

**Responsabilidad Social Territorial:
 Ejemplos y buenas prácticas**

**Red de Mercadillos de
 Guadalhorce
 Ecológico**



Ficha resumen de buenas prácticas

1. Datos de identificación de la Buena Práctica

Título	Red de Mercadillos de Guadalhorce Ecológico
Ámbito territorial	Local, Comarcal y Provincial
Población	A toda la población de la provincia interesada en consumir productos ecológicos procedente de venta directa del agricultor. En total 1.625.827 habitantes
Entidad	GDR Valle del Guadalhorce.
Contacto	Margarita Jiménez Telf. : 952 483 868 Ingeniera agrónoma, coordinadora del área de agroindustria. agroindustria@valledelguadalhorce.com
Web	www.valledelguadalhorce.com
Disponible en formato electrónico	
Otros formatos (indicar)	

2. Dimensión en la que se encuadra la BP (señalar las que procedan)

- Económica
- Social
- Medioambiental
- Buena gobernanza y gestión transparente

3. Descripción de la BP

Descripción resumida (dos líneas):

Apoyo organizativo a la red de mercadillos de

productos ecológicos de la asociación Guadalhorce Ecológico.

Breve resumen

El GDR Valle del Guadalhorce participa de una manera activa en la red de mercadillos de la asociación Guadalhorce Ecológicos. Actualmente, el Valle del Guadalhorce cuenta con una red de mercadillos ecológicos que, bajo el nombre de **Guadalhorce Ecológico**, ofrecen al consumidor la posibilidad de acceder a productos alimentarios ecológicos durante todo el mes. En concreto, el Valle del Guadalhorce cuenta con las siguientes fechas dentro de su red de mercadillos:

1. Cártama, el primer domingo de cada mes en la Estación de Cártama
2. Alhaurín el Grande, el segundo sábado de cada mes en la Calle Real
3. Coín, el tercer sábado de cada mes en la Plaza de la Villa
4. Pizarra, el último domingo de cada mes en la Plaza de la Cultura.

Estos mercados tienen una serie de características comunes que revierten en la promoción conjunta del Valle del Guadalhorce como comarca productora de alimentos ecológicos y de calidad:

- Una de las apuestas más importantes de esta red de mercado ha sido el desarrollo de un reglamento de funcionamiento cuyo objetivo es la autorregulación del mercado y que sean los propios productores y consumidores a través de la asociación Guadalhorce Ecológico junto con la colaboración de los ayuntamientos los que controlen el buen funcionamiento de los mercados.
- Imagen corporativa conjunta de los mercados
- presencia del stand conjunto de Guadalhorce Ecológico, con diversidad de productos procedentes de los asociados al proyecto.
- Talleres y actividades destinadas a fomentar el consumo de productos ecológicos entre la población.
- Actividades de animación.
- Reparto de material informativo sobre recetas

con productos de temporada, productos de la semana...

Estos Mercadillos están suponiendo una gran oportunidad para los municipios donde se celebran, creándose una sinergia entre los productores y consumidores ecológicos y el territorio:

1. Porque ofrece al Centro Histórico una actividad singular vinculada a las ideas de **sostenibilidad, respeto medioambiental y responsabilidad social, económica y medioambiental.**
2. Porque ofrece a los consumidores una nueva gama de productos vinculados con la idea de artesanía, calidad, y diferenciación.
3. Porque el consumidor tiene la oportunidad de comprar directamente al productor, evitando así el encarecimiento del precio al eliminarse los posibles intermediarios. Por otro lado, esto revierte igualmente en la posibilidad de conocer de boca del propio productor el saber hacer de los productos que se consumen.
4. Porque los productos ecológicos son productos saludables que contribuyen a la **conservación del medio ambiente.**

El GDR valle del Guadalhorce ayuda en tareas organizativas y actúa como intermediario entre la asociación y los ayuntamientos donde se celebra el mercadillo. Además el GDR participa en la dinamización de los mercadillos con actividades encaminadas en poner en valor las variedades locales o actividades para fomentar el consumo de alimentos ecológicos.

4. Estado de ejecución de la BP

Tipo de Buena práctica. Señalar:

Programa
(Permanente en el tiempo)

Actividad
(Duración limitada no asociada a un programa o a un proyecto. Ejemplo: Curso)

Proyecto
(Conjunto de actividades con una duración limitada en el tiempo y financiación finalista (fondos propios y/o externos))

Fecha de inicio: 2008

Fecha de finalización, en su caso: en funcionamiento actualmente

Desde el inicio se desarrolla anualmente

Sí
 No

Vigente en la actualidad:

Sí
 No

BBPP estable con vocación de permanencia

Sí
 No

En el caso de que la BBPP se haya transferido indicar la entidad/es a la que se ha transferido:

Diferentes asociaciones de productores de productos ecológicos del ámbito nacional.

Otros aspectos a destacar:

El trabajo de coordinación entre el sector productor, los consumidores y las entidades públicas y privadas.

5. Tipología BP:

- Trabajo en Red
- RSE Pymes
- Participación Voluntariado
- Pacto Por El Empleo / Acuerdo Marco
- Medioambiental
- Instrucción Cláusulas Sociales
- Discapacidad
- Integración Laboral/Social
- Premios, Galardones
- Metodología, Material, Productos
- I.O. /Género
- Formación RS
- Otros

Tema/ Subtipo: _____

6. Adecuación de la BP a los principios y valores de la RST

- Corresponsabilidad
- Empoderamiento
- Sostenibilidad
- Transparencia
- Diversidad
- Gestión del Conocimiento
- Innovación

7. Gestión interna de la RS

8. Agente(s) responsable(s) de la actuación

- Administración Empresas
 Agentes sociales Otras
 Sociedad civil

Relacionar:

Asociación Guadalhorce Ecológico y Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce.

9. Participantes

- Administración Empresas
 Agentes sociales Otras
 Sociedad civil

Relacionar

Consumidores, Agricultores, Ganaderos y productores ecológicos.

10. Coste y financiación

Coste: 100.000

- Financiación con fondos propios. . 30.000
 Financiación con fondos ajenos. 60.000 Fondos Feader

11. Observaciones y DAFO.

DEBILIDADES

Desconocimiento del valor de los productos ecológicos.
Marketing.
Escaso perfil comercial en agricultores.
Periodicidad de los mercadillos.

FORTALEZAS

Venta directa de productos ecológicos de productores a consumidores.
Atracción de visitantes a los municipios en los que se celebra.
Potencia la actividad agrícola al crear canales cortos de comercialización.
Cercanía a la capital.

AMENAZAS

Competencia desleal de comercios y grandes superficies.
Intrusismo

OPORTUNIDADES

Aumento del consumo responsable.
Nuevas corrientes gastronómicas que demandan productos locales.
Incorporación de personas en desempleo al sector agrícola.