precio justo tanto para la clientela como para la gente que se dedica a la pesca. Además de las charlas de sensibilización y los folletos de difusión, cuentan con un sitio web en el que detallan ampliamente el concepto de pesca de custodia.

● TRABAJO

Formas equitativas de organización interna.

Han establecido medidas de conciliación personal y familiar para todos los trabajadores. Hay un 50% o más de mujeres en puestos de toma de decisiones.

FACTORES DE ÉXITO

- * Trabajar en contacto con las personas consumidoras, pues hay una clientela interesada en participar en acciones relacionadas con la pesca y la alimentación sostenible, lo cual es fundamental para que la pesca artesanal y de bajo impacto siga existiendo.
- * Trabajar con las pescadoras y los pescadores de manera constante, para que no pierdan el interés en el proyecto.

APRENDIZAJES

- * Permitir que las personas que integren los equipos de trabajo se organicen de tal manera que desempeñen puestos o roles según su profesión, pues es así como se obtienen mejores resultados.



DIMENSIÓN POLÍTICA

LA SOLANA

C/ Solana baja, 9, 47316 Piñel de Abajo (Valladolid)
CASTILLA Y LEÓN

LaSolanaBelen

solanabe@telefonica.net

983 872 064 • 619 703 290



SECTOR Producción agrícola • Transformación • Comercialización

FORMA JURÍDICA Microempresa

PARTICIPANTES 3 personas trabajadoras

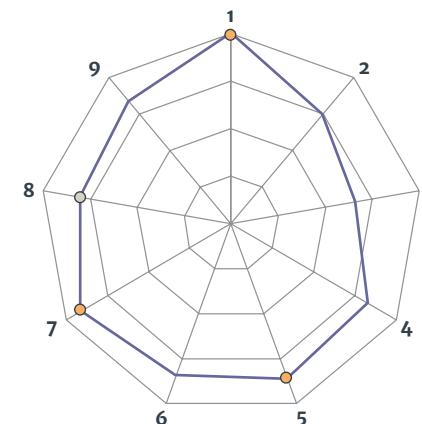
La Solana es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de productos agroecológicos. Surge en el año 1990 en lucha contra los efectos ambientales negativos causados por la producción agrícola convencional basada en agroquímicos. La socia fundadora, al asistir a encuentros en busca de alternativas de producción, conoce a la Coordinadora de Agricultura Ecológica, lo que da pie a que la iniciativa comience su actividad productiva bajo un modelo de agricultura ecológica. Cultivan cereales, legumbres, viñas en ecológico, elaboran harinas y vino, y gestionan una tienda en la que venden productos agroecológicos.

OBJETIVOS

El objetivo principal es el desarrollo de la agricultura ecológica como un modo de vida para la gente del pueblo.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen y comercialización productos ecológicos y agroecológicos.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Utilizan variedades tradicionales de uva para la elaboración de vino, además de adquirir cereales, leguminosas y legumbres de la zona, para la elaboración de pan y otros productos.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Colaboran con la Sociedad Española de Agricultura y Ecología (SEAE) organizando jornadas de formación y dando charlas sobre fertilizantes orgánicos y otro tipo de recursos que conservan la fertilidad del suelo y la gestión eficiente del agua.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan de manera activa en numerosas redes y colectivos, como Ecogermen, cooperativa de consumo ecológico, en grupos de productores/productoras y de mujeres rurales, en La Vía Campesina y en el consejo editorial de la revista *Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y Culturas*.

FACTORES DE ÉXITO

✳ Tener una motivación social y ecológica, para desarrollar un proyecto que pretende crear un impacto positivo en la sociedad y en la naturaleza.

APRENDIZAJES

✳ Trabajar la parte personal, en especial las relaciones entre las personas que colaboran, que deben estar lo más de acuerdo posible con las decisiones que se tomen. Es importante que exista una implicación colectiva, pero que a la vez se respeten las propuestas personales.

✳ Tener en cuenta los cuidados, no solo el trabajo; también es importante desarrollarse como persona.

SPG ECOLLAURES

📍 València y alrededores. **COMUNITAT VALENCIANA**

🌐 www.ecollaures.org

✉ spgecollaures@gmail.com

☎ 676 186 351



SECTOR Producción agrícola · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 30 proyectos productivos y 3 entidades

El **SPG Ecollaures** es un sistema participativo de garantía (SPG) del territorio valenciano, puesto en marcha en 2012 por la Asociación de Agricultores y Agricultoras Agroecológicas Ecollaures. Se basa en la autogestión, la participación, la agroecología y la soberanía alimentaria. Los SPG son sistemas de garantía que operan a escala local, y que, a través de la participación y la confianza, certifican las prácticas de cultivo, ambientales y sociales de las personas productoras. Actualmente, aglutina a más de 30 pequeños proyectos productivos, tanto agrícolas y apícolas como de elaboración, y a 3 organizaciones sociales. Funciona como una red de apoyo mutuo entre quienes se dedican a la producción; las visitas entre productores/as y el trabajo asambleario tiene una gran relevancia.

OBJETIVOS

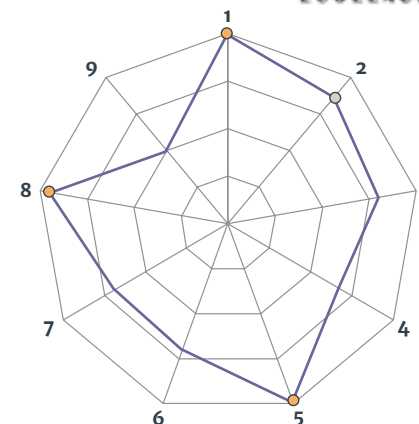
El objetivo principal es la transformación social a través de las interacciones ciudadanas en torno a la producción y el consumo local agroecológico.

Actualmente, sus objetivos específicos son:

- ✳ Conseguir una comercialización conjunta.
- ✳ Construir una economía comunitaria.
- ✳ Buscar soluciones a problemas comunes, como la falta de maquinaria o la contratación de personas trabajadoras.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Las iniciativas que forman parte del colectivo implementan técnicas para la conservación y para favorecer la fertilidad del suelo y la gestión eficiente del agua. Igualmente, muchos proyectos que forman parte de la asociación trabajan activamente para aumentar la biodiversidad natural del territorio.

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Las iniciativas que pertenecen al SPG Ecollaures producen alimentos agroecológicos y siempre de proximidad. Además, algunos productores del colectivo se organizan para comercializar de forma conjunta sus productos al primer supermercado cooperativo de la ciudad de València: Som Alimentació.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

La iniciativa es en sí misma un proyecto colectivo, que busca fomentar sinergias y la colaboración entre distintos actores de la cadena agroalimentaria, que practica los principios de la ESS y participa en

distintas investigaciones y congresos en torno a la agroecología y sobre el modelo de transición que fomenta un SPG.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Se realizan talleres de sensibilización dirigidos sobre todo a la ciudadanía en general. Se organizan cursos sobre prácticas y manejo agroecológico a agricultoras y agricultores del colectivo.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ Trabajar la parte emocional. Si las personas que integran la iniciativa tienen una motivación fuerte e ilusión por participar y trabajar, tendrán energía para asistir a las asambleas e involucrarse en el desarrollo de la iniciativa.

APRENDIZAJES

- ✳ No ser demasiado idealistas y radicales. Tener en cuenta que hay procesos que se pueden ahorrar, no es posible producir todo de manera autónoma y agroecológica. Es cierto que la agroecología está en contra del capitalismo, pero no en contra de todo.
- ✳ Apoyarse en herramientas que faciliten las tareas y procesos cotidianos.

XARXA DE FINQUES AGRONATURALS DE MENORCA

📍 Molí del Rei. Camí des Castell, 53, Maó (Menorca), BALEARS

🌐 www.gobmenorca.com/custodiaagraria

✉ custodia@gobmenorca.com

☎ 971 350 762



SECTOR Producción agrícola y ganadera · Transformación Comercialización · Organización

FORMA JURÍDICA Sin forma jurídica

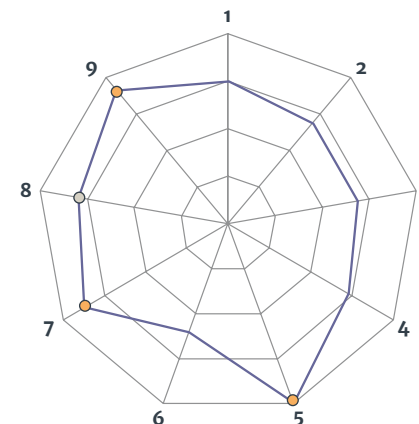
PARTICIPANTES 6 personas del GOB (2 dedicadas al proyecto de custodia del territorio y 4 de apoyo de diferentes áreas de trabajo) y 25 fincas productivas con acuerdos de custodia

El proyecto de custodia agraria **Xarxa de finques agronaturals de Menorca** es una iniciativa del GOB (Grupo Balear de Ornitología y Defensa de la Naturaleza), organización del ámbito balear que se desarrolla de forma autónoma en cada isla. El 70% del territorio de Menorca está gestionado por el sector agrario, que en el año 2000 era fundamentalmente ganadero y muy enfocado a la producción de leche. El sector entró en crisis y las fincas abandonaron o intensificaron su actividad. Para evitar los impactos ambientales negativos que esto supone, el GOB decide trabajar con el sector agrario y toma la custodia del territorio como una herramienta potente que permite llegar a acuerdos con los/las productores/as para desarrollar prácticas agrarias responsables. Actualmente cuentan con 25 acuerdos de custodia: pacto de ayuda mutua entre productores agrarios, que se comprometen a desarrollar ciertas medidas ambientales y socioeconómicas, y el GOB, que ayuda a las fincas en el desarrollo de líneas estratégicas.

OBJETIVOS

- * Lograr que el sector agrario sea viable económicamente y compatible con la conservación de los valores naturales (flora y fauna de la isla y ecosistemas naturales).
- * Dar apoyo a productores y productoras que firman acuerdos de custodia: asesoramiento y formación, jornadas de voluntariado para implicar a la sociedad, promoción de productos de las fincas con acuerdo de custodia, apoyo en la comercialización, etc.
- * Generar una red de fincas agronaturales, como ejemplo de trabajo compartido.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Los acuerdos de custodia son importantes para la mejora de las técnicas de conservación, gestión eficiente del agua, y mantenimiento y fomento de la biodiversidad agroforestal. Trabajan en torno al cambio climático con prácticas innovadoras.

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Como GOB participan activamente en los procesos de planificación alimentaria de la isla.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Elaboran alimentos típicos de Menorca e intercambian conocimiento en la red.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Es destacable el concepto de red y el fomento de la colaboración entre personas

productoras y con otros actores de la cadena agroalimentaria.

FACTORES DE ÉXITO

- * La herramienta clave es la custodia del territorio. Es un éxito que haya 25 fincas que trabajan de forma conjunta para gestionarse correctamente y que contribuyen a la conservación ambiental.
- * El trabajo en red: las iniciativas se complementan y se apoyan entre ellas.

APRENDIZAJES

- * Reforzar el trabajo en red: gestionar más ámbitos de forma conjunta, como la distribución. Se podrían plantear crear una marca propia, aunque para muchas personas consumidoras que se basan en la confianza no es necesario.
- * Mejorar la comunicación con la sociedad. Transmitir las externalidades positivas que se derivan de una gestión agraria responsable, y la responsabilidad común de contribuir hacia un modelo más justo, saludable y sostenible.



LAMEDINA COOPERATIVA ANDALUZA

📍 C/ Otto Engelhardt, 3, bajo, 41004 Sevilla, ANDALUCÍA

🌐 www.lamedina.coop

✉ info@lamedina.coop

☎ 681 608 228



SECTOR Distribución · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 3 socias trabajadoras

Lamedina Cooperativa Andaluza nace en el año 2015 en Autonomía Sur, Sociedad Cooperativa Andaluza, donde se observa la necesidad de facilitar la comercialización y distribución de productos de entidades de la economía social y solidaria. También sirve de tienda web para grupos de consumo, establecimientos, colectivos o minoristas y para visibilizar a las entidades con marca propia.

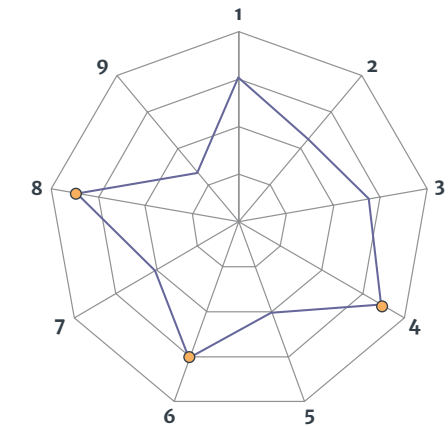
La idea inicial era montar una estructura de logística, pero de momento se está trabajando en conectar a distintas iniciativas para que se compren y vendan entre ellas. Usan software libre, tecnología que se puede compartir, mejorar y publicar en beneficio de la comunidad.

OBJETIVOS

El objetivo principal es dar visibilidad a las entidades del medio rural que trabajan bajo los principios de la economía social y solidaria, y facilitar el acceso a sus productos y a la historia de cada organización.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.
Participan de manera activa en distintas redes ligadas a la economía social y solidaria.

● ECONOMÍA

Actividad económica sostenible.

Los ahorros generados se invierten en la mejora del proyecto. Además, el 1-2 % de cada factura se destina a un fondo solidario para apoyar a otros proyectos.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Coordinan distintos proyectos de producción y comercialización a través de canales cortos.

FACTORES DE ÉXITO

- * La concienciación de la gente en cuanto a un consumo saludable y ecológico aumenta la demanda de alimentos locales y sostenibles.
- * Los productos de iniciativas de la economía social y solidaria llegan a muchos más lugares a través del esfuerzo colectivo, y no tanto del particular como cuando se participa en los mercados sociales.

APRENDIZAJES

- * Antes de empezar a crear las redes de distribución, es importante dar un mayor impulso a la creación y el fortalecimiento de nodos o grupos territoriales de producción y/o consumo.
- * Automatizar ciertos procesos relacionados con la distribución y la comercialización favorece que las personas productoras se puedan dedicar a producir.

ECOMERCADO DE GRANADA

Red Agroecológica de Granada

📍 C/ Margarita Xirgú, 5, 18007 Granada, ANDALUCÍA

🌐 www.ecomercadogranada.org 📘 Ecomercadodegranada

✉️ rag@ecomercadogranada.org • ecomercadogr@gmail.com

☎️ 605 301 679



SECTOR Comercialización

FORMA JURÍDICA Asociación

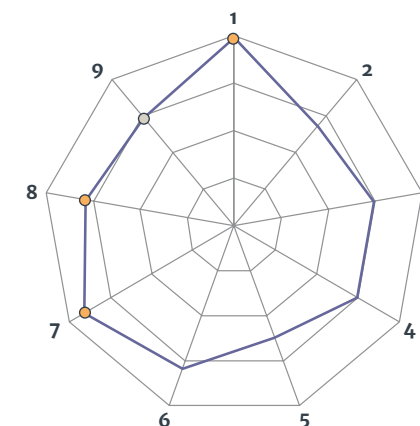
PARTICIPANTES 21 proyectos y 1 persona coordinadora

El **Ecomercado de Granada** y la Red Agroecológica de Granada (RAG) nacieron en 2013 a raíz de un proceso participativo y una serie de reuniones para optar a unas ayudas de promoción de mercados locales que finalmente no se convocaron. La RAG está formada por productoras y productores de pequeña escala, personas consumidoras, organizaciones y entidades con acción y visión agroecológica de toda la provincia. Una de las principales actividades de la RAG son los ecomercados, en los que participan tanto organizaciones como emprendimientos familiares e individuales. Además, colabora en otras iniciativas de canales cortos de comercialización que se desarrollan en la capital granadina y en pueblos del territorio. El Ecomercado de Granada tiene lugar de 10:00 a 14:30 h el primer sábado de mes en C/ Ribera del Genil, junto al Palacio de Congresos, y el tercer sábado de mes en Av. Luis Miranda Dávalos, cerca de la Cámara de Comercio.

OBJETIVOS

- ✳️ Generar una organización que aglutine a las distintas iniciativas con acción y visión agroecológica de Granada.
- ✳️ Difundir y promover la agroecología, los canales cortos de comercialización, la soberanía alimentaria, los Sistemas Participativos de Garantía, el cuidado de la salud y el medio ambiente, la formación y el intercambio con otras organizaciones y redes agroecológicas andaluzas y estatales.
- ✳️ Crear espacios de encuentro entre las personas que producen y las que consumen alimentos ecológicos. Los ecomercados no son solo lugares de venta.
- ✳️ Promover las variedades tradicionales, apoyar a las socias y socios en su trabajo de construir sistemas agroalimentarios alternativos e interactuar con instituciones públicas y entidades privadas para incidir en sus políticas públicas y acciones en pro de la agroecología y la soberanía alimentaria.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

A través de los ecomercados se acercan productos de calidad a la ciudadanía. Además, sirven de espacio de encuentro, intercambio y formación sobre aspectos vinculados a la salud y la nutrición.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación del conocimiento tradicional.

En el Ecomercado se relacionan personas consumidoras con productoras, se hacen degustaciones de variedades tradicionales promoviendo su uso culinario, así como otras actividades que ponen en valor la cultura local y el medio rural.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Mantienen un modelo de autogestión con la cuota de las participantes y un Sistema Participativo de Garantía que recoge iniciativas sin certificación oficial ecológica. Organizan asambleas mensuales, tareas puntuales con alta participación y comisiones de trabajo (de seguimiento, difusión, actividades e infraestructura).

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Toman parte en las estructuras públicas participativas sobre alimentación y en otras actividades promovidas por la Administración, en el Decreto de Venta Directa, y apoyan a un colegio para mantener el comedor escolar.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳️ La gran implicación de la gente.
- ✳️ El Ecomercado no es un espacio solo para vender, sino también para relacionarse e intercambiar.
- ✳️ La aplicación de un reglamento construido colectivamente ayuda a reducir de forma notable los conflictos internos. Se revisa periódicamente y se va adaptando por consenso a las nuevas realidades.

APRENDIZAJES

- ✳️ La importancia de difundir el Sistema Participativo de Garantía (SPG) desde la Red Agroecológica de Granada y el Ecomercado, aunque es una tarea complicada por falta de recursos.

CUINATUR

C/ Herrero, 33, Castelló de la Plana, COMUNITAT VALENCIANA

www.cuinatur.com

info@cuinatur.com

964 247 440



SECTOR Restauración colectiva

FORMA JURÍDICA Sociedad Limitada

PARTICIPANTES Una media de 300 personas contratadas
(Contrataciones fijas discontinuas)

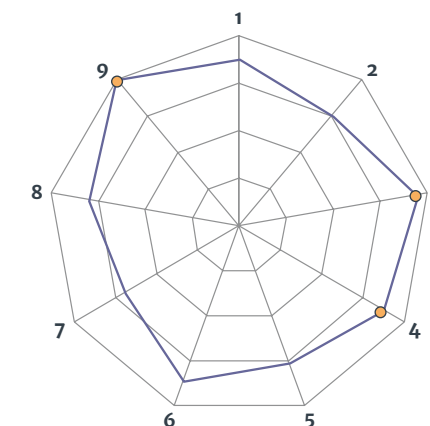
Cuinatur Activa SL es una empresa de restauración colectiva que nace en 2004. Surge del impulso de sus fundadores de rebelarse contra la idea de que la alimentación escolar deba gestionarse a través de empresas de carácter con un servicio de baja calidad de los alimentos y una deficiente preparación, para ser rentable. Con más de 26 colegios de titularidad pública en Castelló y València, priorizan la relación directa con productores locales, y ecológicos siempre que es posible, apoyando a la economía del territorio. Plantean aumentar la transparencia en el sector, facilitando la comunicación con el colegio y con madres y padres, y cuidan especialmente el menú, por ejemplo, priorizando la proteína de origen vegetal o la utilización de alimentos frescos y de temporada como el pescado, las verduras y hortalizas, y productos artesanos, como el yogur y los lácteos. Forman parte del movimiento de la Economía del Bien Común y en el 2015 hicieron su primer Balance del Bien Común.

OBJETIVOS

- * Favorecer una alimentación sana, ecológica y de calidad que eduque hábitos alimentarios sostenibles en los niños y niñas en edad escolar.
- * Contribuir a crear una red de productores y distribuidores de productos ecológicos, de temporada y de proximidad que mejore la economía de la zona.
- * Crear unas condiciones de trabajo adecuadas y sostenibles para sus trabajadoras por encima de los estándares legales.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Participan activamente en el Consejo Alimentario Municipal de València y en la elaboración de la Estrategia Alimentaria de la ciudad, así como en el impulso de cambios normativos a través de la plataforma Mensa Cívica, de restauración colectiva sostenible, de la que son socios fundadores y miembros de la Junta.

TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Destacan en sus políticas de integración de colectivos en riesgo de exclusión social, sobre todo a partir de la creación de la empresa social Cuinaterria, en asociación con la Fundación Novaterria.

Formas equitativas de organización interna.

Promueven medidas de conciliación del trabajo con la vida; tienen un sistema de toma de decisiones horizontal y participativo; y un elevado porcentaje de mujeres en espacios de decisión y gerencia.

ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva.

Es uno de los valores más importantes y diferenciadores de esta empresa. Su actividad económica estable y su contribución a la creación de empleos dignos, con condiciones muchas veces por encima del convenio, que generan un impacto económico relevante.

FACTORES DE ÉXITO

- * La autenticidad de su propuesta. La gente les reconoce como una empresa con valores, de la que se pueden fiar. El factor de la confianza es fundamental en su esquema de trabajo.

APRENDIZAJES

- * Se deben diversificar las acciones de la empresa y tratar de ampliar el número de administraciones públicas de las que se depende. En su caso dependen exclusivamente de la Consejería de Educación. También recomiendan, en aras de diversificar, no trabajar solo con colegios públicos y comenzar a trabajar con colegios privados o concertados.

FEDERACIÓN ANDALUZA DE CONSUMIDORES Y PRODUCTORES ECOLÓGICOS (FACPE)

C/ Cristo del Buen Fin, 4, 41002 Sevilla, ANDALUCÍA

www.facpe.org

correo@facpe.org

605 301 679



SECTOR Consumo · Comercialización · Organización

FORMA JURÍDICA Asociación

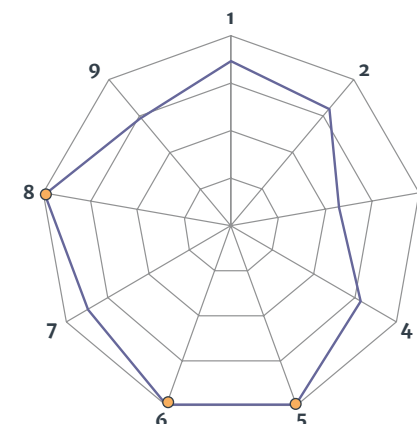
PARTICIPANTES 7 proyectos

La **Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos (FACPE)**, es una red de asociaciones y cooperativas de consumidores/as y productores/as de productos ecológicos y artesanales unidas con una finalidad común: la promoción y el fomento del consumo ecológico, responsable y solidario en Andalucía. FACPE nace en el año 1995 a raíz del interés de asociaciones y cooperativas de producción y consumo ecológico de Granada, Sevilla, Córdoba, Málaga y Cádiz con la intención de crear un espacio donde reunirse y poner en común sus objetivos, además de definir una línea de trabajo para el fomento de la producción y el consumo ecológico en el ámbito de Andalucía.

OBJETIVOS

- * Incentivar la producción a escala local y el consumo de productos ecológicos andaluces.
- * Fomentar el comercio justo, con variedades tradicionales y en canales cortos de comercialización.
- * Crear un espacio para la cooperación y el aprovechamiento de las sinergias entre las organizaciones andaluzas que trabajan en el consumo agroecológico.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en redes y proyectos colectivos: en el campo de la Economía Social y Solidaria, como REAS, o en la Plataforma Andalucía Libre de Transgénicos. Las organizaciones que conforman FACPE pertenecen a su vez a múltiples redes y proyectos colectivos a escala provincial.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Asesoran a iniciativas alimentarias acerca de productos y soluciones ambientales. Además, elaboran proyectos con la Junta de Andalucía en las áreas de educación ambiental y agroecología.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Asesoran a iniciativas alimentarias acerca de los canales cortos de comercialización, resaltando la base agroecológica y sus beneficios para el medio ambiente.

FACTORES DE ÉXITO

- * Colaboración con organizaciones e iniciativas del sector de la producción y el consumo ecológico y solidario, ya que tienen fines similares y objetivos en común, lo que permite generar redes y proyectos en colectivo.
- * La experiencia atesorada a lo largo de 25 años de trabajo.
- * La profesionalidad: hay personas con formación en agroecología y en economía social y solidaria.

APRENDIZAJES

- * La participación y la horizontalidad como claves para trabajar en red; dinamismo de las organizaciones que forman parte y atención a los cambios en el sector agroecológico.
- * Puesta en marcha de iniciativas con criterios de economía social.
- * Cooperación y creación de sinergias entre organizaciones diferentes en composición y estructura organizativa pero con visión y valores comunes.

ACTYVA

📍 Avda. Hernán Cortés, 46 Bº, 10080 Cáceres, EXTREMADURA

🌐 www.cooperactyva.org

✉ info@cooperactyva.org

☎ 927 240 523



SECTOR Consumo · Producción agrícola y ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 13 socias trabajadoras y 26 proyectos asociados

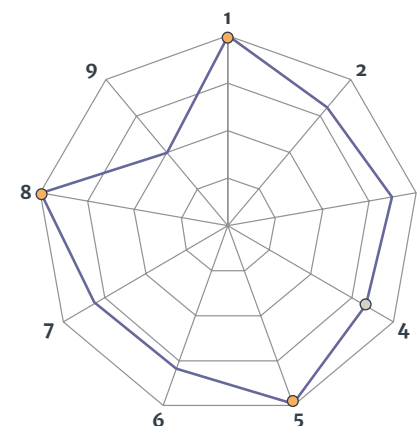
ACTYVA S. COOP. es una iniciativa impulsada en 2012 por la CNT, junto con otros colectivos. Su intención es establecerse como una cooperativa integral, pero el registro de cooperativas de Extremadura no contempla esta opción, por lo que se constituyen como sociedad cooperativa de tipo trabajo asociado, servicios, consumidores y usuarios, agraria y de bienestar social. ACTYVA es una comunidad que dinamiza la economía local: producción hortelana, artesanía alimentaria, innovación social y educativa, salud y beneficios ambientales.

OBJETIVOS

- ✳ Satisfacer las necesidades no atendidas o insuficientemente atendidas por el mercado.
- ✳ Resolver necesidades de autoempleo.
- ✳ Ofrecer una cobertura jurídica para el emprendimiento social.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Producen, transforman y comercializan frutas, verduras, pan y productos de procedencia animal, todos de proximidad y sostenibles.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en redes y entidades de economía social y solidaria y coordinan la producción para comercializar conjuntamente.

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

En su propio SPG han definido ocho técnicas agroecológicas y un manejo sostenible para la conservación de la fertilidad del suelo en los proyectos hortícolas.

● ECONOMÍA

Comercialización local, justa y/o colectiva. Actividad económica sostenible.

Establecen el precio de los productos en función de los costes más el 33% para la comercialización y distribución. Además, trabajan con moneda social con el sistema de saldo cero.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ La decisión y capacidad del grupo de personas que forman parte de la cooperativa, además de su entrega militante.
- ✳ La capacidad de trabajo colectivo.

APRENDIZAJES

- ✳ Apostar más desde el principio para evitar la precariedad en los proyectos.
- ✳ Empoderar a las nuevas personas que emprenden.
- ✳ Conocer mejor las normativas y trámites, para identificar dificultades o flexibilidad.

ECO CÓRDOBA

📍 Plaza Ramón y Cajal, 4, 14003 Córdoba, ANDALUCÍA

🌐 www.ecocordoba.com

✉ cordobaeco@gmail.com

☎ 957 941 710 • 670 384 332



SECTOR Organización

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 21 personas socias y 1 técnico autónomo

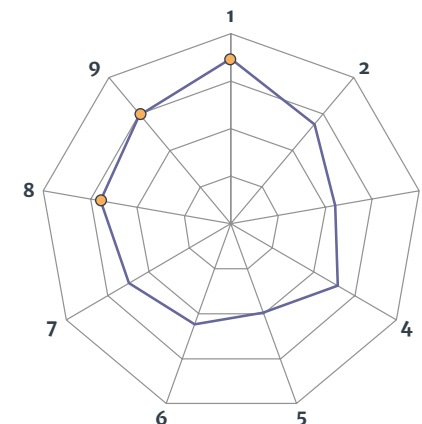
Eco Córdoba es el nombre de la Asociación de Comerciantes y Hosteleros de Productos Ecológicos de Córdoba. Nace en 2015 a raíz de la participación de la persona promotora del proyecto en un programa sobre canales cortos de comercialización y puesta en valor del territorio de las Oficinas de Integración Comercial de la Consejería de Comercio de Córdoba. Se convocaron varias reuniones y la propuesta de crear la asociación interesó a distintos comercios y restaurantes.

OBJETIVOS

Su objetivo principal es poner en contacto a la producción con el comercio, articular y hacer piña entre las distintas iniciativas de Córdoba. El proyecto defiende los canales cortos de comercialización y apoya a las iniciativas locales de producción ecológica que crean empleo y riqueza en su territorio, ayudando a aumentar el porcentaje del suministro a sus tiendas y restaurantes. Además, sirve de interlocutor con la administración, puesto que es una asociación de comerciantes de productos ecológicos en Córdoba.



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● SALUD

Mejora de la salud a través de la alimentación local y sostenible.

Los establecimientos asociados comercializan producto local y ecológico.

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Participan activamente en la Mesa del Pacto de Milán y en proyectos como Alimentando Córdoba.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Participan en distintas redes, especialmente, en el Ecomercado de Córdoba.

FACTORES DE ÉXITO

- * Tener una persona que tira del carro.
- * Constituirse como la agrupación que representa los comercios y restaurantes ecológicos de Córdoba.
- * Ser y estar abiertos a que otras iniciativas formen parte del proyecto aunque no comercialicen el 100% de productos ecológicos.
- * Existencia previa de Subbética Ecológica de la que ya formaban parte la mayoría de las iniciativas asociadas.

APRENDIZAJES

- * Ser abiertos e inclusivos, ya que los establecimientos que realmente no están convencidos acaban abandonando del proyecto.
- * Ir haciendo y aprendiendo poco a poco, según avanza la organización.

EHKOLEKTIBOA

📍 C/ Urteaga, 21, 20570 Bergara, Gipuzkoa, EUSKADI

🌐 www.ehkolektiboa.eus

✉ ehkolektiboa@gmail.com

☎ 688 867 020



SECTOR Organización

FORMA JURÍDICA Asociación

PARTICIPANTES 200 personas socias, 70 personas productoras y 1 persona trabajadora

EHKolektiboa es una organización que emerge en 2014 a raíz de un proyecto transfronterizo entre una asociación de agricultores ecológicos del País Vasco francés y Consejo de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi (ENEK), y tras muchas reflexiones de distintas asociaciones ecológicas en las que se detecta la necesidad de un identificador común. EHKolektiboa es una asociación que agrupa a campesinas agroecológicas y consumidoras de Euskal Herria, más allá de las fronteras administrativas.

OBJETIVOS

El objetivo principal es promover un modelo de agricultura basado en la agroecología, con tres objetivos concretos:

- ✳ El desarrollo de la agroecología, tanto en su definición teórica como en la práctica.
- ✳ La identificación y diferenciación basada en un SPG.
- ✳ La unión y las relaciones entre agricultoras y agricultores de Euskal Herria.

EZ DUDA,
AGROEKOLOGIA
BULTZA!

Zen ere
kide!



SAFRAN LILIA

Pagola, Zubero

"EHKO identifikatzaileak"

etxaldeak, be

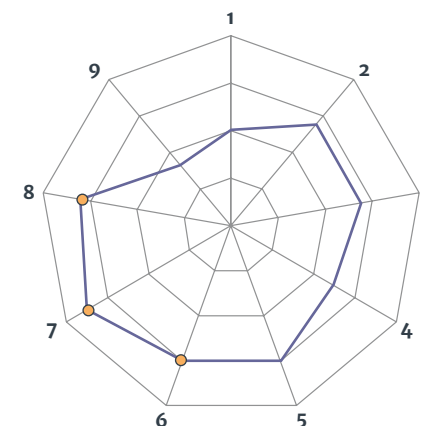
kolektiboak de

AGROEKOLO

ditu



- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Organizan encuentros sectoriales en los que intercambian información. Las iniciativas agroalimentarias que forman parte de la asociación cultivan variedades tradicionales y crían razas autóctonas.

● COOPERACIÓN

Creación y fortalecimiento del vínculo social.

Convocan mesas sectoriales de coordinación entre las asociaciones de agricultura ecológica de Euskal Herria, constituyen un Sistema Participativo de Garantía en sí mismo y colaboran en proyectos de investigación universitaria sobre diferentes temáticas.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

La gestión de los residuos y el planteamiento agroecológico es uno de los puntos centrales de las reuniones en grupos de trabajo sectoriales.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ La unión y colaboración entre las personas productoras.
- ✳ Los espacios de encuentro.

APRENDIZAJES

- ✳ La dimensión es muy grande y el territorio, muy amplio.
- ✳ Conviene replantearse cada uno de los ejes para estudiar qué proyectos se deben llevar a cabo.

FUNDACIÓN LONXANET

C/ Fernando González, 4, 15004 A Coruña, GALIZA

www.fundacionlonxanet.org

miriam.montero@fundacionlonxanet.org

981 926 614



SECTOR Organización

FORMA JURÍDICA Fundación

PARTICIPANTES 5 personas trabajadoras

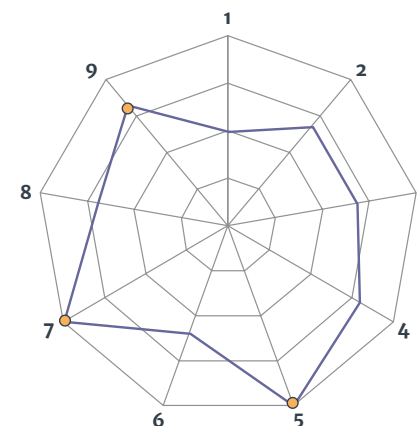
La **Fundación Lonxanet** tiene como misión contribuir al fortalecimiento de la pesca artesanal estableciendo vínculos con el sector pesquero a través de proyectos y acciones, con la finalidad de involucrar de forma responsable a las poblaciones costeras en la construcción de un futuro más sostenible. La fundación nace en 2002 con el objetivo de crear una sociedad más justa. Sus líneas de acción son la construcción de una nueva gobernanza en la gestión de los recursos pesqueros, la mejora de la comercialización de productos de pesca artesanal y su puesta en valor. Junto con pescadores y otros actores, desarrollan proyectos que fomentan una pesca artesanal más sostenible social, ambiental y económicamente. Con la contribución de un liderazgo del sector pesquero artesanal centrado en el interés general, busca una acción colectiva focalizada en el desarrollo sostenible.

OBJETIVOS

- * Lograr que la fundación sea un instrumento ágil de cambio social, que favorezca la transición hacia una nueva cultura de una pesca artesanal más sostenible y responsable.
- * Generar incidencia en las políticas públicas a través de los resultados de aquellos proyectos, liderados por el propio sector pesquero artesanal, que han contribuido al desarrollo y consolidación de buenas prácticas en el ámbito de la gestión pesquera, de una nueva gobernanza, de la comercialización, del patrimonio cultural, etc.; en definitiva, que han ayudado a consolidar la pesca artesanal como un sistema productivo sostenible.

FUNDACIÓN
LONXANET

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD

Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.

Sensibilización sobre el consumo responsable de pescado y creación de una red de restauradores por la conservación del mar, que promueva una compra informada y un consumo responsable. Hay 80 restauradores y distribuidores comprometidos con la pesca artesanal bajo un código ético.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Se incentiva la producción, consumo y comercialización de productos pesqueros provenientes de pesca a baja escala con alto valor social. Tienden puentes de diálogo y cooperación entre todos los actores usuarios del ecosistema marino.

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Fomento de modelos de cogestión de composición paritaria entre el sector

pesquero y la administración pública. Uso de procesos participativos e inclusivos. Mejora de la vertebración entre pescadores, comunidad científica, ONG y administración pública en la toma de decisiones. Trabajo sobre normativa para la inclusión plena de la pesca artesanal.

FACTORES DE ÉXITO

- * Visualizar un futuro optimista y tener una alta motivación. Participar en un proceso de transformación social es muy motivador.
- * Saber cómo plantear y comunicar los proyectos y soluciones a las personas con cargos políticos, para que sus objetivos estén alineados con los de las iniciativas sociales.
- * Contar con disponibilidad de recursos para evitar tensiones en el equipo.

APRENDIZAJES

- * Tener un compromiso fuerte con el proyecto y por lograr una transformación social.
- * Rodearse de gente motivada con la iniciativa. Los recursos humanos son fundamentales para su desarrollo.

HELICONIA

📍 Paseo de las Acacias, 3, 1.º A, 28005 Madrid, MADRID

🌐 www.heliconia.es

✉ cooperativa@heliconia.es

☎ 91 541 26 13 • 652 367 606



SECTOR Organización

FORMA JURÍDICA Cooperativa

PARTICIPANTES 26 personas: 10 socias trabajadoras y 16 trabajadoras

Heliconia es una consultoría socioambiental, especializada en el desarrollo de figuras territoriales para fortalecer la multifuncionalidad de los sistemas agrarios, la dinamización de la agricultura de proximidad, el desarrollo de sistemas alimentarios saludables y sostenibles, la reconexión campo-ciudad y el diseño e implantación de políticas locales alimentarias. Fue creada en 2004 por un equipo de personas provenientes de disciplinas diversas. Su modelo de organización empresarial es democrático y basado en los valores de la economía social y solidaria.

OBJETIVOS

Contribuir al desarrollo territorial sostenible, la preservación de la biodiversidad y la soberanía alimentaria a través de una organización empresarial cooperativa comprometida con el desarrollo personal y profesional de sus trabajadores y arraigada en el territorio.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA

IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan talleres de educación ambiental y alimentación sostenible en centros escolares, visitas y actividades de sensibilización en parques agrarios. Además, fomentan el consumo de productos de proximidad mediante campañas de comunicación y eventos como ferias y mercados de productores/as.

● ECONOMÍA

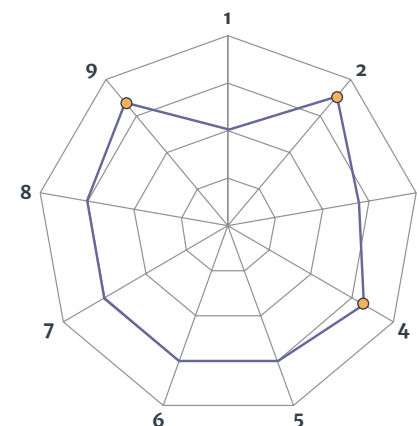
Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos.

Puesto que es una empresa propiedad de las trabajadoras, se favorece la creación de empleo y el reparto del trabajo. Su actividad es sostenible económicamente y pone a las personas y el medio ambiente en el centro. También aplican el Balance Social de REAS.

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

En los proyectos promovidos por administraciones locales, trabajan con todos los agentes implicados en la cadena alimentaria y con la ciudadanía. Además, promueven el fortalecimiento de la economía local, la preservación de la actividad agraria periurbana y el valor cultural de la alimentación mediante el desarrollo de circuitos cortos de comercialización.



FACTORES DE ÉXITO

- * La promoción del desarrollo profesional de las trabajadoras y el equilibrio entre la conciliación y la corresponsabilidad en la organización.
- * La implicación en redes de agricultura, alimentación y defensa del territorio, que les permiten conocer la situación real de las comunidades.
- * La participación en equipos de investigación vinculados con la universidad y centros de investigación, lo que permite mejorar los resultados.

APRENDIZAJES

- * En cooperación se puede llegar más lejos que individualmente.
- * La promoción de sistemas locales agroecológicos requiere un proceso lento que depende de: un acompañamiento constante; un entorno de confianza con las personas implicadas; presupuesto en comunicación; logística de distribución de productos; resultados con un impacto positivo en la producción, distribución y consumo; investigación y transferencia agraria; y adaptación de las políticas de desarrollo a la producción sostenible y la agroecología.

BANCO DE TIERRAS DE GALICIA

AGADER - XUNTA DE GALICIA

📍 Lugar da Barcia 56, Laraño, 15897 Santiago de Compostela, GALIZA

🌐 agader.xunta.gal/es/banco-de-tierras

✉ infoagader@xunta.es

☎ 981 547 354



SECTOR Administración

FORMA JURÍDICA Ente público de la Xunta de Galicia

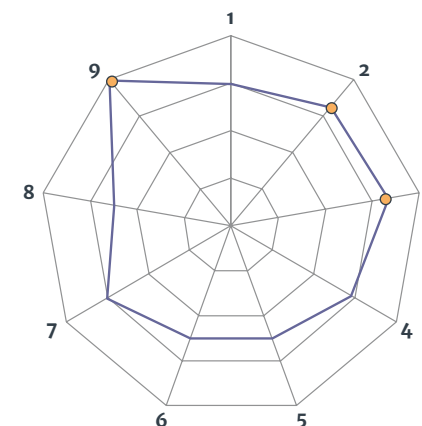
PARTICIPANTES 10 personas: 3 técnicas, 1 abogada y 6 administrativas

El **Banco de Tierras de Galicia** es un instrumento creado por la Consellería de Medio Rural de la Xunta de Galicia, con el que se pretende regular el uso y aprovechamiento de fincas con vocación agraria. Se creó en 2007 con el doble objetivo de evitar el abandono de tierras y ponerlas a disposición de todas aquellas personas que las necesitan para usos agrícolas, ganaderos, forestales, de conservación de la naturaleza y patrimonio u otros usos de interés social.

OBJETIVOS

- ✳ Promover la mejora de la base territorial de explotaciones o la creación de otras nuevas mediante el recurso al arrendamiento de tierras públicas (unas 9000 parcelas) o privadas incorporadas voluntariamente (alrededor de 1500).
- ✳ Crear soluciones para el abandono de tierras a partir de proyectos que permitan movilizar la mayor cantidad de parcelas y hectáreas, involucrando a jóvenes, colectivos en riesgo de exclusión social y a personas individuales y empresas. Además, se pretende que a través de dichos proyectos se colabore con las instituciones, tanto privadas como públicas, para que actúen en el territorio y ejerzan una función social.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Además de la actividad ordinaria de arrendamientos, tienen dos líneas de trabajo: proyectos especiales y proyectos de recuperación de tierras. En la primera se trabaja con las instituciones, privadas y públicas, para colaborar en iniciativas de formación a personas o colectivos en riesgo de exclusión. En los proyectos de recuperación, como institución de gobierno, colabora con ayuntamientos y otras instituciones en la reactivación de tierras abandonadas.

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan talleres de sensibilización a la ciudadanía, formación y asesoramiento a iniciativas agroalimentarias e instituciones públicas.

● TRABAJO

Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral.

Creación de un centro de formación en parcelas del banco de tierras, para personas en riesgo de exclusión social y apoyo a personas en paro interesadas en trabajar la tierra.

Formas equitativas de organización interna.

En su esquema de toma de decisiones se tiene en cuenta al equipo de trabajo y hay más de un 50% de mujeres en puestos de toma de decisiones.

FACTORES DE ÉXITO

- ✳ La tenacidad del equipo. El banco de tierras ha logrado salir adelante sin presupuesto propio, con poco personal y bajo cualquier estructura de gobierno. Se ha mantenido como una iniciativa firme gracias al mérito de los trabajadores y las trabajadoras. Durante el último período se ha conseguido incrementar de forma sustancial la dotación económica para los proyectos; en 2019 supera los dos millones de euros.

APRENDIZAJES

- ✳ Recurrir al conocimiento de los bancos de tierras que han existido previamente, incluso los que fracasaron, para recoger sus aprendizajes y tenerlos en cuenta.
- ✳ Aceptar distintas ideas y sistemas de agricultura, sin parámetros ni criterios muy altos desde el principio. Si se es excluyente en cuanto a la participación, se puede limitar el desarrollo de un banco de tierras.

REBAÑO MUNICIPAL DE CABRAS GUADARRAMEÑAS

📍 Plaza de la Constitución 1, 28413 El Boalo, MADRID

🌐 cabrasbcmblog.wordpress.com

✉ comunicacion@bocema.org

☎ 918 559 025



SECTOR

Administración · Producción ganadera · Transformación · Comercialización

FORMA JURÍDICA Administración

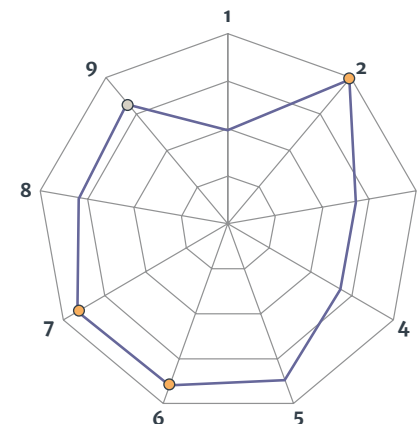
PARTICIPANTES 4 personas trabajadoras
(y coordinación de la Administración)

El **Rebaño Municipal de Cabras Guadarrameñas** se pone en marcha en 2016 por iniciativa del Ayuntamiento de El Boalo, Cerceda y Mataelpino. La administración detecta que hay un vacío de iniciativas públicas de cría de cabra guadarrameña y en el sector privado hay pocas y de carácter muy restringido. Actualmente, una persona gestiona el rebaño, dos más elaboran queso de manera artesanal y otra lleva a cabo visitas organizadas. El alcalde del municipio se encarga de la coordinación del proyecto y la concejala tiene formación veterinaria, por lo que también apoya en su desarrollo. La Asociación de Criadores de Cabra Guadarrameña presta servicio de asesoramiento y atención veterinaria al rebaño.

OBJETIVOS

- * Fomentar y divulgar las razas autóctonas, a través de la cría y gestión de un rebaño de cabras de raza guadarrameña.
- * Proporcionar rebaño de reposición a otras explotaciones.
- * Prevención de incendios, gestión de los residuos y limpieza de restos de poda de espacios públicos y privados.

- 1 SALUD
- 2 EDUCACIÓN
- 3 TRABAJO
- 4 ECONOMÍA
- 5 RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD
- 6 ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS
- 7 CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL
- 8 COOPERACIÓN
- 9 GOBERNANZA



IMPACTOS POSITIVOS

● EDUCACIÓN

Sensibilización y formación hacia un modelo de soberanía alimentaria.

Organizan visitas educativas con familias y colegios, y otras actividades formativas sobre las prácticas y el manejo del ganado. Proporcionan herramientas para el emprendimiento social y colectivo con criterios de economía social y solidaria.

● CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL

Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales.

Atienden un rebaño de cabras de raza guadarrameña. Comercializan la carne de los cabritos y elaboran queso de manera artesanal.

● ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS

Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria.

Además de pastorear el rebaño por vías pecuarias y contribuir a la limpieza del monte, las cabras se alimentan de restos de poda y del bagazo de la cerveza. También se aprovecha el estiércol que generan para los huertos sociales, dentro del programa municipal de agrocompostaje.

● GOBERNANZA

Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario.

Al tratarse de una iniciativa promovida desde la administración local, se impulsan procesos y estructuras de participación ciudadana sobre alimentación y gestión del territorio, así como, dentro de sus posibilidades, acuerdos y desarrollo de normativas que garanticen una alimentación de calidad.

FACTORES DE ÉXITO

- * El impulso de la iniciativa y la pasión puesta en el proyecto.
- * El análisis de las necesidades.
- * La apuesta por los valores tradicionales como valor de futuro.
- * La reconexión de las personas con su territorio, su entorno y el sector agropecuario.

APRENDIZAJES

- * Hay que impulsar el sector lácteo; salvo en la venta directa, no hay garantías de recibir una retribución justa por la leche, y a menudo se vende el producto por debajo de los costes.

SOCIAL

- 1 A pleno sol
- 2 ARAE. Sociedad de productos ecológicos
- 3 Buscándome las Habichuelas
- 4 Ecoventas campesinas
- 5 La Sazón
- 6 Ekotania
- 7 El Colletero
- 8 L'Olivera Cooperativa
- 9 Milhulloa
- 10 Rincón del Segura
- 11 SAT Ecomatarranya
- 12 Bodegas Lezaun
- 13 Alborinco
- 14 Saski Barazki
- 15 El Patio de Amayuelas
- 16 Tierra Sana
- 17 Instituto Despensa Natura
- 18 El Majadal
- 19 Dehesa La Lejuca
- 20 Cofradía de Pescadores de Gandia
- 21 Pan do mar
- 22 Maskilu Kontserbak
- 23 Bailandera
- 24 Cervezas Borda
- 25 Chocolates Artesanos Isabel
- 26 Manos Verdes
- 27 Terra de Pa
- 28 La Ecomarca
- 29 La Entreverá
- 30 Quèviure
- 31 Con*sumo cuidado
- 32 L'Arcu La Vieya
- 33 Mercado da Terra de Lugo
- 34 Muestra Local Agroecológica de Zaragoza
- 35 Apeztegierriko Denda

- 36 Del Monte de Tabuyo
- 37 Al-Paladar
- 38 Los Pájaros Ateneo Huertano
- 39 Sambucus
- 40 Comedor escolar. CEIP Asunción Pañart
- 41 Donde comen los monstruos
- 42 Mescladís
- 43 Biotrèmol
- 44 La Colmena que dice Sí
- 45 Consumo Consciente Árbore
- 46 Subbética Ecológica
- 47 Ganaderas en Red
- 48 Germinando
- 49 Espigoladors

AMBIENTAL

- 50 CalmaChicha Ecogranja
- 51 Riet Vell*
- 52 La Almajara del Sur
- 53 Circus - Granja Familiar
- 54 Granja Santa Ana
- 55 Jauregia Esnekiak
- 56 Juanes Ibérico Salvaje
- 57 Los Apisquillos
- 58 ME Ecològic de Mallorca
- 59 Oroko Arrautzak
- 60 Outurelos
- 61 Ramats al Bosc
- 62 Foodtopia
- 63 Mercat Ecològic de Palma
- 64 Bio-Agroturismo Las Lucías
- 65 La Reverde
- 66 Finca El Mato Tinto

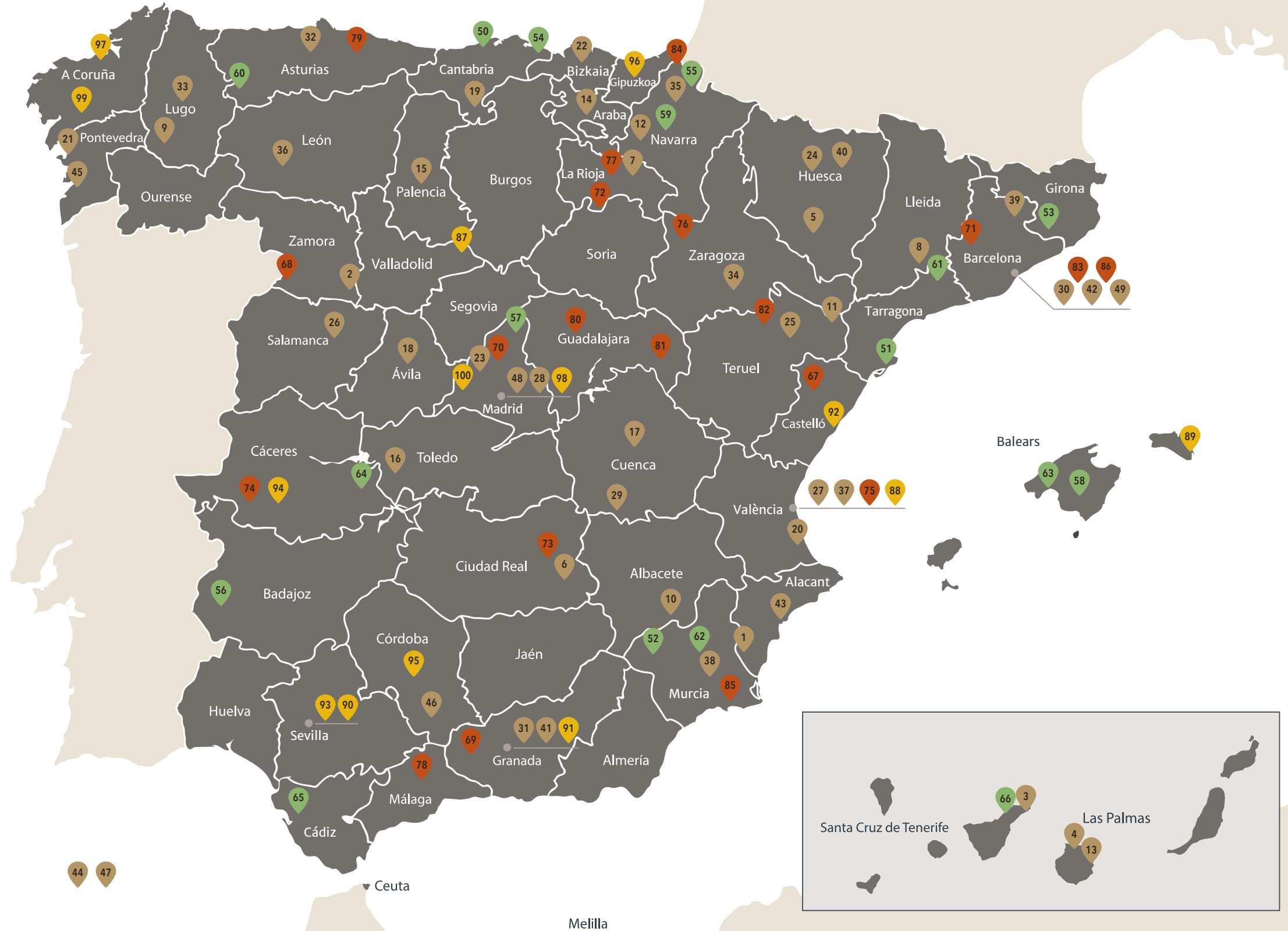
CULTURAL

- 67 Biopenyagolosa
- 68 Bodega El Hato y el Garabato
- 69 Valle y Vega

- 70 La Troje
- 71 Les Refardes
- 72 Ojuel Vinos Artesanales
- 73 Finca Fuentillezjos
- 74 Quesería La Patilla
- 75 Comunidad de pescadores El Palmar
- 76 El Acebo de Moncayo
- 77 Cumpanis
- 78 Spiga Negra
- 79 Kikiricoop
- 80 Despelta
- 81 Hotel Rural El Descansillo
- 82 La Ojinegra
- 83 Ecomenja
- 84 Fundación Xulufraia
- 85 Asociación Columbares
- 86 Submon

POLÍTICA

- 87 La Solana
- 88 SPG Ecollaures
- 89 Xarxa de finques agronaturals de Menorca
- 90 Lamedina Cooperativa Andaluza
- 91 Ecomercado de Granada
- 92 Cuinatur
- 93 La Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos (FACPE)
- 94 ACTIVA
- 95 Eco Córdoba
- 96 EHKolektiboa
- 97 Fundación Lonxanet
- 98 Heliconia
- 99 Banco de tierras de Galicia
- 100 Rebaño municipal de cabras guarrameñas



100 INICIATIVAS MAPA

8 BIBLIOGRAFÍA

- Altieri, M.A. (editor) (2017). *Historia de la Agroecología en América Latina y España*. Berkeley: Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología (SOCLA).
- Begiristain, M. (2018). Comercialización agroecológica: un sistema de indicadores para transitar hacia la soberanía alimentaria. *Cuadernos de Trabajo/Lan-Koadernoak Hegoa*, 75. Bilbao: Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU)
- Begiristain, M. y López, D. (2016). *Viabilidad económica y viabilidad social. Una propuesta agroecológica para la comercialización de la producción ecológica familiar*. Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua (ENEK)
- Farinós, J. y Romero, J. (2011). Redescubriendo la Gobernanza más allá del Buen Gobierno. Democracia como base, desarrollo territorial como resultado. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 56, pp. 295-319.
- Fundación Emaús, Mugarik Gabeko-Albaitariak y Ehne Bizkaia (2011). *Políticas Públicas para la Soberanía Alimentaria 2002-2012. Avances y retrocesos en el diseño y aplicación. Análisis internacional*.
- Hernández-Jiménez, V., Encinas Escribano, M.A., Hewitt, R., Ocón Martín, B., Román Bermejo, L.P. y Zazo Moratalla, A. (2016). *¿Qué territorio queremos? Estrategias participativas para un futuro común*. Madrid: Observatorio para una Cultura del Territorio (OCT).
- Herrero, Y. (2013). Miradas ecofeministas para transitar a un mundo justo y sostenible. *Revista de Economía Crítica*, 16, pp. 278-307.
- López, D., Alonso, N. y Herrera, P.M. (2018). *Políticas alimentarias urbanas para la sostenibilidad. Análisis de experiencias en el Estado español, en un contexto internacional*. Fundación Entretantos.
- López, D. y Álvarez, I. (2018). *Hacia un sistema alimentario sostenible en el Estado Español - Propuestas desde la agroecología, la soberanía alimentaria y el derecho a la alimentación 2030/2050*. Fundación Entretantos
- Mier y Terán, M., Felipe, O., Aldasoro, M., Morales, H., G. Ferguson, B., Rosset, P., Khadse, A. y Campos, C. (2018). Bringing agroecology to scale: key drivers and emblematic cases. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 42, pp. 637-665.
- Munda, G. (2005). "Measuring sustainability": a multi-criterion framework. *Environment, Development and Sustainability*, 7, pp. 117-134.
- Pomar León, A., Duran Gurnsey, N., Gamboa Jiménez, G., Binimelis Adell, R., Tendero Acín, G. (actualización 2018). *Arran de Terra II. Indicadors de Soberania Alimentària a Catalunya*.
- Puleo, A.H. (2009). *Ecofeminismo: la perspectiva de género en la conciencia ecologista. Claves del ecologismo social*. Madrid: Ecologistas en Acción.

- Red de Agroecología en Acción (2018). *Informe de resultados. Sistematización de experiencias productivas agroecológicas*.
- Rosset, P. (2004). Soberanía Alimentaria: reclamo mundial del movimiento campesino. (Trad. Adriana Latrónico y María Elena Martínez). Original: Rosset, P. (2003). *Food Sovereignty: Global Rallying Cry of Farmer Movements. Backgrounder*, 9. pp. 1-4.
- Sevilla Guzmán, E. (2004). *Agroecología y Agricultura Ecológica: hacia una "Re"construcción de la Soberanía Alimentaria*. Texto correspondiente a su intervención en la sesión inaugural del VI Congreso de la SEAE, en Almería.
- Saavedra Sánchez, P. (2015) TFM Universitat Politècnica de València. *La Soberanía Alimentaria en los Comedores de los colegios. Dificultades y oportunidades para la transición a un comedor más sostenible en el CEIP Mestalla*.
- URGENCI y Ecologistas en Acción (2015). *Censo Europeo de Agricultura Sostenida por la Comunidad (2015): Experiencias de ASC en el Estado Español*.
- Vara-Sánchez, I. y Gallar Hernández, D. (2014). *Investigación-sistematización de experiencias de soberanía alimentaria y agroecología emergente*. Observatorio de Soberanía Alimentaria y Agroecología - OSALA, Córdoba.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Álvarez, A.M., Delgado Jiménez, A. y Observatorio de la sostenibilidad en España (OSE) (2009). *Patrimonio natural, cultural y paisajístico: claves para la sostenibilidad territorial*. Disponible en: <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0556177.pdf> (Accedido el 25/04/2018)
- CERAI y otras entidades de Mincha d'Aquí - Fundación Daniel y Nina Carasso (2018). *Estrategia Mincha d'Aquí. Dinamización de iniciativas alimentarias locales y sostenibles en el Pirineo y Somontano aragonés*. Disponible en: <http://minchadaqui.net/estrategia/> (Accedido el 14/09/2018)
- Divay, V. (2017). *Iniciativas de Alimentación Responsable y Sustentable en la Provincia De Santa Fe. Identificación de buenas prácticas*. Disponible en: https://www.uclg.org/sites/default/files/iniciativas_de_alimentacion_responsable_y_sustentable_en_la_provincia_de_santa_fe.pdf (Accedido el 14/02/2018)
- FAO (2003). *Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria*. Disponible en: <http://www.fao.org/docrep/005/y4137s/y4137s06.htm> (Accedido el 25/04/2018)
- Fundación CODESPA. (9 de febrero 2012) Cadenas de valor: quiénes son los actores y cuáles son sus roles. Disponible en: <https://www.codespa.org/blog/2012/02/09/cadenas-de-valor-quiénes-son-los-actores-y-cuales-son-sus-roles/> (Accedido el 08/05/2018)

- La Vía Campesina (15 de enero de 2003). ¿Qué es la Soberanía Alimentaria? Disponible en: <https://viacampesina.org/es/que-es-la-soberania-alimentaria/> (Accedido el 03/04/2018).
- Metropolitan Agriculture for Developing an innovative, sustainable and Responsible Economy (MADRE) (2018). *Urban and Peri-Urban Agriculture: Best Practice Catalogue*. Disponible en: https://madre.interreg-med.eu/fileadmin/user_upload/Sites/Green_Growth/Projects/MADRE/MADRE_best_practice_catalogue.pdf (Accedido el 17/09/2018)
- Nyeléni (2007). Declaración de Nyéléni, *Foro sobre la Soberanía Alimentaria*. Disponible en: <http://www.nyeleni.org/IMG/pdf/DeclNyeleni-es.pdf> (Accedido el 03/04/2018).
- REAS Euskadi, 2016. Transformando los territorios desde la economía solidaria. Herramientas para el impulso de políticas públicas locales (Principios de la Economía Social y Solidaria). Disponible en: https://www.economiasolidaria.org/sites/default/files/guia_politicas_publicas_ecoSol.pdf (Accedido el 05/04/2018)
- REAS (2006). *Carta de principios de la Economía Solidaria*. <https://www.economiasolidaria.org/carta-de-principios> (Accedido el 05/04/2018)
- RASTOIN, J.L. (2016). Los sistemas alimentarios territorializados: desafíos y estrategia de desarrollo. *Sistemas Alimentarios territorializados en Costa Rica. Journal Resolis*, 10, p.13. Disponible en: http://www.resolis.org/upload/journal/document/29_20161122_resolis_journal_costa_rica_june2016.pdf (Accedido el 14/02/2018)
- UNESCO IIEP (2005). *Questionnaire design: Module 8*. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002145/214555E.pdf> (Accedido el 08/05/2018)



9 ANEXOS

- 1 Tabla de propuestas y principios de la soberanía alimentaria. Declaración de Nyéléni (2007)
- 2 Comisión de seguimiento y agentes informantes clave
- 3 Cuestionario. Guion de las entrevistas
- 4 Tabla de impactos y criterios. Valoración
- 5 Valoración de las 100 iniciativas

1 TABLA DE PROPUESTAS Y PRINCIPIOS DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA. DECLARACIÓN DE NYÉLÉNI (2007)

| SOBERANÍA ALIMENTARIA | | | | | |
|--|---|--|-------------------------|---|---|
| PROPUESTA | PRINCIPIOS | | | | |
| DERECHO | de los pueblos | Alimentos | Nutritivos | Alimentación como un derecho humano básico | |
| | | | Culturalmente adecuados | | |
| Accesibles | | | | | |
| Producidos de forma sostenible y ecológica | | | | | |
| de los consumidores | Para controlar su alimentación y nutrición | Su propio sistema alimentario y productivo | | | |
| | | | | | |
| DEFIENDE | los derechos de los actuales y futuros consumidores | | | | |
| PRIORIZA | las economías locales y los mercados locales y nacionales | | | | Reorganización del comercio de alimentos |
| COLOCA | a los que producen, distribuyen y consumen alimentos en el corazón de los sistemas y políticas alimentarias | | | | |
| PROMUEVE | el comercio transparente | | | | Eliminación de la globalización del hambre |
| | relaciones sociales libres de opresión y desigualdades | | | Promoción y difusión de la paz social | |
| GARANTIZA | que los derechos de acceso y, la gestión de la tierra, del agua, de las semillas, del ganado y la biodiversidad estén en manos de aquellos que producen los alimentos | | | Reforma Agraria | |
| OFRECE | una estrategia para resistir y dismantelar el régimen alimentario actual y, para que los sistemas alimentarios pasen a estar gestionados por los productores/as locales | | | Control democrático | |
| COLOCA | la producción, la distribución y el consumo sobre la base de la sostenibilidad medioambiental, social y económica | | | Protección de los recursos naturales | |

Fuente: Elaboración a partir de la Declaración de Nyéléni, 2007 y La Vía Campesina, 1996 (TFM Pilar Saavedra, 2015)

2 COMISIÓN DE SEGUIMIENTO Y AGENTES INFORMANTES CLAVE

A Comisión de seguimiento

| NOMBRE | ORGANIZACIÓN |
|-------------------|---|
| Dionisio Ortiz | Universitat Politècnica de València (UPV) – Departamento de Economía y Ciencias Sociales |
| Daniel López | Fundación Entretantos; Posgrado de Dinamización Agroecológica – Universitat Autònoma de Barcelona |
| Isabel Álvarez | Fundación Entretantos. Experta en género |
| Violette Divay | Representante de RESOLIS |
| Vicent Garcés | Presidente de FACM |
| Lola Bañón | Directora de FACM |
| Paola Hernández | Representante de Mensa Cívica |
| Annaïs Sastre | Arran de Terra |
| Ester Montero | Asociación Agroecológica ARREA |
| Patricia Almaguer | INTERHES – Instituto Interdisciplinar de Ecología Humana y Sostenibilidad |
| Diana Canela | REAS Madrid |
| Sergi Escribano | Cátedra Tierra Ciudadana + Empodera. Experto en pesca |

B Agentes informantes clave

Agradecemos a la extensa red de contactos que generosamente nos ha ofrecido su tiempo y sus conocimientos para ayudarnos en la tarea de localizar a las iniciativas de esta publicación y muchas más:

Adriana Esteban, Aina Calafat, Alberto Diego, Andrés Couceiro, Ángel Calle, Annais Sastre, Antía Puentes, Araceli Bolinches, Ariadna – Mas Les Vinyes, Ariadna Pomar, Ascen Navalón, Celia Crespo, César de la Cruz, Edurne Caballero, Ester Montero, Esther González, Francho Duque, Franco Llobera, Fundación Entretantos, Gabriel Abascal, Gabriela Vázquez, Gonzalo de la Fuente de Val, Gonzalo Palomo, Ignacio Mancebo, Isabel Álvarez, Isabel Salmerón, Javier Torre, Joaquín Valderrábano, Jorge López, Jorge Mariscal, Jorge Molero, Julia del Valle, Koko Pelli – Iniciativa, Koldo Rey, Laura Aceituno, Leti Toledo, Lucía López, Lucía Payá, Mamen Cuéllar, Manuel Redondo, Mar Cabanes, Marchos Fenoy, María Andrés, María Carrascosa, María José Garre, Mariana Yuan, Marta García, Nofre Fullana, Pablo Saralegui, Paola Hernández, Patricia Dopazo, Proyecto Talaia, Sergi Escribano, Sonia Martín, Teodoro Clavijo, Toni Perdomo, Vero Hernández–Jiménez, WEB EL Hueco, WEB REAS, Xenia Torras.

3 CUESTIONARIO. GUIÓN DE LAS ENTREVISTAS

Se adjunta el guion empleado para las entrevistas, realizadas a través de un cuestionario en línea, que la entrevistadora iba rellenando a medida que la conversación transcurría. Las sesiones se grabaron con la autorización de las personas participantes. En algunos casos, fueron las propias iniciativas las que, por falta de tiempo para la entrevista telefónica, rellenaron el cuestionario.

Cuestionario. Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT)

En España existe un importante movimiento que cuestiona el sistema establecido de la cadena alimentaria y su funcionamiento, y trabaja por la construcción de sistemas alimentarios más justos, vinculados a los territorios y su cultura, que buscan una gobernanza más inclusiva y preocupados por la salud de las personas que forman parte de él. Desde el enfoque de la responsabilidad ambiental, social, cultural, económica y política, se propone relocalizar los sistemas alimentarios mediante la construcción de Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT), tanto desde la sociedad civil como desde las instituciones públicas.

Estas iniciativas proponen la transición hacia sistemas alimentarios locales que generan múltiples impactos positivos y, sin embargo, son todavía poco conocidas incluso entre ellas mismas, a pesar de que muchas son exitosas y tienen un alto potencial de réplica. Por esta razón, este trabajo pretende explorar el surgimiento de estas iniciativas, ponerlas en red y facilitar las herramientas necesarias para su multiplicación.

El objetivo principal es identificar, visibilizar y promover las iniciativas locales y los actores relacionados con la emergencia de Sistemas Agroalimentarios Territorializados en el Estado español, que generen impactos positivos en los ámbitos ambiental, social, económico, cultural y político. En segundo lugar, y a partir de esta primera identificación, se pretende seleccionar las mejores prácticas para sistematizar sus puntos de fuerza y así identificar y visibilizar herramientas que permitan su réplica. Además, la intención es difundir y fomentar la multiplicación de las herramientas de transición hacia Sistemas Agroalimentarios Territorializados en el ámbito estatal con una proyección internacional.

Y, por último, se trata de poner en marcha una serie de acciones de incidencia política en el Estado español con el objetivo de sensibilizar a las entidades públicas sobre los SAT y las herramientas de transición identificadas.

BLOQUE 1: DATOS DE LA INICIATIVA

1.1 Nombre del proyecto, empresa y/o titular

1.2 Ubicación/Dirección/Localidad (mapa/ficha)

1.3 Comunidad Autónoma

1.4 Teléfono

1.5 Correo electrónico

1.6 Sitio web

1.7 Nombre, rol en la iniciativa, contacto de la persona entrevistada

(Datos que sean publicables, que les interese que aparezcan en la publicación)

1.8 Sector de la iniciativa

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Producción agrícola | <input type="checkbox"/> Transformación vegetal |
| <input type="checkbox"/> Producción agrícola y transformación | <input type="checkbox"/> Transformación vegetal y comercialización |
| <input type="checkbox"/> Producción agrícola y comercialización | <input type="checkbox"/> Transformación animal |
| <input type="checkbox"/> Producción agrícola y transformación y comercialización | <input type="checkbox"/> Transformación animal y comercialización |
| <input type="checkbox"/> Producción ganadera | <input type="checkbox"/> Distribución |
| <input type="checkbox"/> Producción ganadera y transformación | <input type="checkbox"/> Comercialización |
| <input type="checkbox"/> Producción ganadera y comercialización | <input type="checkbox"/> Restauración |
| <input type="checkbox"/> Producción ganadera y transformación y comercialización | <input type="checkbox"/> Restauración colectiva |
| <input type="checkbox"/> Pesca | <input type="checkbox"/> Grupo de consumo |
| <input type="checkbox"/> Pesca y comercialización | <input type="checkbox"/> Cooperativa de iniciativas |
| | <input type="checkbox"/> Organización |
| | <input type="checkbox"/> Administración |
| | <input type="checkbox"/> Otro: |

1.9 ¿Cuál es la forma jurídica de la iniciativa?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Asociación | <input type="checkbox"/> Sociedad Limitada |
| <input type="checkbox"/> Cooperativa | <input type="checkbox"/> SAT |
| <input type="checkbox"/> Colectivo (formalizado) | <input type="checkbox"/> (Sociedad Agraria de Transformación) |
| <input type="checkbox"/> Federación | <input type="checkbox"/> Sociedad civil |
| <input type="checkbox"/> Autónomo/a | <input type="checkbox"/> Sin forma jurídica |
| | <input type="checkbox"/> Otro: |

1.10 ¿En qué año nace la iniciativa? ¿Cómo surge?

1.11 ¿Cuáles son los objetivos de la iniciativa? ¿Han cambiado los objetivos desde que se creó?

BLOQUE 2: PRODUCCIÓN Y TRANSFORMACIÓN AGRÍCOLA, GANADERA Y PESQUERA

2.1 ¿Qué produce/cría/pesca?

2.2 ¿Qué sistema o modelo de agricultura/ganadería/pesca lleva a cabo?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Agroecología | <input type="checkbox"/> Ganadería intensiva |
| <input type="checkbox"/> Agricultura ecológica | <input type="checkbox"/> Pesca artesanal |
| <input type="checkbox"/> Agricultura convencional | <input type="checkbox"/> Pesca de arrastre |
| <input type="checkbox"/> Ganadería extensiva | <input type="checkbox"/> Otro: |
| <input type="checkbox"/> Ganadería semiextensiva (semiestabulado) | |

2.3 ¿Se utiliza alguna técnica para favorecer la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y evitar su contaminación y/o que aumente la biodiversidad natural? ¿Cuál?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Abonado con materias orgánicas | <input type="checkbox"/> Control de las dosis de los fitosanitarios y el abonado |
| <input type="checkbox"/> Envoltura de abonos verdes | <input type="checkbox"/> Gestión adecuada de estiércoles |
| <input type="checkbox"/> Uso de acolchados | <input type="checkbox"/> Creación de setos, puntos de agua, refugios, etc. |
| <input type="checkbox"/> Uso de acolchado orgánico | <input type="checkbox"/> Otro: |
| <input type="checkbox"/> Rotación de animales | |
| <input type="checkbox"/> Riego por goteo | |

BLOQUE 3: EDUCACIÓN Y CULTURA

3.1 ¿La iniciativa participa en (o realiza)* actividades de sensibilización, formación y/o asesoramiento? En caso afirmativo, ¿sobre qué?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Alimentación sostenible y/o soberanía alimentaria | <input type="checkbox"/> Emprendimiento social y colectivo, con criterios de Economía Social y Solidaria** |
| <input type="checkbox"/> Prácticas y manejo agroecológico (fertilidad del suelo, la gestión del agua, biodiversidad...) | <input type="checkbox"/> Administración, gestión y/o comercialización |
| | <input type="checkbox"/> Otro: |

En caso afirmativo, ¿a quiénes va dirigida?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Ciudadanía en general | <input type="checkbox"/> Iniciativas agroalimentarias |
| <input type="checkbox"/> Colectivos en riesgo de exclusión | <input type="checkbox"/> Instituciones públicas |
| <input type="checkbox"/> Comunidad educativa | <input type="checkbox"/> Otro: |

3.2 ¿La iniciativa participa en (u organiza)* algún tipo de experimentación o investigación participativa? En caso afirmativo, ¿sobre qué y con qué otros actores?

3.3 ¿La iniciativa trabaja con variedades y/o razas tradicionales? En caso afirmativo y de producción, ¿de dónde obtiene las semillas/planteles?

3.4 ¿La iniciativa produce y/o transforma artesanalmente productos típicos de la región?

3.5 ¿La iniciativa produce/transforma/elabora los alimentos locales teniendo en cuenta los conocimientos y la cultura gastronómica tradicional?

3.6 ¿La iniciativa participa en (o promueve)* encuentros o intercambios en donde se compartan saberes tradicionales y se fortalezcan las redes de intercambio de conocimiento? ¿Qué entidades o iniciativas suelen participar?

BLOQUE 4: MODELO ENERGÉTICO Y GESTIÓN DE RESIDUOS

4.1 ¿Lleva a cabo medidas para reducir el desperdicio alimentario de su actividad? En caso afirmativo, ¿cuáles?

4.2 ¿Se tienen medidas para la reducción y el reciclaje de los residuos orgánicos u otro tipo?

4.3 ¿Se hace uso de energías renovables? En caso afirmativo, ¿con fuentes propias o ajenas?

- | | |
|----------------------------------|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Propias | <input type="checkbox"/> Ajenas |
|----------------------------------|---------------------------------|

BLOQUE 5: COMERCIALIZACIÓN / DISTRIBUCIÓN

5.1 ¿La iniciativa comercializa (producción/comercialización) o consume (consumo) alimentos ecológicos/agroecológicos?

5.2 ¿La iniciativa comercializa (producción/comercialización) o consume (consumo) alimentos de proximidad?

5.3 ¿Dónde comercializa la producción?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Tiendas | <input type="checkbox"/> Mercados |
| <input type="checkbox"/> Restaurantes | <input type="checkbox"/> Comedores escolares |
| <input type="checkbox"/> Cooperativas/grupos de consumo | <input type="checkbox"/> A otros/as productores/as |
| <input type="checkbox"/> Agricultura sostenida por la comunidad | <input type="checkbox"/> Distribuidores |
| <input type="checkbox"/> Otro: | |

5.4 ¿Cómo distribuye sus productos? ¿Y qué tipo de transporte utiliza?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Vehículo propio | <input type="checkbox"/> Vehículo compartido |
| <input type="checkbox"/> Servicio de transporte | <input type="checkbox"/> Otro: |

5.5 ¿Se coordina con otros proyectos productivos para comercializar/distribuir su producto?

5.6 ¿Considera que recibe (producción/comercialización) o paga (consumo) un precio justo de sus productos? ¿Por qué?

5.7 ¿Cómo fija el precio de sus productos? ¿Tiene calculados los costes de producción, transformación, comercialización, distribución y administración, y con ello fija los precios de sus productos?

- Según los costes de producción, transformación, comercialización, etc.

- Según está el mercado y los precios de otros/as productores/as
- Según me parece que me ha llevado más/menos trabajo
- No fijo yo el precio, lo estipulan otros agentes de la cadena
- Otro:

5.8 Al comercializar sus productos, ¿visibiliza los valores que hay detrás?

5.9 ¿La iniciativa favorece que los alimentos locales y sostenibles sean accesibles tanto económicamente como físicamente? Por ejemplo, distribución en zonas rurales o acceso a personas con mayor vulnerabilidad. ¿Cómo?

5.10 ¿La iniciativa recibe (o impulsa)* algún tipo de apoyo para la venta directa o a través de Canales Cortos de Comercialización? ¿Qué tipo de apoyo?

- Mercados municipales
- Puestos de venta directa / Tira de contar
- Central de acopio y/o distribución colectiva
- Otro:

5.11 ¿En la iniciativa se emplea algún tipo de economía no monetarizada? En caso afirmativo, ¿cuáles?

- Trueque
- Banco de tiempo
- Moneda social
- Otro:

BLOQUE 6: SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

6.1 ¿Se han realizado estudios y planes económicos de la actividad?

6.2 ¿Se ha definido una estrategia de proyecto? En caso afirmativo, ¿os ha ayudado alguien a desarrollarla? ¿Quién?

6.3 ¿Cómo es el balance económico de la iniciativa: ingresos/gastos (incluidos los salarios)? Si el balance es positivo, ¿desde cuándo considera que la actividad es sostenible? Si el balance es negativo, ¿a qué cree que puede ser debido?

6.4 Si existen beneficios, ¿cómo se gestionan?

- Se reparten entre socias/os
- Se reinvierten en la mejora del proyecto
- Se pone a disposición de otros proyectos
- Otro:

6.5 ¿Es la actividad económica principal de la iniciativa? En caso negativo, ¿con qué otra actividad económica la combina y en qué proporción (de jornada o ingresos)?

6.6 ¿Cómo se financia o se ha financiado el proyecto?

- Bancos
- Préstamos familiares
- Ingresos de otros proyectos
- Crowdfunding
- Ayudas de la administración (PAC, subvenciones...)
- No se ha necesitado financiación
- Otro:

6.7 ¿Considera que la actividad beneficia la economía local de su territorio? ¿Cómo?

BLOQUE 7: TRABAJO Y CONDICIONES DIGNAS LABORALES

7.1 ¿Cuántas personas participan en la iniciativa?

Número de personas contratadas/autónomas/socias trabajadoras:

Número de hombres y horas/semana:

Número de mujeres y horas/semana:

Número de personas en formación/prácticas/becarias:

Número de hombres y horas/semana:

Número de mujeres y horas/semana:

Número de personas voluntarias:

Número de mujeres y horas/semana:

Número de hombres y horas/semana:

Número de personas socias no trabajadoras:

Número de mujeres y horas/semana:

Número de hombres y horas/semana:

7.2 ¿Cómo se organiza? ¿Cómo se toman de decisiones dentro de su iniciativa? ¿Quiénes o qué cargos son los que toman las decisiones?

Cargos de responsabilidad:

Número de mujeres

Número de hombres

7.3 ¿La iniciativa contempla medidas para conciliar el trabajo con otras necesidades (personales, de conciliación familiar, etc.)? ¿Cuáles?

- Horarios flexibles
- Reducción de jornada
- Teletrabajo
- Posibilidades de excedencia
- Otro:

7.4 ¿Cuál es el porcentaje de personas que hacen uso de las medidas de conciliación en el trabajo?

7.5 ¿La iniciativa tiene medidas de integración de personas y/o colectivos en riesgo de exclusión social? En caso afirmativo, ¿cuáles?

7.6 ¿Hay medidas para evitar la brecha salarial (no hay diferencias de salario por sexo, edad, nacionalidad...)?

7.7 ¿La iniciativa realiza (o promueve)* la Auditoría o Balance Social (ESS**)?

BLOQUE 8: COOPERACIÓN Y ALIANZAS

8.1 ¿La iniciativa participa en alguna red o proyecto colectivo? En caso afirmativo, ¿en cuáles, de qué manera y con qué objetivos?

8.2 ¿La iniciativa participa en Sistemas Participativos de Garantía y/o asociaciones de consumidores/as?

8.3 ¿En su territorio hay Sistemas Participativos de Garantía y son reconocidos y apoyados?

8.4 ¿La iniciativa participa en redes de Economía Social y Solidaria y puesta en práctica de los principios?

BLOQUE 9: GOBERNANZA Y POLÍTICA

9.1 ¿La iniciativa recibe (o impulsa)* algún tipo de apoyo? ¿Qué tipo de apoyo?

- Acceso a recursos naturales (tierra, agua, semillas, plántulas...)
- Gestión sostenible de los recursos naturales
- Gestión sostenible de los residuos
- Uso de infraestructuras públicas
- Realización de acciones formativas/asesoramiento
- Actividades de sensibilización/divulgación
- Otro:

¿De quién/es lo recibe?

- Administración pública
- Organización/Sindicato agrario
- Otras organizaciones o colectivos
- Otro:

9.2 ¿La iniciativa participa activamente en (o impulsa)* procesos de planificación alimentaria en la región? Por ejemplo, en la estrategia alimentaria municipal.

9.3 Si se ha creado una estructura pública participativa de gestión alimentaria, ¿participa en ella? Por ejemplo, en el Consejo Alimentario Municipal.

9.4 ¿La iniciativa participa en (o impulsa)* acuerdos y/o normativas para la introducción de alimentos locales y sostenibles en espacios públicos? Por ejemplo, restauración escolar, de hospitales, comedores sociales, colonias de verano, guarderías, máquinas de venta automática, comedores universitarios, etc.

PREGUNTAS FINALES

- ⦿ ¿Qué aspectos cree que son fundamentales para hacer funcionar la iniciativa (factores de éxito en cuanto a producción, comercialización, sostenibilidad económica, alianzas y redes)?
- ⦿ Si tuviera que volver a empezar, ¿qué aspectos cambiaría? ¿Qué aprendizajes haría llegar a otras iniciativas que están empezando?
- ⦿ Después de todo lo comentado, ¿cómo ve su iniciativa dentro de 5-10 años?
- ⦿ Se realizará una publicación con estas entrevistas y la información recopilada, ¿autoriza que hagamos uso de esta información?
- ⦿ ¿Está interesada/o en recibir esta información?
- ⦿ Otras iniciativas que puede ser interesante recoger en este proyecto:

Conforme a la Ley Orgánica, 15/1999 sobre Protección de datos de carácter personal, el/la firmante autoriza al equipo del proyecto Herramientas para la transición hacia Sistemas Alimentarios Territorializados (SAT) al tratamiento de los datos personales recogidos en el presente cuestionario. Estos datos pasan a formar parte del fichero denominado (Base Datos SAT) bajo la responsabilidad de CERAI, con la finalidad de llevar a cabo el proyecto y la publicación *Sistemas alimentarios territorializados en España. 100 iniciativas locales para una alimentación responsable y sostenible*. Los datos de localización se usarán para ubicar en un mapa en línea todas las iniciativas alimentarias locales y sostenibles del territorio. El/la usuario/a puede ejercitar los derechos ARCO (acceso, cancelación, rectificación y oposición) enviando un escrito al correo electrónico proyectosat@cerai.org (si se trata de una entidad o una administración pública).

4 TABLA DE IMPACTOS Y CRITERIOS. VALORACIÓN

Se anexa la tabla de las categorías con sus impactos y los criterios que se valoran, con su rango de valor numérico establecido.

| DIMENSIÓN SOCIAL | | | |
|------------------|---|--|--|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| SALUD | Mejora de la salud a través de la alimentación local y/o sostenible | Produce, comercializa o consume alimentos ecológicos o agroecológicos | Agroecológico = 4 Ecológico = 3 Mixto, o lo hacen indirectamente = 2 Convencional = 1 N/A = 0 |
| | | Comercializa o consume alimentos de proximidad | Sí, siempre de proximidad = 4 Sí, a veces, cuando pueden = 3 No, pero lo están pensando, o lo hacen indirectamente = 2 No = 1 N/A = 0 |
| EDUCACIÓN | Sensibilización hacia un modelo de soberanía alimentaria | Talleres y actividades de sensibilización dirigidas a toda la ciudadanía, con especial énfasis en colectivos de mayor vulnerabilidad | Sí, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Sí, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Talleres y actividades de sensibilización dirigidas a la comunidad educativa | Sí, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Sí, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | Formación y acompañamiento hacia un modelo de soberanía alimentaria | Formación y acompañamiento a iniciativas agroalimentarias | Sí, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Sí, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Formación y asesoramiento a instituciones públicas | Sí, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Sí, eventualmente = 3 No, aunque participa de manera externa, cuando les llaman = 2 No = 1 N/A = 0 |

| DIMENSIÓN SOCIAL | | | |
|------------------|--|---|---|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| TRABAJO | Apoyo e inserción de personas con dificultad en la integración laboral | Integración de personas y/o colectivos en riesgo de exclusión social | Sí, están bien establecidas y formalizadas. Es un objetivo de la iniciativa = 4 Sí, se tiene en cuenta, aunque no lo tienen formalizado, cuando pueden lo hacen = 3 Sí, se tiene en cuenta, de manera puntual, aunque sea a otros colectivos con dificultades = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Conciliación personal y/o familiar realizado por hombres y mujeres de manera igual e intransferible | Sí, hay unas normas y protocolos de conciliación formalmente establecidos y todo el mundo las usa por igual = 4 Sí, aunque no están formalmente establecidos. Todos/as por igual = 3 No están formalmente establecidos y no se usan habitualmente. Según cada caso y según el puesto, se puede o no. Los suelen usar más las mujeres = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | Formas equitativas de organización interna | Toma de decisiones horizontal y participativa | Todos/as participan de las decisiones = 4 Hay un equipo coordinador, pero se tiene en cuenta la opinión de las demás personas trabajadoras = 3 Hay una junta, equipo coordinador, que toma las decisiones = 2 La persona de dirección, gerencia, es la que toma las decisiones = 1 N/A = 0 |
| | | Las mujeres ocupan espacios de decisión | En la iniciativa hay un 75% o más de mujeres en la toma de decisiones = 4 En la iniciativa hay un 50% o más de mujeres en la toma de decisiones = 3 En la iniciativa hay entre un 10 y 50% de mujeres en la toma de decisiones = 2 No hay mujeres en la iniciativa o menos del 10% son mujeres en la toma de decisiones = 1 N/A = 0 |

| DIMENSIÓN SOCIAL | | | |
|------------------|---|---|---|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| ECONOMÍA | Contribución al mantenimiento y a la creación de empleos dignos | Las personas contratadas cuentan con contratos fijos y estables | En la iniciativa hay un 75% de contratos fijos y estables = 4 En la iniciativa hay un 50% de contratos fijos y estables = 3 En la iniciativa hay entre un 10 y 50% de contratos fijos y estables = 2 En la iniciativa no hay contratos fijos y estables = 1 N/A = 0 |
| | | Hay equidad salarial | Sí, todas las personas cobran lo mismo = 4 Sí, aunque hay algunas diferencias de salarios por nivel, antigüedad... = 3 No se lo han planteado, cada persona cobra según convenio = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | Comercialización local, justa y/o colectiva | Precios justos para productoras/es | Sí, el precio siempre es justo = 4 Sí, el precio es justo en la mayoría de los productos/servicios; en otros, no = 3 No, el precio no es justo en la mayoría; en algunos productos/servicios, sí = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Precio final que cubra los costes de: producción, transformación, comercialización, distribución y administración | Sí, se tienen en cuenta los costes y lo fijan ellas mismas = 4 Sí, es una combinación entre el precio de mercado y el que fijan = 3 No siempre, depende del precio de mercado = 2 No, no fijan el precio ellas = 1 N/A = 0 |
| | | Se visibilizan los valores que hay detrás de los productos comercializados | Sí, se le da mucha importancia = 4 Sí, siempre que se puede aunque se tiene que mejorar = 3 A veces, aunque normalmente no se hace = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Se favorece el acceso a alimentos locales y sostenibles (y/o agroecológicos) para todas y todos (tanto económicamente como físicamente), con especial énfasis en los colectivos de mayor vulnerabilidad | Sí, tenemos una estrategia, hay acciones para facilitarlos = 4 Sí, se tiene en cuenta, el precio se ajusta todo lo posible; puntualmente se hace alguna acción o herramienta que lo facilita = 3 No, pero se tiene interés en realizarlo; o se ha tenido presente en algún momento = 2 No = 1 N/A = 0 |

| DIMENSIÓN SOCIAL | | | |
|------------------|---|---|---|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| ECONOMÍA | Actividad económica sostenible | Actividad como principal fuente de ingresos | Sí = 4 Sí, aunque a veces se realizan trabajos externos; algunas personas los hacen puntualmente = 3 No, la mayoría la combina con trabajos o proyectos externos = 2 No, para nadie es su actividad principal = 1 N/A = 0 |
| | | Actividad sostenida en el tiempo: mínimo 3 años y con perspectivas de continuar en el futuro | Balance económico positivo, ya hace unos años = 4 Positivo, pero desde hace muy poco, o próximamente = 3 A cero, al límite, se van cubriendo los gastos, aunque los salarios podrían mejorar = 2 Negativo = 1 N/A = 0 |
| | | Los ingresos de la actividad permiten el ahorro y/o permite la reinversión en la propia actividad | Al menos una parte se pone a disposición de otros proyectos = 4 Se reinvierten en la mejora del proyecto = 3 Se reparte entre los socios = 2 No hay beneficios = 1 N/A = 0 |
| | La iniciativa beneficia la economía local del territorio | Sí, totalmente = 4 Sí, en la medida en que podemos = 3 Podría ser, pero no estoy segura... = 2 No = 1 N/A = 0 | |
| | Fomento del uso de una economía no monetarizada | Sí, la usamos de manera habitual = 4 Sí, a veces, organizamos/participamos en eventos donde se usa... = 3 No, pero se tiene interés, o se ha hablado en algún momento, o se usaba anteriormente pero ya no = 2 No = 1 N/A = 0 | |
| | Fomento de la Auditoría Social (ESS) como herramienta de evaluación para las iniciativas de la cadena agroalimentaria | Sí, lo hacemos cada año (mercado social, Economía del Bien Común...) = 4 Sí, lo hemos hecho alguna vez = 3 No, pero estamos interesados y lo estamos valorando = 2 No = 1 N/A = 0 | |

| DIMENSIÓN AMBIENTAL | | | |
|------------------------------------|--|---|--|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| RECURSOS NATURALES Y BIODIVERSIDAD | Conservación de los recursos naturales y la biodiversidad | Uso de técnicas que conserven y favorezcan la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y evitar su contaminación y/o que aumenten la biodiversidad natural | Sí, habitualmente, más de 4 prácticas distintas = 4 Sí, habitualmente, menos de 4 prácticas distintas = 3 Poco, alguna práctica de vez en cuando, pero no es algo importante, lo hacen indirectamente = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Formación y sensibilización sobre la conservación de la fertilidad del suelo, la gestión eficiente del agua y evitar su contaminación y/o que aumenten la biodiversidad natural | Sí, es una línea importante, hacen periódicamente = 4 Sí, eventualmente = 3 No, participa de manera externa, cuando les llaman, indirectamente = 2 No = 1 N/A = 0 |
| ENERGÍA Y GESTIÓN DE RESIDUOS | Disminución de la huella de carbono en la cadena agroalimentaria | Disminución y revalorización del desperdicio alimentario | Sí, se tiene muy en cuenta y se establecen medidas para reducirlo = 4 Sí, eventualmente, siempre que se puede = 3 Alguna vez se ha hecho algo; todavía no, pero tiene interés en realizarlo = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Reducción y reciclaje de residuos orgánicos y de otro tipo | Sí, se tiene muy en cuenta y se establecen medidas para reducirlo = 4 Sí, eventualmente, = 3 Alguna vez se ha hecho algo; todavía no, pero se tiene interés en realizarlo = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Uso de energías renovables con origen de fuentes propias o ajenas | Sí, producen su propia energía = 4 Sí, pero usan una fuente ajena = 3 No, pero lo están estudiando; tienen interés. O solo una pequeña parte es renovable = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Uso y/o impulso de circuitos cortos de comercialización | 100% CCC = 4 Mayoritariamente CCC, complementado con otras vías = 3 Hace uso de CCC, pero no mayoritariamente. Uso de distribuidoras = 2 No usa CCC = 1 N/A = 0 |
| | | Uso y/o impulso de una logística/distribución con baja producción de carbono (Ej.: distribución en bicicleta, vehículo compartido...) | Vehículo compartido = 4 Servicio de transporte = 3 Vehículo propio, pero ha intentado o se tiene interés en compartir vehículo = 2 Vehículo propio = 1 N/A = 0 |
| | | | |

| DIMENSIÓN CULTURAL | | | |
|--|---|--|---|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO ALIMENTARIO Y CULTURAL | Preservación y recuperación de alimentos tradicionales y recursos productivos locales | Producción y elaboración artesanal de alimentos | Sí, se elaboran principalmente recetas tradicionales con alimentos locales y de temporada = 4 Sí, se tienen en cuenta y de vez en cuando se utilizan alimentos locales, recetas tradicionales... = 3 Se tiene interés, pero todavía no se hace; Se ha realizado algún intento, pero no ha continuado = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Promociona, comercializa y/o consume variedades, razas tradicionales y/o pescados de lonja | Sí, trabajan en su totalidad con variedades tradicionales = 4 Sí, parcialmente, algunas son tradicionales, otras no = 3 Lo tienen en cuenta y tienen interés aunque todavía no lo hacen; alguna vez han probado; si se lo ofrecen están abiertos... = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | Preservación y recuperación del conocimiento tradicional | Producción/transformación/elaboración de alimentos locales teniendo en cuenta los conocimientos y la cultura gastronómica tradicional | Sí, se tiene en cuenta y se aplica en todo el proceso = 4 Sí, aunque solo parcialmente, en lo que se puede = 3 No, pero se tiene interés; alguna vez han probado = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Recuperación, difusión, intercambios y encuentros donde se compartan los saberes tradicionales y se fortalezcan las redes de intercambio de conocimiento | Sí, de manera activa y constante, participan o los organizan = 4 Sí, eventualmente, de vez en cuando organizan/participan = 3 No, pero se tiene interés en hacerlo; se hizo puntualmente pero ya no = 2 No = 1 N/A = 0 |

| DIMENSIÓN POLÍTICA | | | |
|--------------------|---|--|--|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| COOPERACIÓN | Creación y fortalecimiento del vínculo social | Participación en redes y proyectos colectivos | Sí, de manera activa y constante, participa en más de 3 redes = 4 Sí, eventualmente, participa en menos de 3 redes, aunque no siempre de manera activa = 3 No, alguna vez puntual, o se tiene el interés en hacerlo = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Participación en redes de Economía Social y Solidaria y puesta en práctica de los principios | Sí, de manera activa y constante = 4 Sí, eventualmente/pasivamente = 3 No, pero se tiene interés, se ha asistido puntualmente a alguna reunión/actividad = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Impulso y fomento de sinergias y colaboración entre actores de la cadena agroalimentaria | Sí, de manera constante y se tiene establecida una logística entre las participantes = 4 Sí, eventualmente, si hay alguna oportunidad = 3 Se ha realizado algún intento o se tiene interés por coordinarse = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Participación en Sistemas Participativos de Garantía y/o asociaciones de consumidores/as | Sí, participan activamente = 4 Sí, forman parte, pero participan pasivamente. Están poniendo uno en marcha = 3 De momento no, pero lo están valorando; han participado en alguno en alguna ocasión, pero ya no está activo = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Investigación participativa con otros actores: universidad, centros de investigación, etc. | Sí, se desarrollan estudios o investigaciones con universidades o centros de investigación = 4 Sí, desarrollan estudios o pruebas por su cuenta, con pequeñas colaboraciones = 3 En general, no; alguna vez se ha participado en alguna entrevista o estudio, muy puntual = 2 No = 1 N/A = 0 |

| DIMENSIÓN POLÍTICA | | | |
|--------------------|--|--|--|
| CATEGORÍA | IMPACTO | CRITERIO | VALORACIÓN |
| GOBERNANZA | Mejora en la gestión del territorio y su sistema alimentario | Impulso de procesos de planificación alimentaria sostenible, con enfoque territorial y de género, con participación de todos los actores de la cadena alimentaria, como puede ser una Estrategia Alimentaria Municipal | Sí, de manera activa y constante = 4 Sí, de vez en cuando, pero no muy activamente = 3 No, pero se tiene interés en participar; se participa desde otro colectivo/red en la que se está = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Creación de estructuras públicas participativas de comunicación, debate y toma de decisión, que incluyan a la sociedad civil, en torno a la gestión del sistema alimentario en un territorio, como los Consejos Alimentarios Municipales | Sí, de manera activa y constante = 4 Sí, de vez en cuando, pero no muy activamente = 3 No, pero se tiene interés en participar; se participa desde otro colectivo/red en la que se está = 2 No = 1 N/A = 0 |
| | | Impulso/participación en acuerdos y desarrollo de normativa que garantice la calidad de la alimentación, en la soberanía alimentaria y la agroecología | Sí, de manera activa y constante = 4 Sí, de vez en cuando, pero no muy activamente = 3 No, pero se tiene interés en participar; se participa desde otro colectivo/red = 2 No = 1 N/A = 0 |

5 VALORACIÓN DE LAS 100 INICIATIVAS

A continuación, se facilita un enlace en el que se puede encontrar la tabla completa con la valoración numérica de cada iniciativa, para ampliar la información:

 <https://cerai.org/valoracion-100-iniciativas-sat>

25cerai
aniversario 1994-2019

Carasso
Daniel & Nina
Fundación afiliada a la Fondation de France

