



**ic** inteligencias  
colectivas

**OIZ EGIN**

On egin

# Crónica metodológica



## Zoohaus & Asociaciones de Desarrollo Rural Lea-Artibai y Urkiola

Jueves, 14 de Marzo de 16:30 a 20:30.

El encuentro tuvo lugar en dos sedes simultáneamente, por un lado en la Asociación de Desarrollo Rural Urkiola en Berriz y por el otro en la Sede de la Mancomunidad de Lea-Artibai en Markina-Xemein. Se siguió una metodología dividida en fases, etapas o dinámicas que explicamos a continuación.

### Fase 01, Llegada y primer contacto 16:30-17:00 h

Se recibió a los participantes con café & té y bizcochos caseros. Mientras se acomodaban, aprovechamos para pasar lista, explicar lo básico de la jornada y conseguir que rellenaran la primera de las fichas. En ella cada uno apuntó su nombre, su ocupación y UNA PALABRA especial que pudiera definirles o que simplemente fuera relevante para las temáticas que íbamos a trabajar juntos. Una palabra importante al pensar sobre "Nuevos modelos y recursos colaborativos que mejoraran las condiciones actuales de producción, distribución y consumo de productos agro-ecológicos."

### Fase 02, Presentaciones 17:00-17:50 h

Estructurados todos los presentes en un único grupo, se comenzó con la introducción de las ADRs al proyecto de colaboración en Conexiones Improbables con Zoohaus. Esta segunda dinámica en realidad se basaba en eso, en que nos presentáramos todos y cada uno de los participantes.



Pero las presentaciones no fueron unas presentaciones cualquiera, debían servir no solo para poder analizar y conocer el perfil de los asistentes, sino además, para que pudiéramos empezar a detectar desde el principio, cuáles eran sus inquietudes, necesidades y deseos. Para ello preguntamos a cada uno, cual sería el futuro donde les gustaría verse en un tiempo. En vez de explicar bien lo que hacen, que nos contaran que nos responderían si les hiciéramos esa pregunta en 5, 10 o 15 años. De esta manera este ronda de presentación estaba capacitado para generar un material crítico, propositivo en si mismo.

Al terminar las presentaciones se les pidió que rellenaran la ficha correspondiente de futuribles y que cada uno la pinchará en su lugar correspondiente.

### Fase 03, Debates. 18:00-19:00 h

Durante esta segunda dinámica se organizó un proceso de debate asambleario. Para ello, cada asistente pudo intervenir jugando su propio papel, o metiéndose en el rol de un personaje representado por unas cartas repartidas aleatoriamente al principio del Openlab. Se dividió a los asistentes en dos grupos en cada de una de las sedes, separando convenientemente a los participantes para no repetir roles en los grupos. Todos los grupos tocaron 4 temáticas comunes, en periodos de unos 15 minutos "rigurosos":

1. Definición de espacios con usos híbridos o combinados. Usos vinculados a espacios de producción/venta/consumo ecológico y tipos de producción más otros usos vinculados al turismo, gastronomía, etc.
2. Formas de comercialización y comunicación con el consumidor. Sistemas de visibilización, distribución y venta de productos ecológicos locales. Mercados tradicionales, ferias, grupos de consumo, Txoko-denda, sistema ambulante de difusión y venta de productos, Oiz Egin (venta online...) y otros.
3. Construcción de alianzas, apoyos y redes para rentabilizar los esfuerzos. Dinámicas de colaboración entre distintos agentes de la comunidad, productorxs, distribuidorxs, consumidorxs, o "prosumidorxs".
4. Nuevos caminos o temáticas que son relevantes para la construcción de una red de trabajo en temas locales de producción ecológica.

Para cerrar esta fase, todos los asistentes debían rellenar una tercera ficha, la ficha de alianzas. En ella apuntaron por un lado, quienes de los presentes serían más fácilmente aliados suyos, quienes a pesar de la dificultad serían aliados convenientes y por último que otros perfiles para forjar alianzas echaban de menos en el Openlab.

### Fase 04, Propuestas. 19:15- 19:45 h

Para esta dinámica se dividió a los participantes en grupos de tres o cuatro. Se titularon según los nombres de las temáticas que habían sido discutidas en el debate anterior, añadiendo tres más, aparecidos en la cuarta discusión. Cada asistente, pudo seleccionar en que grupo de propuesta participar.

Las nuevas temáticas fueron las siguientes.

- Transmisión de conocimiento.
- Relación entre urbano y rural.
- Nuevos modelos.

Cada grupo contó con 20 minutos para diseñar, de manera colaborativa, una propuesta concreta en base a su temática correspondiente. Después de ese tiempo, apuntaron en una ficha, un TÍTULO para la propuesta y una DESCRIPCIÓN básica de la misma. Para terminar la dinámica, todos los grupos se contaron y evaluaron los diseños, en base a los posibles conflictos que podían surgir y a las posibles potencialidades que se descubrían.



berriz



ic inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
On egin



#1 Gorka  
Rodríguez, Zaramari  
#sostenibilidad



#2 Irati Cifuentes  
Axpe  
#mentesabierta



#3 Rosa Fernandez  
Claborabora  
#nuevosmodeloslonegocio



#4 Ibon Goitia  
ADR  
#cooperación



#5 Kati Simon  
ADR  
#redcolaborativa



#6 Jabier Perez  
Esnetik  
#naturala



#7 Iranzu Guijarro  
Plaza  
#cercania



#8 Leire  
Milikua  
no pudo asistir



#9 Juanjo  
Garate  
#propietario



#10 Marta Senz  
Sartu  
#inclusión



#11 Mari Tere  
Ojanguren, Lauaxeta  
#gozoa



#12 Iñaki Malaxeberria,  
Lauaxeta  
#hurbila



#13 Aitor Onaindia  
Basogintza  
#egurra



#14 Urdaspal  
Alberdi  
#gertutasuna



#15 Jose Antonio  
Zamalloa  
#agroekologia



#16 Roman  
Bengoa  
#cercania



#17 Amaia Torre  
nekazaritza  
#osasuna



#18 Joseba Mirena  
Azkarate Narbaiza  
#jasangarritasuna



#19 Noe  
Eguren  
#campo + #humanidad

#20 ????



#21 Ainhoa  
Astigarraga  
#nuevasformasdecomercio



#22 Ibon Aguirre  
BBK  
#comercialización



#23 Valentín  
Mugarza  
#dibertsitatea



#24 Ruben  
I Markina  
#valorafuclido



#25 Jose Luis Arriaga  
Mallabia  
#barazdikak



#26 Miguel Angel  
Navarrete, Eroski  
#comunicación



#27 Iker Abxa  
innobasque  
#nointermediario



#28 Arantza  
Mendiharat  
#fácil + #bonito

#29 ????

#30 ????

DENTRO DEL PROYECTO  
CONEXIONES  
**improbables**

markina



ic inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
On egin



#1 Juan Mari Totorika  
Presidente ADR  
#acuerdo



#2 Liher Aranzibia  
Uratalurra  
#tierra+productos+personas



#3 Joana Beasain  
Uratalurra  
#innovacióncolaborativa



#4 Iñaki Gaztañaga  
Banco de Tierras  
#tierra



#5 Maite Peñacoba  
HAZI  
#confianza



#6 Igor Yurrebaso  
Consultor  
#comprender



#7 Guillermo Ruiz de  
Erenbun. Patrimonio  
#ideas



#8 Beatriz Moral  
Antropóloga  
#bienes comunes



#9 Luis Kazalis  
Presidente Amaren  
#agroecología



#10 Imanol Mugartegi  
Alcalde Berriatua  
#experimento



#11 Mikel Artube  
Aparejador Berriatua  
#potenciación



#12 J Ramón Egiluz  
Traductor  
#local (de aquí)



#13 Alejandro Arrieta  
Xemeningain Baserría  
#baratzki ekologikoak



#14 ???  
#???



#15 Aitor Maguregi  
Cocinero  
#sostenibilidad



#16 ???  
#???



#17 ???  
#???



#18 Iratxe  
BBK  
#proximidad



#19 Pilar Sánchez  
BBK  
#reflexión



#20 Gotzon Elizburu  
Eroski  
#elcarlanean



#21 Josu Arrizabalaga  
Barreneixe Koop.  
#hortalizas



#22 Jose Ignacio  
Barreneixe Koop.  
#fidelidad



#23 Iñaki Sainz  
Presidente ADR  
#intercooperación



#24 Eduardo Elorriaga  
Hermeneus  
#transparencia



#25 ???  
#???



#26 ???  
#???

#27 Roberto Gómez  
Conexiones Improbables  
#complicidades



#28 ???  
#???



#29 ???  
#???



#30 ???  
#???

DENTRO DEL PROYECTO:  
CONEXIONES  
**improbables**

# Present-action



## ¿Cuáles son los perfiles de la red y cuáles son los temas a tratar?

De manera muy explícita por la organización, pero también por el tono que tomaron los asistentes desde las presentaciones, se hicieron latentes los objetivos principales de este encuentro. Construir una red lo más amplia posible alrededor de las ADFs, un grupo diseñado con el máximo número de perfiles posibles con un objetivo claro, fomentar en lo local el desarrollo de productos agroecológicos.

+Una de las conclusiones obligadas que evidenció el OPENLAB, fue ratificar que cuantos más perfiles diversos se incorporen a la red, mayor número de variables entrarán en juego y más posibilidades tendrá esa red de cristalizar en proyectos interesantes.

Pudimos disfrutar en el encuentro de una gama amplia de perfiles, destacando interferencias de profesionales no relacionados con estos entornos locales que dieron opiniones de gran utilidad para ser incorporadas a la red.

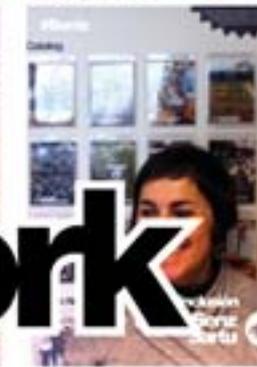
A través de las distintas dinámicas pudimos observar cuales son los temas actuales, que los asistentes, creen que han de estar presentes encima de la mesa. Cuales son entornos entre los que se tiene que mover esa red. De que se tiene que hablar y discutir.

+Uno de esos temas principales tiene que ver con la sostenibilidad, la relación con la naturaleza a través de procesos más eficientes, y como obtener recursos de ella a través de políticas ecológicas.

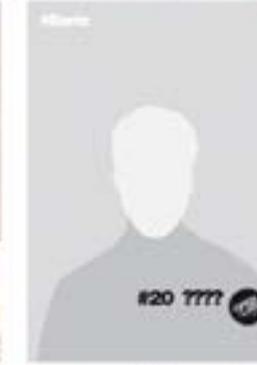
+Otro gran tema fue el de la necesidad de innovar a la hora de buscar posibilidades a futuro. Buscar nuevas vías de negocio y comercialización, pero vinculadas con generación de valor añadido y responsabilidad social.

+Por último, destacamos la importancia que se le da a pensar en infraestructuras comunes, a aumentar las colaboraciones, la construcción de redes y la comunicación.





# berriz humannetwork



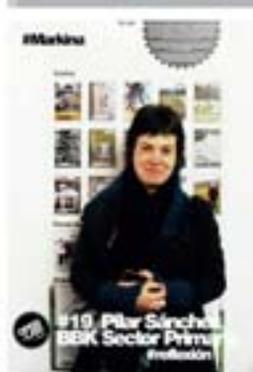
DENTRO DEL PROYECTO:  
CONEXIONES  
improbables



# markina humannetwork



DENTRO DEL PROYECTO:  
CONEXIONES  
improbables



# markina humannetwork

DENTRO DEL PROYECTO:  
CONEXIONES  
improbables



### ¿Hacia dónde vamos? Ejercicio de prospección.

La red ha de servir para mejorar la situación actual. Pensando entre todos es más fácil cambiar las cosas que no funcionan y que se nos ocurran nuevas soluciones exitosas. A la vez que construimos la red, estamos también construyendo los lugares comunes hacia los que queremos que se oriente. Es importante para ello conocer el imaginario futurible colectivo, construir la prospección de la red. Analizar donde y como querría estar cada miembro en un futuro cercano para construir las bases de un futuro común. A la vez pensar en ese futuro se convierte en un ejercicio crítico muy eficaz para conocer los problemas y conflictos del presente.

+Nuevas formas de entender la **comercialización** para los productos agroecológicos. Es preciso trabajar la innovación que permita, a los productores pequeños locales, vender en entornos más amplios. Estudiar los lugares de venta y hacerlos más interesantes, fáciles y bonitos.

+Accesibilidad en agroecología. **Accesibilidad** a la tierra y a oportunidades, accesibilidad a poder vivir de ello. Accesibilidad laboral profesional a los jóvenes. Trabajar la transmisión de conocimientos entre generaciones, para que no se extingan saberes.

+Empresas con **valor social**. En relación a la agroecología es importante investigar en diseños de nuevos sistemas empresariales que persigan valores no puramente económicos. Pensar en etiquetas de empresa social y ética. Buscar desarrollos empresariales que persigan la activación y el desarrollo de lo local.

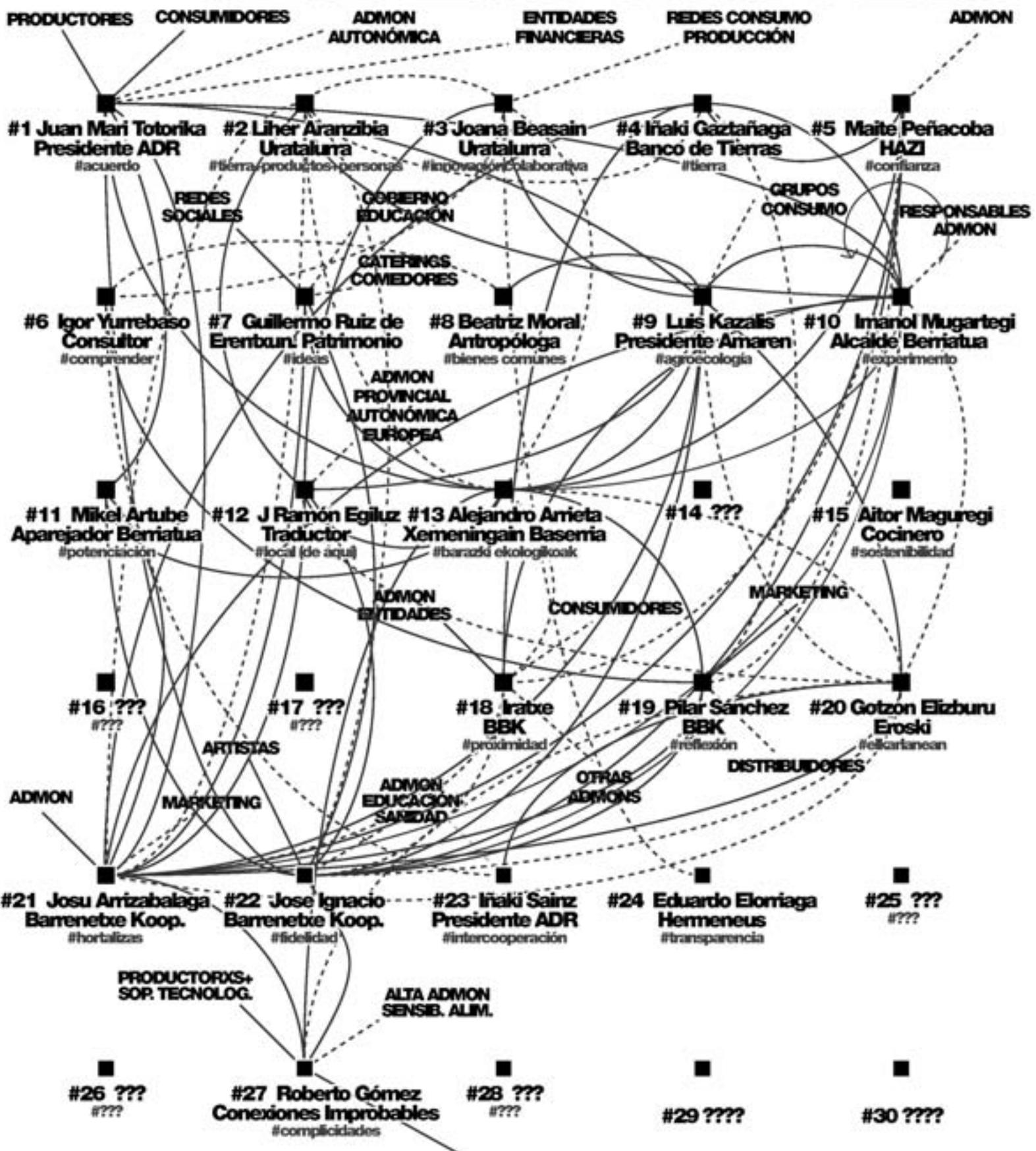
+Construcción de mecanismos de **colaboración**, herramientas en red que permitan acercar a los productores y consumidores. También desarrollar redes de colaboración entre productores agroecológicos, para permitir nuevas infraestructuras, sostenibilidad económica y mucha más fuerza. En definitiva conseguir juntos vivir de la agricultura ecológica.







# alianzas markina





### ¿De qué manera podemos colaborar? Quienes han faltado a la fiesta.

En la construcción de la red que queremos desarrollar, es muy descriptivo analizar cuáles son las estructuras de colaboración que existen y cuáles no. Donde hay contextos de comunicación y donde hay brechas que dificultan el contacto. Cuáles son los perfiles más buscados, los más accesibles o los más difíciles. Y por tanto cuáles son las facilidades y los deseos en la construcción de alianzas que pueden hacer más útil a la red y de esta manera consolidarla. Por eso, analizar las alianzas fue una de las prioridades en el diseño de este encuentro, y las conclusiones arrojan claves muy gráficas de gran utilidad.

+Las alianzas en relación al tema agroecológico giran evidentemente entorno a los **productores**. Ellos son los perfiles más fáciles con los que colaborar, los más esenciales y con los que más gente cree que es necesario hacerlo.

+Otro de los perfiles básicos para construir alianzas, son los perfiles que dan acceso. Los que permiten desarrollar proyectos, ya sea a través de mejorar las comunicaciones y establecer intermediación como las **ADRs** y profesionales de la **pedagogía**, o ya sea porque disponen de recursos imprescindibles como son el suelo. Los **propietarios** de suelo son agentes clave y muchas alianzas los buscan aunque con algo de incertidumbre.

+Sorprendente fue la interacción en la red local de los agentes externos, perfiles de profesionales "expertos" en ámbitos no ligados a la agroecología, pero sí con la **innovación social** o la construcción de redes. Se solicitó su alianza de una manera destacada para poder desarrollar nuevos modelos de negocio.

+Cabe destacar las alianzas que se consideran necesarias e importantes, pero que se desean realizar con perfiles que no estaban del todo presentes en el Openlab. Muchas voces reclamaron la conexión con los **consumidores** de manera activa, implicándoles directamente en el diseño de proyectos. Igual de intensa fue la reclamación de alianzas con los perfiles políticos de las distintas **administraciones** y los técnicos de estas. Por último destacó también la reclamación de construir puentes activos con todos los agentes que trabajan en la **comercialización**. Desde grandes cadenas hasta pequeñas tiendas o grupos de consumo.





propuestas

## #1 ESPACIOS CON USOS HÍBRIDOS

### LANDA ESKOLA IBILTARIA

Escuela distribuida en red. No un espacio físico, sino una sinergia de diferentes espacios.

Basado en aprendizajes múltiples y en aprender haciendo. En valores sociales y solidarios.

FORMARSE + TRABAJAR

Retorno social: participación de las personas que se forman en actividades culturales.

+

+ Aumenta la conciencia local y trabaja nuevos modelos de consumo.  
+ Transmisión de conocimiento. Activar infraestructuras existentes.  
+ Buena idea.  
+ Interés en local: ámbitos de aprendizaje.  
+ Trabajo en red, descentralización. Escuela dinámica.

-

- Llega a un número reducido de personas.  
- Financiación.  
- Falta de tiempo para atender ese programa.



propuestas

## #3 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

### LOBBY BASERRITARRA

Unir fuerzas y asociarnos para alcanzar objetivos comunes concretos.

1. Cambios normativos. Por ejemplo transformación del producto y sanidad.

2. Gestión colaborativa e infraestructuras. Por ejemplo para la transformación del producto.

3. Buscar vías comunes para nuevas formas de comercialización. Que no se haga uno a uno, sino muchos a muchos.

+

+ supone un cambio para adaptarse a la realidad.  
+ Generación de espacios de colaboración entre productores.  
+ Todos los aspectos son positivos.

# berriz propuestas



propuestas

## #5 RELACIÓN ENTRE LO URBANO Y LO RURAL

### CONOCIENDO A UN EXTRAÑO

Campaña de visitas "domésticas" a productores agrarios.

Transmisión de la idea de urgencia en cambiar los hábitos de consumo para que los productores puedan seguir existiendo.

Si compras local, sobreviven los productores.

+

+ Genera conocimiento "in situ" y que aumenta la valoración de lo local.  
+ Generará nuevas culturas del consumo, más relacionadas con responsabilidad social.

-

- Le urbano al campo, ciudad con la colonización.  
- Será difícil que quieran los baserratas de mentalidad conservadora.



propuestas

## #2 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR

### BAYEKO

Nuevo método para pensar en sellos de calidad que aúne:

La procedencia es Euskadi.

El método de producción es ecológico.

Introduce al consumidor en su confección para generar transparencia y confianza.

Será un sello que hable también de valores sociales de la empresa.

+

+ Contar con los consumidores para generar confianza generará otras formas de difusión.  
+ Generar un sello único.  
+ La construcción común del sello lo vincula a valores sociales.  
+ Ayudará a vincular lo sano con lo local y las distancias.

-

- ¿Se necesita otro sello más?  
- Falta interés por los sellos.



propuestas

## #4 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO

### RAICES Y CUERNOS RURALES

Dinámicas de intercambio entre centros educativos de distintos niveles.

Participación a través de grupos interdisciplinares de profesionales o expertos del mundo rural.

Facilitar la participación de oficios sostenibles que se encuentren en peligro de extinción.



propuestas

## #6 NUEVOS MODELOS

### GENERAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

Reflexión sobre cómo llegar al consumidor. Teniendo como base la confianza a través de la transparencia de los procesos.

Establecer asociaciones mixtas de productores y consumidores para favorecerlo.

La aportación de esta forma generará negocios que reverterán a proyectos sociales.

Búsqueda de consumidores no elitistas.

+

+ Idea interesante de largo recorrido.  
+ Valores positivos como gestión colectiva, transparencia y confianza.

-

- No conecta...





Componentes  
#7, #10, #22

propuestas

## #1 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

### ALIANZA PRODUCTOR-ADMINISTRACIÓN

La Administración, a través de sus todos sus servicios (Educación, Sanidad, Servicios Sociales, Difusión etc), incluye los productos locales de manera integral.

E1: Comedores escolares y comedores colectivos de la Administración: se prioriza el uso de producto local; la comida sobrante no se tira, se establecen mecanismos para repartirla entre servicios sociales, usuarios etc.

E2: Prescripción facultativa de productos ecológicos

+

+ Aumenta la demanda de producto local y el número de productores activos  
+ Mejora la percepción y valor cualitativo del producto

-

- ¿Cómo se establece la medida? ¿Por Decreto?  
- ¿Demasiado impositivo?  
- Capacidad de producción de productores actuales para cubrir toda la demanda



Componentes  
#19, #20

propuestas

## #2 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO

### SENSIBILIZACIÓN AMPLIADA

Sensibilizar a través de la demostración: abrir las explotaciones a los consumidores.

Generar dietas con productos locales de equilibrio saludable, incluir en los colegios estos aprendizajes, alineados con la dieta de los comedores escolares.

Formación para valorar las propiedades organolépticas de los productos locales.

+

+ La demostración permitirá valorar a los consumidores que el territorio resulta productivo, podrán revisar la calidad de la producción etc.  
+ Alineado con otras propuestas relacionadas en comedores escolares

-

- Inexistencia actual de cocinas en colegios y en comedores escolares. Necesidad de recuperar esta instalación para generar aprendizaje

# markina propuestas



Componentes  
#5, #14, #22

propuestas

## #3 NUEVOS MODELOS

### SLOW MARKET AT HOME

Asociación de productores + tecnología + servicio + comunicación

Salir de la lógica del propio sector: generar un mercado de la buena vida, el prestigio... "urbano" ligado a la [oesta de la compra]

[Resentamos de autor para ciudadanía exigente]. Público desde los 35 años en adelante.

+ Digitalización de los productores

-

- Ya existencia de otras redes para la comercialización online  
- ¿Debe centrarse la apuesta en entornos urbanos, o en los entornos locales donde se realiza la producción? ¿Por qué no tiene éxito esta producción ya en el entorno local?



Componentes  
#2, #12, #19, #27

propuestas

## #4 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR

### NUEVAS IMÁGENES

Campaña publicitaria que ponga en valor todo lo que hay detrás de cada producto. Etiquetado con fotografía del producto y del productor, ponerle cara para sensibilizar a la sociedad y que así defienda su forma de producir

Manzana: "Yakio. Me he caído de un árbol en Markina y no quiero morir sin ser probada".  
Gallina: "Quiero ser libre y dejar huecos por tu campo".  
Campesino: "Quiero que mis nietos vean Euzkadi con prados verdes".

+

+ Preciosa  
+ Continuidad deseable del campañado entre nuevas generaciones

-





## LA MIGA

Por último, a la hora de analizar lo que ocurrió en el encuentro es necesario hablar sobre las claves, la detección de los temas en torno a los que han de producirse las propuestas. Los espacios donde la red puede intensificar su actividad para cristalizarse o por lo menos los caminos más necesarios por los que transitar. Para ello describiremos los apuntes y las apuestas que se apuntaron en cada una de las seis temáticas clave que surgieron en el encuentro durante las dinámicas de más interacción, el debate y las propuestas. Estas tres temáticas se tocan y desdibujan en muchos puntos, construyendo contextos no delimitados con forma clara sino entornos borrosos en los que actuar. En las tres temáticas están incluidas muchas más.

**1. Nuevas formas de comercialización y comunicación con el consumidor.** *Sistemas de visibilización, distribución y venta de productos ecológicos locales. Mercados tradicionales, ferias, grupos de consumo, Txoko-denda, sistema ambulante de difusión y venta de productos, Oiz Egin (venta online...) y otros.*

Uno de los temas que más preocupan dentro del contexto local y la producción agroecológica, es la repensar los conceptos de comercialización para dar oportunidades a productos de este tipo. Se apuntaron muchas cuestiones con respecto a este tema, opciones que repensar, cuestiones que plantear, crisis u oportunidades.

+**Agilizar el canal** entre productores y grandes comercios. Los grandes distribuidores "reclaman" interlocutores o representantes de productores para negociar con productores "como colectivo". No conocen productores locales y tienen que "negociar de uno en uno".

+Buscar otra manera de **asegurar la comercialización** de la producción, a través de espacios de comercialización alternativos. Por ejemplo, trabajando directamente con empresas de restauración que gestionan comedores para empresas o comedores escolares. Para poder asegurar la comercialización, se ha de promover paralelamente, una mayor producción que responda a la demanda futura.

+Ligar la comercialización a objetivos no solamente económicos, buscar **valores sociales añadidos** como por ejemplo, la cultura gastronómica o la pedagogía de consumo ecológico, que pueden traer beneficios a medio y largo plazo. Construir foros de comercialización que además de vender producto, puedan servir para formar e informar.

+Incentivar una transformación de los puntos de venta, vinculándolos con **procesos más innovadores** como grupos de consumo y diversificar la producción: planta medicinal, pan, cerveza, huevos, setas, etc.

+Relacionar el producto ecológico con experiencias emocionales relacionadas con los medios de producción, los oficios o la configuración de comunidades. Utilizar este tipo de experiencias para iniciar sistemas de transmisión del conocimiento, para preservar tradiciones en peligro de extinción.

+Desarrollar nuevos sistemas de venta on-line, que permitan tener en casa producto ecológico, a través de establecer alianzas de colaboración entre los productores. El mercado ecológico ha de ser un ámbito de colaboración y no de competición.

**2. Construcción de alianzas, apoyos y redes para rentabilizar los esfuerzos.** *Dinámicas de colaboración entre distintos agentes de la comunidad, productorxs, distribuidorxs, consumidorxs; o 'prosumidorxs'.*

+**Organizarse entre productores** para lograr una adecuada comercialización de producto. Diseñar aso-

ciaciones de productores ecológicos que permitan grandes infraestructuras compartidas, de la misma calidad que las de grandes empresas, para los más pequeños. Unirse en red, para favorecer la calidad de los productos, el valor de lo local, su difusión y distribución.

+Trabajar en la construcción de un sello o **marca de confianza unificada y compleja**. Que pueda ser construido desde la opinión de los propios consumidores. Sería importante diseñarlo para hibridar el sello ecológico, con etiquetas de proximidad que hablen de la vida de producción y distribución y con indicadores de valor social de las empresas productoras. En ese sentido, implicar al consumidor en los proyectos como un agente activo y no pasivo.

+Se ha de incidir en el ámbito político de la **ordenación urbana**, para que se primen modelos de agricultura y ganadería ecológicas, que no han de verse como actividades marginales. Exigir de igual manera, **apoyos normativos y políticos** para facilitar producción, venta, distribución y transformación de producto ecológico local. Diseñar de manera conjunta, normativas adaptadas al sentido común de los pequeños productores, que no se pierda la venta directa, ni la calidad artesanal en pos de aumentar los intermediarios.

+Trabajar en una **red mucho más grande** entre productores y consumidores, que permita satisfacer demandas, o encontrar nuevas alianzas. Por ejemplo, conectar a los productores con hostelería. Establecer relación entre **cultura ecológica y desarrollo sostenible**, de esta manera establecer alianzas para que el desarrollo de lo local tenga en cuenta también otros ámbitos como los bosques y su capacidad de producir biomasa.

+Optimizar las reuniones, foros y encuentros para que sean más útiles y optimicen los tiempos. Diseñar programas de transmisión de conocimiento que permita rejuvenecer la profesión para evitar que se extinga.

**3. Definición de espacios con usos híbridos o combinados.** *Usos vinculados a espacios de producción/venta/consumo ecológico y tipos de producción más otros usos vinculados al turismo, gastronomía, etc.*

+**Evolucionar** los espacios tradicionales a través de la hibridación de usos que permiten rentabilizarlos mucho más, a partir de la unión con otros tipos de actividades que generan valor añadido.

+Diseño de un centro de agricultura ecológica que sirva de **infraestructura** y referencia en las comarcas. Que pueda servir simultáneamente de centro de transformación y producción, como de centro de comercialización, recogida y reparto. Pero también de centro gastronómico, turístico e información a la vez que como centro de investigación y desarrollo, custodia de semillas y de prácticas tradicionales.

+**Hibridar las prácticas** ecológicas con diseño, cultura, gastronomía e innovación.

+Desarrollar espacios de **relación entre ámbitos rurales y urbanos**, o que puedan conectarse ambas esferas. Espacios rurales donde el contexto rural entra en contacto, y espacios urbanos donde se llevan pequeños trocitos de calidad rural.

+Diseño de **espacios de experiencias**, donde se ponga en valor las prácticas en sí mismas. Poder ofrecer, conocer el campo y el contexto rural desde el punto de vista de los pequeños productores ecológicos, tanto agricultores como ganaderos.



# participación



**ic** inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
On egin



# Berriz participación



ic inteligencias colectivas  
**OIZ EGIN**  
 On egin



Para implementar el Modelo de Inteligencias Colectivas se requiere un espacio físico, un espacio virtual y un espacio híbrido. Este espacio híbrido es el que nos ofrece el territorio. Colaborar para una transformación social basada en la equidad.



**Nombre:** Gorka Rodríguez ZARAMARI  
**Lanbidea:** Pedagogía Urbana.  
 Colectivo de reflexión sobre la ciudad de Bilbao.  
**Termino:** #sostenibilidad

**Futurible:** Poner en valor los aprendizajes múltiples que nos ofrece el territorio. Colaborar para una transformación social basada en la equidad.

**Alianzas Directas:** #2 (Irati Cifuentes)  
**Alianzas Indirectas:** #27 (Iker)  
**Alianzas Inéditas:** FMI

**Nº de Propuesta:** #1  
 Espacios con usos híbridos.



Catalog



#1



Componentes: #1, #4, #10, #15

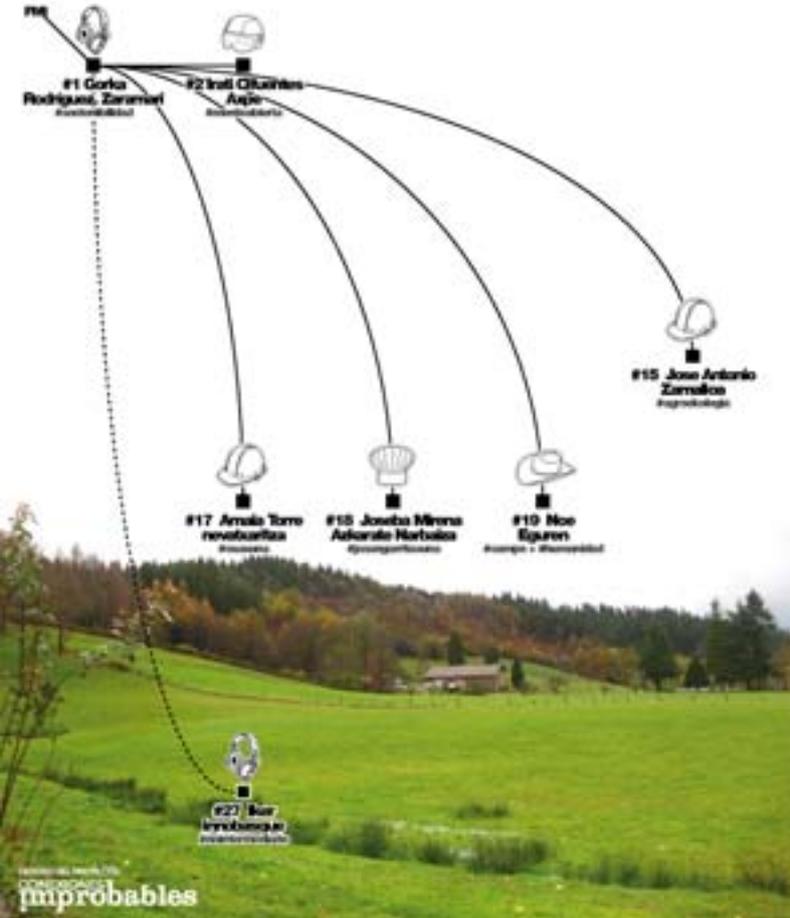
propuestas

#1 ESPACIOS CON USOS HÍBRIDOS

LANDA ESKOLA IBILTARIA

Escuela distribuida en red. No un espacio físico, sino una sinergia de diferentes espacios. Basado en aprendizajes múltiples y en aprender haciendo. En valores sociales y solidarios. FORMARSE + TRABAJO Retorno social: participación de las personas que se forman en actividades culturales

- + Aumenta la conciencia local y trabaja nuevos modelos de consumo.
- + Transmisión de conocimiento. Activar infraestructuras existentes.
- + Buena idea.
- + Interés en tocar ámbitos de aprendizaje.
- + Trabajo en red, descentralización. Escuela dinámica.
- Llega a un número reducido de personas.
- Financiación.
- Falta de tiempo para atender ese programa.



Catalogo



#menteabierta  
#2 Irati Cifuentes Axpe



inteligencias colectivas  
**OIZ EGIN**  
alianzas

#2



**Nombre:** Irati Cifuentes Axpe  
**Lanbidea:** Particular. Emprendedora.  
**Termino:** #menteabierta

**Futurible:** Euskadi como referente en creación de Empresas Sociales.

**Alianzas Directas:** #10, #18, #28  
**Alianzas Indirectas:** #6 + #14, #15, #16, #17, #24, #25 (cualquier productor)  
**Alianzas Inéditas:** Alcaldes y políticos

**Nº de Propuesta:** #4  
Transmisión del conocimiento.



@emprendedor

inteligencias colectivas

**OIZ EGIN**  
On egin



Componentes:  
#2, #12, #18, #27

propuestas

## #4 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO

### RAICES Y CUERNOS RURALES

Dinámicas de intercambio entre centros educativos de distintos niveles.

Participación a través de grupos interdisciplinares de profesionales o expertos del mundo rural.

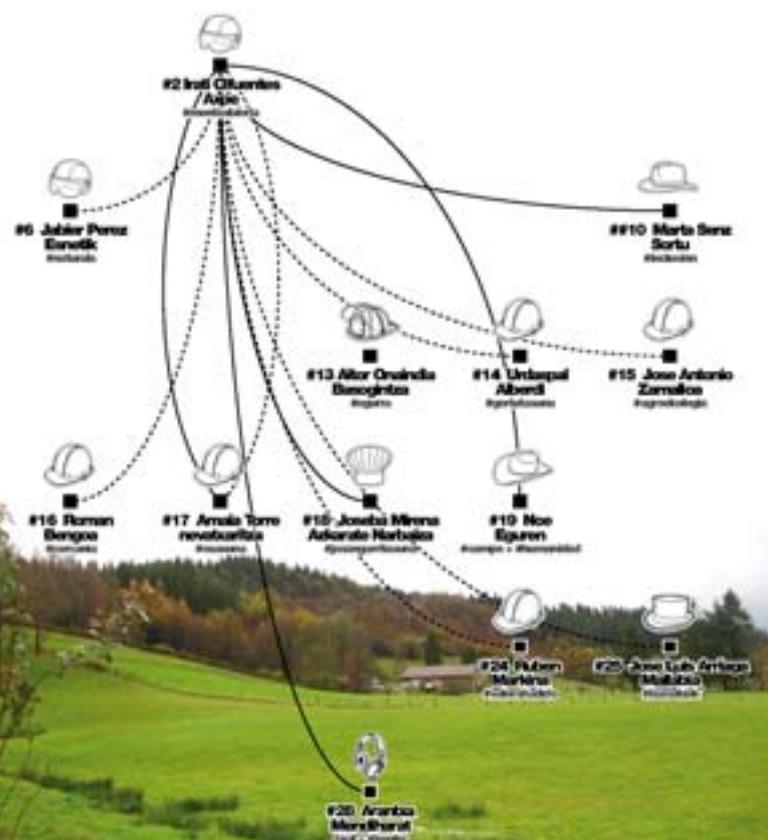
Facilitar la participación de oficios sostenibles que se encuentren en peligro de extinción.



- + Transparencia.
- + Activa las sabidurías existentes.
- + Facilita canales de transmisión del conocimiento.
- + Todos los aspectos son positivos.



- No se plantea la financiación.
- ...





#nuevosmodelosdenegocio  
**#3 Rosa Fernández**  
 Colaboradora



**Nombre:** Rosa Fernández  
**Lanbidea:** Colaboradora y coordinadora de Goteo Euskadi.  
**Termino:** #nuevosmodelos de negocio

**Futurible:** Proponer y participar en la germinación de iniciativas empresariales locales, colectivas, autogestionadas que no se basen exclusivamente en el lucro económico. Hacer red distribuida fuerte con estas iniciativas frente a la red centralizada del mercado.

**Alianzas Directas:** #6 (koop Consum)  
**Alianzas Indirectas:** #4 #5 (ADR'S)  
**Alianzas Inéditas:** Políticos

**Nº de Propuesta:** #6  
 Nuevos modelos.



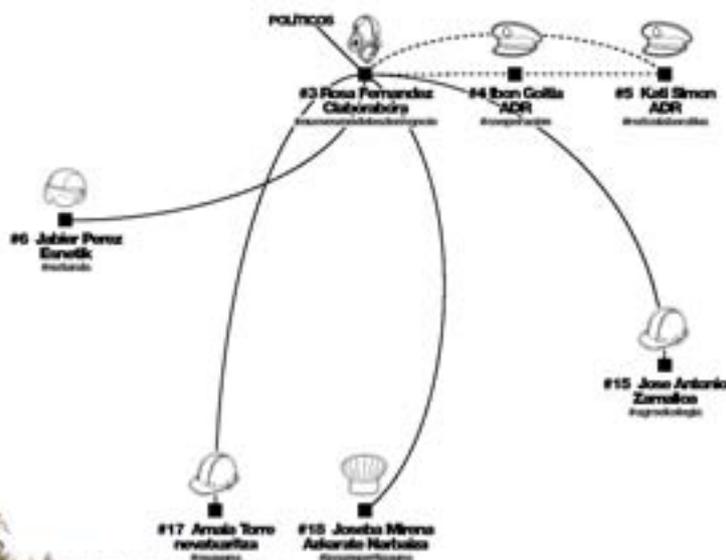
© inteligencias colectivas

**OIZ EGIN**  
 On egin



© inteligencias colectivas  
**OIZ EGIN**  
 alianzas

#3



Componentes:  
 #3, #6, #13, #19

propuestas

## #6 NUEVOS MODELOS

### GENERAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

Reflexión sobre como llegar al consumidor. Teniendo como base la confianza a través de la transparencia de los procesos.  
 Establecer asociaciones mixtas de productores y consumidores para favorecerlo.  
 La aportación de esta forma generará negocios que reviertan a proyectos sociales.  
 Búsqueda de consumidores no elitistas.



+Idea interesante de largo recorrido.  
 +Valores positivos como gestión colectiva, transparencia y confianza.



- No conecta.  
 ...



**improbables**  
ADR URKOLA + LEA ARTIBAI

El proyecto de ADR Urkola + Lea Artibai surge de la necesidad de crear un espacio de colaboración entre productores y consumidores, que permita mejorar la calidad de los productos y el bienestar de la comunidad. Este proyecto se enmarca dentro del programa de alianzas de OIZ EGIN, que busca fomentar la cooperación y el trabajo en red entre diferentes actores del territorio.

Catalog



**Nombre:** Ibon Goitia  
**Lanbidea:** ADR Lea Artibai  
**Termino:** #cooperación

**Futurible:** Creación de red colaborativa. Alianzas, sinergias... Acercar lo urbano a lo rural.

**Alianzas Directas:** #14, #15, #16, #17, #24, #25 (Productores); #18 (cocineros) y #25 (ayuntamientos).

**Alianzas Indirectas:** #9, #19 (Propietarios)

**Alianzas Inéditas:** Modelos de Agroaldeas

**Nº de Propuesta:** #1  
Espacios con usos híbridos.



#4



Componentes:  
#1, #4, #10, #15

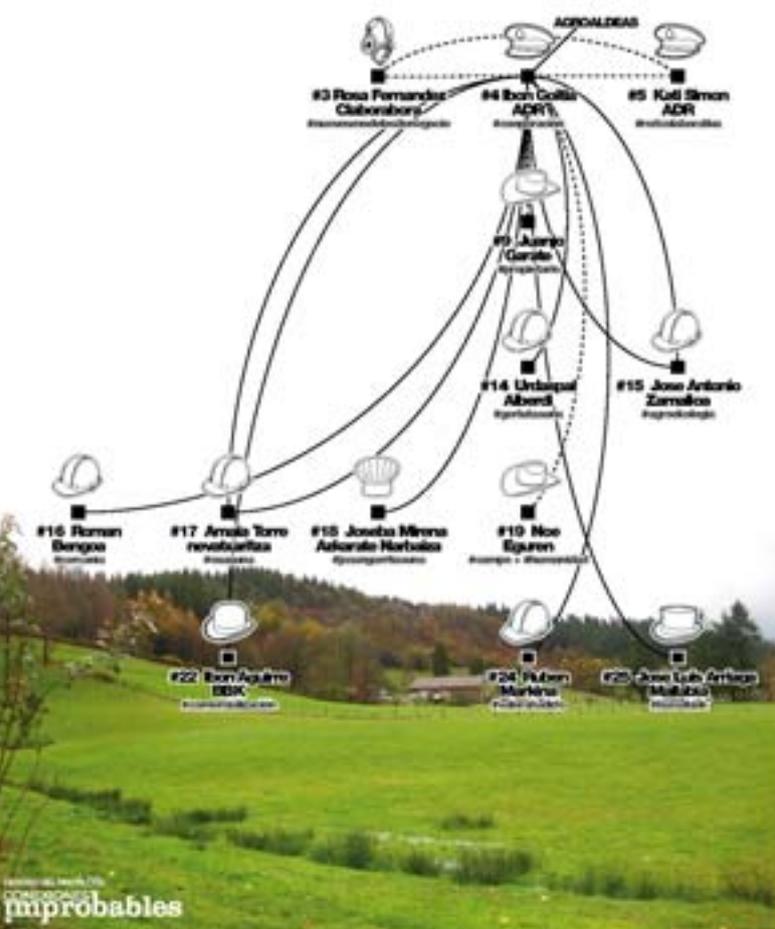
propuestas

# #1 ESPACIOS CON USOS HÍBRIDOS

## LANDA ESKOLA IBILTARIA

Escuela distribuida en red. No un espacio físico, sino una sinergia de diferentes espacios. Basado en aprendizajes múltiples y en aprender haciendo. En valores sociales y solidarios. FORMARSE + TRABAJO. Retorno social: participación de las personas que se forman en actividades culturales

- + Aumenta la conciencia local y trabaja nuevos modelos de consumo.
- + Transmisión de conocimiento. Activar infraestructuras existentes.
- + Buena idea.
- + Interés en tocar ámbitos de aprendizaje.
- + Trabajo en red, descentralización. Escuela dinámica.
- Llega a un número reducido de personas.
- Financiación.
- Falta de tiempo para atender ese programa.



#Berriz



**Nombre:** Kati Simon  
**Lanbidea:** ADR Urkiola  
**Termino:** #redcolaborativa

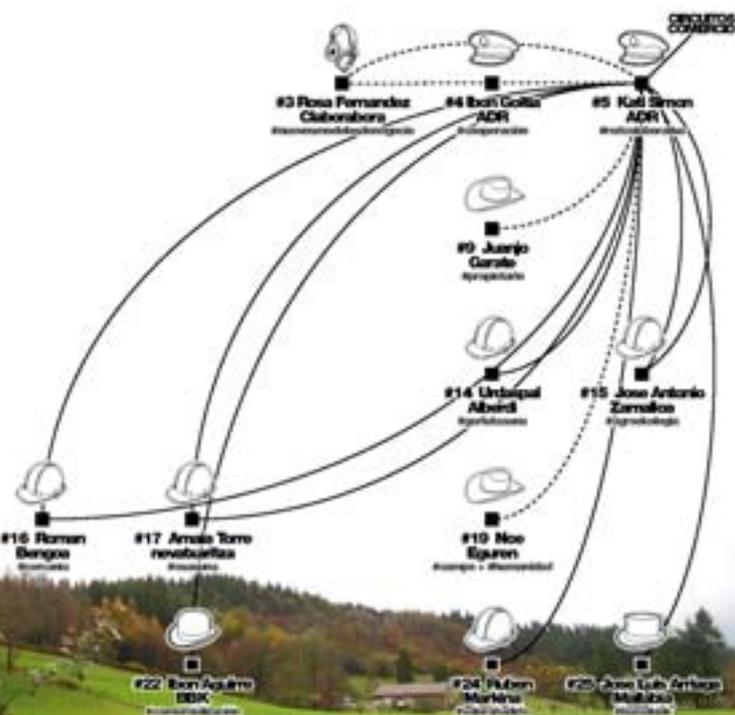
**Futurible:** Trabajar en red colaborativa creando alianzas y servicios al sector y a la comunidad.

**Alianzas Directas:** #14, #15, #16, #17, #24, #25 (Productores); #18 (cocineros)  
**Alianzas Indirectas:** #9, #19 (Propietarios)  
**Alianzas Inéditas:** Nuevos circuitos de comercialización

**Nº de Propuesta:** #3  
 Construcción de alianzas.



#5



Componentes:  
#5, #14, #22

propuestas

## #3 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

### LOBBY BASERRITARRA

Unir fuerzas y asociarnos para alcanzar objetivos comunes concretos.

1. Cambios normativos. Por ejemplo transformación del producto y sanidad.
2. Gestión colaborativa e infraestructuras. Por ejemplo para la transformación del producto.
3. Buscar vías comunes para nuevas formas de comercialización. Que no se haga uno a uno, sino muchos a muchos.



- +Supone un cambio para adaptarse a la realidad.
- +Generación de espacios de colaboración entre productores.
- +Todos los aspectos son positivos.



- Faltan los consumidores en el lobby.
- El valor añadido de los grupos se transformará cuando entren los consumidores.



**Nombre:** Javier Pérez  
**Lanbidea:** Cooperativa de productores y consumidores ESNETIK.  
**Termino:** #naturala

**Futurible:** Seguir participando como voluntario en proyectos agroecológicos y sociales.

**Alianzas Directas:** #Consumo directo  
**Alianzas Indirectas:** #14, #15, #16, #17, #24, #25 (Productores)  
**Alianzas Inéditas:** Soberanía alimentaria

**Nº de Propuesta:** #6  
Nuevos modelos.



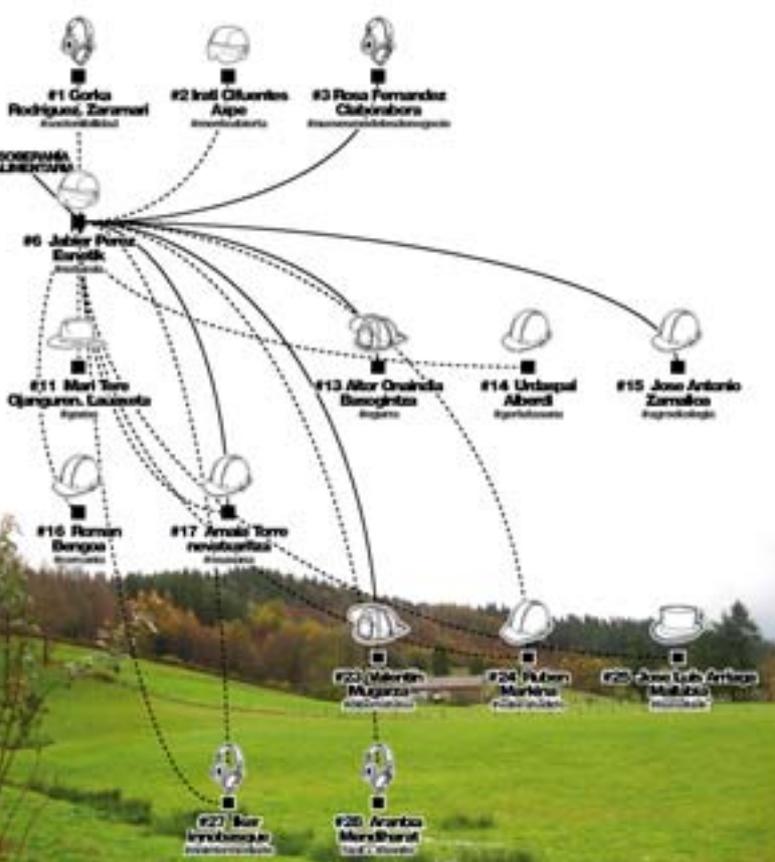
@emprendedor

ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN On egin



#6



Componentes: #3, #6, #13, #19

propuestas

# #6 NUEVOS MODELOS

## GENERAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

Reflexión sobre como llegar al consumidor. Teniendo como base la confianza a través de la transparencia de los procesos.  
Establecer asociaciones mixtas de productores y consumidores para favorecerlo.  
La aportación de esta forma generará negocios que reviertan a proyectos sociales.  
Búsqueda de consumidores no elitistas.

- +** +Idea interesante de largo recorrido.
- - No conecta.
- +** +Valores positivos como gestión colectiva, transparencia y confianza.

#Berriz



**Nombre:** Irantz Guñarro Plaza  
**Lanbidea:** Artista. Blogger. Art and Design.  
**Termino:** #cercaña

**Futurible:** Valor, social y económico, del producto de aquí. Accesible y cercano. En los comercios cerca de casa.

**Alianzas Directas:** #24, #26  
**Alianzas Indirectas:** #18, #7  
**Alianzas Inéditas:** Periodistas y diseñadores de Producto.

**Nº de Propuesta:** #2  
 Formas de comercialización y comunicación con el consumidor.



Human Network

Prototyping

#cercaña  
**#7 Irantz Guñarro Plaza**  
 OPEN LAB!



#7



Componentes:  
 #7, #16, #21,  
 #23, #26

propuestas

## #2 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR.

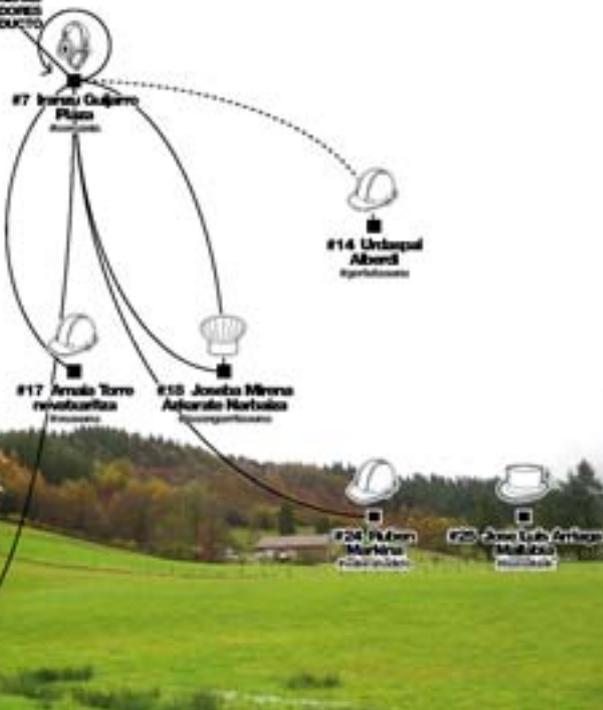
### BAYEKO

Nuevo método para pensar en sellos de calidad que aúne:

La procedencia es Euskadi.  
 El método de producción es Ecológico.  
 Introduce al consumidor en su confección para generar transparencia y confianza.  
 Será un sello que hable también de valores sociales de la empresa.

- + Contar con los consumidores para generar confianza generará otras formas de difusión.
- + Generar un sello único.
- + La construcción común del sello lo vincula a valores sociales.
- + Ayudará a vincular lo eko con lo local y las distancias.
- ¿Se necesita otro sello más?
- Falta interés por los sellos.

PERIODISTAS  
DISEÑADORES  
DE PRODUCTO



CONSEJOS  
improbables

ADR URKOLA + LEA ARTIBAI  
2012-2013

Inteligencias Colectivas participa en el tercer concurso de ideas para el desarrollo de la zona rural de la zona de Bertiz, dentro de un proyecto de I+D+i.

Participa de este concurso de ideas con el propósito de contribuir al desarrollo sostenible de la zona rural de Bertiz, mejorando su competitividad y capacidad de innovación, así como de mejorar su calidad de vida y bienestar social. Para ello se plantean una serie de retos y se invita a los participantes a proponer ideas que permitan mejorar la competitividad y el bienestar social de la zona rural de Bertiz.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.

El concurso se desarrolla en tres fases: presentación de ideas, selección de ideas y desarrollo de las ideas seleccionadas.

El premio consiste en un viaje a un país extranjero para el equipo ganador, así como en un premio económico para el desarrollo de su idea.



**Nombre:** Juanjo Gárate.  
**Lanbidea:** Propietario de tierra / cuidado de bosques.  
**Termino:** #...

**Futurible:** ...

**Alianzas Directas:** #...  
**Alianzas Indirectas:** #...  
**Alianzas Inéditas:** ...

**Nº de Propuesta:** #...

Catalog



#propietario  
#9 Juanjo Gárate



@propietario

#9



propuestas

#X

+

-



#Berriz

Catalog



**Nombre:** Marta Senz Eriz  
**Lanbidea:** Asoc. Sartu (sin ánimo de lucro)  
**Termino:** #inclusión

**Futurible:** Una sociedad más inclusiva. Que las personas que se sientan en situación de desventaja social, se incorporen a las dinámicas y tengan oportunidad de acceder al mundo agroecológico, desde sus dimensiones productiva, consumo, etc.

**Alianzas Directas:** #14, #15, #16, #17, #24, #25 Productores y #11 y #12 Escuelas  
**Alianzas Indirectas:** #25. Política  
**Alianzas Inéditas:** Valores Sociales  
**Nº de Propuesta:** #1  
 Espacios con usos híbridos.



#10



Componentes: #1, #4, #10, #15

propuestas

# #1 ESPACIOS CON USOS HÍBRIDOS

## LANDA ESKOLA IBILTARIA

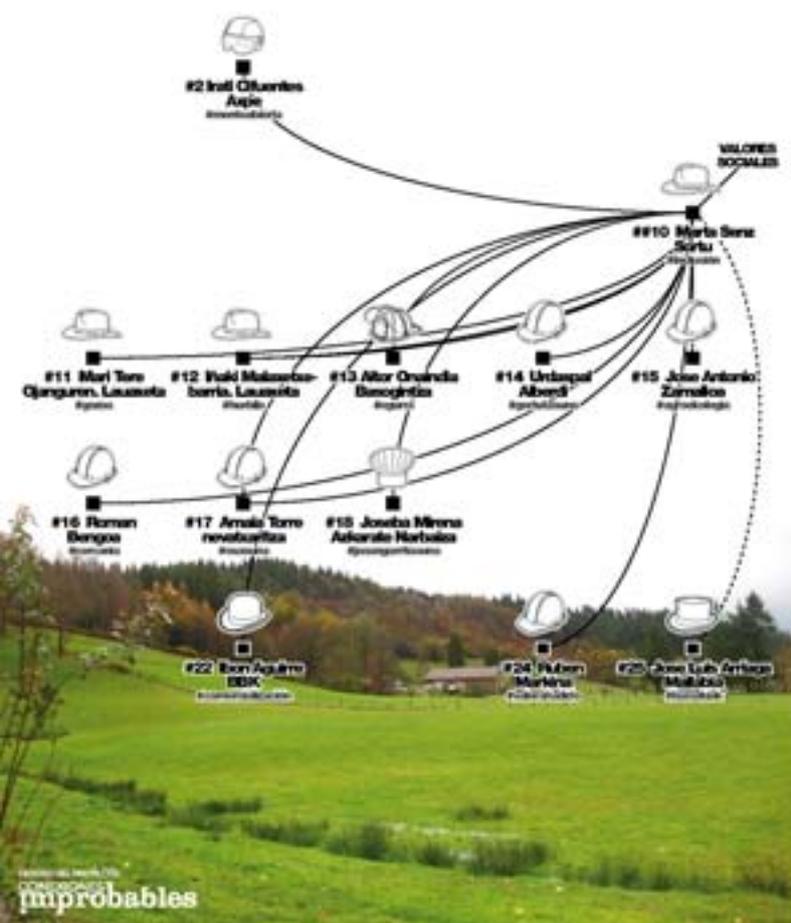
Escuela distribuida en red. No un espacio físico, sino una sinergia de diferentes espacios. Basado en aprendizajes múltiples y en aprender haciendo. En valores sociales y solidarios. FORMARSE + TRABAJO. Retorno social: participación de las personas que se forman en actividades culturales



- + Aumenta la conciencia local y trabaja nuevos modelos de consumo.
- + Transmisión de conocimiento. Activar infraestructuras existentes.
- + Buena idea.
- + Interés en tocar ámbitos de aprendizaje.
- + Trabajo en red, descentralización. Escuela dinámica.



- Llega a un número reducido de personas.
- Financiación.
- Falta de tiempo para atender ese programa.



#Berriz



**Nombre:** Mari Tere Ojanguren  
**Lanbidea:** Directora de la Ikastola Lauaxeta. Amorebieta-Etxano.  
**Termino:** #gozoa eta #hurbila

**Futurible:** Acercar los productos y sus quehaceres a los niños y jóvenes futuros consumidores. Ayudar a los jóvenes en el futuro, a que puedan plantearse ser "relevo" del mundo rural actual.

**Alianzas Directas:** #27 (Iker) #24 (Ruben)  
**Alianzas Indirectas:** #6 (Javier)  
**Alianzas Inéditas:** Consejería del Gobierno Vasco

**Nº de Propuesta:** #?



@profesor

ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN  
On egin

#gozoa + #hurbila  
#11 Mari Tere Ojanguren Lauaxeta



ic inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas

#11



Componentes:  
#5, #14, #22

propuestas

### #3 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

#### LOBBY BASERRITARRA

Unir fuerzas y asociarnos para alcanzar objetivos comunes concretos.

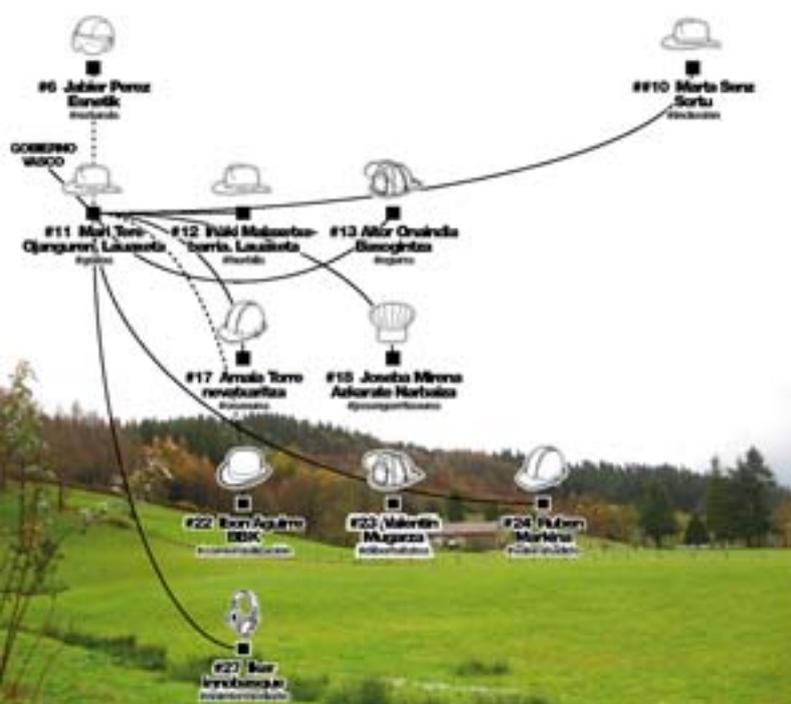
1. Cambios normativos. Por ejemplo transformación del producto y sanidad.
2. Gestión colaborativa e infraestructuras. Por ejemplo para la transformación del producto.
3. Buscar vías comunes para nuevas formas de comercialización. Que no se haga uno a uno, sino muchos a muchos.



+Supone un cambio para adaptarse a la realidad.  
+Generación de espacios de colaboración entre productores.  
+Todos los aspectos son positivos.



- Faltan los consumidores en el lobby.  
-El valor añadido de los grupos se transformará cuando entren los consumidores.





Catalog



Human

#hurbila

#12 Iñaki Malaxetxebarria Lauaxeta



**Nombre:** Iñaki Malaxetxebarria  
**Lanbidea:** Profesor de la Ikastola Lauaxeta  
**Termino:** #hurbila

**Futurible:** Que nuestra escuela pase a ser productora de productos ecológicos.

**Alianzas Directas:** #10 #11( Formación)  
**Alianzas Indirectas:** #9 y #19  
**Alianzas Inéditas:** ?

**Nº de Propuesta:** #4  
 Transmisión del conocimiento



@profesor

**ic** inteligencias colectivas

**OIZ EGIN**  
On egin



#12



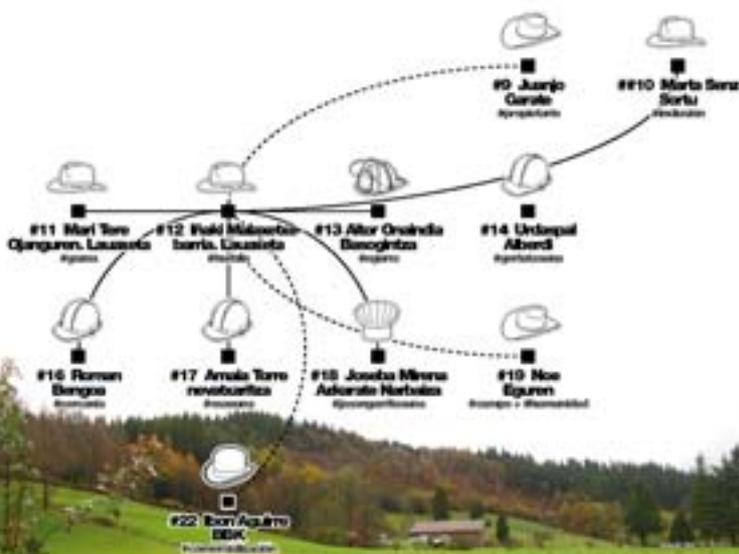
Componentes:  
#2, #12, #18, #27

propuestas

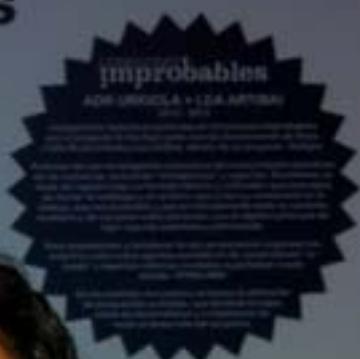
## #4 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO

### RAICES Y CUERNOS RURALES

Dinámicas de intercambio entre centros educativos de distintos niveles.  
 Participación a través de grupos interdisciplinares de profesionales o expertos del mundo rural.  
 Facilitar la participación de oficios sostenibles que se encuentren en peligro de extinción.



- |  |  |
|--|--|
| <p><b>+</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+Transparencia.</li> <li>+ Activa las sabidurías existentes.</li> <li>+Facilita canales de transmisión del conocimiento.</li> <li>+Todos los aspectos son positivos.</li> </ul> | <p><b>-</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No se plantea la financiación.</li> <li>-...</li> </ul> |
|--|--|



**Nombre:** Aitor Onaindia  
**Lanbidea:** Basogintza / forestalista.  
 Baso tekninaria.  
**Termino:** #egurra

**Futurible:** Seguir gestionando los bosques y quien quisiera/pudiera seguir viviendo de ello.

**Alianzas Directas:** #6 (Consumidores), #10, #11 y #12 (Enseñanza, educación...)  
**Alianzas Indirectas:** #27 (Innobasque)  
**Alianzas Inéditas:** Economistas

**Nº de Propuesta:** #6  
 Nuevos modelos



#13



Componentes:  
 #3, #6, #13, #19

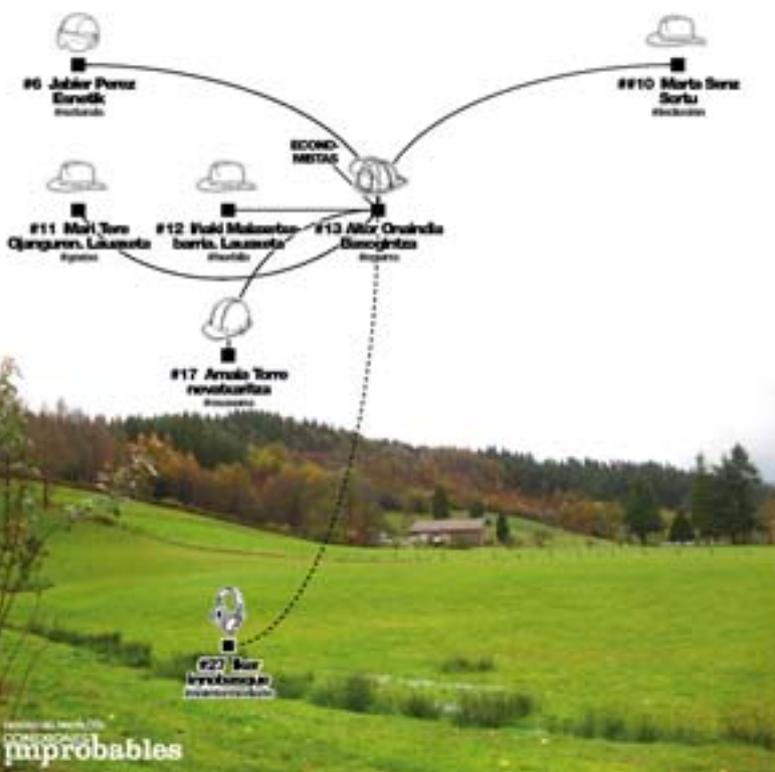
propuestas

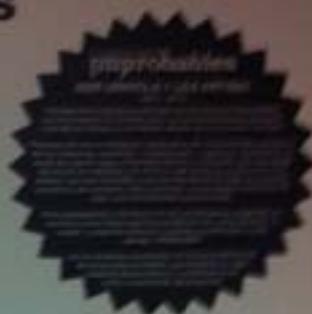
## #6 NUEVOS MODELOS

### GENERAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

Reflexión sobre como llegar al consumidor. Teniendo como base la confianza a través de la transparencia de los procesos.  
 Establecer asociaciones mixtas de productores y consumidores para favorecerlo.  
 La aportación de esta forma generará negocios que reviertan a proyectos sociales.  
 Búsqueda de consumidores no elitistas.

- +** +Idea interesante de largo recorrido.
- +** +Valores positivos como gestión colectiva, transparencia y confianza.
- - No conecta.
- -...





#gertutasuna

#14 Urdaspal Alberdi  
productor ecológico



**Nombre:** Urdaspal Alberdi  
**Lanbidea:** Nekasaria. Productor ecológico de fruta y verdura. Blogger.  
**Termino:** #gertutasuna

**Futurible:** Trabajando menos y con un sueldo más digno.

**Alianzas Directas:** #9 (Propietario)  
**Alianzas Indirectas:** #7 (Blogger)  
**Alianzas Inéditas:** Diputación

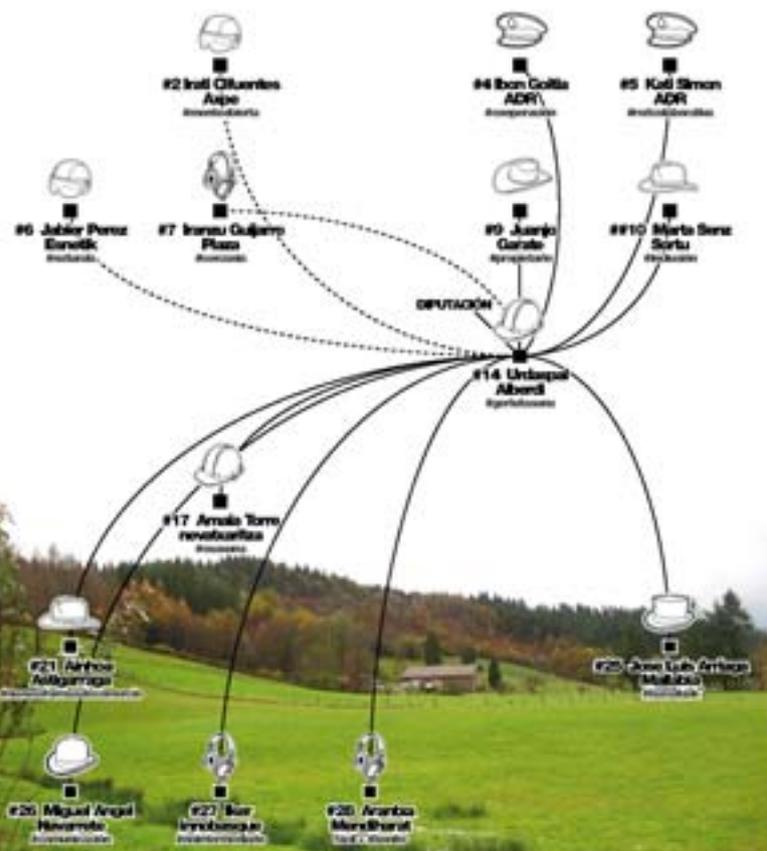
**Nº de Propuesta:** #3  
Construcción de alianzas



@productor



#14



Componentes:  
#5, #14, #22

propuestas

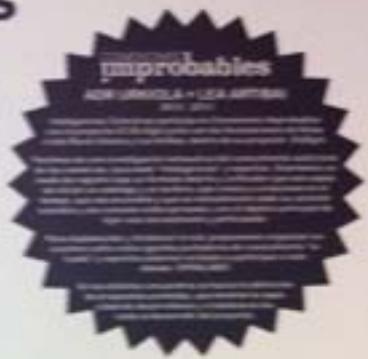
## #3 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

### LOBBY BASERRITARRA

Unir fuerzas y asociarnos para alcanzar objetivos comunes concretos.

1. Cambios normativos. Por ejemplo transformación del producto y sanidad.
2. Gestión colaborativa e infraestructuras. Por ejemplo para la transformación del producto.
3. Buscar vías comunes para nuevas formas de comercialización. Que no se haga uno a uno, sino muchos a muchos.

- + Supone un cambio para adaptarse a la realidad.
- + Generación de espacios de colaboración entre productores.
- + Todos los aspectos son positivos.
- Faltan los consumidores en el lobby.
- El valor añadido de los grupos se transformará cuando entren los consumidores.



#agroekologia  
**#15 Jose Antonio Zamalloa**



**Nombre:** Jose Antonio Zamalloa  
**Lanbidea:** Baserritarra.  
 Productor de manzana, sidra natural.  
 Dueño de sidrería.  
**Termino:** #agroekologia

**Futurible:** Transmisión de conocimientos campesinos. Acercamiento de lo rural a lo urbano. Instalación de jóvenes en el campo.

**Alianzas Directas:** Todos los grupos sociales interesantes

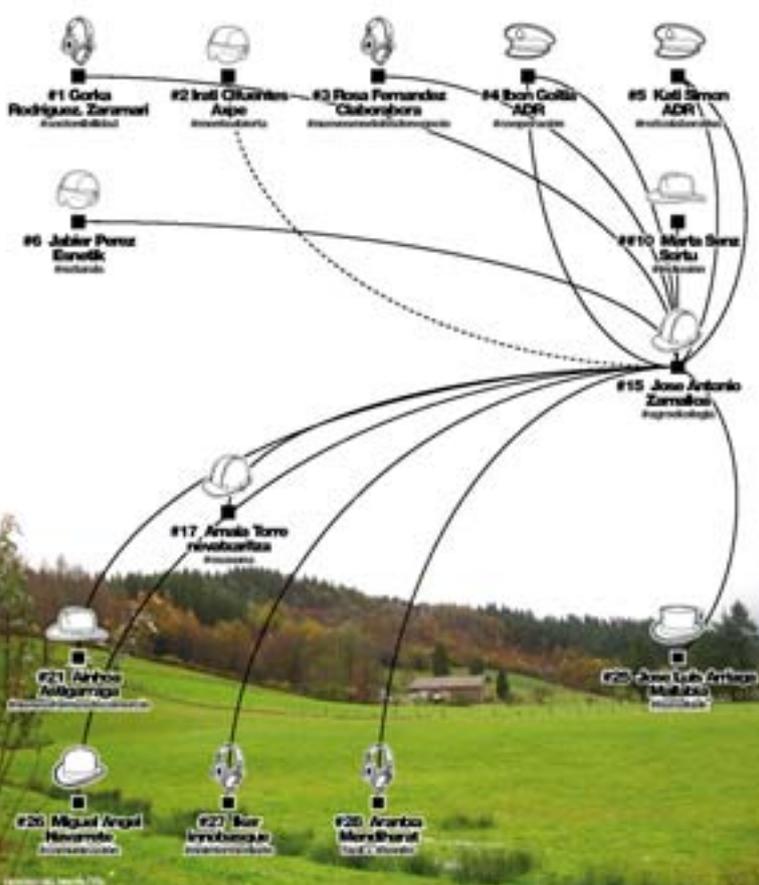
**Alianzas Indirectas:** No tengo preferencias

**Alianzas Inéditas:**

**Nº de Propuesta:** #1  
 Espacios con usos híbridos



#15



Componentes:  
 #1, #4, #10, #15

propuestas

# #1 ESPACIOS CON USOS HÍBRIDOS

## LANDA ESKOLA IBILTARIA

Escuela distribuida en red.  
 No un espacio físico, sino una sinergia de diferentes espacios.  
 Basado en aprendizajes múltiples y en aprender haciendo. En valores sociales y solidarios.  
**FORMARSE + TRABAJO**  
 Retorno social: participación de las personas que se forman en actividades culturales

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>+</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Aumenta la conciencia local y trabaja nuevos modelos de consumo.</li> <li>+ Transmisión de conocimiento. Activar infraestructuras existentes.</li> <li>+ Buena idea.</li> <li>+ Interés en tocar ámbitos de aprendizaje.</li> <li>+ Trabajo en red, descentralización. Escuela dinámica.</li> </ul> | <p><b>-</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Llega a un número reducido de personas.</li> <li>- Financiación.</li> <li>- Falta de tiempo para atender ese programa.</li> </ul> |
|--|--|

Para experimentar y descubrir el mundo de la agricultura ecológica, el productor y el consumidor se acercan y se relacionan. Este es el objetivo del proyecto.

Catalog



Human Network



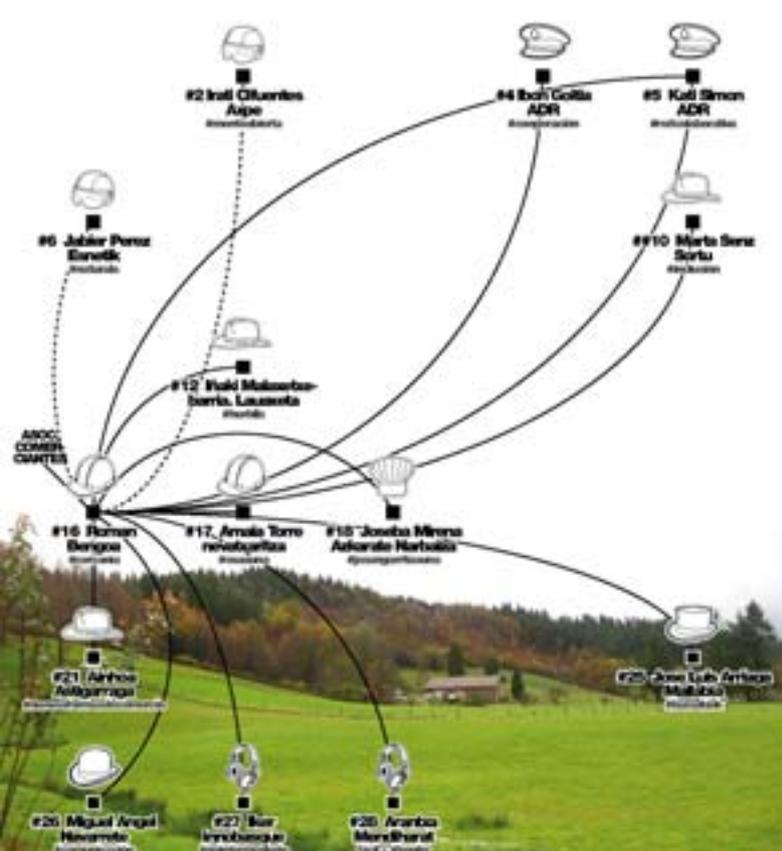
**Nombre:** Román Bengoa  
**Lanbidea:** Productor ecológico y presidente de Eneek.  
**Termino:** #cercanía

**Futurible:** Posibilitar que haya más agricultores ecológicos cerca para trabajar en red. Acercar el producto al consumidor.

**Alianzas Directas:** #21, #18, #5 y #12  
**Alianzas Indirectas:**  
**Alianzas Inéditas:** Asociaciones de comerciantes  
**Nº de Propuesta:** #2  
 Formas de comercialización y comunicación con el consumidor



OPEN LAB  
 © inteligencias colectivas  
**OIZ EGIN**  
 alianzas  
 #16



Componentes:  
 #7, #16, #21,  
 #23, #26

propuestas

#2 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR.

**BAYEKO**  
 Nuevo método para pensar en sellos de calidad que aúne:

La procedencia es Euskadi.  
 El método de producción es Ecológico.  
 Introduce al consumidor en su confección para generar transparencia y confianza.  
 Será un sello que hable también de valores sociales de la empresa.

- + Contar con los consumidores para generar confianza generará otras formas de difusión.
- + Generar un sello único.
- + La construcción común del sello lo vincula a valores sociales.
- + Ayudará a vincular lo eko con lo local y las distancias.
- ¿Se necesita otro sello más?
- Falta interés por los sellos.

#Berriz



**Nombre:** Amaia Torre  
**Lanbidea:** Productora ecológica.  
Nekazaritza ekologikoa  
**Termino:** #osasuna

**Futurible:** Me gustaría que el producto de la tierra tenga salida. Una buena comercialización.

**Alianzas Directas:** #2 (Irati Cifuentes)  
**Alianzas Indirectas:** #20 (Iker)  
**Alianzas Inéditas:** FMI

**Nº de Propuesta:** #?

#osasuna

#17 Amaia Torre  
Nekazaritza  
ekologikoa



@productor

ic inteligencias  
colectivas

OIZ EGIN  
On egin

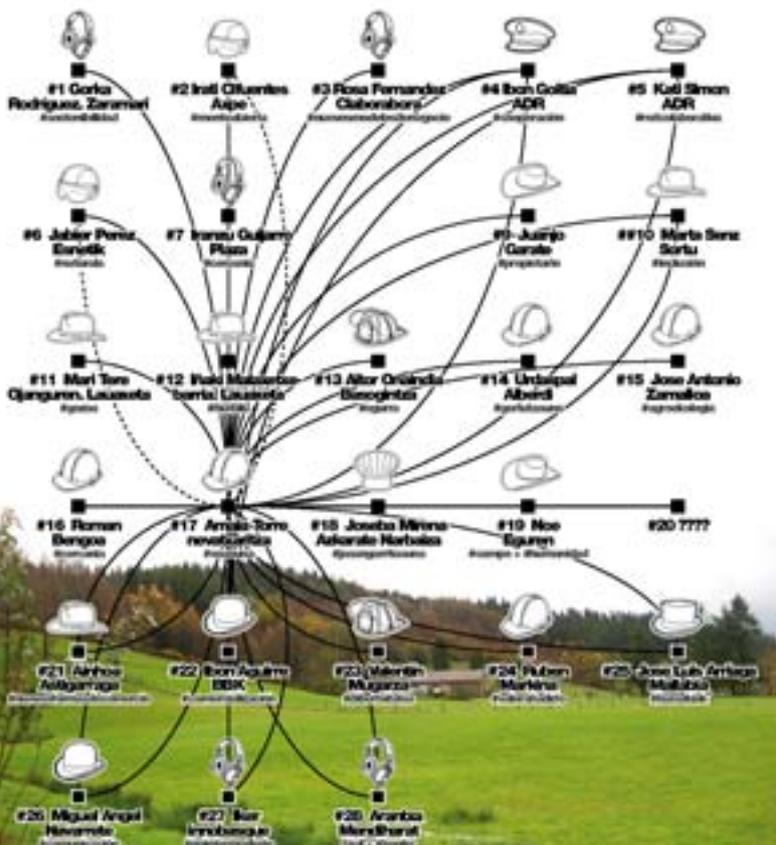
ic inteligencias  
colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas

#17



propuestas

#X



improbables

Catalog



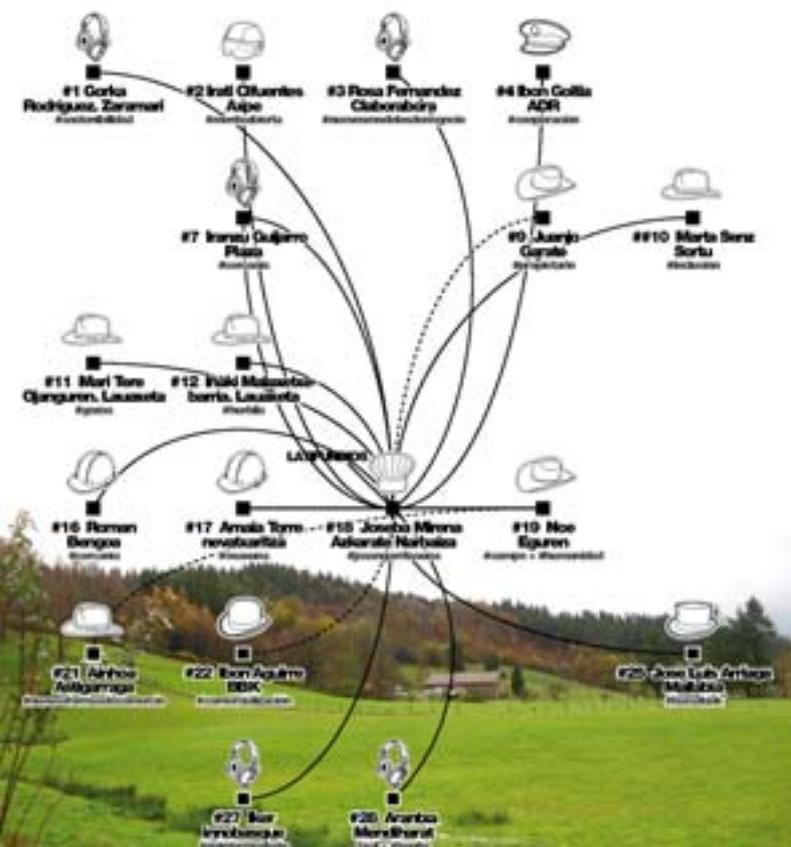
#18 Joseba Mirena  
Azkarate Narbaiza  
#jasangarritasuna



Hum

inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas

#18



**Nombre:** Joseba Mirena Azkarate Narbaiza

**Lanbidea:** Otro mundo es posible / Cocinero. Sukaldaria.

**Termino:** jasangarritasuna

**Futurible:** Agilizar y facilitar entre los profesionales de la hostelería, los productos ecológicos y más sostenibles.

**Alianzas Directas:** #1, #3, #7, #27 y #28 (expertos), #25 (políticos) y #10, #11 y #12 (docencia).

**Alianzas Indirectas:** #22 (Inversores), #9 y #19 (propietarios)

**Alianzas Inéditas:** Latifundios

**Nº de Propuesta:** #4

Transmisión del conocimiento



@cocinero

inteligencias colectivas

OIZ EGIN  
On egin



Componentes:  
#2, #12, #18, #27

propuestas

## #4 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO

### RAICES Y CUERNOS RURALES

Dinámicas de intercambio entre centros educativos de distintos niveles.

Participación a través de grupos interdisciplinares de profesionales o expertos del mundo rural.

Facilitar la participación de oficios sostenibles que se encuentren en peligro de extinción.



+ Transparencia.  
+ Activa las sabidurías existentes.

+ Facilita canales de transmisión del conocimiento.

+ Todos los aspectos son positivos.



- No se plantea la financiación.

-...

**improbables**  
 ADR UNIOA + LEA ARTIEN  
 ...



**Nombre:** Noe Eguren  
**Lanbidea:** Propietario de tierra. Campo.  
**Termino:** #humanidad

**Futurible:** Vivir en el campo y del campo.

**Alianzas Directas:** #2, #26, #18, #1  
**Alianzas Indirectas:**  
**Alianzas Inéditas:**

**Nº de Propuesta:** #6  
 Nuevos modelos



**#19 Noe Eguren**  
 #campo + #humanidad



Componentes:  
 #3, #6, #13, #19

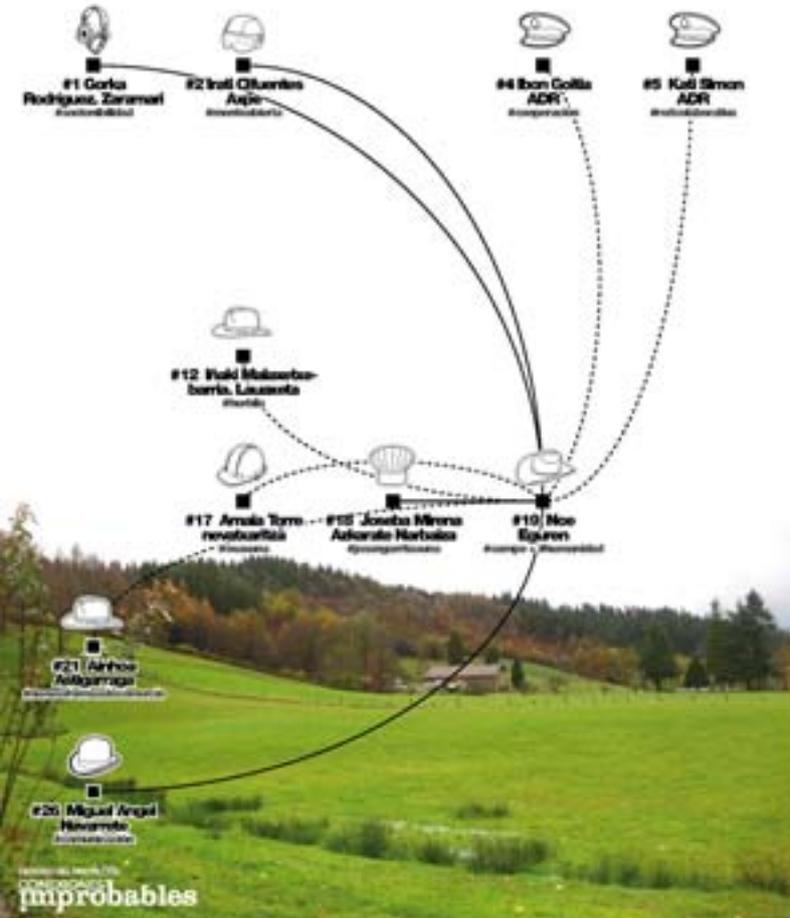
**propuestas**

**#6 NUEVOS MODELOS**

**GENERAR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO**

Reflexión sobre como llegar al consumidor. Teniendo como base la confianza a través de la transparencia de los procesos.  
 Establecer asociaciones mixtas de productores y consumidores para favorecerlo.  
 La aportación de esta forma generará negocios que reviertan a proyectos sociales.  
 Búsqueda de consumidores no elitistas.

- +** +Idea interesante de largo recorrido.
- +** +Valores positivos como gestión colectiva, transparencia y confianza.
- - No conecta.





**#21 Ainhoa Astigarraga**  
#nuevasformasdecomercio

Inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
alianzas

#21



**Nombre:** Ainhoa Astigarraga  
**Lanbidea:** Profesora Derio Itsasmendikoi.  
Blzkaia  
**Termino:** #nuevasformasdecomercio

**Futurible:** Facilitar el acceso a la tierra.

**Alianzas Directas:** #14, #15, #16, #17, #24,  
# 25 Productores

**Alianzas Indirectas:** #9, #19 Propietarios

**Alianzas Inéditas:** Consumidores

**Nº de Propuesta:** #2

Formas de comercialización y comunicación con el consumidor



@profesor

Inteligencias  
colectivas

**OIZ EGIN**  
On egin



Componentes:  
#7, #16, #21,  
#23, #26

propuestas

## #2 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR.

### BAYEKO

Nuevo método para pensar en sellos de calidad que aúne:

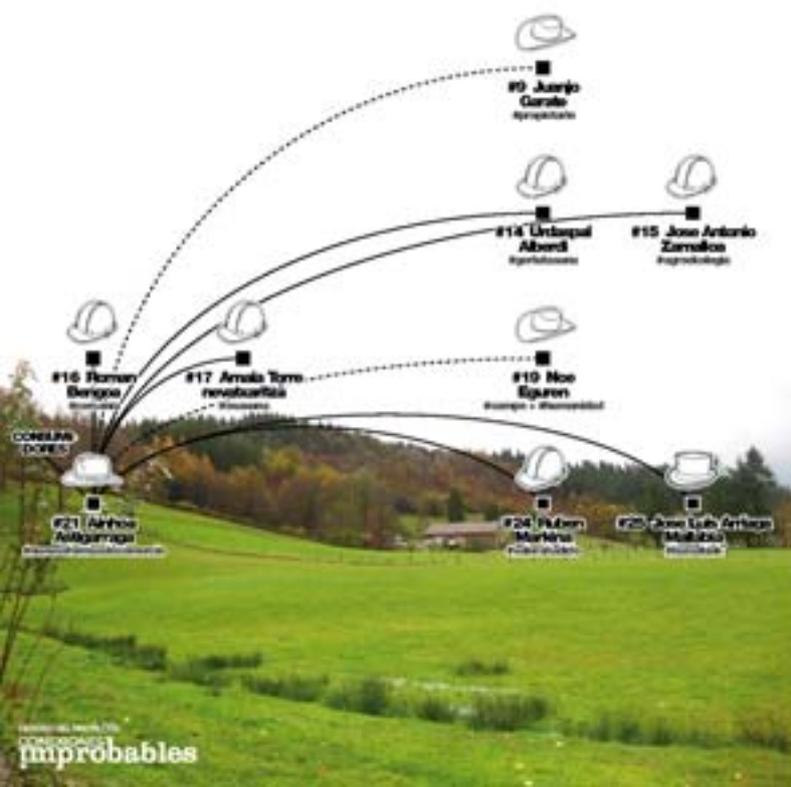
La procedencia es Euskadi.  
El método de producción es Ecológico.  
Introduce al consumidor en su confección para generar transparencia y confianza.  
Será un sello que hable también de valores sociales de la empresa.



- + Contar con los consumidores para generar confianza generará otras formas de difusión.
- + Generar un sello único.
- + La construcción común del sello lo vincula a valores sociales.
- + Ayudará a vincular lo eko con lo local y las distancias.



- ¿Se necesita otro sello más?
- Falta interés por los sellos.





**Nombre:** Ibon Aguirre  
**Lanbidea:** BBK. Sector primario.  
**Termino:** #comercialización

**Futurible:** Formar parte de las redes del sector privado y buscar nuevas vías de comercialización. Abiertos a la innovación.

**Alianzas Directas:** #4, #5 ADRS  
**Alianzas Indirectas:** #10, #11 Y #12 Educación  
**Alianzas Inéditas:** No hay

**Nº de Propuesta:** #3  
 Construcción de alianzas



#22



Componentes:  
#5, #14, #22

propuestas

### #3 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

#### LOBBY BASERRITARRA

Unir fuerzas y asociarnos para alcanzar objetivos comunes concretos.

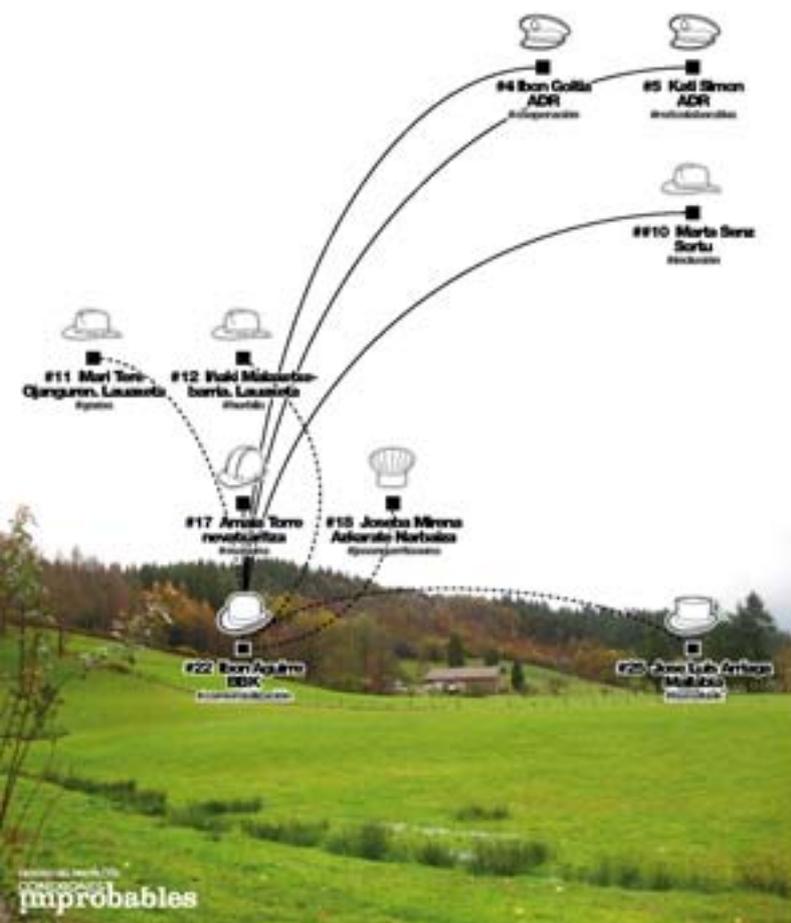
1. Cambios normativos. Por ejemplo transformación del producto y sanidad.
2. Gestión colaborativa e infraestructuras. Por ejemplo para la transformación del producto.
3. Buscar vías comunes para nuevas formas de comercialización. Que no se haga uno a uno, sino muchos a muchos.

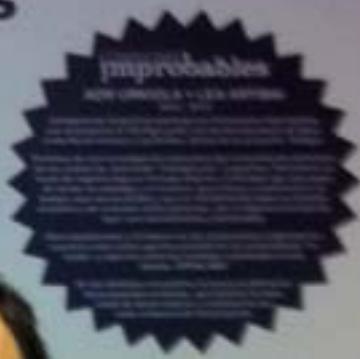


- +Supone un cambio para adaptarse a la realidad.
- +Generación de espacios de colaboración entre productores.
- +Todos los aspectos son positivos.



- Faltan los consumidores en el lobby.
- El valor añadido de los grupos se transformará cuando entren los consumidores.





Catalog



inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas

#23



**Nombre:** Valentín Mugarza Martínez  
**Lanbidea:** Ingeniero forestal de Mallabia. Basoteknikaria.  
**Termino:** #Dibertsitatea

**Futurible:** Poder vivir en el futuro del comercio. Que me quedo sin tiempo.

**Alianzas Directas:** #6 (consumidores)  
**Alianzas Indirectas:** #26 (comercio)  
**Alianzas Inéditas:** Grupos de consumo

**Nº de Propuesta:** #2  
Formas de comercialización y comunicación con el consumidor



inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
On egin



Componentes:  
#7, #16, #21,  
#23, #26

propuestas

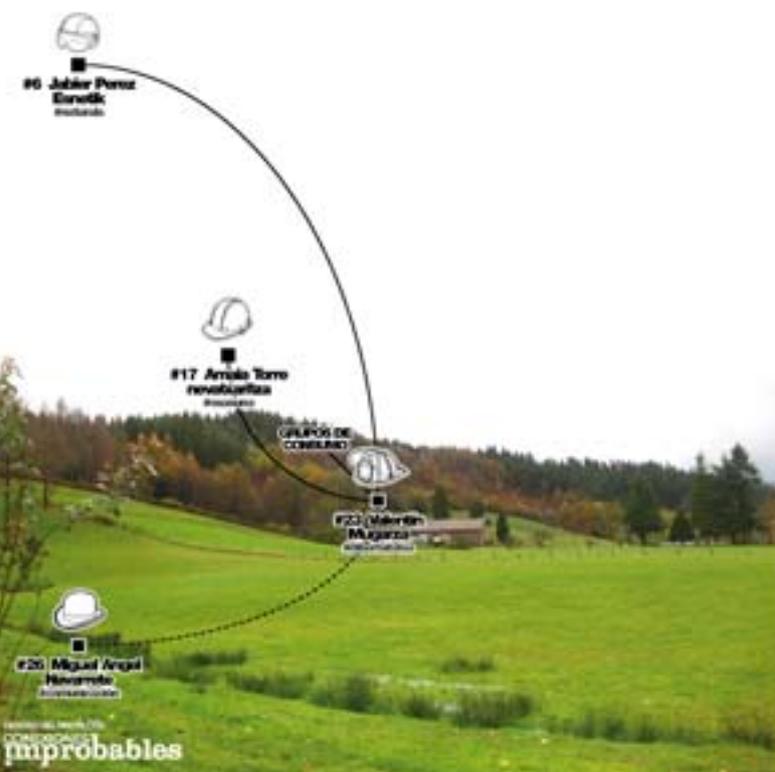
## #2 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR.

### BAYEKO

Nuevo método para pensar en sellos de calidad que aúne:

La procedencia es Euskadi.  
El método de producción es Ecológico.  
Introduce al consumidor en su confección para generar transparencia y confianza.  
Será un sello que hable también de valores sociales de la empresa.

- +**
  - + Contar con los consumidores para generar confianza generará otras formas de difusión.
  - + Generar un sello único.
  - + La construcción común del sello lo vincula a valores sociales.
  - + Ayudará a vincular lo eko con lo local y las distancias.
- - ¿Se necesita otro sello más?
  - Falta interés por los sellos.





**Nombre:** Rubén Markina Ostxaza  
**Lanbidea:** Ganadero y productor de leche de Mallabia.  
**Termino:** #valor añadido

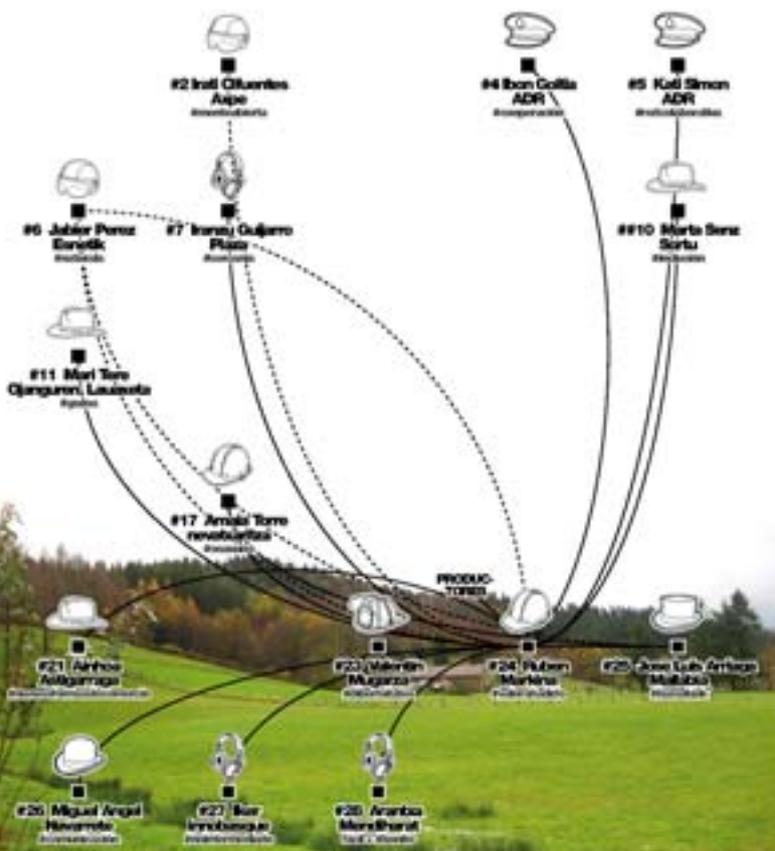
**Futurible:** Que se nos valorase tanto el producto como nuestra labor.

**Alianzas Directas:** #25 (administración)  
**Alianzas Indirectas:** #6 (consumidores)  
**Alianzas Inéditas:** Productores

**Nº de Propuesta:** #5  
 Relación entre lo urbano y lo rural



#24



Componentes:  
#24, #25, #28

propuestas

# #5 RELACIÓN ENTRE LO URBANO Y LO RURAL CONOCIENDO A UN EXTRAÑO

Campaña de visitas "domésticas" a productores agrarios.  
 Transmisión de la idea de urgencia en cambiar los hábitos de consumo para que los productores puedan seguir existiendo.  
 Si compras local, sobreviven los productores.

- +** +Genera conocimiento "in situ" y que aumente la valoración de lo local.
- - Lo urbano al campo, cuidado con la colonización.
- +** +Generará nuevas culturas del consumo, más relacionadas con responsabilidad social.
- -Será difícil que quieran los baseritarras de mentalidad conservadora.

En las próximas semanas se llevará a cabo la definición de propuestas prácticas, que formen de la realidad de Baseritarras y productores de forma de desarrollo del proyecto.



#barazkiak

#25 Jose Luis Arriaga  
Concejal y baseritarras



**Nombre:** Jose Luis Arriaga  
**Lanbidea:** Concejal Mallabia / Baseritarras. Prejubilatua  
**Termino:** #barazkiak

**Futurible:** Más cercanía. Fuera los insecticidas y también fuera los abonos.

**Alianzas Directas:** #14, #15, #16, #17, #24, #25 Productores. Agricultura y ganadería ecológica.

**Alianzas Indirectas:** #22 y #26. Comercialización y producción

**Alianzas Inéditas:**

**Nº de Propuesta:** #5  
Relación entre lo urbano y lo rural



@politico



@productor

ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN On egin

ic inteligencias colectivas  
OIZ EGIN alianzas

#25



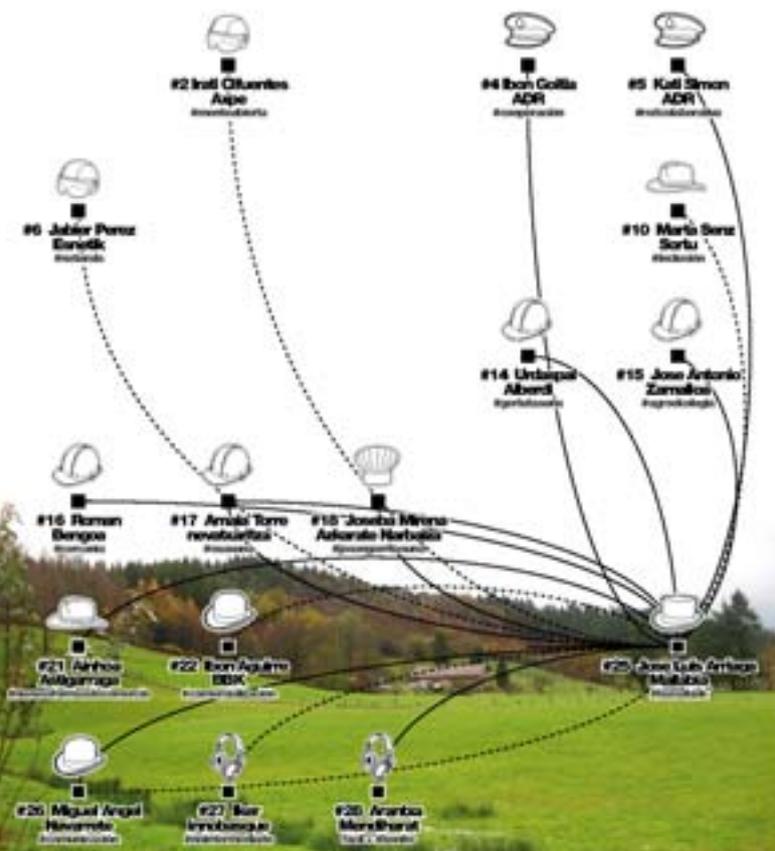
Componentes: #24, #25, #28

propuestas

# #5 RELACIÓN ENTRE LO URBANO Y LO RURAL CONOCIENDO A UN EXTRAÑO

Campaña de visitas "domésticas" a productores agrarios.  
Transmisión de la idea de urgencia en cambiar los hábitos de consumo para que los productores puedan seguir existiendo.  
Si compras local, sobreviven los productores.

- + Genera conocimiento "in situ" y que aumente la valoración de lo local.
- + Generará nuevas culturas del consumo, más relacionadas con responsabilidad social.
- Lo urbano al campo, cuidado con la colonización.
- Será difícil que quieran los baseritarras de mentalidad conservadora.



**PROYECTOS IMPROBABLES**  
ADRI URKOLA + LEA ARTIBAI  
2014 - 2015

Introducción de un nuevo producto en un mercado saturado y altamente competitivo. El proyecto consistió en desarrollar un producto innovador que respondiera a las necesidades de los consumidores, pero que también fuera rentable y sostenible. Para ello se realizaron numerosas pruebas y se trabajó en estrecha colaboración con los productores locales. El resultado fue un producto que ha alcanzado un gran éxito en el mercado, gracias a su calidad y a su origen local.

Catalog



#comunicación  
**#26 Miguel Ángel Navarrete Eroski**



**Nombre:** Miguel Ángel Navarrete  
**Lanbidea:** Eroski. Responsable de compras. Productos frescos.  
**Termino:** #comunicación

**Futurible:** Todas las tiendas Eroski relacionadas con productores locales, colaborando en la comercialización y desarrollo de nuevos proyectos.

**Alianzas Directas:** #productores  
**Alianzas Indirectas:**  
**Alianzas Inéditas:** Organizaciones de productores por sectores

**Nº de Propuesta:** #2  
Formas de comercialización y comunicación con el consumidor



#26



Componentes:  
#7, #16, #21,  
#23, #26

**propuestas**

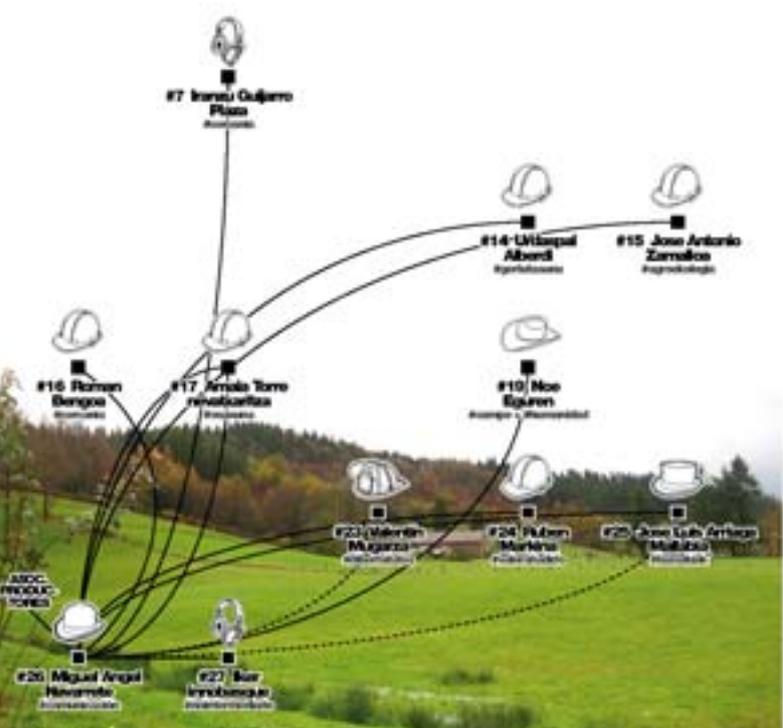
**#2 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR.**

**BAYEKO**

Nuevo método para pensar en sellos de calidad que aúne:

La procedencia es Euskadi.  
El método de producción es Ecológico.  
Introduce al consumidor en su confección para generar transparencia y confianza.  
Será un sello que hable también de valores sociales de la empresa.

- +** Contar con los consumidores para generar confianza generará otras formas de difusión.
- +** Generar un sello único.
- +** La construcción común del sello lo vincula a valores sociales.
- +** Ayudará a vincular lo eko con lo local y las distancias.
- ¿Se necesita otro sello más?
- Falta interés por los sellos.



#Berriz

On eg

Catalog



**Nombre:** Iker Abxa  
**Lanbidea:** Innobasque.  
 Economía social, innovación social.  
**Termino:** #nointermediario

**Futurible:** Reducir intermediarios. Que todas las organizaciones vascas sean socialmente responsables y tengan un impacto social y medioambiental positivo. Acercarme y aprender del ámbito rural, hasta poder ser autosostenible.

**Alianzas Directas:** #14, #15, #16, #17, #24  
 productores + #26 eroski  
**Alianzas Indirectas:** #25, #6  
**Alianzas Inéditas:** Pequeños comerciantes, grandes marcas, lobbies...

**Nº de Propuesta:** #4  
 Transmisión del conocimiento



#nointermediario  
 #27 Iker Abxa  
 innobasque



inteligencias  
 colectivas  
**OIZ EGIN**  
 alianzas

#27



Componentes:  
 #2, #12, #18, #27

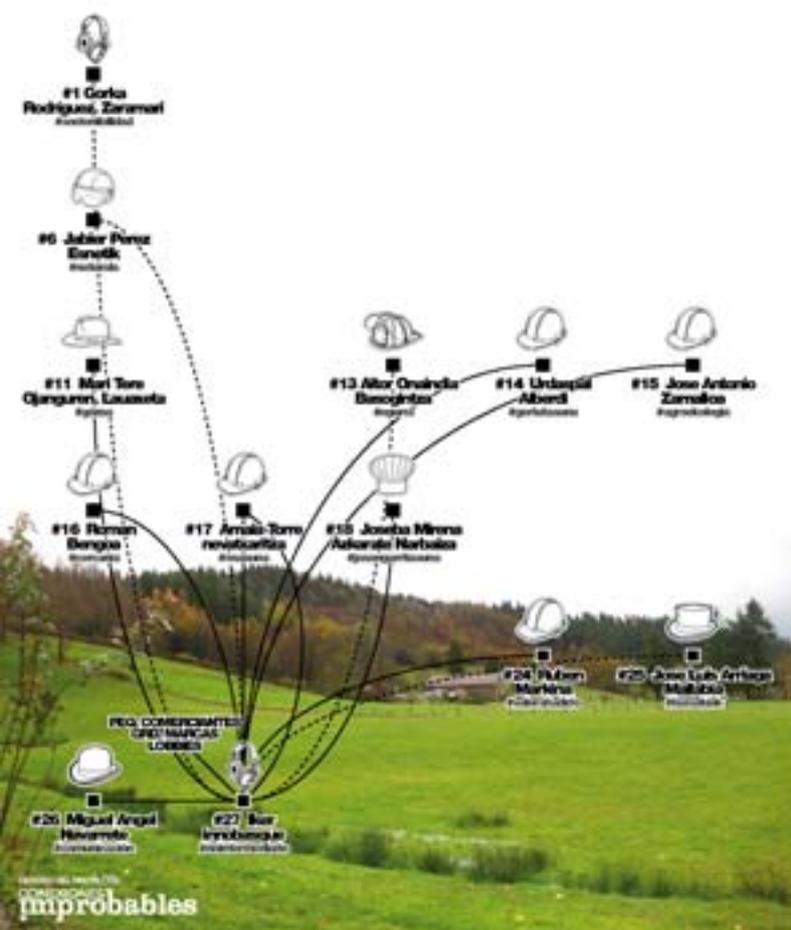
propuestas

## #4 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO

### RAICES Y CUERNOS RURALES

Dinámicas de intercambio entre centros educativos de distintos niveles.  
 Participación a través de grupos interdisciplinares de profesionales o expertos del mundo rural.  
 Facilitar la participación de oficios sostenibles que se encuentren en peligro de extinción.

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>+</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Transparencia.</li> <li>+ Activa las sabidurías existentes.</li> <li>+ Facilita canales de transmisión del conocimiento.</li> <li>+ Todos los aspectos son positivos.</li> </ul> | <p><b>-</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- No se plantea la financiación.</li> <li>- ...</li> </ul> |
|---|---|



improbables



**Nombre:** Arantxa Mendiharat  
**Lanbidea:** Conexiones Improbables  
**Termino:** #fácil + #bonito

**Futurible:** Lugares de compra de productos ecológicos que sean bonitos y que sean algo más que un punto de venta.

**Alianzas Directas:** #14, #15, #16, #17, #24, #25 (productores)

**Alianzas Indirectas:** #6 (consumidores)

**Alianzas Inéditas:** Tiendas multi-usos

**Nº de Propuesta:** #5

Relación entre lo urbano y lo rural



ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN On egin

ic inteligencias colectivas  
OIZ EGIN alianzas

#28



Componentes: #24, #25, #28

propuestas

# #5 RELACIÓN ENTRE LO URBANO Y LO RURAL

## CONOCIENDO A UN EXTRAÑO

Campaña de visitas "domésticas" a productores agrarios.

Transmisión de la idea de urgencia en cambiar los hábitos de consumo para que los productores puedan seguir existiendo.

Si compras local, sobreviven los productores.



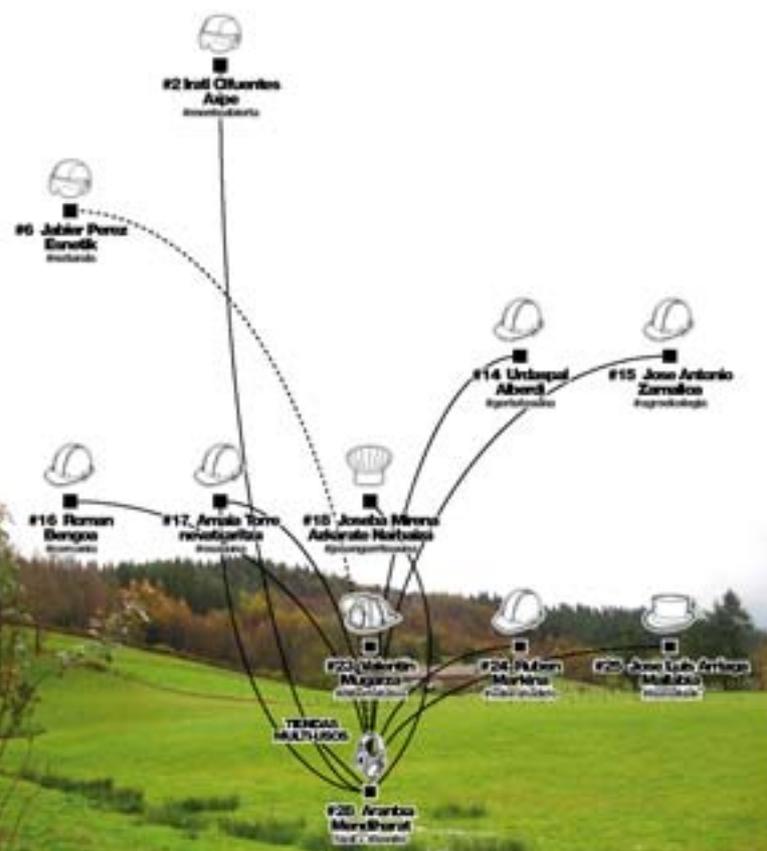
+ Genera conocimiento "in situ" y que aumente la valoración de lo local.

+ Generará nuevas culturas del consumo, más relacionadas con responsabilidad social.



- Lo urbano al campo, cuidado con la colonización.

- Será difícil que quieran los baseritarras de mentalidad conservadora.





# Markina participación



ic **inteligencias  
colectivas**  
**OIZ EGIN**  
On egin



#Markina



**Nombre:** Juan Mari Totorika.  
**Lanbidea:** Asociación de Desarrollo Rural Lea-Artibai  
**Termino:** #acuerdo

**Futurible:** Grupo autogestionado formado por agricultores, consumidores y propietarios que aúnen producción y consumo local

**Alianzas Directas:** #13, #21, #22 (productores), #todos (consumidores individuales)  
**Alianzas Indirectas:** Administración Autónoma  
**Alianzas Inéditas:** Entidades financieras

Nº de Propuesta: #x



#1 Juan Mari Totorika  
ADR Lea-Artibai



#1



propuestas

#X

+

-

+

-

ic inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas markina

PRODUCTORES CONSUMIDORES ADMIN. AUTÓNOMA ENTIDADES FINANCIERAS

#1 Juan Mari Totorika  
Presidente ADR

#13 Alejandro Arriola  
Xarriegin Baserria

#21 Joxu Artzabizaga  
Barnetxe Koop.

#22 Jose Ignacio  
Barnetxe Koop.

# #Markina

ic inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**

Catalogo

**#2 Liher Aranzibia**  
**Uratalurra**  
**#tierra+productos+personas**



**Nombre:** Liher Aranzibia  
**Lanbidea:** Uratalurra. Arte y diseño  
**Termino:** #tierra+productos+personas

**Futurible:** Aportar desde la creatividad formas de conectar a los diferentes perfiles poniendo en valor tanto a las personas como a los productos

**Alianzas Directas:** #10 (político competente), gestor educacional.

**Alianzas Indirectas:** #4 (propietarios tierras)

**Alianzas Inéditas:** #13, #21, #22 (productores)

**Nº de Propuesta:** #4 Formas de comercialización y comunicación con el consumidor. Nuevas imágenes



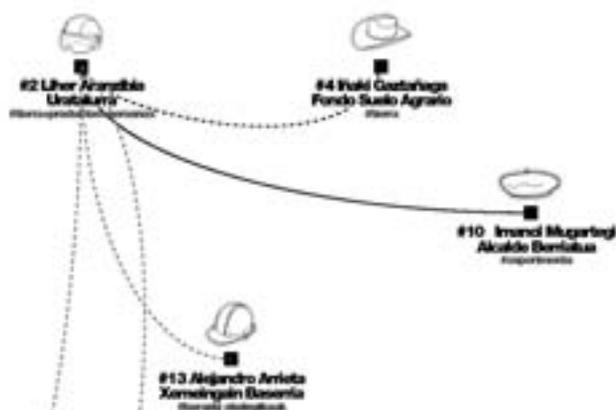
@emprendedor

ic inteligencias  
colectivas

**OIZ EGIN**  
On egin

ic inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
**alianzas markina**

#2



Componentes:  
#2, #12, #18, #27

**propuestas**

**#4 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR**  
**NUEVAS IMÁGENES**

Campaña publicitaria que ponga en valor todo lo que hay detrás de cada producto. Etiquetado con fotografía del producto y del productor, ponerle cara para sensibilizar a la sociedad y que así defienda su forma de producir.

Manzana: "Kaixo. Me he caído de un árbol en Markina y no quiero morir sin ser probada".

Gallina: "Quiero ser libre y dejar huevos por tu campa".

Campesino: "Quiero que mis nietos vean Euskadi con prados verdes".



+ Frescura  
+ Continuidad deseable del campesinado entre nuevas generaciones



- ...





**#3 Joana Beasain**  
**Uratalurra**  
#innovación colaborativa



**Nombre:** Joana Beasain  
**Lanbidea:** Diseñadora e ingeniera.  
Uratalurra  
**Termino:** #innovación colaborativa

**Futurible:** Diseñar procesos para que el 100% de los productos de mi nevera sean de Euskal Herria

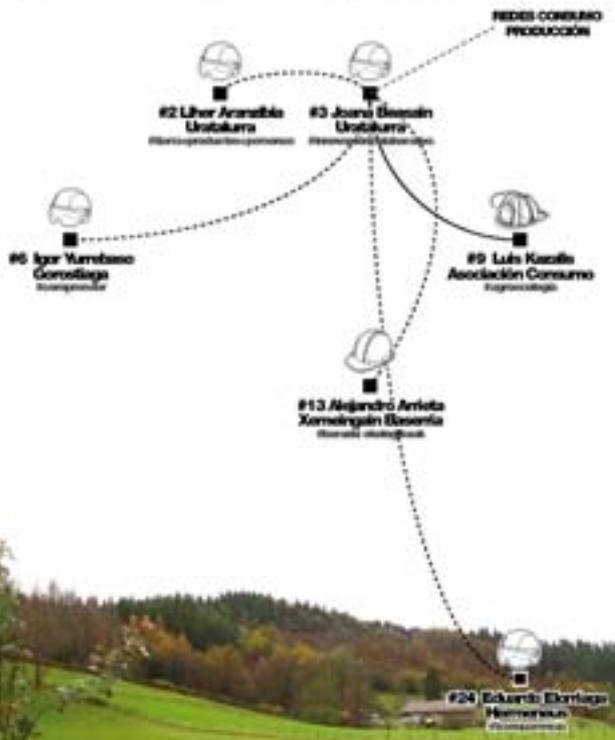
**Alianzas Directas:** #9 (Asociación de consumidores)  
**Alianzas Indirectas:** #2, #6, #13, #24 (emprendedores)  
**Alianzas Inéditas:** Redes de consumo y producción

**Nº de Propuesta:** #4 Formas de comercialización y comunicación con el consumidor. Nuevas imágenes



Inteligencias Colectivas  
**OIZ EGIN**  
alianzas markina

#3



Componentes:  
#2, #12, #18, #27

propuestas

**#4 FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN Y COMUNICACIÓN CON EL CONSUMIDOR**  
**NUEVAS IMÁGENES**

Campaña publicitaria que ponga en valor todo lo que hay detrás de cada producto. Etiquetado con fotografía del producto y del productor, ponerle cara para sensibilizar a la sociedad y que así defienda su forma de producir.

Manzana: "Kaixo. Me he caído de un árbol en Markina y no quiero morir sin ser probada".  
Gallina: "Quiero ser libre y dejar huevos por tu campa".  
Campesino: "Quiero que mis nietos vean Euskadi con prados verdes".

- + Frescura
- + Continuidad deseable del campesinado entre nuevas generaciones



#Markina

ic inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
On egin



**Nombre:** Iñaki Gaztañaga  
**Lanbidea:** Fondo Suelo Agrario  
**Termino:** #tierra

**Futurible:** Mayor prestigio social de nuestros productores. Los futuros posibles productores "dudan" de una vida digna. Mayor movilidad de uso del suelo para dinamizar el sector primario.

#4 Iñaki Gaztañaga  
Fondo Suelo Agrario  
#tierra



@propietario

ic inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
On egin

ic inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
alianzas markina

#4



#4 Iñaki Gaztañaga  
Fondo Suelo Agrario  
#tierra



propuestas

#X

+

-



improbables

# #Markina



Catalog



Human Network



Prototyping



#confianza

#5 Maite Peñacoba  
Técnica de Desarrollo Rural



**Nombre:** Maite Peñacoba  
**Lanbidea:** Técnico de Desarrollo Rural.  
Técnico de Corporación HAZI  
**Termino:** #confianza

**Futurible:** Que como sociedad vasca seamos capaces de ver y valorizar el sector primario, la producción local y lo que hay detrás de esta producción porque nos afecta a todos.

**Alianzas Directas:** #4, #13, #21, #22 (los productores, los bancos de tierras)  
**Alianzas Indirectas:** #18, #19 (entidades financieras)  
**Alianzas Inéditas:** La Administración

**Nº de Propuesta:** #3 Nuevos Modelos.  
Slow Market at Home



#5



Componentes:  
#5, #14, #22

propuestas

## #3 NUEVOS MODELOS

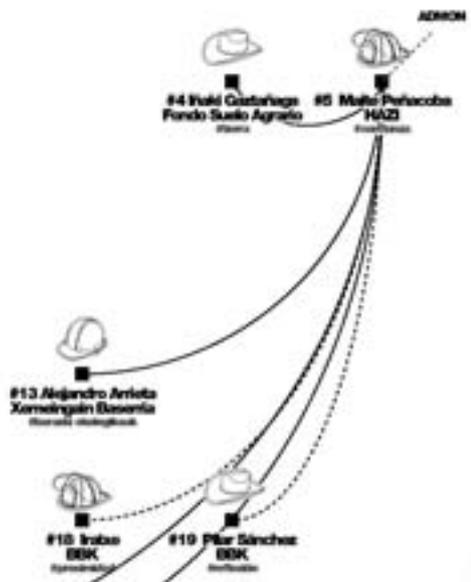
### SLOW MARKET AT HOME

Asociación de productores + tecnología + servicio + comunicación

Salir de la lógica del propio sector: generar un mercado de la buena vida, el prestigio... "urbano" ligado a la [cesta de la compra]

[Baserritarras de autor para ciudadanía exigente]. Público desde los 35 años en adelante.

- + Dignificación de los productos
- Ya existencia de otras redes para la comercialización online.
- + ¿Debe centrarse la apuesta en entornos urbanos, o en los entornos locales donde se realiza la producción? ¿Por qué no tiene éxito esta producción ya en el entorno local?



improbables



#Markina

Catalog



#bienes comunes  
#8 Beatriz Moral  
antropóloga



**Nombre:** Beatriz Moral  
**Lanbidea:** Antropóloga  
**Termino:** #bienes comunes

**Futurible:** Que aprendamos a organizarnos de manera colectiva, de modo que recursos y necesidades locales se complementen. Que yo vine para verlo y que puedo aportar mi conocimiento muy humildemente.



Inteligencias Colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas markina

#8



propuestas

#X

+

-



improbables

#Markina

OIZ EGIN On egin

Catalog



#9 Luis Kazalis  
Asociación Consumo  
#agroecología



**Nombre:** Luis Kazalis.

**Lanbidea:** Presidente Asociación de Consumo Lekeitio

**Termino:** #agroecología-consumo sostenible

**Futurible:** Que todos los productos que consumamos se produzcan lo más cerca posible (comarca) y de una manera sostenible (ecología socialmente y económicamente viable)

**Alianzas Directas:** #13, #21, #22 (productores ecológicos), #8, #10, #12 (educadores y transmisores de conocimiento)

**Alianzas Indirectas:** #20 (gran distribución, Eroski, Lidl)

**Alianzas Inéditas:** Otros grupos de consumo.



ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN On egin



ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN

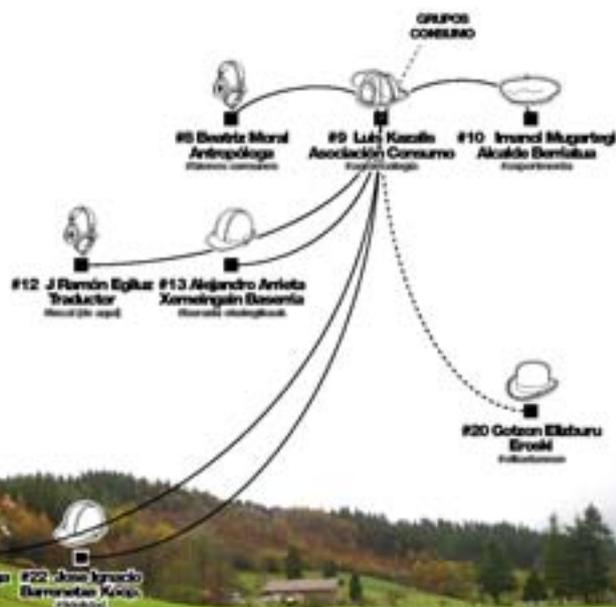
alianzas markina

#9



propuestas

#X



+

-



improbables



#10 Imanol Mugartegi  
Alcalde Berriatua  
#experimento



**Nombre:** Imanol Mugartegi  
**Lanbidea:** Alcalde Berriatua y profesor en Lea-Artibai  
**Termino:** #experimento

**Alianzas Directas:** #1 #4, #10, #13, #21, #22 (productores con administración)  
**Alianzas Indirectas:** #20 (responsables de grandes superficies)  
**Alianzas Inéditas:** Responsables de altas instancias de la administración

**Nº de Propuesta:** #1 Construcción de Alianzas. Alianza Productores y Administración.



ic inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas markina #10



Componentes:  
#7, #10, #22

propuestas

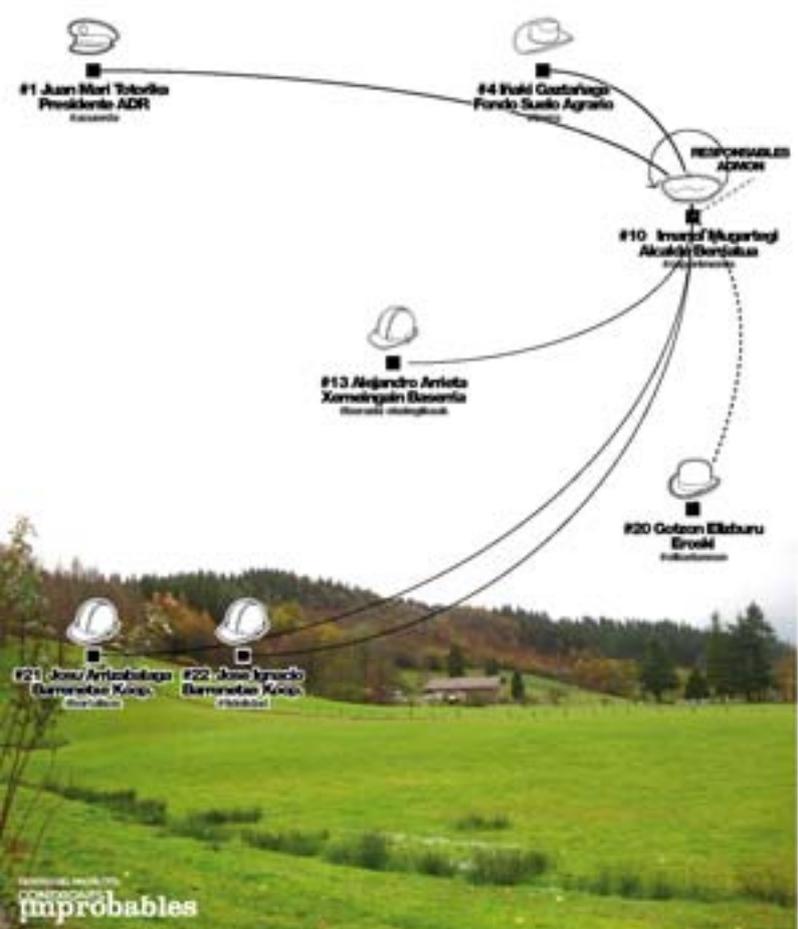
#1 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

**ALIANZA PRODUCTOR-ADMINISTRACIÓN**  
La Administración, a través de sus todos sus servicios (Educación, Sanidad, Servicios Sociales, Difusión etc), incluye los productos locales de manera integral.

Ej 1: Comedores escolares y comedores colectivos de la Administración: se prioriza el uso de producto local; la comida sobrante no se tira, se establecen mecanismos para repartirla entre servicios sociales, usuarios etc.

Ej 2: Prescripción facultativa de productos ecológicos

- |  |  |
|--|--|
| <p><b>+</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ Aumenta la demanda de producto local y el número de productores activos</li> <li>+ Mejora la percepción y valor cualitativo del producto</li> </ul> | <p><b>-</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Cómo se establece la medida? ¿Por Decreto?</li> <li>- ¿Demasiado impositivo?</li> <li>- Capacidad de producción de productores actuales para cubrir toda la demanda</li> </ul> |
|--|--|



probables  
#Markina

Catalogo



Humor

Protos



**#11 Mikel Artube**  
**Aparejador Berriatua**  
**#potenciación**



**Nombre:** Mikel Artube  
**Lanbidea:** Aparejador Berriatua  
**Termino:** #potenciación

**Futurible:** Producir aquí y consumir aquí

**Alianzas Directas:** #1 (ADR) , #13, #21, #22 (productores)

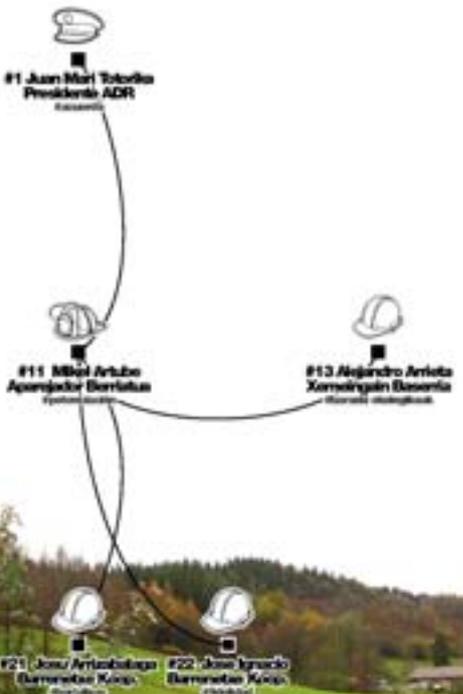


#11



propuestas

#X



+

-





**Nombre:** Jose Ramón Egiluz  
**Lanbidea:** Traductor  
**Termino:** #local (de aquí)

**Alianzas Directas:** #13, #21, #22 (productor), #2, #3 (diseñador)  
**Alianzas Indirectas:** #20 (grandes supermercados)  
**Alianzas Inéditas:** Administración provincial, autonómica y europea.

Catálogo



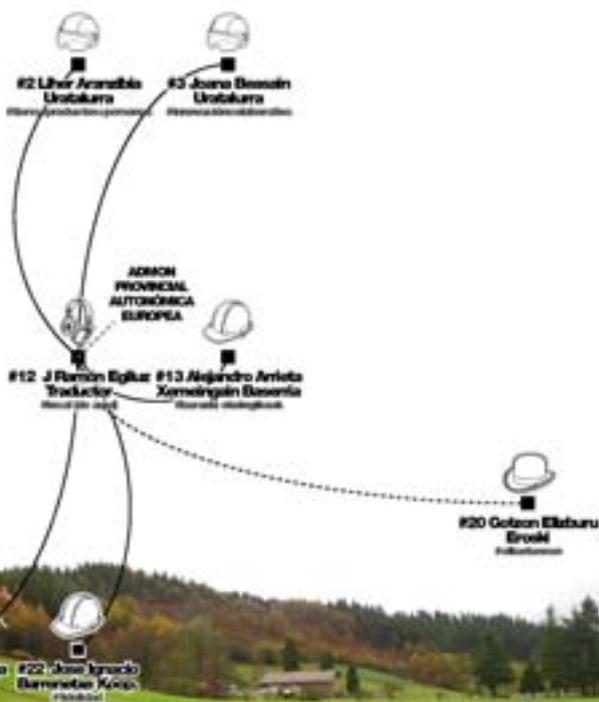
#palabra local #de aquí  
#12 J Ramón Egiluz  
Traductor



@profesor

#12

Inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas markina



propuestas

#X

+

-

+

-



#Markina



**Nombre:** Alejandro Arrieta  
**Lanbidea:** Xemeingain Baserria  
**Termino:** #barazki ekologikoak

**Futurible:** Integrar más gente joven y/o parados en el mundo agrícola y reactivar las actividades agropecuarias dentro de una filosofía de producción ecológica y cercana.

#13 Alejandro Arrieta  
Xemeingain Baserria  
#barazki ekologikoak



@emprendedor

ic inteligencias  
colectivas

**OIZ EGIN**  
On egin

ic inteligencias  
colectivas

**OIZ EGIN**

alianzas markina

#13



propuestas

#X



#13 Alejandro Arrieta  
Xemeingain Baserria  
#barazki ekologikoak

+

-

+...

-...

#Markina



**Nombre:** Aitor Maguregi

**Lanbidea:** Cocinero

**Termino:** #sostenibilidad

**Futurible:** Crear una red de productores-elaboradores-servicios con una relación de cooperación entre todos ellos, que funcione con criterios de sostenibilidad y basado en la "economía del bien común"



**#15 Aitor Maguregi  
Cocinero**  
#sostenibilidad



@cocinero

ic inteligencias  
colectivas

**OIZ EGIN**  
On egin



ic inteligencias  
colectivas

**OIZ EGIN**

alianzas markina

#15



propuestas

#X



+

+...

-

-...





**Nombre:** Iratxe  
**Lanbidea:** BBK Sector Primario  
**Termino:** #proximidad

**Futurible:** me gustaría que en el futuro la entidad en la que trabajo sirva de apoyo a diferentes iniciativas que hagan llegar el producto directamente del productor a nuestra mesa, a clientes concienciados con una nueva forma de consumo

**Alianzas Directas:** #4, #10, (administración /entidades)  
**Alianzas Indirectas:** #13, #21, #22 (productores), #todos (consumidores)  
**Alianzas Inéditas:** otras administraciones

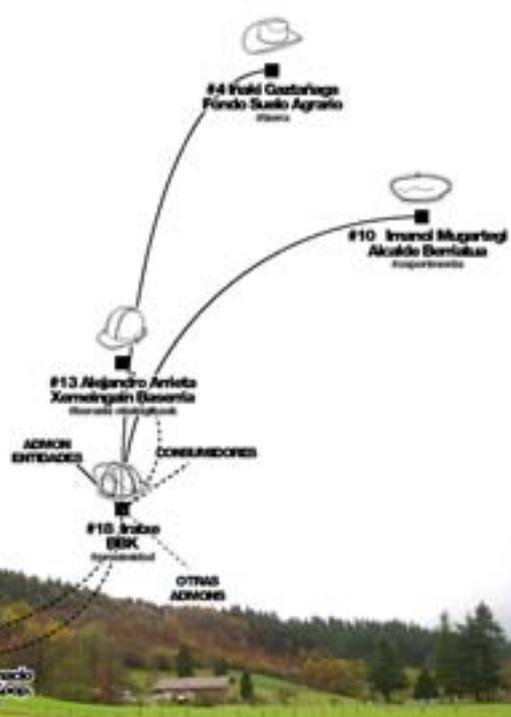
**Nº de Propuesta:** #2 Transmisión del Conocimiento. Sensibilización Ampliada.



**#18 Iratxe**  
**BBK Sector Primario**  
**#proximidad**



#18



Componentes:  
#19, #20

### propuestas

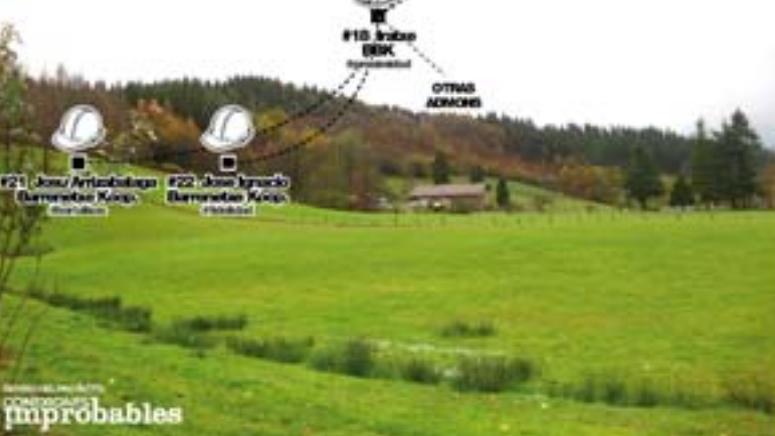
## #2 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO SENSIBILIZACIÓN AMPLIADA

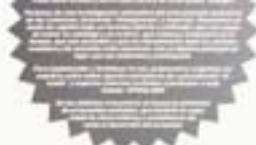
Sensibilizar a través de la demostración: abrir las explotaciones a los consumidores.

Generar dietas con productos locales de equilibrio saludable, incluir en los colegios estos aprendizajes, alineados con la dieta de los comedores escolares.

Formación para valorar las propiedades organolépticas de los productos locales.

- +** La demostración permitirá valorar a los consumidores que el territorio resulta productivo, podrán revisar la calidad de la producción etc.
- +** Alineado con otras propuestas relacionadas en comedores escolares
- Inexistencia actual de cocinas en colegios y en comedores escolares. Necesidad de recuperar esta instalación para generar aprendizaje.





Catálogo



Human Ne...

Protoc...



## #19 Pilar Sánchez BBK Sector Primario #reflexión



Inteligencias  
colectivas  
**OIZ EGIN**  
alianzas markina

### #19



**Nombre:** Pilar Sánchez  
**Lanbidea:** BBK Sector Primario  
**Termino:** #reflexión

**Futurible:** crear, descubrir, poner en práctica nuevas formas de hacer llegar los productos directamente al consumidor.

**Alianzas Directas:** #13, #21, #22 (productores), marketing

**Alianzas Indirectas:** #4 (propietarios de tierras)

**Alianzas Inéditas:** distribuidor

**Nº de Propuesta:** #3 Nuevos Modelos.  
Slow Market at Home



Componentes:  
#5, #14, #22

## propuestas

# #3 NUEVOS MODELOS

## SLOW MARKET AT HOME

Asociación de productores + tecnología + servicio + comunicación

Salir de la lógica del propio sector: generar un mercado de la buena vida, el prestigio... "urbano" ligado a la [cesta de la compra]

[Baserritarras de autor para ciudadanía exigente]. Público desde los 35 años en adelante.

+

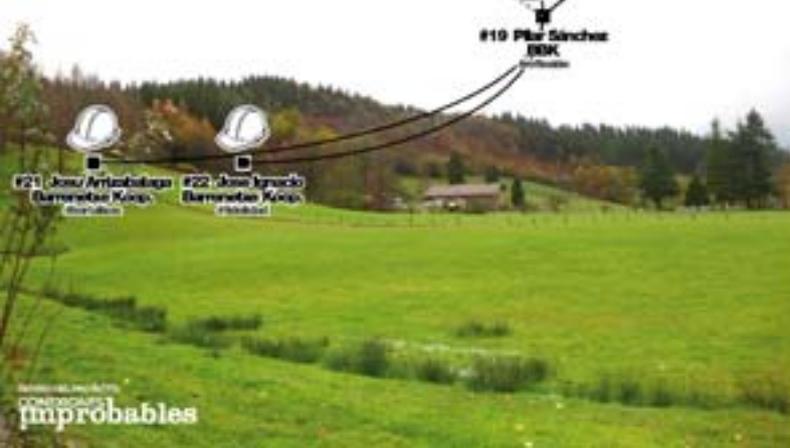
+Dignificación de los productos

+

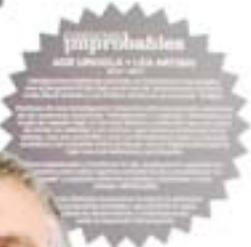
-

- Ya existencia de otras redes para la comercialización online.

-¿Debe centrarse la apuesta en entornos urbanos, o en los entornos locales donde se realiza la producción? ¿Por qué no tiene éxito esta producción ya en el entorno local?



#21 Josu Antzabizaga Baserritarras Koop.  
#22 Jose Ignacio Baserritarras Koop.



**Nombre:** Gotzon Elizburu  
**Lanbidea:** Distribución, Eroski  
**Termino:** #elkarlanean

**Futurible:** Que los consumidores encuentren todas sus necesidades, incluidos los productos ecológicos y locales a un precio asequible. Que los productores nos vean como aliados que les aporta seguridad y sostenibilidad de la actividad. Que lo hagamos eficientemente

**Alianzas Directas:** #21  
**Alianzas Indirectas:** #1 (ADR)  
**Alianzas Inéditas:** #13, #21, #22 (productores)

**Nº de Propuesta:** #2 Transmisión del Conocimiento. Sensibilización Ampliada.



@empresario

ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN  
On egin

#20 Gotzon Elizburu Eroski #elkarlanean



ic inteligencias colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas markina

#20



Componentes:  
#19, #20

propuestas

## #2 TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO

### SENSIBILIZACIÓN AMPLIADA

Sensibilizar a través de la demostración: abrir las explotaciones a los consumidores.

Generar dietas con productos locales de equilibrio saludable, incluir en los colegios estos aprendizajes, alineados con la dieta de los comedores escolares.

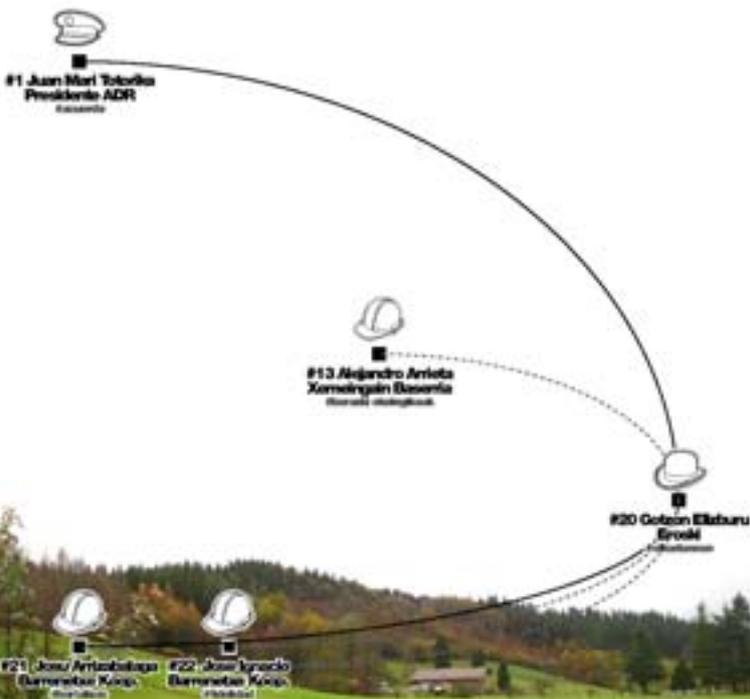
Formación para valorar las propiedades organolépticas de los productos locales.

+

+ La demostración permitirá valorar a los consumidores que el territorio resulta productivo, podrán revisar la calidad de la producción etc.  
+Alineado con otras propuestas relacionadas en comedores escolares

-

- Inexistencia actual de cocinas en colegios y en comedores escolares. Necesidad de recuperar esta instalación para generar aprendizaje.



#Markina



**Nombre:** Josu Arrizabalaga Plaza

**Lanbidea:** Barreneixe Koooperatiba. Productor hortícola en invernadero y hortalizas.

**Termino:** #hortalizas

**Futurible:** ser productor de hortaliza "sostenible" para el consumidor del País vasco y vivir dignamente de ello.

**Alianzas Directas:** #4, #10 (con la Administración)

**Alianzas Indirectas:** #2 (marketing, para hacer entender al consumidor final la diferencia de mi producto)

**Alianzas Inéditas:**x

**Nº de Propuesta:** #4 Formas de comercialización y comunicación con el consumidor. Nuevas imágenes



@productor

ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN  
On egin

#21 Josu Arrizabalaga  
Barreneixe Koop.  
#hortalizas

ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN

alianzas markina

#21



propuestas

#X

+

-

+

-



#2 Liber Arantzia Urabakera  
Producción y comercialización



#4 Iñaki Goñalongo  
Fondo Suelo Agrario  
Oztopin



#10 Inma Mugarin  
Akadé Barrietas  
Oztopin

ACTION MARKETING

#21 Josu Arrizabalaga  
Barreneixe Koop.  
#hortalizas

improbables



**Nombre:** José Ignacio  
**Lanbidea:** Producción y venta hortalizas en Barreneche Kooperatiba  
**Termino:** #fidelidad

**Futurible:** Integrar productor y consumidor local, donde la confianza y el fin del acto de consumir se valore como algo esencial para la convivencia.

**Alianzas Directas:** #coordinadores de zona, artistas con ideas rompedoras  
**Alianzas Indirectas:** #Administración integral: Educación y Sanidad

**Nº de Propuesta:** #1  
 Construcción de alianzas. Alianza Productor-Administración



@productor

ic inteligencias colectivas

OIZ EGIN On egin

Inteligencias colectivas  
 OIZ EGIN  
 alianzas markina

#22



Componentes:  
 #7, #10, #22

propuestas

# #1 CONSTRUCCIÓN DE ALIANZAS

## ALIANZA PRODUCTOR-ADMINISTRACIÓN

La Administración, a través de sus todos sus servicios (Educación, Sanidad, Servicios Sociales, Difusión etc), incluye los productos locales de manera integral.

Ej 1: Comedores escolares y comedores colectivos de la Administración: se prioriza el uso de producto local; la comida sobrante no se tira, se establecen mecanismos para repartirla entre servicios sociales, usuarios etc.

Ej 2: Prescripción facultativa de productos ecológicos

+

+ Aumenta la demanda de producto local y el número de productores activos  
 +Mejora la percepción y valor cualitativo del producto

-

-¿Cómo se establece la medida? ¿Por Decreto?  
 ¿Demasiado impositivo?  
 -Capacidad de producción de productores actuales para cubrir toda la demanda



#Markina



**Nombre:** Iñaki Sainz  
**Lanbidea:** Gerente MIBA S. Cooperativa  
**Termino:** #intercooperación

**Futurible:** Lo próximo para el cercano

**Alianzas Directas:** #20  
**Alianzas Inéditas:** Asociaciones y cooperativas de ganaderos



**#23 Iñaki Sainz**  
**Gerente MIBA SCoop**  
**#intercooperación**



@empresario

ic inteligencias colectivas

**OIZ EGIN**  
On egin



ic inteligencias colectivas  
**OIZ EGIN**  
**alianzas markina**

#23



propuestas

#X



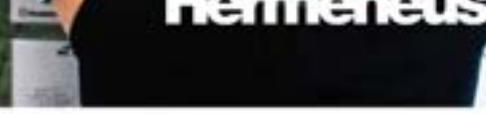
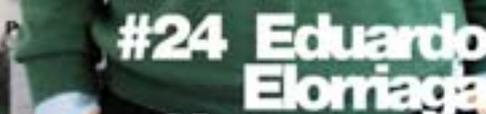
#Markina inteligencias  
colectivas

OIZ EGIN

On egin



Catalog



#transparencia

#24 Eduardo  
Elorriaga  
Hermeneus

**Nombre:** Eduardo Elorriaga Bracho

**Lanbidea:** Hermeneus World.

**Termino:** # transparencia en el mercado y optimización de procesos

**Futurible:** Que nos unamos todos en Hermeneus como plataforma/comunidad en la que todos tenemos espacio y llevemos a cabo nuestros objetivos de forma transparente y sin intermediación alguna.



@emprendedor

ic inteligencias  
colectivas

OIZ EGIN

On egin



ic inteligencias  
colectivas

OIZ EGIN

alianzas markina

#24



propuestas

#X

+

+...

-

-...



#24 Eduardo Elorriaga  
Hermeneus

improbables



**Nombre:** Roberto Gómez de la Iglesia  
**Lanbidea:** Conexiones Improbables  
**Termino:** #complicidades

**Futurible:** quiero encontrar en el Eroski de debajo de mi casa productos de productores locales de calidad (tomates que sepan a tomates, por ejemplo)

**Alianzas Directas:** #13, #21, #22 (entre productores y soporte tecnológico. Servicio propio para venta directa)

**Alianzas Indirectas:** #20

**Alianzas Inéditas:** Administración alto nivel para hacer sensibilización global sobre el valor de la alimentación

**Nº de Propuesta:** #3 Nuevos Modelos.  
Slow Market at Home



#complicidades

#27 Roberto Gómez  
Conexiones  
Improbables

inteligencias  
colectivas  
OIZ EGIN  
alianzas markina

#27



Componentes:  
#5, #14, #22

propuestas

## #3 NUEVOS MODELOS

### SLOW MARKET AT HOME

Asociación de productores + tecnología + servicio + comunicación

Salir de la lógica del propio sector: generar un mercado de la buena vida, el prestigio... "urbano" ligado a la [cesta de la compra]

[Baserritarras de autor para ciudadanía exigente]. Público desde los 35 años en adelante.



+ Dignificación de los productos



- Ya existencia de otras redes para la comercialización online.

- ¿Debe centrarse la apuesta en entornos urbanos, o en los entornos locales donde se realiza la producción? ¿Por qué no tiene éxito esta producción ya en el entorno local?

