

**MÁSTER PROPIO EN AGROECOLOGÍA,
SOBERANÍA ALIMENTARIA, ECOLOGÍA URBANA Y
COOPERACIÓN AL DESARROLLO RURAL**

**Los cuidados de las personas en el éxito de los procesos
agroecológicos**

CURSO 2020-2021

Alumna: Jae Hyun Choi Yoo

Tutora: Paula Román Bermejo

Cotutor: Eugenio Reyes Naranjo

La Laguna, junio 2021



**FUNDACIÓN
INSTITUTO DE
AGRICULTURA
ECOLÓGICA
Y SOSTENIBLE**



D/Dña *Lara Paula Román Bermejo*, Profesora del Máster Propio en Agroecología, Soberanía Alimentaria, Ecología Urbana y Cooperación al Desarrollo Rural de la Universidad de La Laguna

D/Dña *Eugenio de Casia Reyes Naranjo*, director externo del trabajo de fin de master de Jae Hyun Choi Yoo.

CERTIFICA/N:

Que la presente memoria, titulada “*Los cuidados de las personas para el éxito de los procesos agroecológicos*”, corresponde al trabajo realizado bajo su dirección por D/Dña. *Lara Paula Román Bermejo*, para su presentación como Trabajo Fin de Máster en el Máster Propio en Agroecología, Soberanía Alimentaria, Ecología Urbana y Cooperación al Desarrollo Rural de la Universidad de La Laguna.

Y para que conste firma/n el presente certificado en La Laguna, a 11 de septiembre de 2021.

Fdo.

Lara Paula Román Bermejo

Fdo.

Eugenio de Casia Reyes Naranjo

Título: Los Cuidados de las Personas en el Éxito de los Procesos Agroecológicos

Autora: Jae Hyun Choi Yoo

Tutora: Lara Paula Román Bermejo

Cotutor: Eugenio Reyes Naranjo

Resumen:

El enfoque sobre *“El Cuidado de las Personas en los Procesos Agroecológicos”*, surge de la necesidad de una base ética con la que tratar a la gente en nuestro entorno de trabajo y reconocer las necesidades fundamentales que compartimos entre todas. La agroecología se basa en principios medioambientales, ecológicos y sociales. Se conoce cómo la agricultura puede afectar estos ámbitos de las personas, pero todavía no se reconoce suficientemente el papel de los cuidados de las personas a nivel individual, como elemento fundamental en el éxito de los procesos agroecológicos. La agroecología está en un ámbito de trabajo que lidia constantemente con los trabajadores, consumidores, proveedores, cliente, etc... Cada grupo tiene sus necesidades e intereses, en muchos casos se valora que la ventaja de uno tiene que llevar a la desventaja del otro.

Se presenta, como marco teórico de análisis, varias teorías que buscan desarrollar el *“Cuidado”* en el ámbito social, económico e individual. La metodología de trabajo será de estudios cualitativos a través de entrevistas en profundidad y de información obtenida a través de informes o por memorias anuales de los casos estudiados.

Analizaremos entidades de agroecología de diferentes ámbitos y escalas, e identificaremos los cuidados que practican con las personas y evaluaremos su impacto exitoso en los fines y objetivos de cada entidad estudiada.

Procesos Agroecológicos estudiados:

- Una cooperativa de supermercados en el arco mediterráneo, La Cooperativa Consum.
- Entidad institucional que coordina productos ecológicos en comedores escolares en las Islas Canarias, Ecocomedores
- Asociación de venta de productos alimentarios frescos en Gran Canaria, Alborinco.

Palabras claves:

Cuidados, agroecología, medio ambiente, sostenibilidad, valores éticos, participación social, economía social, ciencia ciudadana, biosemiótica, agro-ciudadanía.

Summary:

The focus on "Caring for People in Agroecological Processes" arises from the need for an ethical foundation with which to treat people in our work environment and recognize the fundamental needs that we all share. Agroecology is based on environmental, ecological and social principles. It is known how agriculture can affect people in these areas, but the role of people care at an individual level, as a fundamental element in the success of agroecological processes, is not sufficiently recognized. Agroecology constantly deals with workers, consumers, suppliers, customers, etc... Each group have their interests and needs, in many cases it is well acknowledged that the benefit of one has to lead to the detriment of the other.

Several theories that seek to develop "Care" in the social, economic and individual spheres are presented as a theoretical framework for analysis. The work methodology will be carried out as qualitative studies through in-depth interviews and data obtained through reports of the studied cases.

We will analyze agroecological entities of different areas and scales, and identify the people care they practice and evaluate their success based on their goals and objectives.

Agroecological Processes studied:

- * A supermarket cooperative in the Mediterranean arc, **Consum Cooperative**.
- * An institutional entity that coordinates organic products in school canteens in the Canary Islands, **Ecocomedores de Canarias**.
- * An association selling fresh food products in Gran Canaria, **Alborinco**.

Keywords:

Care, agroecology, environment, sustainability, ethical values, social participation, social economy, citizen science, biosemiotics, agro-citizencare.

Dedicatoria



OPW ingredients

Quisiera agradecer a todos mis profesores del Máster de Agroecología, Soberanía Alimentaria, Ecología Urbana y Cooperación al Desarrollo Rural, de la Universidad de la Laguna, entre ellos resaltar mi gratitud hacia José Luís Porcuna y Mery Jaizme Vega, mis padrinos en esta nueva etapa de conocimiento de la salud de la tierra y sus frutos.

A las personas que dieron su tiempo y conocimiento para poder escribir este Trabajo de Fin de Máster, Margarita Hernández García de Ecocomedores de Canarias, Loli Rodríguez de la Asociación de productores y consumidores Alborinco y Carmen Picot de la Cooperativa Consum. Estas personas que llevan años como gran ejemplos de los cuidados de las personas dentro de la agroecología.

Gracias a mi tutora de máster Lara Paula Román Bermejo por sus observaciones claras, que me han dado a revalorar lo escrito para poder transmitirlo con más lucidez.

Doy mi agradecimiento a mi compañero y tutor externo Eugenio Reyes Naranjo, por sus aportaciones en ampliar mi visión en los temas de los "Cuidados", sobre todo por ser un ejemplo de como encarnar el "Cuidado" en los gestos más cotidianos.

Finalmente, a todos los alumnos del Máster de Agroecología, ejemplo de la cooperación y cuidado grupal que veremos crecer en el ámbito de la Agroecología y el Cuidado de la Tierra.

(19 octubre 2021)

INDICE

1. Introducción.....	pg 6
2. Justificación.....	pg 6
3. Objetivo general.....	pg 7
4. Objetivo específico.....	pg 7
5. Hipótesis.....	pg 7
6. Marco teórico.....	pg 7
6.1. El cuidado de las personas en la base de la Agroecología, la FAO y los Objetivos del Desarrollo Sostenible.....	pg 8
6.2. Visión de los cuidados desde el Ecofeminismo.....	pg 12
6.3. El cuidado de las personas desde la Permacultura.....	pg 13
6.4. Los indicadores de cuidados en la economía del Bien Común.....	pg 15
6.5. Las necesidades humanas: Maslow y Max Neef.....	pg 16
6.6. Bases filosóficas del cuidado y sus herramientas comunicativas: Leonardo Boff y Marshall Rosenberg.....	pg 20
7. Proyecto Agroecológico Consum - Cooperativa de distribución.....	pg 24
8. Ecocomedores de Canarias – Margarita Hernández García.....	pg 30
9. Alborinco Asociación de Productores y Consumidores – entrevista Loli Rodríguez Martín.....	pg 36
10. Conclusión.....	pg 45
11. Bibliografía.....	pg 46

1. Introducción:

“Lo que se ha observado una y otra vez es la capacidad de las propias personas para detener la acción positiva, desde el nivel personal hasta el mundial. Podemos observar con proyectos individuales, comunitarios y de mayor escala que es nuestra dinámica como seres humanos la que en última instancia dicta el éxito o el estancamiento. Los proyectos bien intencionados pueden estancarse, si la gente no es atendida.” (Mcnamara, 2012).

2. Justificación:

Estamos al borde de un gran colapso civilizatorio, tanto ambiental, social como económico, creado por un sistema neo-liberal, donde se prima el beneficio por delante de las personas y del medio ambiente. Se valora el éxito de una empresa en base a sus beneficios, su eficiencia energética, costes y ahorros de gastos, el rendimiento de los trabajadores, etc. ¿Pero nos hemos parado a pensar si el cuidado de las personas también puede aportar un beneficio económico, social y personal a aquellos que trabajan en estas asociaciones, empresas y entidades?

Todo esto se nutre de una perspectiva ausente de valores centrados en los “Cuidados” que está generando conflicto social y la destrucción de la tierra donde habitamos. Aún más con la pandemia, vemos que el sistema actual está fallido, cometemos el error de querer mejorarlo remendando algo que necesita ser repensado. Dentro del parámetro de la producción de alimentos, los beneficios vienen por delante de las personas. Aún cuando se desea trabajar bajo los principios agroecológicos, se entiende que existen valores que son justos y necesarios a nivel cultural, social y medio ambiental. Pero no somos conscientes que los principios y valores que dan prioridad a los cuidados de las personas, pueden tener beneficios a nivel económico y a la vez puede mejorar las condiciones personales de las personas que participan en esta actividad colectiva de la Agroecología. Necesitamos un nuevo paradigma de “Agrocuidadanía”, donde la centralidad en la toma de decisiones en prácticas culturales, sociales y económicas basadas en los cuidados de la vida en toda su diversidad. Tal vez necesitemos hasta un nuevo objeto civilizatorio, llamado aquí “CUIDADANIA”.

Los cuidados en el ámbito agroecológico son una oportunidad de cambio:

1. La agroecología cuida de la tierra, como de las personas dentro de su esfera social, económica y cultural. Pero también está llamada a ir más allá y cuidar de las personas de manera más integral, tanto desde sus aspiraciones, sus valores y su bienestar físico como emocional.
2. Los cuidados aportan éxito a los proyectos agroecológicos.
3. La buena y transparente comunicación se basa en los cuidados de las personas, fundamental en los procesos de trabajo colaborativo agroecológicos.
4. Es necesario una base ética en los procesos agroecológicos centrados en los cuidados.
5. Como formas exitosas de empoderamiento de las personas y su resistencia ante sociedades injustas (patriarcado, capitalista etc.)

3. Objetivo General:

Observar de los casos estudiados, la importancia de los cuidados de las personas en el éxito de los procesos agroecológicos. A través de la ciencia ciudadana desde la mirada de la biosemiótica, podremos ver los resultados de un ámbito poco explorados en los entornos académicos.

4. Objetivo Específico:

- Identificar las buenas prácticas de cuidados que se puedan trasladar al contexto agroecológico.
- Identificar los valores éticos de las buenas prácticas de los Cuidados de las personas en los procesos agroecológicos.
- Observar las prácticas de Cuidados que estén en funcionamiento en los marcos agroecológicos.
- Evaluar indicadores utilizados actualmente para llevar a cabo el Cuidado de las Personas.

5. Hipótesis:

¿Puede aportar los cuidados de las personas éxito a los proyectos agroecológicos?

6. Marco teórico:

Se observa desde lo más general a lo más concreto, los aspectos en donde la agroecología puede y debe desarrollar los cuidados hacia las personas para el éxito agroecológico. El trabajo agroecológico no se debería limitar exclusivamente en el medio ambiente, la economía o el aspecto social de este ámbito, sino que comenzaría en como percibimos la vida, nuestras obligaciones ante nosotros y los demás, nuestros deseos de como queremos ser tratados y como deberíamos tratar a los demás. Todo esto se materializaría en como trabajamos, como percibimos al otro, como llevamos a cabo nuestras interacciones económicas y desarrollamos nuestras empresas. El cuidado se basaría en entender nuestras necesidades universales que cubrirían aquello que nos mantendrían felices en nuestro entorno físico material y a la vez satisfacer nuestros deseos más profundos.

Estado del conocimiento sobre los cuidados de las personas dentro del contexto agroecológico y aquellos que puedan aportar a la agroecología.

Marco teórico operativo:

- 6.1. El cuidado de las personas en la base de la Agroecología, la FAO y los Objetivos del Desarrollo Sostenible.
- 6.2. Visión de los cuidados desde el Ecofeminismo.
- 6.3. El cuidado de las personas desde la Permacultura.
- 6.4. Los indicadores de cuidados en la economía del Bien Común.
- 6.5. Las necesidades humanas: Maslow

6.6. El desarrollo a escala humana de Max Neef.

6.7. Bases filosóficas del cuidado y sus herramientas comunicativas: Leonardo Boff y Marshall Rosenberg.

6.1 LOS CUIDADOS DE LAS PERSONAS EN EL MARCO DE LA AGROECOLOGÍA, EN LA FAO, Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

Introducción:

En este marco teórico veremos como se presenta el *Cuidado de las Personas* dentro del contexto Agroecológico. A través de la FAO que aboga por la agroecología y los objetivos del Desarrollo Sostenible presentados por las Naciones Unidas, se puede constatar como las iniciativas agroecológicas defienden los intereses de las personas con un enfoque económico y social. Presentando las bases de los cuidados de las personas dentro de este contexto, podremos ver los aspectos existentes de los cuidados y completarlos eventualmente con otros enfoques teóricos que amplíen su visión. Entendiendo las bases filosóficas, psicológicas, prácticas y comunicativas de los cuidados, presentando diferentes indicadores que puedan identificarlos y medirlos, podremos desarrollar aún más el cuidado de las personas dentro de la agroecología y convertirlo en una base fundamental en su práctica.

La Agroecología y sus Impactos en las Personas según Miguel A. Altieri:

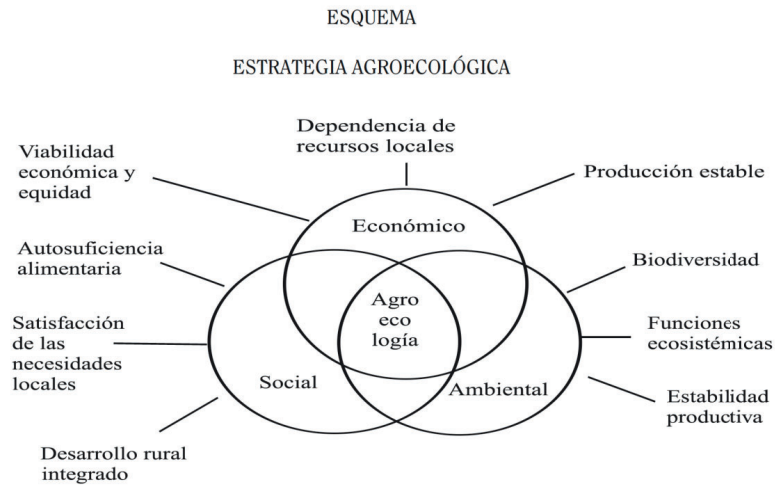
Dentro de la visión de la agroecología según uno de sus principales exponentes Miguel Altieri, las estrategias ambientales, económicas y sociales son claves para transformar el sistema actual de producción agrícola. En el esquema de Altieri, los principales factores que cuidan de las personas y sus comunidades es la autosuficiencia alimentaria, la satisfacción de las necesidades locales, el desarrollo rural y la viabilidad económica. A diferencia de la revolución verde, gracias a sus abonos petroquímicos, los cultivos transgénicos y las infinitas parcelas de monocultivo, la agroecología apuesta en granjas pequeñas que son más productivas y hacen mejor uso de los recursos. Estas producciones pequeñas, suelen ser de economía local, donde el dinero circula en sus comunidades, creando trabajo y conservando métodos tradicionales de cultivo. Se cuida de la salud de los agricultores que no están expuestos a productos químicos al trabajar. Se produce alimentos sanos que a su vez da la salud a la gente que las consume. El cuidado de la biodiversidad natural se mantiene y a la vez cuida de los humanos que somos parte de esta biodiversidad.

“En muchos países, diferentes métodos agroecológicos y participativos muestran resultados muy positivos incluso en condiciones ambientales adversas. Entre estos potenciales se encuentran: aumentar las cosechas de cereal del 50% al 200%, incrementar la estabilidad de la producción a través de la diversificación, mejorar las dietas y los ingresos, contribuir a la seguridad alimentaria nacional (e incluso exportar) y conservar la base de los recursos naturales y la agrobiodiversidad.” (Altieri, 2009).

Se habla de 4 diferentes tipos de equilibrio que afectan a las personas en el ámbito agroecológico, (Martínez Castillo, 2004).

1. Equilibrio comunitario: Busca el interés de todos, de la comunidad y la familia sin que ninguno tome prioridad sobre el otro.

2. Equilibrio familiar: Se quiere crear un estado de armonía entre los individuos de diferentes sexos y edades en los ámbitos básicos de la alimentación, la salud como también en otras que desarrollan el crecimiento personal y el ocio.



Fuente: Altieri 1993.

3. Equilibrio social: Cuidado del bienestar de la sociedad presente como el de las futuras generaciones, esto incluye la alimentación, salud, vivienda, educación. Desarrollar la independencia, la participación y la toma de decisiones.

4. Equilibrio Económico: La creación de viabilidad económica y equidad para las personas.

Los Principios Agroecológicos según la FAO:

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), se basa en principios agroecológicos para la nueva puesta en marcha hacia una agricultura más integradora, estableciendo 10 elementos, como guías de transformación a través de políticas, gestión pública y planificación (FAO), 2020.

Los 10 elementos de la agroecología



(FAO) 2020

De todos estos elementos que constituyen la agroecología, son *Los valores humanos y sociales, la economía circular y solidaria, la gobernanza responsable y la cultura y tradiciones alimentarias*, los que tienen un componente particularmente enfocado en el cuidado hacia las personas.

Los Valores Humanos y Sociales: “La agroecología hace especial hincapié en los valores humanos y sociales, tales como la dignidad, la equidad, la inclusión y la justicia, que contribuyen todos ellos a la dimensión de los ODS relativa a la mejora de los medios de vida.” (FAO, 2020). Es una oportunidad para que la gente pueda buscar un trabajo digno dentro del ámbito de producción de alimentos.

La agroecología fomenta la capacidad de gestión económica, alimentaria, ambiental y comunitaria. Presenta oportunidades a la mujer a través del trabajo rural y les proporciona una entrada en el campo económico, como un mayor empoderamiento en sus hogares y en la sociedad y busca apoyar a los jóvenes en oportunidades de empleo.

Cultura y Tradiciones Alimentarias: A través de los alimentos de producción agroecológica se busca fomentar las dietas sanas y diversas que estén afín a sus tradiciones culturales. Recientemente nos hemos visto con un aumento en la obesidad y la desnutrición a pesar de una reducción en el hambre. Se puede mejorar la calidad de los alimentos y a la vez apoyar la cultura y tradición alimentaria de la región y de sus gentes.

Gobernanza Responsable: Es necesario tener en pie mecanismos de gobernanza a nivel local, nacional y mundial que sean responsables y eficaces para llevar a cabo una transición a sistemas de producción alimentarios sostenibles. Para esto se requiere mayor justicia social donde se incentiva inversiones a largo plazo para la mejora de la biodiversidad, del suelo y las comunidades que la custodian.

Economía Circular y Solidaria: Creación de economías solidarias y circulares que den prioridad a la economía local. Circuitos de ventas cortos, donde los agricultores y los consumidores ambos se vean beneficiados por precios equitativos de productos que benefician a toda la comunidad.

La FAO presenta que los sistemas alimentarios agroecológicos deberían beneficiar a los productores, a través de una gestión de la tierra que les proporcionen autonomía y la capacidad de vivir dignamente de su labor, de su economía y de su bienestar. Buscan que los consumidores sean proporcionados con unos alimentos con las adecuadas bases nutricionales a un precio justo. La gestión ambiental tiene que cuidar de los intereses de las futuras generaciones y que los proveen con una buena calidad de vida y de la biodiversidad del sistema.

Los Objetivos del Desarrollo Sostenible y los Cuidados hacia las Personas.

“Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, también conocidos como Objetivos Mundiales, se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.” (ONU), 2020.

Los ODS integran la mejora del medio ambiental, social y económico, recogidos también en la agroecología. Cada área afecta el otro y se necesitan todas para abarcar de manera integral la sostenibilidad, la protección del planeta y la gente. Es fundamental la aportación de tanto, gobiernos, instituciones, e individuos para llevar a cabo el fin de estos 17 objetivos.



(FAO) 2020

De los 17 ODS, 9 de ellos tienen relevancia directa con el cuidado de las personas. Aquí están presentados en la numeración según sus objetivos

1. Fin de la pobreza (ODS 1)
2. Hambre cero (ODS 2)
3. Salud y bienestar (ODS 3)
4. Educación de calidad (ODS 4)
5. Igualdad de género (ODS 5)
6. Agua potable y saneamiento (6)
7. Trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8)
8. Reducción de las desigualdades (ODS 10)
9. Paz y Justicia (16)

La Sociedad Española de Agroecología (SEAE), en el 29 de junio del 2018 en el Congreso de Diputados Español, con varias organizaciones ambientalistas y municipalistas hicieron la siguiente observación:

“Algunas conclusiones indican que los 17 ODS y sus 169 metas concuerdan ampliamente con los principios y enfoques de la Agroecología en su carácter integral, universal y transversal. Igualmente se afirmó que la Agroecología es algo más que cumplir un Reglamento Europeo de normas técnicas de producción ecológica, que aunque ha supuesto un avance sustancial en mejorar la producción agroalimentaria sostenible, necesita avanzar hacia mayores grados de justicia ambiental, económica y social para conseguir alcanzar los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), en el contexto del cumplimiento de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.”

6.2 VISIÓN DE LOS CUIDADOS DESDE EL ECOFEMINISMO Y LA ECONOMÍA FEMINISTA: Yayo Herrero y Amaia Pérez Orozco

El ecofeminismo y la economía feminista surgió en los años 70 del movimiento de la ecología /economía y del feminismo. Las feministas vieron que existían paralelos entre ambos movimientos y percibieron que podían aplicar la mirada de cada para mejor entender su condición. Tanto el movimiento ecologista como el feminismo surgieron de la explotación de cada una, "Construida sobre cimientos patriarcales, antropocéntricos y capitalistas." Herrero,2013

En la mirada ecofeminista y economía feminista, los sistemas sociales, económicos y culturales occidentales, patriarcales y opresores, han creado nuestra actual crisis social y ambiental. Este sistema tan prevalente está, "En conflicto con la vida", Herrero, 2013. Al no poner en valor la importancia de los ciclos de la naturaleza y los cuidados que ella requiere, incluyéndonos a los humanos, que estamos dentro de ella.

Desde la visión occidental, la cultura y el hombre, llega a superar y distanciarse de la naturaleza que necesita ser dominada. La mujer, por su tendencia a lo emocional, por sus ciclos biológicos que la atan aún más a los ritmos de la vida, por su naturaleza indomable, al igual que la naturaleza, requiere domesticación y subyugación.

"Desde el punto de en que la mujer da vida, pero no arriesga la propia – no asume tareas como la caza o la guerra, que ponen en peligro la existencia-, no es capaz de trascender su propia vida y afirma así su Espíritu, está atada a la esencia y la inmanencia. Dado que lo valorado como específicamente humano es lo trascendente, la mujer tiene un estatuto humano inferior." Perez Orozco, 2006.

El ecofeminismo y la economía feminista aboga por la sostenibilidad de la vida y de las necesidades de seguir sus ritmos naturales y de las personas que la componen. Todo esto se interpone a las necesidades imponentes de la economía, el trabajo remunerado valorado en la esfera social, que tiene como prioridad los resultados. A diferencia de todo esto, se encuentran los trabajos que no tienen valor económico, que tienen lugar en la intimidad del hogar, basados en la cotidianidad, las necesidades básicas y el cuidado de las personas. Son estos cuidados lo que compone el cemento que mantienen en pie los bloques de la economía y sin ella no podría mantenerse esta enorme edificación en pie.

"Esto tiene una relevancia clave para el par trabajo/ no-trabajo- en el que no deja huella, lo relacionado con lo afectivo y la cotidianeidad, son elementos constitutivos del no-trabajo-, y para las distintas valoraciones de lo que denominaremos comológica de acumulación y lógica del "cuidado de la vida". Perez Orozco, 2006.

No se debe percibir el capital separado de las personas que hacen uso de ella, hay que entender su uso y el beneficio o el detrimento que tiene ante la sociedad. En la economía feminista se presenta la profunda contradicción entre "...la reproducción de las personas y el proceso de acumulación de capital.." este deseo de acumular está creada desde una visión androcéntrica que tiene afán de competición y dominación. Es la mujer la que lleva la responsabilidad de mantener la sociedad puertas cerradas, en muchos casos sin remuneración, infravalorada e invisibilizada.

Yayo Herrero aboga que los humanos somos seres ecoddependientes e interdependientes, necesitamos de la tierra y sus recursos para poder sobrevivir. A la vez que dependemos de otros seres para poder sobrevivir, somos uno de los pocos animales que tiene tanto una juventud como una edad madura longeva y dependemos de otros para ser cuidados en esas etapas de vulnerabilidad. Yayo Herrero habla de la importancia de reconocer la precariedad en que el sistema actual nos a llevado y de la necesidad de "Tejer sociedad y poder colectivo", (Herrero, 2013)

6.3 EL CUIDADO DE LAS PERSONAS DESDE LA PERMACULTURA

Introducción:

La Permacultura y sus técnicas de cuidado de la tierra, se han extendido al cuidado de las personas desde un enfoque más detallado desde lo personal a lo comunitario, a la vez que la Economía del Bien Común tiene indicadores que apuestan por economías que cuidan mejor de las personas y sus comunidades. Presentando estos dos ejemplos como métodos prácticos de cuidados, desde ámbitos personales hasta esferas más amplias comunitarios, sociales y nacionales.

La Permacultura y como cuida de las personas:

La permacultura está basada en la filosofía de la Agricultura Natural de Masanobu Fukuoka. En 1978 Bill Mollison y David Holmgren, crearon este término para definir el concepto de la agricultura permanente, que más tarde fue a incluir la cultura permanente, así introduciendo el concepto de que las sociedades son claves para la creación de sistemas sostenibles. La permacultura es descrita como un sistema de diseño integral de diferentes disciplinas con raíces tradicionales como científicas, con un enfoque sistémico. Existen 3 éticas en el corazón de la permacultura: cuidado de la tierra, cuidado de las personas y reparto equitativo.

Según Bill Mollison unos de los dos fundadores de la Permacultura, *"La principal prioridad de la permacultura es ser responsables de nuestra existencia y el de nuestros hijos...La cooperación y no la competición, son la base de los sistemas vivos y el futuro de nuestra supervivencia."* Mollison, (1998)

"La gente sin una base común acordada para sus acciones no es ni una comunidad ni una nación. Un pueblo con una ética común es una nación dondequiera que viva. Por lo tanto, el lugar en donde uno habita es secundario a una creencia compartida en la creación de una comunidad mundial armoniosa." Mollison, (1998)

A pesar de la importancia en los valores humanos dentro de la permacultura, se originó principalmente en el trabajo con la tierra, pasó a incluir las personas que trabajan la tierra, y a pasado a observar y trabajar las estructuras invisibles dentro de los grupos comunitarios. Con la llegada del libro de Looby Mcnamara, *Permacultura y el Cuidado de las Personas* el enfoque principal es basar los principios de la permacultura para el cuidado de la gente.

Mcnamara ve que algunas de las habilidades y cualidades que necesitamos para el cuidado de las personas son las de los Haudenosaunee (la Confederación Iroquois de 7 naciones nativa

americanas) liderazgo, apertura, amabilidad, aceptación, curiosidad, paciencia, tolerancia, visión, motivación y el compartir.

“Observa y escucha por el bienestar de toda la gente y ten en mente no solo el presente sino también en las futuras generaciones” (La gran ley de la Paz, la Constitución de Haudenosaunee (La Nación Iroquois).

En la permacultura, la base del cuidado de las personas está la ética de cubrir las necesidades de las personas de manera sostenible y una técnica de diseño es la herramienta de las zonas. A través de las zonas se gestiona con diferentes prioridades nuestra energía, tiempo, recursos o áreas de influencia. Es extremadamente útil para poner entender todas las áreas donde se quiere intervenir.

Diseño por zonas de cuidados:

Zona 00: Nosotros mismos

Zona 0: Parejas cónyuges, hijos, personas con las que vivimos, personas que vemos con más regularidad.

Zona 1: amigos y otras familias.

Zona 2: vecinos, compañeros de trabajo, conocidos, escuelas, clubes, donde puede haber vínculos y entendimiento comunes, o suposiciones y motivaciones.

Zona 3: Comunidad de intereses y localidades, amigos de amigos, culturas compartidas.

Zona 4: Nacional

Zona 5: Global, personas probablemente que no conozcamos, esta zona contiene el mayor número de personas.

En vista al sistema de zonas, el cuidado de nosotros mismos es el que requiere más de nuestro tiempo y atención. Es esencial cubrir nuestras necesidades de manera sostenible en el tiempo y con regularidad. Es difícil tener suficiente energía para cuidar a los demás, si no estamos bien, el autocuidado es por lo cual fundamental y prioritario para poder cuidar del conjunto.

“El cuidado a uno mismo nos conduce a cuidar a los demás, el cuidado planetario y el cuidado de otros seres. Necesitamos encontrar un equilibrio entre productividad y cuidado a uno mismo, que nos permita ser lo mejor para el mundo y a nosotros mismos....Nuestro trabajo interno es también para el colectivo; lo que hacemos para nosotros lo hacemos por el bien mayor.” Macnamara (2012).

Los números más bajos de las zonas requieren más de nuestro tiempo y atención, son zonas donde también existe más posibilidad de intervención. Las cifras aumentan por grado de lejanía y de infrecuencia, no obstante, se considera que todas las áreas son esenciales para crear un equilibrio en el conjunto, pero se gestionan de diferentes formas y tienen diferentes rangos de prioridad.

Paralelos entre la Sostenibilidad, la Salud y el Cuidado

En el libro, *El Cuidado de las Personas*, Looby McNamara, habla de los paralelos entre la sostenibilidad y los Cuidados. La sostenibilidad personal requiere el poder cubrir nuestras necesidades básicas de salud, de necesidades emocionales, mentales y espirituales y de salvaguardar de no agotarnos. En la sostenibilidad social, habla la autora que cuando nos

damos cuenta de que estamos interconectados y estamos dispuestos a apoyarnos mutuamente, podemos respetar, cooperar y coexistir con nuestras diferencias en lugar de competir o tratar de extinguir la diversidad.

6.4 INDICADORES DE CUIDADOS EN LA ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN: CRISTIAN FELBER

La economía es una de las tres bases de la agroecología, y requiere de una viabilidad económica estable y de equidad. El beneficio económico dentro del ámbito agroecológico necesitaría de herramientas para medir el grado de bienestar que se crea a raíz de sus actividades. La economía del bien común comparte valores, afín a la agroecología y sería un buen indicador de los resultados de las actividades agroecológicas. Más allá de su papel económico, se valoraría la industria agroecológica en base de mejorar las condiciones de los individuos y la sociedad en el que trabaja.

Cristian Felber, fundó la economía del bien común (EBC) bajo el concepto de que la mayoría de las constituciones democráticas estipulan que la actividad económica está para el bien de todos. En la práctica, este concepto del bien comunitario no se lleva a cabo a nivel institucional. Felber resalta que existen grandes contradicciones en el sistema capitalista actual donde se premia el crecimiento económico y la riqueza personal ante el beneficio de la comunidad y del medio ambiente.

Existen 3 grandes contradicciones en el sistema económico actual:

1. Las constituciones democráticas ponen en valor el bien de todos, en contraste con la economía actual que le da prioridad al orden económico legal, buscando los intereses de pocos y anteponiendo el afán de lucro.
2. No se consideran los valores humanos dentro de las reglas de la economía. Los valores humanos son iguales en todas las culturas, estas son la honestidad, la cooperación, la generosidad, la compasión, etc. Mientras que las reglas de juego de un sistema capitalista son la competitividad, el exceso, la avaricia, y la irresponsabilidad, son algunos de las características que llevan al éxito económico, considerados en todas las culturas como características perversas.
3. Actualmente el estándar del éxito es medido por indicadores económicos como el Producto Interno Bruto (PIB), que buscan los beneficios a través del dinero. El dinero debería ser el medio y no el objetivo de las actividades económicas.

El objetivo de la economía es la satisfacción de las necesidades humanas, el bienestar general y bien común, aunque en la economía real se confunden las prioridades según Felber. Deberían compensarse los valores que permitan florecer las relaciones y que apoyen la cooperación. Actualmente el éxito de cada país, es medido por indicadores macro como el Producto Interno Bruto (PIB), y menos por el indicador de la Felicidad Nacional Bruta, utilizada en Bhutan, o aquellos que reflejan mejor la condición de vida de las personas que vayan más allá de las monetarias.

La economía del bien común se creó en busca de la coherencia y transparencia empresarial, con el fin de ser racional, eficiente y en base a los valores humanos. La EBC, utiliza unas series de indicadores para poder puntuar las empresas con estos valores.

La Matrices del Bien Común 4.0 son:

1. La Dignidad Humana
2. La Solidaridad
3. La Sostenibilidad Ecológica
4. La Justicia Social
5. La Participación democrática y Transparencia

Creando un mercado transparente donde los consumidores pueden hacer una elección responsable a través de estos indicadores sociales y ambientales. También existiría la base de tratos diferenciados hacia las empresas que se comportan de manera ética, con reducción de impuestos, acceso a contratos públicos, con créditos a interés cero. El fin de la EBC, es que se aumente las actividades económicas responsables, premiando a los empresarios por sus actividades con fines beneficiosos y desmotivando a los empresarios que mantienen actividades nocivas hacia el medio ambiente y la sociedad.

6.5 LAS NECESIDADES HUMANAS: MASLOW Y MAX NEEF

“La Pirámide de Maslow” y “Las Necesidades a Escala Humana” de Max-Neef, nos describen cuales son las necesidades físicas, emocionales y las aspiraciones de las personas. Cuando comprendemos las necesidades que tenemos como seres humanos, somos mas capaces de entender las motivaciones detrás de cada acción. A veces la carencia de cubrir ciertas necesidades nos conlleva a acciones nocivas que crean divisiones entre las personas.

Las teorías de Maslow como las de Max-Neef, nos hacen entender como las necesidades personales satisfechas podrían llevar a mejoras en el progreso social. Cuando identificamos las carencias que bloquean nuestra vida y el flujo de la auto realización, podemos diseñar estrategias asertivas.

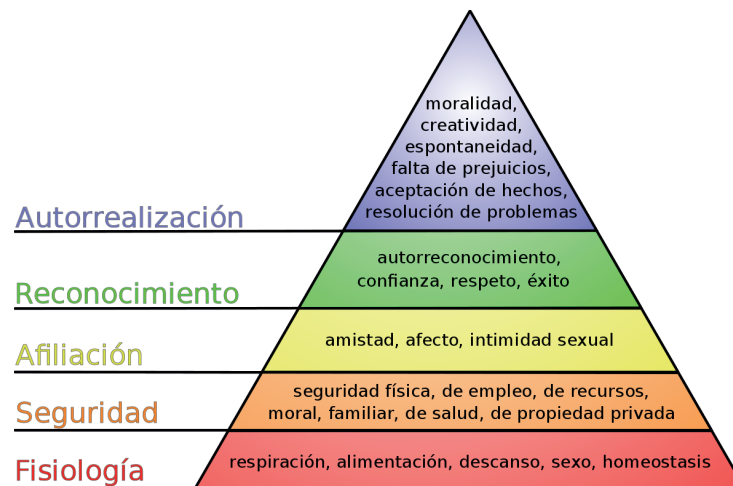
Jerarquías de las Necesidades Humanas: LA PIRÁMIDE DE MASLOW

Abraham Maslow expone en su teoría psicológica en su obra de 1943, *Jerarquía de las Necesidades Humanas*, que los seres humanos tenemos necesidades básicas que deseamos satisfacer, según se vean satisfechas, aspiramos cubrir otras necesidades más elevadas.

Necesidades de fisiología: Estas son necesidades básicas de supervivencia.

Necesidades de seguridad y protección: son aquellas que surgen una vez que las necesidades fisiológicas están cubiertas y pasan a querer otras que presenten seguridad.

Necesidades de afiliación: Tienen que ver con nuestras relaciones humanas de amistad o de naturaleza más estrecha o íntima y la aceptación de otros.



Wikipedia.es

Necesidades de reconocimiento: Estas están divididas en dos, la estima alta cuando uno busca su propia autoestima a base de auto respeto, confianza, competencia, éxito, etc...

En el caso de la estima baja, está basada de buscar la estima de los demás.

Necesidad de Autorealización: Llegamos a este nivel una vez que los otros se hayan superado, siendo el nivel más elevado, dota de los estados de consciencia más nobles y creativos del ser humano, tales como la creatividad, integridad, vitalidad, bondad, belleza, justicia, orden, etc.... Maslow dio como ejemplo a Albert Einstein, Abraham Lincoln, Gandhi, como personas que habían obtenido estas cualidades.

Al igual que las necesidades hacen que crezcamos como personas, sus carencias nos pueden llevar a patologías como la depresión, aislamiento, falta de auto respeto, etc. Según Maslow, las necesidades tienen una jerarquía, y a medida que vamos superando las necesidades inferiores, crece el deseo de querer satisfacer las más elevadas.

Críticos de Maslow han cuestionado la jerarquía de necesidades, formulando que no todo el mundo satisface sus necesidades según la pirámide sino que estas pueden llevarse a cabo en diferente orden, como la imagen clásica del poeta hambriento o de millonarios con carencia de las necesidades más superiores.

La pirámide de Maslow tuvo mucho éxito en las prácticas de gestión, en el marketing y la publicidad, para entender mejor las necesidades de sus clientes y trabajadores y ayudarles a sentirse realizados.

El Desarrollo a Escala Humana: MANFRED MAX-NEEF

En el libro *Las Necesidades a Escala Humana 1989*, por Manfred Max-Neef y con la contribución de Antonio Elizalde y Martin Hopenhayn, quiere transferir el enfoque de las necesidades del crecimiento económico y poner en prioridad al ser humano. Max-Neef, considera que estas necesidades se pueden clasificar, son finitas y las mismas en todas las culturas, a pesar de sus diferencias culturales y los cambios cronológicos.

A diferencia de Abraham Maslow, estas necesidades no tienen jerarquías, sino que son simultáneas, se complementan.

Dentro de este marco, la pobreza no está limitado a personas que están debajo de un cierto umbral económico, sino los que están carentes de las necesidades humanas que llevarían a pobrezas de diferentes ámbitos. Estas necesidades pueden ser tanto, materiales, emocionales o de aspiraciones de crecimiento personal. Cuando estas necesidades no son satisfechas se ven carentes y lleva a la pobreza personal y social.

Tres postulados básicos sobre el desarrollo:

1. "El desarrollo se refiere a las personas y no a los objetos". Como ejemplo presentan que se suele utilizar indicadores como el Producto Geográfico Bruto (PGB), como indicador del crecimiento de una nación, sin discriminación si las condiciones de la gente, está también en desarrollo. Aclaran que el mejor desarrollo es aquel que avance la mayor cantidad de personas.
2. "Las necesidades humanas fundamentales son finitas, pocas y clasificables". Se ha pensado que las necesidades humanas son infinitas, pero se hace la distinción entre necesidades y satisfacciones. Las necesidades se pueden dividir entre aquellas que son existenciales y axiológicas (estudio de los valores de las cosas). Las necesidades son interdependientes, se interrelacionan e interactúan.
3. "Las necesidades humanas fundamentales son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos, lo que cambia, a través del tiempo y de las culturas, es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades".

Los autores ven que cualquier necesidad no satisfecha correctamente puede producir patologías a nivel personal o social. Estamos en un momento en la historia donde la disfuncionalidad se ha incrementado y las soluciones simplistas no han sido efectivas. Todo esto requiere un estudio tras-disciplinario para poder llegar a un mejor entendimiento de la situación.

Matriz de Necesidades

	Ser *	Tener *	Hacer *	Estar *
Subsistencia **	(1) Salud física y mental, equilibrio, solidaridad, humor, adaptabilidad	(2) Alimentación, abrigo, trabajo	(3) Alimentar, procrear, descansar, trabajar	(4) Entorno vital, entorno social
Protección	(5) Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio, solidaridad	(6) Sistemas de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud. legislaciones, derechos, familia, trabajo	(7) Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender	(8) Entorno vital, entorno social, morada
Afecto	(9) Autoestima, solidaridad, respeto,	(10) Amistades, parejas, familia,	(11) Hacer el amor, acariciar, expresar	(12) Privacidad, intimidad, hogar,

	tolerancia, generosidad, receptividad, pasión, voluntad, sensualidad, humor	animales domésticos, plantas, jardines	emociones, compartir, cuidar, cultivar, apreciar	espacios de encuentro
Entendimiento	(13) Conciencia crítica, receptividad, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad	(14) Literatura, maestros, método, políticas educacionales, políticas comunicacionales	(15) Investigar, estudiar, experimentar, educar, analizar, meditar, interpretar	(16) Ámbitos de interacción formativa: escuelas, universidades, academias, agrupaciones, comunidades, familia
Participación	(17) Adaptabilidad receptividad, solidaridad disposición, convicción entrega, respeto, pasión, humor	(18) Derechos, responsabilidades, obligaciones, atribuciones, trabajo	(19) Afiliarse, cooperar, proponer, compartir, discrepar, acatar, dialogar, acordar, opinar	(20) Ámbitos de interacción participativa: partidos, asociaciones, iglesias, comunidades, vecindarios, familias
Ocio	(21) Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación, humor, tranquilidad, sensualidad	(22) Juegos, espectáculos, fiestas, calma	(23) Divagar, abstraerse, soñar, añorar, fantasear, evocar, relajarse, divertirse, jugar	(24) Privacidad, intimidad, espacios de encuentro, tiempo libre, ambientes, paisajes
Creación	(25) Pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, racionalidad, autonomía, inventiva, curiosidad	(26) Habilidades, destrezas, método, trabajo	(27) Trabajar, inventar, construir, idear, componer, diseñar, interpretar	(28) Ámbitos de producción y retroalimentación: talleres, ateneos, agrupaciones, audiencias, espacios de expresión, libertad temporal
Identidad	(29) Pertenencia, coherencia, diferenciación, autoestima, asertividad	(30) Símbolos, lenguaje, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria histórica, trabajo	(31) Comprometerse, integrarse, confrontarse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer	(32) Socio-ritmos, entornos de la cotidianidad, ámbitos de pertenencia, etapas madurativas
Libertad	(33) Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, tolerancia	(34) Igualdad de derechos	(35) Discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar	(36) Plasticidad espacio-temporal

*) Necesidades según categorías axiológicas. (**) Necesidades según categorías existenciales.

Neef, M. et al. (1993)

Max-Neef diferencia los tipos de satisfactores, que pueden tener consecuencias positivas como negativas.

1. **Satisfactores Sinérgicos:** Estos pueden satisfacer varias necesidades a la vez y crean una sinergia entre ellos. Tienen el rasgo que van en contra de la ideología dominante de la competencia, acumulación, etc.
2. **Satisfactores Singulares:** Son aquellos que satisfacen solo una necesidad y suelen estar vinculadas a organizaciones o a empresas.
3. **Satisfactores Inhibidores:** Este tipo de satisfactor puede satisfacer una necesidad e inhibir otra, tienen tendencia a hábitos repetidos.
4. **Satisfactores Pseudo-satisfactores:** Estos satisfactores llenan un vacío de necesidad que no son los verdaderos, ni son duraderos. Estos pueden crearse a través de la publicidad o la adicción.
5. **Satisfactores Violadores:** Estos son impuestos de manera violenta (física o emocionalmente) con el fin de satisfacer una necesidad y están vinculadas con el miedo e imposibilitan la satisfacción y la de otras necesidades.

“Comprender las necesidades como carencia y potencia, y comprender al ser humano en función de ellas así entendidas, previene contra toda reducción del ser humano a la categoría de existencia cerrada.”

6.6 BASES FILOSÓFICAS DEL CUIDADO Y SUS HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS: LEONARDO BOFF Y MARSHALL ROSENBERG

El Cuidado Esencial de Leonardo Boff demuestra como el Cuidado es fundamental en como nos debemos relacionar los unos con los otros y la razón por la cual la base de la vida debería manifestarse desde el Cuidado. La clave se encuentra en entrar en un nuevo paradigma de ver el mundo, no desde la extracción de beneficio, sino desarrollando una mayor capacidad en sentir las necesidades de los demás, como si fueran las nuestras propias.

Marshall Rosenberg y su *Comunicación No Violenta*, nos aporta una herramienta con la cual mitigar los conflictos. Aumentando el cuidado hacia las personas desde la base de la comunicación, manifestamos de manera armoniosa nuestras interacciones, beneficiando las relaciones tanto internas como externas. Todas nuestras relaciones se basan en el diálogo y a través de una mejora en como nos expresamos, podemos crear una buena base en la cooperación, clave en los procesos Agroecológicos.

El Cuidado Esencial y la Importancia del Cuidado: LEONARDO BOFF

El teólogo, filósofo y ecologista Leonardo Boff nos presenta en su libro *El Cuidado Esencial 1999*, el urgente papel que tiene el cuidado en la era moderna.

“La aparición del fenómeno del descuido, la indiferencia y el abandono conducen a la pérdida de la conexión con el Todo. Por ello, surge la necesidad de una nueva filosofía que «se presenta como holística, ecológica y espiritual. Constituye una alternativa al realismo materialista, con capacidad de devolver al ser humano el sentimiento de pertenencia a la familia humana, a la Tierra, al universo y al propósito divino»”.

Boff habla de la importancia de tener una ética de cuidado en nuestras vidas. Cuando este se ve reflejado en nuestros principios, valores y actitudes, hace que nuestra vida esté basada en fundamentos éticos, que nos afectan a nosotros y a nuestro entorno de manera positiva

“Tenemos la profunda convicción de que el cuidado, por el hecho de ser esencial, no puede ser suprimido ni descartado.” (Boff, 1999: pg..)

Síntomas de la crisis civilizatoria

El autor nos hace constatar, cómo el avance tecnológico, su énfasis en la producción y en la posesión de objetos materiales a creado una sociedad más empobrecida. Dos tercios de la humanidad muere antes de tiempo y ha creado una separación aún más resaltada entre los ricos y los pobres. Es una crisis de valores, *“...de la indiferencia y del abandono, en una palabra, de la falta de cuidado.”* Se hace la pregunta si el desarrollo técnico y la ciencia viene por encima de las personas, del medioambiente y el planeta. Si nos enfocamos únicamente en una única meta, arriesgamos perder todo lo que se encuentra a su alrededor.

Boff nos ofrece la percepción de que la realidad tiene un cambio profundo en la realidad en la que vivimos. Cambiando nuestro enfoque en la vida, podemos transformar lo que vemos carente en nuestra sociedad, construyendo una nueva ética que incluya los cuidados como base de la vida humana y del planeta.

“Cuidar es más que un acto; es una actitud. Por lo tanto, abarca más que un momento de atención, de celo y de desvelo. Representa una actitud de ocupación, de preocupación, de responsabilización y de compromiso afectivo con el otro.”

Cómo vemos al ser humano, es el papel que se le otorga. Al poder ver las personas como seres que cuidan y requieren de cuidados, vamos más allá de las ideologías que lo consideran como meramente un animal racional, un animal de necesidades o un ser de consumo.

“No ha sido la lucha por la supervivencia del más fuerte lo que ha garantizado la continuidad de la vida y de los individuos hasta hoy, sino la cooperación y la coexistencia entre ellos.”

Enfocando estos rasgos del pasado del ser humano, desarrollamos esas cualidades que queremos ver crecer.

La Naturaleza del Cuidado

“En este sentido, no se trata de pensar y hablar sobre el cuidado como objeto independiente de nosotros. Sino de pensar y hablar a partir del cuidado tal como se vive y se estructura en nosotros mismos. ¡No tenemos cuidado. Somos cuidado!”

El autor presenta el cuidado como «modo de ser en el mundo» que es la base en la que nos relacionamos con los demás. La relación no es de sujeto-objeto, sino de sujeto-sujeto. El cuidado significa que existe un vínculo estrecho entre la persona y el objeto que ve, a tal punto en el que interactúa con el otro y se fusionan. Esto crea otro tipo de relación. En el ejemplo que da en el libro cuando el humano está en la naturaleza, es de una interacción y comunión, lejana al presente sistema de intervención en la naturaleza, separada de ella.

“El centro ya no está ocupado por el logos razón, sino por el pathos* sentimiento... Este «modo de ser en el mundo», en forma de cuidado, permite al ser humano vivir la experiencia fundamental del valor, de aquello que tiene importancia y cuenta definitivamente. No del valor utilitarista, sólo para su uso, sino del valor intrínseco de las cosas.”*

Como muchos de los aspectos vistos como prácticas débiles del aspecto femenino, en contraste con la lógica masculina, el cuidado ha sido visto como una tarea de la mujer.

El «modo-de-ser-trabajo-dominación», nos ha traído a la crisis social y ambiental en la que nos encontramos ahora y necesitamos recurrir a valores que estaban infravalorados, vistas como débiles y femininas, como la emoción, la unión con el otro que resalta nuestras experiencias más hermosas. Boff habla del libro de Daniel Goleman *Inteligencia Emocional*, donde debate que la emoción reacciona primero ante la mente, por lo cual es la dinámica básica del ser humano.

En la declaración de los Derechos de los Pueblos al Desarrollo del 1993, donde la ONU, se presento la importancia del bienestar económico, social, cultural y política de las personas. Boff añade la importancia de añadir del bienestar psicológico y espiritual. Como seres sintientes, como base de nuestras necesidades humanas, añoramos aquello que cuiden de nuestras emociones y aquello que nos conecte con lo sublime.

Comunicación no violenta: MARSHALL ROSENBERG

La Comunicación no Violenta (CNVC), fue creada en los años sesenta por Marshall Rosenberg, facilitador, terapeuta y mediador, con el fin de buscar habilidades para crear la paz. A través de una comunicación más coherente y honesta, se busca presentar sus propias necesidades a los demás. Rosenberg creía que como personas tenemos la capacidad de sentir compasión por los otros y utilizamos la violencia cuando no tenemos las herramientas para comunicar nuestras necesidades.

El CNV se enfoca en 3 aspectos:

1. Auto empatía: se define como un profundo entendimiento de su propia experiencia interior.
2. Empatía hacia el otro: poder entender el sentimiento de la otra persona.
3. Auto expresión honesta: tener la capacidad de comunicar sus necesidades a la otra persona, a través de una comunicación auténtica.

Los 4 elementos claves para la CNV

1. Observar sin Evaluar: En la CNV es clave conocer la diferencia entre la observación y el juicio. Las observaciones son muy importantes para poder comunicarnos de manera clara sobre una situación sin adherir nuestras evaluaciones. Es cuando presentamos nuestros juicios como observaciones, que estas crean confusión en la comunicación. Los juicios pueden ser interpretadas como críticas, así creando dinámicas de conflicto.
2. Identificar y expresar sentimientos: Se habla de la importancia en conocer nuestros sentimientos para poder entendernos mejor y poder comunicarlo a los demás.
3. Asumir la responsabilidad de nuestros sentimientos: En la CNV, se presenta la idea de que la acción negativa de los demás puede estimularnos hacia una cierta reacción,

pero necesitamos asumir la responsabilidad de nuestras propias reacciones. Tenemos la opción de reaccionar con compasión y empatía.

4. Hacer peticiones conscientes: Cuando las necesidades son insatisfechas se utiliza una comunicación muy clara y específica para hacer peticiones que cubran esas necesidades. Es importante que la comunicación sea positiva y sin juicios.

7. PROYECTO AGROECOLÓGICO CONSUM - Cooperativa de distribución

Introducción a la Cooperativa Consum

Consum es una cooperativa mixta de consumidores y de trabajadores dentro del sector de la distribución. Comienza Consum con el apoyo de 600 consumidores en Alacúas en Valencia en su constitución en 1975, actualmente tiene una red de 730 supermercados y franquicias Charter, con 16.363 trabajadores y 3.300.000 socios-clientes en todo el arco mediterráneo.

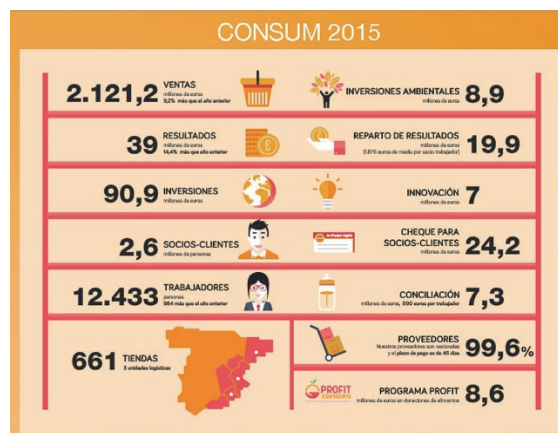
En la memoria empresarial del 2018, el presidente de Consum Francesc Llobell dice, *“Nuestra naturaleza cooperativa nos ha hecho tener siempre presente que el crecimiento de Consum está ligado a su desempeño responsable. Por ello, nos preocupamos por las personas que forman nuestra Cooperativa: nuestros trabajadores, socios-clientes, proveedores, franquiciados, entidades sociales, la sociedad en general, vigilando siempre la forma en que nos relacionamos con los demás y desarrollamos nuestra actividad.”*

Indicadores como reflejo de los valores de la empresa

El compromiso social de esta cooperativa se refleja en la variedad de indicadores y medidas a las que se someten, con el fin de aumentar el cuidado dentro del trabajo, el medio ambiente y a las personas.

1. Indicador de responsabilidad social empresarial (RSE)
2. Global Reporting Indicative (GRI), indicador que valora el papel económico ambiental y social de las empresas.
3. Objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de las Naciones Unidas
4. + de 75 Medidas para Conciliar, medidas en el que se concilia la vida laboral con la familiar.
5. Código de ética y conducta de la empresa.
6. Código de buen gobierno Corporativo

Todos estos informes e indicadores incluyen el cuidado de las personas en diferentes directa o indirectamente, pero para este TFM, nos concentraremos en aquellos que tengan en cuenta el cuidado de las personas como enfoque principal.



Consum.es

Indicador de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

El RSE, tiene 3 ámbitos de trabajo, cuidado al medio ambiente, mejora de las condiciones laborales de sus trabajadores y apoyo a las causas humanitarias. El fin es la mejora de las personas, la sociedad y la comunidad en general, es ver este bienestar reflejado en una mayor productividad, eficacia y mejora de condiciones de trabajo para los trabajadores.

En 2017, Consum creó un comité de RSE con la participación de los grupos prioritarios, los socios trabajadores y trabajadoras, los franquiciados, socios-cliente y clientes, proveedores y acreedores, entidades de la sociedad y la representación de todos los departamentos de la

LÍNEA ESTRATÉGICA DE RSE Y ODS	PROGRESO 2018	OBJETIVO 2019
COMPROMISO CON EL BUEN GOBIERNO		
Contar con todos en la toma de decisiones	Celebración de elecciones al Consejo Rector con una participación del 85,3%	Lanzamiento de App al 100% de socios trabajadores y primer voto digital
COMPROMISO CON UN MODELO DE NEGOCIO SOSTENIBLE		
Colaborar con el progreso del entorno	99% de las compras a proveedores nacionales, de los que el 66% son locales. 42 días de plazo medio de pago	Incremento de oferta de producto de proximidad. Identificación de orígenes de producto en marca propia.
COMPROMISO CON EL TALENTO		
Plantilla estable	Creación de 999 puestos de trabajo y 95% de plantilla estable.	Creación de 500 puestos de trabajo estables.
Igualdad de género y plan Concilia	3º Plan de Igualdad en la Cooperativa. Inversión de 8,7 millones € en conciliación	Nuevo modelo de competencias y Plan de desarrollo de potenciales y promoción interna.
Ofrecer salarios y condiciones de trabajo justas y equitativas	Aumento del 1,5% del salario base a toda la plantilla.	Aumento del 2% del salario base a toda la plantilla.
COMPROMISO CON LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE		
Informar y asesorar al consumidor	Etiquetado de marca propia para ampliar la información nutricional.	Mejora de la información nutricional
Escuchar a los clientes	246.571 procesos de atención al cliente y 17.633 participantes en sesiones de co-creación de productos.	Nuevos estudios con clientes
Servicios para todos	100 nuevos carros para personas con movilidad reducida.	Piloto de compra asistida e incorporación de carros-cesta
Fomento de comunicación transparente y veraz	4º Día de las Personas con motivo de la igualdad de género.	Encuentros #Decirhaciendo para debatir sobre temas de responsabilidad social.
Fomento de consumo de productos saludables y sostenibles	Ampliación de productos con criterios saludables y de la gama ConsumEco.	Reducción de azúcar, sal y grasas
COMPROMISO CON LA SOCIEDAD		
Gestionar de forma solidaria el excedente de producto	6.600 toneladas de alimentos donados para asistir a 58.000 personas.	Plan de mejora continua del programa en tiendas y entidades sociales.
Implicación con la sociedad	Patrocinios y colaboraciones sociales por valor de 297.687€	Política de patrocinios y colaboraciones sociales.

Formar en alimentación y consumo responsable	13º edición del Concurso de Cuentos del Día Mundial del Consumidor.	Juegos y contenidos descargables en el portal formativo.
--	---	--



Consum.com

Cooperativa. Con valoraciones de 80 responsables internos y 2800 encuestas y dinámicas con los Grupos de Interés. Es de notar la inclusión de todos estos diferentes grupos que constituyen el entorno de cooperativa y la escucha que se dio en valorar las prioridades de cada de los grupos entorno a las metas de cumplir la RSE.

Para el seguimiento del RSE, se utilizan estándares del Global Reporting Initiative GRI, indicadores sectoriales de la Economía Social, se integran a estos los ODS de las Naciones Unidas para el 2030, e indicadores propios.

Los indicadores de la Responsabilidad Social Empresarial se alinean en una gran proporción a la Matriz del Bien Común, en la cual la base es crear una economía donde se ponen a las personas ante el beneficio y donde todos los actores que se ven implicados en la actividad de la empresa se ven implicados a poner en puesta las estrategias de responsabilidad social empresarial.

Plan Concilia y + de 75 Medidas para Conciliar

Unas de las iniciativas más interesantes que sacó Consum en 2018, fueron + 75 Medidas para Conciliar, basadas en el plan Integral Para la Conciliación de la Vida Personal y Laboral en la Administración (Plan Concilia), creada en el 2005 por la Administración General del Estado, con el fin de conciliar el trabajo, aumentar el bienestar y aumentar el potencial en la vida privada dentro de las administraciones públicas, y como resultado también dar ejemplo a las empresas privadas de estas nuevas iniciativas.

“No se trata de trabajar menos, sino de hacerlo mejor. Con ello, facilitamos el desarrollo, por parte de los empleados públicos, de una vida personal o familiar más plena y satisfactoria.” Plan Concilia

Las +75 *Medidas para Conciliar de Consum* son exhaustivas, divididas en 6 tipos de medidas bajo diferentes temas, que van más allá de la conciliación de la vida laboral con el hogar, es de notar

4 propuestas de liderazgo y estilo de dirección: Propuestas de claridad en la evaluación y retribución del trabajo. Temas sobre la selección del personal y la creación de un comité de prevención del acoso.

23 propuestas calidad en el empleo: Temas de estabilidad laboral, ayuda y apoyo financiero, vacaciones, apoyo en temas de salud y enfermedades, ayudas por discapacidad, servicios ofrecidos para los trabajadores, jubilación, reparto de beneficios y actividades de cohesión entre los trabajadores.

9 propuestas de flexibilidad temporal y espacial: Propuestas de jornadas laborales, excedencias, permisos retribuidos y no retribuidos, cambio de horarios y jornadas, proximidad del trabajo al domicilio y el protocolo de protección para trabajadoras víctimas de violencia de género.

26 propuestas apoyo a la familia: Se abordan temas de paternidad, maternidad, lactancia, nacimientos, enfermedades de hijos e hijas o familiares. Permisos no retribuidos, cambio de turnos, reducción de jornadas y concentración de vacaciones y horarios excepcionales por temas familiares. Ayudas a hijos e hijas con discapacidades y trabajadoras víctimas de violencia de género.

3 propuestas de desarrollo profesional: Formación en horario laboral y para el trabajo. Plan de desarrollo competencial que promociona un liderazgo participativo.

6 propuestas de igualdad de oportunidades: Acceso a mujeres a puestos de responsabilidad, oportunidades, ofertas con independencia de género. Desarrollo de promoción interna.

3 propuestas de otras políticas: Campañas de donación de sangre, donación de alimentos, colaboraciones de proyectos de acción social.

Misión y Valores de la Empresa: Fundamentos para una base ética y un mejor funcionamiento.

Misión: "Trabajadores comprometidos, clientes satisfechos"

Visión: "Ser un modelo de empresa referente en el sector de la distribución."

Valores: "Escuchar para actuar como empresa responsable"

"Sabemos que tener trabajadoras y trabajadores comprometidos, nos ayuda a conseguir cada día más clientas y clientes satisfechos de comprar en una empresa diferente." Juan Luis Durich, director General de Consum

La cooperativa hace la función de cubrir las necesidades de los trabajadores para que estos a su vez puedan prestar un mejor servicio a sus clientes y mantener el compromiso con su trabajo. Las +75 medidas para conciliar reflejan esta filosofía.

La satisfacción que se ofrece a los clientes se ve reflejada en la *Memoria de Sostenibilidad* del 2018, donde el compromiso se presenta de la siguiente manera.

Diferenciación a los socios clientes: Se crearon descuentos por valor de 40,7 millones de euros (45 millones en el 2019) y un 14,3% durante el año con el fin de mejorar la satisfacción de los clientes.

Trabajo para ofrecer el mejor producto: Se incorporaron productos con más ingredientes naturales, productos veganos, ecológicos y productos regionales y locales según las diferentes provincias. Los productos llevaron un etiquetado transparente y con posibles alérgenos del producto.

Consum actúa como empresa responsable y presenta su marketing según estos valores. A través de su *Programa de Vida Saludable*, se promueve una alimentación sana y un consumo responsable entre los más jóvenes, a través de su web educativa para niños y niñas de entre 4 a 14 años. También existen recetarios sanos que se llevan a cabo en talleres en las tiendas y en los colegios.

Para sus clientes, trabajadores y socios, tienen un planificador con más de 500 recetas sencillas y saludables disponibles en su página web que se pueden ajustar según las necesidades nutricionales para personas con intolerancias alimentarias o problemas de salud. Se promueve también la vida saludable a través de la revista *Entre Nosotros*, en formato digital y en papel, donde aparecen artículos sobre mejoras en hábitos de vida, dieta sana, las responsabilidad del consumidor, etc.

“Los valores se basan en la escucha al trabajador y al cliente, a los grupos de interés para que la empresa se consolide en tener claro a quien dirige el producto y el servicio. A quien se exige para que el producto sea el correcto. Los grupos de interés son la clave.” Carmen Picot, Ejecutiva de relaciones Institucionales y RSE.

Consum realiza sesiones de escucha donde participaron 25.000 clientes, a través del canal *Escucha Activa*, donde en el 2019 se atendieron más de 255.000 procesos.

El resultado de los Cuidados de las personas en la Cooperativa Consum:

La cooperativa invirtió en los trabajadores unos 1300€ en conciliación en el 2019, esto llevó a que fuese certificada como Empresa Familiarmente Responsable (EFR) durante 12 años. Avalado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

“Estamos convencidos, y nuestras cifras lo demuestran, que este modelo de gestión aporta grandes beneficios...porque la satisfacción de las necesidades de nuestro personal y su bienestar conlleva que el trabajo sea mucho más eficiente y productivo.”

Consum también ha obtenido el sello de Top Employers (una certificación de buenas prácticas de recursos humanos de las empresas), renovado durante los últimos 7 años, de los que tienen este certificado 109 empresas, como de las mejores empresas para trabajar en España.

“Somos líderes en aspectos socio-laborales no sólo en nuestro sector sino que también podemos decir que somos unas de las mejores empresas para trabajar en España. El secreto no es otro que poner a las personas en el centro de nuestras actuaciones.”

Evarist Casany, Director de Personal de Consum

“En la medida que vas metiéndote en la responsabilidad social cada vez quieres hacer más... porque ves que tienes posibilidades...una vez que la gente entra en la espiral es imposible que pare.” Carmen Picot, Ejecutiva de Relaciones Institucionales y Responsabilidad Social Empresarial de Consum.

- En 2019, se crearon 668 empleos respecto al año anterior
- En 2019 Consum alcanzó los 3,4 millones de socios-clientes, y los sitúa como la Cooperativa española con mayor número de socios consumidores.
- Consum forma parte de las 148 empresas que integran la Red de Empresas con Distintivo de Igualdad en la Empresa.

8. ECOCOMEDORES DE CANARIAS – Margarita M. Hernández García

entrevista el 21 de agosto 2020

Presentación de Ecocomedores de Canarias:

Ecocomedores de Canarias es un programa, puesta en marcha por el Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA), en colaboración con la Dirección General de Ordenación, Innovación y Promoción Educativa del Gobierno de Canarias. El Programa surge en el 2011 - 2012, como proyecto para el desarrollo de la producción ecológica en el archipiélago canario, con la meta de obtener los siguientes objetivos:

- Potenciar la producción ecológica en las islas para practicar una agricultura más sostenible y responsable.
- Producir alimentos de calidad para la población.
- Incorporar productos ecológicos de temporada en comedores escolares y sociosanitarios para la promoción de la salud.
- Sensibilización de la responsabilidad social y ambiental dentro del consumo.

En el 2013-2014, comenzó como proyecto piloto, con un centro escolar en cada una de las 7 islas. Actualmente en el 2020, existen 102 agricultores, 52 centros escolares y 11.000 comensales participando de esta iniciativa. Después de 7 años el proyecto de Ecocomedores sigue creciendo más allá de su proyecto inicial.



Ull.es

Los Objetivos de Ecomedores y sus valores principales:

Dentro de los objetivos del proyecto de Ecocomedores, podemos identificar que dos de ellas tienen claramente como centro el cuidado de las personas. Otras dos se comparten entre la responsabilidad social y ambiental.

Cuidados de las personas en el ámbito de la promoción de la salud y producción de calidad para la población:

El proyecto de Ecocomedores cita las cifras de obesidad y diabetes en Canarias, que se sitúan entre las primeras de España y según los datos de la Organización Mundial de la Salud, la obesidad infantil está a un 35% de lo recomendado, para explicar la razón de sus objetivos. Con la introducción de un menú ecológico, sano de temporada se quiere reducir esta creciente tendencia en los jóvenes, que está en el proceso de asentar hábitos de vida y mejorar el de los socio-sanitarios que pueden tener un deterioro físico avanzado, por malos hábitos de nutrición.

Potenciar la producción de una agricultura más responsable y sensibilización de la responsabilidad social:

Dentro de estos dos marcos se encuentran la importancia de la seguridad alimentaria que está en una situación de precariedad. Según los datos de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Pesca del Gobierno de Canarias (CAPGPA), un 66% aproximadamente de los productos alimenticios en Canarias provienen de importaciones, mientras que más de un 65% de las tierras de cultivo están en abandono. Se podría asegurar una mayor soberanía alimentaria, cuidando de la seguridad a la alimentación en la población local y a la vez incrementando puestos de trabajo dignos y bien remunerados a través de un trabajo que cuida de la tierra.

Según Margarita M. Hernández García coordinadora de Ecocomedores, en la entrevista realizada, dice lo siguiente:

"...Objetivo que el público concientice, a comprar local y ecológico, transformar el entorno y el medio, mejorar producción, paisaje, distribución, educación, sensibilización en todo lo que abarca Ecocomedores."

Metodología de trabajo y el compromiso de cuidar los agentes que forman el grupo

El sistema de trabajo de todo el equipo de Ecocomedores, es a través de 5 mesas técnicas de trabajo o de acompañamiento. Cada mesa es un puente entre colectivo y grupo de coordinación, con las que tiene reunión cada mes. Las mesas también están interconectadas y trabajan entre ellos.

1. Mesa de Coordinación
2. Mesa de Producción
3. Mesa de Logística
4. Mesa de Nutrición
5. Mesa de Sensibilización

Mesa de Coordinación: Esta constituida por técnicos de la ICCA (Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria) y el departamento de Educación y Sanidad y la Consejería de Transición Ecológica. Su labor es preparar las líneas generales de actuación e intervención en el proyecto. Este grupo coordina acciones entre las diferentes mesas y desde aquí se crean las estrategias del proyecto y valoran sus resultados.

“Hay que trabajar con los pies en la tierra, buscando la raíz de todo y las personas para poder empezar a trabajar, entender, comprender y hacer el acompañamiento. No se puede venir desde su posición de científico dando los reglamentos de como hacer las cosas, sino desde el entender. Importancia de reconocer el valor del trabajo de los productores y que ellos se sientan reconocidos.” Margarita Hernandez García.

“Acompañamiento a la transición para crecer como proyecto.”

Mesa de Producción: Esta mesa esta constituida por 2 asesores y 1 administrador, que trabajan con los agricultores y productores, con el fin de asesorar, acompañar y coordinar la planificación de los cultivos. Se trabaja con los productores a nivel individual, por grupos de proximidad y asambleas por isla.

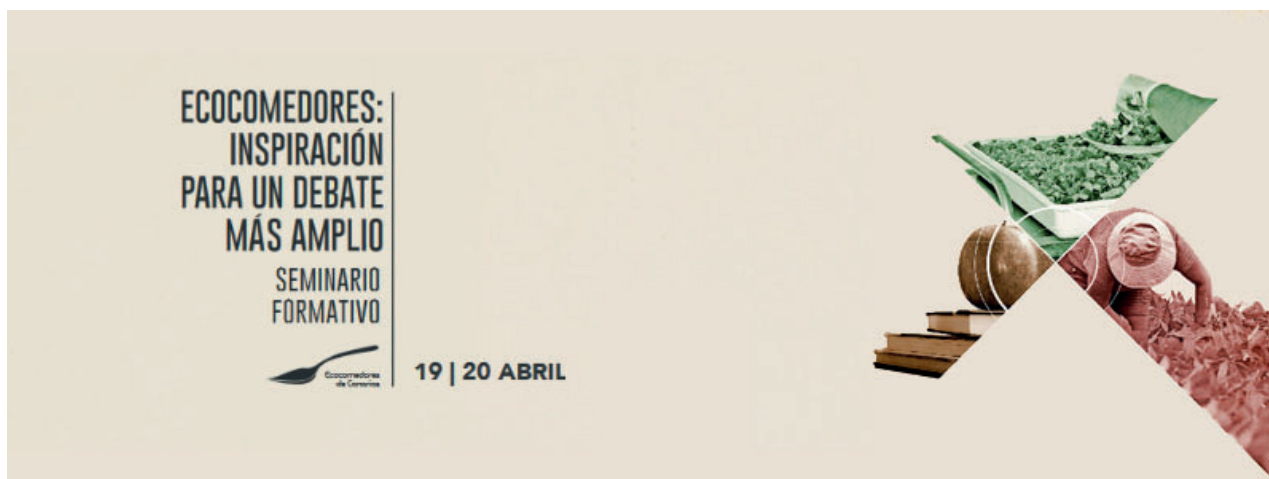
Margarita describe el trabajo de esta mesa como, “Acompañamiento sociológico intenso para convencer a los agricultores de mejores métodos de trabajo y de superar la desconfianza.”

Cada grupo de productores es autónomo y cada grupo funciona según sus decisiones. Se les da importancia en que ganen autonomía para que el proyecto sea sostenible. No se interviene en toma de decisiones internos o de autogestión (como en el precio de los productos), puesto que el fin es crear la auto sostenibilidad. El precio es fijo durante todo el año para asegurar la estabilidad de precio para los consumidores y para los agricultores.

Mesa de Logística: Hasta hace poco esta mesa estaba dentro de la mesa de producción, pero se separó para crear un mejor funcionamiento en la distribución de los productos, recogidas de los productores hasta los consumidores. La mesa de logística asegura la calidad de los productos y mantiene los protocolos de calidad en la distribución y trazabilidad de productos.

Mesa de Nutrición: Pertenecen a esta mesa los equipos de cocina, el equipo de comedor y un nutricionista. Este grupo hace la transición a nuevos comedores en planificar un menú de temporada, con productos ecológicos. La nutricionista evalúa todos los menús, para asegurar que tienen todos los requisitos nutricionales según las edades y las circunstancias, cumpliendo las exigencias de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria (AECOSAN). Se da formación de nutrición a las familias como los equipos de cocina en temas de nutrición y posibilidades de nuevas opciones de menú, con menús de referencia. Se cuida en todo momento el proceso de transición a un nuevo sistema de nutrición alimentaria, sana y de temporada de la cual pocos comedores están acostumbrados a cocinar, en esta era de comida rápida y congelada.

Mesa de Sensibilización: Este grupo tiene entre 3-4 personas, consistiendo de diseñadores y periodistas. Esta mesa trabaja la sensibilización con otros colectivos, familias, docentes y con otras mesas. Aquí se elaboran los proyectos educativos y divulgativos sobre el programa de Ecocomedores.



Comedoresresponsables.com

Entrevista a Margarita Hernández García

Margarita Hernández García es desde el 2014 la organizadora y coordinadora de Ecocomedores de Canarias. Este proyecto coge un impulso con su llegada y añade sus propios principios y valores en la metodología de trabajo.

Ha sido substancial la información obtenida en la entrevista en profundidad, para poder hacer este estudio que aborda como una persona deja su marca en la manera de abordar los objetivos y supera los retos del proyecto de Ecocomedores. Vemos el proyecto a través de los valores de la coordinadora, desde donde se pueden obtener los valores éticos a los que se rige ella personalmente y que permea en el proyecto de Ecocomedores.

“Mi vida y mis actividades profesionales siempre han estado orientadas al cuidado del medio y de las personas. Plantear que hay alternativa diferente a la que nos enseñan, que respeta la vida y que puede ser abordada con el mismo rigor científico que las alternativas convencionales. Tratar de entender a quienes no comparten la misma creencia para promover el cambio desde la comprensión, el respeto y la humildad, acompañando el proceso. Y trabajar de manera colaborativa e integradora, promoviendo que las personas que forman parte del proceso se sientan protagonistas del cambio.”

Los valores del proyecto: En la entrevista, Margarita habla de *“...dificultades que puede haber para avanzar en este sector, porque el enfoque sigue siendo un enfoque capitalista productivista economicista. Aunque estén trabajando la agroecología y aunque sean estos científicos de un nivel tan relevante, el enfoque que ellos siguen teniendo es el mismo. Nos olvidamos de lo que es realmente importante, es la persona.”*

El valor de la escucha y la resolución de conflictos: En el ámbito de la producción es donde más se ha tenido que gestionar los conflictos. Por la naturaleza individualista y autónoma en la que trabajan los agricultores según la coordinadora se ha tenido que trabajar este obstáculo utilizando los siguientes recursos.

- Búsqueda de un punto de encuentro, intentar buscar una salida para sentirse atendidos y tenidos en cuenta.

- Importancia que los problemas y las quejas salgan a la luz, y al mismo tiempo es esencial no perder de vista el objetivo y reconducirlo hacia donde uno quiere llegar sin imposición.
- En conflicto de intereses, la clave está en poder mostrar la mejor vía a través de pruebas, números y evidencia científica. Ir a lo concreto que facilite la resolución y pactar las medidas de manera consensuada con los grupos, con resoluciones asamblearias.
- Hacer conscientes a los participantes que la responsabilidad es compartida, que todos son parte del problema y su resolución, por lo cual hay que participar en buscar un mejor resultado.

“Es básico entender la importancia del Cuidado de todas las personas que participen en el proceso, tratar de entender a quienes no nos entienden, para plantearnos los recursos para que nos entiendan.”

“Entender porque las personas hacen las cosas de la manera en que la hacen, y los que no lo hacen el porqué no lo hacen.”

Cuidado de las personas a través del acompañamiento: En la mesa de nutrición es donde se trabaja el apoyo a través de la formación y acompañamiento de nuevas estructuras de hábito alimenticios. Se reconoce que en muchas instituciones que escogen tomar parte en este proyecto, es un reto cocinar productos locales de temporada y que para mantenerse en el proyecto necesitan apoyo de la mesa de cocina, que cuidan de las personas a través de la formación, información y asesoramiento, aunque tal apoyo también está a la disponibilidad de los agricultores en los ámbitos que les son pertinentes.

- Servicio de evaluar el menú y propuesta de cambio. Corregir los menús para que sean más equilibrados.
- Talleres para aprender a utilizar productos de temporada. Conocer los productos y como utilizarlos en menús, talleres en colegios, ferias, para niños y familia.
- En le 2019 se crearon menús evaluados y corregidos, se hizo la planificación de menús de todo el curso escolar con un eco-recetario, revisados nutricionalmente con productos de temporada.
- Menús adaptados por diferentes grupos (escolares, centros sociales) ya tienen los menús y fichas técnicas, como guía fundamental en las cocinas.

Cuidado de las Personas a través de la celebración del trabajo compartido: Hacer participe a los colectivos que son parte de Ecocomedores de celebrar del proyecto de los que son partícipes.

- Tienen encuentros insulares y provinciales. En los años impares hacen encuentros entre los diferentes Ecocomedores, y pares en foros de agroecología en Canarias. En estos encuentros los participantes celebran el proyecto compartido, con todos los miembros del proyecto. Esta es también mostrar al público las acciones que se han llevado a cabo y difundir e informar sobre Ecocomedores.
- Encuentros con temáticas para abordar soluciones conjuntas.
- Oportunidad de celebrar como la comunidad se a creado y así reforzar los vínculos.
- Aprender de los diferentes proyectos por todas las islas y coger recortes de cada una en los encuentros que se llevan a cabo.

- Intercambios entre productores dentro de los talleres de los colectivos.

“Compartir visión del trabajo compartido”

RESULTADO DE LOS CUIDADOS DE LAS PERSONAS EN EL PROYECTO.

El resultado del éxito de los cuidados de las personas en este proyecto se puede ver a través de su crecimiento.

- En 2013 Ecocomedores comenzó con 7 centros escolares en cada isla actualmente tiene más de 52 centros y 11.000 comensales que son escolares, universidad y socio-sanitarios.
- Hay interés dentro del sector turístico en ser parte de este proyecto.
- Durante el confinamiento del Covid, se creó una red de ecocajas para consumir la producción y vender esta a los educadores y equipos de cocina. La preocupación por la parte de los coordinadores en mantener los productos en venta y apoyar a los agricultores, llevó a que se propusiese esta iniciativa que tuvo gran éxito. A través de la gestión de pedidos, la red de logística, de comunicación y de cuidados entre diferentes grupos del proyecto, se pudo mantener la venta de la producción ecológica directo a la casa de los comensales y trabajadores de los centros.
- Ecocomedores a trabajado con la Universidad de la Laguna, en el proyecto *Desarrollo Sostenible y Aprendizaje-Servicio en Ecocomedores Escolares*, “...como experiencias que integran el servicio a la comunidad y la reflexión crítica con el aprendizaje académico, el crecimiento personal y la responsabilidad ciudadana, formando así personas más competentes y capaces de transformar las sociedades.” y proyecto que cumple sus Objetivos de Desarrollo Sostenible para el 2030.
- Se tiene pensado integrar a agricultores en tránsito a la producción ecológica dentro del proyecto ecocomedores y en un futuro expandir la venta de productos ecológicos a otros puntos de ventas.

9. ALBORINCO ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES – entrevista Loli Rodríguez Martín

Entrevista, 6 de septiembre 2020 y 12 de abril 2021

Presentación de la asociación de Alborinco

Las citas están basadas en la entrevista que se llevó a cabo con Loli Rodríguez Martín en el 6 de septiembre y 12 de abril por video conferencia y con algunos artículos que se encontraron en revistas digitales por internet.

El proyecto de *Alborinco* "Asociación para la reprogramación para la comunidad agraria y campesina", *nace en el 2003*, en sus orígenes conocido como la *Hormiga y la Araña*, cuando, Loli Rodríguez Martín estaba vinculada con el grupo ecologista de Gran Canaria, Turcón. En esa época hubo una gran pérdida de suelo agrícola en la zona de Telde, donde residía con su familia. Se estaba alterando el tejido social y ambiental a causa del crecimiento urbanístico de la zona, con la pérdida de la agricultura, también se perdía la seguridad alimentaria, cultural y paisajística que durante siglos se había creado en su entorno.

"También estaba dentro de la idea dar visibilidad de las personas que cultivan, retomar la confianza de quienes producen, la cercanía, el valor de lo local...queríamos que tanto quienes producen como quienes se alimentan supieran la realidad de cada cual, dando la oportunidad de que se conocieran."



Alborinco.com

Comenzó primero la producción de cestas con productos de otros 5 agricultores con dificultades en encontrar canales de comercialización. Alborinco empezó como grupo direccionado por Loli la promotora de esta iniciativa, que iba más allá de una tienda. No compraba la mercancía, sino que al inicio vendía sus propios productos y el de otros agricultores en su local. Al no tener la capacidad de comprar todo el stock, los productos eran depositados en su local para la venta y los excedentes devueltos al productor.

Se registró inicialmente como figura fiscal, autónomo ambulante, al cabo de los años compartió local con Abuke y en poco tiempo decidieron fusionarse como única iniciativa bajo

la figura de Sociedad Agraria de Transformación, que fue como nació *Alborinco*. El fin del proyecto fue y sigue siendo, "...informar a los consumidores sobre la realidad y los retos de la agricultura ecológica". A través de un mayor número de productores, que aportaban sus experiencias y perspectivas sobre la producción ecológica, se podía hacer una mejor defensa de la situación agrícola. Era necesario una unión de voces para poder defender el sector del pequeño agricultor y del consumidor interesado en consumir ecológico que a la vez quería cuidar del territorio.

Al agricultor familiar minifundista, la realidad de la agricultura local, se le exigía una producción casi industrializada, cuando tenía otros ritmos y una producción a menor escala. A pesar de que *Alborinco* era consciente desde sus inicios que la reivindicación de los agricultores no podría tener lugar sin su unión, el fin era crear un lugar donde esa unión fuese posible.

En el 2020 *Alborinco* amplió su punto de venta comprando un puesto en el mercado de Vegueta en el casco antiguo de la ciudad, con el fin de aumentar los canales de venta de los productores y mejorar el canal de comercialización de manera justa, llegando a más consumidores que querían apoyar este proyecto desde un lugar más céntrico.

Principios y Valores

En el manifiesto Fundacional de *Alborinco*, se describe como "*Asociación para la reprogramación agraria campesina. Agricultura lógica y social*"

"Partiendo de la tierra, Alborinco crea espacios de confianza y cercanía desde la alimentación, promoviendo la relación entre quien cultiva y quien se alimenta. La defensa del suelo agrícola, la obtención de alimentos de confianza y respetuosos con la salud y el medio, en la medida de lo posible, de origen local, así como el desarrollo de una iniciativa enmarcada en la economía del Bien Común, dando importancia al efecto multiplicador del beneficio de la economía local y familiar, son la fuerza de esta iniciativa. Somos una empresa que pretende hacer las cosas de otra manera abriéndose al encuentro y a la participación para una construcción colectiva"

Presentamos aquí la práctica del manifiesto fundacional de *Alborinco* dentro de los cuidados de las personas.

Espacios de confianza y cercanía / Promoción entre el productor y el consumidor:

- El proyecto comienza desde la vivienda de la fundadora, esto establece un ambiente de proximidad que se ha mantenido en las tiendas. La información sobre los agricultores y sus productos se hacía de manera informal durante la compra de los consumidores.
- El local a sido un lugar de encuentro entre productores y consumidores estos se reunían varias veces al año, creando un punto de información para ambos grupos.
- Como asociación no requieren la certificación ecológica de sus productos, pero sí que se produzca de manera ecológica. Se le da prioridad a los productores locales que representan, en el caso de que ellos no puedan suministrar todos los productos necesarios, se compra de otros productores canarios, de las otras islas cercanas y en el caso necesario del resto de España, Europa o fuera del territorio europeo.
- La prioridad ha sido la integración de nuevos productores que puedan unirse a este proyecto. A veces se les ha dado un espacio de crecimiento a productores con poca experiencia, que a través del grupo de agricultores y el espacio de venta han podido

apoyarse como punto de referencia e información para eventualmente darse de alta como productores ecológicos. Asesorando, a través del apoyo moral, la información y la experiencia de otros proyectos ha hecho que Alborinco sea un trampolín a iniciativas que quieren pasar a una producción ecológica profesional.

Obtención de alimentos de confianza y respetuosos con la salud y el medio:

No todos los agricultores tienen el certificado ecológico, aunque si se les exige como mínimo este tipo de producción. Aunque no tengan el certificado por no poder asumir costes adicionales o por estar en periodo de transición ecológica. Se comprueba que el agricultor no utiliza productos tóxicos, visitando sus fincas, hablando con ellos, valorando el producto. En el caso de tener dudas, se hacen pruebas aleatorias del producto y a veces se hace pruebas aleatorias a la tienda, teniendo muestras del laboratorio del ITC en productos como el berro, o en otros productos mediante la concejalía de sanidad o el propio ICCA, además de usar métodos aplicados mediante los cinco sentidos basados en la experiencia investigadora de Lola Raigón, presidenta de SEAE, la Sociedad Española de Agricultura Ecológica.

- Al conocer bien sus productores y sus productos, han tenido ocasiones en dudar de la calidad de los productos y esto se ha visto confirmado a lo largo del tiempo.
- A veces han rechazado productores con todos los elementos adecuados para ser representados, por una falta de respeto y actitud competitiva hacia los demás y con una presencia agresiva en cuanto la manera de trabajar o haber detectado contaminación en los productos
- El mínimo requisito de los productos en la tienda es que sean ecológicas. En algunos casos van más allá y los productores practican otros sistemas más integrales y respetuosos con el medio ambiente.

Aumentar el efecto multiplicador del beneficio de la economía local y familiar y los productos locales:

- En lo mayor posible, se obtienen productos de la isla. En el caso de que no sea posible suministrar estos productos se llega a traer productos desde la península de otras regiones europeas.
- Alborinco nació del deseo de aumentar la producción local y familiar. La asociación ha sido un punto de información y apoyo para muchos agricultores con el sueño de iniciarse como productores ecológicos. La asociación ha sido una plataforma de venta a mucha gente que se ha iniciado en la agricultura ecológica.

Abrir el encuentro y la participación para una construcción colectiva:

- Los consumidores pueden visitar las fincas de los productores para inspeccionar sus métodos de producción y una vez al año se celebra en una de las fincas de los agricultores, donde se hacen reuniones informales entre agricultores y consumidores.
- Hay encuentros durante el año donde los productores toman decisiones sobre la asociación. Es a través de estas opiniones grupales y sus asambleas anuales donde Alborinco llega a una construcción colectiva.
- La asociación ha asesorado muchas iniciativas dentro y fuera de la isla, que han querido emprender como grupo de consumo o como iniciativa parecida. Alborinco ha sido punto de apoyo de individuos y grupos queriendo construir una experiencia parecida.

Desarrollo de una iniciativa enmarcada en la economía del Bien Común:

VALOR	Dignidad Humana	Solidaridad y Justicia Social	Sostenibilidad Ecológica	Transparencia y Codecisión
Grupo de Contacto				
Proveedora/es	Se valora la situación de los agricultores para que puedan obtener un precio justo por sus productos. Fuera de los valores fluctuantes del mercado volatil. Garantiza que se pueda vivir de la agricultura.	Apoyo a los agricultores que se inician en la agricultura ecológica Punto de información y de recursos Informan para que los clientes compren excedentes de Se valora a productores que son colaborativos. Los productos están por orden de llegada dentro del grupo. Jornadas de apoyo solidario hacia los productores en dificultad	Los productores tienen que producir ecológico. Productos de Km0 Gestión sostenible del agua Incorporación biodiversidad endémica. Gestión sostenible de residuos Embalaje y envases 100% eco	Los proveedores son parte de la asociación y tienen poder de decisión. Los productores tienen conocimiento de los precios de compra y venta de los productos.
Propietarias/os y socios/os	Todos los trabajadores son propietarios de la empresa	dificultades financieras de pagar la cuota. Apoyo y flexibilidad de turnos para los trabajadores Apoyo emocional entre trabajadores de escucha y solidaridad mutua. Se dan descuentos a socios Se les da a socios la posibilidad de utilizar el local, según las circunstancias.	Eficiencia energética. Distancia corta de transporte al trabajo Embalaje y envases 100% eco Gestión sostenible de residuos	Todos los miembros de la asociación tienen poder de decisión y son informados en todo momento de las decisiones del grupo
Financieros				
Personas Empleadas	Es una asociación sin ánimo de lucro. Todos los beneficios se reparten entre las personas que son parte de la asociación.	Antelación de pago en el caso de necesidad del trabajador, siendo esto factible para la asociación		Los empleados partes de la asociación tienen poder de decisión e intervención.
Clientela y otras Empresas	Se basa en darle prioridad a sus socios ante sus clientes. Creación de entornos colaborativos con otras entidades. La meta es de producir productos de calidad para sus consumidores.	Dentro de lo posible escogen tratar con bancas éticas. Los productos se reparten de manera equitativa según la necesidad de sus socios y clientes. Se mantienen los precios del producto estables dentro de lo que sea posible.	Compostaje de residuos orgánicos Campaña de sensibilización y educación ambiental en los colegios. Replantaciones forestales.	Los clientes socios tienen poder de decisión e intervención
Entorno Social	Apoyo a emigrantes Apoyo a la mujer agricultora Apoyo a colectivos desfavorecidos	Apoyo a emigrantes Apoyo a la mujer agricultora Apoyo a colectivos desfavorecidos		Campañas informativas

Metodología de trabajo

Inicialmente empezó como grupo direccionado, se consultaba a los productores y consumidores, pero eran las 2 propietarias de la empresa que decidían la gestión de los productos. Se convirtieron en asociación y en un proyecto social a nivel oficial en el 2016. Aunque siempre mantuvieron una filosofía de asociación desde su inicio, muchos consumidores manifestaron pensar que había sido una asociación desde el inicio. Las decisiones se llevan a cabo a través de una reunión asamblearia, mínimo una vez al año y las demás reuniones se llevan a cabo a través de la junta directiva, seleccionada por la asamblea.

Se crearon mesas de participación tanto para agricultores como consumidores. Algunos de los productores se convirtieron en socios y también se crearon la opción de crear socios consumidores. Los socios tienen prioridad para meter sus productos y teniendo también voto a la hora de hacer decisiones. La clave en el trabajo de los diferentes grupos es la ética y la transparencia.

“Los productores luchan por un buen producto, los consumidores ganan un producto saludable y Alborinco tiene que vivir del trabajo. Todo esto requiere un equilibrio.”

Desde Alborinco ven la importancia de ponerse en la posición tanto del productor como del consumidor. Desde la perspectiva de cada uno se abre la sensibilidad hacia el otro.

Inicialmente había reuniones de trabajo solo por separado. Desde que se han convertido en asociación, son tanto los productores y consumidores socios los que llevan a cabo las decisiones asamblearias juntos.

Cuidados de los agricultores:

El papel principal de Alborinco ha sido ser portavoz a sus proveedores y defender y apoyar el trabajo que hacen. Se pide el compromiso de los consumidores para cuidar de este tipo de agricultura familiar informando de su situación al público.

- En el mercado general, los precios están en constante fluctuación, muchas veces al detrimento de los productores. Alborinco ha defendido el posicionamiento de mantener los precios constantes y a un precio digno el valor del producto y al trabajo del agricultor.
- La CAAE empezó a pedir tasas para obtener la certificación ecológica, algunos agricultores se negaron a certificarse por no poder pagar la tasa. En Alborinco pudieron vender a través de la tienda sin tener la certificación, con la condición de que cultivasen en ecológico.
- Cuando hay excedente de productos, el correo informativo que envían semanalmente a los consumidores, informan de los excedentes para animar a los consumidores a apoyar a sus agricultores.
- Existe un listado de proveedores que según su recorrido con la asociación y la constancia y fiabilidad de trato y de sus productos, cogen prioridad a la hora de la selección de su producto, sin tener en cuenta el precio. Siendo agricultores-socios, hace que suban en prioridad.
- Se anima a comprar los productos que tienen los agricultores en el caso de que se agote un producto, no lo suplementan buscando otros proveedores que tengan ese stock.
- Asesoran a sus productores en problemas que les pueda aportar la Asociación, como tramites de documentos y gestión de ayudas de las administraciones.
- Se convocan reuniones de intercambio de información económica, sanitarias, normativas legales, mejoras de comercialización, etc.

“La misión no es vender, es cuidar a los agricultores.”

Cuidados a los consumidores:

Alborinco mantiene informados a los consumidores sobre las experiencias de los agricultores y la realidad de la producción. Les comunican cuando están carente de un producto (fuera de stock, mala cosecha) y cuando la producción se aumenta por los ciclos de cultivo o se compra de otros proveedores. A través del correo semanal, los consumidores están informados de las dificultades los éxitos de la asociación. Esto da a los consumidores una sensación de pertenencia y de proyecto compartido de mejora del medio rural, que incrementa la lealtad y el apoyo a la Asociación.

- Los precios de los productos se mantienen estables durante el año, los consumidores saben que no se hace especulaciones con los alimentos. En el caso de que haya alguna subida se les comunica a los consumidores a través de sus correos mensuales.
- Se le da un trato mejor a los socios-miembros que obtienen un descuento de un 10% y a su vez los socios pagan una cuota mensual de 15€. En casos donde la mercancía ha sido escasa, se da prioridad a los socios o los más necesitados (familias numerosas, a madres con bebés).
- Los consumidores obtienen productos ecológicos de calidad y conocen de su proveniencia de comercio justo, que apoya la agricultura sostenible local.
- Los consumidores participan en la celebración del encuentro con los productores.
- Como socio-consumidores, tienen poder de decisión sobre la asociación, en las reuniones asamblearias tomarían la decisión de escoger la junta directiva y deciden otros temas importantes en estas asambleas.
- Los socios tienen acceso al uso del espacio social, con el visto bueno de la junta directiva.
- La cuota mensual de socios consumidores es de 15€ mensuales, en el caso de que no puedan pagarlos se mantienen como socias, siendo la situación valorada por la junta directiva según cada caso.

Cuidados a los trabajadores:

Los trabajadores tienen un sueldo con nómina, que a nivel económico es lo máximo que se pueden permitir.

“Las personas que trabajan en Alborinco en este momento, se están retroalimentando por el propio proyecto en sí, porque les gusta el proyecto y porque la energía que llega a Alborinco es muy bonito es muy nutritiva y luego de alguna manera nos sentimos familia. Cualquier cosa que nos ocurra sabemos que Alborinco va a intentar responder desde necesito un adelanto hasta, hoy tengo que echarme la llorona o necesito un día libre porque tengo que estar con mi hijo...” siempre apoyando el cuidado

- Alborinco se acopla a las necesidades de los trabajadores, con flexibilidad de horas de días y de adelanto de pago. Siendo una asociación pequeña no tiene nada

formalizado en sus actas, puesto que esto depende de la capacidad de la asociación de asumir estas tareas.

- Existen momentos de tensión entre los trabajadores cuando trabajan bajo presión, pero tienen una actitud de resolver los conflictos por la cercanía que tienen con sus trabajadores.
- Reunión con el equipo semanal. Hay sensación de equipo, compenetrada y coordinada para trabajar en común. Asociación de Agricultores y consumidores que se ponen en la situación de cada uno.

Celebración del trabajo compartido y su función:

Las visitas a las fincas se hicieron desde el inicio. La celebración que tiene lugar en el terreno del agricultor son un trabajo de transparencia y confianza, donde el agricultor se manifiesta en su propio espacio. Se convierte en un lugar lúdico donde el productor muestra como trabajaba y tanto productores y consumidores pueden presentar su feedback.

Una vez al año se comparten productos de la tierra y se crean fuertes lazos. Intentan ir todos los productores a estos encuentros donde atienden muchos de los consumidores, son reuniones asamblearias informales. Las comidas con los productores con sus productos libre de pesticidas y cultivo sostenible, han llegado hasta 50 personas. Estos encuentros se hacen cada vez más difíciles por el crecimiento de los miembros y por la capacidad limitada de las fincas.


Función de estas reuniones:

- En estos encuentros cada persona es consciente del papel que tiene dentro del grupo.
- Planteamiento de como funciona una finca, con sus retos y ventajas. A veces se puede ver como una zona urbana puede contener una finca y su producción.
- Se puede ver la realidad de los productores, con hierbas, plagas, etc...
- Asamblea informal donde productores y consumidores se ven cara a cara y se expone la situación de cada uno.

MIDIENDO EL ÉXITO DE ALBORINCO

Alborinco comenzó en el 2003 con la venta y la producción familiar de una persona y con la venta de sus productos a 4 personas muy cercanas del entorno laboral y familiar. En el 2021 consiste en una asociación de 80 consumidores, 30 productores y 5 trabajadores, con dos puntos de venta. Desde su inicio han pasado 35 agricultores como proveedores. Actualmente tienen 20 productores donde 8 de ellos han estado con Alborinco entre 8-10 años. Muchos de estos agricultores han hecho parte de su recorrido profesional y formativo sobre ventas y a veces de producción a través de la asociación.

Jueves, 18 de mayo de 2017
18.00 horas
Centro Socio-Cultural
LA CASA VERDE (Firgas)




Charla: **ALBORINCO** **EMPIEZA EN EL NORTE**


Partiendo de la tierra, Alborinco crea espacios de confianza y cercanía desde la alimentación, promoviendo la relación entre quien cultiva y quien se alimenta. La defensa del suelo agrícola, la obtención de alimentos de confianza y respetuosos con la salud y el medio, en la medida de lo posible, de origen local, así como el desarrollo de una iniciativa enmarcada en la economía del Bien Común, dando importancia al efecto multiplicador del beneficio de la economía local y familiar, son la fuerza de esta iniciativa. Somos una empresa que pretende hacer las cosas de otra manera abriéndose al encuentro y a la participación para una construcción colectiva.


Si quieres conocernos ven a escucharnos

Introducción: - **Loli Rodríguez**
Mediadoras en el Norte:
- **Eli Rodríguez y Lidia Rodríguez**



ORGANIZAN:





ALBORINCO
Agricultura lógica y social

El País Canario

La asociación a servido de trampolín de transición, a iniciativas de grupos de consumo por toda la isla. Hace 15 años fue uno de los primeros grupos en Gran Canaria, asesorando lugares icónicos en el movimiento social y comunitario como el café de Espacio (conocido entonces como el esdrújulo) y otras iniciativas en Tenerife, Lanzarote, Fuerteventura y la Gomera. En cuanto a iniciativas independientes existen los grupos de consumo, hasta iniciativas de establecimientos pequeños, que han pasado por ella, entre algunos Biocanaria Cooperativa de Agricultores, La Carrucha Verde, El Huerto la Chimenea, el grupo de consumo Jilorio. El ayuntamiento de Tacoronte en Tenerife creó un mercado permanente a raíz de conocer a Alborinco para trasladar su manera de funcionar a su mercado.

El modelo de trabajo de Alborinco también se ha presentado en asociaciones ambientales como Turcón, la Federación Benmagec, El Rincón en Tenerife, así como en los ámbitos universitarios de economía, en los IES en ciclos superiores de comercio y en escuelas taller de agricultura ecológica, para estudiar su manera de trabajar y comercialización.

El puesto en el mercado de Vegueta fue una respuesta en la necesidad de crear más canales de venta para sus productores, esto a pesar de que la asociación estaba en un punto de equilibrio en su ventas e ingresos. Se decidió apostar por ampliar su punto de venta, comprando un puesto en en el corazón del casco histórico. Su campaña de recaudación " Manda a los Agricultores a la plaza" con la idea de que si 70,000 personas pagaban 1€ se podía comprar el puesto en el mercado. Se pudo recaudar hasta 2000€ del público. Al final un cliente de la tienda hizo un préstamo por privado y así se llevó a cabo la compra.

"...los establecimientos que son una pieza importantísima para poder organizar la parte de los agricultores y consumidores tiene que ser transparente, ético... tienen que sentir que el establecimiento los está cuidando."

La asociación se sostiene a base de las cuotas de socios. Se quiere hacer enfoque en el futuro de donaciones y las ventas. La que ha mantenido el proyecto es el compromiso de los consumidores. Se busca ampliar la propia visibilidad de esos consumidores y las actividades que ellos ofrecen en su ámbito laboral.

Con la ayuda del ayuntamiento de Telde van a dar talleres de Comunicación No Violenta con el fin de reducción de conflicto y generar un mayor cuidado a la hora de comunicarse tanto con sus productores, consumidores y trabajadores.

Existen planes de la creación de graneros en Aguimes, un punto de recogida y creación de cestas para acceder a otras zonas de la isla, esto llevaría una vez más a un crecimiento como asociación, pero con la prioridad de crear más canales de ventas para los agricultores y acceso a alimentos sanos de producción justo para los consumidores.

“Tendremos que hacer un trabajo también de educación no solamente con la población sino también con la administración para que los productos sean accesibles a la población.”

Con el crecimiento actual de la asociación, Alborinco está actualizando sus sistemas de funcionamiento interno, consolidando el equipo de trabajo organizativo y visionando una estrategia de continuidad para dar más importancia a la educación, agroecología, medioambiente, soberanía alimentaria e igualdad desde la cooperación con otras organizaciones ya sean públicas o privadas. Ya tienen en pie una iniciativa de recogida de materia orgánica, talleres de cocina como participación en diferentes centros educativos.

El éxito principal de Alborinco no se basa únicamente en el crecimiento económico que ha llevado a cabo el poder expandir sus locales y aumentar su plantilla con un sueldo de cotización a sus empleados, ayudar a los agricultores y dar visibilidad a la agricultura local y ecológica en Gran Canaria, donde tanto los agricultores y los consumidores se comprometen en cuidar el uno del otro y como también del territorio en donde habitan.

CONCLUSIONES

La ciencia ciudadana considera que la vida, los procesos la articulación de los ciudadanos genera conocimientos científicos. La participación de la gente destila saberes que nos ayudan a entender los procesos globales y se pueden generar teorías y leyes generales de estos. La Biosemiótica, el gran paradigma del siglo 21, plantea que todo lo que acontece están dotados de significado. Esto conlleva a que los casos estudiados también puedan proporcionar conocimientos de cómo el cuidado de las personas aporta beneficios tanto económicos y materiales, como de bienestar emocional y de realización personal. Hemos citado en todos los 3 casos acciones llevadas a cabo por estas instituciones y empresas, que se manifiestan por una necesidad de cuidar a las personas para el bien de sus actividades, basadas en sus valores y principios éticos.

De acuerdo con el marco teórico, se comprueba en los casos prácticos estudiados, que el cuidado de las personas fueron determinantes para el éxito de la Cooperativa Consum, Ecocomedores de Canarias y la Asociación Alborinco.

En concreto se observa los siguientes beneficios exitosos en estos tres casos de estudio para las personas, para el medio ambiente y para una economía sostenible.

1. Se observa que el cuidado de las personas en estos tres casos, repercute en 13 de los 17 objetivos del desarrollo sostenible (ODS), incluyendo ámbitos sociales, de crecimiento económico, inclusión social, sostenibilidad y protección del medio ambiente.
2. Impacta positivamente en las reivindicaciones ecofeministas y economía feministas, que "combate eficazmente contra el patriarcado y su guerra contra la vida" (Herrero 2013).
3. Todos los principios de la agroecología según Miguel Altieri y de la FAO que repercutan a nivel social, económico y medio ambiental.
4. Potencia todas las necesidades recogidas de la *Pirámide de Maslow*, su teoría psicológica de las motivaciones humanas.
5. Se alinea positivamente con las matrices de la economía del Bien Común que busca crear una economía que tenga como meta servir los intereses del bien común.
6. Cubre y satisface las necesidades de *Las Escalas Humana* de Max Neef, que son fundamentales y definibles para todo ser humano.

BIBLIOGRAFÍA

PUBLICACIONES

- Boff, L. (2002), *El Cuidado Esencial, Ética de lo Humano Compasión por la Tierra*. Madrid: Trotta
- Felber, C. (2015). *La economía del bien común: Un modelo económico que supera la dicotomía entre capitalismo y comunismo para maximizar el bienestar de nuestra sociedad*. Barcelona; Deusto.
- Macnamara, L. (2012). *People and Permaculture, caring and designing for ourselves, each other and the planet*. Hampshire: Permanent Publications.
- Mollison, B. (1998). *Permaculture- A Designer's Manual*. Tasmania; Tagari Press.
- Neef, M. et al.(1993). *Desarrollo a Escala Humana*. Montevideo: Nordan-Comunidad
- Rosenberg, M. (2006), *Comunicación no Violenta. Un lenguaje de vida*. Camarones: Gran Aldea Editores SRL.
- Windeagle and Rainbowhawk (2003). *Heart Seeds*. New Mexico; Eham Press.

ARTÍCULOS & INFORMES

- Altieri, Miguel (2009). *Agroecology, Small Farms, and Food Sovereignty*, Monthly Review, Vol. 61, (3). <<https://monthlyreview.org/2009/07/01/agroecology-small-farms-and-food-sovereignty>> [Consulta: 29 de abril 2021]
- Consum, (23 febrero 2012). *Código de Ética y de Conducta de Consum*.
- Consum, (23 febrero 2012). *Código Consum de Buen Gobierno Corporativo*.
- Consum, (mayo 2020). *75 Medidas para Conciliar*.
- Consum, (2018) *Memoria de sostenibilidad*
- Herrero, Y (2013). *Miradas Ecofeministas para Transitar a un Mundo Justo y Sostenible*. Revista de Economía Crítica, 2013, n°16, p278-307.
- Martinez Castillo, R. (2004). *Fundamentos culturales, sociales y económicos de la Agroecología*. Revista de Ciencias Sociales, 103-104 (I-II), 93-102.
- Pérez Orozco, A (2006). *Perspectivas Feministas en torno a la economía: El caso de los cuidados*. Consejo Económico y Social. ISBN 84-8188-264-X

PÁGINA WEB

- Alborinco. <<https://alborinco.com/category/entrevistas/>> [Consulta de 27 de octubre 2020]
- Alborinco. <<https://www.facebook.com/Alborinco/>> [Consulta de 27 de abril 2021]
- Boff, L. (1997) *La carta de la Tierra*. <<https://cartadelatierra.org/podcast/leonardo-boff/>> [Consulta el 21 de mayo 2020]

Canarias7. <<https://www.canarias7.es/canarias/gran-canaria/las-palmas-de-gran-canaria/la-agricultura-social-ateriza-en-el-mercado-de-vegueta-IC8224578>> [Consulta de 22 de abril 2021]

Ecocomedores. <<https://www.ecocomedoresdecanarias.com/>> [Consulta de 26 noviembre 2020]

El Mundo. El Mundo Noticias.

<https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/09/130902_salud_piramide_maslow_aniversario_gtg> [Consulta: 4 de diciembre 2020]

Gobierno de Canarias. <<https://www.gobiernodecanarias.org/educacion/web/programas-redes-educativas/programas-educativos/en-colaboracion/programa-de-ecocomedores-escolares-de-canarias/index.html>> [Consulta de 27 de noviembre 2020]

Investigación y Ciencia <<https://www.investigacionyciencia.es/revistas/investigacion-y-ciencia/qu-es-una-particula-840/los-signos-y-el-significado-en-la-naturaleza-20207>> [Consulta 9 septiembre 2021]

Las Naciones Unidas (ONU). Objetivos de desarrollo sostenible.

<<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2018/08/sabes-cuales-son-los-17-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>> [Consulta: 3 de octubre 2020]

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Centro de conocimientos sobre agroecología.

<<http://www.fao.org/agroecology/overview/overview10elements/en/>> [Consulta: 3 de octubre 2020]

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Plataforma de conocimientos sobre agricultura familiar.

<<http://www.fao.org/family-farming/themes/agroecology/es/>> [Consulta: 3 de octubre 2020]

Saboreando Canarias. <<https://saboreandocanarias.com/2018/04/04/ecocomedores-escolares-de-canarias-un-proyecto-inspirador/>> [Consulta de 27 de abril 2021]

Sociedad Española de Agricultura Ecológica/ Sociedad Española de Agroecología (SEAE). La Agroecología, la vía para asegurar los objetivos de desarrollo sostenible.

<<https://www.agroecologia.net/jornada-agroecologia-ods-seae/>> [Consulta: 11 de febrero 2021]

Telde Actualidad. <<https://www.teldeactualidad.com/hemeroteca/articulo/rostros/2016/10/09/45.html>> [Consulta de 27 de abril 2021]

Wikipedia. Ciencia Ciudadana <https://es.wikipedia.org/wiki/Ciencia_ciudadana> [Consulta de 10 septiembre 2021]

Wikipedia. Economía del bien común.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_del_bien_com%C3%BAn> [Consulta: 26 noviembre 2020]

Wikipedia. Pirámide de Maslow <https://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow> [Consulta 4 de diciembre. 2020]

Wikipedia, Necesidades humanas fundamentales.

<https://es.wikipedia.org/wiki/Necesidades_humanas_fundamentales> [Consulta de 16 de abril 2020]

IMÁGENES

Alborinco.com (referencia 8 octubre) <<https://alborinco.com/category/encuentros/>>

Barlovento (referencia 8 octubre) <<https://barlovento.es/wp-content/uploads/2018/01/jornadas-divulgativa-ecocomedores-WEB.jpg>>

Comedoresresponsables (referencia 9 octubre) <<https://comedoresresponsables.org/wp-content/uploads/2018/04/ecocomedores-2018-min.jpg>>

Consum (referencia 10 octubre) https://media.infojobs.net/corp/consum_slide1.jpg

El País Canario (referencia 10 octubre)
<<https://www.ecosia.org/images?q=alborinco#id=EC8E1A207B495F43758C790B70C144AC23918959>>

Financialfood (referencia 10 octubre) <<https://financialfood.es/consum-ha-evitado-el-desperdicio-de-6-600-toneladas-de-alimentos-en-2018/>>

OPW ingredients (referencia 11 octubre) <<https://opw-ingredients.com/en/product/sonnenblumenoel>>

Ull.es (referencia 9 octubre) <<https://www.ull.es/portal/noticias/wp-content/uploads/sites/13/2019/10/ecocomedores-en-Canarias-1140x760.jpg>>