



Mincha d'aquí

ESTRATEGIA MINCHA D'AQUI

DINAMIZACIÓN DE INICIATIVAS ALIMENTARIAS
LOCALES Y SOSTENIBLES EN EL PIRINEO Y
SOMONTANO ARAGONÉS

CRÉDITOS DEL PROYECTO

Desarrollado por:

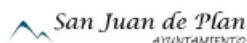
Beatriz Aísa Luis, Patricia Almaguer-Kalixto, Caroline Baron,
María Cucalón Marín, Mónica Herrera Gil, Juan Laborda Ruiz,
Lucía López Marco, Laura del Puente Aparicio, Emilia Puyuelo Grasa,
Concha Ruiz Leño, Anne Sota Thomas, Mariana Yuan Ribeiro.

Diseñado por: Víctor Herrera Gil.

Entidades colaboradoras y financieras: CERAI, Asociación Hironde, Amigos de la Tierra Aragón, Asociación Un Paso Atrás, Asociación El Licinar, INTERHES, Comarca del Sobrarbe, Comarca del Alto Gállego, Comarca de la Jacetania, Comarca de Somontano de Barbastro, Ayuntamiento de Artieda, Ayuntamiento de Sabinánigo, Ayuntamiento de Biescas, Ayuntamiento de Aínsa-Sobrarbe, Ayuntamiento San Juan de Plan, Ayuntamiento de Boltaña, Centro de Estudios del Somontano de Barbastro.

Financiado por: Fundación Daniel y Nina Carasso.

Marzo de 2018.



Mincha d'aquí

*"Si te preocupa la alimentación y el medio rural,
MINCHA D'AQUI"*

ÍNDICE

01	Introducción	06
	La propuesta de Mincha d'aquí	09
	¿Qué es una Iniciativa agroalimentaria Local y Sostenible?	12
02	Metodología	14
	Una aproximación interdisciplinaria y participativa	15
	Análisis de iniciativas en marcha de producción y transformación	17
	Encuentros comarcales y supracomarcales	19
	Estudio de mercado	21
	Mapeo de iniciativas de producción y transformación	22
	Difusión y divulgación	24
03	Diagnóstico	26
	Características generales	28
	Factores de freno	37
	Factores de impulso	41
	Conclusiones del diagnóstico	43
04	Estrategia	44
	Objetivos de la estrategia	45
	Líneas estratégicas	45
	Propuestas de acción para la estrategia	46
05	Implementación, seguimiento y evaluación	68
	Implementación de la estrategia.	69
	Hoja de ruta	70
	Mecanismos y estructura de implementación	72
06	Conclusiones	74
07	Anexos	80
	I. Listado y contactos del grupo impulsor	82
	II. Listado de iniciativas de producción y transformación entrevistadas	86
	III. Guion de preguntas del diagnóstico	94
	IV. Listado de iniciativas del estudio de mercado	124
	V. Guion de preguntas del estudio de mercado	133
	VI. Ficha de autorización para el mapa de iniciativas	135
	VII. Propuestas de acción que fundamentan la estrategia	136
	VIII. Otras sinergias del territorio	146
	IX. Bibliografía	154
	X. Dossier fotográfico	157
	XI. Dossier de prensa	160

01



INTRODUCCIÓN

La zona Pirineo y Somontano aragonés ha estado ligada a la agricultura y la ganadería desde tiempos ancestrales, como demuestran las pinturas rupestres que encontramos al norte del Somontano de Barbastro y al sur del Sobrarbe. Estas actividades tradicionales han moldeado un paisaje y han aportado una amplia cultura fundiendo todo su patrimonio en torno a las poblaciones rurales.

Sin embargo, en las últimas décadas y debido al éxodo poblacional, estas actividades se han ido perdiendo y degradando así los ecosistemas. El medio rural aragonés ha sufrido un gran proceso de transformación en las últimas décadas, lo que ha llevado a la provincia de Huesca, a ser la zona de Europa con mayor número de pueblos deshabitados, un total de 320, según los datos recopilados por el escritor Cristian Laglera¹. A pesar de que ciertas zonas del territorio han prosperado por el turismo, lo cierto es que esta actividad genera empleo en épocas muy concretas, dinamizando el territorio solamente durante el tiempo de temporada alta.

Algunas zonas de las comarcas del presente estudio se encuentran en peligro de abandono total debido a la falta de servicios, de infraestructuras, y de oportunidades para los jóvenes. Para hacer frente a esta situación, se han desarrollado en los últimos años iniciativas como el Vivero de empresas agroalimentarias Jaca - Biescas, impulsado por el Grupo de Acción Local "Adecuara", que facilita la instalación de nuevos productores y de oficios tradicionales en vías de extinción, al mismo tiempo que dinamiza el aprendizaje de procesos de transformación alimentaria a agricultores y ganaderos de la zona. En el Sobrarbe se ha producido un apoyo de las entidades locales (como el Ayuntamiento de Aínsa) a la transformación agroecológica. Mientras que en el Somontano de Barbastro, la denominación de origen ha dado un impulso a las bodegas existentes y a la creación de nuevas y se ha dado visibilidad al sector del aceite². En el 2018, esta comarca ha sido elegida como la embajadora de la gastronomía de Aragón dentro del nuevo proyecto 'Territorio de Interés Gastronómico de Aragón' que promociona e impulsa la cocina aragonesa realizada con productos locales como atractivo turístico.

Es importante mencionar otras iniciativas que han surgido recientemente como la creación de las marcas "lechal ansotano" y "lechal tensino" en Jacetania y Alto Gállego respectivamente, impulsadas por la Asociación de Criadores de Ovino Ansotano (ACOAN) y la Asociación de Criadores de Ganado Ovino de Raza Churra Tensina (ATURA). Ambas iniciativas surgen de intentar comercializar el producto de dos razas autóctonas en peligro de extinción y que se crían en un régimen extensivo, la primera en el entorno del Parque Natural de los Valles Occidentales y la segunda en la Reserva de la Biosfera Ordesa-Viñamala.

¹ Cristian Laglera, autor de tres libros sobre pueblos deshabitados, publicados en la editorial Pirineo y de la página web www.despobladosenhuesca.com. Ver noticia: https://www.heraldo.es/noticias/aragon/huesca_provincia/2014/11/05/huesca_provincia_espana_con_mas_pueblos_deshabitados_320203_1101026.html

² Durante años se ha dado gran impulso a este producto tradicional contando con una gran extensión de olivares. www.aceitedelsomontano.org

Por otro lado, en localidades como Biescas y Aínsa hay iniciativas que han decidido apostar por la ganadería ecológica, siendo la de Biescas la primera explotación de ganado ecológico de Aragón, y de comercializar su carne, junto con otros productos de la zona. En el Sobrarbe lleva un año en marcha el proyecto Sobrarbe Autóctono y Sostenible, que impulsa la venta local de carne de raza vacuna pirenaica. En cuanto a la producción hortícola, un grupo de productores y productoras ecológicas de diferentes localidades de la provincia de Huesca, formaron hace dos años una cooperativa para planificar sus cultivos y comercializarlos conjuntamente en los mercados agroecológicos de Zaragoza y Huesca, tiendas, restaurantes y comedores escolares, como el del colegio de Aínsa. Así como la asociación recientemente creada de productores agroecológicos de Sobrarbe (Sobrarbe Natural). De la misma forma, varios productores y productoras apuestan por la conservación y puesta en valor de variedades tradicionales como en el caso de las hortalizas y los olivos, haciendo perdurar el patrimonio agroalimentario de esta provincia.

Además de estas iniciativas, existen otras con las que se establecen sinergias como Pon Aragón en tu mesa, Hecho en los Pirineos, EcoRedAragón, Sobrarbe Agrodiverso y Sostenible, La Hoya Verde, MesCoop Aragón, que han sido impulsadas por personas, entidades y/o administraciones locales para dinamizar la gastronomía local y el consumo del producto local y que son importantes en proyectos regionales o transfronterizos que tratan de dinamizar el territorio³.

Sin embargo, a pesar de estas iniciativas locales y del creciente interés de los consumidores aragoneses por tener un mejor producto de consumo, **no existe un análisis profundo de las necesidades y retos de aquellos productores que apuestan por una producción social, ambiental y económicamente sostenible, ni una puesta en común de sus estrategias** para comercializar localmente los productos⁴. La desvinculación de las diferentes iniciativas existentes está llevando al desaprovechamiento de oportunidades que pueden beneficiar a los productores, profundizando el círculo vicioso de abandono de actividad y por tanto al debilitamiento del territorio.



³ Un ejemplo es el proyecto PIR-EDES, Programa Estratégico para el Desarrollo Territorial del Espacio Transfronterizo del que la Comarca de Sobrarbe es socio junto a las Comarcas de Monegros y Somontano de Barbastro y al Pays de Nestes, Pays de Coteaux y Pays de Val d'Adour, siendo la Comarca de Monegros el Jefe de Filas.

⁴ Con el fin de ayudar a mitigar la despoblación rural, la problemática medioambiental asociada y el abandono de oficios tradicionales, el Gobierno de Aragón redactó el pasado mayo de 2016 el Anteproyecto de Ley de venta directa de productos agroalimentarios de Aragón. Actualmente está en la fase de elaboración de guías de buenas prácticas para su aplicación práctica.

LA PROPUESTA DE MINCHA D'AQUI

Las comarcas de La Jacetania, Alto Gállego, Sobrarbe y Somontano de Barbastro, junto con los grupos de acción local y organizaciones sociales del territorio, llevan tiempo impulsando nuevas formas de emprender, bajo el enfoque de la sostenibilidad y la agroecología, y nuevas estrategias de comercialización, apoyando los canales cortos de comercialización y la venta de cercanía, aunque cada una de ellas por separado.

Se ha identificado que en estas comarcas existen iniciativas similares que inciden en la sostenibilidad integral contemplando los siguientes aspectos:

- **Ambiental:** Custodiando un territorio que es un bien público, y manteniendo, al menos, su alto valor ecológico, paisajístico y etnográfico.
- **Social:** Proveyendo a la población de empleos dignos y produciendo alimentos sanos para la sociedad.
- **Económica:** Generando una circulación de capital que regenera la dinámica económica y promueve el gasto local.

Las similitudes del territorio que agrupa a estas comarcas hacen que sea una apuesta lógica llevar a cabo una estrategia común, que dinamice la producción, la transformación, la distribución, la comercialización y el consumo de alimentos sostenibles a nivel local, fomentando así nuevas formas de colaboración y cooperativismo. La apuesta es que una parte del Pirineo y Pre-pirineo Aragonés se convierta en una experiencia de alimentación sostenible, ligada al territorio y de gran calidad; experiencia que sirva de inspiración al resto de comunidades ibéricas, tan ligadas a su variado y rico (no sólo en alimentos) territorio.

Mincha d'aquí, come de aquí en aragonés, pretende **crear una red que aglutine todas estas iniciativas alimentarias locales y sostenibles** de la cadena, que permita afianzar las ya existentes y la incorporación de otras nuevas, con el objetivo último de contribuir a la sostenibilidad integral del territorio mediante acciones que permitan conservar los ecosistemas de estas zonas desfavorecidas, estimulando la población residente y su economía local.

Los objetivos específicos que el proyecto persigue son:

- 1** Identificar iniciativas alimentarias sostenibles en marcha analizando sus características e identificando los problemas para su mantenimiento.
- 2** Generar un diagnóstico de características, necesidades y fortalezas de las mismas.
- 3** Promover dinámicas de investigación participativa y generación de conocimiento.
- 4** Diseñar una estrategia conjunta que fortalezca sinergias entre las iniciativas.

En este proyecto, financiado por la Fundación Daniel y Nina Carasso, participan 16 entidades y administraciones de todo el territorio del mismo, con el fin de lograr un diagnóstico lo más completo y real posible, partiendo de los estudios y proyectos que se han realizado previamente.

Las administraciones públicas y entidades que forman parte del Comité de Seguimiento y que han apoyado y cofinanciado el proyecto son:

- Comarca del Sobrarbe
- Comarca del Alto Gállego
- Comarca de la Jacetania
- Comarca de Somontano de Barbastro
- Ayuntamiento de Artieda
- Ayuntamiento de Sabiñánigo
- Ayuntamiento de Biescas
- Ayuntamiento de Aínsa-Sobrarbe
- Ayuntamiento San Juan de Plan
- Ayuntamiento de Boltaña
- Centro de Estudios del Somontano de Barbastro

Las entidades locales que forman parte del grupo de coordinación y que han impulsado y llevado a cabo la ejecución del proyecto, son:

- Asociación El Licinar
- Asociación Un Paso Atrás
- Asociación Hirondel
- Amigos de la Tierra Aragón
- CERA

Además, se cuenta con la colaboración del Instituto Interdisciplinario en Ecología Humana y Sostenibilidad (INTERHES).

(Para mayor información de estas entidades y administraciones ver Anexo I)

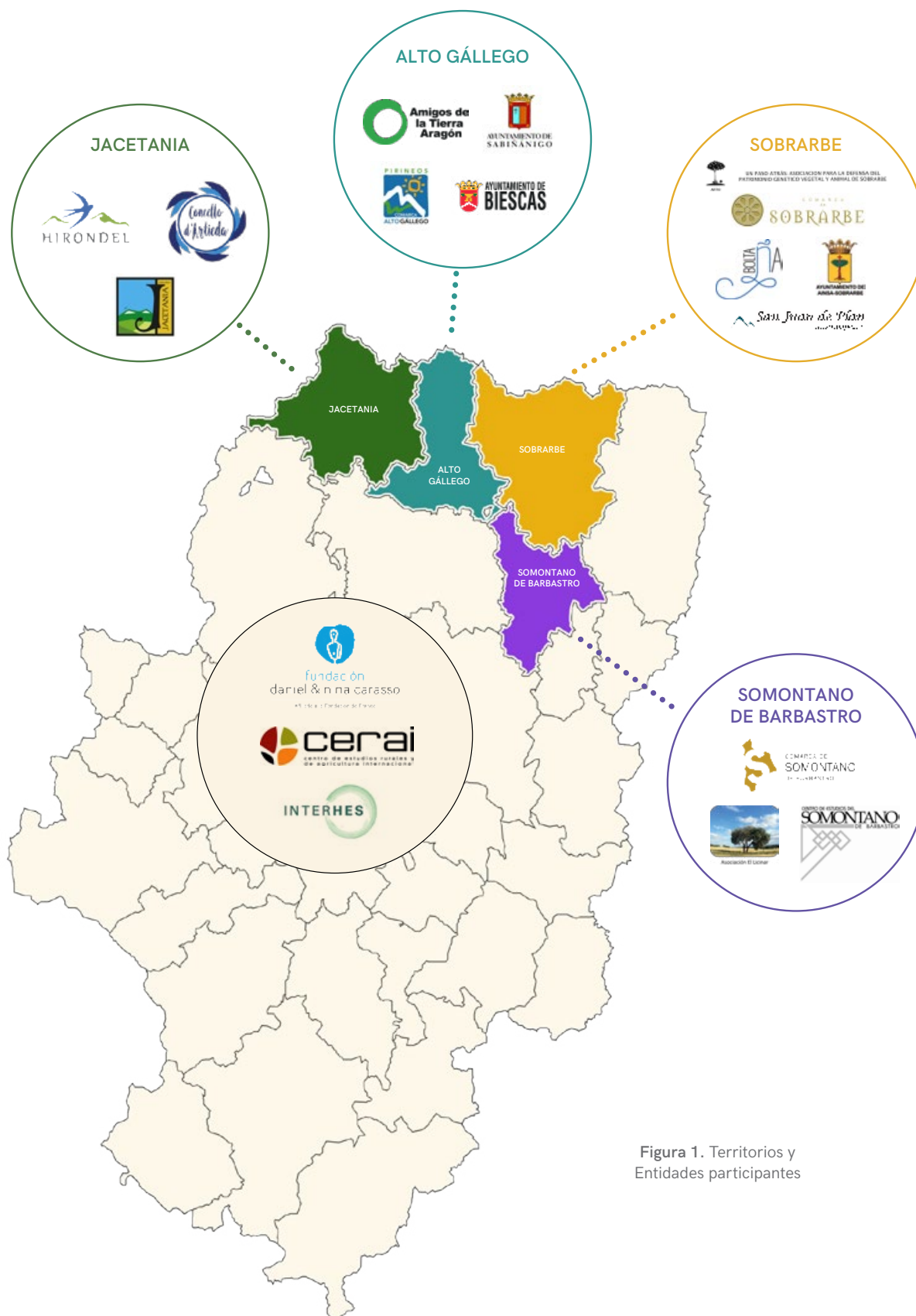
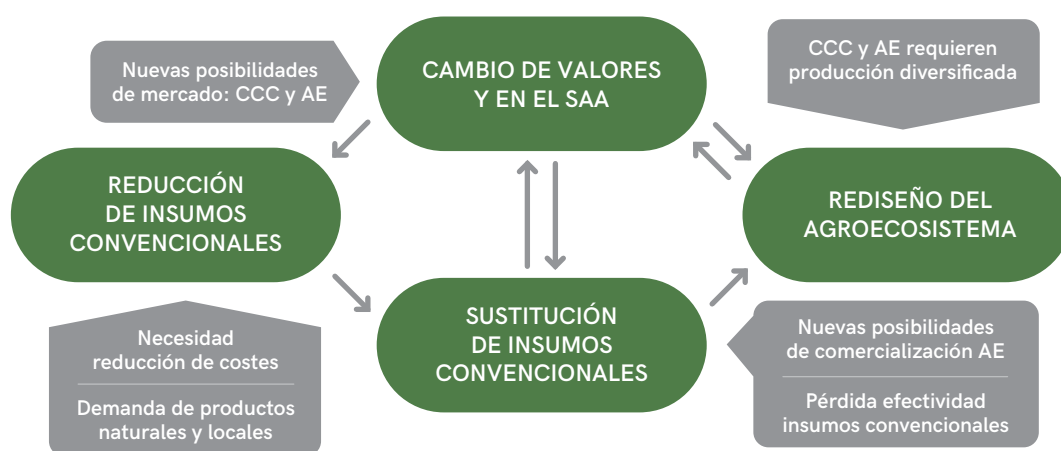


Figura 1. Territorios y Entidades participantes

¿QUÉ ES UNA INICIATIVA AGROALIMENTARIA LOCAL Y SOSTENIBLE?

Uno de los primeros retos de este proyecto fue llegar a un consenso de los conceptos y definiciones con los que trabajaríamos la identificación de las iniciativas. El proyecto se ha visto beneficiado por una perspectiva interdisciplinaria que aportaron tanto entidades como organizaciones involucradas en la coordinación del mismo. La primera etapa de trabajo se dedicó a identificar las características que les queríamos atribuir. Este trabajo de revisión de bibliografía, debate y consenso nos llevó a proponer que una iniciativa alimentaria local y sostenible es toda actividad o proyecto llevado a cabo en los distintos sectores de la cadena alimentaria, es decir, en la producción, transformación, transporte, distribución, comercialización y consumo, de tal manera que:

- Respete lo más posible el medio ambiente, contribuyendo a conservar la biodiversidad y cuidando del bienestar animal.
- Use eficientemente los recursos naturales y energéticos.
- Promueva una comercialización de cercanía y confianza, a través de la venta directa y canales cortos de comercialización.
- Garantice precios justos y accesibles para todas las partes de la cadena alimentaria.
- Asegure unas condiciones laborales dignas, así como relaciones de equidad, solidaridad y transparencia.
- Priorice los recursos humanos y materiales del territorio.
- Valorice la cultura y los conocimientos tradicionales locales.
- Contribuya al cambio del sistema agroalimentario actual promoviendo la soberanía alimentaria.
- Promueva la creación de redes y sinergias con otras iniciativas y proyectos.



CCC: circuitos cortos de comercialización
AE: agricultura ecológica
SAA: sistema agroalimentario

Figura 2. Círculo de la Transición Agroecológica a nivel de finca (López y Guzmán 2013)

Evidentemente, son muy pocas las iniciativas que cumplen al máximo todas las características que corresponden a todos los campos referidos. La idea es precisamente identificar los grados de avance en ese proceso complejo que llamamos **transición agroecológica**, que promueve la articulación en distintas escalas (finca, comunidad local, territorio) y que se ve afectada por factores sociales, económicos, tecnológicos, culturales, políticos y ecológicos (Marasas et al. 2015).

Es por ello que el diagnóstico implicó un elaborado cuestionario que nos permitiera comprender las diferentes características estructurales internas del agro-ecosistema involucrado, las singularidades de las entidades productoras, sus decisiones y estrategias y los factores externos que condicionan sus posibilidades de desarrollo.

Es importante recordar que el **desarrollo rural agroecológico** que promueve este proyecto, es integral y transdisciplinario. Es integral porque se tiene que mirar desde distintos puntos de vista para comprender su complejidad. Transdisciplinario, porque integra conocimientos de varias disciplinas como la ecología, sociología, economía o antropología con el conocimiento práctico de productores locales sobre los recursos naturales (López-García et al, 2015). Con base al conocimiento local y aplicado, y a la integración de diferentes disciplinas, construimos un marco teórico y filosófico del proyecto que integró los valores y conceptos de trabajo que permitieron la articulación metodológica del mismo, los cuales pueden verse en la imagen:



Figura 3. Conceptos claves del proyecto Mincha d'aquí.

02



METODOLOGÍA

UNA APROXIMACIÓN INTERDISCIPLINARIA Y PARTICIPATIVA

Los estudios sobre la problemática ambiental y social han puesto de manifiesto la insuficiencia de las metodologías tradicionales (o lo que tradicionalmente se conoce como metodología) para realizarlos. Es necesaria la propuesta de una alternativa para realizar estos estudios articulando las diversas disciplinas involucradas. En este proyecto confluyen múltiples procesos involucrados con el medio físico-biológico, la producción, la tecnología, la organización social y la economía. Todo ello para poder identificar con mayor detalle, los múltiples factores que intervienen en la definición de procesos productivos cada vez más complejos si intentamos que sean a su vez más sostenibles.

Para el estudio de un **sistema complejo** es clave el análisis de la interacción entre los procesos que lo integran y para ello es necesario conocer su estructura identificando los elementos que forman parte de este sistema. El sistema que se intenta estudiar en este trabajo es la suma de organizaciones, instituciones y recursos cuyo objetivo es mejorar la sostenibilidad y calidad de vida de las generaciones actuales y futuras. Por eso una parte esencial es identificar no sólo las iniciativas agroalimentarias "por sí solas" sino en relación a las instituciones y organizaciones que permiten y apoyan su surgimiento mediante suministros (también llamados inputs) de información, financiación, comunicaciones, conocimiento y acceso a otras redes.

La metodología utilizada propone comenzar por un diagnóstico que permita, por una parte conocer las características de los elementos internos y externos que condicionan la configuración del mismo. Es decir, entender la estructuración actual del sistema a partir de entender la interrelación de sus elementos, por lo que no es suficiente describir caracterizaciones aisladas sino en-relación con esos otros aspectos que influyen en que el sistema sea así. El objetivo del diagnóstico será conocer la relación del sistema con su entorno (García, 2011). En esta metodología se quiere enfatizar en todo momento el trabajo en grupo además de la movilidad de lo que consideramos como sistema a analizar, ya que en el mismo proceso de investigación (entrevistando productores, hablando con entidades, reuniones de las asociaciones, etc.) se fueron descubriendo nuevos componentes que afectaban al completo, por lo que se debe intentar guardar la coherencia de las interacciones (García, 2006).

La forma de concretar esta aproximación fue delimitar el sistema a una región de cuatro comarcas donde el proceso de diagnóstico consistió en identificar iniciativas agroalimentarias tanto agrícolas y ganaderas como de transformación para entender el proceso "emergente" de las mismas, sus dificultades, condicionamientos y perspectiva sobre la sostenibilidad de la región. Dicha delimitación no fue exclusiva de una persona especialista sino un trabajo en equipo heterogéneo e interdisciplinario.

Consideramos que se necesita una visión diálogo entre los científicos de diferentes disciplinas, así como, por otra parte, entre los científicos y los grupos sociales que están en el territorio para poder obtener un conocimiento práctico y pertinente con la problemática de la región; así como utilizar un lenguaje común que permita conectar conocimientos para poder lograr un entendimiento entre los participantes y una subsecuente puesta en acción.

Por ello la metodología de este proyecto se apoya en los principios de la **investigación-acción participativa**. Cabe mencionar además que es una metodología que es compatible con los principios y métodos de la agroecología (Guzmán Casado et al. 2000, López y Guzmán 2013). Las metodologías participativas en el contexto rural permiten integrar la explicación de la realidad por parte de los sujetos de la investigación y construir conocimiento local situado. Por ello es fundamental que la población local se implique en la propia investigación definiendo sus problemáticas y líneas de acción para superarlas.

En ese sentido, es importante recalcar que la dimensión participativa del proyecto no se limitó a hacer sesiones con las personas implicadas en etapas específicas. Desde el inicio del proyecto se generaron 2 grupos para asegurar la participación de todas las partes implicadas, por una parte el **"Grupo Coordinador" (GC)** que se involucra en la toma de decisiones y la ejecución del proyecto, y por otro lado el **"Comité de Seguimiento" (CS)** compuesto por las administraciones, a quienes se les va informando del progreso del proyecto y demandando su opinión para asuntos concretos.

Por una parte, el GC se ha involucrado totalmente en la generación de información necesaria para la ejecución del proyecto. Este grupo está formado por una entidad de cada territorio (Hirondel en Jacetania, Amigos de la Tierra Aragón en Alto Gállego, Un Paso Atrás en Sobrarbe y El Licinar en Somontano de Barbastro), además de CERAI como coordinadora del proyecto en general e INTERHES como entidad colaboradora. Esto ha implicado organizarse como un grupo de Investigación - Acción Participativa (IAP) que diseña, decide y ejecuta, en colectivo, estrategias de obtención de datos para conocer el estatus de las iniciativas agroalimentarias en las regiones seleccionadas.

El formato de IAP ha sido clave en la elaboración del diagnóstico en tanto que permitió:

- Integrar un equipo heterogéneo de especialistas en terreno.
 - Generar instrumentos de investigación más completos.
 - Tomar decisiones estratégicas sobre cómo obtener la información y cómo utilizarla.
-

A través de cinco reuniones mantenidas y el trabajo coordinado a distancia, de enero a junio, se concretó un **cuestionario** que permitía conocer en profundidad a las iniciativas agroalimentarias, su contexto, problemáticas, retos, características.

Las diferentes organizaciones involucradas en el Grupo Coordinador se dieron a la tarea de realizar las **entrevistas semiestructuradas** apoyadas por el cuestionario que se diseñó. Cada entrevista tuvo una duración de 1,5 a 2 horas. Se recopilaron 122 cuestionarios en los cuatro territorios siendo 23 de La Jacetania, 21 de Alto Gállego, 32 de Sobrarbe y 46 de Somontano de Barbastro.

ANÁLISIS DE INICIATIVAS SOSTENIBLES EN MARCHA

Los contenidos de los cuestionarios fueron elaborados principalmente por las personas de las entidades locales responsables del trabajo de campo, siempre con la coordinación y revisión de las mismas por parte de los coordinadores de proyecto en CERAI y contando con la asesoría metodológica de INTERHES. Así pues, la elaboración de los cuestionarios gozó de un equipo multidisciplinar, conocedor en mayor o menor medida del mundo rural, del sector agrícola-ganadero, de la agroecología, de los circuitos cortos de comercialización y de iniciativas concretas.

El reto en la elaboración de los cuestionarios residió por una parte en la necesidad de unificar el lenguaje común para el entendimiento de todos y sistematización de los datos y por otro, unificar criterios para conceptos centrales y comunes como por ejemplo, "sostenibilidad". La sección 1.2 da cuenta de la definición consensuada para iniciativa agroalimentaria local y sostenible que requirió varias reuniones de debate, análisis y consenso.

Por otra parte estaban los aspectos específicos de los cuestionarios relacionados con competencias disciplinarias y oficios específicos. En esta parte, para su elaboración, se dividieron las preguntas a redactar según competencias (veterinarias, expertas en sostenibilidad, técnicas agrícolas), poniéndose en común en las diferentes reuniones de diseño.

Es importante señalar que este proceso fue clave para la elaboración de un cuestionario que logra recoger información sobre las características estructurales de las iniciativas, las singularidades de las entidades productoras, sus decisiones y estrategias y los factores externos que condicionan sus posibilidades de desarrollo. Los cuestionarios fueron también retroalimentados y validados por productores de las iniciativas participantes que accedieron participar en pruebas piloto del cuestionario con el fin de mejorar el diseño en los cuatro territorios. Por lo que se puede decir, que el instrumento integra la perspectiva de los distintos participantes. Los cuestionarios se dividen en 4 bloques de preguntas (A, B, C y D), como lo muestra la siguiente tabla.

BLOQUE A	Características generales de los proyectos.
BLOQUE B	Características específicas, con preguntas diferentes para cada tipo de explotación: vegetal, animal-apícola, animal-aves, animal-porcina, animal-rumiantes, transformación.
BLOQUE C	Sostenibilidad del proyecto considerada por el o la productora.
BLOQUE D	Relaciones y redes que existen o deberían considerarse para una mejor funcionalidad.

Tabla 1. Estructura del cuestionario de la encuesta para iniciativa agroalimentarias.

Tal como se presenta en la tabla, el primer bloque contiene las preguntas sobre las características generales de los proyectos, el segundo bloque contiene las preguntas de las características específicas, con preguntas diferentes para cada tipo de explotación: vegetal, animal-apícola, animal-aves, animal-porcina, animal-rumiantes, transformación. El tercer bloque contiene preguntas sobre la sostenibilidad del proyecto considerada por el o la productora y el cuarto bloque contiene preguntas de las relaciones y redes que existen o deberían considerarse para una mejor funcionalidad (ver cuestionarios en Anexo III).

A la vez que se trabajaba en el cuestionario, se recopiló e identificación de iniciativas de producción y transformación. Esta identificación contó con la colaboración de las entidades y administraciones del Comité de Seguimiento, además de los grupos de acción local que conocen en gran medida este sector. Las iniciativas seleccionadas para llevar a cabo las entrevistas fueron aquellas que se aproximaran en algunos de los puntos a lo que definimos como iniciativa agroalimentaria local y sostenible. Se consensuó el criterio de no trabajar únicamente con los proyectos certificados en ecológico, sino con aquellos con potencial para transitar hacia prácticas agroecológicas y de venta directa. Ciertamente es que no se ha llegado a realizar entrevistas a todas las iniciativas de este tipo tanto por desconocimiento de las mismas, como por falta de tiempo y de presupuesto, por lo que se podrán ir sumando en fases posteriores. Aun así, cabe destacar, que se ha superado en gran medida el número de iniciativas que se preveía identificar inicialmente.

El listado de iniciativas de producción y transformación entrevistadas se puede ver en el Anexo II.

La información obtenida permitió un conocimiento más profundo y detallado no sólo de las iniciativas sino de las relaciones entre ellas, su potencialidad, sus retos, etc. El análisis de dicha información fue realizado por el GC y fue presentado en los encuentros con las instituciones involucradas y los actores locales para: a) hacer una validación - restitución de la información, b) generar un análisis a otro nivel y con su participación, c) dar pautas para pasar del diagnóstico al diseño de acciones y sus respectivas líneas estratégica.



ENCUENTROS PARTICIPATIVOS COMARCALES Y SUPRACOMARCALES

Una vez que las encuestas a las iniciativas hubieron terminado, se realizaron los **encuentros comarcales**⁵ convocando principalmente a las iniciativas de producción y transformación que habían sido entrevistadas dentro de la primera fase. Entendiendo que estas iniciativas, por la dinámica de sus tiempos de trabajo y ubicación no podrían involucrarse en más espacios de encuentro y diálogo, estos espacios fueron diseñados para profundizar en el conocimiento del proyecto Mincha d'aquí y hacer la **devolución de los primeros resultados obtenidos de las entrevistas realizadas**. Durante las sesiones se trabajó por grupos en cuatro temáticas que las personas asistentes elegían de acuerdo a su interés:

- Información y formación
- Recursos e infraestructuras
- Comercialización
- Redes y alianzas

La finalidad de cada grupo era **debatir sobre los resultados del diagnóstico y plasmar y desarrollar propuestas de acción** que den respuesta a esas necesidades, priorizando dichas acciones de "más prioridad" a "menos prioridad", y definiendo si la acción dependía en mayor o menor medida de los mismos productores y transformadores. Los encuentros comarcales fueron un espacio fundamental para poner a dialogar a productores que podían o no conocerse, pero que no habían tenido la oportunidad de discutir estos temas presentados previamente.

Lo recogido en cada uno de los grupos permitió identificar una visión colectiva por territorio de los retos y problemas en torno a los cuatro ejes mencionados y complementar la información individual de cada una de las iniciativas entrevistadas. Los encuentros comarcales incluyeron también una charla sobre la "Ley de venta local de productos agroalimentarios en Aragón", que fue de gran expectativa para los asistentes y una degustación de productos locales y sostenibles, proveniente de las iniciativas participantes.

El resultado de estos encuentros⁶ permitió ir perfilando el diseño de la estrategia para una siguiente etapa que, por una parte se nutriera del análisis de los resultados por comarca, y por otro, propusiera líneas de acción conjunta a nivel supra-comarcal.

La siguiente fase contempló la organización de los **encuentros supracomarcales**⁷ donde se encontraron las iniciativas de producción y transformación entrevistadas con las de consumo (restaurantes, comercios, caterings, grupos de consumo, comedores,...) participantes en el estudio de mercado (se explica en el siguiente apartado).

⁵El 22 de noviembre de 2017 se realizó en Aínsa para las iniciativas de Sobrarbe, el 23 de noviembre en Barbastro para las de Somontano de Barbastro y el 30 de noviembre en Martillué-Jaca para las de Jacetania y Alto Gállego, conjuntamente.

⁶Los resultados de los encuentros comarcales se pueden ver en la página web de Mincha d'aquí: www.minchadaqui.net/encuentros/resultados-encuentros

⁷El 20 de febrero de 2018 se realizó en Barbastro invitando a las iniciativas de Sobrarbe y Somontano de Barbastro y el 22 de febrero se realizó en Martillué-Jaca con las iniciativas de Jacetania y Alto Gállego.

Estos encuentros sirvieron para **conocerse e intercambiar contactos y opiniones entre las personas e iniciativas** de la zona, además de comentar los avances y novedades del proyecto Mincha d'aquí. Se presentaron las **líneas estratégicas** en las que se habían agrupado las casi 200 propuestas de acción recogidas a través del diagnóstico, los encuentros comarcales y el estudio de mercado con el fin de validarlas y seguir profundizando en este aspecto.

Para ello se mostraron únicamente 20 propuestas de acción, por ser éstas las más repetidas y representativas. La metodología de trabajo propuso que cada persona participante marcara las acciones que considerase más prioritarias pensando en el objetivo colectivo de Mincha d'aquí, tras lo cual se formaron pequeños grupos para que cada uno trabaje sobre una línea estratégica y las acciones incluidas.

Lo recogido en los grupos de trabajo permitió **profundizar en las propuestas de acción**, analizando entre todas las actividades que se podrían desarrollar y a través de qué agentes y recursos llevarlas a cabo, además de otorgar una temporalidad entre corto, medio y largo plazo.

Tanto las líneas estratégicas como las propuestas de acción se desarrollan en el apartado 4 de este documento.

Ambos encuentros contaron con espacios informales de intercambio acompañados de productos locales elaborados por iniciativas de restauración que participan en el proyecto.

El resultado de estos encuentros supracomarcales⁸ permitió **validar los avances de cara a la estrategia**, además de generar conocimiento colectivo y compartir las visiones de cada participante sobre el proyecto de Mincha d'aquí y la continuidad del mismo.

⁸Los resultados de los encuentros supracomarcales se pueden ver en la página web de Mincha d'aquí: www.minchadaqui.net/encuentros-supracomarcales

ESTUDIO DE MERCADO

Paralelamente al trabajo desarrollado con las iniciativas de producción y transformación, se llevó a cabo un **estudio de mercado** cuya finalidad fue la de estudiar la demanda de consumo local y sostenible en las comarcas del proyecto. Este estudio fue llevado a cabo por una consultoría especializada externa al Grupo Coordinador. Concretamente, se necesitaba conocer la demanda actual que hay de productos alimentarios locales y producidos de manera sostenible a nivel local, y algunos datos que nos ayudaran a ir conociendo la demanda potencial.

Los objetivos que se perseguían con este estudio fueron:

- Diagnosticar los problemas y las necesidades de las iniciativas de consumo (restaurantes, comedores escolares, comercios de proximidad, asociaciones de consumo,...) identificadas en la fase del diagnóstico.
- Analizar el consumo local y sostenible de alimentos a nivel comarcal y supracomarcal de acuerdo a su demanda actual y, en algunos casos, potencial identificada.
- Definir y plantear propuestas para el aumento de consumo local y sostenible de alimentos en cada territorio y entre los territorios comarcales, en función de los resultados obtenidos en el diagnóstico.
- Apoyar al equipo coordinador del proyecto en los aspectos de consumo y comercialización de cara a elaborar una estrategia común hacia la transición agroecológica.

Se realizaron un total de 48 entrevistas personales, 15 a entidades del proyecto y 33 a iniciativas de consumo de las cuatro comarcas. El estudio comenzó llevando a cabo una serie de **entrevistas personales** a las personas representantes de todas las administraciones y entidades que forman parte del equipo de Mincha d'aquí. Estas reuniones primeras aportaron un primer conocimiento de la realidad del subsector y de las intenciones particulares de cada entidad, y dieron paso al segundo tipo de contactos, entrevistas personales con representantes de comercios, restaurantes, comedores, empresas distribuidoras, grupos de consumo y otros establecimientos e iniciativas. Todas las empresas y entidades actúan como compradoras profesionales (aun sin serlo en el caso de los grupos de consumo) y, a excepción de las distribuidoras, tienen contacto con el consumo final.

Se convocaron, igualmente, **grupos de discusión**⁹ en los que se obtuvo información cualitativa de primera mano. En ellos se planteó un debate en el que se centró la conversación en los cuatro bloques clásicos de un análisis D.A.F.O. Finalmente, se realizaron **encuestas**¹⁰ de forma telefónica y presencial, con las que se obtuvo información de carácter cuantitativo.

⁹Se llevaron a cabo 4 grupos de discusión: 2 en La Jacetania con un total de 7 iniciativas participantes, 0 en Alto Gállego, 1 en Sobrarbe con 3 iniciativas participantes y 1 en Somontano de Barbastro con 2 iniciativas participantes.

¹⁰Se encuestaron a 119 iniciativas de consumo, a 41 de ellas de manera presencial y a las 78 restantes de manera telefónica. Se hicieron 46 en La Jacetania, 21 en Alto Gállego, 14 en Sobrarbe y 38 en Somontano de Barbastro.

Para la confección de los grupos de iniciativas con los que se iba a contactar en cada una de las fases, se tuvo en cuenta que todos los sectores estuvieran representados en cada una de ellas, y se diferenció entre las que podían aportar más información cualitativa de calidad y el resto. Las primeras tendrían más peso en entrevistas personales y grupos. El listado de iniciativas participantes en el estudio de mercado se refleja en el Anexo IV. El guion de preguntas seguido en cada una de las propuestas metodológicas del estudio se desarrolla en el Anexo V.

El resultado del estudio de mercado¹¹ ha servido para complementar el diagnóstico por la parte de consumo, obteniendo con el mismo una visión más amplia de la situación actual del sector además de propuestas de acción como solución a las necesidades y problemáticas detectadas. Dichas acciones se han plasman en esta estrategia, junto con las obtenidas de las iniciativas de producción y transformación.

MAPEO DE INICIATIVAS DE PRODUCCIÓN Y TRANSFORMACIÓN

En tanto que uno de los objetivos del proyecto era identificar iniciativas alimentarias locales y sostenibles en marcha, el mapeo de las iniciativas requirió, la geo-referenciación y cálculo de su ubicación de acuerdo a los datos proporcionados por los participantes. Este proceso estuvo a cargo de INTERHES. La ubicación se hizo utilizando el programa Google Earth que ayudó a generar las coordenadas de ubicación con las que se pudo, posteriormente, hacer un tratamiento en ArcView. La figura 4 muestra la sistematización de los datos geográficos en la plataforma SIG registrados durante el proceso. A partir de la obtención de la cartografía de la región se pasó a ubicar las iniciativas en sus comarcas y municipios específicos permitiendo generar otros mapas temáticos de acuerdo al análisis del diagnóstico. Eso permitió por una parte, hacer un análisis espacial de sus características y generar materiales que fueron presentados durante los encuentros comarcales y supracomarcales. Por otro lado, permitió generar los insumos para un mapa interactivo que pudiera estar disponible en la página web del proyecto.

Para la elaboración del mapa público se exploraron diferentes plataformas como Maps Marker y MyGoogleMaps. Es importante mencionar que se solicitó a las iniciativas participantes una hoja de autorización (ver anexo VI) de manejo de datos donde tuvieron que explicitar si permitían incluir su información de contacto en la plataforma online. Solo aquellos que cumplieron con ese requisito cuentan con su información disponible. Aquellos que no entregaron la ficha cuentan solo con la ubicación aproximada. El proceso de inclusión de datos quedará abierto unos meses después al cierre del proyecto por si alguna iniciativa quiere integrar sus datos al completo.

¹¹El informe final del estudio de mercado se puede ver en la página web del proyecto:
www.minchadaqui.net/estudio-mercado

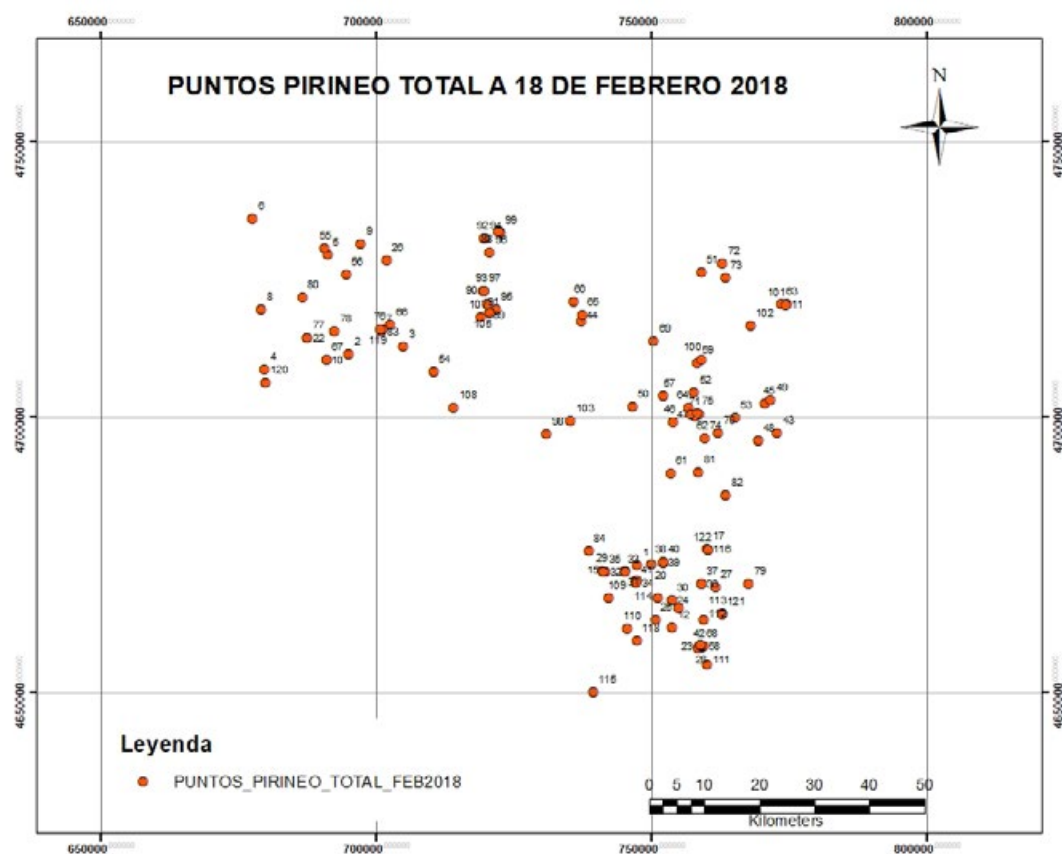


Figura 4. Proceso de mapeo, sistematización de los datos geo-referenciados.

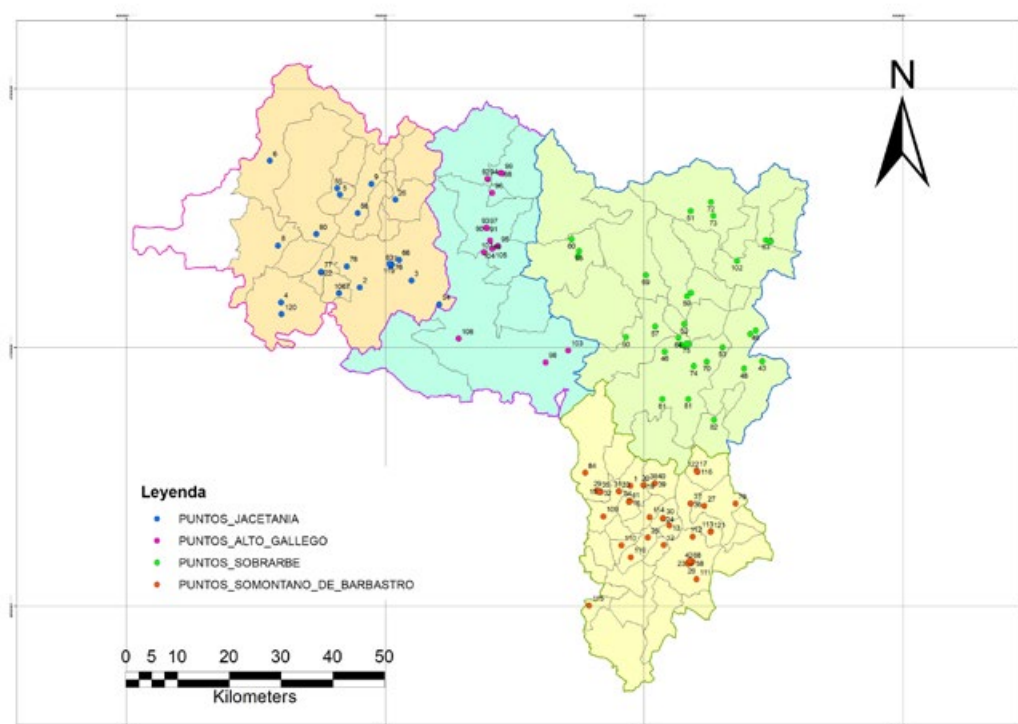


Figura 5. Mapa de ubicación de iniciativas en su contexto geográfico.

DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN

Una cuestión importante que ha estado presente durante todo el proceso es la comunicación. Tanto a nivel interno, del grupo coordinador y el comité de seguimiento, para facilitar y hacer realmente que sea un proyecto participativo a pesar de la situación geográfica de cada una de las entidades y personas participantes, como a nivel externo, siendo la transparencia un valor del mismo proyecto.

Para una comunicación ágil y eficaz se han establecido diferentes mecanismos (correo electrónico, Skype, WhatsApp,...) y para poder trabajar de manera on-line entre las distintas entidades se ha generado un espacio compartido en la nube para que todas tuviéramos la misma información. Resaltar que se ha procurado adaptar el canal de comunicación al público objetivo, como por ejemplo la utilización de WhatsApp y llamadas telefónicas a productores/as y transformadores/as que no hacen un uso habitual del correo electrónico.

Desde un inicio se creó la página web www.minchadaqui.net en la que se han ido plasmando todos los avances del proyecto, así como los documentos generados a raíz de los encuentros. La página web además acoge el mapa de las iniciativas entrevistadas, como punto virtual centralizador de todas ellas y un primer paso para evitar la desinformación sobre los proyectos existentes en el territorio y los productos que éstos ofrecen.

Por otra parte, y como actividades divulgativas complementarias al proyecto, se organizaron y se participó en varios eventos del territorio para dar a conocer el proyecto Mincha d'aquí:

- En las presentaciones de Pon Aragón en tu Mesa celebradas los días 30 de mayo en Barbastro y el 1 de junio en Zaragoza, se presentó Mincha d'aquí, ya que son proyectos que comparten muchos objetivos. (Ver anexo VI).
- En EXPOFORGA, Feria de la Comarca de la Jacetania, los días 2, 3 y 4 de junio en Puente la Reina de Jaca, hubo un stand informativo del proyecto.
- En PIRIBIERA, I Feria de la Cerveza Artesana de los Pirineos, celebrada los días 23, 24 y 25 de junio en Boltaña (Huesca), se presentó el proyecto a través de la charla: "Si te preocupa la alimentación y la vida en el medio rural: Mincha d'aquí". Fue un buen momento para hablar y debatir sobre la situación del sector agroalimentario en la zona de los Pirineos y conocer mucho mejor las iniciativas de cerveza artesana que hay en el territorio.
- En FERMA, Feria Regional de Barbastro, evento profesional dedicado a la innovación y la agroalimentación celebrado del 25 al 27 de agosto, se llevó a cabo una mesa redonda de experiencias agroecológicas que supuso la presencia en este tipo de feria de otro modelo agropecuario que busca el equilibrio entre rendimiento y manejo sostenible de la tierra, así como una mayor valoración del trabajo realizado por los agricultores/as, ganaderos/as y transformadores/as agroalimentarios que llevan buenas prácticas. Asimismo, se presentaron otras actividades como son el asesoramiento empresarial por parte de la Comarca de Somontano de Barbastro, las ayudas LEADER, el proyecto Pon Aragón en tu mesa, el curso de formación profesional impartido en el IES Martínez Vargas sobre elaboración de productos agroalimentarios, la existencia de dos centros de transformación agroalimentaria de uso compartido en Jaca y Biescas y otro proyecto en Huesca, así como la nueva ley de venta local de productos agroalimentarios en Aragón.

- En el Instituto de Formación Agroambiental de Jaca, el 9 de noviembre se realizó una sesión formativa sobre agroecología y sector primario, dentro del "Curso sobre iniciativas de empresa en el sector medioambiental", organizado por la Comarca de la Jacetania junto con el Instituto Aragonés de la Juventud y el Instituto Aragonés de Fomento. Se aprovechó para explicar el proyecto Mincha d'aquí e informar de los primeros resultados obtenidos del diagnóstico.
- En las jornadas "Verde que te quiero verde", organizadas por la Alianza Agroalimentaria Aragonesa, el 16 de noviembre se participó en una mesa redonda sobre "nuevas formas de consumo" en las que se presentó el proyecto Mincha d'aquí y los valores que lo definen.

Cabe decir que el proyecto ha despertado interés entre los medios de comunicación locales ya que en varias ocasiones contactaron con el equipo de coordinación tanto para difundir los encuentros participativos (aún sin haberles enviado nota de prensa previa a los encuentros por ser reuniones de trabajo interno del proyecto), como para entrevistar directamente a las iniciativas de producción y transformación agroalimentarias que forman parte del proyecto Mincha d'aquí, además de dar a conocer el proyecto en su globalidad.



03

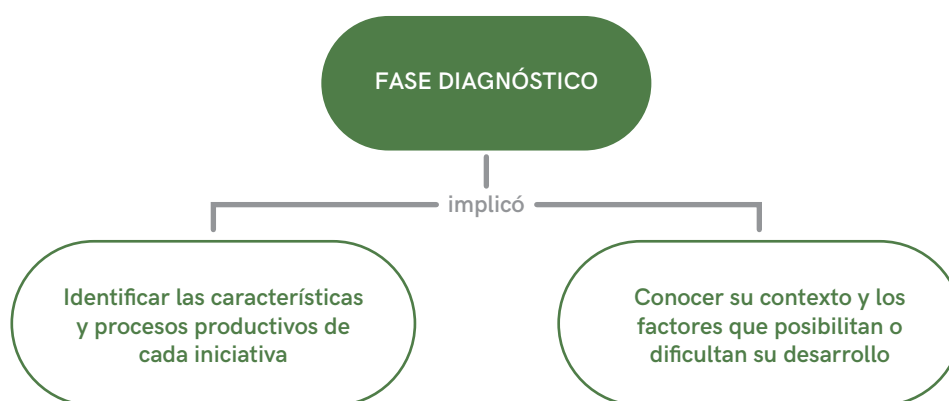


DIAGNÓSTICO

Toda estrategia requiere un diagnóstico previo que permita conocer las características estructurales del sistema que quiere transformar. En este caso, era necesario conocer las características de las iniciativas seleccionadas que se aproximaran en algunos de los puntos a lo que definimos como iniciativa agroalimentaria local y sostenible, con el fin de definir futuras líneas de acción conjunta. Tal y como se ha explicado en el apartado metodológico, esta primera fase de análisis no fue un proceso lineal. Implicó varias etapas para poder definir el diseño de los instrumentos de investigación bajo un enfoque interdisciplinario y participativo.

El diagnóstico se centró en conocer las características de las iniciativas, las singularidades de sus formas de producción, sus decisiones y estrategias así como los factores externos que condicionan sus posibilidades de desarrollo.

Es decir, aquellos aspectos de su entorno que posibilitan o dificultan su desarrollo. Por ello, la integración de diferentes disciplinas y las contribuciones de las entidades y organizaciones del territorio fue clave para poder hacer una propuesta integral de análisis que permitiera recuperar documentación, proyectos similares (ver anexo VII), bibliografía (ver anexo IX), etc.



CARACTERÍSTICAS GENERALES

Este diagnóstico se sustenta con el análisis de 122 entrevistas en profundidad realizadas a distintos proyectos de producción y transformación en las cuatro comarcas del proyecto, que corresponden a 116 iniciativas en total.

En cada comarca se han encontrado y entrevistado un número de iniciativas diferente. En el apartado metodológico se especifica el proceso y criterio de selección. El siguiente gráfico presenta la distribución total de las iniciativas seleccionadas por comarca:

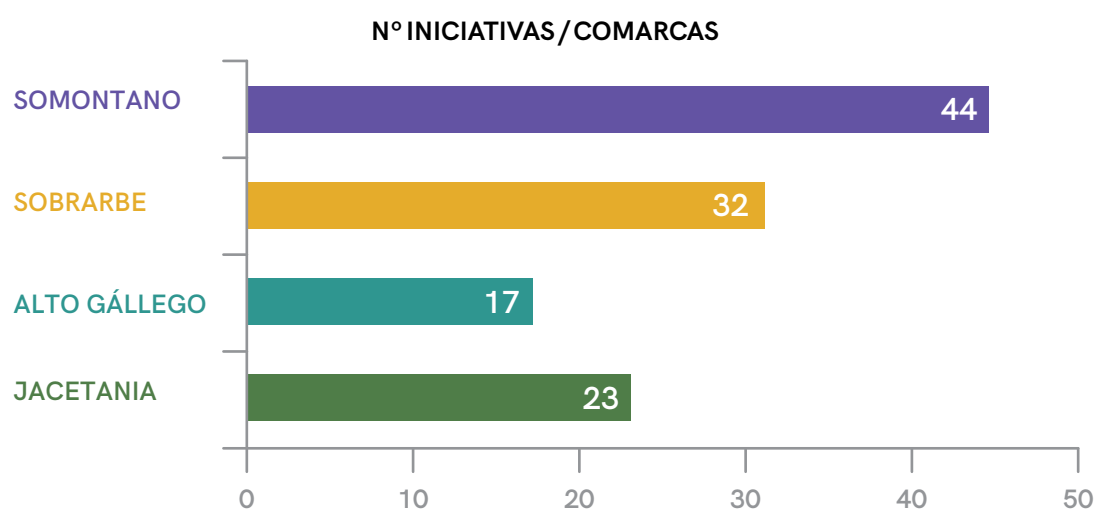


Figura 6. Número de iniciativas entrevistadas por comarca.

La primera parte de la encuesta permitió conocer las características generales de las iniciativas entrevistadas. Las iniciativas muestran una gran diversidad en sus **actividades** y muchas de ellas combinan varios **sectores**.

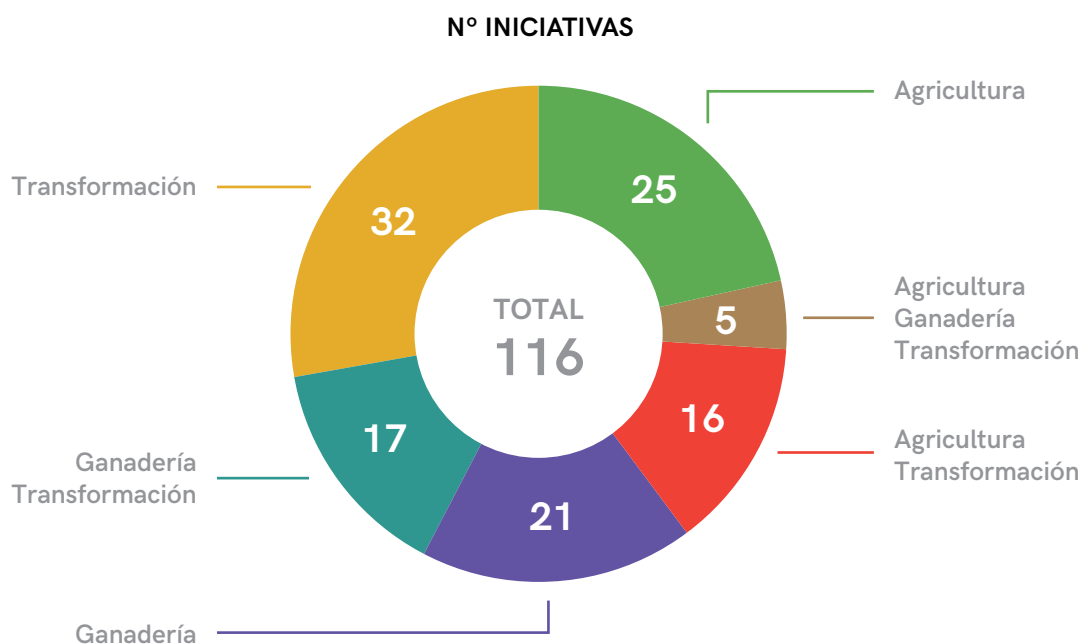
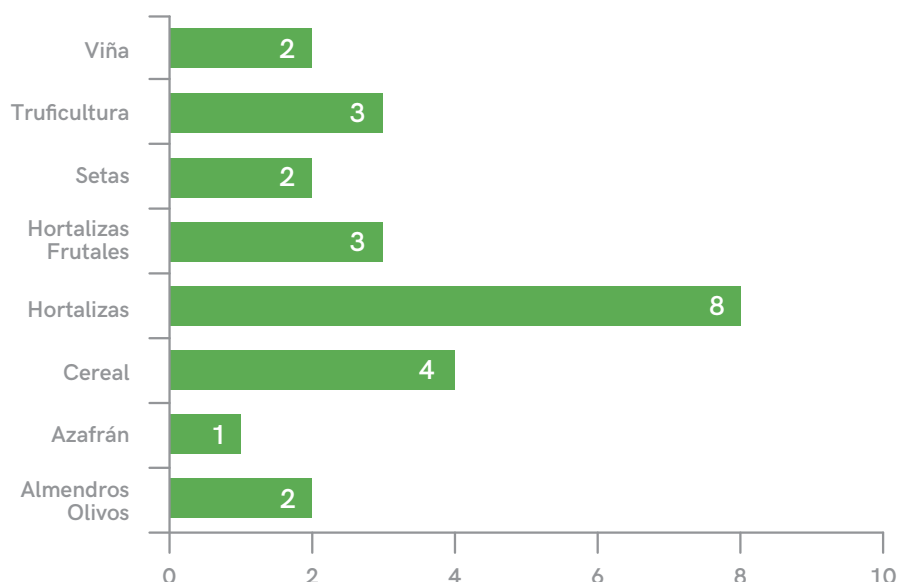


Figura 7. Número de iniciativas por sector.

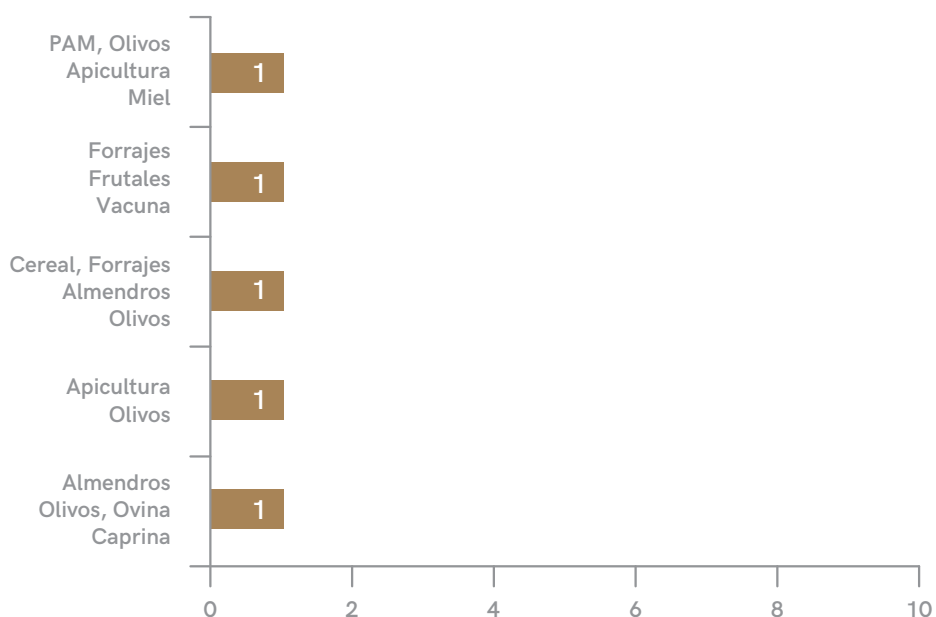
En el sector de agricultura, hay una diversidad amplia de producción (viña, truficultura, setas, azafrán, almendros, olivos) y hay un número mayor de productores que se dedican a hortalizas y frutales. Sin embargo, aquellos que combinan agricultura con transformación destacan principalmente el sector de la viña (vino) y olivos (aceite). Un número menor transforma almendros, cereales forraje, frutales, hortalizas o frutos rojos.

Por su parte en el sector de la ganadería destaca la producción vacuna y ovina sobre los otros tipos de producción ganadera. En el sector de transformación, aunque destaca la elaboración de pan y repostería, hay iniciativas que se dedican a la producción de quesos, productos cárnicos, embutidos, mermeladas, cervezas, bebidas, miel. En las siguientes gráficas se muestran los sectores y sus actividades específicas.

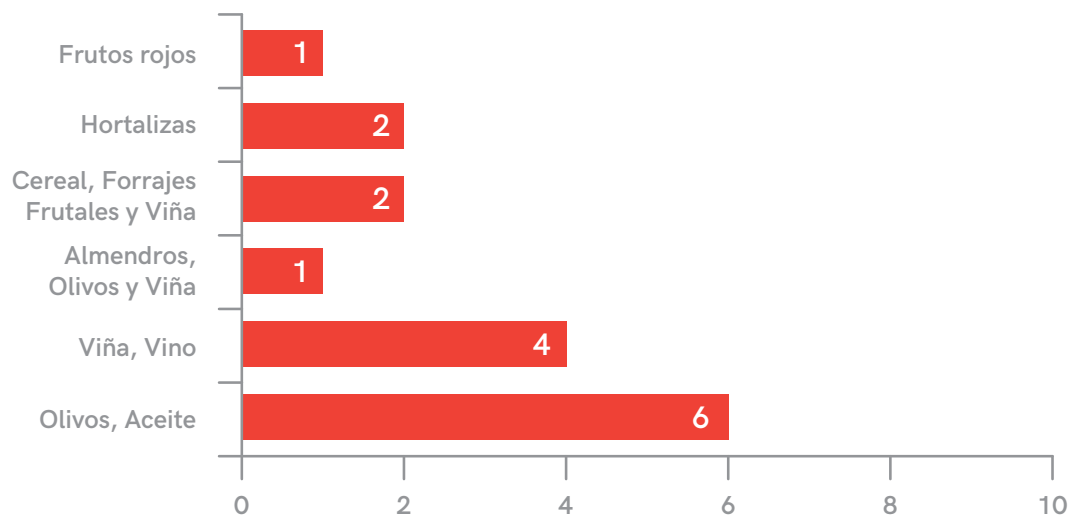
AGRICULTURA



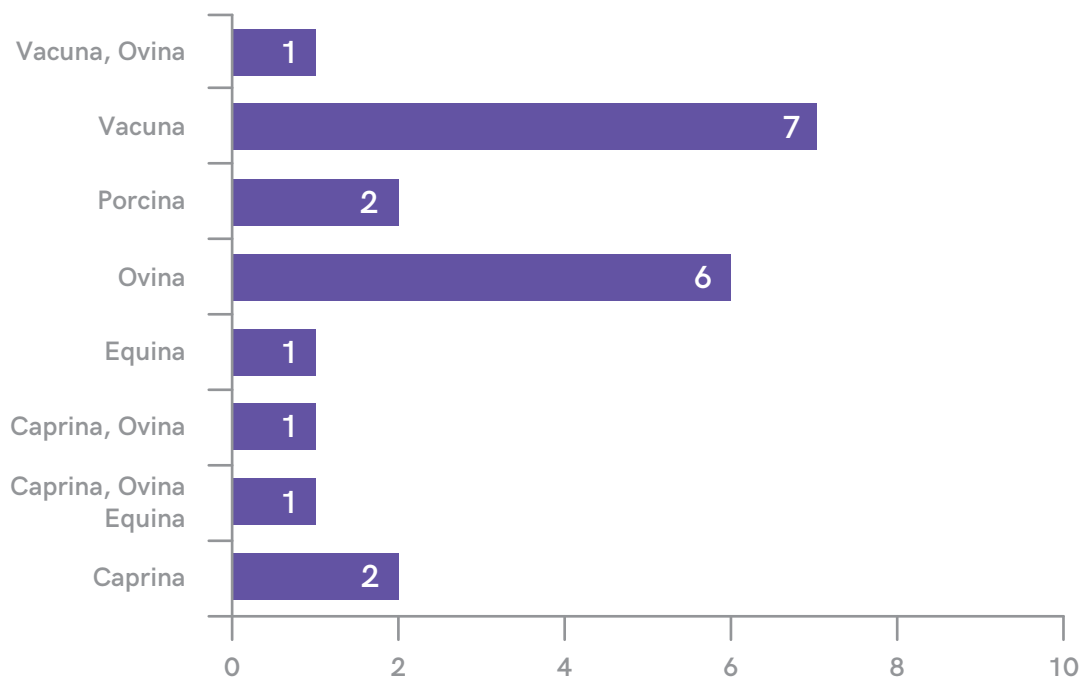
AGRICULTURA, GANADERÍA Y TRANSFORMACIÓN



AGRICULTURA Y TRANSFORMACIÓN

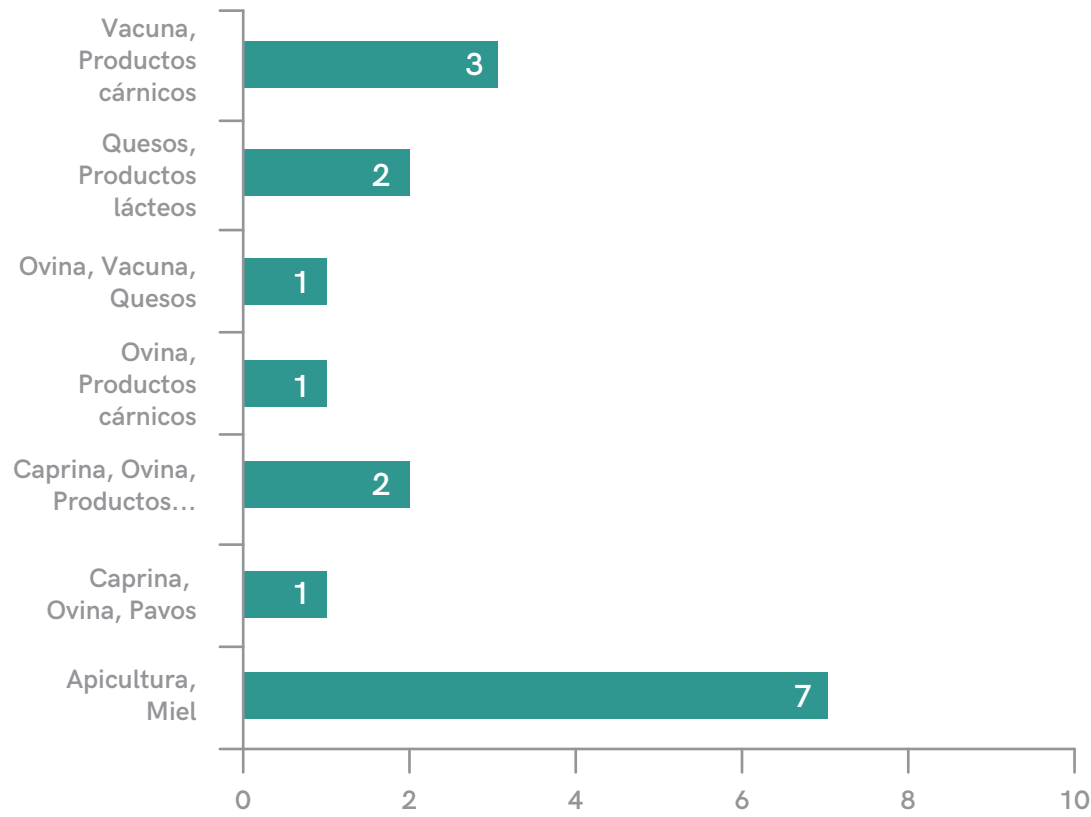


GANADERÍA

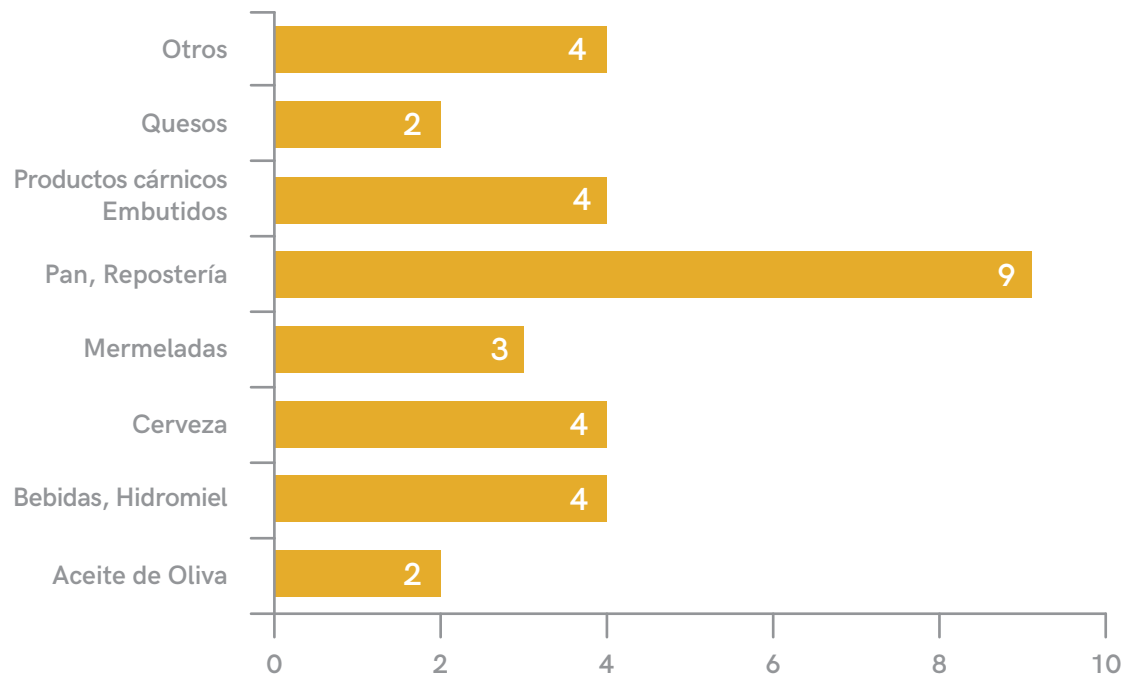


Figuras 8. Número de iniciativas según sector y actividad.

GANADERÍA Y TRANSFORMACIÓN



TRANSFORMACIÓN



El **origen** de los proyectos es en su mayoría por herencia familiar (54), contando así con unos recursos y experiencia iniciales, especialmente en los proyectos de ganadería. En muchas otras iniciativas se reflejaba como origen del proyecto además de la herencia familiar, el proyecto grupal y el autoempleo. Pero la opción del autoempleo como segunda respuesta se ha dado por hecho y no se representa en el gráfico. Iniciativas cuyo origen es el autoempleo (37) son principalmente de transformación y de agricultura, generalmente de producción de hortalizas. Los proyectos grupales (19) la mayoría son de transformación.

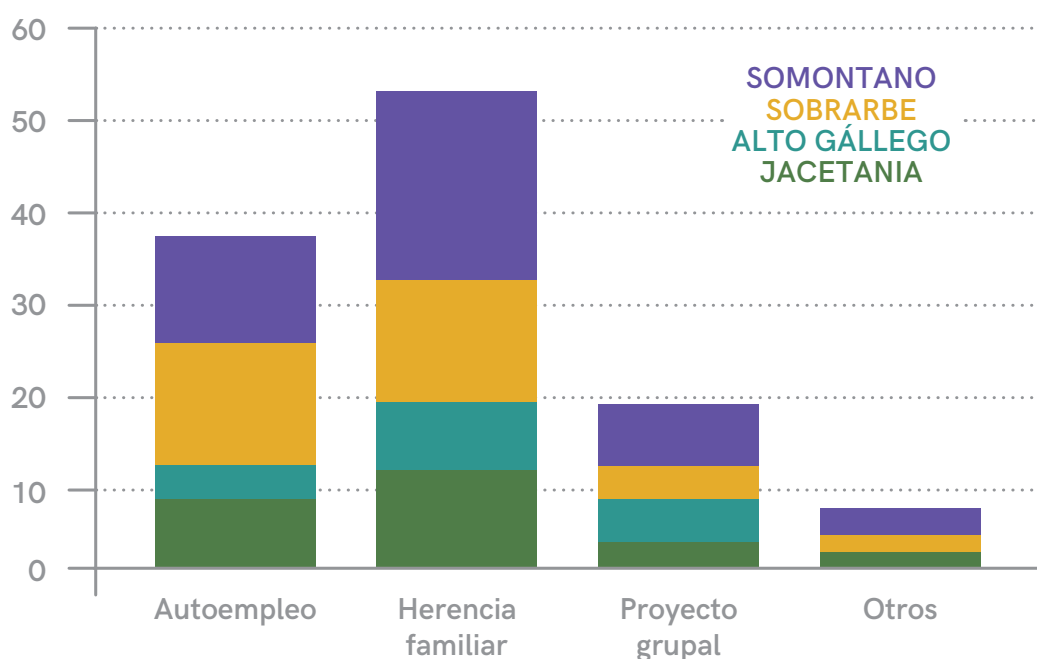


Figura 9. Número de iniciativas según origen y comarca.

Respecto a la **forma jurídica** de los proyectos en marcha, destacan los autónomos. Ésta es la manera más rápida, sencilla y económica de dar de alta un negocio y permite mantener el control y gestión total del mismo. Puede ser considerada la forma más adecuada para negocios pequeños y con pocos integrantes, como sucede en estos casos, a pesar de carecer de flexibilidad especialmente en la fase inicial de un proyecto empresarial que no genera muchos ingresos. La forma jurídica que le sigue en abundancia son las sociedades, que suelen crearse cuando los beneficios son más altos o se requieren más inversiones. Suelen ser iniciativas que ya llevan años funcionando y han demostrado su viabilidad. Existen otras iniciativas que no tienen forma jurídica porque se consideran un negocio muy pequeño o porque acaban de iniciar la actividad. En menor medida se encuentran las cooperativas y asociaciones, que únicamente aparecen en dos de las cuatro comarcas. En "otros" aparecen figuras como Sociedad Anónima y Comunidad de bienes.

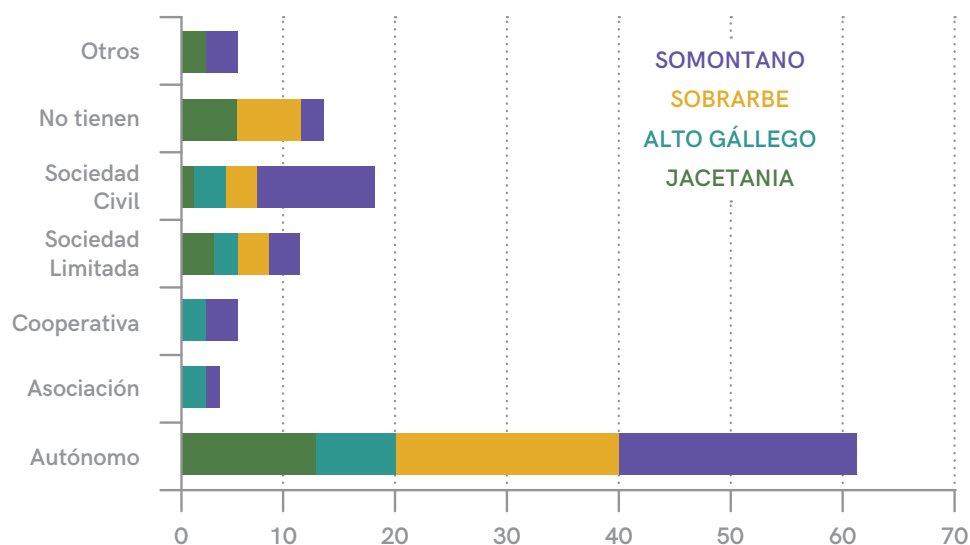


Figura 10. Número de iniciativas según figura jurídica y comarca.

Un aspecto a explorar era si el proyecto en cuestión era su **actividad económica principal**, a fin de obtener más información sobre la sostenibilidad económica de estas iniciativas. El 62% de las personas entrevistadas afirman que su iniciativa es su actividad principal, que se puede explicar en parte por el origen de la actividad (mayoritariamente por herencia familiar como hemos visto antes).

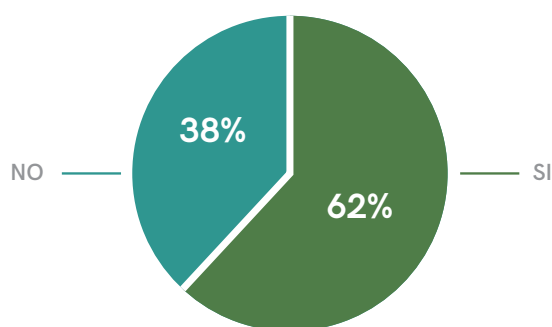


Figura 11. Porcentaje de iniciativas según si es o no su actividad principal.

Como se observa en el siguiente gráfico, el sector de la transformación es el que goza de una mayor sostenibilidad económica. Este hecho podría deberse al valor añadido que se obtiene de la transformación, ya que permite que el margen de beneficio sea mayor que vendiendo el producto primario. Por otro lado, algunas iniciativas, principalmente las ganaderas, se encuentran en su mayoría subvencionadas por el primer pilar de la Política Agraria Común (PAC) de la Comisión Europea. Este hecho facilita el que sea la actividad económica principal en buena parte de iniciativas de ganadería entrevistadas. No sucede lo mismo en las iniciativas agrícolas, en su mayoría hortícolas, ya que al ser producciones a pequeña escala, no disponen de tanta tierra, y por tanto la cantidad de ayudas que pueden recibir de la PAC (ligadas en gran parte a la superficie declarada) se reduce drásticamente.

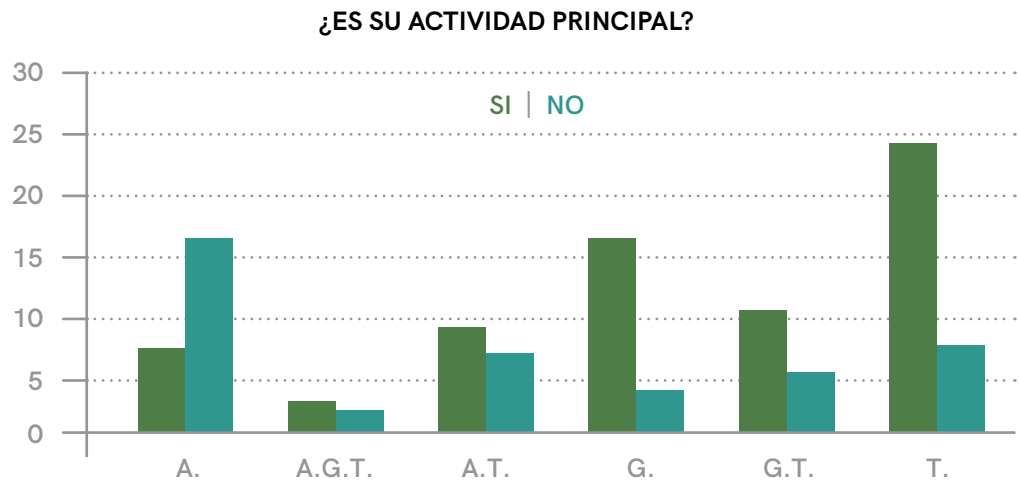


Figura 12. Número de iniciativas según sector y si es o no su actividad principal.

También se recoge información de las **jornadas laborales** imputadas a los proyectos, mostrando las diferencias existentes en cuanto al sexo de las personas trabajadoras. El sector de la transformación vuelve a reflejarse el de mayor empleabilidad, además de ser el sector en el que más jornadas laborales ocupan las mujeres. En el resto de sectores el porcentaje de jornada ocupada por mujeres varía entre el 16 y el 33%, siendo mayor en agricultura y en actividades en las que también hay transformación, y menor en ganadería.

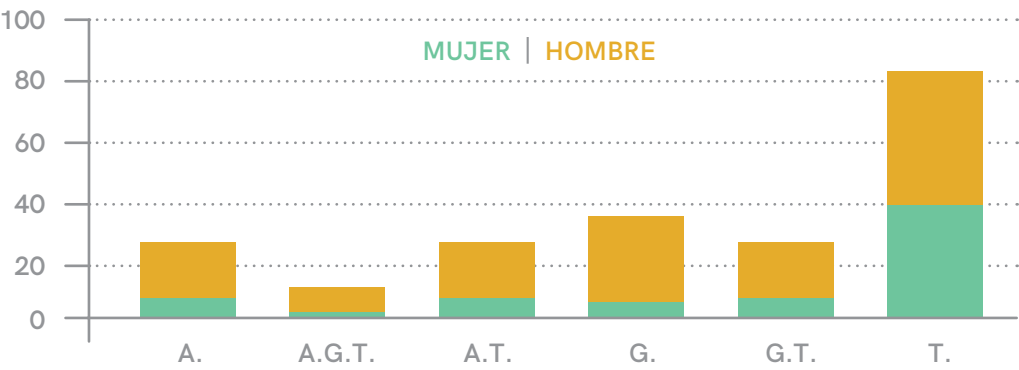


Figura 13. Número de jornadas laborales según sector y sexo.

Respecto a los precios, se preguntaba si consideran que reciben un **precio justo** por sus productos. Como se puede observar en los sectores de la transformación y la agricultura predominan las respuestas positivas, mientras que en ganadería hay más respuestas negativas, reflejando así que el precio de sus productos no lo consideran justo.



Figura 14. Número de iniciativas según sector y si consideran o no recibir un precio justo.

Una de las últimas cuestiones de las entrevistas hacía mención a las **redes y alianzas** que cada una de las iniciativas tiene entre ellas. En el siguiente gráfico se muestran los motivos por los que las iniciativas establecen relaciones con otras similares a la suya:

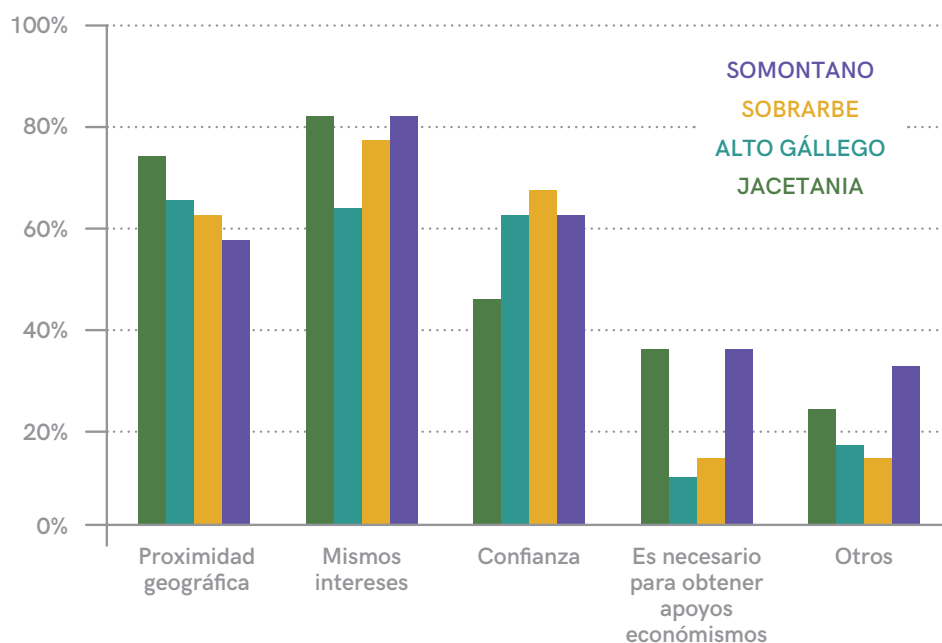


Figura 15. Grado de importancia de los motivos por los que generar relaciones con otras iniciativas similares y según comarca.

En "otros" se recogen motivos como la integración social, la representación, el intercambio de experiencias, la publicidad, compartir tecnologías, las relaciones humanas, la ampliación de conocimiento y apoyo, el acercamiento personal, el apoyo a la cooperativa comarcal, la valorización del territorio donde se ejerce la actividad, una mayor divulgación, el apoyo técnico, los contactos para comercializar y para conocer proveedores, las ayudas que revierten al agricultor a través de la cooperativa, garantizar el futuro de la empresa y la continuidad de la vida rural, la formalidad, conocer a gente, conocer más del campo, entre otros, además de comentarios como "cuantos más somos y más trabajo sacamos mejor".

En sí se percibe un interés en colaborar con otras iniciativas que aporten mejor funcionamiento a su actividad, pero por las entrevistas y contacto con los proyectos identificamos un desconocimiento en cómo lograr hacerlo con los recursos que cuenta cada proyecto. Factores como la distancia entre los proyectos, el distinto uso del tiempo en sus procesos productivos, y la diferente naturaleza de sus producciones parecen representar dificultades iniciales. El análisis de estos factores se profundiza en la siguiente sección.

A pesar de ello, algunas iniciativas de producción han ido creando sinergias sobre todo para mejorar la comercialización de sus productos asociándose bajo distintas fórmulas. Muy recientemente, en Jacetania, se ha creado una nueva asociación de productores para comercializar los productos en un mercado en Jaca. Por otro lado, los viveros de empresas agroalimentarias de Adecuara han permitido en cierto modo una mayor relación entre la administración y las iniciativas de producción y transformación en Jacetania y Alto Gállego. También se ha creado alguna sinergia entre las iniciativas que utilizan los viveros como la asociación "Alimenta Pirineos". Sin embargo, algunos productores perciben que cada productor "va a lo suyo" como se comentaba en una entrevista. Algunas de las entidades que se llegaron a crear, con el tiempo dejaron de funcionar, por lo que se percibe que todavía no ha calado una forma concreta. También, algunas iniciativas de producción de la Jacetania y Alto Gállego tienen sinergias con el actual grupo de consumo "Lupierra".

En Sobrarbe, se ha creado la asociación Sobrarbe Natural, de productoras y productores agroecológicos, de momento con muy poco recorrido, pero que ya cuenta con 10 iniciativas asociadas, casi todas ellas de reciente creación. Hay un camino por recorrer en el ámbito de las redes y sinergias entre productores/as, que implique explorar puntos en común para lograr que la colaboración entre ellos/as refleje una mejora en sus sistemas productivos y de distribución.

Otro ámbito que refiere a las sinergias y alianzas son las relaciones que existen con agentes ajenos al sistema de producción. Como información más relevante cabe destacar que los agentes con los que se tiene una mayor relación son los y las consumidoras finales, lo que muestra que muchas iniciativas intentan apoyarse en la venta directa para comercializar sus productos, a pesar de las dificultades que ello conlleva. Otros agentes con los que se tiene relación son las gestorías y el Gobierno de Aragón, ya que en éste último se recogen las Oficinas Comarcales Agrarias, es decir, entidades que les ofrecen servicios de gestión e información de trámites y ayudas. Por el contrario, los comedores colectivos (hospitales, residencias de mayores y en menor medida, escolares) son los actores con los que se tiene menor relación, prácticamente nula, ya que son canales de comercialización con pocas opciones a día de hoy de utilizar producto local y sostenible, a no ser que dispongan de cocina propia con gestión directa o trabajen con empresas de catering que funcionan en base a criterios de sostenibilidad y compra local de los productos. Y en cuanto a restaurantes y pequeños comercios locales, entre el 30 y el 40% de las iniciativas dicen tener bastante o mucha relación.

En las cuatro comarcas, aunque especialmente en Alto Gállego y Somontano de Barbastro, se ha constatado tanto por parte de la comarca como de los ayuntamientos la existencia de una gran desinformación de los proyectos que hay en el territorio, cuestión que no ayuda a generar redes de colaboración. En definitiva, queda una labor importante en la vinculación de productoras y productores entre ellos y con los distintos sectores que podrían dinamizar la comercialización y el consumo de su producción.

FACTORES DE FRENO

Tanto de las entrevistas como del estudio de mercado, se han recogido e identificado una serie de necesidades y debilidades de las iniciativas de producción, transformación, comercialización y consumo. Éstas sirvieron para que en los encuentros se debatiera y se reflexionara la manera de convertir lo que es un problema o una debilidad, en una oportunidad o fortaleza, o directamente en acciones concretas.

A continuación se presentan los resultados por comarca, aunque en el caso de Jacetania y Alto Gállego, como ya se explicó en la parte metodológica, se trabajaron siempre de manera conjunta. Los resultados se organizan en los siguientes ámbitos: recursos e infraestructuras, comercialización e información y formación.

JACETANIA Y ALTO GÁLLEGO

RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS

Por parte de las **iniciativas de producción y transformación** se consideraron:

- Mano de obra y relevo de la actividad
- Tener más tierra > Mayor variedad, poder vivir de ello
- Acceso al agua (infraestructura y permisos) y canal de riego con agua no tan contaminada.
- Materia prima de la zona, o producirla ellos/as mismos/as. Falta de harinera cercana.
- Alimentación animal: acceso a pastos más fácil. Conseguir buenos sitios donde poner abejas. Pienso más económico.
- Matadero: falta de sala de despiece y distribución.
- Obradores no adaptados a las necesidades de las actividades de transformación.

Por parte de las **iniciativas de comercialización y consumo** se comentó:

- No hay financiación pública para adecuación de instalaciones para comedores.

COMERCIALIZACIÓN

Por parte de las **iniciativas de producción y transformación** se consideraron:

- Problemas en la distribución: homologación de furgoneta, volumen, transporte en frío,...
- Disminuir el transporte o buscar otras formas de distribución.
- Escasos puntos de venta y tiendas que entiendan lo que hay detrás del producto.
- Apuesta por la hostelería con productos de calidad de la zona.
- Precios más altos. Mayor valor y no depender de ayudas.

Por parte de las **iniciativas de comercialización y consumo** se comentó:

- Distribución; no hay disponibilidad del producto a pesar de estar ahí.
- Escasa y difícil previsión. Desabastecimiento por falta de producto.
- Poca variedad de producto.
- Poca profesionalidad comercial de los/as productores/as.
- No hay autonomía en las compras (ej: colegio), pues dependen de la administración.
- Demanda escasa. Volúmenes de producción desequilibrados con la demanda.
- Climatología y estacionalidad.
- Precio de los productos.

INFORMACIÓN Y FORMACIÓN

Por parte de las **iniciativas de producción y transformación** se consideraron:

- Falta de tiempo para dar a conocer el producto desde los/as productores.
- Información y formación (ej.: gestión, producción, acompañamiento,...)
- Escasos apoyos económicos y demasiadas trabas administrativas.

Por parte de las **iniciativas de comercialización y consumo** se comentó:

- Falta de concienciación en el/la consumidor/a final sobre la relación calidad / precio.
- Las personas residentes valoran poco el producto local y pregunta poco por el mismo. Buscan precio y comodidad.
- Falta de visión global que permita ubicar al producto en un contexto de comercialización.
- Individualismo. Falta de sentimiento de proyecto común entre productores.
- Desconocimiento de las virtudes del producto.
- No se da valor al producto local en el comercio.
- Falta de formación sobre negocio. No se sabe vender la oferta de valor diferencial.
- Desconocimiento entre actores. Falta información sobre productores/as.
- Legislación que dificulta la venta directa. Dificultad para conocer y cumplir con todo el marco normativo.

RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS

Por parte de las **iniciativas de producción y transformación** se consideraron:

- Semillas: faltan semillas de variedades locales (hortalizas y forrajes).
- Alimentación animal: por lo general se tienen recursos propios, pero algunos proyectos tienen que comprar pienso en alguna cooperativa.
- Sellos de calidad: originan desconfianza. Si no se tienen es, además, por el coste y por las gestiones.
- Mataderos: se utilizan los de Aínsa, Binéfar, Huesca, Zaragoza, Lleida, Pamplona, donde lo lleva la cooperativa. De porcino no hay mataderos municipales ni comarcales.
- Obradores: la mayoría de proyectos cuentan con obrador propio. Faltarían obradores para aumentar la oferta de productos transformados como productos cárnicos, sidra, maltería...

COMERCIALIZACIÓN

Por parte de las **iniciativas de producción y transformación** se consideraron:

- Transporte en frío.
- El tiempo y los gastos de comercialización son muy altos en comparación con el resto.
- Escasos puntos de venta y porcentaje de venta directa.
- Climatología y estacionalidad del turismo.
- Hostelería trabaja mucho "a precio". Los restaurantes son un cliente pasivo que busca comodidad en el suministro y penaliza mucho el precio más elevado.
- Cooperativas locales ganaderas no tienen interés en comercializar su propia carne en la zona, ni en abrir línea de producto ecológico.

Por parte de las **iniciativas de comercialización y consumo** se comentó:

- Producción escasa y desabastecimiento por falta de previsión de los/as productores/as.
- Los/as productores/as no pasan a vender y hay que ir a buscarlos.
- Competencia de empresas grandes de producción.

Según la información generada en todo el proceso de diagnóstico, desde el Grupo Coordinador y el Comité de Seguimiento se hace la siguiente reflexión sobre **¿cuáles son las razones que dificultan la generación de REDES Y ALIANZAS?**

- La falta de cultura de identidad local y de valorar lo propio
- La falta de una cultura real de cooperación, de trabajo en red y del concepto del bien común
- La falta de conocimiento e información de los actores en los territorios
- El escaso tiempo para sacar la cabeza del día a día
- El hecho de no encontrar o no parar a buscar intereses comunes
- La desconfianza
- La falta de información e implicación de las administraciones
- La falta de infraestructuras que faciliten la venta directa y los circuitos cortos de comercialización
- La despoblación

FACTORES DE IMPULSO

Los factores de impulso identificados por los y las productoras se trabajaron directamente en los encuentros comarcales, recogiénolos como aportaciones para el diseño de la estrategia que se aborda en el siguiente capítulo. Sin embargo, esta sección recoge las oportunidades y fortalezas transmitidas principalmente por las iniciativas de comercialización y consumo (restaurantes, comercios, comedores,...) en el estudio de mercado, lo que constituye un material importante para valorar desde la perspectiva de los otros actores.

JACETANIA Y ALTO GÁLLEGO

OPORTUNIDADES

- Mincha d'aquí puede dar información sobre producto y sobre la realidad de los/as productores/as y los productos. (También en Sobrarbe)
- Mincha d'aquí como red de producción, comercialización y consumo.
- Creación de sinergias a través del proyecto.
- Compromiso creciente con los productos de la zona. Mayor concienciación entre la gente joven y los turistas.
- Aumento de conocimiento de la sociedad y de la cultura gastronómica.
- Demanda creciente de productos de proximidad.
- Tendencia al cuidado de la salud.
- Es novedad y despierta la atención.
- Buscar fórmulas que segmenten el mercado.
- Posibilidad de organizar visitas.
- Nuevos emprendimientos en producción e incremento de la variedad de producto por nuevas iniciativas de producción.
- Menos competencia tanto interna como externa por estar más aislados.
- Como se está empezando está todo por hacer.

FORTALEZAS

- Cercanía, trato y conocimiento de clientes.
- Relación personal.
- Producción y consumo profesional avanzan en la misma línea.
- Estabilidad de pedidos que dan los grupos de consumo.

- Conocimiento y concienciación de los grupos de consumo.
- Motivación por el consumo de producto agroecológico y de proximidad en un sector de la población.
- Conocimiento del producto en una parte creciente del mercado profesional y final.
- Mayor valoración de los productos por no ser masivos.
- Características diferenciales de los productos.
- Producto de calidad. Aumento de la relación calidad / precio.

SOBRARBE

OPORTUNIDADES

- Mincha d'aquí puede dar información sobre producto y sobre la realidad de los/as productores/as y los productos. (También en Jacetania y Alto Gállego)
- Hay mucho potencial para la transformación hacia lo ecológico y de proximidad, tanto en la alimentación como en la educación en general.
- Mayor concienciación de consumidores/as finales.
- Turismo.

FORTALEZAS

- Buenas relaciones entre actores.
- Comunicación directa entre actores por conocimiento mutuo.
- Proximidad entre producción y establecimientos.
- Variedad de productos en algunas comarcas.
- Entorno acorde con el mensaje.
- Establecimientos familiares que favorecen la implicación.

SOMONTANO

OPORTUNIDADES

- Aumento de la cultura y concienciación en la demanda.
- La situación política favorece la compra de producto local.
- Tendencia claramente alcista en el consumo de productos de proximidad; el de productos ecológicos es todavía demasiado bajo.

FORTALEZAS

- Los grupos de consumo consumen y recuperan productos no usados.
- Relación entre productores/as y grupos de consumo.

CONCLUSIONES DEL DIAGNÓSTICO

El estudio de las iniciativas agroalimentarias que sustenta el diagnóstico representa un análisis profundo de las condiciones de producción y transformación. Entenderlas en su especificidad pero también en función de su sector y su territorio permitirá acercar recursos necesarios para su sostenibilidad y por otro lado, vincularlas a los sectores de consumo.

Evidentemente, no toda la información recabada pudo ser volcada en el diagnóstico por su extensión y especificidad por lo que se seguirá analizando como parte de la continuidad del proyecto. **Gracias a Mincha d'aquí hoy contamos con la "radiografía" de 116 iniciativas que incluyen conocimiento sobre el origen del proyecto, cómo se combina con otras actividades, a cuántas personas se involucra.** En el caso del sector agrícola (producción vegetal), se identificó información de tipo de propiedad, superficie y producción anual, rotación de cultivos, sellos de calidad, variedades, obtención de semillas, técnicas de abonado, uso de insecticidas, fungicidas, herbicidas y/o feromonas, labores realizadas, uso de maquinaria, tipo de almacenaje y problemas relacionados con ello, canales de venta y distribución, previsión de procesos de transformación, perspectiva de sostenibilidad del proyecto en materia ambiental, económica y social; además de preguntas orientadas a explorar las relaciones entre ellas y con otros sectores.

De la misma forma, el sector de la ganadería exploró características específicas de producción animal (según sea apícola, avícola, porcina y de rumiantes) explorando en cada una ellas especificidades propias de la alimentación, manejo de ganado, manejo de residuos, uso de tratamientos, comercialización, etc.

Mientras que el de transformación profundizó en el origen de materias primas, tipos de infraestructuras utilizadas, almacenaje, estrategias de venta y distribución con miras a poder identificar posibles colaboraciones entre iniciativas productoras y transformadoras en un futuro cercano.

En definitiva, la información generada permite una exploración que irá más allá del diseño de la estrategia y que implicará la continuidad del proyecto para seguir analizando dicha información y generando de la misma recursos de gran interés para fortalecer la estrategia que se presenta en este documento. Los aspectos que fueron enfatizados son aquellos que contribuyen de manera directa a una estrategia común, la misma que se nutrió de los encuentros comarcales donde el diagnóstico se debatió con el fin de generar líneas de acción conjunta para Mincha d'aquí.

04



ESTRATEGIA

OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA

Una estrategia es una técnica o conjunto de actividades destinadas a conseguir un objetivo. La estrategia "Mincha d'aquí" persigue como objetivo principal la dinamización de iniciativas de producción, transformación, distribución, comercialización y consumo de alimentos sostenibles a nivel local, fomentando así nuevas formas de colaboración y cooperativismo, que en su primera etapa se plantea en los territorios comarcales de La Jacetania, Alto Gállego, Sobrarbe y Somontano de Barbastro.

Además, esta estrategia pretende conseguir otros objetivos como:

- Ser una estrategia común de las iniciativas, que fortalezca puntos de afinidad y sinergias entre ellas.
- Detectar áreas deficitarias y, por tanto, oportunidades para la creación de nuevas iniciativas agroalimentarias sostenibles.
- Facilitar ideas y propuestas de acción identificadas desde las iniciativas agroalimentarias para llevar a cabo a través de las políticas públicas.
- Servir de modelo replicable para impulsar planes de dinamización local sostenible en otros territorios.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Una manera de organizar toda la información generada a través del diagnóstico, el estudio de mercado y los encuentros fue estableciendo líneas estratégicas que abarcaran la especificidad de las propuestas de acción trascendiendo a los sectores y los territorios. Estas líneas ayudan marcar direcciones concretas de actuación.

Las líneas estratégicas (LE) establecidas son:

LE1. Sensibilización del consumo de productos locales y ecológicos y visibilización de las iniciativas alimentarias locales y sostenibles.

LE2. Formación y asesoramiento de las iniciativas alimentarias locales y sostenibles.

LE3. Creación de sinergias y vínculos entre las iniciativas alimentarias locales y sostenibles

LE4. Impulso desde las administraciones para la producción, transformación y comercialización de alimentos sostenibles a nivel local.

LE5. Cambios normativos que favorezcan la producción, transformación y comercialización de alimentos sostenibles a nivel local.

PROPUESTAS DE ACCIÓN PARA LA ESTRATEGIA

Para el diseño de la estrategia se recogieron un total de 183 propuestas de acción, aportadas por las iniciativas participantes en cada una de las actividades llevadas a cabo en el diagnóstico (entrevistas a iniciativas de producción y transformación, encuentros comarcales y supracomarcales y estudio de mercado). Por su importancia en el proceso, se han querido reflejar tal y como han sido expresadas, por lo que se recogen en el anexo VIII para su consulta, e identificadas todas ellas con el territorio comarcal de donde son las iniciativas que las han aportado.

Dichas propuestas de acción fueron analizadas y sintetizadas para poder profundizar en ellas en los encuentros supracomarcales, por lo que **se seleccionaron 20 acciones que representaban aquellas que fueron mencionadas con mayor frecuencia o que se abarcaban o incluían**. Es importante mencionar que, si bien algunas no están reflejadas en las líneas estratégicas de interés general, no dejan por ello de ser menos importante y parten de una necesidad específica de un sector o tipo de iniciativa que las propone con miras a mejorar su sostenibilidad económica, ambiental y/o social.

Como se menciona en el apartado metodológico, la participación de las iniciativas en los encuentros comarcales y supracomarcales les permitió incidir en la valoración de lo más urgente y necesario y con ello, dar forma y contenido a las Líneas Estratégicas (LE) y sus propuestas de acción correspondiente. Para que cada participante pudiera priorizarlas, se dio la opción de marcar con gomets las 5 acciones que consideraba más relevantes o prioritarias a corto plazo. Las siguientes tablas muestra los resultados de las propuestas de acción más votadas en cada uno de los encuentros supracomarcales (SOB/SOM = Sobrarbe y Somontano de Barbastro y JAC/AG = Jacetania y Alto Gállego), resaltando aquellas que obtuvieron 10 gomets o más entre los dos encuentros. Posteriormente a los encuentros, el Grupo Coordinador analizó todas las propuestas presentadas, las organizaron por prioridad y luego, junto con el Comité de Seguimiento, se propusieron otras acciones, las cuales se recogen en las siguientes tablas como "otras acciones propuestas", y aunque no pudieron ser priorizadas en los encuentros, se contemplan en los cuadrantes de las acciones desarrolladas.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACCIÓN	PRIORIZ. SOB/SOM	PRIORIZ. JAC/AG	TOTAL
LE1. Sensibilización del consumo de productos locales y ecológicos y visibilización de las iniciativas alimentarias locales y sostenibles	1. Más ferias y mercados (bien publicitados) y ayudas para la participación.	0	1	1
	2. Formación e información sobre el consumo de productos locales. Más campañas de promoción de consumo de producto local.	13	14	27
	3. Educación para la salud: Promover el beneficio de producto ecológico para la salud.	7	2	9
	4. Marca que promocióne el territorio, los productos locales y la sostenibilidad (con un control exterior a los productores más exhaustivo)	2	3	5
	Otras acciones propuestas: *Acciones de sensibilización a la población en colaboración con asociaciones locales (de mujeres, AMPAs, grupos de consumo, etc.). *Incidir en la educación/concienciación en colegios (AMPAS, equipo directivo,..) sobre aspectos de nutrición y de producción: comida sana, de calidad y de aquí.			

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACCIÓN	PRIORIZ. SOB/SOM	PRIORIZ. JAC/AG	TOTAL
LE2. Formación y asesoramiento a las iniciativas alimentarias locales y sostenibles	1. Formación y acompañamiento mantenido en el tiempo desde el principio de la actividad. (Ej: Escuela de Pastores del País Vasco)	7	2	9
	2. Jornadas de formación al sector de la restauración y tiendas sobre el uso de productos locales y ecológicos. Visitas técnicas a explotaciones para restaurantes y comercios	8	15	23
	3. Educación. Programa de educación alimentaria, concretamente en comedores escolares, sensibilización (equipo directivo), visitas, talleres, niños/as y padres.	11	8	19
	Otras acciones propuestas: *Organizar formaciones en agroecología específicas según tipo de producción, en colaboración con entidades locales (cooperativas, sindicatos, etc.). *Organizar sesiones informativas de gestión de actividades productivas y de transformación (en temas legales, jurídico, contables, subvenciones, infraestructuras de uso colectivo, administración y gestión, marketing, comunicación, etc.). *Organizar visitas a campo y a obradores para el intercambio de experiencias entre productores y transformadores. *Formar a los agentes del territorio (Oficinas Comarcales Agrarias, Grupos de Acción Local, Agentes de Empleo y Desarrollo Local,...) en temas de sostenibilidad, agroecología, emprendimiento social y colectivo,...			

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACCIÓN	PRIORIZ. SOB/SOM	PRIORIZ. JAC/AG	TOTAL
LE3. Creación de sinergias y vínculos entre las iniciativas alimentarias locales y sostenibles	1. Compartir una red de distribución y venta de productos agroecológicos	6	8	14
	2. Realizar encuentros entre productores y consumidores (tiendas, restaurantes, comedores,...)	0	12	12
	3. Punto de venta común y sostenible (Lonja, mercado, almacén,...)	2	20	22
	4. Encuentros de productores locales con acciones formativas, informativas y de apoyo.	0	0	0
	5. Creación de una red de consumo entre diferentes grupos de consumo y comedores colectivos (colegios, institutos, restaurantes,...)	8	0	8
	Otras acciones propuestas: *Acciones para dar a conocer las iniciativas de producción y transformación y sus productos a restaurantes, tiendas de proximidad, grupos de consumo y comedores sociales (folleto, encuentros, etc.).			

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACCIÓN	PRIORIZ. SOB/SOM	PRIORIZ. JAC/AG	TOTAL
LE4. Impulso desde las administraciones para la producción, transformación y comercialización de alimentos sostenibles a nivel local	1. Potenciar la venta directa de productos locales y sostenibles	4	7	11
	2. Nueva tecnologías (RRSS). Banda ancha de verdad. Mantenimiento de instalaciones.	0	0	0
	3. Información clara y coherente por parte de las administraciones sobre trámites, permisos, documentación necesaria para empezar una actividad y su continuación. Elaborar guía a modo de manual que indique los pasos a seguir.	1	9	10
	4. Mayor apoyo desde las instituciones (mantener y generar empleo rural y sector primario)	9	2	11
	5. Instalaciones comarcales comunitarias de almacenaje, transformación (obradores) y pequeños mataderos.	1	7	8
	6. Hacer que tanto en comedores escolares, hospitales y diferentes colectivos se consuma productos locales.	8	6	14
	Otras acciones propuestas: *Hacer campañas de formación e incorporación de jóvenes al sector primario (acceso a las tierras, acceso a una vivienda, etc.) *Reabrir un matadero mixto (eco y convencional) en Barbastro, habilitar sala de despiece y ofrecer el servicio de distribución en el matadero de Sabiñánigo y en Jacetania instalar una harinera. *Cambiar pliegos de comedores colectivos para introducir productos locales. En los colegios trabajar en coordinación con la Plataforma por unos Comedores Escolares de Calidad.			

LÍNEAS ESTRATÉGICAS	PROPUESTAS DE ACCIÓN	PRIORIZ. SOB/SOM	PRIORIZ. JAC/AG	TOTAL
LE5. Cambios normativos que favorezcan la producción, transformación y comercialización de alimentos sostenibles a nivel local	1. Ley de venta local: competencia desleal con los que tuvieron que adaptar su proyecto a la normativa actual.	1	1	2
	2. Implementar políticas públicas vinculadas con el sector primario en el territorio.	7	1	8
	Otras acciones propuestas: *Hacer seguimiento de la aplicación de la Ley de Venta Local. Identificar las mejoras, las dificultades o nuevos problemas para proponer mejoras a la misma. *Incidir a nivel político para que las leyes agroalimentarias se adapten a la realidad de los pequeños productores.			

Tabla 2. Síntesis de las propuestas de acción y su valoración en los encuentros supracomarcales.

A continuación se desarrollan aquellas que se han priorizado más en los encuentros supracomarcales y que fueron trabajadas de manera colectiva en los mismos. Estas propuestas de acción reflexionadas y desarrolladas por las iniciativas del territorio creemos son clave en la estrategia, ya que son el aterrizaje, en mayor o menor medida, de conceptos y valores teóricos y de un diagnóstico general del territorio.

LÍNEA ESTRATÉGICA LE1		CÓDIGO 01
ACCIÓN	Más ferias y mercados (bien publicitados) y ayudas para la participación.	
SUBACCIONES	A) - Agrupación de actores Mincha para poder estar presente en mercados locales. - Ayudas que faciliten la asistencia: por ej.: poder enviar a una persona que haga la venta. - Visibilidad en pequeños espacios comunes como supermercados, empresas turísticas, etc. B) - Crear espacios en la FERMA para productores y otros productos locales y sostenibles. - Crear una herramienta como una app que los productores puedan ponerse en contacto para organizar viajes.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración - Productores, transformadores - Dinamizadores - Asociaciones empresariales y ganaderas - Medios de comunicación	
RECURSOS EXISTENTES	- Ayudas a pequeños productores (económica y logística)	
PRIORIDAD	Corto y medio plazo (A) Corto plazo (B)	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE1		CÓDIGO 02
ACCIÓN	Formación e información sobre el consumo de productos locales. Más campañas de promoción de consumo de producto local.	
SUBACCIONES	- Informar/sensibilizar ¿qué es un producto local? Entender/hacer entender todo lo que conlleva consumir producto local. A) Sensibilización interna para sensibilización al público. Sensibilización interna con reuniones entre actores (IMPORTANTE: a esto hay que darle visibilidad hacia afuera) ¿Cómo se visibiliza? Publicidad y medios de comunicación. B) Campañas de información y sensibilización medioambiental a la ciudadanía y a través de asociaciones locales. - Jornadas gastronómicas - Campañas publicitarias: redes sociales, en la radio (de manera periódica entrevistas a productores, restaurantes para dar visibilidad). - ¿Animación, dinamización? C) - Campañas y programas para las escuelas, para padres y madres y a los alumnos/as como futuros adultos. Visitas a productores. - Folleto que cuente los valores de estos productos. - Informar y sensibilizar a la restauración de los productos existentes y las ventajas que para todos supone contar con alimentos locales y sostenibles en su menú y que sepan contarlos.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Asociaciones empresariales y de comercio - Productores/as y transformadores/as - Grupo de Acción Local - Administración - Asociaciones locales (de mujeres, grupos de consumo, etc.) - Colegios y AMPAS - Restaurantes - Medios de comunicación	
RECURSOS EXISTENTES	- Pon Aragón en tu mesa - Mincha d'aquí (Catálogo Productores Locales y Decálogo de Sostenibilidad) - Tener en cuenta las ayudas de protección de los Parques. Aprovechar las figuras de protección y su relación turística. - Visibilizar estos productos por parte de la administración y los parques naturales. Recursos de localización.	
PRIORIDAD	Corto y medio plazo (A) Corto plazo (B)	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE1		CÓDIGO 03
ACCIÓN	Educación para la salud: Promover el beneficio de producto ecológico para la salud.	
SUBACCIONES	Mismas sub-acciones que la propuesta de acción nº 02, además de: - Contactos de venta directa. - Visitas a explotaciones. - Incidir en la educación/concienciación en colegios sobre aspectos de nutrición y de producción: comida sana, de calidad y de aquí.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Asociaciones empresariales y de comercio - Productores/as y transformadores/as - Grupo de Acción Local - Administración - Asociaciones - Colegios (equipo directivo) y AMPAS - Restaurantes - Medios de comunicación	
RECURSOS EXISTENTES	- Tener en cuenta las ayudas de protección de los Parques. Aprovechar las figuras de protección y su relación turística. - Visibilizar estos productos por parte de la administración y los parques naturales. Recursos de localización.	
PRIORIDAD	Corto plazo (A y B) Medio plazo (C)	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE1		CÓDIGO 04
ACCIÓN	Marca que promocióne el territorio, los productos locales y la sostenibilidad.	
SUBACCIONES	- Sería interesante contar con una marca pero en el territorio ya existen varias. - No crear otra sino que podría ser Mincha d'aquí.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración - Iniciativas con marcas identificativas similares	
RECURSOS EXISTENTES	- Mincha d'aquí	
PRIORIDAD	Medio plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE2		CÓDIGO 05
ACCIÓN	Formación y acompañamiento mantenido en el tiempo desde el principio de la actividad.	
SUBACCIONES	- Organizar formaciones en agroecología específicas según tipo de producción y transformación agroalimentaria, en colaboración con entidades locales. - Organizar sesiones informativas de gestión de actividades productivas y de transformación (en temas legales, jurídico, contables, subvenciones, infraestructuras de uso colectivo, administración y gestión, marketing, comunicación, etc.) - Formación al productor/a: saber cómo venderse, cómo promocionar su producto, cómo transmitir los valores de la agroecología. Es importante poder transmitir los valores que mueven al productor "artesano", como parte de la sensibilización del "cliente". - Apoyo por parte de las Comarcas para crear espacios de encuentros entre los productores para una co-formación y cooperación más tangible. - Organizar visitas a campo y a obradores para el intercambio de experiencias entre productores y transformadores. - Formar a los agentes del territorio (Oficinas Comarcales Agrarias, Grupos de Acción Local, Agentes de Empleo y Desarrollo Local,...) en temas de sostenibilidad, agroecología, emprendimiento social y colectivo,...	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración - Asociaciones - Cooperativas de productores - Sindicatos agrarios - INAEM - CCOO / UGT	
RECURSOS EXISTENTES	- ACOMSEJA (Asociación de empresarios de comercio y servicios de La Jacetania) se presta a ayudar en la difusión de la guía, del vídeo, etc. - Cursos y talleres de empleo que ya se están realizando - Instalaciones y terrenos (Sindicatos) - Experiencia de la Escuela de Pastores del País Vasco	
PRIORIDAD	Medio plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE2		CÓDIGO 06
ACCIÓN	Jornadas de formación al sector de la restauración y tiendas sobre el uso de productos locales y ecológicos. Visitas técnicas a explotaciones para restaurantes y comercios.	
SUBACCIONES	- Despertar inquietud y conciencia en restaurantes y tiendas para saber qué tienen de producto local - Conocer cada producto/productor/su historia para poder venderlo mejor - Los restaurantes deben organizar campañas del tipo "Por qué apoyo el km0" - Guía de los productores Jacetania/Alto Gállego que sea muy descriptiva (donde se pueda conocer bien al productor leyendo su descripción), y distribuirlo por los comercios y restaurantes. - Organizar ferias km0, en general espacios para que los productores se hagan conocer. - Realizar visitas de degustación para los restaurantes y comercios, hacer visitas guiadas de convivencia (donde se incluya al final una comida por ejemplo) donde compartir el saber hacer del productor, su historia, su producción, etc. - Realizar jornadas tipo "Jornada de la trufa" (en Jacetania). - Jornadas de puertas abiertas en las distintas empresas de producción y transformación, para que restaurantes y comercios les visiten. Crear una agenda según disponibilidades. - Hacer un vídeo sobre los productores de la Jacetania/Alto Gállego (e incluso Francia) y hacerlo operativo. Vídeo de presentación de productores y transformadores, para difundir por redes sociales. - Organizar charlas con comercios y restaurantes donde se presente el vídeo. - Menú/Carta de producto local - Visitas a productores y transformadores, para turistas, con rutas gastronómicas. - Evitar fraudes de productos locales que no lo son.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Asociaciones de comerciantes, hostelería y empresas turísticas - Administración - Productores y transformadores - Restauradores y comerciantes - Turismo	
RECURSOS EXISTENTES	- Ej.: Inauguración Cerveza Rondadora (invitan a posibles clientes) - Ej.: Menú del territorio en Sobrarbe. Geoparque. Desde ACOMSEJA: - Dar a conocer a los socios (unos 300 comercios y restaurantes de la Jacetania) todos los productores de km. 0. - Enlazar en su web el directorio de Mincha. Pero la web de Mincha no puede estar "muerta", que sea algo vivo con fotografías, historias.... Un simple directorio no llama la atención, tiene que ser algo atractivo. - Invitar a comercios agroalimentarios a conocer experiencias catalanas y vascas, donde hay comercios con casi sólo producto local.	
PRIORIDAD	Corto plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE2		CÓDIGO 07
ACCIÓN	Educación. Programa de educación alimentaria, concretamente en comedores escolares, sensibilización (equipo directivo), visitas, talleres, niños/as y padres.	
SUBACCIONES	- Visitas a fincas e iniciativas locales y sostenibles y a grandes cadenas de producción o ver vídeo/imágenes con una realidad similar de la agroindustria. - Promover que se replique el modelo del colegio de Aínsa. Divulgación José Luis (cocinero del colegio). - Campaña de promoción de la fruta y del producto local. - Talleres a familias a través de las AMPAS. - Exigir desde la asociación de productores/as que se cree, el cambio de legislación de los comedores escolares. - Formar a las AMPAS en cuestiones de producto local, alimentación-salud, y realizar jornadas de degustación con ellas.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración - Productores y transformadores - Colegios - AMPAS	
RECURSOS EXISTENTES	- Experiencia del colegio de Aínsa.	
PRIORIDAD	Corto plazo para obtener resultado a largo plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE3		CÓDIGO 08
ACCIÓN	Compartir una red de distribución y venta de productos agroecológicos.	
SUBACCIONES	A) Hacerla dinámica e ir añadiendo las iniciativas que se quieran ir sumando. B) Generar un folleto o tríptico básico que enseñe los productores o transformadores. Ubicarla en un expositor de color en puntos de información (albergues, tiendas, turismo) que contenga allí los folios. También se puede poner la información para descargar en Word o Pdf, actualizándose periódicamente. <i>(Relacionada con la acción nº 09)</i>	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Tiendas - Turismo	
RECURSOS EXISTENTES	- Mapa de Mincha d'aquí - Página de Mincha d'aquí	
PRIORIDAD	Corto plazo (A) Medio plazo (B)	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE3		CÓDIGO 09
ACCIÓN	Realizar encuentros entre productores y consumidores (tiendas, restaurantes, comedores,...)	
SUBACCIONES	Crear una red de los miembros de Mincha d'aquí que puede seguir nutriéndose de: - Encuentros para conocerse más productores y comerciantes. Exponiendo sus productos, proponiendo sinergias ya sea de consumo o de distribución. - Activar una plataforma de comunicación on-line donde puedan interactuar entre productores y productores con consumidores. Puede ser en el entorno de la página de Mincha. - Foro común. La idea es que sea un espacio de foro para compartir conocimiento, resolver dudas p.e. administrativas, compartir procesos.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Participantes del proyecto Mincha d'aquí - Asociación de productores - Asociación de empresarios - ADECUARA -Ayuntamientos, comarcas	
RECURSOS EXISTENTES	- Página Mincha d'aquí - Diagnóstico del proyecto Mincha d'aquí	
PRIORIDAD	Corto plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA	LE3	CÓDIGO 10
ACCIÓN	Punto de venta común y sostenible (Lonja, mercado, almacén,...)	
SUBACCIONES	A) Lonja Km (ej.: en Martillué), sólo con producto del Pirineo (Jacetania y Alto Gállego) - Eso permitiría que comercio y restaurantes tuvieran un punto donde encontrar los diferentes productos y por otro lado reducir desplazamientos de los productores. - Se priorizarían producto de proximidad (embutido de caza, setas, huerta, legumbres, verduras) - Requiere un estudio de viabilidad, en tanto que también implica una inversión considerable. Sobre todo, para preparar las instalaciones de acuerdo a los diferentes productos y sus necesidades (ej. Frescos) - Implica conocer y profundizar sobre las posibilidades de productores y necesidades de hostelería y cuantificar producto mínimo. B) Generar una plataforma de gestión en internet que gestione oferta-demanda de productos de proximidad que participan en Mincha d'aquí (complementaria a la sub-acción A, aunque también se puede plantear de forma independiente). - Se tiene que considerar que el acceso real a internet no es el mismo en todos los sitios, los productores que viven en zonas más remotas aún tienen problemas de conectividad. - Se requiere hacer incidencia en este punto. - Puede ser una oportunidad para generar una venta más que se basa en la interacción de los individuos y no requiere una infraestructura física como una lonja, aunque quizás sí, un punto de distribución intermedio. C) Tiendas de productores locales - Requiere concienciación del producto local y artesano mediante campañas <i>(se conecta con LE1 y LE2)</i> - Se puede empezar por etiquetado "producto de..." Por ejemplo en Sobrarbe hay una sensibilización. Campaña de compromiso - responsabilidad social - Conocer y visitar experiencias similares, por ejemplo en País Vasco. - Buscar salida con otras estrategias hacia los clientes, por ejemplo ruta de productores. - Sistema de distribución con producto local, que haga rutas y los propios camiones tienen publicidad. Reforzar el sistema logístico.	

AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Ayuntamientos - Asociación de productores - Asociación de empresarios - Grupos de consumo - ADECUARA - Vendedores ambulantes (para acercar producto a los pueblos) (C)
RECURSOS EXISTENTES	<i>No abordado</i>
PRIORIDAD	Medio plazo (A) Medio plazo (B) Corto plazo (C)

LÍNEA ESTRATÉGICA LE3		CÓDIGO 11
ACCIÓN	Creación de una red de consumo entre diferentes grupos de consumo y comedores colectivos (colegios, institutos, restaurantes,...)	
SUBACCIONES	- Compartir la iniciativa que propone José Luis del colegio de Aínsa (comedor en ecológico) - Buscar centros educativos	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración (Aytos, comarcas, DPH, DGA) - Comunidad escolar - Financiador - Productores	
RECURSOS EXISTENTES	- Experiencia de 6 años en el colegio de Aínsa	
PRIORIDAD	Corto plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE4		CÓDIGO 12
ACCIÓN	Potenciar la venta directa de productos locales y sostenibles.	
SUBACCIONES	- Señalización viaria de puntos de venta de productos locales. - Distintivos en establecimientos hosteleros que apuesten por los productos locales. - Facilitar la venta de productos cinegéticos (mataderos y salas de despieces) y micológicos.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración - Asociaciones (de productores, micológicas, de caza)	
RECURSOS EXISTENTES	<i>No abordado</i>	
PRIORIDAD	Corto plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE4		CÓDIGO 13
ACCIÓN	Información clara y coherente por parte de las administraciones sobre trámites, permisos, documentación necesaria para empezar una actividad y su continuación.	
SUBACCIONES	- Elaborar guía a modo de manual que indique los pasos a seguir. - Contacto con agentes del territorio que orienten y asesoren. - Mediación - acompañamiento cuando haya problemas con normativas. - Arbitrariedad, especialmente en la legislación higiénico-sanitaria, para evitar que no dependa la legislación según quién haga la inspección.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración	
RECURSOS EXISTENTES	- Experiencia y conocimiento de las Agentes de Empleo y Desarrollo Local	
PRIORIDAD	Corto plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE4		CÓDIGO 14
ACCIÓN	Mayor apoyo desde las instituciones (mantener y generar empleo rural y sector primario)	
SUBACCIONES	A) Vivienda - Bolsas (no tanto en una web sino a través de las entidades públicas). - Impuestos (gravamen) a los propietarios para mantener en buen estado las viviendas y alquilarlas. - Luchar contra la estacionalidad en el uso de viviendas. - Subvenciones para rehabilitaciones y flexibilizar la legislación - Mejorar la autoestima en zonas rurales. - Fomentar la convivencia entre los habitantes (los de toda la vida y los nuevos instalados). - Integrar a la gente de manera organizada, acompañando el proceso. - Precios accesibles (mucha influencia del turismo). - Sensibilizar al Ayuntamiento del beneficio de nuevos pobladores. B) Tierras - Mapeo de tierras en desuso. - Uso compartido de los recursos naturales. Cooperación. - Lotes de tierra. C) Otros - Renovación política en las entidades públicas municipales y comarcales. - Pequeñas industrias que favorezcan la creación de empleo local. - Ayudas y formación para pequeños productores. - Barrera normativa a las iniciativas agroalimentarias. <i>(Relacionada con la acción nº 17 de la LE5)</i>	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Ayuntamientos - Proyecto Pueblos Vivos - LEADER - AEDL - Comarcas - Técnicos/as - OCA - Sindicatos agrarios	
RECURSOS EXISTENTES	No abordado	
PRIORIDAD	Corto plazo (A) Medio – largo plazo (B y C)	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE4		CÓDIGO 15
ACCIÓN	Instalaciones comarcales comunitarias de almacenaje, transformación (obradores) y pequeños mataderos.	
SUBACCIONES	- Mataderos existentes, que no se cierren, como el de Sabiñánigo. Habilitar sala de despiece y ofrecer el servicio de distribución. - Mataderos portátiles. - Harinera en Jacetania.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración - Cooperativa de productores	
RECURSOS EXISTENTES	- Viveros de empresas agroalimentarias Jaca - Biescas	
PRIORIDAD	Corto y medio plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE4		CÓDIGO 16
ACCIÓN	Hacer que tanto en comedores escolares, hospitales y diferentes colectivos se consuma productos locales.	
SUBACCIONES	- Incluir este requisito en los pliegos de condiciones de las licitaciones. - Copiar el modelo del comedor ecológico del colegio de Aínsa. - Subvenciones a comedores públicos, concertados y privados (pagar precio justo al productor). - Flexibilidad en el menú para adaptarse a la estacionalidad. Menús equilibrados. - Falta producto local y sostenible para abastecer a los comedores. - Sensibilización: los alimentos son nuestro medicamento. - Cambiar pliegos de condiciones: no hacer prevalecer el precio. - Formación a cocineros/as. - Cocinas propias e instalaciones adaptadas. - Logística: obrador de cuarta gama. - Coordinación y planificación de cultivos. - Apoyarse en distribuidores existentes.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Catering sensibilizados - Cocineros/as - AMPAS - Plataforma por unos Comedores Escolares de Calidad - Administración - Directivos de establecimientos privados - Productores/as	
RECURSOS EXISTENTES	<i>No abordado</i>	
PRIORIDAD	Corto plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE5		CÓDIGO 17
ACCIÓN	Ley de venta local: competencia desleal con los que tuvieron que adaptar su proyecto a la normativa actual.	
SUBACCIONES	- Ley adaptada para instalar y fijar agricultores y ganaderos pequeños. - Debe ofrecer más beneficios que perjuicios. - Hacer seguimiento de la aplicación de la Ley de Venta Local. Identificar las mejoras, las dificultades o nuevos problemas para proponer mejoras a la misma.	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Gobierno de Aragón - Ayuntamiento de Aínsa - Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos (FCQ)	
RECURSOS EXISTENTES	No abordado	
PRIORIDAD	Corto plazo	

LÍNEA ESTRATÉGICA LE5		CÓDIGO 18
ACCIÓN	Implementar políticas públicas vinculadas con el sector primario en el territorio.	
SUBACCIONES	- Bancos de tierras, para fomentar la instalación de nuevas iniciativas de producción y transformación agropecuaria, como para mejora de explotaciones. - Incidir a nivel político para que las leyes agroalimentarias se adapten a la realidad de los pequeños productores. <i>(Relacionada con la acción nº 13 de la LE4)</i>	
AGENTES/ ENTIDADES INVOLUCRADAS	- Administración	
RECURSOS EXISTENTES	<i>No abordado</i>	
PRIORIDAD	Largo plazo	

En las tablas anteriores se recogen todas las acciones priorizadas, salvo la LE3. 4. Encuentros de productores locales con acciones formativas, informativas y de apoyo y la LE4. 2. Nueva tecnologías (RRSS). Banda ancha de verdad. Mantenimiento de instalaciones, que se tuvieron en cuenta en los encuentros incorporándolas dentro de otras acciones, pero que no se desarrollaron.

05



IMPLEMENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Este proyecto y cualquier tipo de estrategia, carecería de sentido sin una continuidad posterior. Su fortaleza es un diagnóstico fundamentado que detecte áreas deficitarias y, por tanto, oportunidades para la creación de nuevas iniciativas agroalimentarias sostenibles; facilite ideas y propuestas de acción que refuercen puntos de afinidad y sinergias entre toda la cadena agroalimentaria, desde el productor hasta el consumidor.

Esta estrategia ha sido generada a partir de un gran esfuerzo y voluntad colectiva, tanto de las iniciativas participantes como de las entidades y administraciones promotoras del proyecto. Es una muestra de trabajo y suma de conocimientos, experiencias y puntos de vista diversos, lo que hace que se tenga una panorámica integral de los territorios en cuanto a la alimentación, desde su producción hasta su comercialización, pasando por su transformación.

Una vez terminada la elaboración de la estrategia, se prevé una reunión con las entidades y actores clave del territorio, y, en su defecto, una ronda de contactos con los representantes de los Grupos de Acción Local y otras entidades de la zona, con el fin de obtener una mayor visibilidad primero y apoyo institucional después.

Además, se elaborarán diferentes materiales para divulgar los resultados, con el fin de difundirlo en puntos estratégicos dentro del ámbito de actuación: centros de educación primaria, secundaria, universidades, de formación profesional, cooperativas agrarias y ganaderas y todos aquellos que sugieran las entidades locales. Y, por supuesto, por las vías de difusión que tengan establecidas la multitud de entidades partícipes y que apoyan este proyecto.

También se propone llegar más allá de Aragón utilizando la estructura de CERAI y de otras entidades colaboradoras con sedes fuera de la Comunidad.

Dado que la Diputación Provincial de Huesca, a pesar de manifestar en un principio su interés en participar y apoyar el proyecto, se quedó en el último momento fuera del Comité de Seguimiento (denominado "consorcio" por la Fundación Daniel y Nina Carasso). Por esta razón, se propone invitarles a formar parte del Comité de Seguimiento aportando recursos y contactos para la ejecución de los resultados obtenidos en el diagnóstico y para la implementación de la estrategia en sí. De la misma forma, se propone que el resto de los actores involucrados refrenden desde su posición (sea administración, organización social, etc.), su implicación en la implementación de la estrategia. Toda colaboración es necesaria para poder poner en marcha un proyecto de esta envergadura.

HOJA DE RUTA

Si bien la siguiente fase de **Mincha d'aquí** debe definirse consolidando los compromisos por parte de las administraciones para asegurar la implementación y seguimiento, así como la financiación, la estrategia establece una hoja de ruta con acciones concretas para dar continuidad al proyecto:

1. Difundir la estrategia Mincha d'aquí.

- Organizar presentaciones públicas e institucionales de la estrategia.
- Organizar reuniones con entidades claves y administraciones de los territorios implicados.
- Mantener reuniones con entidades claves y administraciones de comarcas vecinas, como La Ribagorza y Hoya de Huesca.
- Organizar la información de las iniciativas para posibles folletos y medios de divulgación y promoción.

2. Formalizar la estructura de implementación, seguimiento y evaluación de la estrategia

- Mantener reuniones con iniciativas, entidades claves y administraciones para poner en marcha la estructura que dé seguimiento a la estrategia.
- Definir protocolos de funcionamiento.
- Definir el compromiso de participación con representantes de las distintas entidades y administraciones.
- Asegurar los compromisos para poder ejecutar las propuestas de acción en las 5 líneas estratégicas.

3. Facilitar la implementación de acciones recogidas en esta estrategia y otras nuevas que se propongan y que vayan acordes a los objetivos de Mincha d'aquí.

- Buscar mecanismos y recursos para llevar a cabo las acciones priorizadas.
(Antes de finalizar la primera fase de Mincha d'aquí descrita en este informe, desde el GC y el CS se han buscado recursos para la implementación de algunas acciones recogidas en esta estrategia. Para este año 2018 ya se tiene previsto organizar diferentes módulos formativos sobre herramientas de comunicación y de marketing, como respuesta a la línea estratégica 2 "Formación y asesoramiento a las iniciativas alimentarias locales y sostenibles".)
- Habilitar espacios (virtuales y presenciales) para recoger nuevas propuestas.

4. Apoyar la comunicación entre las distintas iniciativas, y entre éstas y las entidades y administraciones locales.

- Generar canales y herramientas que faciliten la comunicación.
- Promover y dinamizar espacios de encuentro e intercambio entre las iniciativas productoras y consumidoras.

5. Profundizar en el análisis y conocimiento generado en el proyecto Mincha d'aquí.

- Analizar la información de las iniciativas de producción y transformación mediante estudios sectoriales, temáticos o regionales.
- Analizar las iniciativas de comercialización y consumo participantes en el estudio de mercado.
- Actualizar y complementar la información de las iniciativas agroalimentarias locales y sostenibles.
- Continuar con el mapeo de iniciativas de producción y transformación entrevistadas.
- Participar en foros y congresos interdisciplinarios para fortalecer la metodología y estrategia en general.

71



MECANISMOS, ESTRUCTURA DE IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO

El seguimiento de la estrategia requiere de un pilotaje, como el de este proyecto, que ha funcionado. Requiere también un soporte técnico y económico, para lo que sería importante contar con el apoyo de:

- **Diputación Provincial de Huesca**, como institución catalizadora de este trabajo previo y de cara a implementar un proyecto a nivel provincial, tomando también como base su trabajo y experiencia con el POCTEFA "Hecho en los Pirineos".
- **Gobierno de Aragón**, como administración autonómica con las competencias en el sector agroalimentario, y cuyo Departamento de Ordenación del Territorio, Movilidad y Vivienda apoyó inicialmente el proyecto con una carta. Trabajar en cooperación con el proyecto de "Pon Aragón en tu mesa", como aglutinador de los Grupos de Acción Local del territorio aragonés.

Desde los distintos organismos/administraciones es necesario nombrar a una persona de referencia para poder realizar el seguimiento de las iniciativas, aunque eso debería comportar que exista una base de participación y de compromiso por parte de entidades participantes y las iniciativas agroalimentarias.

Por eso consideramos que antes de establecer un mecanismo de seguimiento, tiene que haber un reconocimiento claro de la estrategia como tal, es decir, que existan sobre todo signos claros de que las instituciones que han apoyado el proyecto **reconozcan la estrategia dentro de sus objetivos y la enmarquen oficialmente en sus políticas de desarrollo local**. Es importante que en el seguimiento participen directamente los actores que fueron objetivo del proyecto, esto es, las iniciativas de producción, transformación, comercialización y consumo. Para ello, se propone crear un Foro o Mesa de trabajo a nivel comarcal y supracomarcal, ambos formados por los propios actores representantes de la cadena agroalimentaria, así como personal técnico de las administraciones y de las entidades locales.

En este sentido, y en relación con una acción que se menciona en la hoja de ruta, los Grupos de Acción Local (GALs) podrían jugar un papel importante al integrar la estrategia de Mincha d'aquí en sus propios planes estratégicos de desarrollo local participativo (haciendo las aportaciones necesarias los miembros del CS y los representantes de los distintos sectores). Eso implica conformar un comité de seguimiento de la estrategia, establecer la metodología, los parámetros, los indicadores, etc.

La **implementación de la estrategia** tiene que hacerse de forma integral y organizada para lograr llevar a cabo desde las acciones más concretas a través de las propias iniciativas agroalimentarias y las entidades locales con pequeñas ayudas y subvenciones, hasta acciones mayores gracias a inter-cooperación entre asociaciones como los GALs y las administraciones. Los GALs podrían ser (en coordinación con los órganos de seguimiento) quienes recojan el estado de los indicadores y mejoras a hacer, es decir, quienes den seguimiento al progreso de la estrategia.

La **evaluación** ha de ser continuada una vez que comience la andadura hacia la creación de una red local, ya que la complejidad de la diversidad de iniciativas y sus circunstancias obligará a tener que ir aportando diferentes y diversas soluciones y/o herramientas.

En el entendido de que Mincha d'aquí propone servir de modelo replicable para impulsar planes de dinamización local sostenible en otros territorios, queda por comprobar si la metodología utilizada para la elaboración de la estrategia es replicable en otros territorios de diferentes características. Consideramos que es posible, pero es necesario una búsqueda preliminar de procesos similares que se puedan nutrir de la propuesta. En ese sentido, el indicador más fiable para verificar la idoneidad de la estrategia creada, será el número de partidas presupuestarias (fuente de verificación) públicas con base o pretexto en esta estrategia o la referencia directa a la misma.

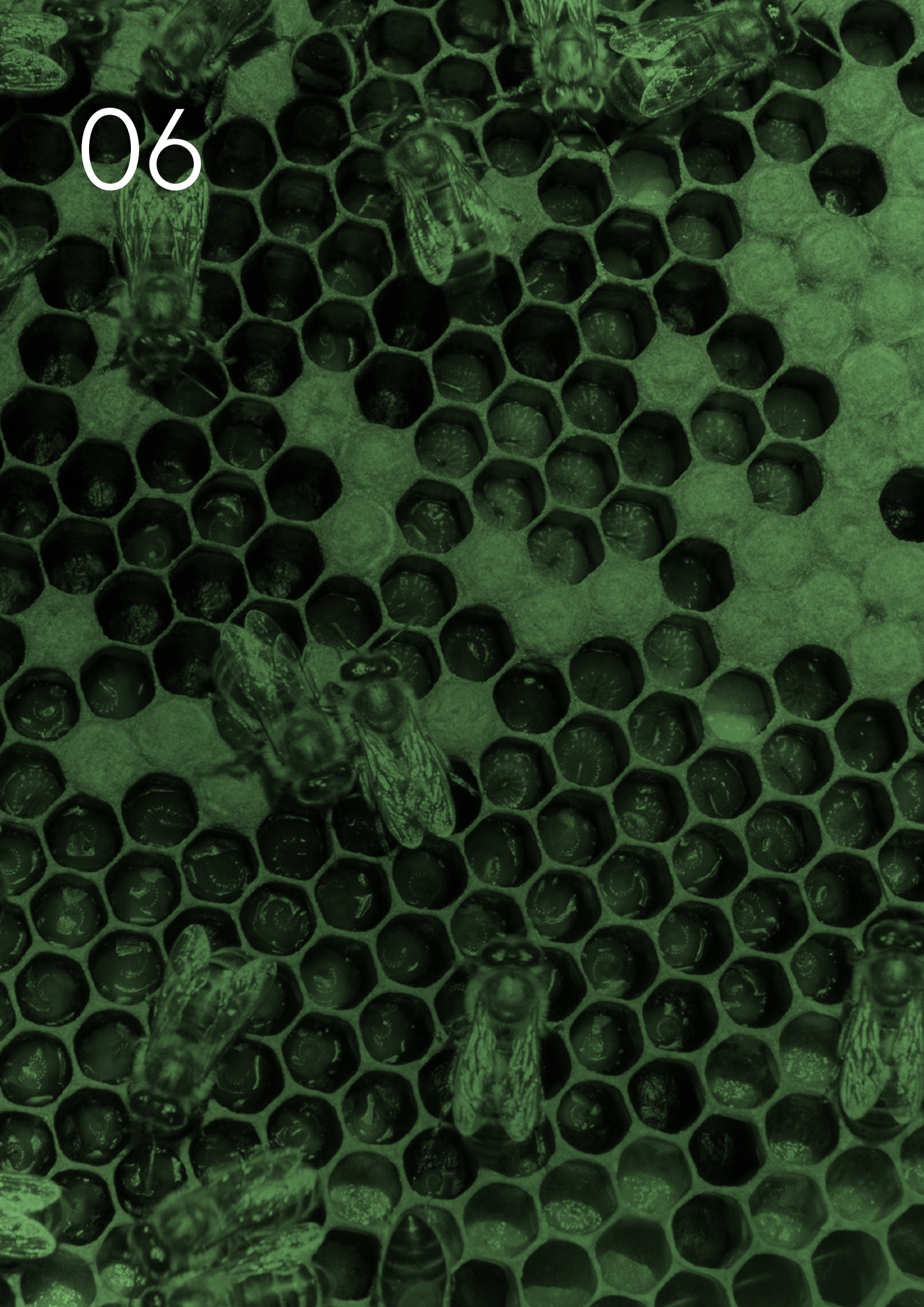
Así pues, desde el Comité de Seguimiento se considera que se ha desarrollado un buen trabajo y que la metodología y el proceso en sí han sido un éxito, por lo que se propone continuar con la misma estructura conformada:

- **Grupo Coordinador**, conformado por entidades locales del territorio, con una figura de coordinación.
- **Comité de Seguimiento**, conformado por el Grupo Coordinador y las administraciones y otras entidades locales del territorio.

Unida a un esmerado y profesional trabajo técnico, permitirá llevar a cabo políticas públicas de una manera eficaz, partiendo de resultados consensuados, objetivos y fiables.

Al haber una gran implicación pública en esta iniciativa, se espera que las administraciones implicadas, se apropien de los resultados de la estrategia en la medida que sus competencias se lo permitan.

06



CONCLUSIONES

La importancia del trabajo realizado se debe poner en valor al contrastar la amplitud de las cuatro comarcas implicadas, la dispersión de las iniciativas agroalimentarias sostenibles encontradas y el interés de los actores para participar en la construcción de esta estrategia. Una estrategia transversal que favorece nuevas formas de emprender, bajo el enfoque de la sostenibilidad y la agroecología, nuevas formas de organizar la comercialización, apoyando los canales cortos de comercialización y la venta de cercanía, en beneficio de las iniciativas productoras y consumidoras. Es importante valorar que el trabajo conjunto realizado hasta el momento con la implicación de varios sectores productivos, administraciones, asociaciones, es pionero en nuestros territorios y ha sido respaldado por el apoyo de casi 40 entidades y profesionales antes de iniciar el proyecto.

La primera etapa ha sido culminada cumpliendo con los objetivos propuestos. Gracias a la colaboración de todos los actores implicados en el proyecto, **Mincha d'aquí ha cumplido cabalmente con los objetivos planteados:**

- Hoy conocemos **116 iniciativas alimentarias sostenibles** en marcha a lo largo del territorio de las cuatro comarcas, teniendo como expectativa inicial encontrar al menos 50.
- Hemos realizado un mapeo de sus características y una plataforma online para darlas a conocer entre otras iniciativas que deseen contactarlas, apoyarlas y/o promoverlas.
- A través de la investigación participativa, se ha generado un **diagnóstico de sus necesidades y fortalezas** identificando los factores de freno e impulso para lograr sinergias entre ellas, identificando los problemas que más les afectan para lograr su mantenimiento.
- Como parte del proceso participativo, se ha logrado **implicar en el diseño de una estrategia conjunta a un rango amplio de actores heterogéneos** interesados en la filosofía y propuesta de Mincha d'aquí: productores/as, transformadores/as, restaurantes, comercios, comedores, consumidores/as, organizaciones sociales, centros de investigación y administraciones públicas, con el fin de lograr construir las propuestas desde la voz de las personas y organizaciones implicadas, de una forma realista pero también propositiva. Tenemos identificadas 183 propuestas a lo largo del territorio que fueron organizadas y estructuradas en la estrategia a nivel supracomarcal pero que pueden retomarse como parte de acciones locales por los actores claves de este proceso.

Con el trabajo realizado que ha desembocado en la estrategia Mincha d'aquí (estrategia que necesitará ser actualizada a medida que se vayan implementando las acciones propuestas y evolucione el contexto en el que os encontramos), corresponde ahora reflexionar sobre el camino recorrido, sus alcances y retos. Al respecto queremos destacar:

El trabajo conjunto entre actores heterogéneos de las comarcas implicadas. Quizás la mayor fortaleza de la estrategia ha sido lograr un trabajo consistente y coordinado implicando a actores de diferentes sectores de las comarcas de La Jacetania, Alto Gállego, Sobrarbe y Somontano de Barbastro. La apuesta de que una parte del Pirineo y Pre-pirineo Aragonés se convierta en una experiencia de alimentación sostenible, ligada al territorio y de gran calidad nos ha permitido encontrar las condiciones favorables para la propuesta y ejecución de la primera fase de Mincha d'aquí. Un territorio con un capital social (confianza, vínculos,...) y con mucho potencial, que requiere cultivarse entre las organizaciones del territorio, grupos de acción local y por supuesto, los actores clave de las iniciativas agroalimentarias.

La implicación de las iniciativas de producción y transformación fue mucho mayor al esperado así como su participación en la validación de cuestionarios, entrevistas, encuentros. El número de iniciativas identificadas superó el doble: de la 50 iniciativas planteadas en el proyecto se pasó a identificar 116. Una muestra de que la producción que incide en la sostenibilidad integral contemplando diferentes gradientes de los enfoques ambiental, social y económico, es un compromiso de cada vez más personas. Ahora bien, como hemos mencionado anteriormente en este informe, el grado de sostenibilidad integral de estas iniciativas difiere de una a otra, por lo que el acompañamiento hacia la integración e implementación de buenas prácticas se hace necesario, con vista a una transición agroecológica.

La relevancia del diagnóstico. Mincha d'aquí inició con el diagnóstico profundo de las necesidades y retos de aquellas iniciativas que apuestan por una producción social, ambiental y económicamente sostenible. Los resultados nos ayudaron a identificar factores de freno importantes, algunos compartidos entre comarcas, otros específicos al territorio y sector. Problemas que van desde el abastecimiento de insumos para su producción, la inexistencia de infraestructura o lejanía que encarece costos, problemas de comercialización que van desde los trámites y las legislaciones hasta la distribución y la ausencia de financiación pública para adecuar instalaciones en comedores colectivos así como la incoherencia de los pliegos públicos de contratación, ya que podrían significar la consolidación de una demanda de producto local y sostenible.

Más iniciativas Agroalimentarias Locales y Sostenibles. Uno de los primeros retos de este proyecto, fue llegar a un consenso de los conceptos y definiciones con los que trabajaríamos la identificación de las iniciativas. Creemos que una aportación concreta de esta estrategia es una definición que puede aplicarse a próximos proyectos a partir de nueve criterios¹² con los que podemos trabajar para identificar una iniciativa agroalimentaria local y sostenible y sus gradientes o áreas de mejora para lograrlo, apoyando así a un desarrollo sostenible real.

Este factor es importante. Desde Mincha d'aquí reconocemos que hay muchas otras iniciativas de producción y de dinamización de gastronomía local que están aportando al desarrollo local desde sus territorios, pero no todas ellas contemplan factores de sostenibilidad integral o de momento no tienen intención de cambiar hacia prácticas más sostenibles. Sin embargo, **estamos convencidos que si vamos integrando progresivamente en los distintos sectores de la cadena alimentaria (producción, transformación, distribución, comercialización y consumo) los criterios** de sostenibilidad propuestos por Mincha d'aquí, aprendiendo de las buenas prácticas de aquellas iniciativas identificadas, lograremos poner en evidencia que el proceso es posible en diferentes puntos geográficos de La Jacetania, Alto Gállego, Sobrarbe y Somontano de Barbastro. La transición hacia ecológico va a ocurrir, los territorios que se preparen para este hecho podrán asegurar el mantenimiento de sus poblaciones, tradiciones, cultura, población... podrán asegurar un desarrollo económico local y la conservación de su patrimonio.

El conocimiento mutuo de los actores de la cadena agroalimentaria. Una de las dificultades que se mencionaba de manera individual en algunas entrevistas del diagnóstico era el hecho de no encontrar o no parar a buscar intereses comunes entre las iniciativas. Mincha d'aquí, como otros proyectos similares que apoyan el sector agropecuario y alimentario local, ha servido de punto de encuentro de las iniciativas alimentarias locales y sostenibles, permitiendo el conocimiento mutuo de la mismas como base para la creación o el fortalecimiento de sinergias. Esto coincide con algunos factores de impulso identificados como *"falta potenciar el diálogo entre productores y consumidores"*. Los encuentros fueron una muestra de que el diálogo es posible y muy deseado por ambas partes. Durante el diseño de la estrategia las diferentes iniciativas de producción y consumo se han conocido y puesto en relación, iniciando así la base de una red. Queda mucho por hacer y una parte fundamental es promover los vínculos de manera efectiva.

¹²a) Respeto al **medio ambiente**, contribuyendo a conservar la biodiversidad y cuidando del bienestar animal, b) **Uso eficiente** los recursos naturales y energéticos, c) promover más una **comercialización de cercanía** y confianza, a través de la venta directa y canales cortos de comercialización, d) garantizar **precios justos** y accesibles para todas las partes de la cadena alimentaria, e) asegure unas **condiciones laborales dignas**, así como relaciones de equidad, solidaridad y transparencia, f) priorizar los **recursos** humanos y materiales del **territorio**, g) poner en valor la cultura y los **conocimientos tradicionales locales**, h) **contribuir** al cambio del sistema agroalimentario actual promoviendo la **soberanía alimentaria**, i) **promover** la creación de **redes y sinergias** con otras iniciativas y proyectos.

Una vez identificadas y enredadas estas iniciativas, lo que sigue es COMUNICAR su existencia con acciones de información y formación al público en general, que transmitan sus bondades, sus dificultades, su historia y sobre todo, su contribución para hacer un territorio más sostenible ambiental, económico y socialmente. Aunque con diferentes grados, todas ellas contribuyen en mayor o menor medida a proveer a la población de empleos y producir alimentos sanos para la sociedad. La mayoría por la vía del autoempleo en su primera fase y empleando a un mayor número de trabajadoras y trabajadores una vez que se consolidan. Estas iniciativas contribuyen a mantener un alto valor ecológico, paisajístico y etnográfico del territorio, que es un bien público, al elegir tratamientos poco contaminantes, optar por producciones ecológicas, recuperar técnicas ancestrales de manejo agropecuario que redundan en el beneficio de las especies que custodian. Y contribuyendo a la circulación de capital que regenera la dinámica económica y promueve el gasto local, beneficiando a la fijación de población y a la dinamización de la sociedad rural.

Para ello es necesario que Mincha d'aquí incida en la generación de REDES Y ALIANZAS promoviendo:

- El conocimiento sobre la implicación de la producción local y sostenible.
- Una cultura de cooperación, de trabajo en red.
- Un mayor capital social compartido (confianza, vínculos) entre los actores participantes.
- Formas de comunicación eficientes para dinamizar una red entre productores y consumidores y encuentros cara a cara para mantener la cercanía.
- Las historias sociales que hay detrás de cada producción e información de los actores en los territorios
- La riqueza cultural local, de valoración de lo propio y del concepto del bien común.

Al culminar esta estrategia, aunque es de conocimiento común, es necesario crear un espacio a una reflexión crítica en torno al apoyo que las actuales políticas agrarias al pequeño productor y a las dificultades que representan en su día a día: leyes no adaptadas a la escala de producción, ni tampoco infraestructuras como mataderos, obradores, registros sanitarios problemáticos (tampoco adaptado a la escala de producción), en vacíos legales que no se solucionan en años, burocracia complicada etc.

Al respecto es necesario que autoridades y administraciones sigan caminando hacia un apoyo real de las iniciativas agroalimentarias locales y sostenibles, apostando así verdaderamente por luchar contra la despoblación. Es fundamental promover la importancia del/a pequeño/a productor/a en la generación de economía local, la creación de redes y sinergias, manteniendo vivo el comercio en las zonas rurales y sobretodo, fijando población en el territorio. El diagnóstico realizado desde Mincha d'aquí provee de evidencia sólida en este sentido y aún queda mucha más información para analizar y seguir construyendo argumentos fuertes en esta dirección.

El estudio de las iniciativas agroalimentarias que sustenta el diagnóstico representa un análisis profundo de las condiciones de producción y transformación. Entenderlas en su especificidad pero también en función de su sector y su territorio permitirá acercar recursos necesarios para su sostenibilidad y por otro lado, vincularlas a los sectores de consumo. En definitiva, la información generada permite una exploración que irá más allá del diseño de la estrategia y que implicará la continuidad del proyecto. Será importante seguir analizando en conjunto dicha información y generando recursos para fortalecer la estrategia que se presenta en este documento.

07



ANEXOS

ANEXO I	Listado y contactos del grupo impulsor
ANEXO II	Listado de iniciativas de producción y transformación entrevistadas
ANEXO III	Guion de preguntas del diagnóstico
ANEXO IV	Listado de iniciativas del estudio de mercado
ANEXO V	Guion de preguntas del estudio de mercado
ANEXO VI	Ficha de autorización para el mapa de iniciativas.
ANEXO VII	Propuestas de acción que fundamentan la estrategia
ANEXO VIII	Otras sinergias del territorio
ANEXO IX	Bibliografía
ANEXO X	Dossier fotográfico
ANEXO XI	Dossier de prensa

ANEXO I. LISTADO Y CONTACTOS DEL GRUPO IMPULSOR

A continuación se detallan los datos de las administraciones públicas y entidades locales que están desarrollando el proyecto:

CENTRO DE ESTUDIOS RURALES Y DE AGRICULTURA INTERNACIONAL (CERAI)

C/Ramón Pignatelli 36, local, 50004
Zaragoza

Tel: 976 59 97 11

Email: administracion.aragon@cerai.org

Web: www.cerai.org



INSTITUTO INTERDISCIPLINARIO EN ECOLOGÍA HUMANA Y SUSTENTABILIDAD (INTERHES)

C/ Manuel Lasala 8 2º A, 50006
Zaragoza

Tel: 610 88 30 17

Email: peak@interhes.org

Web: www.interhes.org



LA JACETANIA

ASOCIACIÓN HIRONDEL

C/ Teruel, 2 - 5ºA, 22700 Jaca

Tel: 690 20 66 51

Email: asoc.hirondel@gmail.com



COMARCA DE LA JACETANIA

C/ Ferrocarril s/n, 22700 - Jaca

Tel: 974 35 69 80

Email: secretaria@jacetania.es

Web: www.jacetania.es



AYUNTAMIENTO DE ARTIEDA

C/ Mayor, 17, 50683 Artieda

Tel: 948 439 341

Email: artieda@dpz.es

Web: www.artieda.es



ALTO GÁLLEGO

AMIGOS DE LA TIERRA ARAGÓN

Apartado de correos, 31, 50080

Zaragoza

Tel: 976 27 49 88

Email: aragon@tierra.org

Web: www.tierraaragon.org



COMARCA DEL ALTO GÁLLEGO

C/ Secorún, 35, 22600 Sabiñánigo

Tel: 974 48 33 11

Email: info@comarcaaltogallego.es

Web: www.comarcaaltogallego.es



AYUNTAMIENTO DE SABIÑÁNIGO

Plaza de España, 2, 22600 Sabiñánigo

Tel: 974 48 42 00

Email: informacion@aytosabi.es

Web: www.sabinanigo.es



AYUNTAMIENTO DE BIESCAS

Plaza Ayuntamiento, 1, 22630 Biescas

Tel: 974 48 50 02

Email: info@biescas.es

Web: www.biescas.es



SOBRARBE

ASOCIACIÓN UN PASO ATRÁS

C/ Mayor 22, 22330 Aínsa-Sobrarbe

Email: redhortelanos@gmail.com

Web: www.hortelanosdesobrarbe.blogspot.com.es



UN PASO ATRÁS: ASOCIACION PARA LA DEFENSA DEL
PATRIMONIO GENETICO VEGETAL Y ANIMAL DE SOBRARBE

COMARCA DEL SOBRARBE

Av. Ordesa 79, 22340 Boltaña

Tel: 974 518 024

Email: comarca@sobrarbe.com

Web: www.sobrarbe.com



AYUNTAMIENTO DE AÍNSA-SOBRARBE

Plaza Mayor, 1, 22330 Aínsa

Tel: 974 50 00 02

Email: ayuntamiento@ainsa-sobrarbe.es

Web: www.ainsa-sobrarbe.es



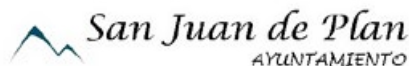
AYUNTAMIENTO SAN JUAN DE PLAN

Plaza Mayor, 1, 22367 San Juan de Plan

Tel: 974 50 62 94

Email: sanjuandeplan@sanjuandeplan.es

Web: www.sanjuandeplan.es



AYUNTAMIENTO DE BOLTAÑA

Plaza Mayor, 5, 22340 Boltaña

Tel: 974 50 20 02

Email: secretaria@boltana.es

Web: www.boltana.es



SOMONTANO DE BARBASTRO

ASOCIACIÓN EL LICINAR

Av. Canal del Cinca, 6, 22311 Peraltilla

Tel: 693 40 40 18

Email: asociacionellicinar@gmail.com

Facebook: [asociacionellicinar](https://www.facebook.com/asociacionellicinar)



Asociación El Licinar

COMARCA DE SOMONTANO DE BARBASTRO

Av. de Navarra, 1, 22300 Barbastro

Tel: 974 30 87 68

Email: desarrollo@somontano.org

Web: www.somontano.org



COMARCA DE
SOMONTANO
DE BARBASTRO

CENTRO DE ESTUDIOS DEL SOMONTANO DE BARBASTRO

Casa de la Cultura, C/Argensola, 26,
22300 Barbastro

Tel: 974 30 67 67

Email: centroestudiossomontano@gmail.com

Web: www.cesomontano.es



ANEXO II. LISTADO DE INICIATIVAS DE PRODUCCIÓN Y TRANSFORMACIÓN ENTREVISTADAS

A continuación se detallan todas las iniciativas entrevistadas, ordenadas según comarca y población:

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
1	Cervezas Borda	Transformación	Elaboración de Cerveza Artesana y Ecológica	Aineto	Alto Gállego	98
2	David Belio Piedrafito	Ganadería	Equina	Arguisal (Sabiñánigo)	Alto Gállego	107
3	Bodegas Bal Minuta	Agricultura, Transformación	Viña, Vino	Barbenuta (Biescas)	Alto Gállego	95
4	Otro Pirineo	Ganadería, Transformación	Vacuna	Biescas	Alto Gállego	89
5	Alimentación Puértolas S.L.	Agricultura, Transformación	Patatas	Biescas	Alto Gállego	90
6	Quesos Carlina	Transformación	Quesos	Biescas	Alto Gállego	91
7	Licores Libre	Transformación	Bebidas. Licores	Biescas	Alto Gállego	93
8	Miel Bresca	Ganadería, Transformación	Apicultura, Miel	Biescas	Alto Gállego	97
9	David Royo	Agricultura	Truficultura	Cañardo (Sabiñánigo)	Alto Gállego	103
10	Chocolates de La Abuela. El Capricho del Pirineo	Transformación	Mermeladas, Bebidas. Licores	Hostal de Ipiés (Sabiñánigo)	Alto Gállego	108
11	Oz Miel Artesanal Del Pirineo	Ganadería, Transformación	Apicultura, Miel	Hoz De Jaca	Alto Gállego	96
12	Borda Matías	Ganadería	Ganadería	Orós Bajo (Biescas)	Alto Gállego	104-105
13	Luis Pueyo	Ganadería	Caprina, Equina, Ovina, Vacuna	Panticosa	Alto Gállego	85-88

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
14	Fernando Giménez Sampietro "Randas"	Ganadería, Transformación	Ovina, Productos Cárnicos	Panticosa	Alto Gállego	99
15	José María Lapuente	Ganadería	Caprina, Ovina	Panticosa	Alto Gállego	106
16	Partcharán	Transformación	Licores. Pacharán	Tramacastilla de Tena	Alto Gállego	92
17	Cervezas Artesanas Valle de Tena	Transformación	Cerveza	Tramacastilla de Tena (Sallent de Gállego)	Alto Gállego	94
18	Diego Aso Sesé	Agricultura	Cereal	Abena	Jacetania	54
19	Ternera Del Valle De Aisa	Ganadería, Transformación	Venta directa de carne de vacuno y elaborados	Aísa	Jacetania	9
20	Chenta Pirineo	Transformación	Productos Cárnicos. 5ª Gama	Ansó	Jacetania	6
21	Queseria Bajo El Roble	Ganadería	Silvopastoralismo. Productos Lácteos	Aragués Del Puerto	Jacetania	55
22	Ana Mª Albertín Lasaosa	Agricultura	Hortalizas	Ascara	Jacetania	78
23	Azafrán de Atarés	Agricultura	Azafrán	Atarés	Jacetania	2
24	Cabritos Val D'Oroel	Ganadería	Caprina	Atarés	Jacetania	10
25	Casa Tolosano	Transformación	Productos Cárnicos, Embutidos	Bailo	Jacetania	4
26	Pardina Samitier. Bodega Urobuho	Agricultura, Transformación	Vino, Nueces, Cereal, Leguminosas	Bailo	Jacetania	120
27	Jesús Bretos Bartolomé	Agricultura	Truficultura	Berdún	Jacetania	7
28	Agrícola Neleh	Agricultura	Truficultura	Berdún	Jacetania	8
29	Ecohuerta La Subordana	Agricultura	Hortalizas	Embún	Jacetania	80

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
30	Flor De Aspe	Ganadería, Transformación	Ovina, Vacuna, Quesos	Esposa	Jacetania	56
31	La Huerta De Miguel	Agricultura	Hortalizas, Frutales	Jaca	Jacetania	66
32	Panificadora San Nicolás	Transformación	Pan y Repostería	Jaca	Jacetania	76
33	Sayón	Transformación	Pan	Jaca	Jacetania	83
34	Hidromiel Guerrero	Transformación	Bebidas. Hidromiel	Jaca	Jacetania	119
35	Croquetas De Oroel	Transformación	Otros: Croquetas	Jasa	Jacetania	5
36	Basilio Garcés Vivas	Agricultura	Hortalizas, Frutales	Santa Cilia	Jacetania	22
37	Panadería Bartolomé	Transformación	Pan y Repostería	Santa Cilia	Jacetania	77
38	Centeno De San Juan De Plan/ Centeno Pirenaico	Agricultura	Cereal	Santa Cruz De La Seros	Jacetania	67
39	Ulleco	Ganadería, Transformación	Avicultura, Huevos	Ulle	Jacetania	3
40	O Xortical	Transformación	Quesos	Villanúa	Jacetania	26
41	La Marmita	Transformación	Mermeladas	Aguilar -Boltaña_	Sobrarbe	50
42	Miel Casa Montalbán	Ganadería, Transformación	Apicultura, Miel	Ainsa	Sobrarbe	47
43	Pastelería Joakyn	Transformación	Repostería	Ainsa	Sobrarbe	62
44	Reyes Buil Buil	Ganadería	Vacuna	Ainsa	Sobrarbe	70
45	Carne de Ternera y Manzanas de Fes	Agricultura, Ganadería, Transformación	Forrajes, Frutales, Vacuna	Aínsa	Sobrarbe	75
46	Javier Broto Turmo	Ganadería	Ovina	Arcusa	Sobrarbe	61
47	Huerta Ecológica L, Angusto	Agricultura	Hortalizas	Arro	Sobrarbe	53

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
48	Paté De L' Ainsa	Transformación	Productos Cárnicos, Patés	Barrio Las Cortes (Bielsa)	Sobrarbe	51
49	Carmen Ayneto Puisac	Ganadería	Vacuna, Ovina	Boltaña	Sobrarbe	57
50	José Ramón Olivar Giménez	Ganadería	Vacuna	Boltaña	Sobrarbe	64
51	Licores Vimesa S.L. (Ordesano)	Transformación	Bebidas. Licores E Infusiones	Broto	Sobrarbe	44
52	La Cañabla	Ganadería, Transformación	Quesos, Productos Lácteos	Broto	Sobrarbe	60
53	Sara Nevado Peláez	Agricultura	Hortalizas y Judía seca de Variedades Locales	Buerba	Sobrarbe	69
54	José Andrés Escapa Gimeno	Ganadería	Vacuna	Castejón de Sobrarbe	Sobrarbe	81
55	Carnicería Modesto	Transformación	Productos Cárnicos, Embutidos	Escalona	Sobrarbe	59
56	L,Albeitar	Ganadería	Porcina	Guaso	Sobrarbe	71
57	Valle de Pineta Berries	Agricultura, Transformación	Cultivo de pequeños frutos rojos	Javierre de Bielsa	Sobrarbe	73
58	Cervezas Del Sobrarbe S.L.	Transformación	Cerveza	La Cabezónada	Sobrarbe	49
59		Agricultura	Hortalizas	La Fueva	Sobrarbe	45
60	David Rodríguez Pérez	Ganadería	Vacuna	Labuerda	Sobrarbe	52
61	Antonio Castillo Mur	Ganadería, Transformación	Caprina, Ovina, Productos Cárnicos	Laspuña	Sobrarbe	100
62	Mis Amigas Las Abejas.	Ganadería, Transformación	Apicultura, Miel	Latorrecilla	Sobrarbe	46
63	Bodegas y Viñedos Ligüerre De Cinca. Ligüerre Enoturismo	Agricultura, Transformación	Viña, Vino	Ligüerre De Cinca	Sobrarbe	82

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
64	La Huerta de Morillo	Agricultura	Hortalizas	Morillo de Tou	Sobrarbe	74
65	Alejandro Noguero Checa	Ganadería	Vacuna	Parzán	Sobrarbe	72
66	Latón De La Fueva, Ganadería Borruel Salinas SC	Ganadería	Porcina	Rañín (La Fueva)	Sobrarbe	43
67	Chistau Natural - Ternera de las Montañas	Ganadería, Transformación	Cría y venta de ternera de ganadería propia. Ternera cortada, fileteada al vacío (Lotes)	San Juan De Plan	Sobrarbe	11
68	Miguel Ángel De Mur Gabás	Ganadería, Transformación	Avicultura, Huevos	San Juan De Plan	Sobrarbe	63
69	La Abella Chistabina	Ganadería, Transformación	Apicultura, Miel	San Juan De Plan	Sobrarbe	101
70	Queso Artesano de Saravillo	Ganadería, Transformación	Quesos, Productos Lácteos	Saravillo	Sobrarbe	102
71	Asociación Ternera Valle De Broto	Ganadería	Vacuna	Sarvisé	Sobrarbe	65
72	Cultivo De Shiitake.	Agricultura	Setas	Tierrantona	Sobrarbe	48
73	Javier Cabrero y Anna Carceller	Agricultura	Cereal	Abiego	Somontano de Barbastro	109
74	Ángel Viñuales Laliena	Ganadería	Ovina	Adahuesca	Somontano de Barbastro	16
75	Noelia Perez Ibañez	Agricultura	Almendros, Olivos	Adahuesca	Somontano de Barbastro	41
76	Diego Olivan Arévalo	Ganadería	Ovina	Alberuela de Laliena	Somontano de Barbastro	31
77	Agropecuaria Rodellar	Ganadería	Ovina	Alberuela de Laliena	Somontano de Barbastro	33
78	Jesús Puimedon Arilla	Ganadería	Ovina	Alberuela de Laliena	Somontano de Barbastro	15

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
79	Panadería Cafetería L'Artica	Transformación	Obrador de panadería - Degustación. Pan y Repostería. Dulce y salada	Alquezar	Somontano de Barbastro	19
80	Enrique Ferrando Castillo	Agricultura, Transformación	Olivos, Aceite	Alquezar	Somontano de Barbastro	20
81	Aceite Artasona	Agricultura, Transformación	Olivos, Aceite	Artasona	Somontano de Barbastro	79
82	Agropecuaria Berges S.C. Miel De Asque	Agricultura, Ganadería, Transformación	Agricultura (Almendros, Olivos), Ganadería (Caprina, Ovina, Apicultura). Miel Y Aceite Ecológico	Asque	Somontano de Barbastro	38 - 40
83	Panadería de Azara	Transformación	Pan Y Repostería	Azara	Somontano de Barbastro	110
84	Sociedad Cooperativa Del Campo San Antonio	Transformación	Aceite de oliva	Barbastro	Somontano de Barbastro	14
85	Panadería Buera	Transformación	Pan y Repostería	Barbastro	Somontano de Barbastro	21
86	Dulces De Barbastro	Transformación	Repostería	Barbastro	Somontano de Barbastro	23
87	Ababol Salud Natural	Agricultura, Ganadería, Transformación	Pan, Olivos, Apicultura, Miel	Barbastro	Somontano de Barbastro	28
88	Eva Foncilles Clavero	Agricultura	Viña	Barbastro	Somontano de Barbastro	42
89	Cooperativa La Sazón	Agricultura	Hortalizas	Barbastro	Somontano de Barbastro	68
90	Mermeladas Elasun	Transformación	Mermeladas	Barbastro	Somontano de Barbastro	111
91	Agustín Rufas Jordan	Ganadería	Vacuna	Bierge	Somontano de Barbastro	18

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
92	Helados Artesanales de Guara. Elarte	Transformación	Otros: Helados y Sorbetes	Bierge	Somontano de Barbastro	29
93	José A. Larrosa Ballarín y Jorge Larrosa Buil	Agricultura, Ganadería, Transformación	Apicultura, Olivos	Bierge	Somontano de Barbastro	32
94	Aceites Hermanos Ferrer Sc	Agricultura, Transformación	Olivos, Aceite	Bierge	Somontano de Barbastro	84
95	Cooperativa La Sazón	Agricultura	Hortalizas	Bierge	Somontano de Barbastro	35
96	Biocastillazuelo	Agricultura, Transformación	Cereal, Forrajes, Almendros, Olivos, Viña	Castillazuelo	Somontano de Barbastro	12
97	Joaquín Castro Mur	Agricultura	Hortalizas, Viña	Coscojuela de Fantova y Pozán de Vero	Somontano de Barbastro	27
98	José María Martínez Coscujuela	Agricultura, Transformación	Almendros, Olivos, Viña	Costean	Somontano de Barbastro	112
99	Hacienda Agrícola Ecostean	Agricultura, Transformación	Olivos, Aceite	Costean	Somontano de Barbastro	113
100	Ángel Santaliestra Trallero	Agricultura, Transformación	Olivos, Aceite	Costean	Somontano de Barbastro	121
101	Vinagres Vila-Bausili	Transformación	Otros: Vinagre	El Grado / Barbastro	Somontano de Barbastro	58
102	Viñas Almazor	Agricultura	Cereal, Forrajes, Viña	Hoz De Barbastro	Somontano de Barbastro	36
103	Jose Manuel Almazor	Ganadería	Ovina	Hoz De Barbastro	Somontano de Barbastro	37
104	Obtainers. Villa d'Orta	Agricultura, Transformación	Viña, Vino	Huerta de Vero, Barbastro, Barbuñales y Laluenga	Somontano de Barbastro	34

Nº	NOMBRE PROYECTO	SECTOR	ACTIVIDAD	POBLACIÓN	COMARCA	MAPA
105	L'Olivea. Las Arbequinas de Rosalía	Agricultura, Transformación	Olivos, Aceite	Monesma de San Juan	Somontano de Barbastro	117
106	Panadería Jovita	Transformación	Pan y Repostería	Naval	Somontano de Barbastro	17
107	La Fábrica	Transformación	Otros: Turrón	Naval	Somontano de Barbastro	116
108	Agropecuaria Lalueza. Carnicería Isabel	Ganadería, Transformación	Caprina, Ovina, Productos Cárnicos	Naval	Somontano de Barbastro	122
109	Raúl Altemir Franco	Agricultura	Almendros, Olivos	Perañilla	Somontano de Barbastro	118
110	Conservas Pozán de Vero	Agricultura, Transformación	Conservas Vegetales, Mermeladas. Tomate Rosa de Barbastro	Pozán de Vero	Somontano de Barbastro	25
111	Antonio Anés Arilla	Agricultura, Ganadería, Transformación	Cereal, Forrajes, Almendros, Olivos, Ovina	Radiqueiro	Somontano de Barbastro	1
112	Casa Mateo	Agricultura, Transformación	Viña, Vino	Salas Altas	Somontano de Barbastro	24
113	Almazara La Unión	Transformación	Aceite de oliva	Salas Altas	Somontano de Barbastro	30
114	Bachiella	Transformación	Cerveza	Salas Bajas	Somontano de Barbastro	13
115	Huerta De Alcanadre	Agricultura	Hortalizas, Frutales	Torres de Alcanadre	Somontano de Barbastro	115
116		Agricultura	Setas		Somontano de Barbastro	114

ANEXO III. GUION DE PREGUNTAS DEL DIAGNÓSTICO

Para llevar a cabo el trabajo de diagnóstico, se realizaron entrevistas en profundidad a las iniciativas de producción y transformación, siguiendo el siguiente guion que varía en función del sector y de la actividad de la iniciativa.

El guion se divide en 4 bloques:

- **BLOQUE A.** Datos y características generales de la iniciativa.
- **BLOQUE B.** Características específicas.
 - » BLOQUE B. Características específicas de producción vegetal.
 - » BLOQUE B. Características específicas de producción animal (Apícola).
 - » BLOQUE B. Características específicas de producción animal (Gallinas y aves).
 - » BLOQUE B. Características específicas de producción animal (Porcino).
 - » BLOQUE B. Características específicas de producción animal (Rumiantes, équidos y camélidos).
 - » BLOQUE B. Características específicas de transformación.
- **BLOQUE C.** Sostenibilidad del proyecto.
- **BLOQUE D.** Redes y relaciones de la iniciativa.

- FICHA GENERAL -

Fecha de registro ___/___/2017

Iniciales del entrevistador _____ Lugar _____

RESUMEN DEL PROYECTO

Las comarcas de La Jacetania, Alto Gállego, Sobrarbe y Somontano de Barbastro, junto con los grupos de acción local y las organizaciones sociales del territorio, llevan ya tiempo impulsando nuevas formas de emprender, bajo el enfoque de la sostenibilidad y la agroecología, y nuevas estrategias de comercialización, apoyando los canales cortos de comercialización y la venta de cercanía, aunque cada una de ellas por separado. Las similitudes del territorio que agrupa a estas comarcas hacen que sea una apuesta lógica llevar a cabo una estrategia común, que dinamice la producción, la transformación, la distribución y la comercialización y consumo de alimentos sostenibles a nivel local, fomentando así nuevas formas de colaboración y cooperativismo. Con este proyecto se pretende crear una red que aglutine todas estas iniciativas y facilite que emerjan sinergias entre ellas, además de construir entre todas un mundo rural más vivo, cuidando y poniendo en valor el territorio y la cultura local.

El objetivo principal es crear una red de iniciativas alimentarias de producción, transformación, distribución, comercialización y consumo, locales y sostenibles, que permita afianzar las ya existentes y la incorporación de otras nuevas, con el objetivo último de contribuir a la sostenibilidad integral del territorio mediante acciones que permitan conservar los ecosistemas de estas zonas desfavorecidas, estimulando la población residente y su economía local.

BLOQUE A. DATOS Y CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA INICIATIVA

A1. Nombre del proyecto, empresa y/o del titular de la actividad:

A2. Sector y actividad:

A3. Población y código postal:

A4. Dirección del domicilio y/o de la actividad (Especificar para el mapa)

A5. ¿En qué año inició su actividad?

A6. ¿Cuál es el origen del proyecto? (Pueden ser varias respuestas)

a) Herencia familiar b) Autoempleo c) Proyecto grupal d) Otros:.....

A7. ¿Cuál es la forma jurídica su actividad?

a) Asociación b) Cooperativa c) Colectivo (formalizado) d) Federación
 e) Autónomo/a f) Sociedad Limitada g) SAT h) Sociedad civil
 i) No tiene forma jurídica j) Otros:.....

A8. ¿Cuál es su rol en la actividad? (Pueden ser varias respuestas)

a) Dueño/a b) Socio/a c) Trabajado/a d) Voluntario/a
 e) otros (precisar).....

A9. ¿Es su actividad económica principal?

Sí _____ No _____

A10. En su caso ¿con qué otra actividad económica la combina?

A11. ¿Cuántas personas formáis parte del proyecto?

Especificar H _____ (hombres) o M _____(mujeres)

A12. ¿Cuánto tiempo dedicáis a la actividad? (Especificar horas o jornadas)

Hombres:

Mujeres:

BLOQUE B. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE PRODUCCIÓN VEGETAL

B1. ¿Qué produce? (Nº especie/producto) (En general)

B2. La tierra donde cultiva, ¿es de su propiedad? SI / NO ¿Qué superficie?

¿Y arrendada y en cesión?

B3. ¿Qué superficie y producción anual aproximada tiene de cada producto?

B4. (Sólo para cultivos no leñosos) Para los próximos años, ¿repetirás los mismos cultivos? De ser así, ¿ocuparán el mismo lugar de la finca?

B5. ¿Tienes algún sello de calidad? De ser así, ¿hace cuánto tiempo?

- a) D.O.P. b) Residuo 0 c) EUREPGAP d) Agricultura Ecológica
e) Demeter f) Otros.....

B6. ¿Estás pensando cambiarte o incorporarte a algún sello de calidad? ¿Por qué?

SUBBLOQUE B.1. Manejo de cultivo: semillas, plantas, insumos, maquinaria.

B7. ¿Qué variedades utiliza en su finca? (Comerciales, locales (de toda la vida),...)

B8. ¿De dónde obtiene las semillas y plantas de cada una de ellas? (Concretar proveedores)

B9. ¿Te gustaría cambiar alguna variedad de las que cultiva? ¿Por qué? ¿Qué obstáculos le impiden hacerlo?

B10. ¿Qué utiliza para abonar el suelo?

- a) Estiércol de mi propia finca b) Estiércol de otra parte (¿distancia?)
c) Compost de mi propia finca d) compost de otra parte (¿distancia?)
e) Abono mineral (NPK) (¿Dónde lo compra?) f) Otros:.....

B11. ¿Qué cantidad suele necesitar (anual/ por ciclo del cultivo...)?

B12. ¿Utiliza insecticidas, fungicidas y/o feromonas? ¿Cuáles y para qué plaga o enfermedad?

B13. ¿Utiliza herbicidas? ¿Cuáles?

B14. Describe las labores que realiza en un año, y qué maquinaria y apero suele utilizar.

B15. ¿Comparte maquinaria con otros/as agricultores/as? ¿Hace trabajo a terceros o le hacen algún trabajo?

SUBBLOQUE B.2. Almacenaje

B16. ¿Dónde almacena su materia prima/producción?

- a) No requiero almacenar b) Comparto almacén con.....
c) En mi propio espacio d) No tengo donde almacenar, es un problema
e) Otros:

B17. ¿Tiene espacio suficiente o le sobra o le falta espacio de almacenamiento?

B18. Si tiene picos de almacenamiento, mencione principales periodos

B19. ¿Consigue en su lugar de almacenamiento las condiciones de T y H necesarias?

SUBBLOQUE B.3. Venta de la producción y canales de comercialización

B20. ¿Sólo vende los productos que cultiva o también producto de otros/as agricultores/as y/ distribuidoras? ¿Por qué?

B21. ¿Cómo fija el precio de sus productos?

B22. ¿Dónde comercializa sus productos y en qué porcentaje?

B23. ¿Necesitaría abrir más puntos de comercialización? ¿En qué tipo de establecimientos o proyectos le sería interesante?

B24. ¿Cómo realiza la distribución? ¿Tiene dificultades para transportar la producción?

B25. ¿Con qué periodicidad distribuye y aproximadamente qué cantidades?

B26. ¿Se coordina con otros/as agricultores/as para comercializar su producto?

B27. ¿Trabaja con alguna distribuidora?

SUBBLOQUE B.4. Productos transformados (si aplica)

B28. ¿Tiene productos transformados? ¿Cuál/es?

B29. ¿Cuáles son las materias primas con las que elabora su producto y de dónde provienen?

B30. ¿Se plantea producir usted las materias primas que utiliza? ¿Qué necesitaría?

B31. ¿Qué cantidad de material prima compra?

B32. ¿Qué cantidad de producto elabora?

B33. ¿Conoce a los/as productores/as y su forma de producción?

B34. ¿Posee un obrador exclusivo para su actividad?

B35. ¿Ha pensado en ampliar la gama de productos transformados? ¿Cuáles?

B36. ¿Posee algún tipo de certificación para los productos transformados? ¿Cuál y por qué? En caso negativo ¿Por qué?

BLOQUE B. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE PRODUCCIÓN ANIMAL (APÍCOLA)

B1. ¿Qué subespecie cría?

- a) Abeja italiana (lingustica) b) Abeja oscura europea (mellifera)
c) Abeja de la miel cárnica d) Buckfast e) Midnite
f) Otro.....

B2. ¿Cuántas colmenas tiene?

MANEJO

B3. ¿Con qué frecuencia cambia las reinas?

B4. ¿Realiza reproducción propia de sus reinas y enjambres, o compra? En caso de compra, ¿a quién?

B5. ¿Dónde compra la cera? (puede que reciclen o compren, si reciclan preguntar cómo y dónde)

B6. ¿Tiene análisis de los residuos de la cera? Si__ No__

(si positivo, preguntar por si pueden enseñar y hacer una foto) (es obligatorio hacer el análisis de residuos, en caso de que no se consiga ninguna, considerar realizar la encuesta al veterinario de la ADS si vemos que nos hace falta para catalogar el nivel de sostenibilidad del proyecto)

ALIMENTACIÓN

B7. ¿Realiza trashumancia? Si__ No__

B8. En caso positivo, ¿cuándo la hace? y ¿para dónde?(especificar la flora existente y cercanías)

Primavera:

Verano:

Otoño:

Invierno:

B9. ¿Cuándo hace trashumancia, busca algún tipo de cultivos en especial? ¿Qué tipo de vegetación hay en el entorno donde tiene las colmenas? (bosque, cultivos ecológicos, cultivos transgénicos, cultivos con uso de fitosanitarios, etc...)

B10. ¿Con qué alimenta a sus colmenas?

Ingredientes:

B11. ¿En qué momento lo hace y de dónde consigue el alimento?

B12. ¿Pone bebederos para garantizar que siempre tengan agua? (si tiene las colmenas junto a un río o fuente natural de agua, esta pregunta no hacerla)

SANIDAD

B13. ¿Cómo conserva los cuadros de cera para evitar la polilla?

B14. ¿Qué productos utiliza como combustible para el ahumador? (ejemplo: plantas, granulados; preguntar de que son las plantas o los granulados)

B15. ¿Qué tratamientos realiza? De media, ¿cuántas veces al año trata las colmenas contra la varroa?

B16. ¿Utiliza tratamientos homeopáticos? ¿Y fitoterapia o medicina tradicional?

COMERCIALIZACIÓN

B17. ¿Qué cantidad de miel recoge al año?

B18. ¿Qué productos comercializa?

B19. ¿Dónde realiza la extracción/envasado de sus productos?

EN EL CASO DE TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS

B20. ¿Tiene productos transformados? ¿Cuál/es?

B21. ¿Cuáles son las materias primas con las que elabora su producto y de dónde provienen?

B22. ¿Se plantea producir usted las materias primas que utiliza? ¿Qué necesitaría?

B23. ¿Qué cantidad de material prima compra?

B24. ¿Qué cantidad de producto elabora?

B25. ¿Conoce a los/as productores/as y su forma de producción?

B26. ¿Posee un obrador exclusivo para su actividad?

B27. ¿Ha pensado en ampliar la gama de productos transformados? ¿Cuáles?

B28. ¿Posee algún tipo de certificación para los productos transformados? ¿Cuál y por qué?

En caso negativo ¿Por qué?

BLOQUE B. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE PRODUCCIÓN ANIMAL (GALLINAS Y AVES)

B1. ¿Qué especie cría?

a) Gallinas b) Ocas c) Patos d) Pavos e) Otros.....

B2. ¿De qué razas?

B3. ¿Qué tipo de producción?

a) Cárnica b) Huevos c) Mixta

B4. ¿Qué número de animales?

B5. ¿Qué sistema productivo lleva a cabo? (Si es ecológico se puede marcar más de 1 opción)

a) Intensivo en jaulas b) Intensivo en suelo c) Campero d) Ecológico

Precisar si necesario:

MANEJO

B6. ¿Cuál es la superficie total que emplea (especificar: naves, fincas,...)?

B7. ¿Tienen acceso a zonas libres? Sí___ No___

Precisar si necesario:

B8. ¿Hace rotación de los animales para repartir las deyecciones?

B9. ¿Cuál es la carga ganadera de su granja? (Es la relación entre la cantidad de animales y la superficie ganadera que ocupan en un tiempo determinado. Se calcula de la siguiente manera N° animales x equiv. UGM/has. [Ver Anexos])

B10. ¿Qué hace con el estiércol generado? (En caso de que lo done o lo venda a un agricultor que especifique)

Si es posible, fijarse en si hay disponibilidad de sombra para los animales y puntos de agua.

Si es posible, fijarse en el plumaje, en si las gallinas son muy asustadizas, en si se pican unas a otras...

ALIMENTACIÓN

B11. ¿Cuál es el origen de los alimentos que ofrece a sus animales?

B12. ¿Cuáles son los ingredientes? (Posibilidad de ver etiquetas. Ver origen y composición)

B13. ¿Qué porcentaje de estos alimentos es de producción propia?

SANIDAD

B14. ¿Qué tratamientos realiza a lo largo del ciclo? (Tratamientos que realice siempre, por ejemplo, vacunación de basquilla, desparasitar, etc...):

B15. ¿Utiliza tratamientos homeopáticos? ¿Y fitoterapia o medicina tradicional?

B16. ¿Qué hace para prevenir la aparición de enfermedades?

PRODUCCIÓN DE HUEVOS

B17. ¿A qué edad inician la puesta?

B18. ¿Cuándo es la curva (real) de puesta?

B19. ¿Cuánto es la producción por ave?

B20. ¿Cuál es el índice de conversión pienso/huevos?

B21. ¿A qué edad finaliza la puesta?

B22. ¿Vende los huevos a terceros? ¿Qué cantidad y a quién? ¿Cuándo (época del año)?

PRODUCCIÓN DE CARNE

B23. ¿A qué edad se vende para carne?

B24. ¿Con qué peso se vende?

B25. ¿Cómo se transportan los animales vivos al matadero? (Por la mañana, por la noche, horas antes del sacrificio, pasan la noche ahí, etc...)

B26. ¿En qué matadero sacrifican a los animales? (En caso de no ser el más próximo, preguntar el motivo por el que sacrifican ahí)

B27. ¿A quién vende los animales?

B28. En el caso de hacer ustedes la venta del producto final, ¿dónde realizan el despiece y la transformación?

EN EL CASO DE TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS

B29. ¿Tiene productos transformados? ¿Cuál/es?

B30. ¿Cuáles son las materias primas con las que elabora su producto y de dónde provienen?

B31. ¿Se plantea producir usted las materias primas que utiliza? ¿Qué necesitaría?

B32. ¿Qué cantidad de material prima compra?

B33. ¿Qué cantidad de producto elabora?

B34. ¿Conoce a los/as productores/as y su forma de producción?

B35. ¿Posee un obrador exclusivo para su actividad?

B36. ¿Ha pensado en ampliar la gama de productos transformados? ¿Cuáles?

B37. ¿Posee algún tipo de certificación para los productos transformados? ¿Cuál y por qué?

En caso negativo ¿Por qué?

BLOQUE B. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE PRODUCCIÓN ANIMAL (PORCINO)

B1. ¿Qué razas cría?

B2. ¿Qué número de cabezas tiene?

TOTAL	Machos	Hembras	Reposición	Cebo

B3. ¿Qué sistema productivo lleva a cabo? (Si es ecológico se puede marcar más de 1 opción)

a) Extensivo b) Semiextensivo c) Intensivo d) Ecológico

Precisar si necesario:

MANEJO

B4. ¿Cuál es la superficie total que emplea (especificar: naves, fincas,...)?

B5. ¿Cuál es la carga ganadera de su granja? (Es la relación entre la cantidad de animales y la superficie ganadera que ocupan en un tiempo determinado. Se calcula de la siguiente manera N° animales x equiv. UGM/has. [Ver Anexos])

B6. Sobre el ciclo productivo de la granja (especificar cómo lo gestionan a lo largo del año):

¿Cuándo es la época de monta?

¿En qué momento es la cría?

B7. ¿Qué hace con el estiércol generado? (En caso de que lo done o lo venda a un agricultor que especifique)

ALIMENTACIÓN

B8. ¿Qué tipo de alimento ofrece a sus animales? ¿Cuáles son los ingredientes? (Posibilidad de ver etiquetas. Ver origen y composición)

B9. ¿Cuál es el origen de los alimentos que ofrece a sus animales?

B10. ¿Qué porcentaje de estos alimentos es de producción propia?

B11. ¿Varía la alimentación a lo largo del año? Si__ No__ En caso positivo, ¿cómo la gestiona?

SANIDAD

B12. ¿Qué tratamientos realiza a lo largo del ciclo? (Tratamientos que realice siempre, por ejemplo, vacunación de basquilla, desparasitar, etc...):

B13. ¿Utiliza tratamientos homeopáticos? ¿Y fitoterapia o medicina tradicional?

B14. ¿Qué hace para prevenir la aparición de enfermedades?

REPRODUCCIÓN

B15. ¿Qué tipo de reproducción utiliza?

Monta natural b) Monta dirigida c) Inseminación artificial

B16. ¿Qué tipo de alojamiento tienen los animales? (Gestantes, paridas,...)

B17. ¿Qué número de partos tiene cada madre al año?

B18. ¿Qué número de lechones tiene cada madre?

B19. ¿Cuántos lechones son destetados por parto?

B20. ¿Realiza castraciones? SI_____ NO_____

En caso positivo, ¿a qué edad? ¿Cómo lo hace?

COMERCIALIZACIÓN

B21. ¿Cómo y quién transporta los animales vivos al matadero? (Por la mañana, por la noche, horas antes del sacrificio, pasan la noche ahí, etc...)

B22. ¿En qué matadero sacrifican a los animales? (En caso de no ser el más próximo, preguntar el motivo por el que sacrifican ahí)

B23. ¿A quién vende los animales?

EN EL CASO DE TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS

B24. ¿Realiza la transformación de sus productos? SI___ NO___

¿Qué productos transforma?

B56. ¿Cuáles son las materias primas con las que elabora su producto y de dónde provienen?

B26. ¿Se plantea producir usted las materias primas que utiliza? ¿Qué necesitaría?

B27. ¿Qué cantidad de material prima compra?

B28. ¿Qué cantidad de producto elabora?

B29. ¿Conoce a los/as productores/as y su forma de producción?

B30. ¿Posee un obrador exclusivo para su actividad?

B31. ¿Ha pensado en ampliar la gama de productos transformados? ¿Cuáles?

B32. ¿Posee algún tipo de certificación para los productos transformados? ¿Cuál y por qué?

En caso negativo ¿Por qué?

**BLOQUE B. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE PRODUCCIÓN ANIMAL
(RUMIANTES, ÉQUIDOS Y CAMÉLIDOS)**

B1. ¿Qué especie cría?

a) Caprina b) Ovina c) Vacuna d) Llamas e) Alpacas

B2. ¿De qué razas?

B3. ¿Qué tipo de producción?

a) Cárnica b) Lechera c) Mixta

B4. ¿Qué número de cabezas tiene?

TOTAL	Machos	Hembras	Reposición	Cebo

B5. ¿Qué sistema productivo lleva a cabo? (Si es ecológico se puede marcar más de 1 opción)

a) Extensivo b) Semiextensivo c) Intensivo d) Ecológico

Precisar si necesario:

MANEJO

B6. ¿Cuál es la superficie total que emplea (especificar: naves, fincas,...)?

B7. ¿Hace rotación de los animales para que no pasten siempre en el mismo lugar?

Sí___ No___

Precisar si necesario:

B8. ¿Cuál es la carga ganadera de su granja? (Es la relación entre la cantidad de animales y la superficie ganadera que ocupan en un tiempo determinado. Se calcula de la siguiente manera N° animales x equiv. UGM/has. [Ver Anexos])

B9. Sobre el ciclo productivo de la granja (calendario según pasto y actividades):
(Las siguientes preguntas son orientativas, modificarlas según las respuestas del interlocutor si fuera necesario. Si el interlocutor no entiende las preguntas, se le pueden leer los ejemplos para que sepa qué información le estamos pidiendo. Si da respuestas poco concretas del tipo "según el año", se le puede preguntar por el último año. Si es posible, fijarse en si hay disponibilidad de sombra para los animales y puntos de agua.):

¿Cuándo suben a puerto los animales?

(Ej: para Santa Orosia; a primeros de julio; el 14 de julio; según el año, pero en torno a...)

¿Cuándo bajan? (Ej: para el Pilar, para la Feria de Biescas, en noviembre...)

¿Cuándo bajan a donde van? (Ejemplo: a prados cercanos a la explotación?)

¿Cuánto tiempo permanecen ahí?

En invierno, ¿dónde están los animales? (Ejemplo: En la cuadra, los bajamos a Monzón, hacemos trashumancia a tierra baja...)

Cuando acaba el invierno, ¿a dónde van? (Ej: vuelven a salir a los campos de alrededor de la granja)

¿Cuánto tiempo están ahí?

B10. ¿Qué hace con el estiércol generado? (En caso de que lo done o lo venda a un agricultor que especifique)

ALIMENTACIÓN

B12. ¿Cuál es el origen de los alimentos que ofrece a sus animales?

B13. ¿Qué porcentaje de estos alimentos es de producción propia?

B14. Aproximadamente, ¿qué porcentaje de la materia seca de la ración diaria está constituida por forrajes ya sea en fresco, desecados o ensilados?(Preguntar si se puede ver la etiqueta de los alimentos comprados para ver el origen y composición)

SANIDAD

B15. ¿Qué tratamientos realiza a lo largo del ciclo? (Tratamientos que realice siempre, por ejemplo, vacunación de basquilla, desparasitar, etc...):

B16. ¿Utiliza tratamientos homeopáticos? ¿Y fitoterapia o medicina tradicional?

B17. ¿Qué hace para prevenir la aparición de enfermedades?

REPRODUCCIÓN

B18. ¿Cuántos partos tiene cada animal al año? (Nº Partos/animal/año)

B19. ¿Cómo induces el celo a sus animales? (Puede ser que realice varios a la vez, en ese caso, rodear todos los que utilice y ordenar por frecuencia):

- | | | |
|---------------------------------------|----------------------------|-----------------|
| a) Esponjas | b) Implantes de melatonina | c) Efecto macho |
| d) Flushing (aumentar dosis alimento) | | e) Homeopatía |
| f) Nada | | |
-

B20. ¿A qué edad se realiza la primera cubrición?

EN EL CASO DE ANIMALES DESTINADOS A PRODUCCIÓN DE LECHE

B21. ¿Cuántos ordeños realiza al día? (1 ordeño día o 2 ordeños día)

B22. ¿Cuánto dura la lactación?

B23. ¿Cuántos litros produce al día cada animal de media? (Igual da una media anual o varias medias según la estación)

B24. ¿Cuándo desteta a las crías? (Nada más nacer, a los tres días...)

B25. ¿Vende leche a terceros? ¿Qué cantidad y a quién? ¿Cuándo (época del año)?

EN EL CASO DE ANIMALES DESTINADOS A PRODUCCIÓN DE CARNE

B26. ¿Cómo se transportan los animales vivos al matadero? (Por la mañana, por la noche, horas antes del sacrificio, pasan la noche ahí, etc...)

B27. ¿En qué matadero sacrifican a los animales? (En caso de no ser el más próximo, preguntar el motivo por el que sacrifican ahí)

B28. ¿A quién vende los animales?

B29. En el caso de hacer ustedes la venta del producto final, ¿dónde realizan el despiece y la transformación?

EN EL CASO DE TRANSFORMACIÓN DE PRODUCTOS

B30. ¿Tiene productos transformados? ¿Cuál/es?

B31. ¿Cuáles son las materias primas con las que elabora su producto y de dónde provienen?

B32. ¿Se plantea producir usted las materias primas que utiliza? ¿Qué necesitaría?

B33. ¿Qué cantidad de material prima compra?

B34. ¿Qué cantidad de producto elabora?

B35. ¿Conoce a los/as productores/as y su forma de producción?

B36. ¿Posee un obrador exclusivo para su actividad?

B37. ¿Ha pensado en ampliar la gama de productos transformados? ¿Cuáles?

B38. ¿Posee algún tipo de certificación para los productos transformados? ¿Cuál y por qué?

En caso negativo ¿Por qué?

BLOQUE B. CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE TRANSFORMACIÓN

SUBBLOQUE B.1. Productos transformados

B28. ¿Tiene productos transformados? ¿Cuál/es?

B29. ¿Cuáles son las materias primas con las que elabora su producto y de dónde provienen?

B30. ¿Se plantea producir usted las materias primas que utiliza? ¿Qué necesitaría?

B31. ¿Qué cantidad de material prima compra?

B32. ¿Qué cantidad de producto elabora?

B33. ¿Conoce a los/as productores/as y su forma de producción?

B34. ¿Posee un obrador exclusivo para su actividad?

B35. ¿Ha pensado en ampliar la gama de productos transformados? ¿Cuáles?

B36. ¿Posee algún tipo de certificación para los productos transformados? ¿Cuál y por qué?

En caso negativo ¿Por qué?

SUBBLOQUE B.2. Almacenaje

B16. ¿Dónde almacena su materia prima/producción?

- a) No requiero almacenar b) Comparto almacén con.....
c) En mi propio espacio d) No tengo donde almacenar, es un problema
e) Otros:

B17. ¿Tiene espacio suficiente o le sobra o le falta espacio de almacenamiento?

B18. Si tiene picos de almacenamiento, mencione principales periodos

B19. ¿Consigue en su lugar de almacenamiento las condiciones de T y H necesarias?

SUBBLOQUE B.3. Venta de la producción y canales de comercialización

B20. ¿Sólo vende los productos que cultiva o también producto de otros/as agricultores/as y/ distribuidoras? ¿Por qué?

B21. ¿Cómo fija el precio de sus productos?

B22. ¿Dónde comercializa sus productos y en qué porcentaje?

B23. ¿Necesitaría abrir más puntos de comercialización? ¿En qué tipo de establecimientos o proyectos le sería interesante?

B24. ¿Cómo realiza la distribución? ¿Tiene dificultades para transportar la producción?

B25. ¿Con qué periodicidad distribuye y aproximadamente qué cantidades?

B26. ¿Se coordina con otros/as agricultores/as para comercializar su producto?

B27. ¿Trabaja con alguna distribuidora?

BLOQUE C. SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

C1. ¿Qué necesitaría para que su actividad fuera más sostenible (social, ambiental y económicamente)?

C2. Si se generan residuos de su actividad, ¿de qué manera los gestiona?

C3. ¿Hasta qué punto considera que su actividad promueve una comercialización de cercanía (venta directa, canales cortos de comercialización)?

a) Nada b) Poco c) Bastante d) Mucho

C4. ¿Cuáles son las dificultades que encuentra para poder hacerlo?

C5. Para usted, ¿considera que recibe un precio justo de sus productos? SI / NO

En caso negativo, ¿cuál sería el precio justo?

C6. ¿Recibe algún tipo de ayuda económica para esta actividad?

C7. En caso afirmativo, ¿cree que su actividad sería viable sin recibir estas ayudas? Si es que no, ¿por qué?

C8. Hoy por hoy, ¿cree que tu actividad es sostenible?

	Nada	Poco	Bastante	Mucho
Respetar lo más posible el medio ambiente, contribuyendo a conservar la biodiversidad y cuidando del bienestar animal				
Use eficientemente los recursos naturales y energéticos.				
Promueva una comercialización de cercanía y confianza, a través de la venta directa y canales cortos de comercialización.				
Garantice precios justos y accesibles para todas las partes de la cadena alimentaria.				
Asegure unas condiciones laborales dignas, así como relaciones de equidad, solidaridad y transparencia.				
Priorice los recursos humanos y materiales del territorio.				
Valorice la cultura y los conocimientos tradicionales locales.				
Contribuya al cambio del sistema agroalimentario actual promoviendo la soberanía alimentaria				
Promueva la creación de redes y sinergias con otras iniciativas y proyectos.				

BLOQUE D. REDES Y RELACIONES DE LA INICIATIVA

D1. ¿Su actividad promueve la creación de redes y sinergias con otras iniciativas y proyectos? (Precisar)

- a) Nada b) Poco c) Bastante d) Mucho

D2. ¿Cuál es el principal motivo para establecer relaciones con iniciativas similares a la suya? Numerar por orden de importancia.

- a. Proximidad geográfica
b. Mismos intereses
c. Confianza
d. Es necesario para obtener apoyos económicos
e. Otros motivos: _____

D3. ¿Cuáles son los principales canales por los que obtiene información relevante para apoyar y/o promover su actividad?

D4. Menciona qué actores son clave en tu proyecto y cuál es la frecuencia de su contacto

ACTOR/AGENTE	Nombre organización o entidad	¿Qué relación hay?	Nivel de relación respecto a su actividad			
			No hay relación	Poca Relación	Bastante relación	Mucha relación
GOBIERNO DE ARAGÓN						
DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE HUESCA						
COMARCA						
AYUNTAMIENTO						
GRUPO DE ACCIÓN LOCAL						
GESTORÍA						
ASOCIACIONES						

SINDICATOS AGRARIOS						
COOPERATIVAS						
COMERCIOS LOCALES/ COMARCALES CONVENCIONALES						
COMERCIOS LOCALES "SOSTENIBLES" (priorizan venta ecológica y local, etc.)						
GRUPOS DE CONSUMO (Agrupación de consumidores/ as para la compra directa de productos al agricultor/a o ganadero/a)						
CONSUMIDORES/ AS						
COMEDORES ESCOLARES						
COMEDORES DE HOSPITAL						
COMEDORES DE RESIDENCIA DE LA TERCERA EDAD						
RESTAURANTES						
AGRICULTORES/AS						
GANADEROS/AS						
VIVEROS						
PROVEEDORES LOCALES / COMARCALES						

PROVEEDORES FUERA DEL TERRITORIO COMARCAL						
DISTRIBUIDOR TRANSPORTISTA						
INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN						
ORGANIZACIONES (Ongs, Fundaciones, Asociaciones Culturales, de Protección del Medioambiente, Agroecológicas, etc.) DE LA COMARCA						
ORGANIZACIONES (Ongs, Fundaciones, Asociaciones Culturales, de Protección del Medioambiente, Agroecológicas, etc.) DE FUERA DE LA COMARCA						

D5. ¿Qué tipo de tecnologías de información y comunicación utiliza habitualmente?

Boca a boca	(siempre / a veces / nunca)
Correo postal	(siempre / a veces / nunca)
Teléfono fijo	(siempre / a veces / nunca)
Teléfono móvil	(siempre / a veces / nunca)
Correo electrónico	(siempre / a veces / nunca)
Mensajería instantánea (por ej. Whatsapp)	(siempre / a veces / nunca)
Redes sociales (por ej. Facebook)	(siempre / a veces / nunca)
Web / Blog	(siempre / a veces / nunca)
(Precisar si necesario)	

D6. ¿Estaría dispuesto/a a recibir visitas en su finca, granja, taller,...?

D7. ¿Considera de interés realizar encuentros en la comarca para tratar de crear alianzas entre las actividades y proyectos sostenibles del territorio?

SÍ____ NO____ ¿Por qué?

D8. ¿Ha participado ya en algún encuentro o taller que realmente haya sido fructífero y haya aportado a su actividad? SÍ____ NO____. ¿Cuál (es) y por qué?

- FIN DE LA FICHA -

¿Le gustaría participar en fases posteriores del proyecto y formar parte de la red de iniciativas alimentarias locales y sostenibles de la comarca? Sí___ Posiblemente____ No____

Datos de contacto (opcional, para recibir información acerca del proyecto)

Nombre COMPLETO:

Correo electrónico:

Teléfono de Contacto:

Personas que podrían estar interesadas en este proyecto

Nombre, apellidos, nombre de la entidad/empresa (si la hubiera), correo electrónico, teléfonos:

Conforme a la Ley Orgánica, 15/1999 sobre Protección de datos de carácter personal, el firmante autoriza al equipo del proyecto "Mincha d'aquí" al tratamiento de los datos personales recogidos en el presente cuestionario. Estos datos pasan a formar parte del fichero denominado (Ej. Base Datos IALS) bajo la responsabilidad de CERAI, con la finalidad de llevar a cabo el proyecto "Dinamización de Iniciativas Alimentarias Locales y Sostenibles en el Pirineo y Somontano Aragonés". Los datos de localización se usarán para ubicar en un mapa online todas las iniciativas alimentarias locales y sostenibles del territorio. El usuario puede ejercitar los derechos ARCO (acceso, cancelación, rectificación y oposición), enviando un escrito al correo electrónico info@minchadaqui.net.

ANEXO IV. LISTADO DE INICIATIVAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

A continuación se detallan el listado de las iniciativas resultantes a través del estudio de mercado realizado para el proyecto:

ENTREVISTAS

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
1	Hotel Villa Virginia	Restaurante	Sabiñánigo	Alto Gállego
2	Bodegas Gabriel	Almacén	Sabiñánigo	Alto Gállego
3	Mª Dolores Piedrafira Pueyo	Comercio	Sallent de Gállego	Alto Gállego
4	Casa Martón	Restaurante	Sallent de Gállego	Alto Gállego
5	Restaurante Malinche	Restaurante	Sallent de Gállego	Alto Gállego
6	Residencia de 3ª Edad la Conchada	Comedor residencia 3ª edad	Biescas	Alto Gállego
7	La Artesa	Comercio	Biescas	Alto Gállego
8	San Juan de la Peña	Comedor escolar	Jaca	Jacetania
9	Carnicería Fermín Marco	Comercio	Jaca	Jacetania
10	La Cadiera	Restaurante	Jaca	Jacetania
11	Charcutería Cris	Comercio	Jaca	Jacetania
12	Cooperativa Alimenta Pirineos	Distribución	Jaca	Jacetania
13	Conética	Distribución y comercio	Jaca	Jacetania
14	Cabrero e hijos(Supermercados Altoaragón)	Distribución	Jaca	Jacetania
15	Asociación de Empresarios de la Jacetania	Varios	Jaca	Jacetania
16	Asoc Comercio Jacetania	Varios	Jaca	Jacetania

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
17	Monte Lierde	Restaurante	Villanúa	Jacetania
18	Asociación de Empresarios de los Valles Occidentales	Varios	Valle de Hecho	Jacetania
19	Cooperativa Alimenta Pirineos	Comercio on line	Jaca	Jacetania
20	Panadería Turmo	Comercio	Labuerda	Sobrarbe
21	Carnicería/Comercio Modesto	Comercio	Escalona	Sobrarbe
22	Restaurante Bistro La Capilleta	Restaurante	Plan	Sobrarbe
23	Restaurante Casa Ruche	Restaurante	Plan	Sobrarbe
24	Restaurante Hotel Casa Anita	Restaurante	San Juan de Plan	Sobrarbe
25	Restaurante Kanguro Truchero	Restaurante	Bielsa	Sobrarbe
26	CEIP Pedro I	Comedor escolar	Barbastro	Somontano
27	Restaurante Brasería Ermita San Ramón	Restaurante	Barbastro	Somontano
28	AVI Elaborados Artesanos	Comercio	Barbastro	Somontano
29	La Nueva Frutería	Comercio	Barbastro	Somontano
30	Meba (Casa Calasanz)	Restaurante	Pozán de Vero	Somontano
31	Bodegas Alodia	Restaurante	Adahuesca	Somontano
32	Las Abuelas de Sevil	Comercio	Adahuesca	Somontano
33	O'FORNO	Comercio	Alquézar	Somontano

GRUPOS DE DISCUSIÓN

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
1	Maiberal	Restaurante	Ansó	Jacetania
2	La Casa de la Montaña	Restaurante	Jaca	Jacetania
3	Grupo Consumo Artieda	Grupo de consumo	Artieda	Jacetania
4	Residencia Echo	Comedor residencia 3ª edad	Hecho	Jacetania
5	Carnicería Rabal	Comercio	Jaca	Jacetania
6	Albergue de Ruesta	Alojamiento	Ruesta	Jacetania
7	Lupierra	Grupo de consumo	Jaca	Jacetania
8	Restaurante Río Ara	Restaurante	Fiscal	Sobrarbe
9	Restaurante Casa Frauca	Restaurante	Sarvisé	Sobrarbe
10	Comedor escolar de Aínsa	Comedor escolar	Aínsa	Sobrarbe
11	El huerto de casa	Grupo de consumo	Castillazuello	Somontano
12	CEIP La Merced	Comedor escolar	Barbastro	Somontano

ENCUESTAS

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
1	Cafetería Elma	Comercio	Biescas	Alto Gállego
2	Carnicería Feliciano Gavín Pardo	Comercio	Biescas	Alto Gállego
3	Panadería Javierrelatre	Comercio	Javierrelatre	Alto Gállego
4	Frutería Mirtilos	Comercio	Sabiñánigo	Alto Gállego
5	Bar L' Aspiga	Hostelería	Biescas	Alto Gállego
6	La Bodega de Pepe	Hostelería	Biescas	Alto Gállego
7	Mesón Casa Diego	Hostelería	Gavín (Biescas)	Alto Gállego
8	Embarcadero Suscalar	Hostelería	Lanuzza	Alto Gállego
9	Albergue de Piedrafita, Bosque del Betato	Hostelería	Piedrafita de Jaca (Biescas)	Alto Gállego
10	Hotel Mi Casa	Hostelería	Sabiñánigo	Alto Gállego
11	Bar Biloba	Hostelería	Sallent de Gállego	Alto Gállego
12	Hotel El Privilegio de Tena	Hostelería	Tramacastilla de Tena	Alto Gállego
13	El Rincón de Valero	Hostelería	Yebra de Basa	Alto Gállego
14	Escuela Infantil La Casita Blanca	Comedor	Canfranc	Jacetania
15	Guardería Pinocho	Comedor	Jaca	Jacetania
16	Guardería Trapito	Comedor	Jaca	Jacetania
17	Centro Ignacio Claver (Atades)	Comedor	Martillué (Jaca)	Jacetania
18	CRA Río Aragón	Comedor	Santa Cilia	Jacetania
19	Carnicería Alimentación Rosenda	Comercio	Ansó	Jacetania
20	La trobada tienda	Comercio	Berdún	Jacetania

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
21	La tienda	Comercio	Castiello de Jaca	Jacetania
22	Comercio Cabana	Comercio	Hecho	Jacetania
23	J.L Brun	Comercio	Hecho	Jacetania
24	Juan Antonio Laplaza Marraco	Comercio	Hecho	Jacetania
25	Alfonso Moreno	Comercio	Jaca	Jacetania
26	Artemisa Jaca	Comercio	Jaca	Jacetania
27	Carnicería Javier	Comercio	Jaca	Jacetania
28	Carnicería Luis Rapún	Comercio	Jaca	Jacetania
29	Carnicería Périz	Comercio	Jaca	Jacetania
30	Carnicería Viñao	Comercio	Jaca	Jacetania
31	La Alforja	Comercio	Jaca	Jacetania
32	Santa Orosia	Comercio	Jaca	Jacetania
33	Supermercado Mª José	Comercio	Villanúa	Jacetania
34	Panadería Villarreal de la Canal	Comercio	Villarreal de la Canal	Jacetania
35	Bodegas Langa	Distribución	Jaca	Jacetania
36	Bodegas Santamaría	Distribución	Jaca	Jacetania
37	Borda Juan Ramón	Hostelería	Aisa	Jacetania
38	El Boj Restaurante	Hostelería	Candanchú	Jacetania
39	Borda L'Anglassé	Hostelería	Canfrac- estación	Jacetania
40	Casa Blasico	Hostelería	Hecho	Jacetania
41	Casa Fau	Hostelería	Jaca	Jacetania
42	Las tres Ranas	Hostelería	Jaca	Jacetania
43	Lilium	Hostelería	Jaca	Jacetania

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
44	Portón	Hostelería	Jaca	Jacetania
45	Asador José	Hostelería	Villanúa	Jacetania
46	Posada magoría	Otros alojamientos	Ansó	Jacetania
47	L'Orache	Otros alojamientos	Aratorés (Villanúa)	Jacetania
48	Casa Sarasa	Otros alojamientos	Berdún	Jacetania
49	Camping Selva de Oza	Otros alojamientos	Hecho	Jacetania
50	Iles Sobrarbe	Comedor	Ainsa	Sobrarbe
51	Colegio del Valle De Bielsa	Comedor	Bielsa	Sobrarbe
52	Colegio de Broto	Comedor	Broto	Sobrarbe
53	Colegio del Valle Chistau	Comedor	Plan	Sobrarbe
54	Colegio de La Fueva	Comedor	Tierrantona	Sobrarbe
55	Carnicería Badías	Comercio	Ainsa	Sobrarbe
56	Carnicería Marsal	Comercio	Ainsa	Sobrarbe
57	Comercio La Cooperativa	Comercio	Ainsa	Sobrarbe
58	Sabores de Pueblo	Comercio	Ainsa	Sobrarbe
59	Supermercado Paulino	Comercio	Ainsa	Sobrarbe
60	Tienda Hotel 7 Reyes	Comercio	Ainsa / Casco Antiguo	Sobrarbe
61	El Super de Boltaña	Comercio	Boltaña	Sobrarbe
62	Supermercado Sabeco	Comercio	Boltaña	Sobrarbe
63	Comercio Estación Servicio Parzán	Comercio	Parzán / Bielsa	Sobrarbe
64	Panadería	Comercio	Torla	Sobrarbe

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
65	Restaurante Camping Pineta	Hostelería	Bielsa	Sobrarbe
66	Restaurante Avenida	Hostelería	Boltaña	Sobrarbe
67	Restaurante El Balcon del Pirineo	Hostelería	Buesa / Broto	Sobrarbe
68	Casa Rural Chardinet D'A Formiga	Hostelería	Charo (La Fueva)	Sobrarbe
69	Restaurante Casa Falceto	Hostelería	Coscojuela de Sobrarbe	Sobrarbe
70	Restaurante El Plano	Hostelería	El Plana / Pueyo Araguás	Sobrarbe
71	Servicio de Catering Revestido	Hostelería	Escalona	Sobrarbe
72	Restaurante Hostal Rio Ara	Hostelería	Fiscal	Sobrarbe
73	Restaurante Lamiana	Hostelería	Lamiana	Sobrarbe
74	Servicio de Catering La Cocina del Pirineo/ Restau	Hostelería	Plan	Sobrarbe
75	Restaurante Meson De Salinas	Hostelería	Salinas de Sin	Sobrarbe
76	Restaurante Casa Puyuelo	Hostelería	Tierrantona	Sobrarbe
77	CEIP Alto Aragón	Comedor	Barbastro	Somontano
78	Residencia Casa de Amparo (privada)	Comedor	Barbastro	Somontano
79	Alimentación Natividad Castillo	Comercio	Alquézar	Somontano
80	Panadería Tornil	Comercio	Azara	Somontano
81	Autoservicio Fernando	Comercio	Barbastro	Somontano
82	Cáritas Barbastro	Comercio	Barbastro	Somontano
83	Carnicería Araceli	Comercio	Barbastro	Somontano
84	Carnicería Herminia	Comercio	Barbastro	Somontano
85	Carnicería Julia	Comercio	Barbastro	Somontano
86	Carnicería Oliván	Comercio	Barbastro	Somontano

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
87	Carnicería Viuda de Cuello	Comercio	Barbastro	Somontano
88	Comestibles Vidal	Comercio	Barbastro	Somontano
89	Cooperativa San Antonio	Comercio	Barbastro	Somontano
90	Ecostean	Comercio	Barbastro	Somontano
91	Frutería El Pilar	Comercio	Barbastro	Somontano
92	Herboristería Barbastro María Luisa	Comercio	Barbastro	Somontano
93	Herboristería Farmaria	Comercio	Barbastro	Somontano
94	Panadería A. López	Comercio	Barbastro	Somontano
95	Panadería Barras de Aragón	Comercio	Barbastro	Somontano
96	Panadería El Viñero Artesanía del Pan	Comercio	Barbastro	Somontano
97	Panadería Sierra	Comercio	Barbastro	Somontano
98	Panadería Güerri	Comercio	Barbastro	Somontano
99	Sabores d'entonces	Comercio	Barbastro	Somontano
100	Adolfo José Lanau Villar	Comercio	Berbegal	Somontano
101	Disbo Alimentación Maria Antonia	Comercio	Berbegal	Somontano
102	Panadería Basilio	Comercio	Colungo	Somontano
103	Carnicería Garuz	Comercio	Estadilla	Somontano
104	Mª Isabel Cambra	Comercio	Peralta de Alcofea	Somontano
105	Repostería Mairal	Comercio	Peralta de Alcofea	Somontano
106	Victor Gías Escudero	Comercio	Peralta de Alcofea	Somontano
107	Restaurante Casa Pardina	Hostelería	Alquézar	Somontano

Nº	ESTABLECIMIENTO	TIPO	POBLACIÓN	COMARCA
108	Restaurante Vinoteca La Marmita de Guara	Hostelería	Alquézar	Somontano
109	Restaurante El Placer	Hostelería	Barbastro	Somontano
110	Restaurante Flor	Hostelería	Barbastro	Somontano
111	Restaurante La Cantina (Gran Hotel de Barbastro)	Hostelería	Barbastro	Somontano
112	Casa Atuel	Hostelería	Bierge	Somontano
113	Restaurante La Posada de Lalola	Hostelería	Buera	Somontano
114	Restaurante Bodega del Somontano.	Hostelería	El Grado	Somontano
115	Restaurante Las Acacias	Hostelería	El Grado	Somontano
116	Restaurante Bodega Otto Bestué	Hostelería	Enate	Somontano
117	Restaurante Gudel	Hostelería	Enate	Somontano
118	Casa Tejedor	Hostelería	Las Almunias de Rodellar	Somontano
119	Restaurante Camping El Puetne	Hostelería	Rodellar	Somontano

ANEXO V. GUION DE PREGUNTAS DEL ESTUDIO DE MERCADO

En el estudio de mercado se llevaron a cabo diferentes acciones para recoger información:

- Entrevistas
- Grupos de discusión
- Encuestas

Para cada una de la metodología a utilizar se utilizaba un guion o batería de preguntas o temas:

ENTREVISTAS

- Demanda final. Valoración de tendencias y cultura de consumo de producto de proximidad y ecológico.
- Relación entre actores. Conocimiento y relación entre los diferentes elementos de la cadena.
- Elementos a favor del desarrollo de la producción, las cadenas cortas de distribución y la venta / consumo de productos de proximidad y ecológicos.
- Elementos en contra del desarrollo de la producción, las cadenas cortas de distribución y la venta / consumo de productos de proximidad y ecológicos.
- Existencia y transmisión de propuestas de valor.
- Valoración de proyectos como Mincha d'aquí.
- Papel de las entidades públicas y de las asociaciones en el desarrollo del sector estudiado.
- Propuestas.

GRUPOS DE DISCUSIÓN

- ¿Qué fortalezas posee la zona y el sector para desarrollar una propuesta de dinamización de iniciativas alimentarias locales y sostenibles como la plantada por Mincha d'aquí?
- ¿Qué debilidades se perciben en la zona y el sector para desarrollar una propuesta de dinamización de iniciativas alimentarias locales y sostenibles como la plantada por Mincha d'aquí?
- ¿Qué oportunidades se aprecian para una propuesta de dinamización de iniciativas alimentarias locales y sostenibles como la plantada por Mincha d'aquí?

- ¿Qué amenazas se advierten para una propuesta de dinamización de iniciativas alimentarias locales y sostenibles como la plantada por Mincha d'aquí?
- Como preguntas secundarias se plantearon:
- ¿Qué propuestas podemos aportar para potenciar estas fortalezas?
- ¿Qué propuestas podemos aportar para corregir estas debilidades?
- ¿Qué propuestas podemos aportar para aprovechar estas oportunidades?
- ¿Qué propuestas podemos aportar para defendernos de estas amenazas o para darles la vuelta y aprovecharlas?

ENCUESTAS

- Compra productos de proximidad por comarca
- Compra productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Compra / produce productos de proximidad por comarca
- Compra / produce productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Motivación de compra de productos de proximidad por comarca
- Motivación de compra de productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Motivos de no compra de productos de proximidad por comarca
- Motivos de no compra de productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Productos de proximidad adquiridos por comarca
- Productos de proximidad adquiridos por tipo de establecimiento
- Compra productos de proximidad por comarca
- Compra productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Compra / produce productos de proximidad por comarca
- Compra / produce productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Motivación de compra de productos de proximidad por comarca
- Motivación de compra de productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Motivos de no compra de productos de proximidad por comarca
- Motivos de no compra de productos de proximidad por tipo de establecimiento
- Productos de proximidad adquiridos por comarca
- Productos de proximidad adquiridos por tipo de establecimiento

- Proveedores/as de productos ecológicos por procedencia
- Porcentaje de compra a proveedores/as de productos ecológicos
- Tipo de clientela habitual de productos de proximidad y ecológicos por comarca
- Tipo de clientela habitual de productos de proximidad y ecológicos por tipo de establecimiento
- Conocimiento cliente final sobre productos de proximidad por comarca
- Conocimiento cliente final sobre productos ecológicos por comarca
- Conocimiento de proveedores/as de productos de proximidad y ecológicos por comarca
- Conocimiento de proveedores/as de productos de proximidad y ecológicos por tipo de establecimiento
- Algo que comentar (respuesta abierta)

ANEXO VI. FICHA DE AUTORIZACIÓN PARA EL MAPA DE INICIATIVAS

FICHA DE AUTORIZACIÓN PARA EL MAPA DE INICIATIVAS

NOMBRE Y APELLIDOS		FOTO
NOMBRE DEL PROYECTO/EMPRESA		
ACTIVIDAD		
PRODUCTO		
DIRECCIÓN (CP)		
POBLACIÓN		
COMARCA		
EMAIL		
ÉFONO		
BUENAS PRÁCTICAS		

Conforme a la Ley Orgánica, 15/1999 sobre Protección de datos de carácter personal, el firmante autoriza al equipo del proyecto "Mincha d'aquí" al tratamiento de los datos personales recogidos en esta ficha. Estos datos pasan a formar parte del fichero "Base Datos IALS" bajo la responsabilidad de CERAI, con la finalidad de llevar a cabo el proyecto "Dinamización de Iniciativas Alimentarias Locales y Sostenibles en el Pirineo y Somontano Aragonés". Estos datos se usarán para ubicar en un mapa online todas las iniciativas alimentarias locales y sostenibles del territorio. El usuario puede ejercitar los derechos ARCO (acceso, cancelación, rectificación y oposición), enviando un escrito al correo electrónico info@minchadaqui.net.

Fdo:

Fecha:

ANEXO VII. PROPUESTAS DE ACCIÓN QUE FUNDAMENTAN LA ESTRATEGIA

Esta estrategia recoge un total de 183 propuestas de acción, aportadas por las iniciativas participantes en cada una de las actividades llevadas a cabo en el proyecto. Se han querido reflejar tal y como han sido expresadas y recogidas.

A continuación se muestran las propuestas de acción divididas en las líneas estratégicas y los ámbitos sectoriales, identificadas todas ellas con el territorio comarcal de donde son las iniciativa que la han aportado.

J = Jacetania

AG = Alto Gállego

S = Sobrarbe

Som = Somontano de Barbastro

LE1. Sensibilización del consumo de productos locales y ecológicos y visibilización de las iniciativas alimentarias locales y sostenibles

Ámbito general:

- A1 Organizar más y mejores visitas a lugares de producción (Ej: iglesias del Serrablo) (AG)
- A2 Publicar mucha más información en medios de comunicación. (J)
- A3 Buenas campañas publicitarias (J)
- A4 Acciones de sensibilización. (J)
- A5 Charlas en colegios. (S)
- A6 Ampliar la cultura y concienciación en la demanda hacia otros beneficios como el fomento del empleo, el asentamiento de la población... (SB)
- A7 Más información para concienciar a el/la consumidor/a final. (AG)
- A8 Fomentar los hábitos saludables vinculados a la alimentación. (AG)
- A9 Aprovechamiento de las redes sociales al menos en gastronomía. (S)
- A10 Más ferias, fiestas y mercados bien publicitados y ayudas para la participación. (S; SB)
- A11 Folleto de productores + restaurantes + comercios en la WEB (S)
- A12 Dar más cultura del producto local (S)
- A13 Formación y sensibilización a niños y mayores en temas de alimentación (etiquetados, productos artesanos,...) (S)
- A14 Conocimiento sobre los productos locales y su valor para la gente (clientes en general) (S)
- A15 Promoción de productos nuestros fuera de aquí con showcooking (S)

- A16 Promoción a través de establecimientos, programas de televisión, radio, folletos (S)
- A17 Visibilizar un listado de proveedores de cada zona (Som)
- A18 Turismo. Folletos informativos, visitas y talleres (Som)
- A19 Crear soporte (estantería, ficha,...) con la idea de producto local y sostenible para las zonas turísticas (Som)
- A20 Crear alianzas para transmitir pedagógicamente a la sociedad la necesidad y los valores de prácticas y productos sostenibles (Som)
- A21 Formación e información para consumir productos locales. Más campañas de promoción de consumo de producto local (J/AG)
- A22 Educar y entender el producto ecológico (J/AG)
- A23 Cambiar pensamiento de personas (sellos, etc...) (J/AG)
- A24 Sello local (J/AG)
- A25 Fiesta del producto local. Jornada festiva, generación de identidad, encuentro de productoras y población local (J/AG)
- A26 Concienciación del consumidor. Divulgar la calidad de lo que se hace en Aragón. Publicitar e informar mejor de las bondades del sistema elegido. (S)
- A27 Dar a conocer a los visitantes de la Comarca la existencia del proyecto y lo que hacemos. (S)
- A28 Poner valor a los productos de la zona, que la gente entendiera y valorara el producto de cercanía y artesano, más cultura de consumo local. (Som)
- A29 Educación para la salud, beneficio de producto ecológico para salud. (Som)
- A30 Más compromiso, sensibilidad, valoración, motivación (producción y consumo). Concienciación. (J/AG)

Ámbito de producción y transformación:

- B1 Realización de una guía de productores hecha por las Comarcas.(J)
- B2 Sello local y sostenible (Som)
- B3 Marca. Territorio, productores locales, sostenibilidad (debe de haber un filtro de más control, exterior a los productores) (Som)
- B4 Conocimiento in situ del producto (J/AG)
- B5 Crear una base de datos con productos, productores/as, valles (J/AG)
- B6 Sello de confianza campesino (J/AG)
- B7 Información sobre todas las partes de la canal, elaboración y precio (S)

B8 Guías y material informativo unificado sobre empresas transformadoras (S)

B9 Que se considere la transformación como parte de la agricultura (J/AG)

Ámbito de comercialización y consumo:

C1 Prescindir de supermercados. Valorar el producto local (J/AG)

C2 Comercialización fuera de las fechas vacacionales donde es más difícil la venta (S)

C3 Que los restaurantes hagan algo como el "menú montaños, sin lubina". (S)

C4 Premios como "tapa Km 0" (S)

C5 Comedores escolares. Menú local y visitas técnicas (S)

C6 Consumidores. Visitas de conocimiento a explotaciones (S)

C7 Consumidores tienen poca información de lo local (Som)

LE2. Formación y asesoramiento de las iniciativas alimentarias locales y sostenibles

Ámbito general:

A1 Ampliación de la oferta (S)

A2 Marketing de calidad.(J; SB)

A3 Diferenciar entre formación práctica y teórica (Som)

A4 Formación antes y después de poner en marcha el negocio (Som)

A5 Asesoramiento y ayudas en la venta en circuitos cortos de comercialización (Som)

A6 Formación y acompañamiento mantenido en el tiempo desde el principio de la actividad. Algo basado en el modelo de escuela de Pastores del País Vasco. (J/AG)

A7 Recuperar la figura de maestro/ aprendiz; recuperar la información de otras generaciones (antes de que sea demasiado tarde). (J/AG)

A8 Formación a los de la OCA en sostenibilidad (J/AG)

A9 Asesoramiento técnico en términos de sostenibilidad (J/AG)

A10 Asesoramiento técnico (J/AG)

A11 Información entre productores y restauración. Entender el producto como único y de temporada, no en serie. (J/AG)

A12 Investigación (J/AG)

Ámbito de producción y transformación:

- B1 Pocos ejemplos de explotaciones ecológicas demostrables (Som)
 - B2 Acción formativa --> Encuentro "normal" sobre temas agrícolas (Som)
 - B3 Más formación sobre cambio climático y usos del suelo, y cómo la manera de producir impacta al medio (J/AG)
 - B4 Organizar mejor el trabajo, incrementar la producción y mejor coordinación con otras productoras. (S)
 - B5 Gestión de residuos. Compostar adecuadamente (S)
 - B6 Información de subvenciones a productos ecológicos. (S)
 - B7 Formación en prácticas ecológicas (Som)
 - B8 Asesoramiento para la transformación de prácticas más sostenibles y que la actividad sea viable (Som)
 - B9 Hacer el acabado de los animales y venta directa (J/AG)
-

Ámbito de comercialización y consumo:

- C1 Visitas técnicas a explotaciones para restaurantes y comercios (S)
- C2 Jornadas de formación al sector restauración y tiendas uso productos locales (S)
- C3 Los puntos de venta tienen poca información del producto local (Som)
- C4 Mejorar canales de distribución (S)
- C5 Estrategias de venta combinada (S)
- C6 Tiendas que entiendan lo que hay detrás del producto. (J/AG)
- C7 Entrar en el sector hostelero vendiendo calidad y diferenciando el producto. (S)
- C8 Hostelería con productos de calidad de la zona. (J/AG)
- C9 Educación. Comedores escolares, sensibilización (equipo directivo), visitas, talleres, niños/as y padres. (Som)

LE3.Creación de sinergias y vínculos entre las iniciativas alimentarias locales y sostenibles

Ámbito general:

- A1 Cambios en los/as productores/as, que deben apoyar al comercio con precio y mensajes. (J)
- A2 Sentar en la misma mesa a productores/as y restaurantes, pues estos aportan el valor final a los productos. (S)
- A3 Creación de puntos de encuentro en fechas concretas al estilo francés, en los que un/a productor/a se encarga de lo de varios/as. Se soluciona el problema de la distribución. (S)
- A3 Acortamiento de la cadena de distribución (J)
- A2 El mundo de la producción y el del consumo están muy alejados. Acercarlos. (S)
- A3 Creación de un sello de producto del Sobrarbe (S)
- A4 Sello asociativo de producto local en Modelo de Desarrollo Sostenible (S)
- A5 Marca-sello para la clarificación de las cualidades del producto y para la protección de productos que agrupa (S)
- A6 Marca que identifique sostenibilidad para todos los productos y comarca (S)
- A7 Enlazar productor, comercialización y consumidor (S)
- A8 Empresarios que digan lo que hacen y productores que digan lo que necesitan (Som)
- A9 Transporte: planificarlo y compartirlo (depende de las ganas de cooperativismo) (Som)
- A10 Contactos supracomarcas (necesidades de otras comarcas) (Som)
- A11 Compartir una red de distribución y venta de productos agroecológicos (Som)
- A12 Tener espacios de encuentro que permitan de manera independiente a la administración la autoformación y la autoinformación (J/AG)
- A13 Distribución de los productos (J/AG)
- A14 Central de distribución (J/AG)
- A15 Realizar encuentros entre productores y consumidores (tiendas, restaurantes,...) (J/AG)
- A16 Que en estas iniciativas y redes no se excluya a pequeños productores "formales" o que están empezando (J/AG)
- A17 Participar en más mercados y en establecimientos que den valor añadido al establecimiento y a nuestro producto. (S)
- A18 Crear más redes de productores y consumidores, que haya más gente implicada (Som)

Ámbito de producción y transformación:

- B1 Almacén de productores (S)
- B2 Agente mediador que vehiculice el producto. Centro de productores (S)
- B3 Creación de una asociación de productores de Sobrarbe (S)
- B4 Potenciar sentido del cooperativismo/ asociacionismo a largo plazo desde la producción hasta la comercialización de los productores. Tienda de productores. (Som)
- B5 Punto de venta común y sostenible (Som)
- B6 Crear redes con otras comunidades para intercambiar productos de los que carecemos (Som)
- B7 Alianzas con "marcas de calidad" existentes en el territorio: DO Somontano, Tomate Rosa, Turismo-Guara, Marca de Calidad Rural, Ruta del Vino,... (Som)
- B8 Crear una asociación de productores sostenibles igual que la de Sobrarbe. Mejor a nivel provincial (Som)
- B9 Fomentar asociaciones que pongan en comunicación a los productores para programar los cultivos (Som)
- B10 Que haya más encuentros para compartir entre todos los productores donde ya cada uno tiene mucho que aportar. (J/AG)
- B11 Lonja donde cada productor una o dos veces al mes pueda vender sus productos (J/AG)
- B12 Encuentros, mínimo mensuales, de productores locales con acciones formativas, informativas, de apoyo (J/AG)
- B13 Espacio/Soporte de encuentro de productores. Apoyo, información, colaborar, compartir ideas/proyectos. Agroecología (J/AG)
- B14 Alianzas con las entidades para que colaboren con las necesidades de los productores
- B15 Continuidad en la distribución de los productores (J/AG)
- B16 Masa crítica entre los productores para producir en ecológico. (J/AG)
- B17 Cooperativas locales ganaderas con interés en comercializar su propia carne en la zona, y en abrir línea de producto ecológico. (S)
- B18 Compartir central de transformación ecológica (Som)
- B19 Cooperativa con obradores comunes (Som)

Ámbito de comercialización y consumo:

- C1 Creación de una red de consumo entre diferentes grupos de consumo y comedores colectivos (colegios, institutos, restaurantes,...) (S)
- C2 Distribuidor de producto local. (S)
- C3 Canales de comercialización que permitan seguridad de salida para aumentar la producción y ventas. (Som)
- C4 Presentación de productos por el productor en establecimientos de restauración. Ferias todo el año (J/AG)
- C5 Canal de comercialización. Sinergias con restauración. Lúdico (J/AG)
- C6 Conseguir vender a comedores colectivos para asegurar la producción (Som)
- C7 Puntos de venta que permita enseñar otra opción de venta y de producción que lo que hacen los agricultores convencionales (p.e llegar a comedores escolares y colectividades) para lograr un consumo local estable. (Som)

LE4. Impulso desde las administraciones para la producción, transformación y comercialización de alimentos sostenibles a nivel local

Ámbito general:

- A1 Subvencionar la contratación de personas dedicadas a promover el tema. (J)
- A2 Cuidar a pequeños comercios y producciones (J)
- A3 Potenciar la venta directa de productos (SB)
- A4 Creación de mercado o lonja para este tipo de productos (J; SB)
- A5 Imposición de límites a las grandes cadenas. (AG)
- A6 Que los encuentros se sigan promoviendo, tanto desde las administraciones, consumidores como promotores (S)
- A7 Estudiar la viabilidad de un circuito corto de comercialización(S)
- A8 Ayuda institucional a la confección y desarrollo inicial de proyectos (S)
- A9 Mantenimiento de infraestructuras rurales: caminos, abrevaderos,... (S)
- A10 Necesidad de gestionar los bancos de tierras con la colaboración de las administraciones (S)
- A11 Comunicación. Acceso a información con administración pública u organismos (S)

- A12 Inversión pública en infraestructuras (Som)
- A13 Nueva tecnologías (RRSS). Banda ancha de verdad. Mantenimiento de instalaciones. (Som)
- A14 Obradores y almazaras ecológicas (Som)
- A15 Cascadora de almendras (Som)
- A16 Promoción y apoyo por parte de las instituciones (Som)
- A17 Crear obradores colectivos para facilitar inversiones para la transformación (Som)
- A18 Información clara y coherente por parte de las administraciones sobre los trámites, permisos, documentación necesaria para empezar una actividad y su continuación. GUÍA a modo de manual que indique los pasos a seguir, qué permisos (por sector profesional) hemos de tener, cómo y dónde tramitarlos, ¿cómo comercializar mi producto? (J/AG)
- A19 Formación a los de la OCA en sostenibilidad (J/AG)
- A20 Pliegos de condiciones por parte de la administración que incorpore productos locales (J/AG)
- A21 Menos trabas de la administración (J/AG)
- A22 Apoyo real o ferias locales (J/AG)
- A23 Más mercados locales. Mercados locales por pueblo y ayudas para poder vender (si atiendes el negocio no te queda tiempo para vender). Fomentar y organizar mercados de productos locales (J/AG)
- A24 Mayor apoyo desde las instituciones (mantener y generar empleo rural y sector primario) (S)
- A25 Ayudas para las inversiones en infraestructuras (S)
- A26 Mejorar los medios de comunicación, mejor acceso a internet (S)
- A27 Reducir las trabas administrativas y tener apoyo de las instituciones a la producción y comercialización (Som)
- A28 Información clave bien transmitida aunque cambien referentes (J/AG)
- A29 Más apoyos económicos y menos trabas administrativas (J/AG)
- A30 Ayudas con menos requisitos y favorecer a los emprendedores, y a los proyectos que ya están en marcha. (J/AG)

Ámbito de producción y transformación:

- B1 Ayudas a las pequeñas actividades agrícolas para encontrar recursos, como por ejemplo una planta autóctona, con bancos de semillas y plantero (J)
- B2 Instalaciones comarcales comunitarias de almacenaje y transformación (obradores) (S)

- B3 Planta de compostaje comarcal comunitaria (S)
- B4 Accesibilidad al agua para los productores (S)
- B5 Que los Ayuntamientos que dispongan de terrenos creen banco de tierras para nuevas (J/AG)
- B6 Control de agricultores ecológicos y sello estatal no privado (J/AG)
- B7 Fomentar que haya más productores para que esto haga sostenible infraestructuras como harinera, matadero,.. (J/AG)
- B8 Canal de riego con agua no tan contaminada. Permisos. (J/AG)
- B9 Apoyo para visibilizarse y que se conozcan los productos locales (Ej: presencia en ferias) (J/AG)
- B10 Matadero más asequible de precio, más barato de matar (J/AG)
- B11 Fundamental sala de despiece en el matadero de Sabiñánigo (J/AG)
- B12 Que la administración deje hacer pequeños mataderos (Som)
- B13 Matadero de Sabiñánigo: Con sala de despiece y distribución (J/AG)
- B14 Venta en los obradores. Que se pueda publicitar los obradores (J/AG)
- B15 Obradores para aumentar la oferta de productos transformados como productos cárnicos, sidra,... (S)
- B16 Área específica para empresas tipo parque industrial o infraestructura compartida (S)
- B17 Vivero de empresas adaptado a cada necesidad (J/AG)

Ámbito de comercialización y consumo:

- C1 Apertura de más comercios para competir con grandes superficies (J)
- C2 Ampliar puntos de venta y el porcentaje de venta directa. (S)
- C3 Estimular a la administración del uso del producto local en comedores y picoteos (S)
- C4 Se debería a través del gobierno hacer que tanto en comedores escolares, hospitales y diferentes colectivos se consuma productos locales y acordes a lo que se paga (J/AG)

LE5. Cambios normativos que favorezcan la producción, transformación y comercialización de alimentos sostenibles a nivel local

Ámbito general:

- A1 Ley de venta local: competencia desleal (pero difícil encontrar un punto medio). Estar al tanto del plazo de alegaciones (Som)
- A2 Implementar políticas públicas vinculadas con el sector primario en el territorio (J/AG)
- A3 Legislación más accesible, menos problemas para comercializar los productos. Venta directa a consumidores (J/AG)
- A4 Venta directa (J/AG)
- A5 Una buena, y mejor, PAC (S)
- A6 Precios más justos para contratar más tiempo y tener mejor calidad de vida (Som)
- A7 Legislación apropiada a la escala de producción y favorable. (J/AG)

Ámbito de producción y transformación:

- B1 Ayudas a agricultores de pequeñas explotaciones (J/AG)
- B2 Facilitación de variedades autóctonas (J/AG)
- B3 Certificación más económica y adaptada. Menos burocracia (J/AG)
- B4 Ayudas a la certificación de mataderos y salas de despiece cercanos (S)
- B5 No se debería tratar igual en temas sanitarios a una gran industria y a una pequeña (J/AG)

ANEXO VIII. OTRAS SINERGIAS DEL TERRITORIO

PON ARAGÓN EN TU MESA

Pon Aragón en tu mesa es un proyecto que pone en valor la calidad de los productos agroalimentarios producidos en el medio rural de nuestra tierra ayudando a su difusión, dando a conocer las cualidades de nuestros alimentos, apoyando el emprendimiento agroalimentario y facilitando la comercialización; en definitiva, impulsando el desarrollo rural y dinamizando el sector agroalimentario de los pueblos de Aragón.

Es un proyecto de cooperación entre las asociaciones de Desarrollo y los productores agroalimentarios rurales y comercializadores. Trabajan para que el medio rural agroalimentario sea dinámico, competitivo y accesible, fomentando alianzas y colaboraciones en el sector para lograr que esos productos de calidad lleguen a los puntos de venta y sean reconocidos y solicitados por los clientes. Un beneficio que redunda en ambas partes. El consumidor recupera sabores casi olvidados, descubre nuevos productos de gran calidad y ayuda a que el medio rural y las empresas allí radicadas tengan una mejor economía y por ende más futuro.

Sus objetivos son:

- Impulsar el desarrollo del medio rural dinamizando el sector agroalimentario
- Fomentar y apoyar el emprendimiento agroalimentario
- Ser referente para la sociedad aragonesa en materia agroalimentaria
- Mejorar la competitividad y transferencia de buenas prácticas al sector agroalimentario
- Facilitar la comercialización y el conocimiento del producto por parte de los compradores
- Desarrollar y mejorar el conocimiento de los canales cortos de comercialización
- Dar a conocer las cualidades y la calidad de los alimentos de los pueblos de Aragón
- Fomentar alianzas y colaboraciones;

WEB: www.ponaragontumesa.com



HECHO EN LOS PIRINEOS

Hecho en los Pirineos está dirigido a impulsar los productos agroalimentarios a través del desarrollo de mercados físicos y on-line, y del turismo gastronómico.

Por una parte, pretende desplegar nuevas vías de comercialización que constituyan una oportunidad tanto para las empresas agrícolas y artesanales como para el medio ambiente y el turismo, con el fin de favorecer la viabilidad y el mantenimiento de actividades esenciales en la conservación de los espacios de montaña y que generan una oferta turística y gastronómica de calidad. También cimentan un nuevo tipo de relaciones sociales que favorecen la apertura del sector y la interacción entre el ámbito rural y el urbano.

En este sentido, el objetivo principal del proyecto es consolidar en el territorio del Alto Aragón y los Hautes Pyrénées las cadenas cortas de comercialización local, y su desarrollo centrado en los mercados urbanos.

El segundo objetivo consiste en expandir el concepto de una «gastronomía pirenaica» transfronteriza que pueda erigirse como embajadora de los productos, tierras y valores de los Pirineos. Dentro de este planteamiento, se contempla la celebración de un congreso en Huesca en torno a productos agroalimentarios del Pirineo.

En definitiva, este proyecto se basa en un intercambio de buenas prácticas entre el territorio de los Hautes Pyrénées (sobre todo en relación con las cadenas cortas) y del Alto Aragón (principalmente en lo tocante a la gastronomía), para perfeccionar un modelo que permita dar el salto hacia un «espacio pirenaico único».

Además de la AECT, que ejerce de "jefe de filas", participan como socios del proyecto la Cámara de Agricultura de los Hautes Pyrénées y el Ayuntamiento de Huesca.

WEB: [www.hp-hp.eu/proyectos/2014-2020/Hecho en Pirineos](http://www.hp-hp.eu/proyectos/2014-2020/Hecho%20en%20Pirineos)



ECOREDARAGÓN

EcoRedAragón es un espacio de encuentro entre consumidoras/es y productoras/es ecológicas de nuestra tierra que tiene como objetivo compartido el acercar y mejorar nuestras relaciones, así como el facilitar el acceso a todas las interesadas a la producción y/o al consumo de productos respetuosos con la naturaleza, la salud y la justicia social y ambiental. Esta iniciativa surge del primer encuentro de Grupos de Consumo de productos ecológicos durante las Jornadas ConSumo Cuidado en Peñaflor de Gállego (Zaragoza) en mayo de 2011. Desde entonces trabaja por apoyar y difundir toda iniciativa basada en la producción ecológica, la comercialización a través de canales cortos y de cercanía, el contacto directo entre productor/a y consumidor/a y el trato justo y el cuidado de la tierra y de las personas.

Propone un cambio de paradigma en torno a la producción y al consumo responsables basado en la soberanía alimentaria que refuerce la construcción de una nueva economía social como alternativa a la actual, a través del trabajo horizontal, asambleario e inclusivo por el "bien común".

- Crear y reforzar nuestros vínculos de unión entre productoras y consumidoras.
- Apoyar y acompañar a nuevas productoras y a nuevos grupos de consumo en sus procesos de gestación y difusión.
- Facilitar y fomentar la producción y el consumo de productos respetuosos con las personas, los animales y el medio ambiente, libres de agrotóxicos y transgénicos, en todas sus fases de elaboración, transformación y transporte.
- Promover un sistema de remuneración y de precios equitativos alejados de las grandes distribuidoras y sustentado en relaciones laborales justas.

WEB: www.ecoredaragon.blogspot.com.es



SOBRARBE AGRODIVERSO Y SOSTENIBLE

Sobrarbe Agrodiverso y Sostenible es un grupo de cooperación cuya finalidad es incentivar a los agentes del sector primario de la Comarca del Sobrarbe a diversificar su actividad hacia alternativas con un potencial económico. Concretamente, se va a crear una red de parcelas demostrativas para incentivar la diversificación del sector hacia el cultivo de manzana de montaña, el cultivo de judía seca y el de patata de siembra. Se trata de alternativas capaces de fijar más población en el medio rural, que está en proceso de despoblación, y más sostenibles desde el punto de vista ambiental, al realizarse mediante técnicas agroecológicas. Participan en él la Cooperativa Agropecuaria de Sobrarbe, la Asociación de hortelanos Arto-Un paso Atrás, la Fundación Quebrantahuesos, el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria del Gobierno de Aragón (CITA), el Centro de Transferencia Agroalimentaria, los ayuntamientos de Aínsa y Boltaña, la Comarca de Sobrarbe, y CERAI.

NOTICIA: www.cerai.org/tag/sobrarbe-agrodiverso-y-sostenible



SOBRARBE AUTÓCTONO Y SOSTENIBLE

Sobrarbe autóctono y sostenible es un proyecto de cooperación impulsado por la Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos (FCQ) y la Asociación Aragonesa de Ganaderos de Bovinos de Raza Pirenaica (ASAPI), con el apoyo del Ayuntamiento de Aínsa, propietario del matadero municipal, la Universidad de Zaragoza y la Asociación de Empresarios del Sobrarbe. El objetivo principal del mismo es incentivar el consumo de carne de Raza Pirenaica km 0, nacida, criada y sacrificada en el mismo Sobrarbe, facilitando de esta manera los aportes al comedero de aves necrófagas gestionado por la FCQ en Aínsa y cerrando un círculo de desarrollo y sostenibilidad que engloba ganadería, restauración y conservación del medio ambiente.

Otros objetivos que persigue el proyecto son:

- Promoción del consumo km 0
- Estudio socioeconómico del impacto del proyecto
- Sumar sinergias entre ganadería, consumidor final y medio ambiente
- Promoción del comedero de aves necrófagas de Aínsa-Sobrarbe

La Raza Bovina Pirenaica es una raza autóctona de Aragón, que estuvo al borde de la desaparición en la década del 60 del pasado siglo XX. Hoy, poco a poco con el esfuerzo de las asociaciones que trabajan por la difusión y mejora de la raza continua su recuperación. Las acciones de promoción del consumo de su carne se desarrollan en la Villa de Aínsa y su entorno.

WEB: www.razapirenaica.com/web-raza-pirenaica/grupo-cooperacion-sobrarbe-autoctono-sostenible



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROECOLÓGICOS DE SOBRARBE-NATURAL

La Asociación de productores agroecológicos de Sobrarbe nace en mayo de 2015 para la defensa y consecución de diversos fines como trabajar en la sensibilización y concienciación de la importancia del consumo de productos locales y agroecológicos, la promoción de los productos asociados, el trabajo en red y con otras iniciativas, y la realización de diferentes actividades de promoción y formación en agroecología y transformación agroalimentaria. En la actualidad, la asociación cuenta con diez iniciativas asociadas, varias de cultivo de manzanas, otras de hortícolas, una de cultivo de pequeños frutos del bosque, ganadería ecológica de vacuno de raza pirenaica y una quesería. La mayor parte de estos proyectos nacieron del proyecto impulsado desde la Comarca de Sobrarbe "Sobrarbe Emprende", un proyecto técnico y formativo de desarrollo rural que nació con el objetivo de activar el territorio, tratando de generar emprendedores en el territorio, asentar población, a través de la recuperación y/o implantación de cultivos adecuados, posibilitando el aprovechamiento de áreas agrícolas abandonadas y la creación de productos agrícolas transformados.

NOTICIA: www.sobrarbedigital.com/convenio-la-comarca-asociacion-productores-agroecologicos-sobrarbe



151

VIVERO DE EMPRESAS AGROALIMENTARIAS JACA - BIESCAS

El vivero de empresas agroalimentarias es un espacio compartido de trabajo que cuenta en sus instalaciones con distintas salas u obradores para elaborar productos agroalimentarios, ubicadas en Jaca y en Biescas.

Su objetivo es impulsar y apoyar, de forma temporal, la creación de nuevas empresas y/o favorecer empresas locales ya constituidas que elaboran fuera del territorio.

Está dirigido a emprendedores del sector agroalimentario que quieran iniciar la producción o ampliar o instalarse en nuestro territorio.

Dispone de espacios preparados y adaptados a distintas necesidades, espacio para poder relacionarse con empresas del sector y recursos de información, apoyo y asesoramiento.

WEB: www.viveroempresas.adecuara.org



LA HOYA VERDE

La Hoya Verde es un proyecto de cooperación cuyo objetivo es mejorar el circuito agroalimentario de productos ecológicos en la comarca de La Hoya de Huesca/ Plana de Uesca. El proyecto está integrado por la Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA), la Asociación para el Desarrollo Rural Comarcal de la Hoya de Huesca (ADESHO), el Ayuntamiento de Huesca y la Escuela Politécnica Superior de Huesca.

Para lograrlo, el proyecto consta de cinco fases:

- 1. Vertebración de los agentes del sector agroecológico, mediante la creación de un Servicio de Dinamización de Iniciativas Locales, así como el desarrollo de una página web que sirva como plataforma para el intercambio de conocimientos.
- 2. Fomento del consumo de productos agroecológicos, para lo que se pretende implantar la Contratación Pública Ecológica en los centros que dependen directamente del Ayuntamiento, como son la Escuela de Educación Infantil "Las Pajaritas" o el Albergue Municipal, así como realizar charlas en los colegios públicos para concienciar sobre el efecto que tiene el consumo responsable sobre nuestro entorno.
- 3. Fomento de la producción agroecológica en la comarca, mediante la realización de estudios técnico-económicos tanto en producción ecológica como en convencional, para lo que se cuenta con ayuda de la Escuela Politécnica Superior de Huesca. Además, se pretende prestar asesoramiento a nuevos agricultores que inicien su actividad en el sector, así como realizar jornadas de sensibilización dirigidas a agricultores que se encuentren en Zonas Vulnerables, y elaborar un Manual de prácticas agroecológicas para huertos de autoconsumo.
- 4. Mejora de la comercialización a través de los circuitos cortos, para lo que se realizarán, entre muchas otras, acciones encaminadas a dinamizar el Mercado Agroecológico de Huesca.
- 5. Potenciar la transformación de productos ecológicos, mediante el asesoramiento para la creación del Centro de Transformación de Productos Agroalimentarios y la realización de jornadas de transformación dirigidas a los productores de la comarca.

NOTICIA: www.ganasdevivir.es/blog/2017/10/05/se-pone-en-marcha-el-proyecto-la-hoya-verde



MESCOOP ARAGÓN

Mescoop Aragón es una cooperativa que funciona como una red de producción, distribución y consumo de bienes y servicios con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, constituida por empresas y entidades de la economía social y solidaria junto a consumidores y consumidoras, individuales y colectivos.

Es un espacio de trabajo colaborativo de propiedad colectiva, para el desarrollo de alianzas con entidades, consumidoras, redes, movimientos sociales. Que promociona a las entidades socias y facilita su inter cooperación e implica a consumidoras/es responsables.

Un proyecto que visibiliza y reivindica las iniciativas económicas solidarias como realidades viables, como una alternativa al mercado convencional en las formas de producir, distribuir y consumir.

Desde Mescoop Aragón se ha elaborado la estrategia del fomento del consumo responsable en la ciudad de Zaragoza, promovida por el Ayuntamiento a través de Zaragoza Dinámica.

WEB: www.mercadosocialaragon.net

Información de la estrategia: <https://mercadosocialaragon.net/estrategia-del-fomento-del-consumo-responsable-en-la-ciudad-de-zaragoza/>



ANEXO IX. BIBLIOGRAFÍA

ADECUARA (2016) Estrategia de desarrollo local participativo 2014-2020 de las comarcas de La Jacetania y El Alto Gállego. Análisis del territorio. Aragón. [<http://www.adecuara.org/wp-content/uploads/2016/02/analisis-territorio.pdf>]

Almaguer-Kalixto, P y Escriche, P. (2015) Cooperación al desarrollo: una perspectiva sistémica y compleja. Cuaderno de Trabajo 4. Cátedra de Cooperación Universidad de Zaragoza, , Zaragoza

Camarero, LA (2009). La población rural de España. De los desequilibrios a la sostenibilidad social. Obra Social de La Caixa. Barcelona.

Caporal, F. R. (1998). La extensión agraria del sector público ante los desafíos del desarrollo sostenible: el caso de Rio Grande do Sul, Brasil (Doctoral dissertation, Universidad de Córdoba).

CEDESOR (2017) "Montañas de desarrollo saludable. EDLL para Sobrarbe y La Ribagorza 2014-2020: hacia un territorio SMART".

CEDER Somontano (10 de marzo de 2016) Diagnóstico Desarrollo Somontano 20.20: Estrategia desarrollo local participativo 2014-2020.

Chetty, S. (1996). The case study method for research in small-and medium-sized firms. International small business journal, 15(1), 73-85.

Comarca de Somontano de Barbastro, Proyecto "Cooperación Agroalimentaria y Agroturística Pirenaica. CAAP 2. (2011) Jornada agroalimentaria "Comercialización y sanidad en la producción agroalimentaria: buscando soluciones".

Comarca de Somontano de Barbastro, Proyecto "Cooperación Agroalimentaria y Agroturística Pirenaica. CAAP 2. (2011) Disposiciones sobre flexibilidad paquete de higiene.

Comarca de Somontano de Barbastro, Proyecto Pir_edes (2010) Conclusiones sobre inventario de productores agroalimentarios.

Comarca de Somontano de Barbastro, Proyecto Pir_edes (2010) El consumo de productos agroalimentarios en el Somontano de Barbastro.

Comarca de Somontano de Barbastro, (Septiembre de 2006) Diagnóstico, reglamentaciones y condiciones para el acceso por productores agroalimentarios a la marca productos del Somontano de Barbastro. Informe sobre el estado del arte.

Gallar Hernández, D. (2011). La construcción de la Universidad Rural Paulo Freire. Culturalismo para una nueva ruralidad campesinista.

García, D. L. (2012). Hacia un modelo europeo de extensión rural agroecológica: praxis participativas para la transición agroecológica. Un estudio de caso en Morata de Tajuña, Madrid (Doctoral dissertation, Universidad Internacional de Andalucía).

García, R. (2011). Interdisciplinariedad y sistemas complejos. Revista Latinoamericana de Metodología de las ciencias sociales, 1(1), 66-01.

García, R. (2006), *Sistemas Complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*, Gedisa, Barcelona

Gobierno de Aragón (2012). *Administración local Aragón*. Aragón [<http://servicios.aragon.es/portalAALL/comarcas.do>]

Gobierno de Aragón (2017). *Instituto aragones de estadística* [www.aragon.es/iaest]

González Fernández, M y Camarero, L.A. (1999). Reflexiones sobre el desarrollo rural: las tramoyas de la posmodernidad. En *Revista "Política y Sociedad"*, 31 (1999), Universidad Complutense de Madrid. Madrid

Gran Enciclopedia Aragonesa (2011). *Sobrarbe, comarca del. Aragón*. [http://www.enciclopedia-aragonesa.com/voz.asp?voz_id=11838]

Guzmán Casado, G. I., González de Molina Navarro, M., & Sevilla Guzmán, E. (2000). *Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible*. Ediciones Mundi-Prensa.

Guzmán, E. S., & Montiel, M. S. (2009). Del desarrollo rural a la agroecología. *Hacia un cambio de paradigma. Documentación social*, 155, 23-39.

Helming, J., & Tabeau, A. (2017). The economic, environmental and agricultural land use effects in the European Union of agricultural labour subsidies under the Common Agricultural Policy. *Regional Environmental Change*, 1-11.

López-García, D., Calvet-Mir, L., Espluga, J., Di, M., & Pomar-León, A. (2015). La dinamización local agroecológica como estrategia para la construcción de soberanías locales. *Ecología Política*, 49, 28-34.

López, D., & Guzmán, G. I. (2013). *Metodologías participativas para la transición agroecológica*. Catarroja: Sociedad Española de Agricultura Ecológica (SEAE).

Martínez Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*, (20).

Otmann, G. (2005). *Agroecología y sociología histórica desde latinoamérica*. Universidad de Córdoba. Córdoba

Pirineo Aragonés Digital (2009). *El Pirineo aragonés*. Aragón. [<http://www.pirineodigital.com/comarcas.htm>]

Ploeg, J. D. V. D. (2010). *Nuevos campesinos. Campesinos e imperios alimentarios*. Barcelona: Icaria Editorial.

Pomar-León, A., López-García, D., Calvet-Mir, L., Espluga-Trenc, J., Di Masso-Tarditti, M., & Tendero-Acin, G. (2016). *Dinamización local Agroecológica: la participación como estrategia para la sostenibilidad de las comunidades agrarias*

Portal de las Comarcas de Aragón. (2017). *Comarcalización de Aragón*. Aragón. [<http://www.comarcas.es/index.php/mod.pags/mem.grupo/idgrupo.1/idmenu.6/chk.79f6604c859463f0d335d5953b2936b6.html>]

Radiohuesca.com (2016). La agricultura y la ganadería un sector muy importante en la comarca de La Jacetania.[<http://www.radiohuesca.com/noticia/571434/La-agricultura-y-ganaderia-un-sector-muy-importante-en-la-economia-de-la-Jacetania>]

Sánchez de la Puerta, F. (1996). Extensión Agraria y Desarrollo Rural. Sobre la evolución de las teorías y praxis extensionistas. MAPA. Madrid

Sargantana y Mission Agro-Alimentaire Pyrénées (Septiembre de 2004), Informe "Situación y necesidades de acompañamiento del sector agroalimentario en Alto Aragón".

Sevilla Guzmán, E., & González de Molina, M. (1995). El concepto de Transición en el pensamiento marxista: reflexiones desde la agroecología. En Materiales de trabajo del curso Agroecología y Desarrollo Rural Sostenible. Curso del Programa de Doctorado del ISEC Agroecología, Campesinado e Historia, realizado en la Universidad Internacional de Andalucía, sede Iberoamericana de Santa Maria de La Rabida.

Sevilla, E. (2006). De la sociología rural a la agroecología (Vol. 1). Icaria Editorial.

Tilman, D., Cassman, K. G., Matson, P. A., Naylor, R., & Polasky, S. (2002). Agricultural sustainability and intensive production practices. *Nature*, 418(6898), 671.

Turismo Somontano (2017). Somontano.org/Geografía. Aragón. [<http://www.somontano.org/geografia>]

Vanclay, F., & Lawrence, G. (1994). Farmer rationality and the adoption of environmentally sound practices; a critique of the assumptions of traditional agricultural extension. *European Journal of Agricultural Education and Extension*, 1(1), 59-90.

Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación (No. 296). Serie Documentos de Trabajo, Universidad del CEMA: Área: negocios.

ANEXO VIII. DOSSIER FOTOGRÁFICO







ANEXO XI. DOSSIER DE PRENSA

MEDIOS DIGITALES

20 minutos

La 56 edición de la Feria Regional de Barbastro abre sus puertas este viernes con 112 expositores de 24 provincias (24/08/2017):

<https://www.20minutos.es/noticia/3118601/0/56-edicion-feria-regional-barbastro-abre-sus-puertas-este-viernes-con-112-expositores-24-provincias/>

Alianza Agroalimentaria Aragonesa

Jornadas Verde que te quiero verde 2017. "Producción y Consumo responsable" (05/12/2017)

<http://alianzaagroalimentariaaragonesa.com/?p=2362>

Alto Aragón

Frente común para lograr un desarrollo sostenible. Entidades del Somontano y el Pirineo lanzan "Mincha d'aquí" (09/03/2017):

<http://www.diariodelaltoaragon.es/NoticiasDetalle.aspx?Id=1110319>

Las agentes de desarrollo impulsan 19 puestos de trabajo directos (25/01/2018):

<http://www.diariodelaltoaragon.es/NoticiasDetalle.aspx?Id=1102765>

Amigos de la tierra Aragón

Amigos de la Tierra Aragón participa en un proyecto para dinamizar las iniciativas alimentarias locales en el Pirineo y Somontano Aragonés (10/02/2017):

<http://tierraaragon.org/un-nuevo-proyecto-dinamizara-las-iniciativas-alimentarias-locales-y-sostenibles-en-el-pirineo-y-somontano-aragones/>

Arainfo

La asociación El Licinar y la ONGD CERAI organizarán la jornada "Mincha d'aquí" en la Ferma de Balbastro (22/08/2017):

<http://arainfo.org/131421-2/>

Mincha d'aquí, un proyecto de agricultura local y sostenible en la FERMA de Balbastro (31/08/2017):

<http://arainfo.org/mincha-daqui-un-proyecto-de-agricultura-local-y-sostenible-en-la-ferma-de-balbastro/>

Arredol

Un proyecto dinamizará as iniciativas alimentarias locals y sostenibles en l'Alto Aragón (09/02/2017):

<http://www.arredol.com/un-proyecto-dinamizara-as-iniciativas-alimentarias-locals-y-sostenibles-en-lalto-aragon/>

Ayuntamiento de Barbastro

112 expositores se darán cita este fin de semana en la 56ª edición de FERMA. Presentación del proyecto Mincha d'aquí:

<https://barbastro.org/actualidad/desarrollo/2282-112-expositores-se-daran-cita-este-fin-de-semana-en-la-56-edicion-de-ferma>

CERAI

Un nuevo proyecto dinamizará las iniciativas alimentarias locales y sostenibles en el Pirineo y Somontano aragonés (09/02/2017, castellano y aragonés):

<http://cerai.org/un-nuevo-proyecto-dinamizara-las-iniciativas-alimentarias-locales-y-sostenibles-en-el-pirineo-y-somontano-aragones/>

Pliego de condiciones para la contratación de un estudio de mercado sobre consumo local y sostenible

<https://cerai.org/pliego-de-condiciones-para-la-contratacion-de-un-estudio-de-mercado-sobre-consumo-local-y-sostenible/>

I Feria de la Cerveza Artesana de los Pirineos (PIRIBIERA) (23/06/2017):

<https://cerai.org/evento/i-feria-la-cerveza-artesana-los-pirineos-piribiera/>

El proyecto "Mincha d'aquí" organiza una mesa redonda en la Feria de Barbastro (Huesca)

<https://cerai.org/proyecto-mincha-daqui-organiza-una-mesa-redonda-la-feria-barbastro-huesca/>

Encuentro "Mincha d'aquí" de las comarcas de La Jacetania y Alto Gállego

<https://cerai.org/evento/encuentro-mincha-daqui-las-comarcas-la-jacetania-alto-gallego/>

Más noticias en <https://cerai.org/tag/mincha-daqui/>

Diario del Campo

Nace un proyecto que creará una red de iniciativas agroalimentarias locales en Pirineo y Somontano aragonés (10/02/2017):

<http://www.diariodelcampo.com/detallepost.asp?id=285614&idcat=7>

Mincha d'aquí (Comer de aquí), protagonista en la pasada FERMA de Barbastro (31/08/2017):

<http://www.diariodelcampo.com/detallepost.asp?id=316219&idcat=>

Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos

Un nuevo proyecto dinamizará las iniciativas alimentarias locales y sostenibles en el Pirineo y Somontano Aragonés (09/02/2017):

<https://www.quebrantahuesos.org/htm/es/noticias/control?zone=pub&sec=not&pag=ver&id=1471&loc=es>

Heraldo (El)

"Consumo responsable y de aquí" (10/09/2017): <https://www.heraldo.es/noticias/aragon/comarcas/2018/02/16/el-programa-alimentacion-local-mincha-aqui-clausura-barbastro-1225338-304.html>

Jacetania Express

Jacetania y Alto Gállego participan en un proyecto piloto para fijar población a través de la agroecología (10/02/2017):

<https://jacetaniaexpress.com/2017/02/10/jacetania-y-alto-gallego-participan-en-un-proyecto-piloto-para-fijar-poblacion-a-traves-de-la-agroecologia/>

Lenguas de Aragón

Mincha d'aquí, trobada en Chazetania y Alto Galligo o chueves 30 de noviembre (24/11/2017):

<http://www.lenguasdearagon.org/%C2%B7-mincha-daqui-trobada-en-chazetania-y-alto-galligo-o-chueves-30-de-noviembre/>

Mallata.com

Un nuevo proyecto dinamizará las iniciativas alimentarias locales y sostenibles en el Pirineo y Somontano Aragonés (09/02/2017):

<http://mallata.com/?p=1830> (castellano), <http://mallata.com/?p=1840> (aragonés)

Encuentros comarcales del Proyecto Mincha d'aquí (22/11/2017):

<http://mallata.com/?p=2454>

Si te preocupa la alimentación y la vida en el medio rural...(18/02/2018):

<http://mallata.com/?p=2736>

Partcharán: Un proyecto rural, sostenible y social (25/01/2018):

<http://mallata.com/?p=2669>

Noticias Huesca

Piribiera, la primera Feria de la Cerveza Artesana de los Pirineos, se celebrará en Boltaña del 23 al 25 de junio (23/06/2017):

<http://noticiashuesca.com/piribiera-la-primera-feria-de-la-cerveza-artesana-de-los-pirineos-se-celebrara-en-boltana-del-23-al-25-de-junio/>

Periódico de Aragón, El

Las "nuevas formas de consumo" alimentario, a debate mañana en Zaragoza (15/11/2017):

http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/aragon/nuevas-formas-consumo-alimentario-debate-manana-zaragoza_1242562.html

Radio Huesca

El Pirineo y el Somontano se unen en un proyecto para potenciar iniciativas alimentarias locales y sostenibles (13/02/2017):

<http://www.radiohuesca.com/noticia/579915/El-Pirineo-y-el-Somontano-se-unen-en-un-proyecto-para-potenciar-iniciativas-alimentarias-locales-y-sostenibles>

Rica (Red de Intercambio de Conocimiento Agroalimentario)

Encuentros supracomarles de Mincha d'aquí. Comarcas de Sobrarbe y Somontano de Barbastro:

<http://rica.chil.org/post/encuentros-supracomarles-de-mincha-de28099aqui-comarcas-de-sobrarbe-y-somontano--195888>

Ronda Huesca

Un nuevo proyecto dinamizará las iniciativas alimentarias locales y sostenibles en el Pirineo y Somontano aragonés (11/02/2017):

<http://www.rondahuesca.es/2017/02/11/un-nuevo-proyecto-dinamizara-las-iniciativas-alimentarias-locales-y-sostenibles-en-el-pirineo-y-somontano-aragones/>

Ronda Somontano

Un nuevo proyecto dinamizará las iniciativas alimentarias locales y sostenibles en el Pirineo y Somontano (10/02/2017):

<http://www.rondasomontano.com/revista/113350/>

La 56 edición de FERMA atrae a 112 expositores este fin de semana a Barbastro (22/08/2017):

<http://www.rondasomontano.com/revista/119307/>

Mincha d'aquí, un proyecto de agricultura local y sostenible en la FERMA de Barbastro (30/08/2017):

<http://www.rondasomontano.com/revista/119468/>

Sobrarbenses

Un nuevo proyecto dinamizará las iniciativas alimentarias locales y sostenibles (12/02/2017):

<http://sobarbenses.es/un-nuevo-proyecto-dinamizara-las-iniciativas-alimentarias-locales-y-sostenibles/>

Iniciativas alimentarias locales sostenibles del Pirineo y Somontano aragonés (19/11/2017):

<http://sobarbenses.es/iniciativas-alimentarias-locales-sostenibles-del-pirineo-y-somontano-aragones/?mcat=1>

Turismo Sobrarbe

Encuentro Supracomarcal "Mincha d'Aquí" en Barbastro: 20 febrero (18/02/2018):

<http://www.turismosobrarbe.com/agenda/2018/02/encuentro-supracomarcal-mincha-daqui-en-barbastro-20-febrero/>

Ventana Verde del Somontano (La)

El proyecto Mincha d'aquí en la FERMA:

<http://www.somontano.org/noticias/2478-el-proyecto-mincha-d-aqui-en-la-ferma>

Ley de Venta Local y encuentro actores Mincha d'aquí:

<http://www.somontano.org/noticias/2494-lay-de-venta-local-y-encuentro-actores-mincha-d-aqui>

PRENSA ESCRITA

El Cruzado Aragón

"El Licinar, en un proyecto piloto de economía local sostenible" (17/02/2017)

Revista FERMA de Barbastro

Programa de actos "Mesa redonda de experiencias Mincha d'aquí" (p.14)

"Mincha d'aquí, un proyecto pionero para la alimentación sostenible y saludable" (p.18)

RADIO

Aragón Radio (De Puertas al Campo)

Entrevista a Chistau Natural (San Juan de Plan, Sobrarbe, 04/02/2017, min 45:35): <http://www.aragonradio.es/radio?reproducir=167300>

Entrevista a Cervezas del Sobrarbe S.L. (La Cabezónada, Sobrarbe, 11/02/2017, min 42:16):

<http://www.aragonradio.es/radio?reproducir=167623>

Entrevista a Turrón de La Fábrica (Naval, Somontano de Barbastro, 18/02/2017, min 44:08): <http://www.aragonradio.es/radio?reproducir=167904>

Mincha d'aquí (10/03/2018, min 26):

<http://www.aragonradio.es/radio?agregar=168826>

Cope

"Mincha d'aquí", proyecto para la dinamización de iniciativas alimentarias locales (07/11/2017):

http://www.cope.es/noticias/manana-jaca/mincha-daqui-proyecto-para-dinamizacion-iniciativas-alimentarias-locales_162146

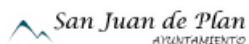
Mincha d'aquí, un proyecto de agricultura local y sostenible, también en la Jacetania (09/10/2017):

http://www.cope.es/noticias/manana-jaca/mincha-daqui-proyecto-agricultura-local-sostenible-tambien-jacetania_159814

Mincha d'aquí



UN PASO ATRÁS: ASOCIACIÓN PARA LA DEFENSA DEL PATRIMONIO GENÉTICO VEGETAL Y ANIMAL DE SOBRARBE



Desde el equipo de MINCHA D'AQUI agradecemos **a todas las personas que han apoyado y creído en este proyecto**, porque sin vosotras no hubiera sido posible.

Gracias a todas las **iniciativas agroalimentarias** que nos han acogido y han participado en las entrevistas y los encuentros, que cuidan de su entorno y de la salud de sus vecinas y vecinos con alimentos locales de calidad.

Gracias a todas y todos los **técnicos de entidades públicas** que no sólo responden a nivel profesional, sino que tienen una gran implicación con su territorio y su gente.

Gracias a las **personas que participan en política** y que escuchan las necesidades y propuestas de la población y actúan en consecuencia.

Gracias a las casi cuarenta **cartas de apoyo** que recibimos de diversas personas y entidades creyendo desde el principio en el potencial del proyecto.

Estamos muy agradecidas de esta experiencia, de disfrutar del trabajo en equipo, a pesar de la distancia, de generar espacios participativos en el que todas las personas puedan sumar y aprender unas de otras, de la diversidad y la complementariedad.

A cada una de vosotras, que os preocupa la alimentación y la vida en el medio rural, muchas gracias.

Equipo de coordinación Mincha d'aquí

Si te preocupa la alimentación
y el medio rural...

Mincha d'aquí