

Estudio sobre las posibilidades de aplicación de los Circuitos Cortos de Comercialización como medida de apoyo al autoempleo desde el ADE Rural en Castilla y León.

INDICE:

0. Introducción y método.	pag 2
• El amplio campo de las innovaciones y emprendimientos sociales e institucionales.	pag 2
• Método	pag 5
1. Origen y casos de referencia en estrategias de circuito corto-directo en países de la OCDE.	pag 7
1.1. Concepto de circuito corto: antecedentes, situación y tendencia.	pag 7
1.2. Antecedentes históricos y organizativos: una mirada fuera.	pag 9
1.3.El Enfoque Institucional en España. Antecedentes y tendencias normativas: una mirada a la situación de fomento desde las Comunidades Autónomas.	pag 12
2 - El despegue de las estrategias de comercialización de circuito corto de iniciativa social en España	pag 15
2.1. Los orígenes en España.	pag 15
2.2. Situación de las estrategias de circuito directo en Castilla y León	pag 19
2.3. Análisis y tipificación de las experiencias.	pag 21
2.4. Renovando la clasificación de los sistemas de organización y fomento de los circuitos cortos de comercialización (CCC).	pag 24
2.5. ¿Qué diferencia entre agricultura ecológica y agroecología?.	pag 27
2.6. El grave reto de los precios. Y el potencial de la cesta cerrada.	pag 28
2.7. Resumen de diagnóstico en Castilla y León.	pag 30
3- Otras estrategias convergentes: Los otros movimientos de alfabetización agroecológica.	pag 31
3.1. Los movimientos de alfabetización hortícola agroecológica	pag 31
3.2. Algunos casos de referencia innovadores de Iniciativa institucional en España.	pag 33
3.3. Los graves retos de la población activa agraria y relevo generacional.	pag 35
3.4. Avance tipológico adaptado al caso Castellano leones.	pag 36
3.5. Análisis DAFO sobre circuito corto	pag 36
4 – Análisis de transferencia del proyecto Piloto TREDAR en Castilla León en 2013.	pag 41
4.1. Introducción al método TREDAR	pag 41
4.2. Experiencia de transferencia de la Metodología TREDAR en Castilla y León	pag 49
5–Conclusiones, recomendaciones y avance de propuestas de aplicación de los sistemas de circuito corto y directo al PDR de FEADER o Multifondo para el periodo 2014-2020.	pag 54

0. INTRODUCCION Y METODO

1. El amplio campo de las innovaciones y emprendimientos sociales e institucionales.

Con este estudio de investigación-acción-prospectiva, la Federación Agroalimentaria de Comisiones Obreras se propone analizar diferentes practicas de vanguardia en diferentes países, en España y los casos existentes en Castilla y León, analizar y sacar enseñanzas y lecciones de posible transferencia para su aplicación en el periodo de planificación 2014-2020. En este estudio se analizan casos y experiencias de circuito directo, y las posibilidades y métodos de transferencia de diferentes mecanismos a la casuística agroclimática y sociocultural de los productores y consumidores en Castilla y León.

Conscientes del objetivo de la Estrategia Europa 20/20 relativo a la reducción de la población en riesgo de pobreza y exclusión social, que en España se sitúa entorno a los 2 millones de personas, con una especial incidencia en el medio rural, este estudio analiza el potencial de autoempleo que para este colectivo pueden tener las pequeñas producciones en circuito comercial corto.

Ante las dificultades de acceso a la financiación para el emprendimiento, y la gravedad del desempleo de larga duración, sin posibilidad de incorporación al mercado laboral por cuenta ajena, **el enfoque del presente estudio se centra en analizar el potencial de autoempleo de baja inversión.** Dicho de otra manera oportunidades de autoempleo intensivas en capital social (aprovechamiento de espacios colaborativos entre diferentes organizaciones y agrupaciones de consumo centradas en la confianza), para compensar las dificultades de acceso al capital financiero y a los mercados agrarios convencionales.

El estudio también analiza y propone desde el punto de vista de las políticas de empleo, medidas que permitan optimizar las funciones del capital social (como colaboración interciudadana y publico-privada) como generador de nuevas oportunidades para el autoempleo en el medio rural.

Este Estudio se enmarca en dos de los conceptos de innovación que flotan en el “ambiente” de este momento histórico de incertidumbres y necesaria reconceptualización del tejido productivo y de las políticas de incentivos al empleo. Ambos conceptos tienen el pleno refrendo de la Comisión Europea que los plantea como pilares para el próximo periodo de programación de los Fondos Estructurales y del Marco Estratégico Común 2014-2020. Estos conceptos son los de **Circuitos Cortos de Comercialización (CCC)**, y **Emprendimiento e Innovación Social (EIS)** combinados y enfocados ambos, en nuestro caso, al rastreo de oportunidades de autoempleo en el medio rural de Castilla y León.

Los **circuitos cortos** constituyen uno de los ejes transversales de trabajo temático propuestos por en el Reglamento de FEADER 2014-2020. El concepto

de Circuito Corto presenta dos grandes modalidades atendiendo a la longitud de la cadena: venta directa o circuito directo cuando no hay intermediación entre el productor y el consumidor, y circuito corto en sentido estricto cuando hay (como máximo) una intermediación comercial.

Los otros nuevos conceptos “nucleares” son los conceptos de Innovación y emprendimiento Social.

En un comunicado conjunto de los responsables de Política Regional (Johannes Hahn) y Empleo y asuntos Sociales e Inclusión (Laszlo Andor) de la Comisión Europea fechado en febrero de 2013¹, definen la **innovación social** como las innovaciones que son simultáneamente sociales en sus fines y en sus medios. La Comisión Europea lo considera un “concepto paraguas” para apuntar la necesidad de una mirada nueva y fresca ante los retos sociales, de empleo, formación, educación y en general todas las políticas europeas y sus aplicaciones en los Estados Miembros. El documento plantea que “probablemente, en ningún otro momento desde 1940, las innovaciones sociales han sido tan urgentemente necesarias”. En este mismo informe se plantea que este concepto puede ayudar a rediseñar de modo más efectivo las políticas de desarrollo regional, especialmente en el ámbito de la movilización y la integración de actores en los diferentes territorios, para, con el uso de menos recursos públicos, lograr incluso mejores resultados en términos de inteligencia territorial.

La OCDE en un documento conjunto con la Comisión Europea y Eurostat, el conocido como Manual de Oslo², considera cuatro tipos de innovaciones. Los Circuitos Cortos de Comercialización alimentaria constituyen un nicho de innovación que se focaliza perfectamente en el marco de esta conceptualización de Innovaciones de la OCDE:

- i) Innovaciones de producto, al primar el producto alimentario fresco, artesanal o ecológico, frente a los convencionales productos de “alto valor industrial”
- ii) innovaciones de proceso, al implicar una producción descentralizada, de pequeñas inversiones e intensivas en conocimiento y mano de obra, frente a los procesos intensivos en capital tecnológico o financiero propias de los productos de “alto valor industrial”
- iii) innovaciones de marketing, al abrir oportunidades en un sistema claramente diferenciado de los canales de comercialización alimentaria denominados tradicional y moderno, de los que se diferencia por la búsqueda del acortamiento como estrategia para explorar el valor del producto final, y el aumento de los márgenes para el productor.
- iv) innovaciones organizativas, fundamentalmente de tipo colaborativo o de cooperación precompetitiva entre productores, o de alianzas estables de suministro entre productor y consumidores, o de colaboración

¹http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf

²<http://www.oecd.org/science/inno/2367580.pdf>

entre administraciones locales y pequeños productores, entre otras combinaciones colaborativas. En cualquier caso el concepto de innovación organizativa, planteado como externo a la propia entidad microeconómica, confiere un papel estratégico a lo local como ámbito de colaboraciones económica y organizativamente relevantes.

La oficina de asesoramiento en Políticas Europeas (BEPA) en su informe³ de 2010: “Empoderando a la gente y conduciendo los cambios: Innovación Social en la Unión Europea” considera tres características de la innovación social:

- Responde a demandas sociales contrastadas, que pueden no tener respuesta en los mercados o en las instituciones, y que generalmente se enfocan a colectivos vulnerables.

Y a un enfoque más integrado que las innovaciones convencionales en un doble sentido:

- profundizando mejor en los retos y sinergias entre las dimensiones económica social y ambiental;
- más sistémico, con más capacidad de trabajar colaborativamente en la línea de las muy valoradas experiencias de las iniciativas o Programas EQUAL o LEADER.

Según la “Young Fundation, Social innovative Exchange”⁴ las innovaciones sociales se despliegan en cuatro fases:

1. idea
2. prototipo y piloto
3. implementación
4. escala o transferencia

Esta aproximación es importante para enmarcar el presente Estudio, porque éste pretende identificar prototipos o proyectos pilotos, analizar sus condiciones de implementación, y proponer su posible transferencia o “escalada” a las políticas de Desarrollo Rural con enfoque Multifondo para el próximo periodo.

En el informe de 2012: Cambio Global España 2020/2050 sobre “Consumo y estilos de Vida”⁵ se propone el término Innovaciones Comunitarias de Sostenibilidad ICOs cuando el liderazgo de una innovación es compartido y es la comunidad la que es sujeto y actor de cambios (no solo las siempre insuficientes iniciativas institucionales o de mercado).

En este Informe se consideran ICOs aquellas que “buscan satisfacer las necesidades de consumo a) de manera sostenible, b) mediante la organización colectiva, el liderazgo civil y una gran importancia del trabajo voluntario

³http://ec.europa.eu/bepa/pdf/publications_pdf/social_innovation.pdf

⁴<http://youngfoundation.org/projects/social-innovation-exchange/>

⁵Informe Cambio Global España 2020/2050 sobre “Consumo y estilos de Vida” Abril 2012, Editado por la fundación caja Madrid y el Centro Complutense de Estudios e información Medioambiental. Disponible en http://www.conama11.vsf.es/conama10/download/files/conama11/STs%202010/ST-21_doc_Informe%20Cambio%20Global%20Espa%F1a%202020-50%20-%20Consumo%20y%20Estilos%20de%20Vida.pdf

gratuito”.

Tres son los aspectos estratégicos de las ICOs que recoge este informe:

- Facilitación en la transición hacia otros estilos de vida, generando condiciones para que el cambio de valores, hábitos y estilos de vida sea más fácil y duradero.
- Sustitución y/o complementación de los sistemas actuales de provisión (y en consecuencia de organización socioeconómica) mayoritarios.
- Capacidad de empoderamiento social, derivado de la organización y acción colectiva

Al concepto de “Emprendimiento Social” se refiere ASOKA, una de las principales organizaciones internacionales en materia de emprendimiento social⁶, que premió y reconoció en 2012 como emprendedor social a Jerónimo Aguado, uno de los líderes de Plataforma Rural impulsor y referente de los sistemas de circuito corto en Castilla y León⁷ desde el centro de referencia de Amayuelas de Abajo (Palencia).

De acuerdo con los conceptos y principios implícitos en la innovación y el emprendimiento social, este estudio se centra en identificar experiencias emprendidas por la sociedad civil, invisibles en general a las administraciones con competencias en Desarrollo Rural o en Empleo. El rastreo sobre este tipo de “iniciativas sociales de base” entendemos que pueden ser la avanzadilla de viabilidad de nuevas políticas públicas que catalicen ese potencial y esa demanda apuntada por los movimientos sociales de vanguardia.

Este estudio por lo tanto se enfoca en el “liderazgo de la sociedad civil” entendiendo que es oportuno explorar e identificar las experiencias y prácticas que se están desarrollando en otros países, y las que de modo espontáneo se están realizando en la Región, para analizarlas e intentar diseñar políticas públicas de acuerdo a estos principios. Este análisis de antecedentes sociales previos al diseño de políticas públicas es parte de un enfoque de gobernanza, y que puede aprovecharse como parte de los argumentos para el posible diseño de líneas en el PDR 2014-2020.

2. Método.

Este estudio se realiza combinando tres métodos: análisis de fuentes secundarias, consultas y entrevistas telefónicas o presenciales puntuales a actores que participan en diferentes roles en sistemas de organización de circuito corto, y finalmente la aplicación y práctica de formación de transferencia de un proyecto de circuito corto a la realidad rural de Castilla y León. La exposición en los cursos

⁶https://www.ashoka.org/social_entrepreneur

⁷<http://www.canalsolidario.org/noticia/emprendedores-sociales-2007-transformando-realidades-desde-el-colegio-el-pueblo-o-la-carcel/9417>

En el primer capítulo de estudio se analizan fuentes secundarias a través de internet, tanto de experiencias y artículos en terceros países, como de casos y normativas existentes dentro de España y Castilla y León. Es un capítulo de aproximación, tanto internacional como institucional dentro de las tendencias y normativas de diferentes administraciones.

En el segundo capítulo se analizan los antecedentes de los sistemas de comercialización de circuito corto de iniciativa social (no institucional) en España y en Castilla y León. Para ello se combina el rastreo en internet, con cuestionarios y entrevistas abiertas puntuales a expertos, gestores o usuarios de grupos de consumo. Al final de este capítulo se realiza una síntesis de las tendencias sociológicas, de consumo y las tipologías evolutivas de los grupos de consumo para intentar extraer conclusiones aplicadas al fomento de los sistemas de circuito corto en Castilla y León.

En el tercer capítulo se analiza otro fenómeno cultural paralelo y muy entrelazado con los sistemas de comercialización de circuito corto, y que permite conclusiones aplicadas. Se trata de la moda, ampliamente arraigada en todos los países de la OCDE, tanto de modo institucional como social, de fomento de los huertos de ocio, de autoconsumo y/o de formación agroecológica. Un movimiento en que convergen tanto iniciativas sociales como institucionales.

En el capítulo cuarto se presenta y se transfiere un método que combina los huertos sociales con la formación para el emprendimiento agroecológico en circuito corto. El método TREDAR ha iniciado su transferencia en cuatro localidades de tres provincias donde se analizan las relaciones de partenariado, y el análisis de viabilidad que los diferentes actores locales realizan al método: fundamentalmente Ayuntamiento, organizaciones sociales y colectivos de desempleados.

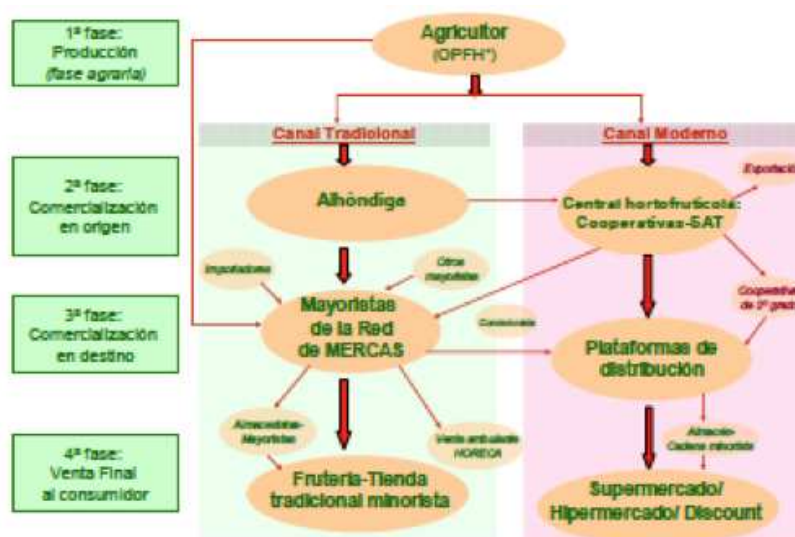
En el quinto capítulo se proponen estrategias para la posible aplicación de herramientas y metodologías normativas para hacer emerger las posibilidades de empleo y ambientales vinculadas a los circuitos cortos de comercialización.

1) Origen y casos de referencia en estrategias de circuito corto-directo en países de la OCDE.

1.1. Concepto de circuito corto: antecedentes, situación y tendencia.

Los canales comerciales convencionales se dividen en dos grandes tipologías:

- Canal tradicional, compuesto habitualmente por 3-4 actores: productor, alhóndiga o intermediarios, merca, y minoristas.
- Canal moderno: productor, cooperativa SAT, plataformas logísticas y gran distribución.



En este cuadro del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente se recogen los canales actualmente considerados

En el actual contexto de cambio sociológico, se está propagando a gran velocidad una tercera metodología de Circuitos Cortos de Comercialización. Este impulso se corresponde tanto a un impulso sociocultural, como a un creciente apoyo institucional, que previsiblemente vendrá especialmente impulsado por la Política Agraria Común a partir de 2014.

Los circuitos cortos de comercialización (CCC) tienen un amplio recorrido como campo de investigación social y comercial, especialmente en otros países.

David Goodman⁸ tiene un amplio corpus de investigaciones sobre Redes

⁸David Goodman (2002). Rural Europe Redux? Reflections on Alternative Agro-Food Networks and Paradigm Change. Sociologia Ruralis 44 (1)
http://cgirs.ucsc.edu/research/environment/afsrp/publications/Goodman_D_2004.pdf

Agroalimentarias Alternativas (alternative agro-food networks- AAFN) y Cadenas de Circuito Corto (short food supply chains- SFSC). En ellas considera que el pilar de las políticas de Desarrollo Rural deben ser estos mecanismos alternativos de producción y comercialización.

Al inicio de la década de los 2000 se produjo, en el entorno del método LEADER, un impulso a estos sistemas de circuito corto⁹ que arraigaron en varios de los países de la Unión; especialmente en Irlanda y Francia.

Existe un amplio consenso en que “Cadena o circuito corto” significa un máximo de un intermediario entre el productor y el consumidor, y se emplea “venta directa” para modalidades sin intermediación. (Girou 2009. Goodman 2004)

En la literatura internacional se distinguen dos grandes tipos de circuito corto directo:

- Colective Farms Shops. CFS que consisten en tiendas compartidas entre diferentes granjas, y que puede considerarse como Agricultura de Comercialización Colectiva. Las Colective Farms Shops CFSs empezaron en Francia los años 70, se trata de mecanismos de circuito corto y de iniciativa agricultores, en los que los productores se asocian entre 4 y 100 granjas. Este modalidad de Acortamiento de Iniciativa Colaborativa de los Productos AICP, se encuentra poco desarrollado en Castilla y León.
- Community Supported Agriculture. CSA que se puede traducir como “comunidades que sostienen al agricultor” o Agricultura Consumo Comunitario, o Agricultura Sostenida por la Comunidad ASC, que en España y Castilla y León son asimilables a lo que se conoce como “grupos de consumo” de iniciativa ciudadana.

La Agricultura Sostenida por la Comunidad¹⁰nació en la década de **1960 en Japón, Alemania y Suiza**, como respuesta a los problemas de la alimentación sana y de la urbanización de los suelos agrícolas. Posteriormente se extendió a Estados Unidos y Canadá, donde se ha formalizado unos 1500 grupos de productores-consumidores, que sirven de definición a las Community-supported agriculture CSA, que se especializan en productos orgánicos.

También se han conformado experiencias y grupos similares en Holanda, Dinamarca, Hungría, Portugal, Australia, Nueva Zelanda, Ghana y otros países.

Proponemos asumir como definición de Canal Corto, a un sistema de comercialización emergente, diferente del tradicional y del moderno (supermercados y gran distribución), que se caracterizaría por un máximo de 3 actores (máximo 1 intermediario entre productor y consumidor), que como veremos suele incluir una plataforma on line de mediación, y que generalmente

⁹Buller, H. (2000) Re-creating rural territories: LEADER in France. *Sociologia Ruralis* 40(2) pp. 190-199.

¹⁰http://es.wikipedia.org/wiki/Agricultura_sostenida_por_la_comunidad (febrero 2013)

se decide a la producción ecológica certificada o a la agroecológica (con sistemas de garantía participativa).

En el reciente Informe Canales Cortos de Comercialización en el Sector Agroalimentario¹¹, elaborado por el Observatorio de Precios de los Alimentos, TRAGSATEC y el Ministerio de Agricultura Alimentación y Medio Ambiente en abril de 2013 se recogen muchos otros ejemplos. No se ha recogido ninguno de los casos recogidos en este informe

1.2. Antecedentes históricos y organizativos: una mirada fuera.

La plataforma de alternativas económicas Socioeco¹² identifica 7 grandes casos de CSA en el Mundo, en este informe destacaremos especialmente por su crecimiento exponencial los teikei en Japón, y la red francesa MIRAMAP en que se federan las diferentes iniciativas AMAP regionales.

Los Teikkei en Japón.

Actualmente **17 millones de japoneses participan del sistema teikei** 提携 para asegurarse comida fresca y sana mediante un sistema de intercambio y distribución diferente al mercado convencional.

El teikei¹³ es un sistema desarrollado en Japón donde han confluído diferentes iniciativas de circuito corto. Incluye un sistema de formación e incorporación de jóvenes y desempleados a la agricultura centrado en este modelo comercial. Se trata de un sistema de cestas cerradas con compromisos de consumo durante 10 meses al año.

El exponencial despegue de los AMAP en Francia.

En Francia hay tres grandes modalidades comerciales de circuito directo:

- Granja- venta directa en granja, se asocian varios para vender productos distintos cerca de una carretera, generalmente contratan a un asalariado para venderlos los productos. (asimilable a los CFS anteriormente expuestos)
- Terroir- productos con AOC (IGP) o delicatessen. Productores generalmente asociados para vender en mercados semanales, cada productor especializado en un o pocos tipo de productos agroalimentarios. (incluido en los CFS)
- “Paisano”- son los que se consideran militantes de la agricultura, y los que usan más típicamente los CSA, planifican mucho los cultivos para diversificar y poder suministrar producciones diferentes a los

¹¹<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/estudios-e-informes/default.aspx>

¹²http://www.socioeco.org/bdf/en/thesaurus_thema/thema-82.html

¹³http://www.socioeco.org/bdf/en/corpus_document/fiche-document-1497.html

consumidores a lo largo de todo el año. Con frecuencia los consumidores se agrupan para alquilar un local en al ciudad para venta o distribución de los productos al consumidor final.

Esta ultima modalidad de las CSA es sobre la que nos centraremos entendiendo que la mejora de las condiciones comerciales depende de la convergencia de movimientos, entre el agricultor, y el consumidor, en lo que denominaremos dinámicas (fuerza o movimiento) de aproximación o de acortamiento comerciales.

El proyecto de mayor impacto en Francia, y el que nos sirve de modo especial de referente por su propuesta de contrato, ha sido la red AMAP¹⁴: “asociaciones para el mantenimiento de una agricultura paisana” que ha experimentado un despegue exponencial de los sistemas de venta directa en Francia mediante la creación de una red de explotaciones y hogares consumidores. En 2001 existían en la región de Provenza 3 grupos AMAP con 174 cestas cerradas mensuales agrupando a 600 consumidores, solo en esta región en octubre de 2010 se habían alcanzado los 152 grupos, 8500 cestas y 28.000 consumidores. En los casos estudiados por Girou (2009) en la región de Toulouse, el AMAP medio movía en cajas cerradas 25.000 € año, con 101 AMAP en la región suponían una facturación anual de 2’5 millones de €.

En 2010 se crea la red estatal MIRAMAP¹⁵ y se constata la existencia de 1200 grupos, 1200 familias participando, 250.000 consumidores y cifras de 40 millones de euros de facturación anual.

Después de una década de análisis de casos en Francia, se constata que muchas parejas de jóvenes incorporándose a la agricultura con el modelo AMAP en Francia fracasan, precisamente por falta de seguimiento y formación específica en producción diversificada y en gestión de venta directa.

El enfoque AMAP propone iniciar un Grupo de Consumo CSA con las siguientes condiciones:

- disponer de al menos 2’5 Ha y 30 productos diferentes
- Iniciar con 20 a 40 cestas y con un empleado a tiempo parcial
- Distancia al consumidor entre 16 y 24 kms

En el siguiente cuadro, extraído de la propia web de AMAP abajo indicada, se observa la alta capacidad de crecimiento que presentan estos sistemas de circuito corto en los que los consumidores se sienten corresponsable en el mantenimiento de la producción agraria. El cuadro e refiere a la evolución de productores y consumidores en Provenza, una de las regiones que lideran el proceso de crecimiento en Francia.

¹⁴<http://www.reseau-amap.org/>

¹⁵<http://miramap.org/-MIRAMAP-.html>

Provence-Alpes-Côte d'Azur (PACA)

Entre 2001 et 2009, les AMAP sont passées de 3 à 150.

Le réseau régional des AMAP, Alliance Provence, a été créé dès 2001.

Répartition des AMAP dans les départements : Bouches du Rhône : 65 - Var : 32 - Vaucluse : 12 - Alpes maritimes : 21 - Hautes Alpes : 8 - Alpes de hautes Provence : 8

Chiffre d'affaires des producteurs en AMAP : environ 1 500 000 euros.

Année	Nombre d'AMAP	Nombre de paniers	Nombre de consommateurs
2001	3	174	600
2003	25	1100	4 000
2006	95	3 990	12 000
2009	130	5 850	25 000
oct 2010	152	8 500	28 000

Contact : Alliance Provence 17 rue Daniel Melchior 83000 Toulon - 04 94 98 80 00 - Fax : 04 94 98 80 05

Site : <http://allianceprovence.org/>

En 2001 se trataba de una experiencia piloto con 3 productores y 174 hogares consumidores, y en 2010 se habían sumado productores hasta los 152 con 8500 hogares.

La región francesa de Aquitania inicio el proceso por influencia provenzal en 2004 con 1 solo productor que proveía a 40 familias, y en 2010 había aumentado a 132 grupos con un total de 6800 familias participantes.

Aquitaine

Le Civam Aquitaine participe au réseau Alliance depuis 2004 suite aux Rencontres Internationales d'Aubagne et à un voyage d'étude en région PACA en lien avec Alliance Provence.

Labélisé comme relais AMAP Alliance Aquitaine, le Civam Aquitaine communique et favorise l'essaimage des AMAP en Aquitaine. Le réseau Alliance est aussi garant du respect des principes et de la charte des AMAP.

Année	Nombre d'AMAP	Nombre de familles	Nombre de producteurs
2004	1	40	3
2006	22	865	51
2008	77	3996	160
2009	108	6330	287
2010	132	6850	318

Contact : le relais Alliance AMAP Aquitaine - 05.59.84.70.63 - fax : 05.59.84.20.25

amapaquitaine@amap-aquitaine.org - Site : <http://www.amap-aquitaine.org/>

El exponencialidad del crecimiento del modelo en Francia plantea claramente la necesidad de analizar la posible viabilidad del modelo en nuestra región. El principal reto radica en la formación y capacitación de los agricultores, que en general, presentan una clara resistencia a las innovaciones tanto productivas (productos, aumentando la diversidad) como comerciales (sin intermediarios, directamente al consumidor).

Sin embargo, y como mostraremos, el modelo se muestra especialmente interesante para la formación y acompañamiento de desempleados. En este sentido la experiencia de la Red Cocagne es especialmente significativa.

El modelo de granjas incubadoras y la Red Cocagne.

Para extender el modelo de circuito directo Girau y Lamine (2009) plantean un

sistema de “granjas incubadoras” que usen terrenos agrícolas de Municipios y que acojan durante los dos o tres primeros años a jóvenes productores que después se quieran incorporar al Modelo AMAP. En la actualidad este tipo de iniciativas de granjas incubadoras se han iniciado ya en las regiones de Aquitania e Ille-de-France.

En este contexto surge en 2007 la red Cocagne¹⁶, al amparo de ayudas del Fondo Social Europeo, como una red de escuelas de producción ecológica que organizan grupos de consumo a sus alumnos. Alumnos que en su mayoría son desempleados en riesgo de exclusión social. En la actualidad esta red dispone de 120 huertos escuelas y 20 escuelas en proyecto. Ha contribuido a formar a 4000 horticultores, dispone de 20.000 familias participantes en la red de consumo, 700 formadores y una red de 1500 voluntarios.

Los compromisos fundacionales de esta red se organizan en cuatro ejes:

- La integración social y laboral de personas con dificultades de inserción profesional
- La producción de hortalizas de cultivo ecológico
- La comercialización de estos productos mediante una red de socios consumidores comprometidos en causa social y en el fomento de la producción ecológica
- La creación de redes locales de productores y consumidores ecológicos.

Esta ejemplo se considera una practica de especial interés y relevancia para ser transferido a las políticas de desarrollo rural en Castilla y León.

1.3. El Enfoque Institucional. Antecedentes y tendencias normativas: una mirada a la situación de fomento desde las Comunidades Autónomas.

En este apartado, y de un modo descendente presentaremos las principales normas que desde la Unión Europea, pasando por el Estado y llegando a las Comunidades Autónomas sirven para comprender el movimiento institucional que se está produciendo a favor de los Circuitos Cortos de Comercialización como una línea de trabajo sinérgica con diferentes resultados convergentes en materia de calidad en la alimentación, oportunidades de empleo, reequilibrios en la cadena y política preferente de Desarrollo rural.

La Comisión Europea y el nuevo enfoque en la PAC.

En el Artículo 2 de la propuesta de Reglamento de FEADER del Parlamento Europeo se define CCC como “una cadena de suministro formada por un número limitado de agentes económicos, comprometidos con la cooperación, el desarrollo económico local y las relaciones socio-económicas entre productores y consumidores en un ámbito geográfico cercano”.

¹⁶<http://www.reseaucocagne.asso.fr/>

En el artículo 5 del FEADER sobre prioridades de desarrollo rural, se recoge en el punto tercer:

- 3) Fomentar la organización de la cadena de distribución de alimentos y la gestión de riesgos en el sector agrícola, haciendo especial hincapié en:*
- a) una mayor integración de los productores primarios en la cadena de distribución de alimentos a través de sistemas de calidad, la promoción en mercados locales y circuitos de distribución cortos, agrupaciones de productores y organizaciones interprofesionales;*
 - b) apoyar la gestión de riesgos en las explotaciones.*

En el Artículo 8 del nuevo Reglamento del FEADER donde se plantean los siguientes cuatro subprogramas temáticos:

- a) los jóvenes agricultores;*
- b) las pequeñas explotaciones agrícolas contempladas en el artículo 20, apartado 2;*
- c) las zonas de montaña contempladas en el artículo 33, apartado 2;*
- d) las cadenas de distribución cortas.*

En el Artículo 9 de contenidos del programa de desarrollo rural (pagina 41) se indica:

- Cuando un programa de desarrollo rural conste de subprogramas temáticos, cada subprograma deberá comprender:*
- a) un análisis DAFO específico de la situación y la relación de necesidades que deba satisfacer el subprograma;*
 - b) objetivos específicos para el subprograma y una selección de medidas, basadas en una definición pormenorizada de la lógica de intervención del subprograma que comprenderá, en particular, una evaluación de la contribución que se prevé aporten las medidas seleccionadas para alcanzar los objetivos;*
 - c) un plan separado de indicadores específicos, con los resultados esperados y los gastos previstos, desglosados en gastos públicos y privados.*

La vanguardia normativa e institucional en la España de 2013.

La legislación española de ámbito nacional no contempla ninguna normativa específica relativa a los canales cortos de comercialización de productos agroalimentarios, más allá de lo establecido en la reglamentación comunitaria¹⁷.

Pero se están produciendo, en este mismo año 2013, seguramente como consecuencia de las recomendaciones realizadas desde la Comisión Europea y la

¹⁷Reglamentos (CE) Nos. 178/2002, 852/2004, 853/2004 y 854/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo

incorporación a las políticas de desarrollo rural, movimientos de análisis y recomendaciones en favor de los circuitos cortos de Comercialización. Destacamos dos:

El Informe Canales cortos de comercialización en el sector agroalimentario que ha publicado en abril de 2013 el Observatorio de los alimentos de España del Ministerio de Agricultura¹⁸. En el se recoge un análisis introductorio para el ejecutivo Español, en el que se recogen casos de referencia normativa y se analizan las ventajas comerciales del modelo de circuito corto.

En 2013 el MAGRAMA ha presentado un programa para la reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario y la valorización de los alimentos desechados, y entre las medidas se mencionan: *Fomentar los canales cortos de comercialización:*

1. Fomentar de canales cortos de comercialización, con actuaciones como:

- *Establecer redes de productores y de consumidores.*
- *Promover la investigación en micro - logística adaptada a las características de mercado*

2. Promover los productos de proximidad y la venta directa.

3. Elaborar guías o registros para mejorar el conocimiento de este tipo de canales

4. Facilitar la aplicación de la normativa de higiene en pequeñas explotaciones y favorecer las iniciativas de comercio de proximidad

Es previsible que este enfoque de Circuitos Cortos de Comercialización se incorpore como temática transversal en las propuestas del Marco de Programación 2014-2020.

Las iniciativas normativas de las Comunidades Autónomas.

Cuentan con legislación específica las Comunidades Autónomas de Andalucía¹⁹, Cataluña²⁰ y Navarra²¹, y tienen previstas regulaciones a corto plazo (en 2013) al menos las Comunidades de Extremadura, La Rioja y Aragón.

¹⁸<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/estudios-e-informes/default.aspx>

¹⁹Decreto 352/2011, de 29 de noviembre, por el que se regula la artesanía alimentaria en Andalucía.

²⁰Decreto 24/2013, de 8 de enero sobre la acreditación de la venta de proximidad de productos alimentarios.

²¹Ley Foral 8/2010 de 20 de abril por la que se regula la venta directa de productos ligados a la explotación agraria y ganadera.

Euskadi Publica en 2012 un Decreto de Referencia sobre la producción artesanal del alimentos y la venta directa de los mismos, que no incluye hortalizas y productos frescas²².

En Navarra existe una Ley Foral 8/2010 de 20 de abril, de Venta Directa de Productos Ligados a la Explotación Agraria y Ganadera. Con esta ley se pretende que los agricultores y ganaderos eviten los intermediarios para obtener mayor beneficio por sus productos y cueste menos dinero lo adquirido a los consumidores, así como que cumpliendo escrupulosamente la legislación alimentaria europea, las inversiones requeridas para producir alimentos se reduzcan al mínimo, y con ello se haga más viable la creación de iniciativas de autoempleo y emprendimiento en el medio rural.

Este informe tiene por objetivo centrarse más en el análisis de casos ya desarrollados por la sociedad civil, para realizar propuestas de fomento ancladas en la realidad social (con un enfoque LEADER). Para profundizar en las propuestas reguladoras nos remitimos al reciente informe: Canales cortos de comercialización en el sector agroalimentario que ha publicado en abril de 2013 el Observatorio de los alimentos de España del Ministerio de Agricultura²³.

En este apartado se recogen varios de los argumentos institucionales que justifican el impulso y la innovación para generar herramientas de regulación y fomento de los circuitos cortos.

2) El despegue de las estrategias de comercialización de circuito corto de Iniciativa Social en España.

2.1. Los orígenes en España.

Distinguimos en este campo dos grandes tipos de activación o iniciativas, las que dependen de organizaciones constituidas, fundamentalmente organizaciones agrarias o ruralistas, y las que parten de movimientos de base.

Las organizaciones agrarias y rurales.

En España y desde las organizaciones agrarias se han desarrollado en los últimos años varios proyectos de impulso a estos sistemas de circuito corto:

- Estrategias Sostenibles de comercialización de productos agrarios en circuito corto ha sido un proyecto²⁴ promovido por Fundagro-UAGN y los gobiernos

²²<http://www.euskadi.net/bopv2/datos/2012/07/1203520a.pdf>

²³<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/estudios-e-informes/default.aspx>

²⁴http://www.circuitocorto.es/actividades_listado.asp

de Navarra, Aragón y País Vasco enmarcado en el programa de la Red Rural nacional y financiado subvencionado gracias a la convocatoria de ayudas del Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino para la Gestión de Proyectos Innovadores en Comunidades Autónomas. El proyecto incluyó estudios de diagnóstico en las tres Comunidades Autónomas, definición de estrategias y un plan de comunicación en cada una de las Comunidades.

- Otro de los grandes proyectos de ámbito Estatal es el ARCo²⁵, Agricultura de Responsabilidad Compartida, impulsado por COAG en el marco de varios proyectos piloto del Ministerio de Agricultura y desarrollado entre 2009 y 2013. Es básicamente una plataforma donde realizan su oferta diferentes productores, en su mayoría se trata de productos elaborados.
- Otro de los proyectos de estudio y fomento de la agricultura ecológica y los circuitos cortos de comercialización desarrollado en el marco de la convocatoria de cooperación de leader es ECOS DEL TAJO, desarrollado por grupos de desarrollo de Madrid, Castilla la Mancha y Extremadura²⁶.

Estos proyectos se caracterizan por

- Ser en su mayoría se proyectos impulsados por la iniciativa de Organizaciones Agrarias o de Desarrollo Rural,
- Con implicación de agricultores, pero con un despegue limitado por la difícil captación de consumidores.

Estos movimientos de organizaciones agrarias o rurales son relativamente recientes si se comparan con los movimientos de base.

Los movimientos de base: el movimiento de la soberanía alimentaria.

Predominan en España claramente las organizaciones o iniciativas de consumidores en la línea de las CSA anteriormente mencionadas.

Los orígenes de este movimiento social de consumo en España tienen un claro objetivo político vinculado al movimiento de Soberanía Alimentaria. Recogemos algunos párrafos significativos de la página web de la más señera de las organizaciones que explican el origen del movimiento en España, la garbancita ecológica²⁷:

Los Grupos Autogestionarios de Consumo GAKs iniciaron su andadura en 1997 y crearon, diez años después, una cooperativa de consumidores responsables sin ánimo de lucro, La Garbancita Ecológica. Esta cooperativa surge para superar nuestra probada incapacidad en la creación de mercados locales de alimentos ecológicos.

²⁵ <http://www.arcocoag.org/>

²⁶ <http://www.ecosdeltajo.org/home/index.php>

²⁷ <http://www.lagarbancitaecologica.org>

La Garbancita no se constituyó como respuesta al auge del mercado de alimentos ecológicos ni como fuente de autoempleo, sino como una herramienta para impulsar el crecimiento del consumo agroecológico frente al desorden alimentario internacional...

La base de nuestro proyecto es la experiencia, el compromiso y la construcción de una fuerte alianza con los agricultor@s que, además de ofrecer productos de calidad directamente a l@s consumidor@s, promueven la agroecología como modelo de agricultura sostenible y garante de la seguridad y la soberanía alimentaria.

Origen lejano: a) Foro “Las otras cumbres del planeta”, sept. 1994 en Madrid contra la celebración del 50º Aniversario del FMI y del BM. b) Foro Alternativo a la Cumbre Europea dic. 1995 en Madrid, Contracumbre al Consejo Europeo que finalizaba el 2º periodo de presidencia semestral española de la UE. c) Movimiento Anti Maastricht (1996-2001). En este periodo, los colectivos de consumo mantienen relaciones con el M.A.M., Plataforma Cívica por los Derechos Sociales (PCDS), Plataforma Rural, Vía Campesina, Red Estatal de Economía Solidaria, etc. d) La mayoría de los 9 colectivos de consumo agroecológico autogestionado participamos en el naciente Movimiento contra la Europa del Capital, la Globalización y la Guerra (M.A.G., 2001-2003).

A finales de 2001 se crea la Coordinadora de Grupos de Consumo Agroecológico de Madrid, que comienza a funcionar a primeros de 2002. Estos colectivos constituyen el Área de Agroecología y Consumo Responsable del M.A.G. interviniendo en la actividad y las asambleas estatales del Movimiento Antiglobalización. La actividad de los grupos de consumo en los Movimientos Sociales (MMSS) decae pero sin desaparecer en el contexto de la lucha contra la globalización alimentaria. Posteriormente, la lucha contra los transgénicos y la Consulta Social Europea son escenarios de intervención en los MMSS. De este breve recorrido se deduce que la identidad de los GAKs, desde su propia actividad en defensa de la seguridad y la soberanía alimentaria, está atravesada por su compromiso con los MMSS antiglobalización.

...A mediados de 2003, aparecen contradicciones internas entre la dinámica autogestionada de los colectivos de consumo más consolidados y algunas burocracias que consideran el consumo responsable como la sección de Ecología Social de sus organizaciones...

Estemovimiento social, radicalizado en lo político, está sin embargo actuando claramente como vanguardia y experiencias de formación colectiva en un ámbito en el que España tiene menos experiencia y trayectoria que otros países de su entorno.

En el informe Cambio Global España 2020/2050 sobre “Consumo y estilos de Vida”²⁸ del Centro Complutense de Estudios e Información Medioambiental, se recogen las siguientes potencialidades y limitaciones de lo que denominan Grupos de Consumo Agroecológico GCA:

Los GCA generan círculos virtuosos en consumo sostenible: en tanto que espacios que facilitan al/la participante la creación de automatismos (rutinas, hábitos...) de consumo sostenible, pueden generar las condiciones para que el cambio de hábitos de consumo sea más fácil, profundo y duradero y para la transmisión de valores de ciudadanía ecológica.

Los GCA como espacios de empoderamiento comunitario: las iniciativas analizadas con una fuerte componente participativa y relacional se proyectan hacia la comunidad en la que se ubican, fortaleciendo la construcción de vecindad y las relaciones sociales de la zona, el fomento del conocimiento y la ayuda mutua.

²⁸Informe Cambio Global España 2020/2050 sobre “Consumo y estilos de Vida” Abril 2012, Editado por la fundación caja Madrid y el Centro Complutense de Estudios e información Medioambiental. Pag 28.
Disponibile en http://www.conama11.vsf.es/conama10/download/files/conama11/STs%202010/ST-21_doc_Informe%20Cambio%20Global%20Espa%F1a%202020-50%20-%20Consumo%20y%20Estilos%20de%20Vida.pdf

Los GCA como espacios de activismo político “suave” pero estable: sin ser espacios de militancia política o activismo cívico o comunitario explícitamente, pueden aproximar información y actividades relacionadas con éstos a sus participantes.

Modelos de crecimiento diferentes, pero complementarios: se identifican dos tendencias en cuanto a modelos de crecimiento (GCA-empresa y CGA-espacio comunitario), con diferentes ventajas e inconvenientes que se complementan.

Se han observado también una serie de puntos críticos de cara a plantear la extensión de los GCA:

- El temor entre sus miembros a no tener la capacidad organizativa para crecer y asumir más participantes (en general, las limitaciones organizativas están muy presentes).
- La falta de participantes y de participación detectada por algunos grupos como limitante a la hora de expandir las experiencias, tanto en lo referente a la participación activa en la organización como a los usuarios/as en un rol más pasivo.
- Las limitaciones de espacio.
- La falta de coordinación entre las experiencias y las disfunciones que esto puede generar de cara a los participantes y a su propio funcionamiento

En España los principales referentes desde la sociedad civil(no desde las Organizaciones Agrarias o Rurales) son:

La Federación Andaluza de Consumidores y productores Ecológicos FACPE que agrupa 11 asociaciones y cooperativas de consumidores y productores ecológicos y artesanales www.facpe.org/index.php y constituye una de las estructuras de trabajo colaborativo más sólidas de las identificadas en España en materia de grupos de consumo y Circuitos Cortos de Comercialización.

Dentro de esta Federación merece destacar los siguientes casos que podemos situar como vanguardia en España:

- La asociación **Almocafre**, creada en 1994 bajo la iniciativa de Ecologistas en Acción y el ISEC (Instituto Sociológico de Estudios Campesinos) y que actualmente agrupa a 250 miembros y 65 productores y que ha abierto tienda en Córdoba. www.almocafre.com/
- **La Ortiga** fundada en 1993 como asociación, y que en 2001 dio el paso a cooperativa de consumidores y que actualmente agrupa a cerca de 500 familias www.laortiga.com/

La Acequia es una cooperativa de 100 personas organizadas en 10 grupos de consumidores que producen cerca de Córdoba 45 cestas de verduras. Su sistema de organización es autogestionario y las decisiones se toman de modo consensuado.

Tras el liderazgo andaluz, podemos destacar las iniciativas en el país vasco donde destaca la red Nekasarea iniciativa del sindicato agrario EHNE que integra a 80 granjas productoras, y se organiza de 25 grupos de consumo y entorno a 500 familias.

En Galicia se encuentra así mismo una interesante experiencia de circuito corto Lonxanet directo SL, creada en 2002 para permitir la venta a los pescadores y mariscadores artesanales. Es una empresa de venta directa participada por 6

asociaciones de pescadores www.lonxanet.com/index.php

En la zona centro destacan las experiencias de **Bajo el Asfalto esta la Huerta** ! cooperativa de productores y consumidores agroecológicos creado en Madrid en 2000 e inspirado en el modelo AMAP y de CSA. Existen en la actualidad 5 grupos de consumo agrupando a unas 80 personas bah.ourproject.org/. De este proyecto surgió a su vez la iniciativa de Surco a Surco.

La Rehuerta, es una iniciativa impulsada en 2009 desde la ISAM (Iniciativa por la Soberanía Alimentaria de Madrid, y que ha impulsado un blog de referencia para articular y recoger diferentes productores y consumidores : gruposdeconsumo.blogspot.com/

El impacto de esta Iniciativa y del blog en Castilla y León es poco significativa, ya que no recoge a las diferentes experiencias identificadas en la región y que después analizaremos.

En Cataluña se encuentra la red de **la Repera** que agrupa a un gran número de grupos de consumidores y productores agroecológicos. repera.wordpress.com/

2.2. Situación y evolución de las estrategias de circuito directo en Castilla y León

La situación de la venta directa a través de grupos de consumo en Castilla y León se caracteriza tanto por la antigüedad que tiene la práctica, y por el arraigo, mayor que en otras comunidades autónomas, y por el mantenimiento de sistemas de gestión informal en los mecanismos de organización.

Los entrevistados identifican Palencia, y en concreto de la iniciativa de vía campesina del núcleo cultural de Amayuelas de Abajo²⁹, como el lugar que impulsó este tipo de redes en Castilla y León antes aun del inicio de la primera década de este siglo (ver mención a ASOKA y Jeronimo Aguado en pag 5).

La experiencia de CEDAZO en Amayuelas constituye un referente, se trata de una iniciativa de economía social que produce pollo, cordero, ternera, cereales, girasol, hortalizas y pan. Disponen de un matadero de aves y un pequeño restaurante, abierto para los grupos que participan en la amplia oferta formativa que ofrece Amayuelas³⁰

Es relevante del complejo productivo y cultura que surge de este núcleo rural Palentino, la Universidad Rural Pablo Freire, que desde esta misma localidad se ha extendido a otras provincias de la región y de toda España.

Identificamos una segunda generación seguramente muy influenciada por este núcleo de Amayuelas, y que sobre todo se manifiesta en procesos de organización

²⁹<http://amayuelas.es>

³⁰ <http://amayuelas.es/index.php/cesta-ecologica>

en Valladolid, Burgos³¹ y León, y en los últimos tres años desde 2011, en Zamora³², Salamanca³³.

El fenómeno se está extendiendo rápidamente a muchas cabezas de comarca: Aguilar de Campo³⁴, Aranda de Duero³⁵, Ponferrada y Bierzo³⁶, San Ildefonso³⁷, Piedralaves³⁸, entre otras muchas localidades de la región. En un proceso de crecimiento de gran vitalidad y en general invisible a las estadísticas de consumo, pero que, aunque difícil de estimar, es superior a los dos dígitos anuales.

A modo de ejemplo del proceso de evolución estas estructuras colaborativas de consumo recogemos el histórico de una de los grupos más veteranos de Castilla y León, la asociación ecogermen³⁹ :

La Asociación Ecogermen nace en marzo de 2003 llegando a alcanzar algo más de 200 socios en 2008. En enero de 2009 se transformó en cooperativa, pudiendo así funcionar de forma interna como una asociación (propiedad de todos los socios, decisiones asamblearias, etc.) pero de cara al exterior funcionamos como cualquier empresa, pudiendo hacer la actividad comercial normal, dentro de nuestros criterios, filosofía y reglamento de régimen interno particular. En 2009 la cooperativa se constituyó con 92 socios, ascendió a 109 al final de 2010, y a 122 en 2012.

El paso de asociación a cooperativa se dio tras contactar con otras cooperativas de Andalucía, Cataluña, Navarra y País Vasco, ya que en Castilla y León entonces no existía ninguna aun constituida,

Desde 2009 tenemos 3 personas contratadas (2 jornadas porque ninguno está a jornada completa). Además se gestiona con horas de voluntariado, difíciles de estimar. Mensualmente se reúne el Consejo Rector, y existen varias Comisiones de trabajo. En momentos puntuales del año, hay más actividad de voluntariado según las necesidades o actividades.

La cooperativa de consumidores Ecogermen⁴⁰ dispone actualmente de punto de venta al público en la Plaza Elíptica del barrio de Girón de Valladolid.

En una situación de crecimiento semejante a ecogermen de Valladolid se encuentra la Asociación la patata de Burgos:

³¹<http://www.despensabio.org.es/>

³²<http://naturaliasociacion.blogspot.com.es/> y la cooperativa integral de Zamora
cizconsumo@gmail.com

³³<http://lasandia.noblogs.org/> y <http://coopelrodal.org/>

³⁴<http://lacetaverde.blogspot.com.es>

³⁵Asociación Aranda Ecoloka <http://www.arandaecoloka.org>

³⁶Asociación la Olla del Bierzo <http://laolladelbierzo.org/>

³⁷<http://conumeresma.webcindario.com>

³⁸ dhab2010@gmail.com

³⁹ecogermen.com

⁴⁰ <http://ecogermen.com/>

⁴¹<http://www.elnortedecastilla.es/v/20110319/valladolid/familias-crean-primera-compra-20110319.html>

⁴²<http://valladolidentransicion.wordpress.com/2012/01/11/creacion-de-nuevas-redes-de-consumo-en-valladolid/>

⁴³ <http://www.ecoagricultor.com/grupos-consumo/del-huerto-a-tu-casa/>

La patata se constituyó en cooperativa de consumidores en 2010 y cuenta con 3 trabajadoras y una tienda abierta al público. La red de la patata integra a 50 familias y tiene lista de espera para incorporarse⁴¹.

El movimiento de Valladolid en Transición impulsa la creación de más grupos aconsejando⁴² modos de organización de los pedidos y tareas de consumo.

El argumentario y motivación de estos grupos creemos que queda recogido en este texto de un grupo de consumo de Salamanca⁴³:

**Si estas hart@ de contribuir con los grandes supermercados enriqueciendo a las grandes empresas capitalistas.*

**Si estas hart@ de consumir comida basura manipulada en laboratorios llena de conservantes, emulgentes, transgénicos, en definitiva, cancer para tod@s.*

**Si estas hart@ de comer comida recogida mucho antes de tu consumirla, con sabor a plástico o a cámara frigorífica.*

**Si estas hart@ de ver (si comes carne, huevos, lácteos) animales hacinados en granjas de explotación, estabulados, que no saben lo que es la hierba (su alimento natural) y su alimentación se basa en piensos químicos para conseguir una alta producción en el menor tiempo posible.*

**Si estas hart@ de ver la explotación que sufren los agricultores y ganaderos trabajando de sol a sol para ganar míseros salarios mientras tu pagas mucho más dinero que lo que a ellos se les paga, enriqueciendo a intermediarios y grandes superficies sin escrúpulos.*

**Si estas hart@ de fomentar el sistema de producción industrial e insostenible que perjudica a trabajadores, animales, alimentos y en definitiva al mundo en el que vivimos.*

**SI ESTAS HART@ DE TODO ESTO UNETE A NOSOTR@S.*

Para acceder a fuentes de información actualizadas sobre grupos de consumo recomendamos las siguientes fuentes:

<http://gruposdeconsumo.blogspot.com.es/> aunque en mayo de 2013 todavía no aparecen recogidas la mayoría de los grupos activos en Castilla y León.

<http://www.ecoagricultor.com/grupos-de-consumo/>

2.3. Análisis y tipificación de las experiencias de iniciativa social.

¿Certificación?

En este tipo de agrupaciones de consumidores pueden plantearse dos grandes sistemas de garantía sobre la calidad ecológica de los productos:

- Los sistemas oficiales de certificación ecológica,
- pero cada vez más crecen los denominados “sistemas de garantía participativa”, en los que la confianza y pautas acordadas de modo compartido entre productores y consumidores sustituyendo a los sistemas de certificación oficiales.

Estos Sistemas de Garantía participativa, especialmente desarrollado en Andalucía, necesitan un intenso trabajo en red, tanto de grupos de consumo como de colaboración y consenso entre productores y consumidores⁴⁴.

Los Grupos de Consumo Agroecológico GCA y los Sistemas de Garantía Participativa (SPG) tienen con una clara y estrecha relación con las iniciativas de Soberanía Alimentaria y movimientos campesinos, y están sirviendo de plataforma comercial a la mayoría de los pequeños productores de perfil agroecológico; sin embargo, y en la mayoría de los casos, las iniciativas quedan en manos de los consumidores organizados más que en los propios productores o agricultores.

Otras formas de consumo, y Cambios culturales de fondo.

Uno de los cambios y nuevas tendencias culturales y alimentarias más notables de la última década ha sido el Movimiento Slowfood⁴⁵, fundado en 1989 por el periodista y gastrónomo italiano Carlo Petrini. Este movimiento plantea como alternativa a la vida acelerada y a la homogeneización cultural; una relocalización de la producción y consumo de alimentos. Para ello se plantea una revalorización de las culturas gastronómicas y producciones agroalimentarias atendiendo a las variedades locales y biodiversidad, cultivos y recetas tradicionales, vinculación entre restauración y el patrimonio agroalimentario territorial, programas educativos, mercados de productores locales, etc.

Por todo ello se constituye también como un referente ineludible porque la relocalización alimentaria comporta casi automáticamente un acortamiento comercial, los sistemas de circuito corto implícitamente plantean calidad y proximidad. Tras más de treinta años de actividad, en la actualidad se encuentra implantado el movimiento SlowFood en 153 países y cuenta con más de cien mil personas asociadas.

Análisis de intencionalidad y psicología y organización grupal.

Este apartado tiene por objetivo analizar sociológicamente las motivaciones compartidas y las tipologías resultantes de los grupos analizados tanto en España como en Castilla y León. El objetivo de este análisis es conocer los mecanismos que de modo espontáneo se han producido, para poder contribuir desde programas gubernamentales específicos, a incentivar la expansión del modelo de organización colectiva.

Para las diferentes tipologías de agrupaciones de consumidores, la filosofía y la prioridad es el consumo provincial o regional, procurando tanto reducir el número de intermediarios como reducir las distancias alimentarias. Este es uno de los sentidos en los que la agroecología como movimiento cultural (agrocultural) van más allá de las prescripciones de la Agricultura Ecológica.

⁴⁴ http://www.facpe.org/images/Revista/revista_facpe_06.pdf

⁴⁵ <http://slowfood.es/>

En este sentido debemos entender las siguientes ventajas y oportunidades sinérgicas de los mecanismos de acortamiento comercial:

- Aumenta los márgenes de ingresos a los agricultores y productores agroalimentarios.
- Estimula las economías locales (provincial, regional), sin dificultar las economías de exportación
- Reduce los residuos orgánicos, lo que constituye un reto
- Aumenta la calidad de la alimentación (alimentos frescos y de temporada),
- Y fomenta una ciudadanía más activa, y con mayor capacidad de organizaciones

Es importante destacar que, al margen de los proyectos emprendidos por los productores-agricultores y sus organizaciones, la tendencia sociocultural que parece más claramente consolidada en España son los sistemas de Acercamiento o Acortamiento de cadenas desde la Demanda (Iniciativa de Demanda). Por ello en la última parte de este estudio propondremos de modo específico sistemas de intervención y fomento enfocados a las metodologías de incentivos al consumo, más que a las de incentivos a la agrupación de la oferta.

Identificamos cuatro grandes tipos de agrupaciones de consumo o de iniciativa de demanda:

- ID1. Grupos de consumo informales, invisibles, generalmente grupos íntimos y poco abiertos de unas 5 a 15 hogares.
- ID2. Asociaciones de consumidores, con NIF propio: relativamente abiertos, fiscalmente transparentes, agrupan a unos 10-25 hogares.
- ID3. Cooperativas de consumidores, con tienda y venta abierta al público, proveyéndose en redes de productores.

Si nos atenemos a la información de los casos analizados hay una lógica evolutiva entre estos 3 tipos de Iniciativas de Demanda, de modo que varios de los que se han constituido en cooperativas pasaron anteriormente por ID1 y ID2. El tiempo de transición de ID1 a ID4 se ha venido reduciendo de los 10 a los 4 años, y es previsible que en los próximos años se de un importante crecimiento de figuras jurídicas de demanda (cooperativas o asociaciones de consumidores).

Valoramos que el apoyo o fomento de éstas constituirá un activo de demanda más capaz de organizar la producción que las propias ayudas enfocadas a las agrupaciones de productores (fomento del cooperativismo, organizaciones profesionales, etc) para el fomento del acortamiento de circuitos comerciales.

2.4. Renovando la clasificación de los sistemas de organización y fomento de los circuitos cortos de comercialización (CCC).

A la hora de analizar los circuitos cortos consideramos oportuno distinguir varios frentes de análisis y clasificación :

A) En función de la longitud de la cadena. Podemos distinguir entre circuito directo (sin intermediario) y circuito corto (máximo 1 intermediario entre productor y consumidor).

Proponemos incluir en el concepto de venta o circuito directo el uso de cualquier sistema que no detraigan más del 10% del precio final del producto. Creemos que este porcentaje debe ser determinante para modular las ayudas a la articulación de la demanda.

B) En función de la estabilidad o fidelización del consumo. Se puede distinguir entre

b.1) los consumos puntuales y

b.2) los consumos estables o fidelizados, pero en cesta abierta

b.3) los consumos estables y fidelizados con contrato y cesta cerrada, en la que se reciben los productos fresco de temporada, sin apenas margen de elección. Estos terceros presentan la ventaja que permiten una mayor estabilidad de la demanda y generar empleo con menos formación y superficie agraria útil.

En cualquier caso la fidelización (b.2, o b.3) es uno de los criterios fundamentales para: a) reducir los sobrante y los residuos orgánicos, y b) estabilizar precios al consumidor e ingresos al productor.

C) En función del perfil del impulsor de la iniciativa de acortamiento o aproximación:

- De iniciativa de los consumidores: los llamados Grupos de Consumo en la línea de los CSA (Community Supported Agriculture), o GCA (grupos de consumo agroecológico) o GAKs (grupos autogestionarios de consumo) según las fuentes y enfoque ideológicos.
Consideramos que el término más adecuado en España es el de GCA (ver pag 16).
- De iniciativa de los productores: asimiladas a las asociaciones comerciales de productores; las denominadas CFS en sus siglas en ingles (ver pag 8).
- De iniciativa municipal: interesante caso de la Red TERRAE en España, en la que participan 2 municipios de Castilla y León. (ver pag 34)

- De iniciativa social, ONGs u organizaciones del tercer sector: en el caso de España analizamos y contrastamos la experiencia TREDAR fundamentalmente desarrollada entre Extremadura (productores en proceso de formación autoempleo) y Madrid (consumidores) (ver pag 39)
- De iniciativa privada comercial. Hay un gran numero de iniciativas de acortamiento aprovechando internet, e general cobran entre un 10 y 30% del precio final de venta al publico, muy por debajo de los incrementos del 200-400% que son normales en al intermediación de los circuitos convencional y moderno.

C) Desde el punto de vista del numero de hogares-consumidores agrupados y atendiendo al potencial de empleo, los casos analizados se puede apuntar en los siguientes tres tipos con tendencia a la sucesión evolutiva o itinerario de crecimiento numérico y de profesionalización:

- Menos de 15-20 hogares agrupados que realizan las tareas de gestión y pedidos a los productores de modo compartido y rotativo sin profesionalizacion.
- Entre 20 y 50 hogares tienden a realizarse las tareas de gestión de compras con una pequeña remuneración por hora o porcentaje a la persona encargada de la gestión de pedidos.
- Cuando hay más de 100 hogares tiende a crearse una estructura cooperativa y a generarse en tiempo parcial el equivalente a 1 a 2 puestos de trabajo dependiendo del volumen de ventas a no socios.

D) En función de la iniciativa podemos distinguir:

Proponemos una clasificación atendiendo a la iniciativa o intención de “acortamiento comercial” entendido como la iniciativa de aproximación entre productor y consumidor, que puede ser emprendida o liderada por cualquiera de ellos, o por un único actor facilitador intermediario.

D.1 - De iniciativa del consumidor individual. Suele dar lugar a sistema de cestas abiertas. El consumidor entiende que su consumo diferenciado y de proximidad aporta calidad a su alimentación, y oportunidades al productor y al territorio.

D.2 - De iniciativa de consumidores agrupados. Cuando los consumidores están reunidos en un grupo en el que existe conocimiento interindividual y confianza. Proponemos 4 grados de organización:

- Nivel I. GCA , Se profesionaliza externamente al grupo una parte o toda la intermediación (vía empresas de servicios).
El consumidor privilegia un consumo de calidad y el circuito corto como una estrategia de abaratamiento del consumo, pero procura no implicarse en la gestión, solo en el consumo.

- Nivel II. GCA, en los se organizan los consumidores de un modo débil, con una figura jurídica común, tanto cooperativa como asociación de consumo, en el que una persona se profesionaliza a tiempo parcial o completo para labores de gestión.
- Nivel III. GCA, Grupos constituidos o no oficialmente, en los que las labores de gestión se realizan de modo rotatorio y no remunerado entre los participantes.
- Nivel IV. GCA, plenamente autogestionarios, reparto de funciones entre los socios, en este nivel el agricultor es parte del sistema. Estos son los grupos propiamente de prosumo. Es el caso del BaH o del SaS anteriormente considerados.

A pesar de la ausencia de datos estadísticos, pero a raíz de los expertos entrevistados, entendemos que las modalidades más extendidas, más efectivas y de mayor impacto actualmente en España y en Castilla y León son las de Nivel I, II y IV.

D.3 - De iniciativa del agricultor individual, cuando este dedica una parte de su esfuerzo comercial a acceder a los consumidores finales o a distribuidores finales.

Hemos identificado ejemplos en Castilla y León, donde podemos considerar que se produce uno de los principales núcleos en el centro peninsular de “liderazgos de acortamiento comercial”. Los agricultores de referencia que hemos identificado son Juan Senovilla, Jesus Lozano, que ya en la década de los años 90 organizaban y suministraban grupos de consumo fundamentalmente en Madrid.

D.4 - De iniciativa de los agricultores agrupados, u organizaciones de Agricultores.

En el caso de Castilla y León podemos considerar que tras una primera fase de iniciativa individual se han producido contextos colaborativos, pero no nos consta que se hayan conducido a procesos cooperativos manteniéndose como plataformas colaborativas comerciales no formalizadas.

D.5 - De iniciativa de intermediarios sociales. Caso en España del proyecto Ecos del Tajo, o de la web grupoagrupo que procuran agrupar consumidores con productores.

No hemos identificado proyectos de intermediación de organizaciones del tercer sector en Castilla y León, salvo los propios grupos o cooperativas de consumo agroecológicas anteriormente presentadas.

2.5. ¿Qué diferencia entre agricultura ecológica y agroecología?

La Agroecología parece consolidarse como un movimiento cultural de amplio espectro, ya que al fenómeno del consumo de proximidad se añade y debe ser analizado en paralelo a el incremento de una agricultura de ocio para el autoconsumo.

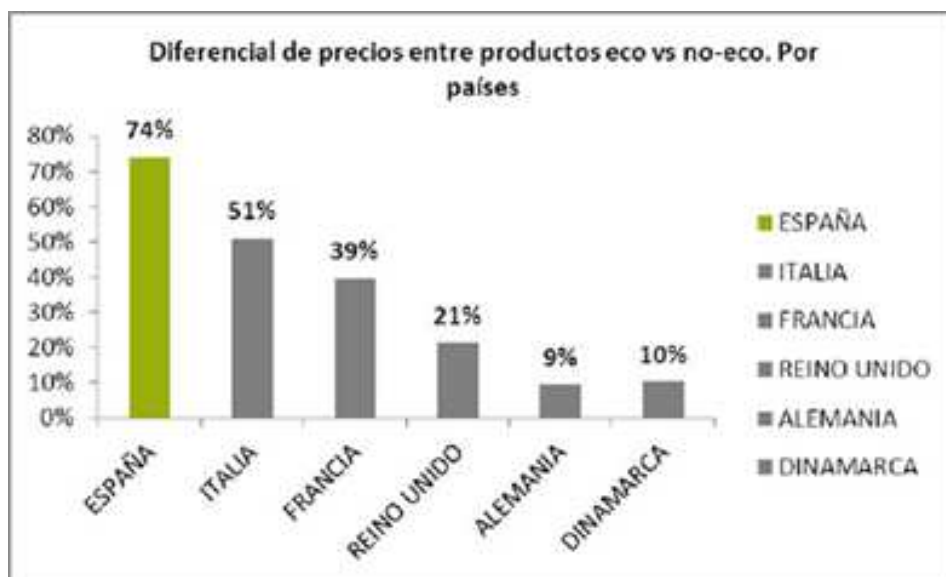
El termino agroecología todavía no se usa en los movimientos institucionales dentro de la Unión Europea, pero esta ampliamente asumido e impulsado desde Naciones Unidas, donde es preciso destacar el informe de Oliver Schutter, encargado por la FAO en 2011.

Los principales diferencias implícitas que hemos identificado entre producción ecológica (certificada) y el movimiento cultural Agroecológico se resumen en el siguiente cuadro:

	Agricultura Ecológica Certificada	Agroecología
Certificación o garantía	Certificación con organismo acreditador. Rara vez con conocimiento directo del productor	Confianza y proximidad. Con conocimiento y fidelización entre productor y consumidor
Comercialización	Sistemas convencionales: moderno (cadenas y grandes superficies) o tradicional (pequeño comercio) en su mayoría. Con 2 o más intermediarios.	Circuitos Cortos de Comercialización Con 1 o menos intermediarios comerciales
variedades	Tendencia a una clara especialización productiva, aunque se respeten las rotaciones de cultivo. 2-4 productos	Tiene una gran variedad de productos distintos y complementarios, generalmente agrícolas y ganaderos 20-30 productos
Insumos	Se adquieren insumos certificados	Se procura el autoabastecimiento de fertilizantes y tratamientos. La diversificación reduce la necesidad de insumos.
Semillas	Semillas certificadas, generalmente híbridas, que requieren su compra regular.	Variedades tradicionales, que se puedan reproducir indefinidamente

2.6. El grave reto de los precios. Y el potencial de la cesta cerrada.

Uno de los problemas que plantean los estudios es el precio de la producción ecológica certificada. En el siguiente esquema⁴⁶ se ve la diferencia de precio en las producciones certificadas en diferentes países del entorno Europeo.

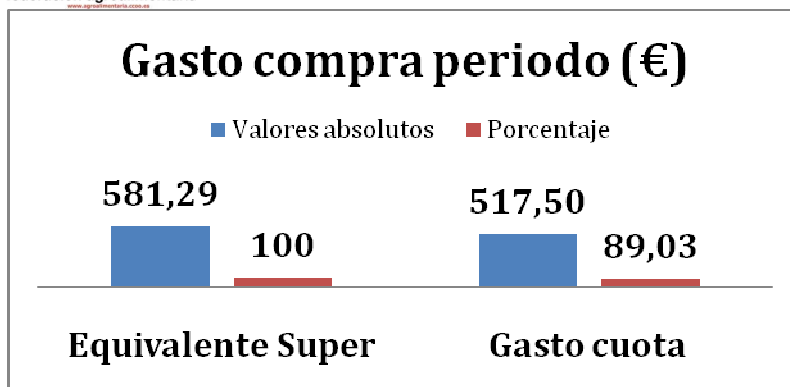


Las causas de la notable diferencia de precio se derivan fundamentalmente que las producción Españolas se producen para la exportación y son los consumidores mayoritarios europeos los que marcan los precios. Por eso las producciones ecológicas están acopladas a los precios internacionales que las producciones convencionales. La ventaja del importante volumen de exportación comportan el inconveniente de que son los exportadores los que marcan precios.

En el extremo opuesto del espectro de precios mercado, dentro ya del ámbito de los sistemas agroecológicos de cesta cerrada, hemos accedido a un interesante análisis de comparativa de precios realizada por uno de los consumidores agrupados entorno a la iniciativa del grupo Surco a Surco en Madrid⁴⁷.

⁴⁶Tomas camarero. Estudio: "percepcion de productos ecologicos en el consumidor español" 2012

⁴⁷ comunicación personal



Se realizó una notación pormenorizada entre marzo y diciembre de 2012 de los pesos recibidos en cesta cerrada, y se comparó con los precios en las mismas fechas de un supermercado (supersol). El resultado que se desprende de la gráfica (elaboración propia) muestra que la cuota mensual que pagan en el SAS 53 euros por una media de 7kg aprox de hortalizas a la semana, con 40 productos diferentes al cabo del año.

El resultado que se desprende de la gráfica (elaboración propia) muestra que el precio anual pagado en el grupo de consumo con productos de proximidad y circuito directo, es un 11% inferior a los precios de las hortalizas de producción convencional, 64 € anuales menos. Este breve informe deja claro que consumir verdura fresca, sana y buena puede ser incluso más barato que los sistemas más modernos de producción y distribución.

Este modelo de Cesta Cerrada (CC) consiste en pagar una cuota mensual fija a cambio de la cual se recibe una cesta (con peso fijo o variable) cerrada de hortalizas de temporada. Solo hemos identificado un caso en Castilla y León, “bajo el asfalto está la huerta”, BaH que tiene grupo constituido en Valladolid⁴⁸.

Hay dos grandes modalidades de Cesta Cerrada:

- Cesta Cerrada de peso variable estacional, **(CC-PV)** es el que emplean los movimientos *Surco a Surco (Sas)* en Madrid, o *Bajo el Asfalto esta la huerta (BaH)*
- Cesta cerrada de peso medio prefijado **(CC-PM)**. El caso más significativo es el del proyecto TREDAR de CCOO, cuyo análisis de transferencia será objeto de la siguiente parte del estudio.

Creemos que puede ser un sistema de gran potencial de creación de autoempleo porque permite estabilizar los pedidos. Este modelo permite reducir las inversiones necesarias, las pérdidas, simplificar la logística, reducir el número de consumidores y el precio de los alimentos.

Con frecuencia estas iniciativas de consumo suelen estar vinculadas a actividades de ocio hortícola, o alfabetización agroecológica que nos ocuparán el siguiente capítulo.

⁴⁸Bajo el asfalto esta la Huerta Valladolid <http://bah.ourproject.org/bah-valladolid/>

2.7. Resumen de diagnóstico en Castilla y León.

Estas agrupaciones centran su actividad en contactar y gestionar pedidos (pagos y recogidas) con diferentes productores. La selección de los criterios de estos grupos se rige por principios de producción agroecológica (sin certificar) y de la mayor proximidad posible (bioregional). La certificación ecológica no es un criterio excluyente para este tipo de grupos de consumo.

En Castilla y León estimamos a partir del diagnóstico de grupo y de entrevistas a expertos y líderes de grupos, que puede haber entorno a 2.000 personas participando en este tipo de grupos autogestionarios de consumo, pero resulta imposible la cuantificación porque no hay relación o estructura formal de coordinación, presentan un sistema de autogestión centrada en la compra y suministro de alimentos de calidad agroecológica, más que en otras actividades de coordinación (ascendente) o formalización (estructuración empresarial).

Hay varios modelos de circuito corto funcionando en Castilla León, difíciles de cuantificar sin un estudio en mayor profundidad.

- Grupos sin figura jurídica, con voluntariado en la gestión y 100% del pago del consumidor dirigido al productor. Suelen recibir los pedidos en casas rotando entre los participantes, o en locales fortuitos.
- Grupos con figura jurídica, con voluntariado en la gestión y 100% del pago del consumidor dirigido al productor. Disponen de un local de recepción y distribución
- Grupos con figura jurídica y pago informal a uno de los miembros del grupo por atender unas horas a la semana la gestión de pedidos del conjunto.

Se constata una tendencia a una cierta remuneración o compensación lo que identifica un nicho de empleo que deberá ser tenido en cuenta en las propuestas y conclusiones.

El empujón en Castilla y León a los sistemas de comercialización de circuito corto, se inician gracias al arraigo e influencia de los movimientos de vía campesina y plataforma rural que llevan más de veinte años trabajando en la línea de agrupación de productores (FCS). Esta intensa dinámica colaborativa, que no se concretó en ninguna estructura cooperativa, acabó sin embargo saltando al enfoque de Grupos de Consumo Agroecológico (GCA o CSA) que corresponden a Iniciativa de la Demanda, que han demostrado a lo largo de la última década una mayor capacidad de despegue y articulación que las que solo corresponden al esfuerzo de aproximación de los productores-agricultores.

Este modelo de circuito corto agroecológico de iniciativa de la demanda (vía GCA o CSA) en Castilla y León ha contribuido a crear una densa red de productores (no instituidos como agrupación) que ofrecen sus productos a las agrupaciones de consumidores. Estos Grupos de Consumo están fuertemente organizados, internamente y en sólidas redes de colaboración de ámbito regional.

La calidad y crecimiento de la demanda organizada es la principal fortaleza que es preciso considerar para el fomento de los sistemas de circuito corto en Castilla y León.

Estos sistemas de demanda, son los que entendemos que permite optimizar las funciones logísticas y de precio, especialmente si combinan un modelo de cesta abierta con otros de cesta cerrada con los que ya se consiguen precios finales de productos agroecológicos que compiten con las producciones convencionales vía los modernos canales de distribución.

3 - Otras estrategias convergentes: Los otros movimientos de alfabetización agroecológica.

3.1. Los movimientos de alfabetización hortícola agroecológica

Destacamos el hecho de que a partir de 2007 se produce en varios países un enfoque institucional en favor de los huertos urbanos como escenarios de educación en la salud. En Estados Unidos se crea en ese año un huerto en la Casa Blanca, y la Secretaria de Estado de Agricultura promueve un programa Federal de apoyo a los Municipios que realicen este tipo de actividades de ajardinamiento con programas educativos:

JOIN THE MOVEMENT

"...the most valuable of all arts will be the art of deriving a comfortable subsistence from the smallest area of soil."
- Abraham Lincoln

THE PEOPLE'S GARDEN INITIATIVE is an effort by the United States Department of Agriculture (USDA) which challenges its employees to establish People's Gardens at USDA facilities worldwide or help communities create gardens. People's Gardens vary in size and type, but all have a common purpose - to benefit the community and incorporate sustainable practices.

Whether you have an existing garden or are starting a new one, a People's Garden must include these three components:

BENEFIT YOUR COMMUNITY
The garden must provide one or more of the following:

- Place for leisure or recreation
- Food for those in need
- Habitat for wildlife
- Storm water control or water quality improvement
- Soil protection from erosion

BE COMMUNITY BASED
The garden must be community based - a collaboration between other volunteers, neighbors or organizations within your community. Get involved with the People's Garden Initiative by working with others to develop creative ways to help your community.

INCORPORATE SUSTAINABLE PRACTICES
The garden must include actions that nurture, maintain and protect the environment such as:

- Capturing rainwater in rain barrels
- Composting and mulching
- Planting native species
- Choosing the right plant for the right site and climate
- Encouraging beneficial insects that feed on destructive pests

WHAT'S THE HISTORY BEHIND THE NAME?
When Abraham Lincoln founded USDA in 1862, he referred to it as "The People's Department." It is a description that is as true today as it was then. USDA touches the lives of Americans every day. To commemorate this significant link to all Americans, Secretary of Agriculture Tom Vilsack, broke ground on the first People's Garden at USDA Headquarters on February 12, 2009, the bicentennial of Lincoln's birthday. Today, the entire grounds are a part of this garden. Plans are being developed to create rooftop and rain gardens and incorporate pollinator, wildlife, and edible components throughout the landscape. The garden at USDA headquarters, as well as gardens at all USDA facilities, will demonstrate sustainable conservation practices and will be used to educate and engage the public.



WHY? START A PEOPLE'S GARDEN

PEOPLE'S GARDENS PROMOTE HEALTH AND WELLNESS
People who have access to more fruits and vegetables eat more fruits and vegetables. Increased consumption of fruits and vegetables improves nutrition, especially for diet-related diseases such as obesity and diabetes. Children who garden are more likely to eat fruits and vegetables and have greater knowledge about nutrition and healthy eating habits. Gardening provides a low-impact exercise for people within a large range of physical ability.

PEOPLE'S GARDENS HELP THE ENVIRONMENT
People's Gardens promote sustainable practices. They improve water quality, improve soil health and create shelter and nesting habitat for wildlife.





PEOPLE'S GARDENS CREATE TEACHING OPPORTUNITIES
Gardens educate children and adults about the environment, agriculture, ecology, biology, and soil science. They help create the next generation of farmers, ranchers, gardeners, teachers, and leaders.

PEOPLE'S GARDENS ENABLE SOCIAL AND CULTURAL CONNECTIONS
Gardens expand the ability of citizens from all cultural, ethnic, and geographic backgrounds to share their traditions and beliefs. They are a neutral gathering place in communities and foster interaction.

PEOPLE'S GARDENS FOSTER PRIDE
Gardens beautify communities. They also cultivate self-sufficiency. In WW II Victory Gardens produced 40 percent of the fresh fruits and vegetables in the United States. Gardens provide therapy for the soul and healing for the spirit.

A PEOPLE'S GARDEN:

- BENEFITS THE COMMUNITY
- IS SUSTAINABLE
- IS A COMMUNITY BASED EFFORT

"I encourage you to participate and be involved. Real and effective action starts small and it starts with our communities."
- Agriculture Secretary Tom Vilsack

WANT TO PARTICIPATE & BE INVOLVED?
Consider creating gardens in vacant lots, schools, or churches and become part of the People's Garden movement. Reach out to USDA employees in your community for their help and expertise or ask them to lend a hand in planting, harvesting, and maintaining a People's Garden. The possibilities are limitless.

For more information, contact:
Livia Marquis
Director
Livia.Marquis@usda.gov

Annie Coccarini
Outreach and Education Specialist
Annie.Coccarini@usda.gov

Angela Harless
Media Contact
Angela.Harless@usda.gov

Una política semejante de fomento de huertos municipales para la alfabetización agroecológica de la población también se desarrolla en Francia y Japón entre otros países.



En esta imagen se recoge la iniciativa del Ministerio de Ecología, Energía y Desarrollo Durable en el marco de la Ley Grenelle 2007 de Economía Sostenible en el que se incentiva la jardinería y horticultura como estrategia de lucha contra el cambio climático y a favor de un modelo de consumo responsable.

Definimos “alfabetización agroecológica” como un proceso espontáneo de aprendizaje, práctico y no reglado, de producción agrícola, y de recuperación de la cultura agraria: los objetivos de esta alfabetización son varios y con frecuencia mezclados: objetivo de ocio y tiempo libre, objetivo de producir para el autoconsumo, y/o una exploración de alternativas al desempleo.

Podemos destacar varias iniciativas de este tipo de “alfabetización agroecológica” en Castilla y León, y que se deben diferenciar en dos grandes tipos en función del perfil del organizador dinamizador de las mismas: de iniciativa social y de iniciativa municipal.

Hemos analizado diferentes tipos de huertos según el perfil de la organización promotora.

- Huertos sociales de iniciativa municipal. Los municipios realizan las inversiones y alquilan o ceden parcelas de terreno generalmente con criterios de servicios sociales o de formación o educativos.
- Huertos de iniciativa social, generalmente vía asociaciones de vecinos, pero también ONGs de cuarto mundo. Hay organizadores profesionales o voluntarios, pero diferentes de los usuarios del huerto. Con frecuencia
- Huertos de iniciativa privada. Huertos de ocio en alquiler con diferentes servicios y precios, incluyendo formación privada, que han experimentado un importante crecimiento en los últimos años, mostrando un emergente nicho de emprendimiento.
- Huertos de iniciativa “popular”. Se fundamentan en la autogestión, lo que se confirma como el hecho de que los organizadores son al tiempo

beneficiarios interesados en los servicios. No hay cobro por servicio de gestión, o este no responde a una iniciativa empresarial, sino a un emprendimiento social con cuotas para cubrir gastos.

Hemos realizado un rastreo de este tipo de iniciativas en Castilla y León, y podemos ofrecer los siguientes casos conforme a los perfiles de iniciativa anteriormente presentados.

Huertos de iniciativa social:

Se encuentran sobre todo en Valladolid.

- La huerta sin puerta La Victoria
<https://www.facebook.com/lahuertasinpuerta.lavictoria>
- Huertos de Piñel de abajo
- Bajo el asfalto esta la Huerta Valladolid <http://bah.ourproject.org/bah-valladolid/>

Huertos de “Iniciativa Municipal”.

En Medina del campo la Agenda Local 21 ha impulsado un huerto de ocio⁴⁹ que se centra en el cultivo ecológico, impartiendo formación obligatoria de 20 horas a los adjudicatarios de los huertos.

En la misma línea, en el marco del proyecto TREDAR se han realizado cursos de 52h para desempleados, con acceso a parcelas de 50 m² en terrenos municipales o privados en Cuatro localidades de Castilla y León....

En Ciempozuelos (Madrid) hay una cooperativa de mujeres que ofrece parcelas en alquiler y cursos y talleres⁵⁰. Este tipo de iniciativas privadas de alfabetización no se han identificado en Castilla y León, pero a buen seguro que existen y que van crecer notablemente en los próximos meses y años.

En Valladolid existen varias experiencias de Huertos compartidos de iniciativa social tanto en Piñel de abajo como en La Victoria⁵¹, y es habitual que en ellas participen personas implicadas en grupos de consumo, o que los participantes en huertos comunitarios

3.2. Algunos casos de referencia innovadores de Iniciativa institucional en España.

En esta misma línea de iniciativa social y de apoyo municipal es significativo e como caso de referencia el de Rosario en Argentina⁵² en el que se creó una red de huertos de formación y autoconsumo y mercadillos y ferias para la comercialización local de los productos de colectivos en riesgo de exclusión con vistas a generar alternativas de autoempleo

⁴⁹<http://www.presspeople.com/pr/sorteo-huertos-ecologicos>

⁵⁰www.delatierracooperativa.com.

⁵¹<https://www.facebook.com/lahuertasinpuerta.lavictoria>

⁵²<http://habitat.aq.upm.es/dubai/04/bp1297.html>

En relación con esta experiencia formativa surgió en 2010 en España el proyecto TREDAR que impulsado por la Federación Agroalimentaria de CC OO se fundamenta en las siguientes estrategias que analizaremos con mayor detalle posteriormente:

- Incluye un método de incubadoras de microagricultores a partir de la oferta formativa del sindicato (generalmente planes agrario de formación continua de la fundación tripartita)
- Con tutela colaborativa entre ayuntamientos que ceden o gestionan en su mayoría los terrenos para la formación y el sindicato que aporta formación y consumidores.
- La venta y distribución de la producción se realiza en los centros de trabajo, mediante la creación de grupos mínimos de 10 hogares con contratos semestrales de suministro de cesta cerrada, la clave es la mediación de los delegados de empresa y del sindicato entre los desempleados formados, y los consumidores en los centros de trabajo.
- Como una formación profesional no reglada, en alternancia, especialmente dirigida a colectivos de fracaso escolar o abandono temprano y/o en riesgo de exclusión.

Otra interesante experiencia surge en 2011 al constituye una red de municipios agroecológicos, Red TERRAE ⁵³, con Ayuntamientos adscritos en ocho comunidades autónomas. La red TERRAE dispone de un banco de tierras agroecológicas on line que actualmente cuenta con más de 300 parcelas en oferta y más de 500 demandas en toda España. Este banco de tierras tiene por objetivo poner a disposición de iniciativas sociales o de autoempleo o emprendimiento terrenos para iniciar producción en un itinerario agroecológico.

El método TERRAE es una prometedora herramienta de Desarrollo Local que se concibe para que los técnicos de desarrollo y empleo local capten tierras, organicen cursos a desempleados, siguiendo el método TREDAR (en terrenos municipales y empezando con huertos sociales para autoconsumo), y posteriormente se les ayuda a buscar consumidores.

En algunos de los informes más avanzados de la FAO⁵⁴ se analiza la relación entre Iniciativas sociales y Soberanía Alimentaria, estableciendo un campo nuevo de interfaz en el que se incluyen Grupos de Consumo y monedas complementarias como estrategias para activar mercados locales de alimentos. Precisamente esta combinación la hemos encontrado en la iniciativa de la asociación la Hoya del Bierzo, que agrupa a cerca de 50 hogares y a 6 productores, y que esta poniendo en funcionamiento mediante el sistema CES una comunidad de intercambio que permitirá mejorar la articulación comarcal de productores y consumidores a través de una red de mercadillos.

⁵³<http://www.tierrasagroecologicas.es/web/> EL primero de los Municipios de Castilla León en Incorporarse es Burgohondo en Avila, precisamente en el marco de este estudio de información acción participante y de la oferta formativa TREDAR.

⁵⁴http://www.socioeco.org/bdf/en/corpus_document/fiche-document-727.html

Este es uno de los municipios en los que en el marco de este Estudio, se aplicara y analizara la viabilidad del método TREDAR en Castilla y León.

3.3. Los graves retos de la población activa agraria y relevo generacional.

Según datos de la Comisión Europea, sólo el 5,3% de los agricultores españoles se encuentran por debajo de los 35 años, mientras el 56,3% sobrepasaba los 55 años⁵⁵.

En el informe de evaluación a medio plazo (intermedio 2012) del programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2007-2013⁵⁶, se recogen los resultados de impacto de dos medidas significativas desde el punto de la valoración del proceso de relevo generacional:

En 2010 se habían solicitado 1.200 expedientes de la medida 112 de incorporación de los cuales se habían concedido e instalado un total de 367 jóvenes agricultores (301 hombres y 66 mujeres) desde el comienzo del Programa frente a un total de 2.765 que se estimaban para el conjunto del período (un 13,27%), lo que supone bajo nivel de eficacia. En el informe se reconoce que el grado de ejecución es bajo, debido al elevado nivel de exigencia en cuanto a los requisitos establecidos a los beneficiarios para acceder a la ayuda

En el mismo periodo de habían acogido a la medida 113 de jubilación anticipada 380 personas. El informe reconoce que la eficacia y grado de cumplimiento de la medida de jubilaciones es mayor que la de la medida de 112 de incorporación. Solo un 17% de las explotaciones habían sido gestionadas como relevo generacionales, y un 18% de las incorporación habían sido de mujeres.

El abandono del sector agrario, a falta de informes más recientes posteriores a 2010,

El deterioro en el numero y en la calidad del empleo por cuenta ajena, se habría incrementado a lo largo de estos últimos dos años, 2011-2012. En lo relativo al contenido específico de este estudio, en este mismo periodo 2011-2012 se habría producido un crecimiento de grupos de consumo no inferior al 50% en numero de personas asociadas y de grupos surgidos. Se trata de un fenómeno en plena expansión entre los colectivos jóvenes que entendemos podría extenderse con una adecuada política de acompañamiento de la oferta (escuelas de emprendimiento en terrenos municipales, y trasferencia tras practicas de producción consumo de un año a banco de tierras).

⁵⁵<http://www.magrama.gob.es/es/alimentacion/servicios/observatorio-de-precios-de-los-alimentos/estudios-e-informes/default.aspx>

⁵⁶http://www.jcyl.es/web/jcyl/binarios/681/871/INFORME_medio plazo_CyL%5B1%5D.pdf?blobheader=application%2Fpdf%3Bcharset%3DUTF-8&blobheadername1=Cache-Control&blobheadername2=Expires&blobheadername3=Site&blobheadervalue1=no-store%2Cno-cache%2Cmust-revalidate&blobheadervalue2=0&blobheadervalue3=ICYL_AgriculturaGanaderia&blobnocache=true

Ministerio de agricultura y organizaciones de productores consideran que el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación es importante para fomentar la venta directa de productos agrarios. Los últimos estudios apuntan que de cada 12 euros gastados en un esquema de canal corto de comercialización genera 30 euros para la economía local⁵⁷

3.4. Avance tipológico adaptado al caso Castellano leones.

En análisis de los diferentes casos nos lleva a proponer la siguiente clasificación para las cadenas de distribución directas en Castilla y León:

- Agrupaciones de Consumidores: desde los grupos de consumo que buscan a los productores individualmente.
- Agrupaciones de productores, sin local propio comercial. Se trata de productores agrupados (informalmente por iniciativa horizontal), asociados (figura jurídica propia) o “arracimados” por una plataforma logística. Esta puede ser colectiva caso de Organizaciones Agrarias (caso de ARCO), o por una plataforma comercial de iniciativa privada. Hay una creciente oferta en este tipo de estructuras, con unos resultados comerciales inciertos y difíciles de cuantificar.
- Agrupaciones de productores con un local y figura jurídica común. Es una modalidad incentivada desde hace décadas, pero que obtienen muy bajos niveles de implementación.

3.5. Análisis DAFO sobre circuito corto

Análisis DAFO realizado por la GD Agricultura de la UE:

FORTALEZAS

- Ofrecen una amplia gama de alta calidad y los alimentos son tradicionales y artesanales.
- La demanda de productos locales es fuerte.
- Sus consumidores habituales tienden a tener un poder adquisitivo entre mediano y alto, nivel educativo elevado, de mediana
- edad, de sexo femenino y con frecuencia, son urbanitas, aunque la demanda no se limita a este grupo demográfico.
- Grupos de consumo favorecen la autonomía de acción de los pequeños productores.

⁵⁷ op.cit 55

- Surgen asociaciones innovadoras y la colaboración entre los productores y los consumidores, a menudo establece una conexión del espacio urbano con el rural.
- Servicio individualizado de venta y logística, adaptado a cualquier consumidor.
- Existen lazos éticos fuertes entre productores y consumidores, centrados en el apoyo a las economías locales y los recursos medioambientales.

DEBILIDADES

- Los consumidores no siempre saben dónde acceder a estos productos, no tienen
- tiempo o carecen de transporte para llegar a los puntos de venta, sobre todo si se encuentran en las explotaciones.
- En algunos casos, los canales cortos de comercialización no pueden satisfacer la demanda de sus productos a clientes más grandes.
- Recurso limitado para la promoción. En comparación con la gran distribución y los supermercados, los productores tienen pequeños presupuestos para marketing y comunicación.
- Los altos costes de producción, transformación y transporte pueden inhibir la expansión comercial desde los reducidos mercados locales. La decisión de ampliar las redes de venta puede frenarse también por la falta de ambición de negocio, ya que algunos productores son cautos a la hora de mantener el alcance geográfico de sus ventas.
- Dependencia de personas clave o empresas contratadas para realizar tareas de comercialización por Internet.
- Los productores asociados exclusivamente a la venta directa o por Internet padecen el riesgo de atrincherarse en un nicho de mercado para la clase media-alta.

OPORTUNIDADES

- Los supermercados ofrecen espacio a los productores locales de pequeña escala, como ocurre en Austria y Francia, lo que les puede abrir camino a mercados más grandes.
- La sofisticación de las tecnologías de comunicación, especialmente los teléfonos inteligentes (smartphones), facilitan las compras por Internet. Empresas del sector del e-commerce desarrollan alternativas de logística más flexibles para los
- consumidores.

- Sostenido y creciente interés de los consumidores por el origen de los productos
- agroalimentarios, el bienestar animal, la sostenibilidad ambiental y la salud. Hay una oportunidad de situar los alimentos vía canales cortos de suministro dentro del contexto de una dieta saludable y sostenible.
- El turismo rural es particularmente relevante para las ventas en la explotación o puntos de venta propiedad de los agricultores, pero todavía hay mucho potencial de desarrollo para todos los tipos de canales cortos de comercialización en relación con la marca territorial y la vinculación a las iniciativas agroambientales.
- Estrategias institucionales regionales pueden proporcionar un apoyo muy positivo, sobre todo, orientado a la formación, el marketing y la promoción.
- El consumidor medio de los productos en muchos países por estas vías de venta son las mujeres de edad media, un grupo demográfico que está destinado a crecer, que representa un mercado bastante estable, aún por desarrollarse. La asignatura pendiente reside en atraer a los consumidores más jóvenes, con diferentes hábitos de compra.
- Los canales cortos de comercialización tienen potencialmente menores costes de transporte, pero sólo a través de fórmulas de colaboración logística inteligente o vehículos eficientes.
- El cambio climático conducirá a un aumento de la productividad y las posibilidades de diversificación de nuevos cultivos podrían mejorar la gama de los productos suministrados por estos canales. A nivel mundial, las fuentes de importación de alimentos pueden verse amenazadas, lo que podría dar lugar a una mayor necesidad de alimentos de origen local.

AMENAZAS

- Los supermercados ofrecen productos de la tierra con una mayor transparencia a los consumidores, que podrían llegar a perjudicar a los pequeños proveedores del mercado.
- Zonas rurales remotas. Los productores podrían no tener acceso a la banda ancha de Internet o redes de telefonía móvil.
- Amenaza de la proliferación de etiquetas y logotipos pueden confundir a los compradores.
- Las pequeñas empresas pueden no tener los medios necesarios para invertir en sistemas de transporte respetuosos con el medio ambiente.

- Cambio climático en algunas regiones amenazará la producción, por ejemplo, la escasez de agua en la región mediterránea

Medidas para la mejora del funcionamiento de grupos de Consumo Agroecológico GCA

Respecto a los grupos de consumo o iniciativas de acortamiento desde la demanda recogemos a continuación las propuestas para mejorar el funcionamiento de los grupos de consumo que se realizan en el informe Cambio Global España 2020/2050 sobre “Consumo y estilos de Vida”⁵⁸ anteriormente mencionado:

Cuadro 2.7 Propuestas para mejorar el funcionamiento de los GCA y extenderlos

- Informar integralmente sobre aquello que requiere adaptación por parte de los participantes, tanto cuestiones ideológicas como organizativas.
- Ofrecer a los participantes una incorporación progresiva y planificada, y flexibilidad en la implicación.
- Ofrecer a los GCA asesoría jurídico-legal y en logística, organización e informática.
- Darles apoyo económico, logístico e informativo para facilitar el acceso y mantenimiento del espacio e infraestructura.
- Desarrollar y mejorar las estrategias de atracción social para incorporar más participantes.
- Desarrollar estrategias de aproximación y negociación con las administraciones públicas, manteniendo el liderazgo civil.
- Establecer un espacio de comunicación y coordinación entre distintos GCA y entre GCA y otras ICOS próximas, para ampliar la incidencia social y articular un proceso territorialmente acotado.
- Formarse en tomas de decisiones colectivas, comunicación interna y gestión de conflictos.
- Avales de confianza: establecer un mecanismo que avale de forma participativa y horizontal el buen funcionamiento de la experiencia, para transmitir confianza a la ciudadanía, y dotarle de reconocimiento formal por parte de las administraciones.
- Establecer mecanismos e incentivos a la creación de nuevos grupos de consumo.

Análisis DAFO de Circuitos Cortos de Comercialización y la venta Directas Agrupando desde la Iniciativa de consumidores en Castilla y León:

⁵⁸informe Cambio Global España 2020/2050 sobre “Consumo y estilos de Vida” Abril 2012, Editado por la fundación caja Madrid y el Centro Complutense de Estudios e información Medioambiental. Pag 28.
Disponibile en http://www.conama11.vsf.es/conama10/download/files/conama11/STs%202010/ST-21_doc_Informe%20Cambio%20Global%20Espa%F1a%202020-50%20-%20Consumo%20y%20Estilos%20de%20Vida.pdf

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento institucional del mecanismo • Resistencia (de la Consejería) a innovaciones organizativas • Necesidad de asumir un enfoque de fomento y apoyo a la demanda, sin precedentes en la gestión de los Fondos Comunitarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor productividad agraria hortofrutícola en otras Regiones • Desconocimiento y resistencia por parte de la mayoría de los consumidores
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Un reglamento de referencia en materia de artesanía alimentaria, de los primeros en España en la materia. • Un tejido artesanal alimentario maduro • Alto potencial de creación de empleo e ingresos en el medio rural • Tejido urbano provincial y distribuido que puede actuar como consumidor interno "bioregional" 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque circuito corto que impulsa el reglamento FEADER. • La inclusión de esta línea de trabajo en la Estrategia Española "más estrategia menos desperdicio" • Fenómeno creciente entre la población más joven y con mayor titulación.

Estimamos que el ajuste y aplicación del modelo(antecedentes AMAP, red COCAGNE o proyecto TREDAR)podría generar, atendiendo a la evolución en varias regiones francesas en los últimos diez y cinco años, no menos de 1000 puestos de trabajo en el medio rural castellano leones entre 2014 y 2020. Muchos de estos empleos para desempleados del entorno urbano (sin propiedad de la tierra), que puedan acceder a pequeñas parcelas en alquiler.

En este modelo de circuito corto y cesta cerrada que plantea el modelo TREDAR, aplicando un ajuste a las condiciones de climatología de Castilla y León, sería necesitar una Hectárea para generar un autoempleo estable con este enfoque Agroecológico. Las claves del modelo son la proximidad (provincial, menos 100 kms),la alta diversidadde productos (multiproductos, por encima de 25 diferentes al año), y los sistemas de cesta cerrada y venta directa al consumidor final agrupado.

4) Análisis de transferencia del proyecto Piloto TREDAR en Castilla León en 2013.

4.1. Introducción al proyecto TREDAR

Teniendo en cuenta diferentes experiencias la Federación Agroalimentaria de CC00 presento un proyecto piloto, denominado TREDAR, que pretendía explorar posibilidades de apoyo al autoempleo entre desempleados rurales, mediante estrategias de colaboración entre sindicato, Ayuntamientos y organizaciones del tercer sector: El sindicato acerca la formación agroecológica para el empleo, y los Ayuntamientos ponen terreno y agua para huertos sociales de aprendizaje agroecológico. En el modelo tipo ensayado en siete comunidades autónomas, el primer curso de 52 horas da acceso a un huerto de 50m² durante el primer años. Tras este primer curso los participantes más motivados pasan a parcelas de 1.000 m² y a un curso de 112 horas al cabo del cual, y con el huerto bien acondicionado, se les da la oportunidad de conseguir grupos de consumo en centros de trabajo a través de los delegados sindicales. De este modo un grupo de trabajadores "apadrina" durante seis meses mediante contrato cerrado a un proyecto de autoempleo: se solicita que haya un mínimo de 10 cestas, numeroque hace más eficiente la logística, pero permite relaciones personales entre productor y consumidor.

¿QUE DESAFIO ABORDA EL PROYECTO TREDAR AGROECOLOGICO?.

Generar oportunidades de autoempleo entre desempleados, impartiendo formación en agroecología, y buscando grupos de diez consumidores en centros de trabajo que comprometiendo compra de hortalizas de temporada durante 6 meses (cesta cerrada 20 kg mes) den una oportunidad de aprendizaje practico de autoempleo con un modelo de agricultura de circuito corto que reduce emisiones al eliminar fertilizantes de síntesis y pesticidas, y que fija carbono al fabricar y aplicar compost como fertilizante.

¿QUÉ TIENE DE SINGULAR?.

Responde a la demanda social de consumo de alimentos de calidad orgánica para los hogares y para el planeta, al tiempo que da oportunidades de empleo a desempleados de larga duración. EL proyecto y desde la iniciativa sindical forma a los desempleados al tiempo que organiza grupos de consumo en los centros de trabajo a través de los delegados sindicales. Casa así una oferta y una demanda, que contribuye a revolucionar y a educar conjunta y simultáneamente a nuevas generaciones de productores y de consumidores agroecológicos.

¿Y ANTE EL CAMBIO CLIMATICO?.

La agroecología se fundamenta en eliminar el consumo de pesticidas y fertilizantes de síntesis que son responsables de cerca del 35% de las emisiones del sector agroalimentario, en su lugar el proyecto enseña a preparar compost de residuos urbanos, que adecuadamente elaborado y madurado, se aplica tanto en los huertos de formación (50 m² por persona) como en los de practicas de

autoempleo (1000 m²), como a los emprendimientos en terrenos propios o de alquiler que los desempleados buscan al acabar las prácticas.

La aplicación de fertilizantes orgánicos fija entorno a 60 t. equivalentes de petróleo por Hectárea y por cada 1% de incremento de la materia orgánica en el suelo, contribuyendo además de fijar Carbono, a mejorar la fertilidad y la calidad del suelo... y a generar empleo de proximidad.

¿A QUIÉN BENEFICIA EL PROYECTO?:

Beneficia a los desempleados del medio rural a los que se ofrece oportunidades de autoempleo, especialmente prácticas laborales apenas unos meses después de recibida la formación agroecológica mínima. Beneficia a los consumidores que, organizados en sus centros de trabajo, introducen alimentos de calidad ecológica, frescos, de temporada, y que aprovechan para aprender a cocinar, y a compartir recetas entre compañeros de trabajo. Reconocen ingerir más alimentos frescos, y haber mejorado su alimentación.

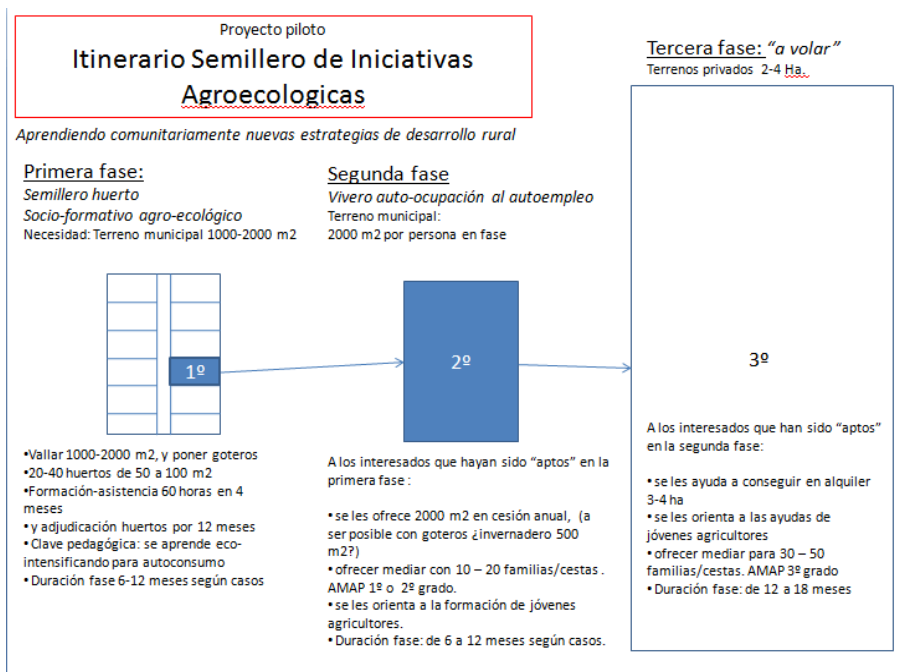
En 2012 dio oportunidades de prácticas de autoempleo a 8 microagricultores y de consumo a 85 consumidores. En marzo de 2013 inician su formación cerca de 500 personas en más de 20 cursos en siete comunidades autónomas, de los que se espera entre 20 y 40 alumnos puedan acceder a prácticas con grupos de consumo al llegar el mes de Julio de 2013.

¿QUÉ SE HA CONSEGUIDO HASTA AHORA?

En 2012 se crearon 8 grupos de consumo piloto (85 personas) repartidos entre 8 emprendedores en prácticas, todos los cuales se están consolidando en 2013. En este año está previsto aumentar en 20 el número de autoempleados en cinco comunidades autónomas y en más de 400 los consumidores, mostrando con ello la viabilidad de un modelo agroecológico de circuito corto.

En marzo de 2013 se está desplegando formación y espacios de análisis de transferencia, y en algunos casos proyectos colaborativos para crear escuelas agroecológicas estables, en 20 municipios de siete Comunidades Autónomas:

- Castilla La Mancha (Uceda y Campillo de la jara, en curso Miguelturra)
- Navarra (Ribaforada)
- Castilla y León (Ponferrada, Burgohondo, Folgoso, Hinojosa de Duero)
- Andalucía (Rioja, Los Palacios, El Palmar)
- Murcia (Mazarrón, Totana)
- Madrid (Redueña, La Cabrera, Buitrago)
- Extremadura (Tietar, Carcaboso, Arroyo de la Luz, Coria, etc)



La presente propuesta surge de la experiencia todavía en curso de un proyecto piloto del Ministerio de Agricultura gestionado por la Federación Agroalimentaria de CCOO y que se está desarrollando en el periodo 2011-2013. (Finaliza en Marzo de 2013). TREDAR.

El proyecto ha ensayado un itinerario hacia el empleo agroecológico formando en terrenos municipales en pequeños huertos de ocio a desempleados, y ofreciendo en diferentes y sucesivas fases la posibilidad de aumentar terreno y adquirir clientes mediante un modelo de contrato directo entre productor y consumidores, en lo que denominamos Grupos de Prosumo (que integran producción y consumo).

El proyecto ya ha iniciado su experiencia en Extremadura, Murcia y Andalucía. En Junio de 2012 se suministran las primeras cestas producidas por varios desempleados del municipio de Tietar en Cáceres a 40 familias de Madrid, con un contrato semestral con un compromiso de 40 € mensuales por el que se adquiere el derecho a recibir quincenalmente 10 kg de hortalizas y frutas. Se amplió en septiembre con otros 4 agricultores de Carcaboso que han suministrado a 50 consumidores en Centros de trabajo de FOREM, MAHOU, MAGRAMA, Confederación Sindical de CCOO..

En estas primeras fases del proyecto las familias consumidoras se están captando con muy buenos resultados entre los delegados, cuadros y trabajadores del sindicato en diferentes organizaciones de rama y territorio.

El método de itinerario al autoempleo agroecológico desarrollado en el marco del Proyecto TREDAR (neologismo a partir de Tejer y enREDAR) plantea un

periodo de transición tutelado por el sindicato de 6-9 meses, durante los cuales al autocupado con ingresos inferiores a la renta mínima de inserción no se le exige estar dado de alta.

Como respuesta ante el crecimiento del desempleo en la agricultura, y ante el hecho de que la Agricultura Ecológica viene creciendo desde hace más de una década en consumo, facturación y número de empresas y trabajadores empleados. En los últimos años el crecimiento está llegando a ser exponencial. Así en 2011 según el Ministerio de Agricultura el crecimiento del consumo habría sido del 11% y de empleos de 17%, situándose la cifra total de empleados en la Agricultura Ecológica en España en los 60.000 personas. Con estas cifras de crecimiento se podría haber duplicado ($70/17\% = 4'1$ años) el empleo en agricultura ecológica antes de llegar a 2015.

Pero lo cierto es que a pesar de este potencial, y las altas tasas de desempleo entre los jóvenes, las incorporaciones a la agricultura siguen siendo muy escasas.

Además de los obstáculos culturales respecto a la agricultura, las dificultades de la Agricultura Ecológica están vinculadas a los canales de distribución y el acceso al consumidor final.

Para buscar alternativas a esta dificultad en la comercialización hemos analizado el sistema de grupos de consumo teikei en Japon o los llamados CSA de Estados Unidos. Más en concreto por la proximidad y lo reciente de su desarrollo, el modelo de contrato AMAP en Francia es el que nos ha servido de referente tanto en las provisiones de crecimiento del modelo como en la redacción de los contratos sucesivos para cada una de las diferentes fases.

En el año 2001 se inicio la experiencia de AMAP en la región francesa de Alpes Provenza con tres contratos (agricultores) para proveer 174 cestas a un total de 600 consumidores. A finales del 2010 en esta misma región se había llegado a 152 agricultores, 8.500 cestas y 28.000 consumidores finales. Los resultados del modelo y contrato AMAP en Francia nos animan a adaptar y transferir la experiencia a España.

A diferencia del modelo AMAP que se dirige fundamentalmente a Agricultores ya profesionales, reconvirtiendo sus estrategias comerciales, el proyecto TREDAR se enfoca a desempleados del sector agrario, a los que se les ofrece un itinerario que incluye una formación mínima en agroecología, y se les adjudica un huerto social público para que practiquen para el autoconsumo, vinculándose posteriormente a la posibilidad de un proyecto de autoempleo construyendo paulatinamente grupos de consumo con sistema de comercialización directa mediante contrato siguiendo el modelo AMAP.

Principales retos de los desempleados para acceder al autoempleo agroecológico.

Los principales problemas identificados para que afrontan las personas desempleadas acepten incorporarse a las oportunidades de empleo en el sector agroecológico son:

- Falta de cultura agraria y una gran dependencia de las ayudas para el inicio de la actividad o para el mantenimiento de las rentas agrarias.
- Falta de conocimientos de agricultura ecológica.
- Acceso a mercado a través de intermediarios y con precios y garantías de compra insuficiente para garantizar la viabilidad del emprendimiento.
- Teniendo en cuenta que los precios y las ayudas fluctúan enormemente, los primeros a corto y los segundos a medio plazo, no es fácil decidir los cultivos o productos agrícolas a medio plazo.
- Esta incertidumbre de mercados y precios es el principal motivo por el que no se están produciendo incorporaciones a la agricultura.
- Acceso a la tierra, teniendo en cuenta que el decreto de incorporación de jóvenes a la agricultura exige una superficie mínima de entre 3 y 5 ha según CCAA, e inversiones que de media superan los 100.000 € y que se financian al 50% a fondo perdido, las dificultades de acceso a la tierra y a recursos financieros constituyen así mismo un inconveniente para que sean exploradas las oportunidad de autoempleo en este sector.

Estos problemas son difícilmente resolubles desde un enfoque convencional, pero estamos ensayando la posibilidad de que se resuelvan con un el enfoque de posicionamiento estratégico de un itinerario de iniciativas que se inicia con autoformación tutelada para el autoconsumo, y se prosigue con contratos con diferentes y sucesivos grupos de consumidores.

Ante esta situación, los **OBJETIVOS** que se planteo el Proyecto TREDAR fueron:

- Formar para la inserción laboral a personas que se encuentren desempleadas e inscritas como demandantes de empleo.
- Explorar de modo práctico las oportunidades de empleo en el sector de la agricultura ecológica, y cualificar

La Federación Agroalimentaria de Comisiones Obreras:

- Conscientes de la necesidad de renovar profundamente el modo de orientar la formación agraria,

- Del escaso impacto en términos de empleo de los programas de jóvenes agricultores y
- De las oportunidades de autoempleo que ofrece la producción agroecológica.

Aportando la metodología TREDAR de formación para el autoempleo agroecológico con buenos resultados de inserción,

Propone a diferentes Ayuntamientos la creación experiencias de **Escuela de Autoempleo Agroecológico EsAA** de las que los Ayuntamientos son titulares y promotoras en los siguientes términos:

- La Federación Agroalimentaria de CCOO se compromete, en la medida de sus posibilidades, a aportar varias acciones de formación en 2013 de sus planes de formación con un enfoque muy práctico. Para ello es necesario reunir el número mínimo de alumnos y las condiciones de aulas establecidas en los compromisos de los programas que el sindicato tiene con la Fundación Tripartita.
- El Ayuntamiento aportara sus terrenos para realizar un huerto de formación y autoconsumo (I Fase) con una superficie mínima total de 1000 m², y una superficie de semillero de iniciativas de autoempleo (II Fase) con una superficie mínima total de 5.000 m².
- Participara en el desarrollo de la propuesta, la (asociación, Delegación Comarcal o Union Local de CCOO, etc) para hacer el seguimiento de los huertos tras la acción formativa, y entre los periodos en que no hubiera financiación externa, pudiendo ser adjudicataria de la ejecución por parte del Ayuntamiento de la gestión, así como autónoma para conseguir recursos y presupuestos para la gestión y mantenimiento de la Escuela.

Primera Fase. Huerto social y de formación para el autoconsumo.

Acción formativa de 52 h Inicio a la Agroecología

Se solicita del ayuntamiento una superficie mínima de 1000 m² y colaborar en la captación de 15 alumnos desempleados que quieran gestionar un pequeño huerto de formación y autoconsumo.

La formación se imparte en sesiones de 3-4 horas semanales, extendiéndose durante unos 2-3 meses el curso, preferentemente entre los meses de diciembre-marzo.

El curso daría derecho a una cesión de uso por parte del ayuntamiento y por alumno de la parcela de 50 m² por un periodo mínimo de 6 meses (hasta recoger cosecha), y optimo de 2 años si hacen un adecuado uso del terreno cedido.

El Objetivo de esta primera fase es introducir a los alumnos desempleados, de un modo muy practico, en la agricultura ecológica para el autoconsumo, fomentando el interés y el potencial de autoempleo que esta actividad puede ofrecer.

Los alumnos que muestren cualificación y motivación suficiente pasarían a la segunda fase. Por la experiencia de TREDAR de cada grupo de 15 alumnos pasan a la fase 2 entre 2 y 5 alumnos.

A cumplimentar con el Ayuntamiento.

Disponibilidad, superficie y condiciones del terreno para huerto-escuela:

Necesidades de equipamiento (vallado, goteros):

Fechas de inicio del curso: preferentemente febrero 2013.

Segunda Fase. Huerto de formación para venta circuito corto

Dos acciones formativas de autoempleo:

40 h. Cooperativismo Agroecológico. Organización de grupos de consumo, organización cooperativa del trabajo.

112 h Agricultura Ecológica para Productores.

Para ello se solicita del Ayuntamiento una superficie mínima de 1300 m² por cada alumno.

La formación se imparte en sesiones de 3-4 horas semanales, extendiéndose durante unos 6 meses el curso, preferentemente entre los meses de diciembre-julio.

El curso daría derecho a una adjudicación por alumno de la parcela de 1300 m² por un periodo mínimo de 12 meses (hasta recoger cosecha), y optimo de 2 años. En esta segunda fase es aconsejable disponer de un invernadero con una superficie no inferior a 200 m² por alumno.

El Objetivo de esta segunda fase es ofrecer una acción de formación empleo, aprendiendo a captar grupos de consumo y a desplegar las estrategias personales para aprovechar sistema de comercialización de circuito corto en agricultura ecológica, preparando a los alumnos para darse de alta como autoempleados.

Los alumnos que muestren cualificación y motivación suficiente se les asignaran 10 hogares consumidores mediante contrato TREDAR durante 6 meses.

Por la experiencia de TREDAR de cada grupo de 10 alumnos en la fase 2, pasaran a la fase 3 entre 5 y 10 alumnos.

Tercera Fase. Practicas Formación para el Auto-Empleo

Formación-AutoEmpleo FAE - Inicio de suministro a consumidores. Contrato TREDAR 1.

Antes de concluir la formación de la fase 2 se captan consumidores. El contrato TREDAR 1 consiste en contrato por seis meses por 40-41€ mes a cambio de 20 kg mes de hortalizas variadas de temporada.

El alumno podría asumir los gastos de agua que ocasione la parcela asignada.

Cada alumno en Formación-AutoEmpleo FAE tendrá asignadas de 10 a 15 consumidores (captados en las practicas de la fase segunda en centros de trabajo de enseñanza siguiendo el método y contrato TREDAR).

Para 4-6 alumno en FAE se necesitarías 5.000 -8.000 m2 de terreno.

Programación del trabajo en esta fase formativo-productiva:

- Semanalmente se recomienda que tengan 3 días de trabajo cultivo: siembra, plantación, riego y fertiriego orgánico, podas y labores varias y 1 día recogida, empaquetado y transporte a consumidores.
- Se organizarán equipos de 2 personas turnándose para coincidir 3 de los cuatro días de la semana, por lo que se garantizaría la atención colaborativa de los huertos todos los días de la semana salvo un día de descanso.
- El día de recogida, empaquetado y reparto se realiza en común por ambos miembros del equipo.

La evaluación de esta tercera fase se realizará:

- A partir de evaluación de los formadores orientadores
- A partir de la opinión de los consumidores

Cuarta Fase. Traslado a parcelas propias, Incorporación a la Agricultura, alta en la Seguridad Social Agraria (SETA) con inicio de la conversión a la Agricultura Ecológica certificada.

Estos criterios de evaluación servirán de base para establecer la idoneidad del alumno para una **cuarta fase** en la que cada uno de los alumnos:

- Deben buscar una superficie autogestionada (por ejemplo via banco de tierras <http://www.tierrasagroecologicas.es/bancotierras/inicio/> de no menos de 5.000 m2,
- se dan de alta en el Regimen de Autonomos Agrarios de Seg Social
- Se les procurara facilitar, con colaboración del sindicato en centros de trabajo, grupos de consumo con 25 hogares consumidores.
- se les recomienda realizar el curso de jóvenes agricultores y acceder a terrenos (alquiler a través banco de tierras) y a la ayuda de 30.000 € a fondo perdido a jóvenes agricultores para las inversiones (invernadero, pequeño tractor, bombeo, etc. que pudieran necesitar).

Análisis de viabilidad autofinanciada de Escuela en tercera fase.

En el supuesto de la ausencia de financiación específica para una tercera fase, planteamos la siguiente posibilidad de autofinanciación que pueden gestionar Agencias de Desarrollo Local, Asociaciones u organizaciones del tercer sector.

Ingresos brutos de una escuela con 6 alumnos en tercera fase, mediante la captación de consumidores:

A partir del 6º mes 6 alumnos x	
15 consumidores x 40 € (x 6 meses) =	Total 3.600 €

Gastos mensuales:

Durante los primeros meses (buscar oferta formativa disponible: por ejemplo a través del plan formación agrario de FEAGRA-CCOO)

A partir del mes 6º:	
Salario bruto Formación-Autoempleo	
de 300 € alumno x 6 =	1.800 €
Amortizaciones (en su caso)	500 €
Transporte e insumos	500 €
Sueldo bruto monitor tiempo parcial	800 €
	Total 3.600 €

Escenarios de inversión y viabilidad.

La propuesta, de acuerdo al anterior análisis de gastos e ingresos, depende de dos escenarios de inversiones:

Escenario A) inversión óptima inicial para 10 alumnos en Formación-Autoempleo:

12.000 € invernadero 4200 m2	
10.000 € riego	
2.500 € estiércol	
4.000 € maquinaria, aperos y semillas	
	Total 28.500 €

Escenario B) Inversión mínima inicial para 5 alumnos en formación-Autoempleo:

1.000 € tuneles 1.000 m2	
3.000 € sistema riego y aljibes	
1.000 € estiércol	
2.000 € maquinaria, aperos y semillas	
	Total 7.000

Si se emprender la escuela desde la autogestión con este mismo esquema de programación anual, se estiman los siguientes periodos de amortización.

Escenario A) 5 años.

Escenario B) 14 meses.

4.2. Experiencia de transferencia de la metodología TREDAR en Castilla y León.

En marzo de 2013 se inicio la búsqueda de localidades y socios que quisieran participar y colaborar en la transferencia de esta experiencia desarrollada por CC.OO. (en Extremadura y Madrid) a Castilla y León.

Finalmente se han realizado cuatro acciones formativas, de las dos primeras fases antes expuestas, en cuatro localidades.

Acción de inicio 52 h con acceso a huerto de autoconsumo hasta diciembre 2013:

- Burgohondo (Avila). Entre abril y mayo 2013.
- Ponferrada (León). Entre abril y mayo 2013.
- Hinojosa de Duero (Salamanca). Entre junio y julio 2013.

Acciónformativa de producción agroecológica de 112h con acceso a terrenos para poder iniciar practicas de comercialización:

- Folgoso (León). Entre abril y julio 2013

El Estudio se encuentra en fase de recopilación y análisis de casos, y desarrollo de las experiencias piloto de formación en Castilla y León que se están impartiendo con las siguientes colaboraciones por Municipios:

- Folgoso (León). Terrenos particulares, sin colaboración Municipal. En colaboración con la Unión Comarcal del Bierzo de CC.OO y la asociación la Olla del Bierzo. 15 alumnos
- Ponferrada (León). Terrenos particulares, sin colaboración municipal, en colaboración con la Unión Comarcal del Bierzo de CC.OO y con la asociación la Olla del Bierzo. 16 alumnos
- Hinojosa de Duero (Salamanca). Terrenos municipales con colaboración municipal y de CEPAIM. 15 alumnos
- Burgohondo (Avila). Terrenos particulares con colaboración y mediación Municipal. 16 alumnos.

El objetivo de estas acciones formativas es exponer, validar e evaluar con los diferentes actores implicados (ayuntamientos, asociaciones, alumnos) el método TREDAR y las posibilidades de extensión de un sistemas de escuelas de emprendimiento agroecológico enfocado a diferentes modalidades de circuito corto que permitan contextos locales de colaboración y fomento del autoempleo en el medio rural.

A continuación exponemos y analizamos de los discursos de las organizaciones/organismos colaboradores compilados en el proceso de

implementación piloto de las primeras fase del método TREDAR en el medio rural castellano leonés.

Enfoque ONGs de intervención social y lucha contra la exclusión. El caso CEPAIM:

Consideran los técnicos participantes en la experiencia que el enfoque de “agroecología de proximidad” permite explorar nuevas posibilidades para acompañar el asentamiento e integración de población inmigrantes en el medio rural. El objetivo que CEPAIM tiene marcado para 2013 es insertar 14 inmigrantes en riesgo de exclusión en el tejido rural de Castilla y León.

Destacan los entrevistados el interés del enfoque de circuito corto y agroecología de proximidad, y especialmente la posibilidad de hilar la producción local de frutas y hortalizas con otras producciones (fundamentalmente carne y huevos) para elaborar “menús de km0” en la línea que plantea la Red TERRAE. Uno de los principales nichos de autoempleo identificado por CEPAIM es la acceso a la adjudicación de los bares, albergues y centros sociales que sacan a concurso las administraciones locales, y que no son viables solo con la demanda local, y necesitan entrar a ofertas diferenciadas dentro del ámbito del turismo rural y agroturismo.

Consideran el enfoque de TREDAR como una oportunidad, enfocada a producción y venta en circuito corto, habiéndose captando alumnos en toda la provincia de Salamanca. El perfil de los alumnos incluye inmigrantes (colectivo diana CEPAIM) y neorurales, además de desempleados autóctonos.

Enfoque de AALL con búsqueda de contenidos de bajo coste y alto impacto: el caso del Ayuntamiento de Burgohondo (Avila).

Los técnicos del ayuntamiento entrevistados consideran que el enfoque de “agricultura de proximidad” permite explorar nichos de autoempleo diferentes y complementarios a los de los actuales enfoques del desarrollo rural (turismo rural: alojamientos, restauración y actividades complementarias, o servicios a la población). Consideran que es una salida de profesionalización o de diversificación profesional que despierta interés tanto entre los jóvenes desempleados oriundos (con acceso o propiedad de tierras) como a neorurales (sin acceso a tierra).

El enfoque de la Red de Municipios TERRAE, de dinamización de terrenos ociosos mediante un banco de tierras on line funcionando desde mayo 2012, fue un motivo para que Burgohondo solicitara su participación en la red y haya dinamizado la incorporación de 10 parcelas privadas, y solicitado la realización de 2 cursos TREDAR entre abril y julio 2013.

La realización del curso TERRAE de Inicio a la agroecología se han ejecutado en una parcela privada cedida por el propietario por un periodo de un año ampliable.

Los Ayuntamientos que han rechazado la colaboración en general lo hacen por no disponer de terrenos propios para poder ceder a la realización de la formación en huertos de formación, o por desconfianza más o menos explícita hacia la organización sindical impulsora del mismo.

Enfoque de grupos de consumo y movimientos sociales de base: el caso del grupo de consumo “La Olla del Bierzo”.

Una asociación organización comarcal entre consumidores y productores locales permite a los primeros acceder a alimentos de calidad y a los segundos a acortar circuito y aumentar los márgenes comerciales. Requiere una notable capacidad de organización y habilidades de mediación y un mínimo clima de confianza más allá de los propios de las relaciones comerciales.

La soberanía alimentaria es un concepto base en la articulación de este tipo de grupos de consumo o CSA.

Enfoque sindicato comarcal: el caso de la Unión Comarcal del Bierzo de CCDO.

El enfoque de agricultura de proximidad permite al sindicato comarcal ofrecer alternativas a los desempleados que no tienen posibilidades reales de acceso a un puesto de trabajo por cuenta ajena, ni cualificación, capacidad de inversión o acceso a crédito para poder emprender iniciativas de autoempleo (turismo, restauración, comercio, etc.). También se valora de modo positivo la posibilidad de aproximación a los nuevos movimientos sociales de base que están organizando entorno a los objetivos de la soberanía alimentaria.

La gestión de un huerto de formación y para el autoconsumo es un servicio diferenciado respecto al que ofrecen en la comarca otras instituciones y organizaciones.

El sindicato a negociado y gestionado el acceso a terrenos particulares con periodos de cesión entre uno y dos años (tres terrenos para tres acciones formativas, dos de inicio de 52h y una de producción de 112h). Valoran de modo muy positivo las posibilidades del banco de tierras que gestiona la institución Comarcal berciana.

A partir del análisis de experiencia realizado por estos diferentes perfiles de actores en Castilla y León, destacamos el potencial de lo que denominamos sistema-método TREDAR-TERRAE que consiste en agrupaciones colaborativas amplias entre Administraciones Locales, sindicatos, organización del tercer sector, y sociedad civil local. Una colaboración por otro lado perfectamente coherentes con el enfoque DLCL del Marco Estratégico Común 2014-2020.

Posibilidades de transferencia a enfoque DLCL:

- Que los GAL asuman una medida específica, mixta entre FSE y FEADER, que permita la presentación de proyectos de estas organizaciones para impulsar la formación práctica enfocada a las oportunidades de autoempleo de la pequeña agricultura de proximidad y de circuito corto.
 - Ventajas: la red existente de GAL en Castilla y León constituye un recurso muy valioso por la amplia experiencia en colaboración público-privada-social.
 - Desventajas: los hábitos de gestión enfocados al turismo rural dificultan la innovación

- Que se abra una medida específica dentro del ADE rural 2014-2020 de creación de Agrupaciones territoriales que gestionen la creación de escuelas de emprendimiento agroecológico (que prioricen las propuestas colaborativas entre diferentes tipos de organizaciones), que aprovechen las aulas y capacidades ya existentes en los territorios, y que ofrezcan disponibilidad de terrenos para desplegar huertos de formación y sociales
 - Ventajas: el impulso de nuevas agrupaciones, en la línea y la experiencia de EQUAL 2000-2006 permite activar una gran energía social y de emprendimiento colectivo y colaborativo.
En la sociedad civil hay organizaciones diferentes de los GAL, muy activas, capaces e innovadoras que pueden dar un impulso creativo y estimulante para explorar las posibilidades de la agricultura de proximidad y los circuitos cortos de comercialización
 - Desventajas: se producirán unas expectativas que pueden, la falta de experiencia y las dificultades de coordinación puede reducir el impacto y presentar problemas de gestión y/o justificación de recursos.

5) Conclusiones, recomendación y avance de propuestas de aplicación de los sistemas de circuito corto y directo al PDR de FEADER o Multifondo para el periodo 2014-2020.

1. El exponencial crecimiento de la comercialización de circuito corto (CC) en los países de la OCDE, responde a un cambio profundo en la cultura de la demanda o del consumo. Este cambio constituye una oportunidad desde el punto de vista del desarrollo territorial.

2. Existe un amplio potencial de crecimiento en nuestro país y en nuestra región. De un modo oculto a las estadísticas oficiales se ha producido ya un crecimiento muy notable a lo largo de la última década. La situación en Castilla y León de esos sistemas de demanda se organizan sobre todo a partir de 1) grupos informales de consumo (generalmente de 1 a 2 decenas de hogares), 2) asociaciones de consumidores y/o productores (generalmente de 2 a 4 decenas de hogares consumidores) y 3) Cooperativas de consumo (cuando pasan de 100 hogares consumidores).

3. Son interesantes las sinergias entre este potencial el crecimiento de la producción y el consumo en circuito directo y mercados locales, con los objetivos y metodologías empleados en las políticas de desarrollo territorial y las políticas activas de empleo.

4. Las crecientes dificultades de acceso al capital financiero, hace necesario el diseño de estrategias que pudieran compensar esta ausencia⁵⁹. Particularmente es necesario destacar el concepto de capital social que en sociología: “es considerado la variable que mide la colaboración social entre los diferentes grupos de un colectivo humano, y el uso individual de las oportunidades surgidas a partir de ello, a partir de tres fuentes principales: la confianza mutua, las normas efectivas y las redes sociales⁶⁰”.

5. Los circuitos directos agrupados desde los consumidores, constituyen uno de los modelos más sólidos de circuito corto, presentando las siguientes ventajas: Estabiliza pedidos y garantiza ingresos mínimos a los productores, lo que es especialmente importante en el caso de los proyectos de autoempleo con menor perfil emprendedor y capacidad financiera. Aumenta la relación de confianza y proximidad entre agricultor y consumidor, aproximando de un modo especialmente intenso el medio rural (agrario no meramente turístico) y el medio urbano.

6. Creemos que un sistema mixto permitiría aumentar la capacidad de acceder a consumidores sensibilizados e interesados, pero que no tienen la disponibilidad de tiempo o cultural para integrarse en estos grupos autogestionarios.

⁵⁹En importante sin embargo destacar la liquidez y disponibilidad de financiación por parte de entidades de banca ética (en concreto se han identificado búsquedas por parte de la banca cooperativa FIARE y la banca ética TRIODOS) y la búsqueda proactiva que están realizando para inversiones y préstamos en el campo de la agricultura ecológica. <http://www.triodos.es/es/empresas-instituciones/nuestros-sectores/naturaleza-y-medio-ambiente/agricultura-y-ganaderia-ecologicas/>

⁶⁰<http://www.socialcapital-foundation.is>

7. El fomento de las asociaciones de consumidores puede servir además para tutelar durante 12 a 18 meses a iniciativas de emprendimiento de productores agroecológicos de proximidad, pudiendo asumir estas asociaciones o cooperativas de consumidores la responsabilidad de la tutela y de orientación hacia el autoempleo y la acreditación artesanal y/o ecológica de los nuevos productores.

Creemos que la Administración debe hacer una gestión inteligente de este fenómeno cultural, y facilitar su implantación y animar a su formalización.

8. Esta complementariedad entre estrategia de Desarrollo Rural y de Empleo, se ve ampliamente respaldada por la oportunidad de programación conjunta FSE-FEADER que permite el nuevo Marco Estratégico Común 2014-2020 que plantea la Comisión Europea.

9. Constatamos una relación o correlación estrecha y directa, cultural y de conformación, entre los grupos de consumo agroecológicos (GCA) y los grupos de gestión de huertas de ocio, conjuntamente integran en lo que proponemos denominar y procesos de alfabetización agroecológica (PAA).

10. Uno de los casos de convergencia, diseñado por CC OO y aplicado experimentalmente en Castilla y León en colaboración piloto con Ayuntamientos y organizaciones del tercer sector es el método TREDAR, que hace converger la formación en huertos sociales agroecológicos para autoconsumo con un itinerario de fomento del autoempleo y emprendimiento con la creación de grupos de consumo en centros de trabajo.

Propuesta de medidas socialmente innovadoras para el Nuevo escenario de programación MEC 2014-2020.

El escenario de programación previsto en el Marco Estratégico Común 2014-2020 plantea un enfoque integrado y la posibilidad de un Multifondo para los diferentes Fondos Estructurales en el periodo de planificación que se inicia en este mismo año 2013.

En este sentido proponemos una línea multifondo FEDER - FEADER – FSE de fomento de las oportunidades de emprendimiento vinculadas al despliegue de los sistemas de circuito corto de comercialización:

- Línea FEDER, ayuda a remodelación de locales y equipamientos de asociaciones o cooperativas de consumidores en el medio urbano. 50% de las inversiones.
- Línea FEADER ayuda a los comercios o acciones en el medio rural,
- Línea FSE de apoyo a la contratación y autoempleo relacionado con acortamiento comercial, tanto en medio urbano como rural.

Para gestionar este multifondo proponemos la creación de un Grupo de Acción Regional participado por organizaciones de productores y sindicales y la

Federación de municipios y Provincial, así como diferentes organizaciones del tercer sector tanto aquellas con experiencia en agroecología, como de inserción en autoempleo.

Los resultados (provisionales) del análisis de transferencia del método TREDAR en Castilla y León, nos aconseja proponer las siguientes tres líneas aplicadas de transferencia del Estudio:

LINEA 1. Fomento de la alfabetización agroecológica, entendido como una recuperación de la cultura agraria, educación y formación práctica en huertos sociales.

1.1. Medidas para que las administraciones locales u organizaciones del tercer sector equipen terrenos como huertos sociales, incluyendo acondicionamiento, alquiler, suministro, riego y agua, equipos y en su caso asistencia a los usuarios de los huertos sociales.

Condiciones: disponibilidad de un terreno mínimo de 1000 m², público o privado, durante un periodo mínimo de 3 años de cesión y/o alquiler. Se valorará compromisos de cofinanciación público, privado, o precio social anual para los usuarios.

Ayuda máxima por proyecto: 2000 € anuales, con un máximo de 6.000 € que deben incluir todas las partidas de gasto. Mínimo de 20 usuarios y superficies mínimas de 50 m² por usuario.

LINEA 2. Fomento del autoempleo agroecológico vinculado a la producción y venta aprovechando el potencial de demanda de los circuitos cortos de comercialización y los Grupos de Consumo Agroecológico.

2.1. Apoyo al comercio de venta corta en pequeño comercio de proximidad-

Ayudas para equipamiento de tiendas y ayudas a la contratación. Para comercios con compromiso de promoción de producto artesanal y/o ecológico regional. Estas iniciativas podrían ser: a) privadas (particulares en autoempleo) o b) de cooperativas o asociaciones de consumidores o c) de asociaciones de productores en la línea de las tiendas colectivas (CFS Collective Farm Shops)

2.2. Ayudas a la contratación a tiempo parcial de personal gestor de Grupos de Consumo

Para asociaciones de consumidores hasta un 50% de los costes laborales durante el primer año.

Para cooperativas de consumidores con local comercial, hasta un 75% de los costes laborales durante el primer año, y el 50% el segundo año.

Condiciones:

- Ayudas a la contratación de personas que se dediquen a tiempo parcial a gestionar grupos de consumo que empleen circuito corto.
- A asociaciones o cooperativas de consumo, que confirmen que confirmen no tener animo de lucro y su Junta directiva o consejo rector renuncie a cobrar por estas funciones.
- Que incurran en una facturación mínima de 5.000 € al año.
- Las solicitudes se podrán realizar a año cumplido, presentando: nominas o contrato mercantil, facturas de los proveedores gestionados, numero de cuenta,

Estas ayudas a la contratación persiguen:

- Hacer emerger empleo en el tercer sector, y en el sector agroalimentario.
- Estimular la organización de los consumidores.
- Mejorar los márgenes de los agricultores y productores ecológicos y artesanales, y fomentar el potencial del autoempleo agroalimentario
- Que la administración mantenga lazos con los procesos de innovación y emprendimiento social, habitualmente informales, y que marcan pautas culturales.

LINEA 3. Fomento de los circuitos cortos de comercialización para profesionales y empresas de sector artesanal y ecológico.

3.1. En la línea de las Normativas de circuito corto ya generadas en Navarra, Cataluña, Euskadi o Aragón.

3.2. Apoyo a una red de ferias y mercadillos- Ayuda de 200-300 € por mercadillo, tanto para Ayuntamientos como para Asociaciones o cooperativas de productores y/o consumidores.

Las ayudas se pueden conceder en función del número de productores o “intermediarios en corto” que asistan al mercadillo o feria. Las ayudas se concederían tras la realización del mercadillo, aportando la relación de agricultores o productores o comercios participantes en el mismo. De este modo se conseguiría un mayor conocimiento de los productores.

Los eventos deberían registrarse con al menos un mes de antelación en una Red de Ferias y Mercadillos de Castilla y León.