



La **ECONOMIA**



SOCIAL

Y

SOLIDARIA



en el **CONTEXTO**

EDUCATIVO



GUÍA
para el profesorado

LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA EN EL CONTEXTO EDUCATIVO. Guía para el profesorado

Financiada por Ayuntamiento de Madrid en el Marco del Proyecto "Villaverde Activa".

D.G de Innovación y Promoción de la Ciudad

S.G. de Fondos Europeos y Cooperación Internacional al Desarrollo

Departamento de Cooperación Internacional

A Asamblea de Cooperación por la Paz (ACPP), coordinadora de la guía.

C/Príncipe 12, 5ºD

28012 Madrid

madrid@acpp.com

<https://www.acpp.com/>

Bajo la autoridad de REAS Madrid. Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria.

Paseo de las Acacias, 3 1ªA

28005 Madrid

contacto@reasmadrid.org

<https://www.economiasolidaria.org/reas-madrid/noticias-reas-madrid>

Y la colaboración de la Asociación Vecinal La Unidad de Villaverde Este.

C/Diamante 22

28021 Madrid

launidaddevillaverde@gmail.com

<http://launidadvillaverde.wixsite.com/asociacionvecinal>

Diseño y maquetación: Pica Para Arriba, diseño gráfico social

www.PicaParaArriba.org

Ilustración portada: Alberto de Castro

Enero 2018



Prólogo

La presente guía nace en el marco del proyecto “Villaverde Activa: Educación para un Ciudadanía Global” financiado por el Ayuntamiento de Madrid a Asamblea de Cooperación por la Paz en la convocatoria de ciudadanía global del año 2016 y de la colaboración entre la misma, REAS Madrid y la Asociación Vecinal La Unidad de Villaverde Este.

La Economía Social y Solidaria trata de transferir aquellos valores y principios basados en los derechos humanos, y que se trabajan continuamente en los espacios educativos, al ámbito económico. Creemos que, introduciendo la Economía Solidaria en las aulas, acercamos al alumnado el concepto de economía, simplificándolo y haciéndolo más tangible y comprensible. Se trata de motivar al alumnado a ser agente de cambio social y económico, siendo conscientes de su capacidad para hacer posible, a través de la generación de una conciencia crítica y de su participación activa, una economía transformadora, más solidaria y justa que esté al servicio del bienestar de las personas y de las comunidades.

En esta guía, se proponen sesiones formativas a desarrollar dentro del aula en la que se trabajan diferentes temáticas relacionadas con la Economía Social y Solidaria que dan título a las diferentes sesiones:

- Propuesta didáctica 1: Principios de la Economía Social y Solidaria.
- Propuesta didáctica 2: Agroecología y Sostenibilidad Alimentaria.
- Propuesta didáctica 3: Acciones Sostenibles.
- Propuesta didáctica 4: Consumo Responsable y Comercio Justo.
- Propuesta didáctica 5: Desarrollo Comunitario y Principios de la Economía Social y Solidaria.
- Propuesta didáctica 6: Poner en práctica la Economía Social y Solidaria



Todas ellas, adaptadas a las diferentes etapas evolutivas del alumnado, con todos los materiales necesarios para llevarlas a cabo y el desarrollo de contenidos relacionados con la sesión que se va a impartir.

Con el fin de continuar mejorando y adaptando los materiales a la realidad de los centros educativos en los que se va a utilizar, así como para garantizar el cumplimiento de sus objetivos, se incluye una parte de evaluación tanto para el alumnado como para el profesorado de las sesiones, y una parte únicamente dirigida al profesorado de evaluación de la guía.

Además, contiene propuestas de actividades de continuidad y referencias bibliográficas con el objetivo, por un lado, de continuar trabajando las diferentes temáticas propuestas con el alumnado en el aula y, por otro, ofrecer al profesorado información para poder profundizar en los conceptos y ámbitos de los que trata esta guía.

La guía “La Economía Social y Solidaria en el contexto Educativo” ha sido diseñada por dos entidades pertenecientes a la Red de Economía Alternativa y Solidaria de Madrid (REAS Madrid) y al Mercado Social de Madrid (MESM):



Andecha, Participación y Trabajo Comunitario Entidad conformada por profesionales del ámbito de la Psicología Social, la Sociología, la Mediación Comunitaria, la Participación Ciudadana y la Intervención Social, con amplia experiencia en intervención social y dinamización comunitarias, mediación, investigación participativa, acompañamiento de grupos y formación presencial y/o virtual.

Andecha forma parte de REAS Madrid y del Mercado Social de Madrid (MESM), y del grupo cooperativo Tangente, siendo su marco de trabajo los principios del Cooperativismo y la Economía Social y Solidaria.

Entre sus líneas de especialización, se encuentra el trabajo con colectivos y personas en situación de riesgo y vulnerabilidad social, facilitando metodologías que fortalezcan su protagonismo y capacidades, así como el desarrollo de propuestas de mejora conectadas con los agentes sociales y recursos locales. También abordan el diseño y desarrollo de procesos y metodologías para la participación social y ciudadana, orientadas a la inclusión de grupos sociales excluidos en procesos participativos y ciudadanía que faciliten el buen gobierno y la salud comunitaria.



Economistas Sin Fronteras Es una Organización No Gubernamental de Desarrollo (ONGD) que desde su creación ocupa un espacio propio, trabajando sobre un área concreta de la realidad, la economía, y sus relaciones con la pobreza y las desigualdades.



EsF entiende que el trabajo en red y cooperativo es esencial para su misión, motivo por el que participa activamente en diversas plataformas y redes de organizaciones y movimientos sociales.

Su objetivo principal es contribuir a generar cambios que permitan alcanzar unas estructuras económicas y sociales justas y solidarias, basadas en los derechos humanos. Apuestan por un modelo de desarrollo que, además de garantizar el disfrute pleno de los derechos humanos, promueva la sostenibilidad de la vida.

Nuestro fin es la realización de programas y proyectos que contribuyan al desarrollo de zonas y sectores de la población especialmente vulnerables, tanto en España como en los países del Sur; el fomento de una nueva cultura económica a través de la promoción de la Responsabilidad Social Corporativa y las Inversiones Socialmente Responsables; y la realización de acciones de sensibilización y educación para el desarrollo dirigidas a distintos sectores de la sociedad, y en especial a los y las jóvenes. Asimismo, fomentan la Economía Social y Solidaria, contribuyendo tanto en la teoría como en la práctica a su implementación.



Contextualización Pág. 7



Objetivos generales de la guía . Pág. 32



Competencias Pág.34



Principios metodológicos Pág.37



Propuestas didácticas sobre economía social y solidaria para llevar a cabo en los centros educativos Pág.40



Evaluación de la guía Pág.256



CONTEXTUALIZACIÓN

1.1. Quiénes somos

1.2. Breve marco histórico y teoría de la economía social y solidaria

1.3. ¿Cuáles son los principios de la economía social y solidaria?

1.4. Mercado social de Madrid

1.5. Monedas sociales

1.6. ¿Por qué economía solidaria en los centros educativos?



1.1.

¿Quiénes somos?

ASAMBLEA DE COOPERACIÓN POR LA PAZ (ACPP)



Asamblea de
Cooperación
por la Paz

Asamblea de Cooperación por la Paz se define como una organización independiente, progresista y laica. Un punto de encuentro de personas que aspiran a vivir en un mundo que cimiente sus pilares en la dignidad, la justicia y la igualdad y se ponen a ello para aportar colectivamente su granito de arena. Las reglas del juego no son neutras y el trabajo de **ACPP** se enmarca en el deseo de cambiarlas desde la práctica cotidiana. **ACPP** tampoco es neutra, su labor se encamina a lograr una sociedad más igualitaria en la que todas las personas tengan la posibilidad de vivir una vida digna. La cooperación internacional, la acción en las escuelas, la intervención social en nuestros barrios y ciudades y la sensibilización ciudadana son puntos de apoyo fundamentales en esta labor de incidencia política.

¿Por qué nace ACPP?

Desde su nacimiento en 1990, **ACPP** apuesta firmemente por el pacifismo, la tolerancia y el diálogo.

Apoyamos a la sociedad civil, democrática y progresista de los países en vías de desarrollo, generando organización local, fomentando la participación ciudadana y la búsqueda de alternativas para conseguir sociedades más justas y más democráticas, donde los beneficios del desarrollo se redistribuyan más equitativamente, dando el protagonismo a los agentes locales.

En la línea educativa, **ACPP** afronta la realización de trabajos y estudios orientados al apoyo y desarrollo de las actividades de educación por la paz y sensibilización. Fomentar la tolerancia, solidaridad e interculturalidad al tiempo que se combate el racismo y la xenofobia, son nuestros objetivos para que nuestra sociedad tome una posición activa en la defensa de los derechos humanos.

¿Dónde trabajamos?

Desarrollamos proyectos en 18 países de Magreb (Mauritania, Marruecos, Túnez) África Occidental (Guinea Bissau, Malí, Níger, Senegal), el Caribe (Cuba, Haití, República Dominicana), Oriente Medio (Líbano, Israel, Territorios Ocupados Palestinos), Centroamérica (El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua) y Sudamérica (Colombia).

En España: aspiramos a realizar un enfoque integrado de la educación que contribuya a la formación de ciudadanos/as comprometidos con el avance hacia una nueva sociedad civil global a través de la acción local. Promovemos una sociedad más justa barrio a barrio y fomentamos una mayor participación social y la integración de las minorías en España. También trabajamos para involucrar a las personas migrantes en el desarrollo de sus países de origen desde Europa. Educando para el Desarrollo y sensibilización con el fin de que la ciudadanía europea sea más consciente de la realidad acercándonos a las causas principales de las desigualdades globales para poder combatirlas.

ASOCIACIÓN VECINAL LA UNIDAD DE VILLAVERDE ESTE



La [Asociación vecinal "La Unidad de Villaverde Este"](#) se fundó en el año 1976 fruto del trabajo voluntario de los vecinos y vecinas que la constituyeron y de las miles de personas que a lo largo de estos años han formado parte. Desde entonces hasta la actualidad, han sido muchas las reivindicaciones, luchas y actividades que se han desempeñado tomando como base la participación, la igualdad, la solidaridad y la convivencia entre vecinos y vecinas.

Desde su origen, la Asociación Vecinal se consagró como una entidad sin ánimo de lucro que luchaba por una mejora de las condiciones sociales de vida de las vecinas y vecinos del barrio de Villaverde Bajo. Así, la Asociación ha jugado y juega un papel protagónico en el barrio de Villaverde Bajo como espacio de encuentro de vecinos y vecinas, demandas, reivindicaciones, proyectos sociales y culturales con el objetivo de tejer redes y construir identidad de barrio. En este sentido, la lucha por la igualdad ha sido un pilar fundamental en la Asociación con el objetivo de conseguir un barrio diverso e intercultural que promueva la participación ciudadana y una buena convivencia en Villaverde Bajo.

A su vez, la Asociación juega desde entonces un papel mediador y de interlocutor entre las demandas y necesidades vecinales y la Administración. Este papel de mediación ha supuesto que las relaciones entre el tejido social y comercial del barrio de Villaverde Bajo se

potencien y se establezcan sinergias entre los comerciantes y vecinos con la Asociación Vecinal como interlocutor.

Para desarrollar estos valores, la Asociación ha colaborado activamente con otras entidades culturales, educativas, vecinales o comerciales promoviendo actividades y proyectos que fomenten la participación y coordinación entre entidades, acerquen el tejido asociativo al vecindario y mejoren la convivencia con el objetivo de potenciar una identidad de barrio basada en la interculturalidad y solidaridad entre vecinos.

REAS RED DE REDES DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA



[REAS, Red de Redes de Economía Alternativa y Solidaria](#) es una asociación confederal compuesta por 18 redes (14 territoriales y 4 sectoriales) que agrupan a 545 entidades y empresas con la participación de más de 38.000 personas –8.500 contratadas–. Estamos presentes en el ámbito internacional a través de RIPESS (Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social y Solidaria), formando parte además de la Confederación Empresarial Española de la Economía Social (CEPES), entre otros foros y ámbitos. Jurídicamente REAS es una Asociación de carácter no lucrativo, sin filiación partidista o religiosa alguna, con ámbito de actuación en todo el territorio del Estado Español.

¿Para qué nace REAS?

La Economía Solidaria surge de la necesidad de dar respuesta a la creciente deshumanización de la economía, al deterioro del Medio Ambiente y de la calidad de vida, así como a la falta de valores éticos que producen una degradación creciente en la cultura y la educación.

Por ello REAS tiene como misión fundamental el potenciar la Economía Solidaria como un instrumento que permita desarrollar una sociedad más justa y solidaria, caminando hacia el desarrollo sostenible y teniendo en cuenta la interdependencia de lo económico, lo social, lo ambiental y lo cultural. Para mayor información os invitamos entrar a la [página de REAS](#).

¿Cómo son las entidades que pertenecen a REAS?

Las organizaciones de la Economía Solidaria se caracterizan:

- Los productos, servicios, acciones propuestas o realizadas por la empresa /organización solidaria contribuyen a mejorar la calidad de

vida de las personas. Desarrollan relaciones comerciales justas.

- Se gestionan de manera autónoma independientemente de la entidad u organismo que la financie.
- Adoptan una posición crítica respecto a los excesos inducidos por la carrera productivista, la competitividad y las inversiones tecnológicas.
- Las personas trabajadoras están vinculadas a las decisiones que conciernen a su trabajo o al futuro de la empresa. Se presta una atención particular a la calidad del trabajo y a una mejora en la cualificación de todo el personal.
- La empresa/organización apoya iniciativas solidarias emprendidas en el seno de los grupos o regiones desfavorecidas.

[REAS Madrid](#), asociación creada en el año 2001, agrupa a más de un centenar de entidades que a su vez conforman el **Mercado Social de Madrid, cooperativa integral de empresas productoras de bienes y servicios y por consumidores y consumidoras.**

Para mayor información de REAS Madrid y sus [principales objetivos visita la siguiente página.](#)





1.2.

Breve marco histórico y teoría de la economía social y solidaria

ENTENDIENDO LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA VERSUS EL SISTEMA TRADICIONAL: la participación como elemento clave

Antes de comenzar debemos definir: "¿Qué es la economía? Es la ciencia que estudia la mejor forma de asignar recursos escasos entre fines alternativos para satisfacer las necesidades humanas". Algo así habrá escuchado la persona que haya cursado alguna disciplina o asignatura relacionada con la ciencia económica.

Siguiendo a Luis Razeto (1993) sabemos que en las diferentes teorías económicas existentes se ha dado escaso espacio a la cooperación y la comunidad y que, sin embargo, hablar de **Economía Solidaria significa desplegar una distinta racionalidad económica**, cuya comprensión exige nuevos conceptos y nueva teoría económica. Este aspecto es un punto de partida importante para entender el sentido de las corrientes de economía crítica y alternativa como, en la mayor parte de los casos, fuerzas extra-académicas apenas incorporadas en el ámbito académico convencional.

Para hablar de economía Solidaria ha de hablarse antes de Economía Social, de cuyo tronco nace aquella. La revolución industrial, a pesar del progreso material que proporcionó, también trajo consigo el empobrecimiento masivo de las amplias capas de la población que se agrupaban en torno a las nuevas formas de producción en las industrias: largas e intensas jornadas laborales, salarios insuficientes, problemas de salud asociados a pésimas condiciones en el puesto de trabajo... **El objetivo de maximizar el beneficio de una parte de las empresas no iba en consonancia con el respeto a unas garantías básicas para todas las personas trabajadoras de esas estructuras**, lo que, a su vez, y como no podía ser de otro modo, redundaba en un menor rendimiento durante la jornada laboral y, en el ámbito doméstico, fue contribuyendo a gestar situaciones de pobreza y desigualdad que no estaban previstas por el nuevo sistema.

Otro ejemplo históricamente reseñable es el del nacimiento de la **Sociedad Equitativa de los Pioneros de Rochdale**. El principio de



mutualidad fue el criterio básico con el que un grupo de personas que acababan de **perder su puesto de empleo constituyeron una cooperativa de consumo**, esto es, una agrupación de personas usuarias que **compartían el objetivo común de consumir productos básicos en condiciones ventajosas**. Este concepto, por novedoso y por práctico, dio paso a otras iniciativas que tomaron no solo la necesidad como la base de nacimiento de proyectos colectivos, sino también el interés por construir estructuras de funcionamiento más justas, participativas y donde la propiedad de los medios (de producción, de consumo...) estaba en manos de las mismas personas que trabajaban, consumían, y en definitiva, de quienes mayor interés tenían en que dichas iniciativas salieran adelante. Todas compartían el principio de autoayuda: "yo necesito algo y tú también: unámonos y consigámoslo en mejores condiciones".

¿Qué es la Economía Social y Solidaria?

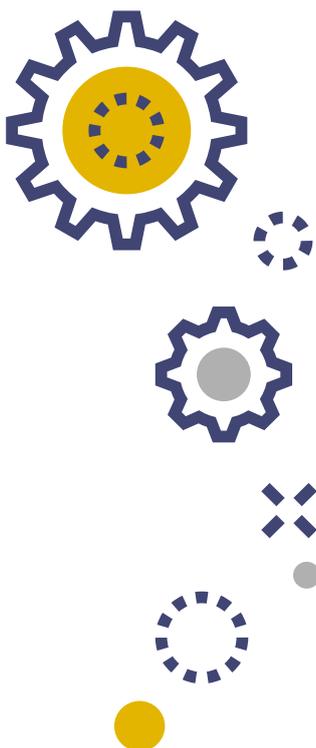
La Economía Solidaria hace referencia a un conjunto heterogéneo de concepciones y enfoques teóricos, realidades socio-económicas e institucionales, y prácticas empresariales y asociativas desarrolladas desde un creciente sentido de pertenencia a una forma diferente de entender el papel de la economía y los procesos económicos. La Economía Solidaria pone a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, otorgando a **los mercados un papel instrumental** (medio), siempre **al servicio del bienestar de todas las personas** y de la **reproducción de la vida en el planeta** (fin). Por ello se suele hablar de "**economía al servicio de las personas**".

La Economía Social y Solidaria se propone como una alternativa viable y sostenible para la satisfacción de las necesidades individuales y globales y aspira a consolidarse como un instrumento de **transformación social**.

Recoge una serie de valores universales y los incorpora como criterios básicos de funcionamiento: *equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social y democracia directa*. Y esta base ideológica compartida funciona a través de la combinación de diversos elementos, situaciones y objetivos: participación directa de las personas en **sistemas de decisión y organización democráticos**, voluntad de transparencia y **de equidad, empoderamiento de las personas participantes**, iniciativas que trabajan bajo la orientación ética de su actividad, **principio de cooperación** por encima del de competencia, preocupación preferente por el entorno social y ambiental, **focalización en la generación de empleo de calidad**, identificación en los entornos locales y con vocación de trabajar al servicio del bien común.

Este es el marco ideológico que cuenta con unas bases consensuadas

en el ya llamado "movimiento de la Economía Social y Solidaria". Un marco que se compone de elementos vivos, que se han ido perfilando, matizando, y en definitiva han hecho evolucionar el concepto de Economía Social y Solidaria hasta la actualidad.





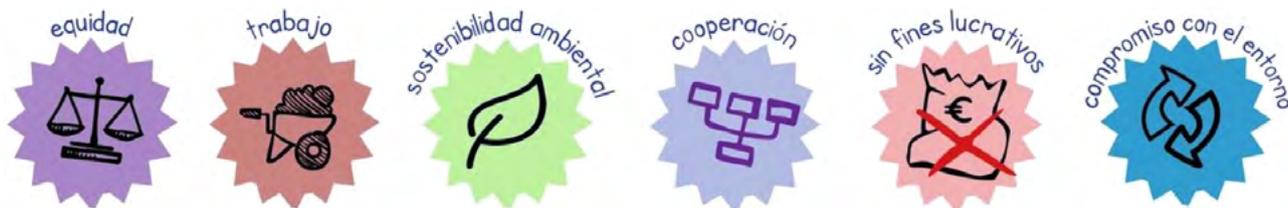
1.3.

¿Cuáles son los principios de la Economía Social y Solidaria?

La economía solidaria, en el marco de la tradición de la economía social, pretende incorporar a la gestión de la actividad económica, los valores universales que deben regir la sociedad y las relaciones entre toda la ciudadanía: equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social y democracia directa. Y en tanto que una nueva forma de producir, de consumir y de distribuir, se propone como una alternativa viable y sostenible para la satisfacción de las necesidades individuales y globales y aspira a consolidarse como un instrumento de transformación social. Las organizaciones que participamos en el movimiento de la economía solidaria en general y en REAS - Red de Redes en particular, compartimos, para el desarrollo de nuestra misión, los siguientes ejes transversales sobre los que se vertebran nuestros principios:

- La autonomía como principio de libertad y ejercicio de corresponsabilidad.
- La autogestión como metodología que respeta, implica, educa, iguala las oportunidades y posibilita el empoderamiento.
- La cultura liberadora como base de pensamientos creativos, científicos y alternativos que nos ayuden a buscar, investigar y encontrar nuevas formas de convivir, producir, disfrutar, consumir y organizar la política y la economía al servicio de todas las personas.
- El desarrollo de las personas en todas sus dimensiones y capacidades: físicas, psíquicas, espirituales, estéticas, artísticas, sensibles, relacionales...en armonía con la naturaleza, por encima de cualquier crecimiento desequilibrado económico, financiero, bélico, consumista, transgénico y anómalo como el que se está propugnando en nombre de un desarrollo "ficticio".
- La compenetración con la naturaleza.
- La solidaridad humana y económica como principio de las relaciones locales, nacionales e internacionales.

PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA



Principio de Equidad



Consideramos que la equidad introduce un principio ético o de justicia en la igualdad. Es un valor que reconoce a todas las personas como sujetos de igual dignidad, y protege su derecho a no estar sometidas a relaciones basadas en la dominación sea cual sea su condición social, género, edad, etnia, origen, capacidad, etc.

Principio de Trabajo



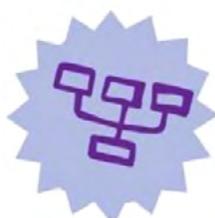
El trabajo como elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas entre la ciudadanía, los pueblos y los Estados. Por ello, desde REAS situamos la concepción del trabajo en un contexto social e institucional amplio de participación en la economía y en la comunidad.

Principio de Sostenibilidad Ambiental



Creemos que nuestra buena relación con la naturaleza es una fuente de riqueza económica, y de buena salud para todos y todas. De ahí la necesidad fundamental de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones, evaluando nuestro impacto ambiental (huella ecológica) de manera permanente.

Principio de Cooperación



Queremos favorecer la cooperación en lugar de la competencia, dentro y fuera de nuestras organizaciones vinculadas a la Red, buscando la colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados, fomentando las relaciones en red y la generación de sinergias.



Principio “Sin fines lucrativos”



El modelo económico que practicamos y perseguimos tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas y, como medio, la gestión eficiente de proyectos viables, sostenibles e integralmente rentables, cuyos beneficios se reinvierten y redistribuyen.

Principio de Compromiso con el Entorno



Nuestro compromiso con el entorno se concreta en la participación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio. Nuestras organizaciones están plenamente integradas en el territorio y entorno social en el que desarrollan sus actividades, lo que exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico.



1.4.

Mercado social de Madrid



mercado Social

MADRID

ENTENDEMOS POR UN MERCADO SOCIAL

“Una red territorializada de producción, distribución y consumo de bienes y servicios y aprendizaje común que funciona con criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios, en un territorio determinado, constituida tanto por empresas y entidades de la economía solidaria y social como por consumidores/as individuales y colectivos”.

En este caso, el Mercado Social es un instrumento de REAS RdR para impulsar la Economía Solidaria a través del avance en la interconexión de todas las fases del ciclo económico (producción, distribución, consumo y financiación) y mostrando y haciendo visibles todas las iniciativas económicas a la vez que reforzando nuestra intercooperación.

En cuanto a la organización del funcionamiento del Mercado Social, cada red territorial trabaja en la forma de la puesta en marcha del mismo, adaptada a sus necesidades. Pero todas trabajan por un objetivo común:

“Construir un espacio de personas consumidoras, proveedores y distribuidoras, donde la ciudadanía podamos ejercer nuestra opción de consumo con compromiso social”.

Con la creación de los mercados sociales en cada uno de los territorios se pretende:

Potenciar la visibilidad, viabilidad y sostenibilidad de las entidades de

Economía Solidaria y, especialmente, crear circuitos alternativos al comercio convencional desde la perspectiva del consumo responsable.

¿Cómo funciona la Red de Mercado Social?



Fuente: www.economiasolidaria.org/mercado_social

La red de Mercado Social se coordina a través de la Asociación de Redes de Mercado Social de la que actualmente forman parte: REAS Red de Redes, Coop57 (Servicios financieros éticos y solidarios), Fundación Fiare (Banca ética), Seguro ético y solidario CAES, Som Energía (cooperativa de energías renovables), Centro de Información e Investigación en Consumo (editores de la revista Opciones), Ecologistas en Acción (300 grupos ecologistas confederados), Diagonal (periódico quincenal de actualidad crítica) y los mercados sociales de cuatro territorios representados por Aragón, Baleares, Euskadi, Navarra y Madrid. Entre todas estas organizaciones suman más de 50.000 personas socias, 10.000 trabajadoras contratadas y más de 1.500 entidades organizadas alrededor de la economía solidaria.

Desde los mercados sociales se promueve que las relaciones de intercambio económico que se establecen sean democráticas y transparentes, y para ello se dotan de las herramientas necesarias para ser coherentes. Si decimos que hacemos un mercado mejor se tiene que poder demostrar a través de métodos eficaces y comunes que sean claramente comunicables. Las auditorías y balances sociales son un pilar fundamental de los mercados sociales y algo necesario para la construcción de una marca común de consumo responsable que sea

reconocida y valorada cada vez por más gente.

Mediante un cuestionario en línea, las entidades pueden disponer de un autodiagnóstico sobre su democracia interna, igualdad económica y de género, compromiso ambiental y social, calidad laboral y profesional. Como resultado de estas preguntas, se obtiene un balance social que permite ser una herramienta de mejora interna pero también servirá, si la empresa así lo desea, para disponer de datos agregados de los estándares éticos de la Economía Solidaria y el mercado Social.

Esta herramienta permite dar cuenta de cómo las entidades pertenecientes a los Mercados Sociales desarrollan actividades productivas, comerciales y financieras basándose en los principios fundamentales de la Economía Social y Solidaria: trabajo, equidad, cooperación, compromiso con el entorno, ausencia de ánimo de lucro y sostenibilidad medioambiental.



Gráfica de resultados de la Auditoría Social 2015. Fuente: Dossier de REAS RdR 2017



1.5.

Monedas sociales

Para introducir la idea de monedas sociales, se hace necesario comenzar hablando del dinero. El dinero es un acuerdo dentro de una comunidad de usar algo como medio de intercambio. Es una herramienta usada para el pago de bienes, servicios y cualquier tipo de obligaciones (deudas, impuestos, sanciones...). Para la mayoría de las personas, hablar de dinero es hablar de monedas y billetes. Generalmente se dice que el dinero tiene tres funciones principales, aunque puede tomar formas mucho más complejas:

- **MEDIO DE CAMBIO:** Esta es la función más importante del dinero, servir como medio de intercambio en las transacciones. Para que pueda cumplir dicha función, el dinero debe ser aceptado por todas las personas y generar confianza, debe ser fácilmente transportable, difícil de falsificar, divisible y estable en el tiempo.
- **UNIDAD DE MEDIDA:** Otorgar una unidad de valor de los bienes y servicios.
- **DEPÓSITO DE VALOR:** Es acumulable, siendo un valor en sí mismo.

La moneda en un sentido tradicional ha representado el medio de intercambio económico de facto. Desde hace más de dos milenios y medio ha mostrado innumerables ventajas, pero también una serie de inconvenientes que cobran una gran relevancia hoy en día. El dinero se ha convertido en un constructo que lo abarca todo, dejando de ser tanto un medio para lograr un fin (función de medio de cambio) para convertirse en un fin en sí mismo (función de depósito de valor). Esta tendencia está provocando que se deje de contemplar la vertiente humana y social de la solidaridad y la reciprocidad. Definimos las monedas sociales como sistemas de intercambio de bienes, servicios y saberes que presentan tres motivaciones principales: localizar los intercambios en el interior de un territorio o comunidad, dinamizar los intercambios locales en beneficio de las personas y transformar la lógica de los intercambios alejándolos de las prácticas de mercado (Como se cita en Ceballos Reyes, 2013).

Podemos encontrar varias tipologías de monedas sociales: por un lado, monedas sociales complementarias, aquellas que complementan a la moneda de curso legal aportando funciones de dinamización del comercio local de proximidad, fomento del autoempleo y aprovechamiento de los recursos locales; y, por otro, monedas denominadas como alternativas, que pretenden generar un sistema monetario diferente al oficial basado en dicha moneda.

Una moneda social complementaria no pretende anular o sustituir a la



moneda tradicional sino desarrollar los aspectos sociales positivos que ésta no puede (y desvincular la economía local del concepto de moneda como riqueza en sí misma, monopolizada por los bancos centrales y grandes oligopolios económicos). La moneda social es un instrumento para conseguir relaciones económicas igualitarias y basadas en el trabajo real. La moneda social se crea y se destruye por y en función de la actividad económica real que se dan entre las entidades y personas participantes.

Es una moneda local, que no produce intereses y que no tiene sentido acumular. Es una moneda que se crea de forma democrática, descentralizada y comunitaria, lo que permite consolidar y potenciar economías locales basadas en la cercanía y el conocimiento mutuo.

Juan Ceballos en su estudio *“Las Monedas sociales: del intercambio racional al intercambio razonable. Hacia la reconstrucción de la reciprocidad y la deuda”*, nos ofrece un cuadro ilustrativo con las principales diferencias entre las monedas convencionales y las sociales:

Monedas Convencionales	Monedas Sociales
Economía globalizada	Economía localizada
Moneda escasa basada en la acumulación	Moneda abundante basada en la no acumulación
Promueve el egoísmo y la competición	Promueve la solidaridad y la cooperación
Produce exclusión social y empobrecimiento	Busca la inclusión social y la justicia social
Créditos con intereses, rentabilidad económica	Créditos sin intereses, equidad social
Debilita el tejido social y económico	Fortalece el tejido social y económico
Organización y gestión por un sistema experto que obstaculiza la participación social	Organización y gestión democrática que favorece la participación social
Reproducción de las líneas jerárquicas	Procesos de empoderamiento
Equivalencia entre trabajo y empleo, exclusión de actividades tradicionalmente no remuneradas	Distinción entre trabajo y empleo, reconocimiento de los trabajos domésticos, reproductivos y de los cuidados
Aceptación y uso basados en la jerarquía de los bancos centrales de los estados-nación	Aceptación y uso basados en la confianza en los demás y en el conjunto del grupo o comunidad
Preocupación por el control social y la sostenibilidad del lucro	Preocupación por las personas y la sostenibilidad de los modos de vida

Fuente: Ceballos Reyes, J. (2013). *Las Monedas Sociales: del intercambio racional al intercambio razonable. Hacia la reconstrucción de la reciprocidad y la deuda*.

Por su misma esencia presenta una característica fundamental y que la distingue completamente de la moneda tradicional: fomenta unos lazos muy fuertes entre las personas productoras, compradoras y



consumidoras de los productos locales; involucra a todos los agentes sociales en el desarrollo de las actividades económicas, acercando la economía al cotidiano de las personas y haciéndolas partícipes de ella. Además, reafirma la identidad local, el sentimiento de formar todos parte de un mismo colectivo, la sinergia, y la idea de reciprocidad.

En este sentido, se las pueden considerar como herramientas de cambio social y político debido a que son creadas por las comunidades y sirven para satisfacer sus necesidades. Como bien se dijo, el beneficio de su implementación es que son útiles para empoderar a las personas, comunidades, y generar mayor actividad social. Las monedas sociales permiten a las personas relacionarse de otra manera con su territorialidad.

Algunos ejemplos de las Monedas Sociales en el uso cotidiano

Las monedas sociales, permiten crear redes comerciales, donde ofrecen a los comercios una oportunidad de crear redes entre ellos, proporcionándoles una plataforma para publicitar su trabajo a otros miembros, esto puede generar un incremento de las ventas gracias a que los compradores buscan oportunidades de negocio dentro de la propia red de la moneda. Los negocios pueden identificar criterios éticos en el intercambio que realicen o simplemente reconocer la ventaja comercial del incremento de los intercambios mutuos gracias a su pertenencia a la red.

Monedas e impacto ambiental

El bienestar de las personas también depende de un medio ambiente sano. Las Monedas Sociales juegan un rol importante en los esfuerzos para valorar los recursos finitos del planeta, superar la doctrina del crecimiento económico infinito e incentivar comportamientos más sostenibles. Hay numerosas maneras con las que se puede incluir en esta área, como por ejemplo recompensando la reducción de emisiones de carbono por parte de la ciudadanía y las empresas, o creando un sistema de contabilidad para la evaluación de los recursos naturales.

Rediseñar el dinero con objetivos ecológicos en mente puede direccionar comportamientos y cambios en los patrones de consumo que ahorren energía, reduzcan los desperdicios o promuevan la producción de comida ecológica. Una moneda puede, por ejemplo, funcionar como un sistema de ahorro y recompensa donde los créditos ganados a través de actividades sostenibles medioambientalmente, como por ejemplo cambiar a un proveedor de energía renovable o llevar la basura doméstica al centro de reciclaje, puedan ser intercambiados por diversos

servicios públicos o por productos sostenibles. Otras monedas pueden movilizar inversiones en energías renovables, ya sea a nivel de hogar, de empresa o estado.

El Boniato, la Moneda Social del Mercado Social de Madrid

El boniato es la moneda complementaria del Mercado Social de Madrid (MES). Es una moneda con dos vertientes, por un lado, funciona para promover los intercambios comerciales entre las entidades del Mercado Social, por otro, es una moneda que genera descuento para las personas consumidoras que quieran adquirir bienes y servicios dentro de la red de comercios del MES y en este sentido es similar a los sistemas de puntos que ofrecen otras empresas (López Morales, 2016).



Fuente: López Morales, G. (2015). Monedas diferentes que generan una economía diferente. [Blog] [El Salmón Contracorriente](#).

La moneda social nació en el año 2013 para fomentar la economía real, y recuperar una de las funciones del dinero: las relaciones económicas igualitarias y basadas en el trabajo real, por y para la gente. La moneda social se crea y se destruye por y en función de la actividad económica real que se dan entre las entidades y personas participantes, no produce intereses y que no tiene sentido acumular. Esto elimina la posibilidad de



especular con ella y facilita una alta rotación de la misma, aspecto que favorece los intercambios internos. En este sentido, nunca hay escasez de moneda, sino que existe tanta como riqueza o trabajo real existe en el Mercado Social.

El boniato no tiene una representación física (billetes o similar). Los intercambios en moneda social se realizan a través de procedimientos electrónicos mediante una interfaz web en la que cada usuario dispone de una cuenta propia en moneda social. En nuestro sistema conviven el euro (con su realidad física) y la moneda social con una relación de equivalencia 1:1 entre ambas.

Otros ejemplos de Monedas Sociales Estado Español e Internacional

El OSEL¹, moneda social de Región de Murcia

Es una moneda social complementaria, sin representación física y funciona online. Se utiliza en las ferias y mercadillos y se suelen emitir de forma física para esos eventos, sólo por comodidad y se utilizan en ese momento para luego evitar falsificaciones, por lo que se devuelven los OSELES que sobren y no son válidos para el intercambio y fuera de estos eventos. Contrariamente a la economía formal, una persona usuaria puede tener un saldo negativo frecuentemente. Los márgenes aprobados en asamblea para usuarias normales son de +400 oseles/ -400 oseles, y para cuentas colectivas de +1500 Oseles / -1500 Oseles. El sistema suma cero. Si alguien está en + 75 oseles es porque hay alguien que está en -75 oseles o alguna combinación similar. Si empiezas dando servicios o bienes, tu saldo será inicialmente positivo. Si los solicitas, empezarás en negativo. El colectivo de que lleva a cabo los OSELES, propone que hay que desprenderse de los prejuicios del concepto de DEUDA de la economía formal. Si no hay gente en negativo es imposible que haya gente en positivo. Es imposible el intercambio. Si se llega a 400 OSELES hay que empezar a consumir. No se puede acumular. La moneda debe servir para el intercambio, no para especular. Además, hay un coeficiente de oxidación si se permanece con saldo positivo inmovilizado. Se puede estar en negativo con normalidad hasta un límite de -400 oseles. Después hay que aportar cosas a la comunidad para equilibrar el balance.

Estar en negativo equivale a pedir un crédito a otra persona que está dispuesta a avalar con lo que se pueda aportar a la comunidad posteriormente. De este modo se descentraliza la potestad de conceder créditos (ya no depende de unas pocas entidades) y se posibilita que no

1

Para más información Web: <http://oselregiondemurcia.blogspot.com.es/p/como-funciona.html>



haya escasez de dinero.

Bristol Pound

Bristol es la primera ciudad del Reino Unido que crea su moneda local, el Bristol Pound², el primero en tener cuentas electrónicas administradas por una institución financiera regulada, y el primero que puede utilizar esta moneda para pagar algunos impuestos locales.

El Bristol Pound se ejecuta como una asociación sin fines de lucro entre la Bristol Pound Community Interest Company y Bristol Credit Union.

Se puede utilizar esta moneda de tres formas diferentes:

- Utilizando el formato físico
- Utilizando el teléfono móvil y el sistema de pago vía SMS
- La propia cuenta online de Bristol Pound

La variedad de opciones para utilizar esta moneda hace que sea más fácil y accesible el uso. El Bristol Pound se puede utilizar para pagar facturas, impuestos y de consumidores a negocios (comercial directo).

Todas las cuentas online son administradas y gestionadas por Bristol Credit Union, un sistema bancario seguro.



1.6.

¿Por qué Economía Solidaria en los centros educativos?

¿Qué es economía? Si nos remontamos al origen etimológico de la palabra, hacer economía significa *gestionar la casa en la que uno vive*. Al hablar de casa, podemos entender como tal el lugar amplio en el que vivimos, es decir no sólo nuestra casa, sino nuestro barrio, nuestra ciudad, el Estado en el que vivimos, nuestro planeta. Esto es extrapolable a cualquier actividad que desarrollamos en nuestro día a día, desde la adecuada gestión de nuestros ríos o bosques, de nuestras horas de trabajo, o la manera de producir y distribuir alimentos. Si esto es así, podríamos decir que todos y todas hacemos economía todo el tiempo. Pero ¿lo sabemos?

Desde el enfoque educativo, la Economía Social y Solidaria trata de trasladar aquellos valores y principios que deberían regir nuestra sociedad, y que se trabajan continuamente en los espacios educativos, al ámbito económico. Valores como la cooperación, el cuidado del entorno, la igualdad o la solidaridad deben estar insertos en nuestra manera de consumir, de conformar empresas y de entender las relaciones económicas para lograr una economía más justa, democrática e inclusiva. Además, cuestiones relacionadas con la creación de estructuras de trabajo que ofrecen bienes y servicios no sólo para conseguir riqueza y lucro, sino como un instrumento que enriquezca el entorno y genere formas más sostenibles de satisfacer nuestras necesidades, hacen de la Economía Solidaria un instrumento para repensar y mostrar una imagen del mundo más sostenible y solidaria.

Alumnado como agente de cambio social y económico: apropiarnos de la Economía, poner a las personas en el centro de ella

Creemos que es necesario concienciar y educar al alumnado en la reapropiación de la economía. Como decíamos, si todas y todos hacemos economía, ¿tiene sentido dejar que una persona desconocida decida, por ejemplo, sobre qué comida consumir en nuestra propia casa o cómo ordenar nuestros armarios? Evidentemente no. Entonces, ¿por qué dejamos que algunas personas y corporaciones que no actúan por el bien común, promueven valores no democráticos y no se preocupan

por el medio ambiente y el futuro de nuestro planeta, determinen la gestión de nuestros recursos?

En estos tiempos de crisis, se ha puesto de manifiesto que la economía tradicional pone su foco principalmente en lo económico, dejando en su segundo plano el bienestar de las personas. La Economía Social y Solidaria trata de recuperar el espacio central que las personas deberían tener en la gestión de la satisfacción de las propias necesidades, poniendo a la economía al servicio de las mismas y no al revés.

Fomentar la participación de las personas en la economía

Actualmente, la participación social se muestra como un ámbito a fomentar, identificado como necesario para lograr cambios y transformaciones profundas que beneficien nuestra calidad de vida. Parece bastante lógica esta tendencia si entendemos que la participación conlleva la movilización de las personas que forman parte de una comunidad hacia el logro de un objetivo común que ayude a suplir las necesidades que existen en ella y, por tanto, conseguir cambios sociales. Estos procesos tienen, además, un carácter inclusivo, ya que obligan a integrar acciones diversas mediante las que las personas deben luchar de manera conjunta, unidas y organizadas (Berroeta y Rodríguez, 2010), propiciando la creación de redes de apoyo mutuo y solidaridad. Partiendo de esta afirmación, son varios los estudios que ponen en relieve la relación positiva entre la Participación y el Sentimiento de Comunidad o la Satisfacción Comunitaria (Hombrados y López, 2014; Ramos-Vidal y Maya-Jariego, 2014), así como con el Empoderamiento Comunitario (Ohmer, 2007; Perkins y Zimmerman, 1995). Estas interrelaciones son claras si pensamos en que, a través de la participación, las personas son capaces de controlar las circunstancias sobre las que están sometidas, de manera que a través de su compromiso personal y de la toma de conciencia colectiva, llegan a tomar el control de los recursos que posee su comunidad.

Cuando hablamos de economía, nos damos cuenta de que se nos muestra como un ámbito de la vida ajeno, que se sitúa fuera de nuestros hogares o barrios, apto para personas adultas especializadas, en la que la ciudadanía de a pie no tenemos capacidad de influencia o propuesta pudiendo sólo adaptarnos a la urgencia de nuestros consumos (siempre en relación con nuestra capacidad de adquirirlos). No nos sentimos parte de la economía, sino receptoras de sus movimientos y consecuencias, olvidando que las relaciones económicas son a su vez, relaciones sociales que determinan y condicionan el resto de ámbitos de nuestras vidas. En definitiva, sentimos que no podemos participar de la economía ya que creemos no poder controlar el funcionamiento de la misma. Pero ¿esto es realmente así?



En la medida que trabajemos en la idea de que la economía es algo cercano, presente de una manera inevitable en la vida de las personas, que va más allá de las relaciones monetarias y rompamos, a través de la sensibilización, la información y la capacitación, esa sensación de lejanía, podremos lograr que la participación de las personas en ella sea más natural, determinante e inspiradora de nuevas formas de gestionar nuestros recursos, es decir, de hacer economía.

Ser conscientes de nuestro poder para hacer una economía transformadora

Entonces, como decíamos, si todas y todos hacemos economía, ¿por qué tenemos esa sensación de indefensión ante la gestión de nuestros recursos? Se hace necesario hacer hincapié en el poder que todas las personas tienen para generar una economía más justa y solidaria. Esto significa, por ejemplo, ser capaces de decidir con nuestras compras qué tipo de proyectos queremos sostener, o con nuestros ahorros qué iniciativas queremos financiar. Consumir debería dejar de ser un acto inconsciente y automático, para convertirse en una manera de poner en práctica nuestro poder a la hora de mejorar nuestros entornos, la vida de nuestros barrios. Por ello, trabajar este enfoque y provocar la reflexión y la conciencia crítica entre la población durante su etapa educativa, aumenta el impacto de ese poder, integrándolo dentro de la comunidad para convertir el consumo en un medio a través del que lograr una auténtica transformación social que nazca desde lo cotidiano.

Simplificar la comprensión de la economía

Hoy en día la economía se ha vuelto altamente compleja y abstracta con derivados financieros, mercados de valores y paraísos fiscales, entre otras cuestiones. Asimismo, las lógicas monetarias han cambiado, así como la influencia que tiene en nuestro modo de vida el valor o la sensación de escasez de dinero que se nos transmite día a día. Por ello, para lograr que el alumnado sea más consciente de su papel como agente de cambio en este ámbito, necesitamos acercar la economía a su vida cotidiana, hacerla tangible y recuperar su significado más primario.

Por lo tanto, trabajar en las aulas cuestiones como el consumo responsable, los principios y valores de la Economía Social y Solidaria, Comercio Justo, otras formas de poder organizar el trabajo, formas jurídicas que nos permiten adueñarnos de nuestro trabajo o conocer organizaciones democráticas y horizontales en las que emplearse, es muy necesario para conseguir promover la reflexión, la opinión crítica, la motivación para el cambio y, en definitiva, educar en valores al alumnado

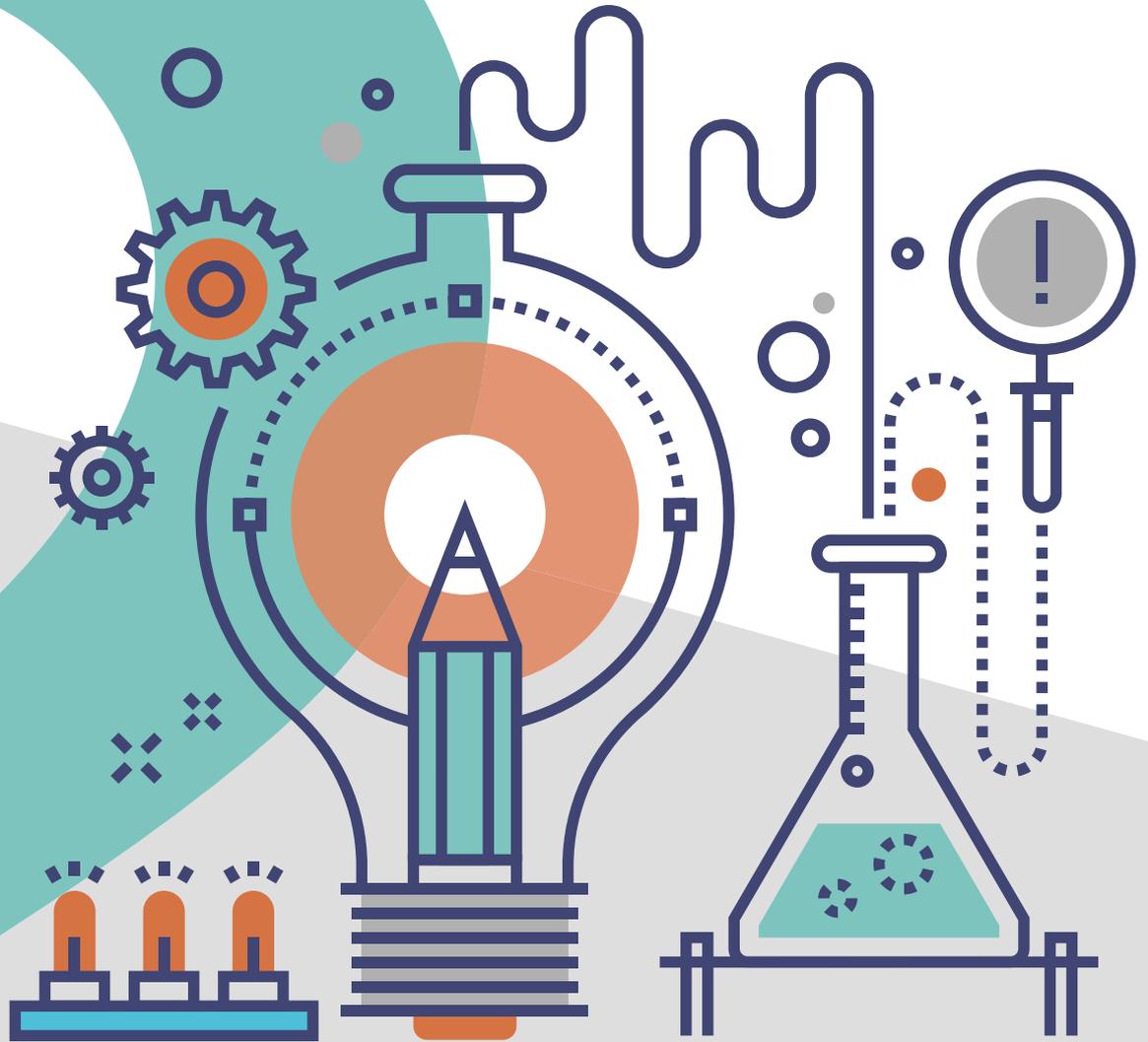
hacia una economía más justa.

En este sentido, además de acercar la Economía Social y Solidaria a los centros Educativos a través de actividades donde se trabaje de una manera participativa y cercana a la cotidianidad del alumnado, consideramos fundamental que toda la comunidad educativa vivencie una experiencia del sentido comunitario y ético de la economía a través de una herramienta como la Moneda Social.

Las monedas sociales son un buen instrumento para plantear al alumnado con el fin de que se produzca un replanteamiento del sentido del dinero, del trabajo, de las relaciones económicas y de las relaciones sociales. Las monedas sociales, al ser instrumentos ligados a la economía real, sirven como herramientas para explicar estas dinámicas complejas que se nos presentan en la economía de hoy en día y para reforzar la participación del alumnado en su propia economía.

Además, las monedas sociales se presentan como una herramienta muy útil para fomentar la realización de actividades solidarias y sostenibles entre el alumnado. Si planteamos una retribución en moneda de curso legal a cambio de involucrarse en actividades, aplicaríamos un enfoque mercantilista dejando de lado el trabajo transversal de valores solidarios. Pero al utilizar moneda social, conseguimos que dicha compensación se haga a través de un elemento en el que ellos y ellas han tomado parte, han participado y han elegido cómo va a funcionar, a la vez que se contribuye con la mejora del entorno y la comunidad en la que viven.



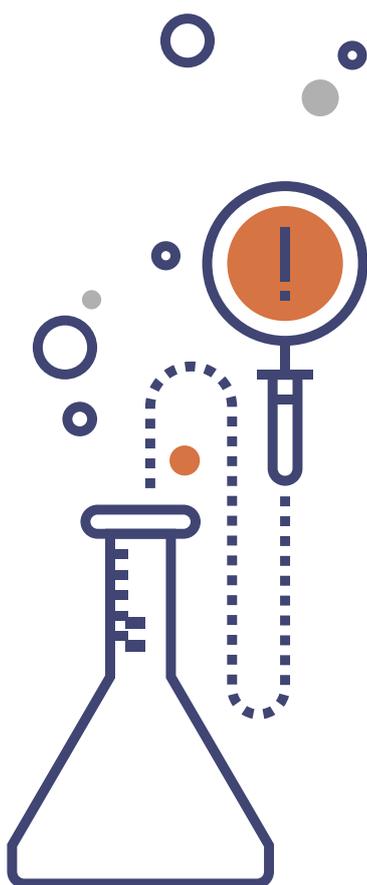


OBJETIVOS GENERALES de la guía



A través de las diferentes propuestas didácticas sobre Economía Social y Solidaria presentadas, se pretende lograr que:

- La Comunidad educativa, y especialmente el profesorado, conozca un enfoque de la actividad económica que tiene en cuenta a las personas, el medio ambiente y el desarrollo sostenible y sustentable.
- El profesorado adquiera herramientas para sensibilizar a toda la Comunidad educativa, y especialmente al alumnado, sobre los principios universales que la Economía Solidaria y Social incorpora en la sociedad y las relaciones entre toda la ciudadanía: equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social y democracia directa.
- La Comunidad Educativa esté motivada a participar activamente en la construcción de un mundo más justo y solidario, defendiendo los valores de: justicia social, solidaridad, libertad y responsabilidad.





COMPETENCIAS



La competencia supone **una combinación de habilidades** prácticas, actitudes, emociones, conocimientos, motivación, valores éticos y otros componentes sociales y de comportamiento que se movilizan conjuntamente para lograr una acción eficaz. En el caso de las propuestas didácticas de Economía Social y Solidaria, tanto por los objetivos propuestos, como por la metodología utilizada y los contenidos a trabajar, se promueve la adquisición de competencias básicas referidas en la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE):

Competencias denominadas sociales y cívicas: son aquellas que conllevan la habilidad y capacidad para utilizar los conocimientos y actitudes sobre la sociedad, entendida desde las diferentes perspectivas, en su concepción dinámica, cambiante y compleja, para interpretar fenómenos y problemas sociales.

Desde la guía no sólo se expone un problema que afecta a alumnado y a sus familias, sino que implica a toda la Comunidad Educativa, así como al entorno, el barrio, en el que el Centro Educativo está inmerso, teniendo un enfoque orientado al desarrollo comunitario.

Para identificar las responsabilidades y la motivación en la búsqueda de soluciones, es necesario poner en marcha habilidades para la empatía, la solidaridad y la convivencia, que capaciten al alumnado como ciudadanos y ciudadanas responsables y conscientes de sus derechos como consumidores/as.

Competencia Aprender a Aprender: requiere conocer y controlar los propios procesos de aprendizaje para ajustarlos a los tiempos y las demandas de las tareas y actividades que conducen al aprendizaje. La competencia de aprender a aprender desemboca en un aprendizaje cada vez más eficaz y autónomo.

A través de las actividades propuestas se favorece que el alumnado sea protagonista de sus aprendizajes, siendo condición indispensable que participe de ellos. Proponemos, por tanto, partir de los conocimientos previos del alumnado, de sus saberes, para promover su implicación y las interacciones con su grupo de iguales. Partir del propio conocimiento del alumnado, así como de sus opiniones y emociones, procura experiencias de éxito que repercuten directamente en su motivación, confianza y autoestima.

Los aprendizajes significativos, colaborativos y experienciales permiten



al alumnado transferir los conocimientos adquiridos a otros contextos y le proporciona herramientas para incidir positivamente en su entorno.

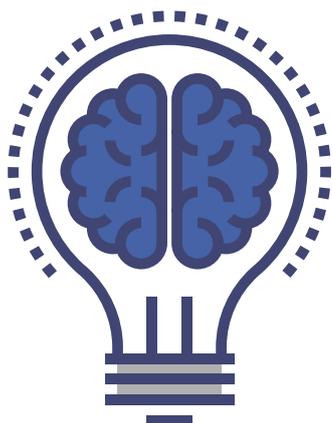
Competencia sentida de la iniciativa y espíritu emprendedor: Entre los conocimientos que requiere esta competencia se incluye la capacidad de reconocer las oportunidades existentes para las actividades personales, profesionales y comerciales. También incluye aspectos de mayor amplitud que proporcionan el contexto en el que las personas viven y trabajan, tales como la comprensión de las líneas generales que rigen el funcionamiento de las sociedades y las organizaciones sindicales y empresariales, así como las económicas y financieras; la organización y los procesos empresariales; el diseño y la implementación de un plan (la gestión de recursos humanos y/o financieros); así como la postura ética de las organizaciones y el conocimiento de cómo estas pueden ser un impulso positivo.

El conocer otras formas de organización del trabajo y cómo emprender una idea de negocio, dentro del marco de la Economía social y solidaria, permite al alumnado desarrollar competencias de autonomía y criterios para su próxima inserción laboral.

Competencia comunicación lingüística: Esta competencia se refiere a la utilización del lenguaje como instrumento de comunicación oral y escrita, de representación, interpretación y comprensión de la realidad, de construcción y transmisión del conocimiento y de organización y autorregulación del pensamiento, las emociones y la conducta.

Los principios metodológicos expuestos en esta guía procuran la dinamización de las sesiones de tal manera que las interacciones y el diálogo sean la base de los aprendizajes, fomentado el pensamiento crítico y el enfoque apreciativo. Para llevar a cabo estos principios es necesario promover:

- La expresión de pensamientos, emociones, vivencias y opiniones.
- La reflexión.
- El diálogo.
- Saber escuchar y respetar las diferencias (de opinión o de emociones).
- La construcción de una opinión crítica y ética a través del debate y la exposición de argumentos (ya sean teóricos o emocionales).
- La capacidad de llegar a acuerdos y tomar decisiones.





PRINCIPIOS METODOLÓGICOS



Principio formativo: Igualdad e inclusión

- **Aprendizaje dialógico:** Creemos en la riqueza que aportan las múltiples interacciones y diálogos al proceso de aprendizaje.
- **Enfoque apreciativo:** Mostrar las dificultades como desafíos y oportunidades de aprendizaje y crecimiento.
- **Valores transversales:** Se trata de incorporar a los procesos de aprendizaje un enfoque de educación en valores que transversalice los contenidos. Es un compromiso de las entidades que forman parte de REAS utilizar un lenguaje inclusivo e introducir en las sesiones formativas la perspectiva de género y la promoción de la igualdad de oportunidades. Se propone una metodología inclusiva a través de la visibilización de la diversidad en cuanto a origen, edad, identidad y orientación sexual, funcional y psíquica.
- **Valor de las diferencias:** poner en valor las diferencias como fuentes de aprendizaje colectivo, inherentes a cualquier grupo educativo.

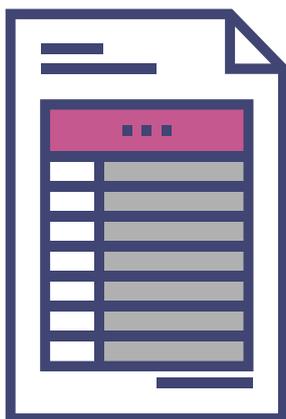
Principio formativo: Participación

- **Aprendizaje significativo:** Relacionar el saber que ya tiene el alumnado en relación con el tema que se va a tratar con la información nueva que va a recibir en la sesión.
- **Aprendizaje experiencial:** Combinación de percepción, experiencia, cognición y comportamiento.
- **Pensamiento crítico:** Reflexionar, analizar y argumentar la consistencia de los razonamientos que se exponen.
- **Aprendizaje colaborativo:** Construcción descubrimiento y transformación de conocimiento desde la colaboración grupal y las relaciones interpersonales y afectivas.
- **Aprendizaje centrado en la persona:** La persona como protagonista de su propio aprendizaje.



Principio formativo: Formación orientada a la acción

- **Actuaciones educativas de éxito:** Innovación metodológica inspirada en actuaciones educativas que plantean nuevos enfoques y cumplen objetivos de aprendizaje.
- **Entusiasmo, ilusión y motivación:** Promoción de actitudes y emociones que motiven para la acción transformadora de los entornos.
- **Altas expectativas:** Enfoque basado en la alta capacidad de los grupos de producir conocimiento, autorregularse y desarrollar sus habilidades y capacidades.
- **Ámbito formativo como instrumento transformador:** Creemos que existe una relación directa entre el espacio educativo y las iniciativas de transformación social, ya que es en este entorno donde se pueden dar procesos formativos que motiven y den las herramientas a las personas para incidir positivamente en su entorno.





PROPUESTAS DIDÁCTICAS sobre economía social y solidaria



5.1. Principios de la Economía Social y Solidaria

*alumnado
6-8 años*

5.2. Agroecología y Sostenibilidad Alimentaria

*alumnado
8-10 años*

5.3. Acciones Sostenibles

*alumnado
10-14 años*

5.4. Consumo Responsable y Comercio Justo

*alumnado
12-14 años*

5.5. Desarrollo Comunitario y Principios de la Economía Social y Solidaria

*alumnado
a partir de
15 años*

5.6. Poner En Práctica La Economía Social y Solidaria

*alumnado
a partir de
15 años*



5.1.

Propuesta Didáctica 1

Sobre Economía Social Y Solidaria:

PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

ÍNDICE

CONTENIDOS

PERSONAS DESTINATARIAS	43
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	43
CONTENIDOS	43
<u>PRINCIPIO DE EQUIDAD</u>	
<u>PRINCIPIO DE TRABAJO</u>	
<u>PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL</u>	
<u>PRINCIPIO DE COOPERACIÓN</u>	
<u>PRINCIPIO “SIN FINES LUCRATIVOS”</u>	
<u>PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO</u>	

EN EL AULA

ACTIVIDAD PRINCIPAL	54
<u>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</u>	
<u>OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO</u>	
<u>METODOLOGÍA</u>	
<u>DESARROLLO</u>	
<u>DURACIÓN</u>	
<u>LUGAR</u>	
<u>MATERIALES</u>	
TRANSFERENCIA Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA	56

MATERIALES

EVALUACIÓN	56
ANEXOS	57
<u>ANEXO I. CUENTO ¡SOMOS UN EQUIPO!</u>	
<u>ANEXO II. FICHAS PARA COLOREAR</u>	
<u>ANEXO III. ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA “LAS ABEJAS EN EL PUENTE”</u>	
<u>ANEXO IV. ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA. SALVEMOS LOS ÁRBOLES</u>	
<u>ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO</u>	
<u>ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA</u>	
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	58

PERSONAS DESTINATARIAS



Profesorado que imparte docencia a alumnado de entre 6 y 8 años y/o estén cursando Primer Ciclo de Primaria.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



A través de la Propuesta Didáctica sobre Principios de la Economía Social y Solidaria, se pretende conseguir que el profesorado:

- Conozca los principios de la economía social y solidaria.
- Cuento con herramientas y recomendaciones didácticas para sensibilizar sobre los principios de la economía social y solidaria en el aula.

CONTENIDOS

Principios y valores de la Economía Social y Solidaria

La economía solidaria, es un enfoque de la actividad económica que tiene en cuenta a las personas, el medio ambiente y el desarrollo sostenible y sustentable, como referencia prioritaria, por encima de otros intereses. La economía solidaria en sus formas más diversas es una manera de vivir que abarca la integralidad de las personas y designa la subordinación de la economía a su verdadera finalidad: proveer de manera sostenible las bases materiales para el desarrollo personal, social y ambiental del ser humano.

La referencia de la economía solidaria es cada sujeto y las comunidades creadas desde las iniciativas sociales, por lo que no se la identifica según los beneficios materiales de una iniciativa, sino que se define en función de la calidad de vida y el bienestar de sus miembros y de toda la sociedad como sistema global.

PRINCIPIO DE EQUIDAD

Se considera que la equidad introduce un principio ético o de justicia en la igualdad. Es un valor que reconoce a todas las personas como



sujetos de igual dignidad, y protege su derecho a no estar sometidas a relaciones basadas en la dominación sea cual sea su condición social, género, edad, etnia, origen, capacidad, etc.

Una sociedad más justa es aquella en la que todas las personas se reconocen mutuamente como iguales en derechos y posibilidades, y tiene en cuenta las diferencias existentes entre las personas y los grupos. Por ello debe satisfacer de manera equitativa los intereses respectivos de todas las personas.

La igualdad es un objetivo social esencial allí donde su ausencia trae consigo un déficit de dignidad. Cuando se vincula con el reconocimiento y respeto a la diferencia, lo denominamos “equidad”.

DESDE ESTA CONCEPCIÓN DE LA EQUIDAD, LA ECONOMÍA SOLIDARIA DEFIENDE:

- El reconocimiento mutuo de las diferencias y la diversidad desde la igualdad de derechos.
- El justo valor de los recursos libres de especulaciones financieras, y su justa distribución.
- La igualdad de oportunidades para todas las personas y la necesidad de generar condiciones que la promueven de manera efectiva.
- El derecho a la participación en todos los ámbitos de nuestra vida cultural, social, económica, política, etc.
- El derecho a la información accesible, clara y frecuente para poder participar y tomar decisiones en todos los aspectos que nos conciernen como personas.
- La transparencia informativa como requisito para poder conocer, opinar y participar con conocimiento de la realidad y tomar las medidas oportunas que convengan al bien común, tanto en nuestras organizaciones como en todos los estamentos de la sociedad.
- La solidaridad organizada, para paliar la falta de fraternidad o de justicia.
- El compromiso con las personas y comunidades empobrecidas.

ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA EQUIDAD:

- Para la igualdad de oportunidades no es suficiente la cuestión de paridad en los puestos, sino que es necesario promover el desarrollo de las capacidades de todas las personas de manera equitativa. Esto supone desarrollar actuaciones que



compensen la diversidad de desventajas sociales para que muchas personas tengan realmente las mismas posibilidades.

Un elemento básico es la paridad económica: a igual trabajo, igual remuneración.

- Para la participación es necesario promover el acceso a todas las personas implicadas en la organización, poniendo todos los medios y creando cauces de accesibilidad que motiven la responsabilidad y el proceso de empoderamiento.
- Sobre la transparencia es preciso también comunicar al entorno nuestros objetivos y resultados, asegurando instrumentos de comunicación adecuados para que llegue la información a los colectivos preferentes.
- Para verificar cómo se están practicando la participación, la transparencia, la información y en definitiva la igualdad de oportunidades, es necesario realizar análisis permanentes.

PRINCIPIO DE TRABAJO



Se considera que el trabajo es un elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas entre la ciudadanía, los pueblos y los Estados. Por ello desde REAS se sitúa la concepción del trabajo en un contexto social e institucional amplio de participación en la economía y en la comunidad.

Se afirma la importancia de recuperar la dimensión humana, social, política, económica y cultural del trabajo que permita el desarrollo de las capacidades de las personas, produciendo bienes y servicios, para satisfacer las verdaderas necesidades de la población (nuestras, de nuestro entorno inmediato y de la comunidad en general).

Se constata que estas actividades las podemos ejercitar individual o colectivamente, y pueden ser remuneradas o no (trabajo voluntario) y la persona trabajadora pueda estar contratada o asumir la responsabilidad última de la producción de bienes o servicios (autoempleo).

Dentro de esta dimensión social hay que destacar que, sin la aportación del trabajo llevado a cabo en el ámbito del cuidado a las personas, fundamentalmente realizado por las mujeres, nuestra sociedad no podría sostenerse. Trabajo que aún no está suficientemente reconocido por la sociedad ni repartido equitativamente.



DESDE ESTA CONCEPCIÓN DEL TRABAJO, LA ECONOMÍA SOLIDARIA DEFIENDE:

- Recuperar la dimensión humana del trabajo. Las personas son las protagonistas principales de la economía solidaria, y como tales deben crecer a través del desarrollo de sus capacidades: de iniciativa y creatividad, de pensar, de comunicación, de gestión, de trabajo en equipo, de asumir riesgos, de investigar... Es también un factor de inclusión e integración social y un pilar de la autoestima de la persona relacionado con todas las dimensiones de su vida.
- La dimensión social del trabajo: que significa poner nuestras capacidades al servicio de las necesidades de la comunidad y de la población en general. Incluyendo y teniendo en cuenta todas las formas de actividades como por ejemplo el trabajo doméstico o las tareas en el ámbito del cuidado a las personas.
- Las dimensiones políticas del trabajo: **a)** El derecho de todas las personas a tener pleno acceso a las oportunidades sociales de obtención de recursos; los derechos fundamentales del trabajo y el diálogo social. **b)** El derecho a participar en la planificación de lo que hay que producir para satisfacer las necesidades de la población comenzando por la más cercana y no tanto enfocada al mercado indefinido y globalizado. **c)** Participación de las personas trabajadoras y de la sociedad civil en la propiedad de los medios de producción y en la toma de decisiones relevantes, estando el capital social de las empresas al servicio de las necesidades sociales a las que se pretenda responder.
- Las dimensiones económicas del trabajo: **a)** Condiciones laborales dignas que cubran las necesidades económicas de las personas y empleo de calidad. **b)** Establecer formas consensuadas y justas de valoración del intercambio en las relaciones comerciales y productivas. Básicamente relaciones de cooperación y no de competitividad.
- La dimensión cultural del trabajo. Distinguimos entre trabajo y empleo, ya que este último término solo hace referencia a la forma jurídica de un contrato por cuenta ajena. Mientras que trabajo habla de su función humana, social, política y económica independientemente de su forma jurídica o administrativa.
- La dimensión ambiental, que implica la responsabilidad de producir bienes y servicios de forma sostenible.

ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE EL TRABAJO:

- De la dimensión social del trabajo se desprende la necesidad de



establecer medios y mecanismos para detectar las necesidades de la población y producir aquellos bienes y servicios que son socialmente útiles... De ahí emana el deber y el derecho de trabajar, ya que es la forma de dar sentido a nuestras capacidades y ser reconocido por la sociedad.

- Si queremos conseguir unas relaciones económicas justas es necesario fomentar un modelo de empresa coherente con todas las dimensiones anteriores, que es bastante diferente del modelo convencional que rige mayoritariamente en la actualidad.
- Estas empresas, para conseguir sus objetivos sociales y económicos, tendrán que tener:
 - ✓ Un funcionamiento autogestionario, si no, no tendrán la libertad de planificar y decidir, ni contarán con el apoyo de todas las personas que las integran.
 - ✓ Un funcionamiento transparente, que asegure una buena comunicación para que la información llegue a todo el mundo.
 - ✓ Un funcionamiento participativo y con asambleas abiertas a todas las personas socias y trabajadoras donde se consulta a todas sobre las decisiones relevantes a tomar.
- Las empresas de economía solidaria quieren ser:
 - ✓ Una escuela de capacitación profesional en los diversos oficios y profesiones
 - ✓ Una experiencia práctica de participación democrática responsable, estimulándola constantemente
 - ✓ Una oportunidad para el ejercicio de asumir responsabilidades y riesgos
 - ✓ Un ejemplo de equidad en igualdad de oportunidades, donde se facilita el acceso a cargos responsables y donde las diferencias de remuneración económicas son mínimas, equitativas y debidamente justificadas
 - ✓ Un aprendizaje de eficiencia en la planificación y la gestión
 - ✓ Un espacio donde generar trabajo estable y de calidad donde se eviten los horarios excesivos y los riesgos de accidentes
 - ✓ Un marco idóneo para acoger e integrar a personas con dificultades acumuladas
 - ✓ Un compromiso práctico con el desarrollo local de su territorio
 - ✓ Un laboratorio de experiencias de fraternidad económica
 - ✓ Un foco de esperanza realista que permita vislumbrar que otra economía es posible



PRINCIPIO DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL



Toda nuestra actividad productiva y económica está relacionada con la naturaleza, de ahí la alianza con ella y el reconocimiento de sus derechos como punto de partida.

Creemos que una buena relación con la Naturaleza es fuente de riqueza económica, y de buena salud para todos. De ahí la necesidad fundamental de integrar la sostenibilidad ambiental en todas nuestras acciones, evaluando nuestro impacto ambiental (huella ecológica) de manera permanente.

Es necesario reducir significativamente la huella ecológica humana en todas nuestras actividades, avanzando hacia formas sostenibles y equitativas de producción y consumo, y promoviendo una ética de la suficiencia y de la austeridad.

DESDE ESTA CONCEPCIÓN DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL, LA ECONOMÍA SOLIDARIA DEFIENDE:

- El consumo responsable como actitud coherente con un doble criterio ético de equidad social y de sostenibilidad ambiental: tener en cuenta las implicaciones económicas y sociales de las prácticas y hábitos de consumo.
- La soberanía alimentaria: derecho de cada territorio a definir sus políticas agropecuarias y de alimentación y a conservar sus variedades locales y sus razas autóctonas.
- La conservación de las especies y territorios protegiendo la biodiversidad natural necesaria para el equilibrio de nuestro planeta y la obligada solidaridad con las generaciones siguientes.
- El decrecimiento: el uso racional de los recursos: agua, energía, materiales... lo que significa desarrollar una economía que no lleve en su misma esencia la necesidad de crecer indefinidamente.
- La producción limpia, que supone utilizar energías renovables, bioconstrucción, agroecología, etc. y la necesidad de prevenir la contaminación y de medir el impacto ambiental en nuestras actividades económicas (especialmente las emisiones de CO₂).
- La necesidad imperiosa de promover prácticas e iniciativas responsables con el medio ambiente (reducción, reutilización, y reciclaje de residuos, turismo responsable, energías limpias, etc.) y fomentar la educación ambiental y la investigación y el estudio de la Naturaleza para aprender de ella.



- La ordenación del territorio que tenga en cuenta la distribución proporcional adecuada entre población y espacio para soportar la agricultura y la ganadería suficientes, los servicios de saneamiento, los transportes necesarios no contaminantes, etc. La planificación urbanística sin masificaciones, con modelos de construcción para la habitabilidad, la seguridad, la calidad, la convivencia vecinal y el respeto al descanso. Donde coexista de manera equilibrada lo rural y lo urbano.

ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL:

- Consumir de manera responsable no es tan solo satisfacer una necesidad o deseo, sino que al hacerlo estamos favoreciendo procesos que tienen implicaciones positivas de carácter económico (redes de distribución del mercado social, financiación alternativa, banca ética,), social (equilibrio Norte-Sur, inclusión social, condiciones laborales dignas, desarrollo local...) y de sostenibilidad medioambiental (reducir contaminación, evitar agotamiento de recursos, evitar costes medioambientales innecesarios...)
- El consumo responsable consiste en tener en cuenta estas repercusiones en el momento de elegir entre las distintas opciones que ofrece el mercado ya que al hacerlo colaboramos en todos los procesos que hacen posible el bien o servicio consumido: la energía que se consume en su producción, los recursos naturales que hacen falta para su producción, la mano de obra requerida (si ha sido justamente remunerada), y el residuo que genera una vez que su vida útil se ha agotado.
- Dado el grado de deterioro ambiental producido es necesaria la recuperación, mejora y restauración de lo ya deteriorado y la compensación de las emisiones vertidas a modo de justicia ambiental.
- Es necesario implementar iniciativas de economía basada en la ecología, que tengan en cuenta para su viabilidad y sostenibilidad cuestiones como la medición de los costes del impacto medioambiental, la recuperación del deterioro (justicia ambiental), la influencia en la salud de las personas, y la selección de los proveedores que cumplan estos principios.
- Somos conscientes de que el objetivo de preservación ecológica y apoyo al medio ambiente sólo será posible cumplirlo si se dan, de manera efectiva, una serie de transformaciones económicas y sociales. Por ello es necesario hacer visibles estos planteamientos y experiencias positivas para contribuir a que se den cambios en los planos político, social y económico.



PRINCIPIO DE COOPERACIÓN



Es importante favorecer la cooperación en lugar de la competencia, buscando la colaboración con otras entidades y organismos públicos y privados.

Se pretende construir colectivamente un modelo de sociedad basada en el desarrollo local armónico, las relaciones comerciales justas, la igualdad, la confianza, la corresponsabilidad, la transparencia, el respeto, etc.

Se parte de que la Economía Solidaria está basada en una ética participativa y democrática, que quiere fomentar el aprendizaje y el trabajo cooperativo entre personas y organizaciones, mediante procesos de colaboración, de toma de decisiones conjuntas, de asunción compartida de responsabilidades y deberes, que garanticen la máxima horizontalidad posible a la vez que respeten la autonomía de cada una, sin generar dependencias.

Estos procesos de cooperación deben extenderse a todos los ámbitos: local, regional o autonómico, estatal e internacional y deben normalmente articularse en espacios donde se vivan y se fomenten esos valores.

DESDE ESTA CONCEPCIÓN DE LA COOPERACIÓN LA ECONOMÍA SOLIDARIA DEFIENDE:

- El fomento de la cultura de la cooperación promoviendo empresas cooperativas y un modelo de redes horizontales, participativas, democráticas, de confianza.
- La necesidad de articular las relaciones en red, que se caractericen por la misma cultura y valores de cooperación que pretendemos fomentar en la sociedad.
- Redes para generar sinergias:
 - ✓ Socializar información de nuestras prácticas y enriquecernos mutuamente.
 - ✓ Compartir conocimientos donde aprender y crecer.
 - ✓ Compartir los recursos de las organizaciones, los espacios físicos o bienes materiales.
 - ✓ Complementarnos y unir esfuerzos como parte de un todo.
- Redes que respetan la autonomía de las entidades y promueven su fortalecimiento.



ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE LA COOPERACIÓN:

- No podemos construir solos/as otros modelos de sociedad porque somos parte de un todo y aislados/as no somos suficientes.
- La confianza se genera en base a los hechos. Si alguien pone en común sus informaciones, conocimientos, experiencias, preocupaciones, fracasos, etc., invita a las demás entidades y personas a realizar lo mismo, creando la costumbre de relaciones de confianza y transparentes.
- Las redes son espacios de desarrollo y crecimiento mutuo, por eso se valora el beneficio que la organización obtiene y lo que la organización aporta a estas redes con su participación activa.

PRINCIPIO “SIN FINES LUCRATIVOS”



Se trata de un modelo económico que tiene como finalidad el desarrollo integral, colectivo e individual de las personas, y como medio, la gestión eficiente de proyectos económicamente viables, sostenibles e integralmente rentables, cuyos beneficios se reinvierten y redistribuyen.

Esta “no – lucratividad”, está íntimamente unida a nuestra forma de medir los balances de resultados, que tienen en cuenta no solo los aspectos económicos, sino también los humanos, sociales, medioambientales, culturales y participativos siendo el resultado final el beneficio integral.

Se entiende por ello que nuestras actividades destinan los posibles beneficios a la mejora o ampliación del objeto social de los proyectos, así como al apoyo de otras iniciativas solidarias de interés general, participando de esta manera en la construcción de un modelo social más humano, solidario y equitativo.

DESDE ESTA CONCEPCIÓN DE NO TENER FINES LUCRATIVOS, LA ECONOMÍA SOLIDARIA DEFIENDE:

- La Reinversión de los posibles beneficios en la propia sostenibilidad de la iniciativa económica o mediante el apoyo a proyectos sociales, a nuevas iniciativas solidarias o a programas de cooperación al desarrollo, entre otros.
- La Redistribución de la riqueza que generamos. Los resultados deben estar al servicio de la sociedad.
- La Autonomía e independencia política e ideológica y de decisión con respecto a las posibles fuentes de financiación externa. El hecho de desarrollar acciones subvencionadas por la administración no



significa que no se pueda mantener la independencia política.

- La Transparencia y gestión democrática para que se pueda verificar la buena reinversión y redistribución de las riquezas generadas al servicio de la comunidad.
- La sostenibilidad económica basada en la rentabilidad integral que tiene en cuenta tanto los resultados positivos económicos, como los sociales y ambientales. Este criterio es el punto de partida de cualquier iniciativa productiva que se ponga en marcha para que aporte los beneficios deseables sin perjudicar a ninguna otra dimensión, ni a otros colectivos productores o consumidores.
- La utilización de la financiación ética en los flujos económicos de la entidad.

ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE EL NO TENER FINES LUCRATIVOS:

- Dado que el obtener beneficios económicos no es el último fin de las actividades de la economía solidaria, sino la sostenibilidad y la respuesta a las verdaderas necesidades de las personas, es importante revisar las aplicaciones prácticas a la hora de fijar jornadas de trabajo con horarios adecuados, sin horas extras, salarios a niveles justos, crear empleo o repartir empleo, condiciones de trabajo, etc.
- Para realizar las reinversiones y las redistribuciones de los posibles beneficios generados, es importante plantearse quiénes son aquellos o aquellas con las que se comparte el principio de transparencia y participación democrática, con el fin de garantizar que haya más personas o colectivos que puedan opinar sobre las prioridades.
- Los mismos principios que rigen para las entidades, rigen para las personas que las conforman y debemos plantear dónde están situados los ahorros con el fin de favorecer más el reparto equitativo de los beneficios en toda la sociedad.
- La autonomía y la sostenibilidad exigen estar muy atentos a que los porcentajes de ingresos vía subvenciones, donaciones, cuotas de usuarios y afiliados y facturación, sean los adecuados respecto al total de ingresos.

PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO

El compromiso con el entorno se concreta en la participación en el desarrollo local sostenible y comunitario del territorio.



Las organizaciones están plenamente integradas en el territorio y entorno social en el que desarrollan sus actividades, lo que exige la implicación en redes y la cooperación con otras organizaciones del tejido social y económico cercano, dentro del mismo ámbito geográfico.

Entendemos esta colaboración como un camino, para que experiencias positivas y solidarias concretas puedan generar procesos de transformación hacia estructuras generadoras de igualdad.

El compromiso en el ámbito local nos aboca a articularnos en dimensiones más amplias para buscar soluciones más globales, interpretando la necesidad de transitar continuamente entre lo micro y lo macro, lo local y lo global.

DESDE ESTA CONCEPCIÓN DEL COMPROMISO Y COOPERACIÓN CON NUESTRO ENTORNO, LA ECONOMÍA SOLIDARIA DEFIENDE:

- La búsqueda de respuestas a las necesidades de la población a partir de planes de desarrollo local comunitario y sostenible con la participación de la población consciente y organizada.
- Que la participación normal en esos planes de desarrollo local sea a través de la implicación en redes, en interrelación con los diversos movimientos sociales que abordan múltiples problemáticas, así como con los diferentes colectivos que promueven posiciones económicas críticas (ecologistas, feministas, etc.).
- Redes con estrategias de transformación, con impacto social para influir en el diseño y desarrollo de dinámicas sociales y políticas.
- Redes de acción común solidaria, de información rigurosa y comunicación transparente, de participación responsable y democrática, de búsqueda de soluciones a temáticas específicas y también transversales sobre lo global del territorio.
- Planes de desarrollo local y Redes que se planteen articulaciones más amplias para contribuir a la generación de alternativas globales, partiendo de lo local. “Piensa global y actúa local”.

ALGUNAS OBSERVACIONES SOBRE EL COMPROMISO CON EL ENTORNO:

- Visibilizar el compromiso con el entorno se concreta en el impacto social de las diversas acciones realizadas con el desarrollo local. Por ello son las entidades del entorno y la población cercana quienes mejor lo pueden visibilizar...



- Sentirse parte de un compromiso con las alternativas socio-económicas activas del entorno (entidades y colectivos específicos sobre el ahorro, el comercio justo, el desarrollo, etc.), favoreciendo la creación del tejido social y estimulando y fortaleciendo el existente.
- Es importante un análisis del contexto donde se convive para saber, por un lado, las verdaderas necesidades existentes y qué entidades y personas están comprometidas con ellas, y por otro lado saber qué prioridades de colaboración establecer, y conocer con quiénes se cuenta y con quiénes no, para esta tarea de compromiso y búsqueda de respuestas transformadoras.
- En esos procesos de trabajo común entre entidades y colectivos es muy importante la tolerancia con la diversidad, de manera que se puedan desarrollar estrategias de sumar para fortalecer las redes.

ACTIVIDAD PRINCIPAL

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD



¡SOMOS UN EQUIPO!

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado conozca y comprenda los principios de la Economía Social y Solidaria.
- Que el alumnado esté motivado para ser agentes de cambio, poniendo en marcha, en su cotidianidad, principios de la Economía Social y Solidaria como: la cooperación, la solidaridad, el compromiso con el entorno y la sostenibilidad ambiental.

METODOLOGÍA

Cuento interactivo: Los cuentos interactivos son narraciones dinamizadas para promover la participación de los niños y las niñas. Durante el desarrollo del cuento se interactúa con el grupo para que se sientan partícipes y que sus opiniones e ideas se incluyan dentro



del mismo. Por eso, un cuento interactivo es único y diferente cada vez que se cuenta, porque la expresión de emociones es particular de cada alumno y alumna. Cada grupo conforma y dota de sensibilidad aquellos contenidos que se quieren transmitir. Cada grupo lo hace propio y lo vivencia de manera diferente.

Durante el desarrollo del cuento, el alumnado no es un mero receptor de lo que se cuenta. Se promueve que el alumnado sienta que es cada uno de los personajes, que se mueva por el espacio, que actúe como lo harían los personajes, ayudando así a la identificación con los mismos. De esta forma, se facilita la empatía con las situaciones y emociones de los personajes, favoreciendo por tanto la reflexión y la opinión crítica del alumnado que puede hablar desde una emoción y/o situación que ha experimentado y vivido.

DESARROLLO

A través de un cuento (incluido en la guía del profesorado), que narra la historia de dos colmenas de abejas -una que opera bajo los principios de la Economía Social y Solidaria y otra que lo hace desde una organización vertical-, el grupo conocerá los beneficios del trabajo en equipo, el apoyo mutuo, la cooperación y la solidaridad frente a la competitividad, la rivalidad, el individualismo o la desigualdad. Durante el desarrollo del cuento el grupo deberá representar las acciones que se vayan narrando, siendo por tanto protagonistas del mismo e interactuando con el profesorado y su grupo de iguales. A través de esta experiencia y la teatralización de los roles, se promueve la opinión crítica del alumnado y la toma de decisiones respecto a los principios de la Economía Social y Solidaria.

Después de la narración del cuento, se puede repartir al alumnado las fichas para colorear de los personajes del cuento. Mientras las personas del grupo colorean podemos hacer preguntas sobre los personajes que están coloreando y cuál era su función dentro del cuento. De esta forma podemos hacer hincapié en los contenidos que el profesorado considere necesario afianzar.

DURACIÓN

1 sesión de 1 hora. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

Dinamización del cuento y extracción de conclusiones 45 min

Fichas para colorear 15 min



LUGAR

El aula de referencia del grupo

MATERIALES

Cuento, fichas de dibujos para colorear y algunos elementos de atrezzo para que se caractericen como los personajes del cuento.

TRANSFERENCIAS Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA



Uno de los principios de la Economía Social y Solidaria que podemos transferir fácilmente al espacio del aula es la Cooperación y el trabajo en equipo. En la Actividad complementaria “Las abejas en el puente” se propone un juego para entrenar y favorecer la cooperación. Ver Anexo III.

Otro de los principios de la Economía Social y Solidaria que se puede trabajar desde la propuesta de acciones dentro del Centro Educativo, es el principio de sostenibilidad ambiental. En la Actividad complementaria “Salvemos los árboles” se proponen diferentes ideas entorno a la reutilización de papel para contribuir y ayudar a la preservación de los bosques. Ver Anexo IV.

EVALUACIÓN



Con el fin de valorar la puesta en práctica de la actividad, correspondiente a la presente propuesta didáctica, se incluyen dos evaluaciones:

- Evaluación para el alumnado (ANEXO V). A través, de ítems cuantitativos, el alumnado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - » Si le ha gustado el cuento
 - » Si le gustaría saber más sobre la temática de la actividad
 - » Si está motivado para poner en práctica los principios de la Economía Social y Solidaria
 - » Valoración del modo de funcionamiento de su grupo de clase respecto a los principios de la Economía Social y Solidaria

- Evaluación dirigida al profesorado (ANEXO VI). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el profesorado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - » Grado de satisfacción con la sesión en general
 - » Los contenidos
 - » Las actividades
 - » La metodología propuesta
 - » Grado en que favorece la participación
 - » Grado de implicación del grupo en la sesión
 - » Facilidad para implementar la sesión propuesta
 - » Grado de aplicabilidad en su práctica docente
 - » Le gustaría ampliar su formación en este tema

Los datos obtenidos de ambos cuestionarios serán de gran utilidad para valorar la actividad y mejorarla, en el caso de que fuera necesario, para responder a los objetivos y necesidades del profesorado respecto a la aplicación de la Economía Social y Solidaria en el ámbito educativo.

ANEXOS



ANEXO I. CUENTO ¡SOMOS UN EQUIPO!

ANEXO II. FICHAS PARA COLOREAR

Abeja reina Dorita

Abeja Salma

Abeja Jorge

Abeja Ricardo

Colmena de las abejas Rapidillas

Colmena de las abejas Equipo

Gran Osa Li Ying

Grillo Gilberto

Ardilla Nasha

ANEXO III. Actividad complementaria “Las abejas en el puente”

ANEXO IV. Actividad complementaria “Salvemos los árboles”

ANEXO V. Evaluación para el alumnado

ANEXO VI. Evaluación para el profesorado de la sesión formativa

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES



- » Carta de Principios de la Economía Solidaria <http://www.economiasolidaria.org/carta.php> Recuperado en julio de 2017
- » Seminario de Educación para la Paz. Asociación Pro Derechos Humanos (1999). La alternativa del juego II. Juegos y dinámicas de educación para la paz. Madrid: Los libros de la Catarata.

FUENTES ILUSTRACIONES

- » Abejas (págs. 64 a 69) : Dibujos para colorear. Menta más chocolate “Recursos para educación Infantil”. <http://mentamaschocolate.blogspot.com.es/2012/09/dibujos-para-colorear-abejas-y-sus.html>.
- » Osa (pág. 70): Dibujos para colorear. Menta más chocolate “Recursos para educación Infantil”. <http://mentamaschocolate.blogspot.com.es/2012/09/dinujos-para-colorear-oso.html>
- » Grillo (pág. 71): es.clipProject.info. Clip art dibujos gratis descargar. http://www.es.clipproject.info/galeriadeimagenes/animales_dibujos_para_colorear/grillo_dibujo_para_colorear_gratis_2055.html#.Wl_g167ibIU.
- » Ardilla (pág.72): La Chachipedia. Ardillas para colorear. <http://lachachipedia.blogspot.com.es/2013/05/ardillas-para-colorear.html>.
- » Ilustraciones (pág. 77)
 - » Dibuja un mundo para tu bebé. <http://www.leostickers.es/habitaciones-infantiles/vinilos-habitacion-abejitas/vinilos-infantiles-abeja-de-espaldas.aspx>. Recuperado el 23 de Junio de 2017
 - » Pinteret. <https://www.pinterest.es/pin/458663543283274190/>. Recuperado el 23 de Junio de 2017
 - » Gifs de Rosario. Animales infantiles. <http://gifsderosario.foroactivo.com/t2739-animales-infantiles-abeja-y-cubo-de-mil>. Recuperado el 23 de Junio de 2017
 - » Ten vinilo. <https://www.tenvinilo.com/vinilos-decorativos/vinilo-infantil-abeja-miel-1698>. Recuperado el 21 de Junio de 2017
 - » La abeja maya. <http://recolectandomiel.blogspot.com.es/p/personajes-principales.html>. Recuperado el 27 de Junio de 2017

ANEXO I. CUENTO: ¡Somos un equipo!

Este cuento comienza como toooooodos los cuentos del mundo... ¿cómo empiezan casi siempre los cuentos? (se pregunta al grupo). ¡Eso es! “érase una vez...” veo que por aquí habéis leído o escuchado muchos cuentos ¿verdad?, eso me encanta, porque eso significa que sois especialistas en cuentos... y que por lo tanto me vais a poder ayudar a contar la historia que he traído hoy a esta clase... a ver... ¿quién me quiere ayudar? (dejamos un tiempo para que levanten la mano). Pero ¡qué bien cuantos y cuantas ayudantes voy a tener! Pues me alegro porque en verdad os necesito a todas y a todos para poder construir mi cuento... bueno... ahora nuestro cuento (y señala con los brazos a toda la clase).

La persona que dinamiza el cuento se sitúa enfrente de la clase, en el centro. De acuerdo... todas las personas que estáis a mi derecha, vais a dejar de ser niños y niñas y os vais a convertir en abejas... si si... en abejas. A partir de ahora sois una colmena de abejas, ¿cómo hacen las abejas? (dejamos un tiempo para que imiten el zumbido de las abejas). Perfecto, veo que tenéis un gran conocimiento sobre el mundo de las abejas. Esta colmena se va a llamar “las abejas rapidillas”. A ver... ¿cómo os llamáis?, pero todas a la vez... a la de tres... una... dos y... ¡tres! (dejamos que lo repitan varias veces).

Muy bien. Y ahora el grupo que está a mi izquierda se va a convertir en... (Dejamos un tiempo a que el grupo de la izquierda diga algunos animales) ¡Casi!... os vais a convertir en jabejas también! ¿A ver como zumban estas abejas? (pausa) perfecto... qué colmena de abejas tan animadas. Pues este grupo de abejas se va a llamar “las abejas equipo”. A ver... ¿cómo os llamáis?, pero todas a la vez... a la de tres... una... dos y... ¡tres! (dejamos que lo repitan varias veces).

A partir de ahora, la persona que dinamiza el cuento se va a situar a la derecha o a la izquierda siempre que se dirija a uno de los grupos y en el centro cuando la narración del cuento incluya contenido para los dos grupos. De esta manera, facilita de manera visual el desarrollo de la historia.

Comencemos nuestro cuento... ¿cómo dijimos que empezaban los cuentos?, pues a la de tres comenzamos el cuento. Venga... una... dos... y ¡tres!... ÉRASE UNA VEZ... (Se anima a que todas las personas del grupo digan la frase al unísono).

Érase una vez, dos colmenas de abejas que vivían en un lugar precioso, en lo alto de una montaña, tan alta, tan alta, que a veces cuando las abejas se despertaban (cómo se despertaban las abejas a ver...) y salían a dar un paseo se encontraban entre las nubes. Así que imaginaros si la montaña era alta.

Las abejas rapidillas amanecían con el sonido de una alarma que una de las abejas, la abeja Zumba, hacía sonar todas las mañanas, batiendo muy rápido muy rápido sus alitas y produciendo un zumbido

que se oía en tooooooda la colmena. Así las abejas rapidillas sabían que tenían que levantarse y ponerse a trabajar. Cada abeja rapidilla tenía un trabajo dentro de la colmena y era siempre el mismo. No podían cambiar de trabajo. Unas se dedicaban a buscar flores, otras las cortaban, otras hacían la miel y así tooooooodos los días.

Sin embargo, las abejas equipo semanalmente antes de ponerse a trabajar, se reunían debajo de un árbol y hacían una reunión. En esa reunión cada abeja decía al resto del grupo cómo se sentía y qué tarea quería hacer.

- Me gustaría mucho volar y buscar flores -decía la abeja Rita- Necesito practicar mi vuelo.
- Y a mí me gustaría quedarme hoy en la colmena haciendo la miel porque mi hija está malita y quiero estar cerquita para cuidarla- decía la abeja Ramón.

Así, unas tras otras decían lo que les gustaría y se organizaban para que todas pudiesen hacer lo que más les apetecía. Además, en esta reunión entre todas decidían qué cosas eran importantes para la colmena y que todas las tareas, que eran necesarias hacer, se hicieran.

- Es necesario arreglar las celdas de abajo, se han estropeado un poco por las lluvias de la semana pasada- decía la abeja Ruperta.
- ¡Si! ¡Si! Es verdad- asentían todas las abejas.
- Y hay que hacer una nueva celda para la familia recién llegada a la colmena. Han viajado desde muy lejos buscando un hogar mejor y tenemos que recibirla como se merece -decía la abeja Ricardo.
- ¡Bravo! ¡bravo!, aplaudían las abejas batiendo sus alitas y emitiendo un zumbido de satisfacción (bzzzzzzzzzzzzzzz bzzzzzzzzzzzzzz).

En la colmena de las abejas rapidillas, siempre tenían mucha prisa. Iban de un lado para otro muy muy rápido para no perder ni un minuto de tiempo.

- ¡El tiempo es oro! ¡el tiempo es oro! -Era la frase preferida de la abeja reina que repetía sin parar al resto de abejas mientras corrían de un lado para otro intentando hacer sus tareas en el menor tiempo posible.

Si, si... en la colmena de las abejas rapidillas había una abeja Reina, Dorita, que mandaba a toda la colmena y que siempre les decía lo que tenían que hacer y cómo tenían que hacerlo.

- ¡Vamos Jorge, vuela más rápido, tienes que conseguir más flores! -decía Dorita.
- Pero, Dorita -le contestaba Jorge- hemos cortado tantas flores del valle que ya casi no quedan y otras especies también se alimentan de esas flores ¡no podemos dejarles sin comida!
- Pues que busquen comida en otros lugares- decía Dorita. Las flores del valle ahora son nuestras, nosotras las vimos primero.

Esto no hacía sentir muy bien a algunas abejas rapidillas, pues pensaban que las flores eran de todos y de todas y que tenían los mismos derechos a alimentarse de ellas.

Sin embargo, las abejas equipo tardaban más en producir miel porque buscaban flores por distintos sitios, algunos muy lejanos, para que otros animales pudieran alimentarse de ellas también. De hecho, las abejas equipo hablaban con otros animales para ponerse de acuerdo.

- Estamos aquí reunidas: las mariposas - jeeesssstamos! - Dijeron las mariposas batiendo sus coloridas alas. Los grillos - ¡Cricricacriiiiií cri cri! - dijeron los grillos. Los murciélagos - ZZzzzzzzz - roncaban los murciélagos, como era de día estaban un poco dormidos. Los colibríes - ¡por aquí, ahora por aquí y ahora aquí! - los colibríes eran tan inquietos que no paraban de moverse entre todos los asistentes. Los erizos - ¡pincho que te pincho! - dijeron los erizos. Las ardillas - ñañañaña ñañaña - dijeron las ardillas con la boca llena porque estaban comiendo bellotas. Y las abejas - ¡Somos un equipo, sooooooomos! - gritaron las abejas mientras juntaban sus patitas haciendo un círculo.

Pero a la reunión no fueron ninguna de las abejas rapidillas pese a que se les había avisado para que fueran.

- Bien... - prosiguió la abeja Salma. Nos hemos reunido hoy aquí algunas familias para hablar sobre los problemas del valle. En primer lugar, el problema de las flores. Muchas de las familias nos alimentamos de las mismas flores del valle y esto puede suponer un problema, porque las flores se pueden acabar y porque somos tantas familias alimentándonos de ellas que no les da tiempo a crecer de nuevo si quiera.
- Bsbsbsbbsbbsbbbssssss - Se oían murmullos de aprobación entre las familias asistentes.
- Además, las flores son necesarias, no sólo porque nos sirven de alimento. Las flores cumplen una función muy importante en el valle- dijo el grillo Gilberto.
- Propongo que busquemos flores más allá del valle, por diferentes sitios cada vez y así respetar el crecimiento de las flores y demás especies que se alimentan de ellas - dijo la ardilla Nasha.

Todas las familias allí reunidas aplaudieron la propuesta de la ardilla Nasha y el grillo Gilberto. Propusieron hacer grupos de búsqueda. Las abejas que eran muy buenas encontrando flores, iban de exploradoras en cada uno de los grupos. Además, las abejas tienen un baile para informar al resto de abejas de dónde se encuentran las flores. Si las flores están cerca hacen un baile en círculo (hacemos el baile con los niños y las niñas), y si las flores están lejos hacen un baile en forma de 8 (hacemos el baile con los niños y las niñas). Y así, con esos bailes, es como los grupos se avisaban unos a otros de dónde

estaban las flores.

Sin embargo, un buen día, uno de los grupos llamó urgentemente a todas las familias del valle para hacer una reunión. Habían descubierto que ya no había flores en el valle... oooooooooohhh!!! (Es importante ser muy expresivos/as para que los niños y las niñas concedan importancia a esta parte del cuento) no sabían que podía haber pasado... algunos pensaban que quizá fuera por causa de las lluvias, otras pensaban que quizá se habían puesto todas malitas de repente. Otros pensaban que quizá un dinosaurio se las hubiera comido todas. Pero las tortugas que viven muchos, muchos años, les convencieron de que eso era imposible porque los dinosaurios ya no existían... así que decidieron preguntar a la gran osa del valle. La gran osa del valle, Li Ying, era muy sabia y todos los animales del valle iban en busca de su consejo siempre que lo necesitaban.

- Buenos días Osa Li Ying - saludaron las familias.
- Buenos días familias del valle, me encanta que vengáis a visitarme... muuuuuucho... Muuuuuuuuuuchooooo... Arrrrrrggggg... Arrrrrrggggg... - decía mientras se rascaba su gran lomo contra la corteza de un gran árbol. - Pero algo que me dice que vuestra visita no es para celebrar el cumpleaños de algún pequeñín, ni para una merienda junto al río... ummmmm... por vuestras caritas puedo saber que algo os preocupa, decidme queridas ¿a qué se debe vuestra visita? - preguntaba la gran osa mientras paseaba sus zarpas delicadamente por las caritas de los asistentes, pues la gran osa desde que nació necesitaba tocar todo aquello que le rodeaba para conocerlo, porque no podía ver pero sí sentir y disfrutar de los olores, los sabores y las habitantes del valle de una manera diferente.
- Tienes razón gran osa Li Ying -dijo el caracol Khaled apenado-. Estamos tristes porque no sabemos por qué ya no quedan flores en el valle ¿qué podría haber pasado?
- Ummmmm -dijo pensativa la gran osa mientras se rascaba la barbilla-. Creo que tengo la respuesta a vuestra pregunta. Las abejas rapidillas quieren fabricar mucha mucha miel, más de la que necesitan para vivir, para vendérsela a las abejas que viven más allá del gran volcán y quizá no sepan lo que le ocurrirá al valle, y a las familias que vivimos en él, si las flores desaparecen.

En ese momento las familias pensaron que tenían que buscar una solución. Tenían que hablar con las abejas rapidillas y convencerlas de que las flores eran importantes para la vida del valle. Así que llamaron a las abejas equipo para hacer una reunión, junto a la gran Osa Li Ying, se sentaron en un gran círculo y comenzaron a decir algunas ideas.

(Es importante que toda la clase se siente en círculo y represente un rol-playing de la situación que se propone en el cuento. El profesorado

puede interpretar el papel de la gran osa Li Ying durante la reunión para mediar durante la misma y facilitar que los grupos lleguen a un acuerdo).

Preguntas guía para el grupo:

- ¿Qué ocurriría si se acabasen todas las flores del valle?
- ¿Por qué es importante que nos ayudemos unas a otras?
- ¿Qué les parece que las decisiones sólo las tome la abeja reina, Dorita, en la colmena de las abejas rapidillas?
- ¿Todas las abejas rapidillas están de acuerdo con lo que dice la reina Dorita?
- ¿Qué podrían aprender las abejas rapidillas de cómo trabajan las abejas equipo?
- ¿Qué pasaría si todas trabajásemos en equipo para encontrar flores y hacer miel?
- ¿Por qué es importante que las abejas colaboren con las otras familias del valle?
- ¿Cómo podríamos hacer para que no se acaben las flores del valle?
- ¿Queremos hacer algo juntas y juntos? ¿El qué?

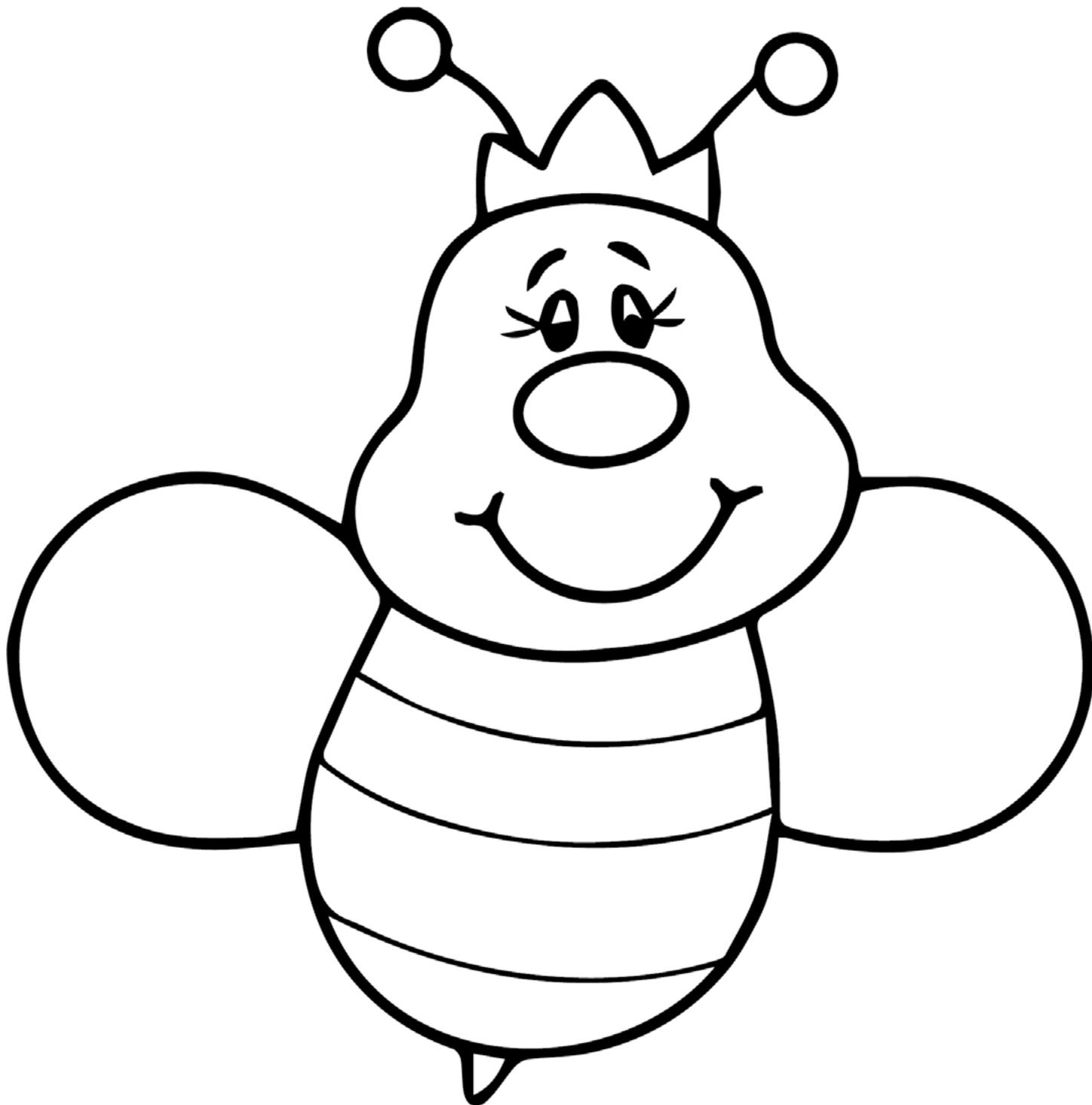
(El profesorado interpretando a la Osa Li Ying, extrae las conclusiones de la reunión y ayuda al grupo a concretar el acuerdo).

Todas las abejas y demás familias del valle estaban muy contentas, por fin habían llegado a un acuerdo. Para sellar el acuerdo, hicieron un gran círculo y juntaron sus patitas en el centro gritando la consigna de las abejas equipo: ¡SOMOS UN EQUIPO! ¡SOOOOOOAMOS! Y dicho eso empezaron a bailar la danza de las abejas en círculo. (Toda la clase se coloca en círculo para juntar sus manos y lanzar la consigna de ¡somos un equipo! Y después realizar la danza de las abejas).

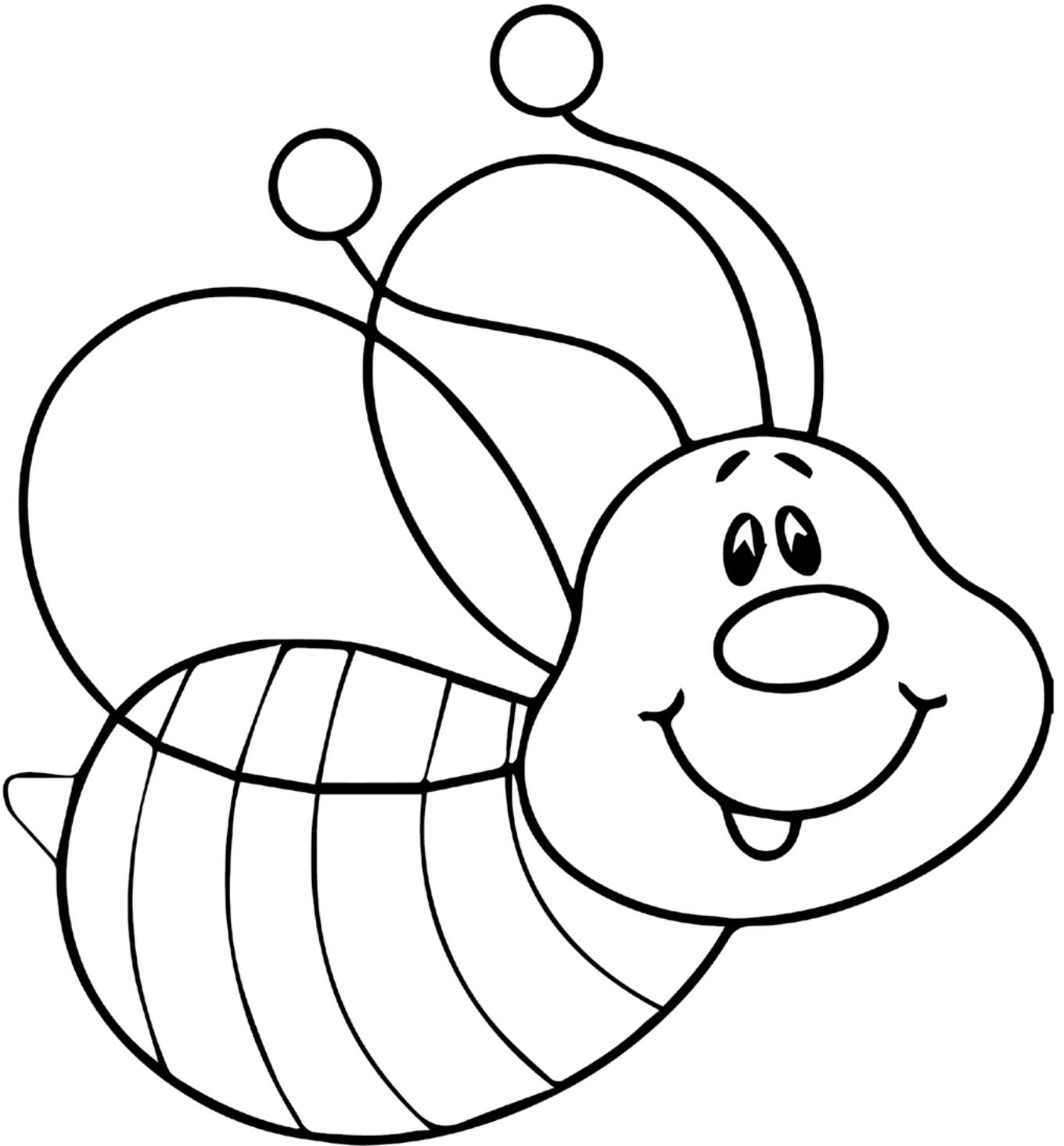
... Y colorín colorado este cuento... (Dejamos que la clase diga el final de la frase seguido de un gran aplauso).

ANEXO II. FICHAS PARA COLOREAR

ABEJA REINA DORITA

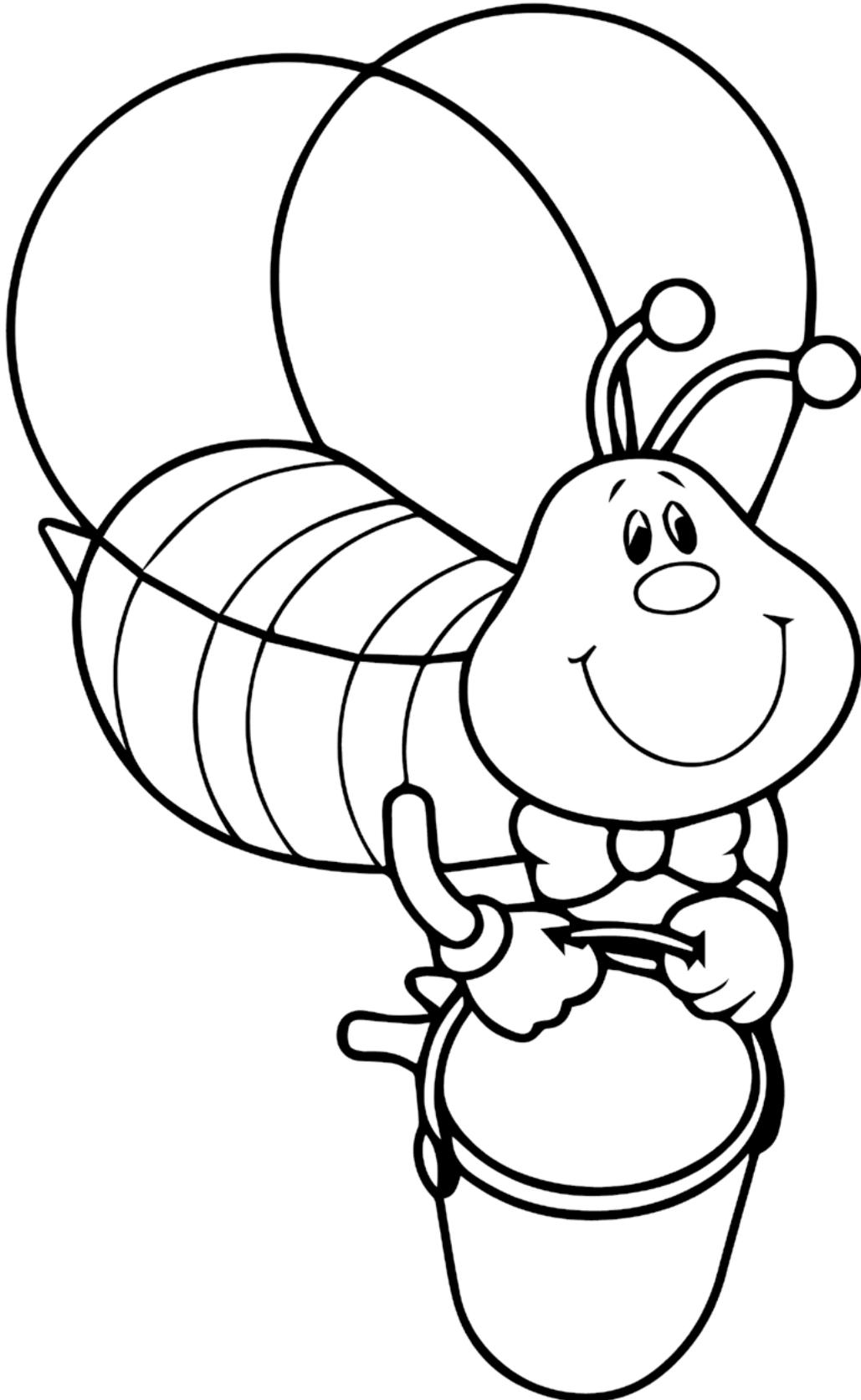


ABEJA SALMA

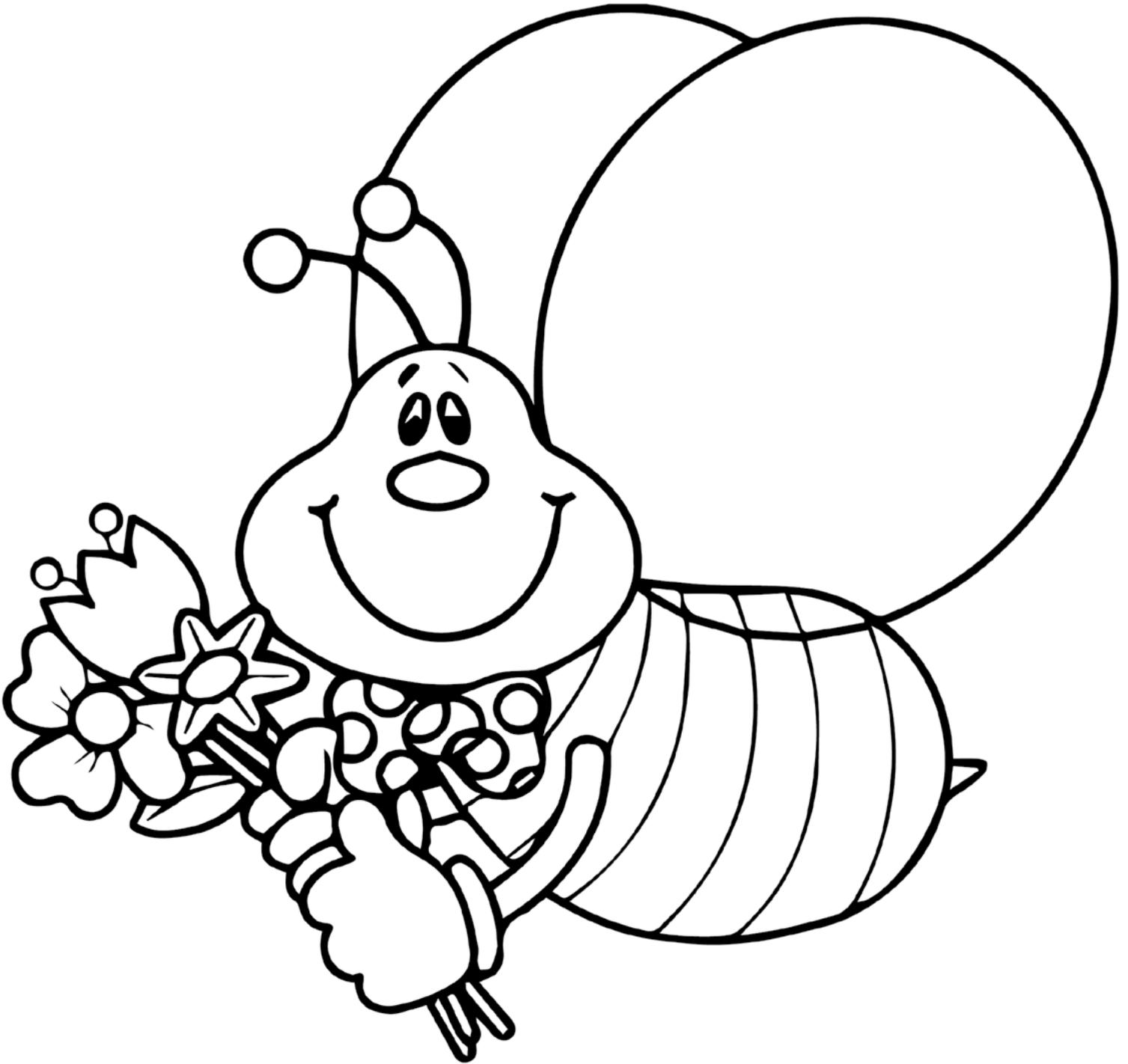




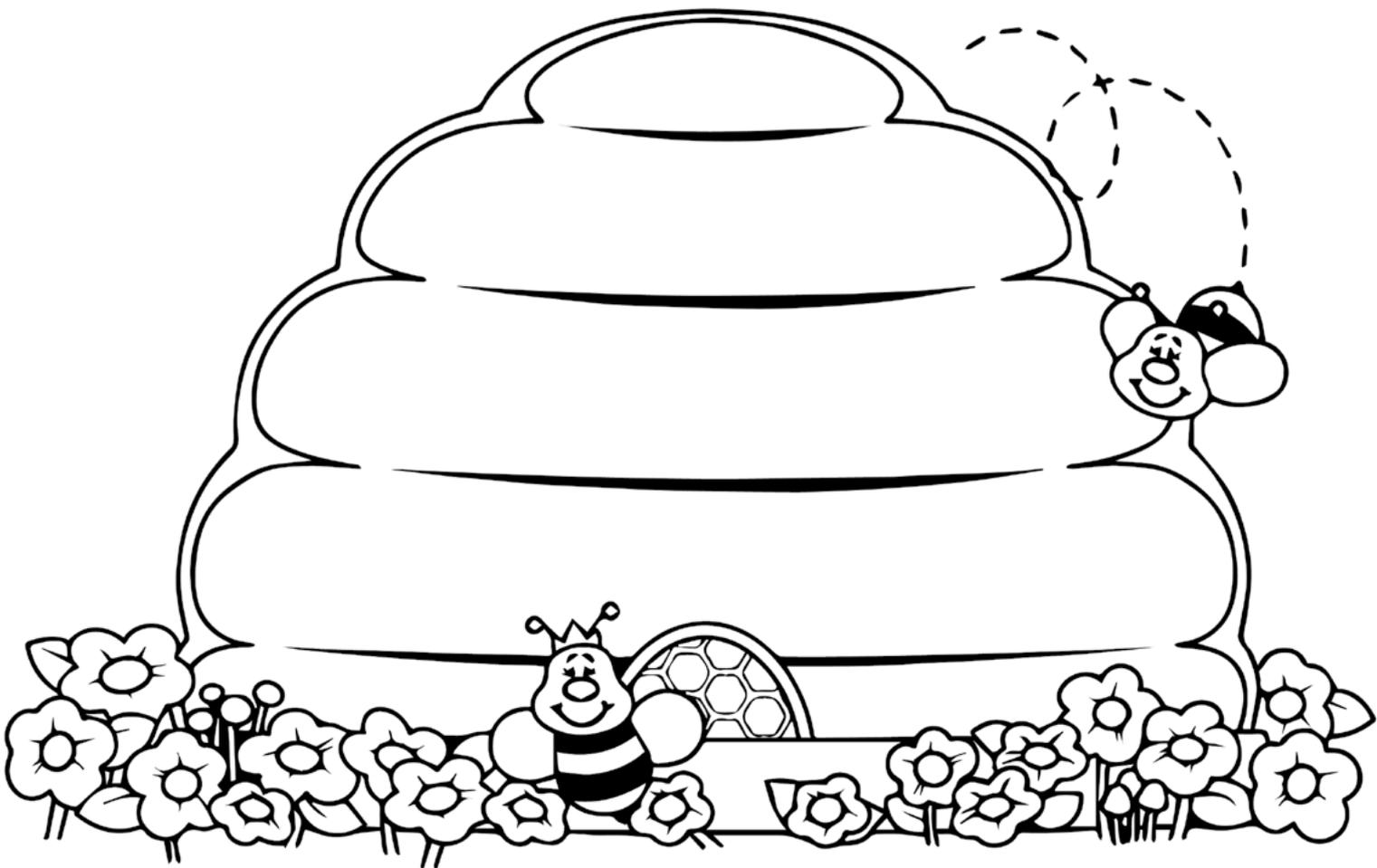
ABEJA JORGE



ABEJA RICARDO



COLMENA DE LAS ABEJAS RAPIDILLAS

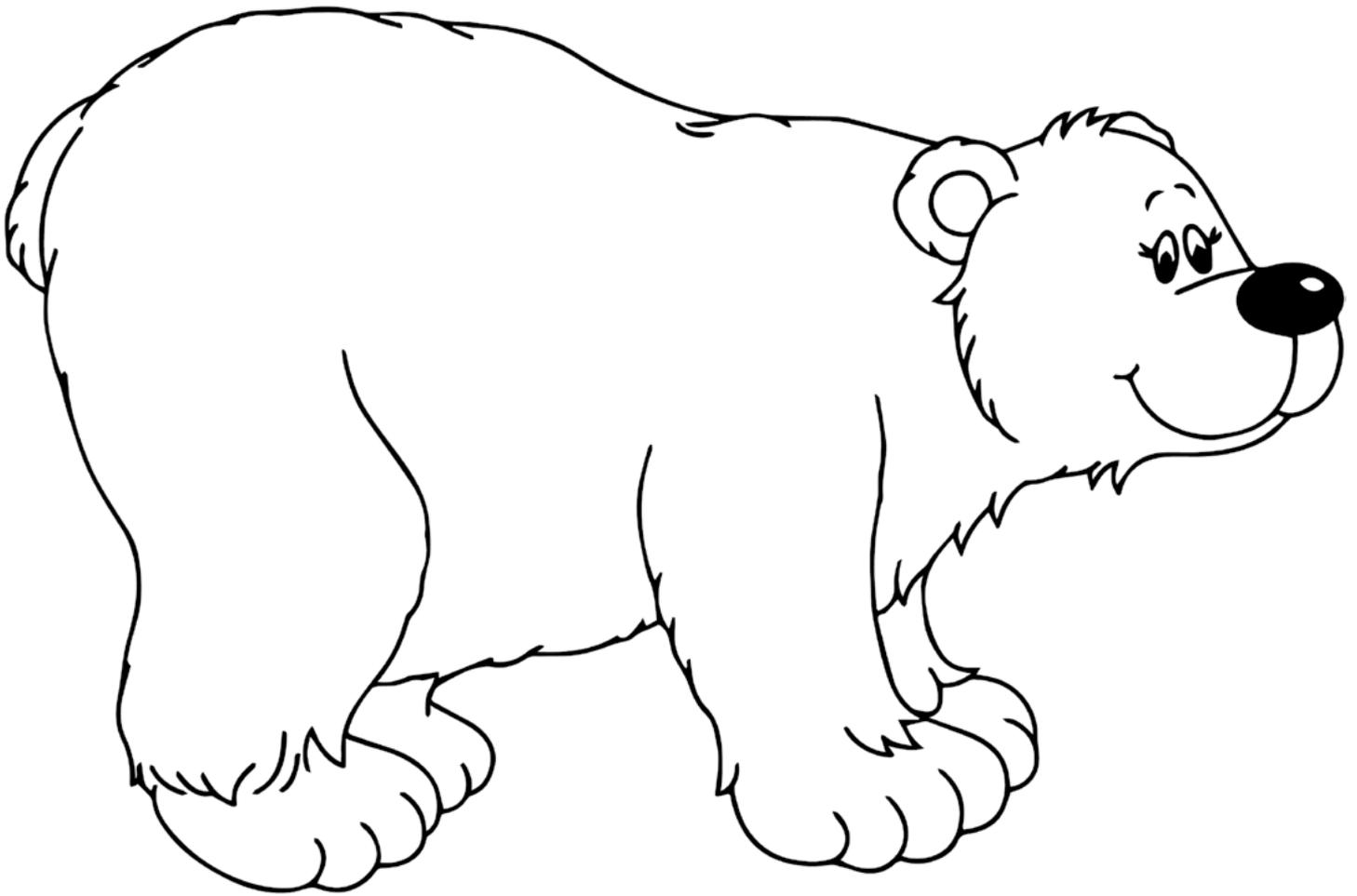


COLMENA DE LAS ABEJAS EQUIPO





GRAN OSA LI YING

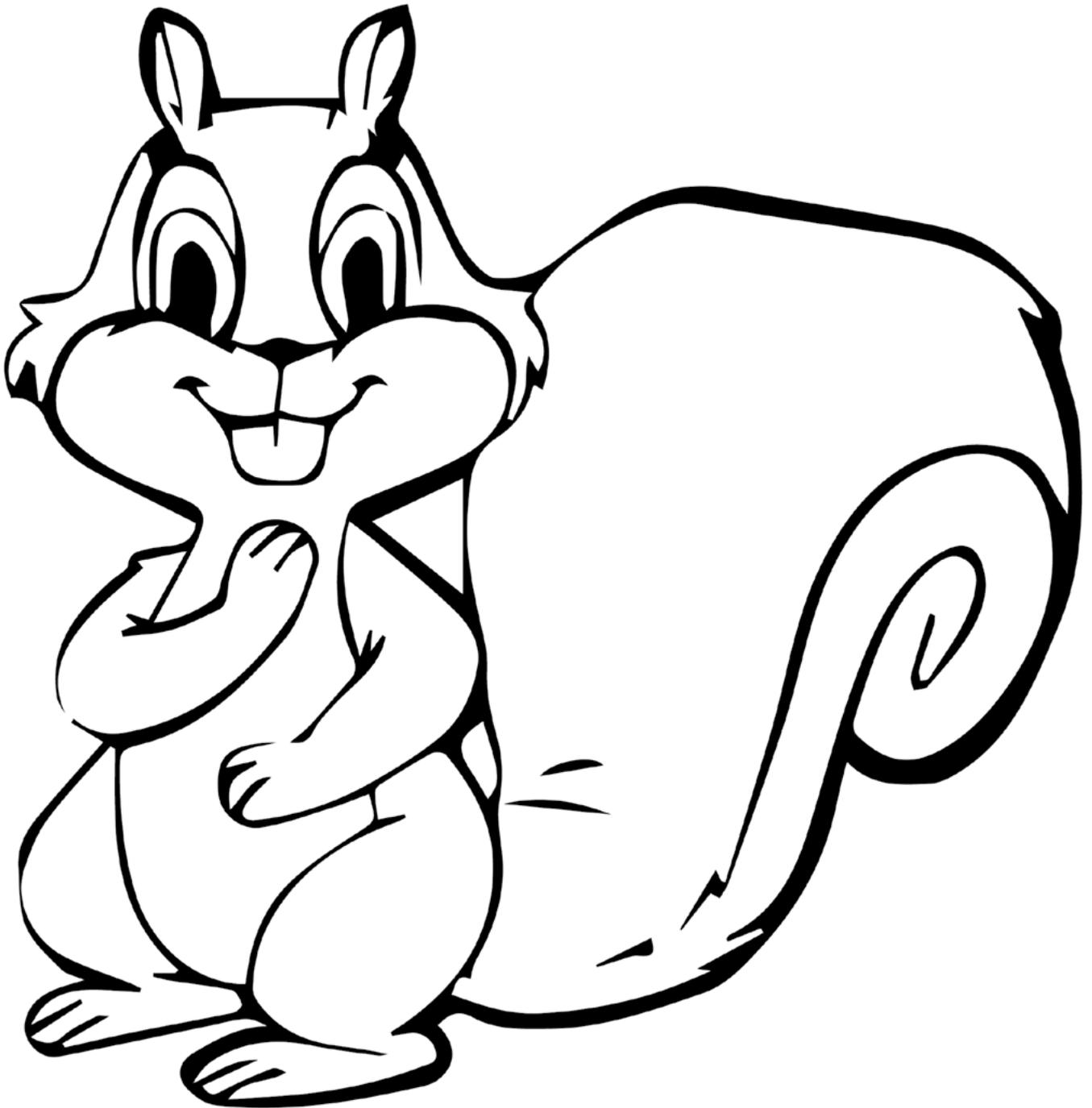




GRILLO GILBERTO



ARDILLA NASHA



ANEXO III. ACTIVIDAD: Las Abejas en el puente

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado sea consciente de la importancia de cooperar.
- Que el alumnado sea consciente de que la única manera de conseguir el objetivo del juego es la cooperación y el trabajo en equipo.
- Que el alumnado esté receptivo al acercamiento y al contacto con su grupo de clase.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

Pedimos a la clase que se coloquen en fila, al azar. Colocamos cinta aislante, pintamos o delimitamos de alguna manera la fila de manera que parezca que están en un puente. A continuación, les contamos la historia de las Abejas equipo en el puente que conduce al Bosque encantado:

Un día las abejas equipo estaban haciendo una excursión por el valle, oliendo las flores, saludando a otros animales, saltando de roca en roca y cantando canciones de mariposas y moscas.

Para poder llegar al bosque encantado, al otro lado del valle, tenían que atravesar un puente de madera muy muy antiguo, bastante estropeado, de hecho, tenía algunos tablones sueltos. El puente era tan estrecho que para pasar por él tenían que ir en fila, de una en una. Era imposible que estuvieran dos abejas en el mismo tablón pues si fuera así se rompería del peso y caerían al río que estaba muy muy abajo.

Cuando ya estaban todas las abejas en fila encima del puente se acordaron de que para entrar en el bosque encantado hay que entrar en orden de altura, empezando por la persona más bajita hasta la persona más alta en último lugar.

Por tanto, las abejas tenían que colocarse en orden sin caerse del puente.

¿Cómo podrían hacerlo? Imaginad que vosotras sois las abejas equipo... ¿cómo lo haríais? Recordad que ya estáis dentro del puente y no podéis avanzar ni para delante ni para atrás.

Una vez que consigan colocarse en fila de la persona más bajita a la más alta les preguntamos que cómo lo han conseguido sin que ningún compañero o compañera se haya caído del puente. Relacionamos sus respuestas con la importancia de trabajar en equipo y cooperar Vs competir para conseguir lo que queremos.

La temática de la fila puede variar según la edad, alfabéticamente, fecha de cumpleaños, etc.



DURACIÓN

25 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Colocamos al grupo en fila y delimitamos el espacio (5 minutos)
- Contamos la historia de las abejas equipo en el puente y se organizan según consigna (10 minutos)
- Reflexión grupal y conclusiones (10 minutos)

LUGAR

El aula, patio o gimnasio

MATERIALES

Cinta aislante, tiza, lana o cualquier tipo de material para delimitar el puente

Actividad adaptada de:

Seminario de Educación para la Paz. Asociación Pro Derechos Humanos (1999). La alternativa del juego II. Juegos y dinámicas de educación para la paz. Madrid: Los libros de la Catarata

ANEXO IV. ACTIVIDAD: Salvemos a los árboles

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado sea consciente de la importancia de que los recursos son limitados.
- Que el alumnado esté motivado a emprender acciones medioambientales sostenibles.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

Recordamos al alumnado la parte del cuento en la que las abejas emprenden acciones para reducir el consumo de las flores del valle para que pudieran volver a crecer. Su consumo excesivo no sólo las afectaba a ellas, sino que además repercutía en otras familias con las que conviven el valle.

Se hace una similitud con lo que está ocurriendo actualmente con los recursos naturales que no puede ser producidos, cultivados o regenerados a una escala tal que pueda sostener su tasa de consumo.

Ponemos el ejemplo concreto de los bosques, donde la tala masiva de árboles para el consumo humano está suponiendo un problema para el equilibrio ecológico, climatológico y medioambiental. Pero, además, supone un riesgo para la seguridad de las personas que viven en estas zonas. Los árboles mantienen el suelo en su sitio, retienen el agua y permiten que se filtre hacia los acuíferos subterráneos. Los lugares donde ha habido una deforestación masiva son propensos a los deslizamientos de tierra durante y después de lluvias torrenciales. Esto ha supuesto que desaparezcan poblaciones enteras.

¿Qué podemos hacer nosotros y nosotras para contribuir al cambio?

Se les propone emprender acciones sostenibles dentro del aula:

- Crear vuestra propia identificación de cuidadores y cuidadoras de los árboles. Reflexionar y debatir en grupo cuál va a ser vuestra misión y cómo lo vais a conseguir.
- Construir y decorar vuestro propio contenedor de papel/cartón y que semanalmente se rote la persona encargada de llevarlo al punto de reciclaje.
- Crear una comisión encargada de supervisar la reutilización del papel. Cuando desechamos un papel donde hemos escrito o dibujado ¿es necesario tirarlo? ¿podríamos darle más uso por el otro lado o aprovechando espacios en blanco?

Podéis crear otro contenedor donde dejar el papel, al que todavía se le puede dar más uso, antes de depositarlo en el contenedor de reciclaje.

- Experimento: Un día en el comedor de colegio contar las servilletas de papel que se utilizan en un día. Luego en clase con ayuda del profesorado calculamos el número de servilletas que se gastan en un mes, luego en un año y así sucesivamente. ¿Podemos hacer algo al respecto? Propuesta: Podéis llevar vuestra propia servilleta de tela al comedor, poniéndole una etiqueta con vuestro nombre, en vez de utilizar servilletas de papel.
- Crear una comisión que escriba una carta a la dirección del Centro para proponer la compra de material escolar "ecológico" o con la sostenibilidad interiorizada en su proceso: papel o lápices de madera certificada con el sello FSC, bolígrafos con materiales reciclados o recargables, acuarelas con materiales naturales, etc.
- Sensibilizar a toda la Comunidad Educativa de este problema a través de la elaboración de pancartas colocándolas en lugar visible del Centro, componer una canción o haciendo una campaña informativa pudiendo acudir clase por clase.

DURACIÓN

La duración dependerá del número y el tipo de acciones que se quieran emprender. Algunas se pueden realizar en una sesión y otras requieren de una preparación a medio-largo plazo.

LUGAR

Algunas acciones se pueden realizar en el aula y otras requieren de otros espacios del Centro Educativo (comedor, pasillos, etc).

MATERIALES

- Cajas para los contenedores de papel
- Pinturas para decorar las cajas
- Cartulinas o papel continuo para la elaboración de pancartas

ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

MI COLE SE LLAMA:

ESTOY EN EL CURSO:

SOY CHICA

SOY CHICO

TENGO AÑOS



¿TE HA GUSTADO EL CUENTO?



SI



NO

¿TE GUSTARÍA SABER MÁS SOBRE LAS ABEJAS EQUIPO Y LA VIDA EN EL VALLE?



SI



NO

Y A TI... ¿CÓMO TE GUSTARÍA HACER LAS COSAS, COMO LAS ABEJAS EQUIPO O COMO LAS ABEJAS RAPIDILLAS?



ABEJAS EQUIPO



ABEJAS RAPIDILLAS

¿CÓMO CREES QUE TRABAJA TU CLASE, COMO LAS ABEJAS EQUIPO O COMO LAS ABEJAS RAPIDILLAS?



ABEJAS EQUIPO



ABEJAS RAPIDILLAS

ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA

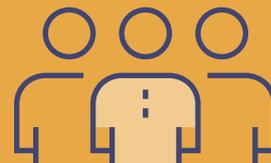
Queremos conocer su opinión sobre diferentes aspectos relacionados con el desarrollo del taller. Sus aportaciones nos permitirán ir mejorando en el diseño de las sesiones.

Centro educativo			
Distrito			
Sexo		Edad	
Función docente			
Asignatura/materia			
Curso		Grupo	
Nº de niñas		Nº de niños	
Nombre de la sesión realizada			
Fecha de realización de la sesión		/ /	

Puntúe los siguientes aspectos del 1 al 10, (siendo 1 la menor puntuación y 10 la máxima)

Grado de satisfacción con la sesión en general	
Los contenidos	
Las actividades	
La metodología propuesta	
Grado en que favorece la participación	
Grado de implicación del grupo en la sesión	
Facilidad para implementar la sesión propuesta	
Grado de aplicabilidad en su práctica docente	
Le gustaría ampliar su formación en este tema	
Señale los conocimientos más interesantes	

Muchas gracias



5.2.

Propuesta Didáctica 2

Sobre Economía Social Y Solidaria:

AGROECOLOGÍA Y SOSTENIBILIDAD ALIMENTARIA

ÍNDICE

CONTENIDOS

PERSONAS DESTINATARIAS	80
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	80
CONTENIDOS	80
<u>¿QUÉ ES LA AGRICULTURA ECOLÓGICA?</u>	
<u>¿QUÉ ES LA GANADERÍA ECOLÓGICA?</u>	
<u>CANALES CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN (CCC)</u>	
<u>¿CÓMO SABEMOS SI UN PRODUCTO ES ECOLÓGICO?</u>	
<u>¿QUÉ ES LA SOBERANÍA ALIMENTARIA?</u>	

EN EL AULA

ACTIVIDAD PRINCIPAL	91
<u>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</u>	
<u>OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO</u>	
<u>METODOLOGÍA</u>	
<u>DESARROLLO</u>	
<u>DURACIÓN</u>	
<u>LUGAR</u>	
<u>MATERIALES</u>	
TRANSFERENCIA Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA	95

MATERIALES

EVALUACIÓN	95
ANEXOS	96
<u>ANEXO I. CUENTO “HISTORIA DE UNA VACA” PARTE 1</u>	
<u>ANEXO II. CUENTO “HISTORIA DE UNA VACA” PARTE 2</u>	
<u>ANEXO III. FICHAS PARA COLOREAR</u>	
<u>ANEXO IV. FICHA ACTIVIDAD “Y ESTO, ¿CUÁNDO SE COME?”</u>	
<u>ANEXO V. LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA EN ESPAÑA</u>	
<u>ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO</u>	
<u>ANEXO VII. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA</u>	
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	96

PERSONAS DESTINATARIAS



Profesorado que imparte docencia a alumnado en las edades comprendidas entre 8 a 10 años, y/o estén cursando 3º y 4º de primaria.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



A través de la propuesta didáctica sobre Agroecología y sostenibilidad alimentaria, se pretende conseguir que el profesorado:

- Conozca herramientas para trabajar contenidos relacionados con la agricultura ecológica con el alumnado.
- Sea consciente de la necesidad de incorporar la educación en valores desde el enfoque económico y productivo.
- Poner en conocimiento del profesorado las diferentes consecuencias ambientales, sociales y económicas de los distintos circuitos de producción, distribución y consumo.

CONTENIDOS

Agricultura ecológica, Ganadería ecológica, Circuitos Cortos de Comercialización, Cómo saber si un producto es ecológico, Soberanía alimentaria.

¿QUÉ ES LA AGRICULTURA ECOLÓGICA?

La agricultura ecológica, biológica u orgánica es un sistema de producción de alimentos que mantiene y mejora la salud y la fertilidad natural de la tierra, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales sin utilizar medios externos con efectos contaminantes. Para ello, las técnicas de producción agraria ecológica prescinden del uso de fertilizantes químicos, pesticidas, organismos genéticamente modificados o transgénicos y, en general, de todo tipo de productos de síntesis, no naturales (ENEK, 2013).

Se trata de una propuesta que une los conocimientos tradicionales de



campesinos/as de todo el mundo con las aportaciones del conocimiento científico moderno, con el objetivo de encontrar y promover formas sostenibles de gestión de los recursos naturales.

Por un lado, la agroecología propone formas de desarrollo rural sostenible basadas en el conocimiento tradicional, el fortalecimiento de las redes sociales y económicas locales (no sólo agrarias), los mercados locales y un manejo integrado de la agricultura, la ganadería y la silvicultura. Por otro lado, desarrolla técnicas de manejo agrario basadas en la recuperación de la fertilidad de los suelos, el policultivo y las variedades y razas agrarias locales, y en general en un diseño de las fincas basado en la mayor diversidad posible de usos y en la eficiencia en el uso de los recursos locales.

En relación a la huella ecológica³ agrícola, la agricultura ecológica ofrece un modelo centrado en la regeneración y conservación de los recursos, en la diversidad biológica, en la reutilización de nutrientes y en una relación sinérgica entre los cultivos, el ganado, los suelos y otros componentes biológicos. Constituye además la única forma de restaurar los terrenos agrícolas degradados por las prácticas de la agricultura industrial, y de reducir las emisiones de GEI (Gases de Efecto Invernadero) de este sector (Ecologistas en Acción, 2011).

³ "La Huella Ecológica mide la cantidad de tierra y agua biológicamente productivas que un individuo, una región, toda la humanidad, o determinada actividad humana requiere para producir los recursos que consume y absorber los desechos que genera" (*Global Footprint Network, 2012*)



Agricultura Industrial Vs Agricultura Ecológica

Agricultura Industrial	Agricultura Ecológica
Degradación y erosión del suelo	Protección de los suelos
Monocultivos	Rotación, asociación y variedad de cultivos
Moneda escasa basada en la acumulación	Moneda abundante basada en la no acumulación
Sobrefertilización sintética	Fertilización orgánica adecuada
Separación de agricultura y ganadería	Integración de agricultura y ganadería
Quiebre de los ciclos ecológicos	Complementariedad con los ciclos agroecológicos
Ineficiencia energética	Mayor eficiencia energética
Utilización de energías no renovables y uso intensivo de combustibles fósiles	Uso de energías renovables
Dependencia petrolera	Independencia petrolera
Alimentos kilométricos y exóticos	Alimentos locales y adaptados culturalmente
Alimentos fuera de temporada	Alimentos de temporada
Supermercadismo	Grupos de consumo agroecológicos
Control de la cadena alimentaria por multinacionales	Recuperación del control social de la alimentación
Agricultura industrial de escala	Agricultura extensiva de pequeña escala
Privatización y monopolio de recursos	Control comunitario de los recursos
Capitalismo y explotación	Soberanía alimentaria
Semillas uniformes, híbridos transgénicos y patentes	Libre intercambio de semillas locales adaptadas al medio

Fuente: *Ecologistas en Acción (2011). Agroecología para enfriar el planeta.*

Por todo ello, podemos afirmar que el desarrollo que está teniendo la agricultura ecológica en la actualidad se basa en tres aspectos principales, que son:

- La necesidad de no continuar **deteriorando el medio agrícola** y recuperarlos de los impactos negativos que han producido los métodos intensivos de producción sobre el medio ambiente.
- La **inseguridad alimentaria** que han generado los sistemas de producción intensivos, debido a la contaminación de los productos y la proliferación de enfermedades de los animales que afectan al hombre.



- La posibilidad que tienen estos sistemas de producción de permitir que **pequeños y medianos productores/as y agricultores/as** de zonas desfavorecidas tengan una renta digna, producto del valor agregado que da la producción de alimentos de calidad y de alta seguridad. También los sistemas ecológicos bien manejados fomentan la diversificación de los ingresos, la potenciación de los recursos disponible y el empleo.

Por otro lado, los sistemas ecológicos han mostrado la capacidad de adaptación a diferentes condiciones climáticas y especialmente a zonas desfavorecidas, permitiendo la autosuficiencia alimentaria en agricultores de bajos recursos (Junta de Andalucía, 2006).

¿QUÉ ES LA GANADERÍA ECOLÓGICA?

El manejo ecológico de la ganadería mantiene una lógica similar a la propuesta para la agricultura: diversidad de usos del territorio, razas locales adaptadas a cada lugar y tipo de manejo, alimentación ecológica y adecuada, control sanitario desde la recreación de condiciones óptimas de vida para el animal, y tratamientos sanitarios mediante productos naturales. A continuación, se resumen los aspectos más importantes de este tipo de ganadería:

- **Manejo que garantiza el bienestar animal**

Se trata de buscar unas condiciones óptimas de vida para los animales, para que crezcan tranquilos, fuertes y sanos. Dentro de estas condiciones se incluye la disponibilidad para cada animal de espacio suficiente al aire libre y a cubierto, con unas dimensiones mínimas bien definidas. Los animales deben estar en todo momento en libertad, y el espacio habilitado para los animales debe ser higiénico y adecuado, y estar manejado con criterios ecológicos (para las zonas al aire libre), incluyendo fórmulas para el manejo ecológico de montes y pastos comunales. Dentro de estas prácticas para la buena vida de los animales se recomienda, por supuesto, un trato cuidadoso de los mismos.

- **Empleo de razas locales y tradicionales**

Las razas locales están adaptadas a cada territorio (tipo de pastos, relieve, tipo de terreno y de agua fluvial, etc.) y a cada clima (temperaturas, precipitaciones, etc.), y por lo tanto presentarán una mayor adaptación a los mismos, mostrando una mejor salud. Las razas locales, a su vez, suelen presentar una mayor productividad en



relación con una alimentación basada en el pasto y el forraje y con menos requerimiento de piensos, y por tanto menos dependiente.

- **Alimentación ecológica basada en los pastos y forrajes**

La alimentación debe ser a base de productos ecológicos, y en la medida de lo posible procedentes de la misma unidad de producción, de cara al cierre de ciclos. Los pastos, ensilados y forrajes deben ser la base de la alimentación, y los piensos deben ser tan sólo un complemento de alimentación para momentos del ciclo anual de mayor demanda nutricional (lactancia, gestación, etc.), lo cual se recoge en el reglamento, que establece porcentajes máximos de pienso para cada ganado. La alimentación de las crías debe estar limitada a la leche materna durante un período prolongado, por aspectos nutricionales y relativos al correcto desarrollo del sistema inmunológico. No se permite la utilización de antibióticos, actores de crecimiento u otras sustancias artificiales mezcladas con los alimentos.

- **Curación con medicina natural**

La base de la salud de los animales está en unas buenas condiciones de vida, algunas de las cuales ya hemos descrito, y en las prácticas preventivas de higiene y control por parte del/la ganadero/a. Pero una vez que se presentan los problemas, la veterinaria ecológica ha desarrollado gran cantidad de tratamientos de choque basados en las prácticas de medicina natural, tales como la fitoterapia, la homeopatía o la acupuntura. En casos excepcionales y debidamente justificados, la certificación ecológica permite el uso de medicamentos convencionales (o alopáticos), con un límite de aplicaciones por temporada y previo consentimiento del organismo de control.

- **Animales procedentes de la ganadería ecológica**

En la conversión de un rebaño a la ganadería ecológica, se prevén períodos de conversión, diferentes para cada tipo, y se limita la edad inicial del ganado en conversión. Para la introducción de nuevos animales o su reposición en los rebaños, los nuevos animales deben provenir de la ganadería ecológica, y si no es posible deberán someterse a su vez a un período de reconversión.



CANALES CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN (CCC)

En 1993, un laboratorio alemán llevó a cabo un estudio en el que se demostraba que la producción de un simple yogurt de fresa suponía 9.115 kilómetros. En el cálculo se tenían en cuenta todos los medios logísticos implicados en la fabricación del envase de plástico, de la tapa de aluminio y la etiqueta de papel, la leche, los fermentos lácticos, la confitura y la distribución. El anclaje del sistema agroalimentario en la red global liberal de bienes y servicios hace que el flujo internacional de alimentos siga una tendencia creciente y que la huella ecológica del sistema agroalimentario sea cada vez mayor. Para minimizar los impactos ambientales de nuestros alimentos es importante hacer una compra responsable, basada en productos de temporada, en la medida de lo posible, locales y a través de Canales Cortos de Comercialización (CCC). Al relocalizar las economías, se evitan muchas emisiones por quema de combustibles fósiles al acortar el transporte de los alimentos y al hacer innecesarios excesivos embalajes y cadenas de frío (Ecologistas en Acción, 2011).

Por una relación más directa entre productores/as y consumidores/as

Con frecuencia, existe una gran diferencia entre los precios que las personas consumidoras pagan por sus alimentos y lo que los agricultores/as reciben por ellos. Esto es debido al actual modelo de relaciones producción-distribución-consumo, que incluye una gran cantidad de intermediarios y que está llevando a muchas personas al abandono de la actividad agraria.

Los canales cortos de comercialización (CCC) son aquellos que permiten una relación más directa entre productores/as y consumidores/as (pequeñas tiendas, grupos de consumidores, mercadillos, restaurantes, colegios...). Se pueden definir como aquellos canales de circulación de los bienes económicos en los que sólo hay “un único intermediario entre el producto final y el consumidor/a, y entre el productor/a y el elaborador/a. Si no hay intermediarios, hablamos de venta directa”. En cuanto al sistema agroalimentario, con los CCC reducimos intermediarios y conseguimos que los agricultores/as reciban un precio justo por sus productos y que las personas consumidoras accedan a alimentos más baratos y de mayor calidad.

Los CCC permiten que el valor añadido de la producción agraria revierta en las pequeñas explotaciones y la población rural, mejorando así las economías rurales en clave de sostenibilidad. Además, permiten a los y las consumidoras una relación de confianza con sus alimentos,



que serán productos de temporada y libres de pesticidas. Y que la agricultura y el consumo de alimentos no sean actividades impactantes para el medio ambiente, ya que se evitan muchas emisiones por quema de combustibles fósiles al acortar el transporte de los alimentos, y se hacen innecesarios una gran cantidad de embalajes.

Los canales cortos se refieren al número de intermediarios en la cadena de distribución. Desde la perspectiva agroecológica, a menudo se asocian también al concepto de mercado local. Éste se define como aquel intercambio de bienes que “se desarrolla en el ámbito de movilidad habitual de los diferentes agentes. También en ámbitos geográficos singulares con un buen conjunto de referencias culturales comunes”. La idea de mercado local es por tanto un concepto territorial, que se amplía o reduce físicamente en función de los distintos productos y de la carga simbólica que aportan y, por lo tanto, es también un concepto cultural. La tortilla de patata es un alimento local en el Estado español; el arroz de Badajoz será un alimento local en toda Extremadura, ya que no hay arroz en otras zonas de la región; y los zarajos de Cuenca son producto local sólo en Cuenca.

Los CCC son una propuesta interesante para apoyar a las pequeñas fincas rurales de producción diversificada y para facilitar a los y las consumidoras un acceso satisfactorio y barato a alimentos locales, ecológicos y justos. Algunas de las ventajas que ofrecen estos modelos son las siguientes:

- Comprando directamente a los/as productores/as eliminamos intermediarios que elevan el precio de los alimentos de forma innecesaria. De esa forma, el agricultor/a recibe un precio justo, y las personas consumidoras pagamos también un precio justo
- Tenemos la posibilidad de conocer directamente a los agricultores/as: la forma en que trabajan, las problemáticas que les afectan, las distintas posibilidades de colaboración entre producción y consumo.
- Conocemos a otra gente de nuestro barrio o pueblo, fortaleciendo lazos entre vecinos/as y disfrutando de realizar actividades saludables en compañía.
- Apoyando a los y las pequeñas agricultoras ecológicas de nuestra zona, conseguimos mantener formas de vida dignas y sostenibles en el medio rural. Mantenemos un medio rural vivo y sostenible, cerca de los núcleos de mayor tamaño, y contribuimos así a mantener la naturaleza y el equilibrio territorial.

¿CÓMO SABEMOS SI UN PRODUCTO ES ECOLÓGICO?

A nivel europeo, la principal garantía de que un producto es orgánico es el sello conocido como ‘Eurohoja’, logo acreditador de productos ecológicos, que confirma que dicho producto ha superado los controles que exige la legislación de la Unión Europea en cada paso de la cadena de elaboración.



Comisión Europea

EL LOGOTIPO ECOLÓGICO DE LA UE

La agricultura ecológica es un modo de producir alimentos que contribuye a respetar el medio ambiente. Se aplica a todo tipo de productos, como frutas, verduras, carne, leche, vino, quesos, huevos, cereales, café, chocolate, pescado y marisco.

¿Qué es lo que garantiza el logotipo?

- Producción sostenible
- Protección del medio ambiente
- Controlado oficialmente
- Calidad
- Normas del bienestar animal

Certificado por BE-BIO-01 Agricultura de la UE

1. Código del organismo de control
2. Origen del producto

Producción: Ganado al aire libre, (No se permiten OGM), Uso restringido de pesticidas

Transformación

Distribución y venta al por menor: TIENDA, SUPERMERCADO

Los agricultores, transformadores, distribuidores, comerciantes e importadores deben cumplir las estrictas normas de la UE si desean utilizar el logotipo ecológico de la UE.

Los operadores notifican y describen su actividad a la **autoridad** responsable de los controles en su Estado miembro.

Los operadores se someten a **inspección** por parte de un organismo de control público o privado. Si el resultado es positivo, los operadores reciben un certificado y pueden comercializar sus productos como ecológicos.

Los operadores se someten a inspección, como mínimo, **una vez al año** para garantizar que cumplen las normas ecológicas.

Cuando compre alimentos certificados como ecológicos, podrá estar seguro de que se han producido según estrictas normas medioambientales y de bienestar animal de la UE, y de que su cumplimiento se controla regularmente.

ec.europa.eu/agriculture/organic/

Agricultura y Desarrollo Rural



¿QUÉ ES LA SOBERANÍA ALIMENTARIA?

Entendemos por soberanía alimentaria el derecho de los pueblos a alimentos nutritivos y culturalmente apropiados producidos a través de métodos sostenibles y saludables. Este concepto fue introducido con mayor relevancia en 1996 por La Vía Campesina en Roma, con motivo de la Cumbre Mundial de la Alimentación de la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO). La Soberanía Alimentaria incide en la importancia del modo de producción de los alimentos y su origen, resaltando la relación que tiene la importación de alimentos baratos en el debilitamiento de la producción y población agraria locales (FPH, 2011).

Por ello, la soberanía alimentaria descansa sobre seis pilares:

- 1) Se centra en alimentos para los pueblos:
 - a) Pone la necesidad de alimentación de las personas en el centro de las políticas.
 - b) Insiste en que la comida es algo más que una mercancía.
- 2) Valores de los proveedores de alimentos:
 - a) Apoya modos de vida sostenibles.
 - b) Respeta el trabajo de todos los proveedores de alimentos.
- 3) Localiza los sistemas alimentarios:
 - a) Reduce la distancia entre proveedores/as y consumidores/as de alimentos.
 - b) Rechaza el dumping y la asistencia alimentaria inapropiada.
 - c) Resiste la dependencia de corporaciones remotas e irresponsables.
- 4) Sitúa el control a nivel local:
 - a) Localiza los lugares de control en manos de proveedores locales de alimentos.
 - b) Reconoce la necesidad de habitar y compartir territorios.
 - c) Rechaza la privatización de los recursos naturales.
- 5) Promueve el conocimiento y las habilidades:
 - a) Se basa en los conocimientos tradicionales.
 - b) Utiliza la investigación para apoyar y transmitir este conocimiento a generaciones futuras.

c) Rechaza las tecnologías que atentan contra los sistemas alimentarios locales.

6. Es compatible con la naturaleza:

a) Maximiza las contribuciones de los ecosistemas.

b) Mejora la capacidad de recuperación.

c) Rechaza el uso intensivo de energías, de monocultivo industrializado y demás métodos destructivos”

(Food Secure Canada, 2012)

Pero, ¿puede la agricultura ecológica garantizar suficiente alimento para todo el mundo?

Aunque es tremendamente productivo, nuestro actual sistema de agricultura es el causante de innumerables perjuicios ambientales. Los problemas resultantes incluyen la pérdida de biodiversidad, la erosión y degradación masivas del suelo, la eutrofización⁴ y las zonas muertas oceánicas, los efectos de los plaguicidas en los seres humanos y la fauna silvestre, las emisiones de gases de efecto invernadero y los cambios en el ciclo hidrológico. Además, aunque la agricultura produce un superávit alimentario a escala mundial, más de 1.000 millones de personas padecen hambre crónica. Estos problemas de hambre, inseguridad alimentaria y daños ambientales continuarán aumentando si las actuales tendencias en el crecimiento de la población, el consumo de alimentos y de energía, así como el despilfarro de alimentos se mantienen. Para garantizar la capacidad de la Tierra para producir alimentos, es imperativo que adoptemos prácticas agrícolas sostenibles y resilientes lo antes posible. Ante esta situación, surgen dudas sobre si al introducir prácticas agrícolas sostenibles, el actual nivel de producción se verá mermado. Entonces, ¿puede la agricultura ecológica garantizar alimentos para todos/as?

En este campo, la ciencia continúa investigando y avanzando. En el estudio “Diversification practices reduce organic to conventional yield gap” del 2014, se encontró que aunque los rendimientos de los cultivos orgánicos son aproximadamente 19% inferiores a los de la agricultura industrial, ciertas prácticas pueden reducir significativamente esta diferencia. De hecho, plantar varios cultivos diferentes al mismo tiempo (policultivo) y plantar una secuencia de cultivos (rotación de cultivos) en una granja orgánica puede llegar a reducir la diferencia de rendimiento a la mitad. Curiosamente, ambas prácticas se basan en técnicas que

⁴ Proceso natural y/o antropogénico que consiste en el enriquecimiento de las aguas con nutrientes, a un ritmo tal que no puede ser compensado por la mineralización total, de manera que la descomposición del exceso de materia orgánica produce una disminución del oxígeno en las aguas profundas. Sus efectos pueden interferir de modo importante con los distintos usos que se pueden hacer de los recursos acuáticos (abastecimiento de agua potable, riego, recreación, etc.) (Ryding, S y Rast, W. (Eds.), 1992)



imitan los sistemas naturales, y se han practicado durante miles de años (Ponisio et al., 2014).

Este tipo de estudios sugieren que en los últimos años, se están empezando a desarrollar métodos altamente productivos de agricultura orgánica ante la urgencia de un cambio de sistema de producción. La ciencia continuará avanzando e investigando en este campo para poder desarrollarlos de manera más extensiva, intentando generalizar su práctica, de manera que garanticen el Derecho a la Alimentación⁵ a escala mundial.

ACTIVIDAD PRINCIPAL

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD

HISTORIA DE UNA VACA



OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Conozca los diferentes circuitos de producción, distribución y consumo
- Sean capaces de formarse una opinión crítica sobre las consecuencias de ambos circuitos
- Que esté motivado para saber cómo participar de un circuito de Economía Social y Solidaria

METODOLOGÍA

El enfoque de metodología que proponemos, trata de relacionar el ámbito emocional del alumnado con los diferentes circuitos de producción

⁵ El derecho a una alimentación adecuada fue por vez primera reconocido como derecho humano por las Naciones Unidas en la Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH) a partir de 1948, como parte del derecho a un nivel de vida adecuado. Fue reconocido más adelante en el Artículo 11 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, instrumento vinculante para los países que lo han ratificado. En 1999, el derecho a la alimentación fue interpretado por el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (CESCR) en su **Observación General 12**, estableciendo que: “El derecho a la alimentación adecuada se ejerce cuando todo hombre, mujer y niño, ya sea sólo o en común con otros, tiene acceso físico y económico, en todo momento, a la alimentación adecuada o a medios para obtenerla”. Además, el Relator Especial de las Naciones Unidas sobre el derecho a la alimentación definió éste como: “El derecho a tener acceso regular, permanente y sin restricciones a la alimentación, ya sea directamente o través de compra, a un nivel suficiente y adecuado, tanto en términos cualitativos como cuantitativos, que corresponda a las tradiciones culturales de la población a la que el consumidor pertenece, y que garantice un vida psíquica y física, individual y colectiva, satisfactoria, digna y libre de temor” (www.fao.org/righttofood/derecho-a-la-alimentacion-inicio/es/).

y consumo, promoviendo que se trabajen las repercusiones de las diferentes formas de producción y consumo sobre el medio ambiente y la vida de las personas desde la vinculación con las protagonistas del cuento. Durante la narración del cuento, el alumnado participará de él, de manera que se generen diálogos e interacciones que ayuden a la reflexión individual y grupal. El uso de animales a los que se asigna cualidades para educar en valores es muy recomendable ya que el alumnado tiende a vincularse fácilmente con este tipo de personajes. Por otro lado, eligiendo un producto como la leche, consumido regularmente, cuyos orígenes son conocidos por la mayoría de alumnado, conectamos con cuestiones cotidianas de su vida facilitando la transmisión de conocimientos y la calidad de la interacción y las ideas generadas durante la sesión.

DESARROLLO

Comenzaremos la sesión narrando la historia de las hermanas vaca Dolores y Fortunata. Durante la narración, el profesorado irá dando una serie de consignas al alumnado que facilite su interacción y ayude a interiorizar y despertar interés en el contenido del relato. Se ha dividido el cuento en dos partes, Anexos I y II. Empezaremos con el Anexo I.

Tras finalizar la narración de la primera parte del cuento, hacemos una parada en la historia para lanzar varias cuestiones al alumnado en plenario:

- ¿Qué os parece la granja donde trabaja Dolores?
- ¿Creéis que Dolores es feliz trabajando allí? ¿Por qué?
- ¿Por qué creéis que hay tantos animales viviendo juntos?
- ¿Por qué creéis que ya no crece la hierba en el prado?
- ¿Qué os parece que la leche de la granja de Dolores sea la más vendida?

Aquí se trataría de hablar sobre la idea que tienen el alumnado de granja convencional y de granja más industrializada. Los aspectos a destacar sobre los que reflexionar es el poco cuidado que las granjas más grandes ponen en el entorno: desde el agotamiento de los pastos por haber demasiados animales juntos, la utilización de terrenos para cultivar cereales y otras semillas que agotan también los entornos naturales o la contaminación que generan.



Tras este paro, continuamos con la segunda parte de la historia de las vacas hermanas, para contar la vivencia de Fortunata, la vaca que ha trabajado en una granja que opera bajo criterios éticos y sostenibles (Anexo II).

Tras terminar el relato, se propone al alumnado las siguientes cuestiones:

- ¿Qué os parece la granja de Margarita?
- ¿Qué diferencias veis?

Éstas serían: el número de animales que viven juntos, la alimentación que reciben las vacas, lo que hacen con la basura y el cuidado del entorno, el respeto a los animales a la hora de extraer la leche y el transporte a larga distancia y lo que supone.

- Si fuerais vacas, ¿en qué granja os gustaría trabajar?
- ¿Cómo podemos hacer que haya más granjas como la de Fortunata?

Tras estas cuestiones, se reparte entre el alumnado dibujos de las dos vacas para colorear y de los entornos de cada una. Estas fichas corresponden al Anexo III. Al terminar de colorear, el profesorado recordará con el alumnado los motivos principales por los que la vaca Fortunata está alegre y su hermana Dolores está seria.

Alternativa para cursos superiores:

Para el caso de alumnado de mayor edad (5º o 6º de primaria), la actividad de colorear se sustituiría por una actividad en grupos: **¿Cómo sería tu propia granja?**

Se divide a la clase en grupos de 6 personas como máximo, y se les pide que imaginen su propia granja a partir de los siguientes apartados:

- ¿Grande o Pequeña?
- ¿Dónde estaría?
- ¿Qué animales habría en la granja?
- ¿Qué productos se harían?
- ¿Cuántas personas estáis en la granja trabajando?



- ¿Qué hacéis con la basura?
- ¿Dónde se venderían vuestros productos?

También podrán hacer un dibujo para explicar estas cuestiones de su granja.

Una vez se expongan en plenario las granjas de cada grupo, el profesorado lanzará una última pregunta:

- ¿Los animales que viven allí están tristes o contentos? ¿Y las personas que trabajan? ¿Y el entorno donde están es verde y bonito?

DURACIÓN

1 sesión de 1 hora. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Relato de la 1º parte de la Historia: 15 minutos
- Reflexión sobre primer bloque de preguntas: 10 minutos
- Relato de la 2º parte de la Historia: 10 minutos.
- Reflexión sobre segundo bloque de preguntas: 10 minutos
- Colorear las láminas de la historia de Fortunata y Dolores: 10 minutos
- Alternativa: Por grupos, dibujar nuestra granja, 15 minutos (en lugar de colorear)

LUGAR

Aula

MATERIALES

Pizarra, tizas, personajes y contextos de las dos historias en dibujos (se hará una propuesta de dibujos para recortar y pegar, pero también se pueden ir dibujando en la pizarra según se narra la historia), láminas de la vaca Dolores y la vaca Fortunata para colorear.

TRANSFERENCIAS Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA



Para que el alumnado conozca y se familiarice con la existencia de la alimentación estacional, así como con las ventajas que su consumo aporta tanto en la salud individual como en la del planeta, se propone la actividad complementaria “Y esto, ¿cuándo se come?”. Tanto su desarrollo como los materiales para llevarla a cabo se incluyen en el Anexo IV de esta propuesta didáctica.

Además, incluimos datos relacionados con la producción y consumo ecológicos en España en el anexo V, de carácter informativo, por si se quisiera profundizar más en este ámbito.

EVALUACIÓN



Con el fin de valorar la puesta en práctica de la actividad, correspondiente a la presente propuesta didáctica, se incluyen dos evaluaciones:

- Evaluación para el alumnado (ANEXO VI). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el alumnado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Si le ha gustado el cuento
 - ✓ Si le gustaría saber más sobre la temática de la actividad
 - ✓ Qué es lo que más y lo que menos le ha gustado
- Evaluación dirigida al profesorado (ANEXO VII). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el profesorado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Grado de satisfacción con la sesión en general
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ Las actividades
 - ✓ La metodología propuesta
 - ✓ Grado en que favorece la participación
 - ✓ Grado de implicación del grupo en la sesión
 - ✓ Facilidad para implementar la sesión propuesta
 - ✓ Grado de aplicabilidad en su práctica docente
 - ✓ Le gustaría ampliar su formación en este tema

Los datos obtenidos de ambos cuestionarios serán de gran utilidad para valorar la actividad y mejorarla, en el caso de que fuera necesario, para responder a los objetivos y necesidades del profesorado respecto a la aplicación de la Economía Social y Solidaria en el ámbito educativo.

ANEXOS



ANEXO I. Cuento “Historia de Una Vaca” Parte 1

ANEXO II. Cuento “Historia de Una Vaca” Parte 2

ANEXO III. Fichas para colorear

ANEXO IV. Ficha actividad “Y esto, ¿cuándo se come?”

ANEXO V. La producción ecológica en España

ANEXO VI. Evaluación para el alumnado

ANEXO VII. Evaluación para el profesorado de la sesión formativa

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES



- » ¿Cómo distinguir lo ecológico de lo que no lo es? (2016). [Blog] *Espacio orgánico*. Disponible en: <http://www.espacioorganico.com/distinguir-lo-ecologicobiologicorganico-lo-no-lo/> Recuperado el 1 de junio de 2017.
- » Concienciaeco (2010), *¿Qué es la agricultura ecológica?*, recuperado el 26 de junio de 2017 de <http://www.concienciaeco.com/2010/08/17/que-es-la-agricultura-ecologica/>
- » Consejo de Agricultura y Alimentación Ecológica de Euskadi, ENEEK. (2013). Características de la producción ecológica (p. 2). Euskadi: ENEEK.
- » Dibujos para colorear, manualidades y fotografías. (2017). Educima.com. Recuperado el 14 de Junio 2017, de <https://www.educima.com/>
- » Eco Spain. (2014). *¿Qué es la agricultura ecológica? Beneficios de la Agricultura ecológica, tanto en el medio ambiente, como en nuestra salud.* Extraído de <https://www.youtube.com/watch?v=S-dLAdHYgKw>



- » Ecoagricultor, Principios y beneficios de la agricultura orgánica, recuperado el 20 de junio de 2017 de <http://www.ecoagricultor.com/principios-y-beneficios-de-la-agricultura-orgánica/>
- » Ecologistas En Acción (2011). Agroecología para enfriar el planeta. *Cuadernos de Ecologistas en Acción*, 19.
- » Gordillo, G. and Méndez Jerónimo, O. (2013). Seguridad y Soberanía Alimentaria (Documento Base para Discusión). [ebook] FAO, pp.3-5. Disponible en: <http://www.fao.org/3/a-ax736s.pdf> [Recuperado el 7 junio de 2017].
- » Junta de Andalucía (2006) Manual Básico de Agricultura Ecológica (p. 4). Andalucía: Junta de Andalucía.
- » López García, D. and Llorente Sánchez, M. (2010). La Agroecología: Hacia un nuevo modelo agrario. *Ecologistas en Acción*, pp.40-42, 47-49. Disponible en: https://www.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf_cuaderno_17_agroecologia.pdf, recuperado el 13 julio de 2017.
- » Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (2016). *CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA ESPAÑOLA EN TÉRMINOS DE VALOR Y MERCADO, REFERIDA AL AÑO 2015*. Madrid: Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Secretaría General Técnica. Centro de Publicaciones, pp. 54-59.
- » Ponisio, L. (2014). How to make organic farming more productive? [Blog] World Economic Forum. Disponible en: https://www.weforum.org/agenda/2014/12/how-to-make-organic-farming-more-productive/?utm_content=buffer76df3&utm_medium=social&utm_source=twitter.com&utm_campaign=buffer [Recuperado el 3 Junio de 2017].
- » Ponisio, L., M'Gonigle, L., Mace, K., Palomino, J., de Valpine, P. and Kremen, C. (2014). Diversification practices reduce organic to conventional yield gap. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 282 (1799), pp.20141396-20141396.
- » Right to Food: Acerca del Derecho a la Alimentación. *Fao.org*. Recuperado el 12 Julio 2017, de <http://www.fao.org/righttofood/acerca-del-derecho-a-la-alimentacion/es/>
- » Ryding, S y Rast, W. (Eds.), 1992. El control de la eutrofización en lagos y pantanos. Ediciones Pirámide, Madrid y UNESCO, París.
- » Sellos certificadores de alimentación ecológica en España. (2016). [Blog] *Essencialis*. Disponible en: <http://essencialis.es/sellos-certificadores-de-alimentacion-ecologica/> Recuperado el 19 Julio de 2017.

- » Villadiego, L. (2015). ¿Está cambiando el concepto de agricultura? [Blog] CarrodeCombate. Disponible en: https://www.carrodecombate.com/2015/06/11/nuevos-conceptos-de-agricultura/?utm_source=ReviveOldPost&utm_medium=social&utm_campaign=ReviveOldPost [Recuperado el 6 Junio de 2017].

FUENTES ILUSTRACIONES

- » Ilustraciones fichas para colorear (págs. 103 a 109):
- <http://dibujoscolorear.biz/imagenes-de-vacas-animadas.html>
 - <https://animalesfotosdibujosimagenesvideos.blogspot.com.es/2010/12/fotos-de-vacas.html>
 - https://www.shutterstock.com/image-illustration/vector-illustration-cute-pig-cartoon-sitting-747974965?src=RZqgGte3yrLM_VYR6ccIWQ-1-98
 - <http://petratcare.org/rat-animated-gifs/>

ANEXO I. CUENTO: Historia de Una Vaca. Parte I

“Dolores y Fortunata eran dos hermanas vaca que vivían en un prado del norte de España. Convivían con muchas otras compañeras vacas, con gallinas, ovejas con las que se llevaban muy bien. Por las mañanas, Dolores y Fortunata acudían a la escuela para vacas con el resto de sus compañeras. Les encantaba ir a la escuela a aprender cosas que con mucho cariño les contaba su profesora Leonor. Hablaban de cómo cuidar de los prados, de cómo protegerse cuando llovía, de lo importante que era hacer ejercicio para mantenerse sanas, de cómo cuidar al resto de animales que vivían con ellas y cómo tener una leche rica y saludable. En la escuela también les contaban qué cosas no deberían hacer, como separarse de sus compañeras y alejarse demasiado de la granja o quedarse fuera de la granja cuando había tormenta. Era el último día de clase, y Dolores y Fortunata estaban muy contentas porque se iban a graduar en la escuela. Las dos habían tenido muy buenas notas, por lo que ya estaban preparadas para abandonar su hogar e irse a trabajar a otro sitio. La profesora Leonor fue recitando en alto el listado de alumnas y los lugares donde se iban a marchar a trabajar:

- Teresa -dijo la profesora con una sonrisa en la boca- Te vas a marchar a trabajar a la granja Arco Iris.

Todas las compañeras vaca aplaudieron, mientras Teresa se dirigía a la mesa de la profesora Leonor a recoger su título de graduada y la dirección sobre su nuevo trabajo. A mitad de camino, Teresa tropezó con la cola de la vaca Sasha que estaba sentada en primera fila de la clase. Teresa intentó mantener el equilibrio haciendo aspavientos hacia delante, pero se dio de bruces contra la pizarra dejando que las tizas se esparcieran por el suelo del aula.

- ¿Te has hecho daño, Teresa? -dijo preocupada la profesora acercándose a ella-

- No, no -respondió algo magullada-. Estoy bien.

Lo cierto era que no era la primera vez que Teresa caía, o se tropezaba. El resto de compañeras creían que se había hecho de acero porque, afortunadamente, nunca se hacía grandes lesiones.

- Loreto, tú vas a ir a la granja Ciempiés -prosiguió la profesora Leonor, tras comprobar que Teresa regresaba a su sitio sana y salva-

Loreto caminó alegremente hasta la mesa de la profesora. Ahora les tocaba el turno a las hermanas vaca.

- Fortunata, te toca trabajar en la granja de Doña Carmela.

Fortunata se dirigió muy contenta a recoger su título. Había oído hablar muy bien de esa granja, el clima era muy templado y conocía a otras vacas que ya estaban trabajando allí.

- Dolores, vas a marcharte a trabajar a la granja La Factoría.

Dolores no había oído hablar de ese lugar, parece que era una granja

nueva que llevaba poco tiempo abierta. Pensó que iba a ser muy útil con su trabajo en un sitio que acababa de empezar.

Después de la graduación, las vacas hicieron una fiesta de despedida a la que acudieron todos los animales de la granja. Bailaron, se abrazaron, recordaron aquella vez en que la vaca Teresa se tropezó con Doña Leonor y tiró un tablón. Se lo pasaron en grande.

Al día siguiente, vinieron los camiones de cada granja para llevarse a las recién graduadas vacas. Fortunata y Dolores se despidieron sabiendo que se iban a echar mucho de menos, pero que en las vacaciones de verano dentro de un año, se volverían a encontrar.

Pasó el tiempo y las hermanas se pasaban el día trabajando en sus nuevos empleos. Fortunata en la granja de Doña Carmena y Dolores en la granja La Factoría.

Llegó por fin el verano y las hermanas vacas se reencontraron en su hogar al Norte de España. Estaban deseando verse y contarse cómo les había ido durante este tiempo.

- ¡Hola, querida hermana! -exclamó Dolores-. ¡Qué ganas tenía de verte!

Dolores tenía los ojos vidriosos y estaba muy contenta de regresar a su hogar.

- ¡Hola Dolores! -dijo Fortunata-. ¡Yo también a ti! Corre, sentémonos debajo de ese árbol para ponernos al día.

Ambas hermanas se alejaron de la granja y se sentaron bajo un frondoso árbol que conocían desde siempre.

- Dolores, parece que tienes mala cara -dijo Fortunata al mirar a Dolores-. ¿Qué tal has estado en la granja La Factoría?

Dolores tenía cara de cansancio.

- La verdad es que estoy un poco cansada. La vida en la granja no era como yo me la esperaba. -relató Dolores a Fortunata-.

- ¿Por qué dices eso? -preguntó Fortunata extrañada-.

- En la granja vivimos muchos animales y dormimos muy juntitos, comemos muy juntitos y sólo salimos al prado un ratito al día. Creo que no hay sitio para todos, pero a las personas que organizan la granja les da igual.

Fortunata escuchaba atenta a su hermana con cara de preocupación. Dolores prosiguió:

- Por las mañanas nos llenan los comederos de pienso y cereales, ¡con lo que me gusta a mí el pasto! -exclamó Dolores-.

- Nos divertimos con los concursos que se organizan allí. Son

concursos de leche de vaca y la que más litros de leche ponga durante la semana, gana, así que nos pasamos la mayor parte del tiempo ordeñándonos. Es un poco aburrido al principio, pero cuando ganas te dan un premio. Hay muchos camiones que vienen a recoger leche y nos han dicho que somos de las granjas que más leche vende en todo el país. Tanto esfuerzo se compensa.

- El prado de la granja es un poco feo -continuó Dolores-. A veces está muy seco y hay zonas donde ya no crece la hierba. Mis compañeras me dicen que donde no crece nada, plantan cereales para darnos de comer por las mañanas. También tenemos un río cerca, pero huele muy mal porque la granja echa ahí la basura.

ANEXO II. CUENTO: Historia de Una Vaca. Parte II

- ¡Vaya, Dolores! Es normal que estés tan cansada, trabajas un montón en tu empleo -contestó Fortunata-

- Bueno, cuéntame tú. ¿Qué tal es la granja La Carmela? -preguntó Dolores-

- Es una granja pequeña pero muy acogedora. Nos somos muchos animales y nos pasamos casi todo el día en el prado comiendo. Antes de ordeñarnos, nos preguntan cómo estamos y comprueban si estamos cómodas y sanas. Nosotras no tenemos concursos, pero nos divertimos mucho porque tenemos tiempo libre -contaba Fortunata con una sonrisa-

- Vienen camiones a recoger nuestra leche sólo cuando hay mucha, y dicen que nuestra leche es la más rica del pueblo -continuó-

- ¿No llevan vuestra leche fuera de vuestra ciudad? -preguntó Dolores sorprendida-

- No. Sólo la transportan a sitios cercanos a la granja. A veces vienen vecinos y vecinas a comprarla allí. Les gusta mucho ir y disfrutar del prado verde y el riachuelo que nos rodea. No tiran la basura en el campo porque nos gusta que esté bonito, la tiran a unos contenedores para poder reciclarla.

- ¡Vaya, Fortunata! -exclamó Dolores-. ¡Qué buena pinta tiene tu granja!

- Si la gente sigue comprando leche en nuestra granja, dentro de poco podrías venir a trabajar conmigo allí.

- Pero dicen que vuestra leche es mucho más cara que la nuestra -comentó Dolores-. ¿Por qué la gente la iba a comprar?

- Es verdad que cuesta más -explicó Fortunata-. Si el precio es pequeño, no se podría pagar a las personas por su trabajo, ni mantener limpia y confortable la granja.

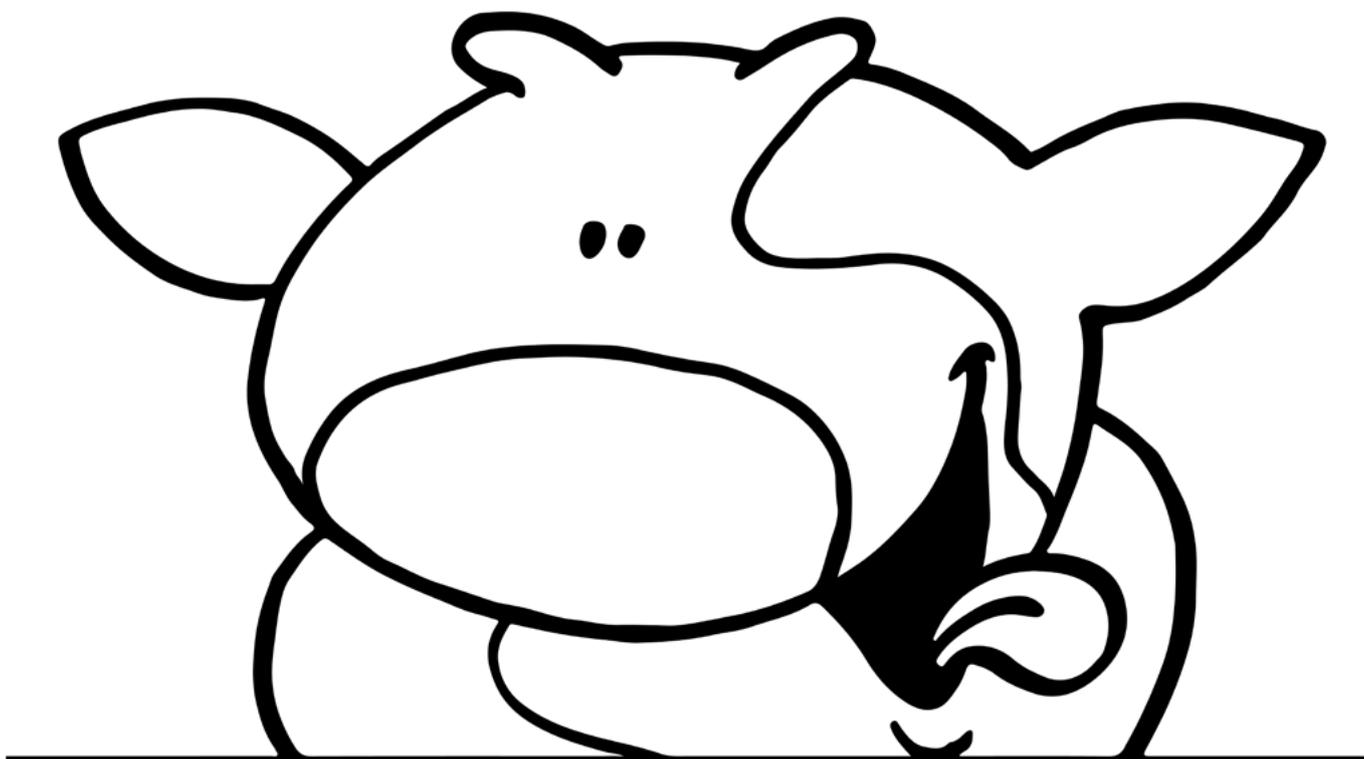
Dolores no entendía a lo que Fortunata se refería, ¿cómo iba a ser posible que la gente quiera comprar leche más cara?

- La compran porque hay gente que prefiere que la persona que vende la leche pueda ganar dinero que le permita vivir y cuidar de su familia, y que nosotras estemos bien cuidadas y felices -concluyó Fortunata.

- ¡Ya lo he entendido! Pagan un poquito más porque quieren que nosotras estemos contentas ¡Qué bien que haya gente que quiera pagar más por la leche para que nosotras estemos bien! -Exclamó Dolores muy contenta-. ¡Quiero irme a tu granja!

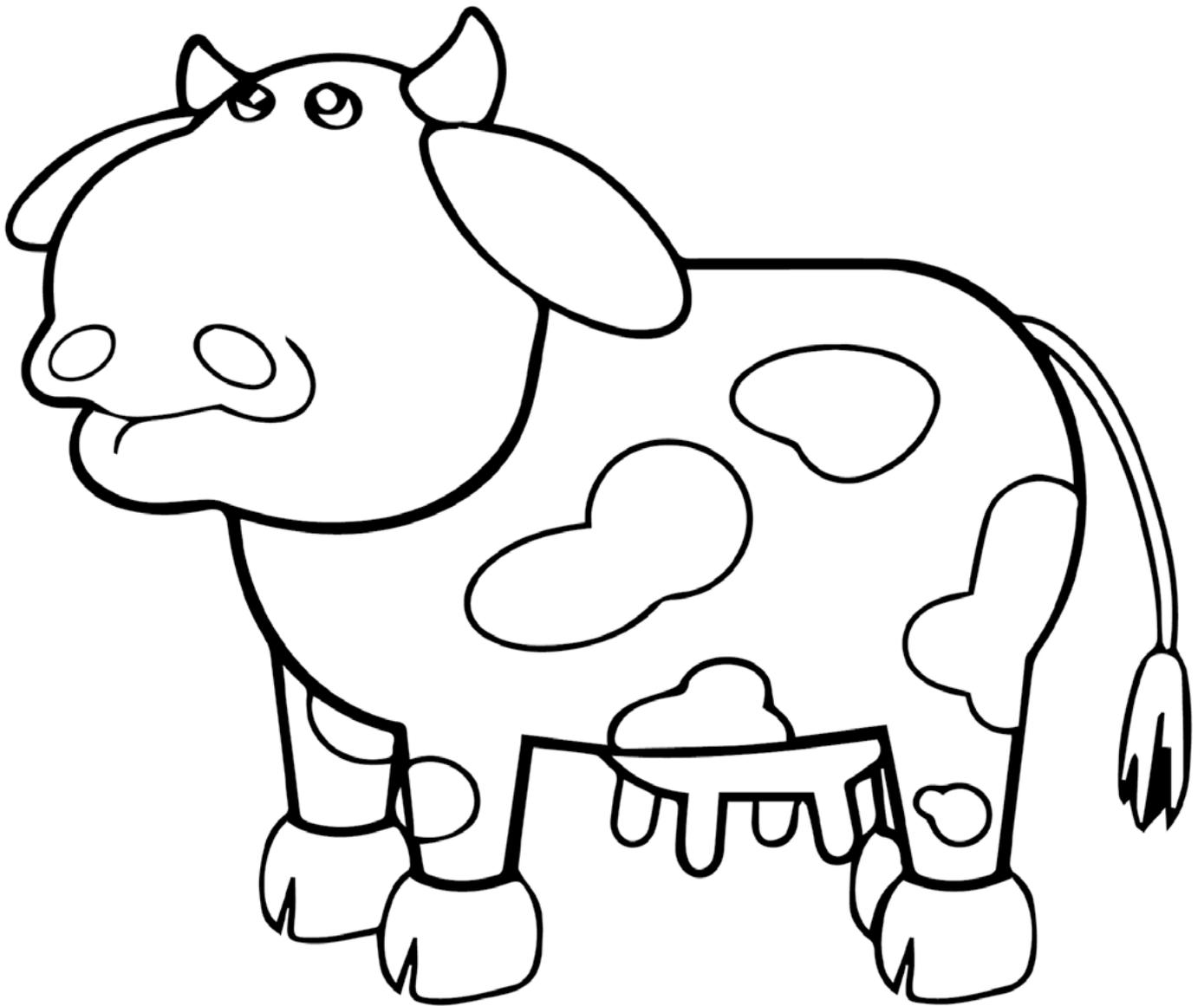
ANEXO III. FICHAS PARA COLOREAR

VACA FORTUNATA

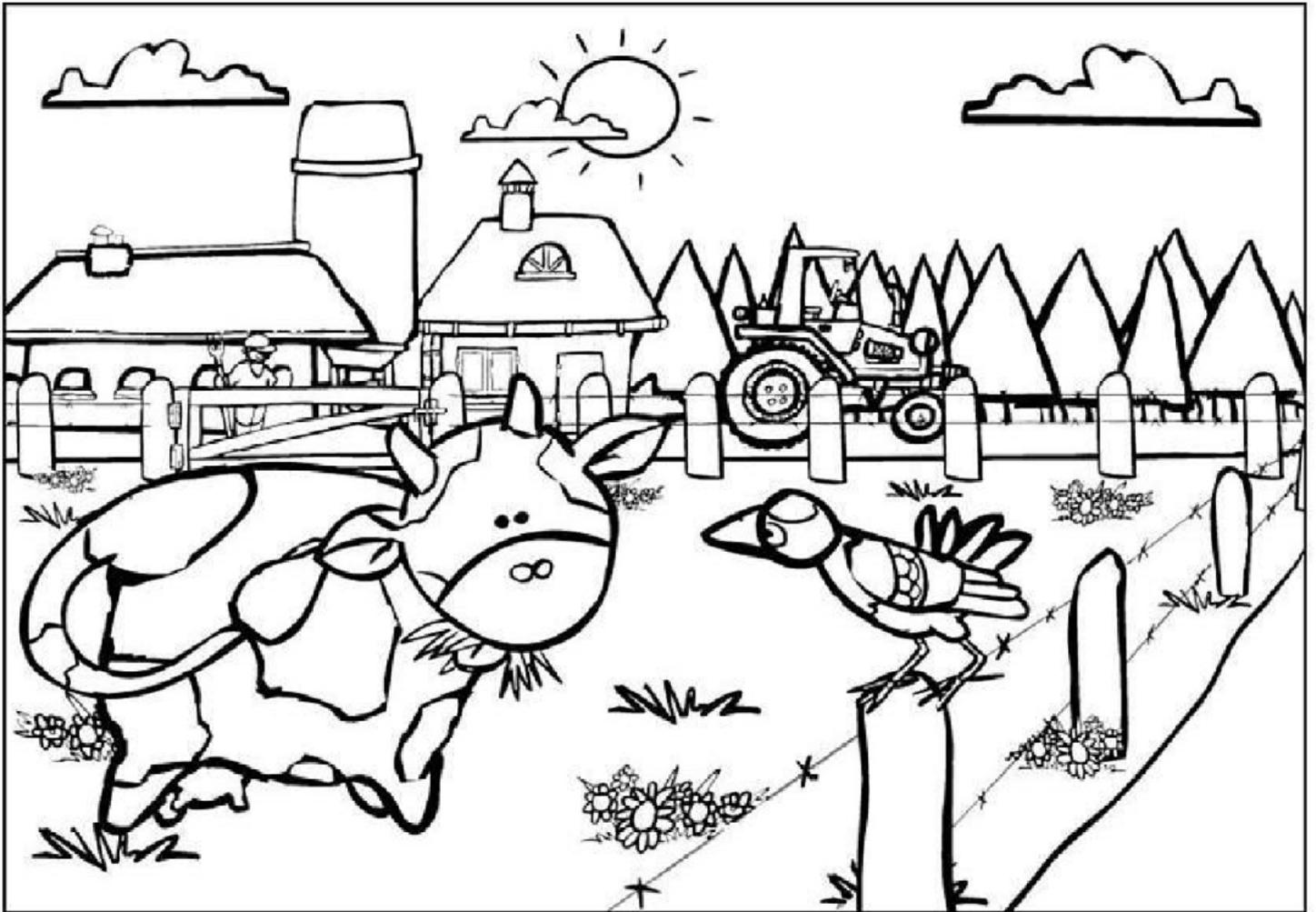




VACA DOLORES



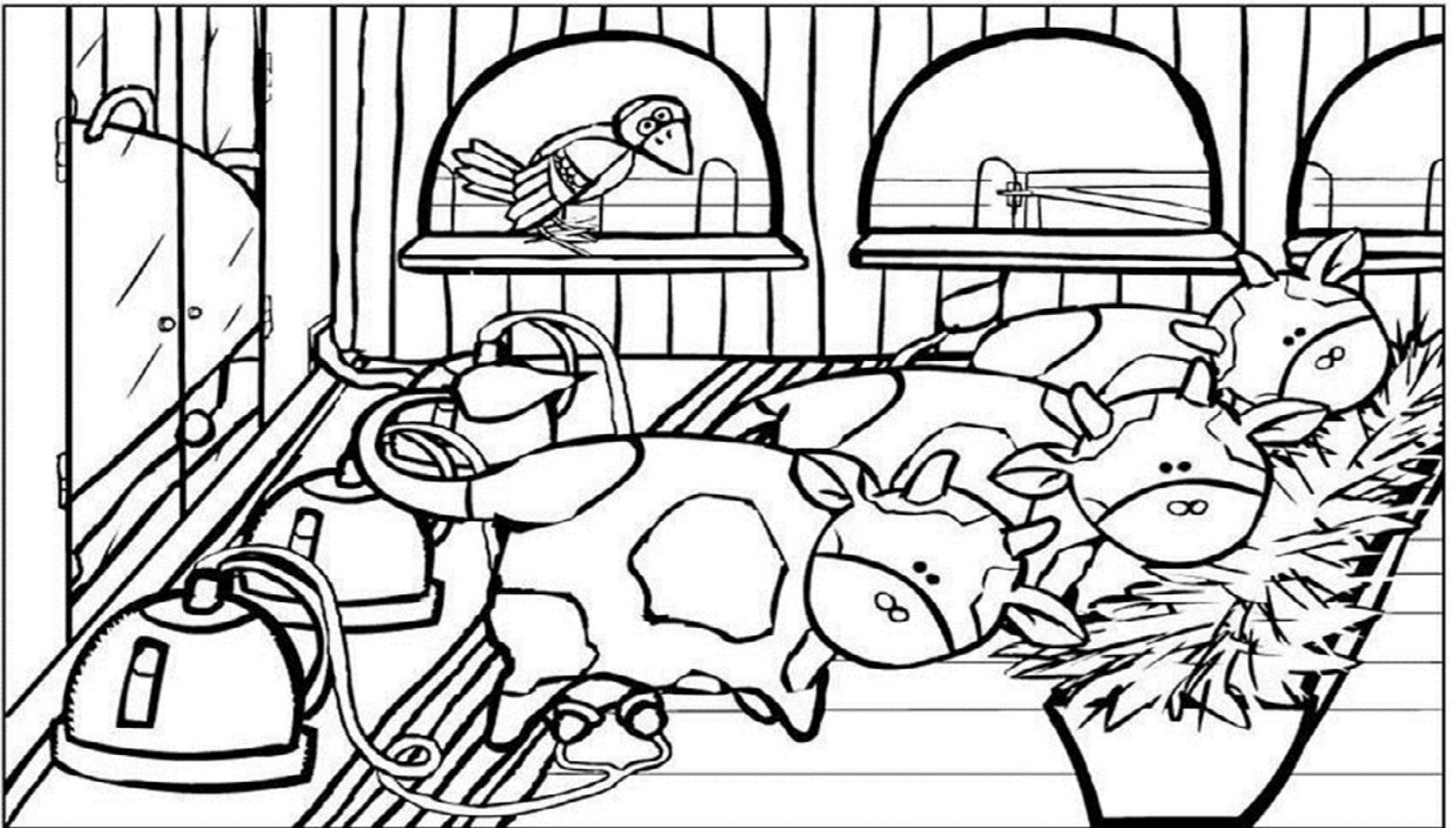
GRANJA FORTUNATA



<http://www.zuivelonline.nl> - <http://www.sc.nacpi.platen.com>



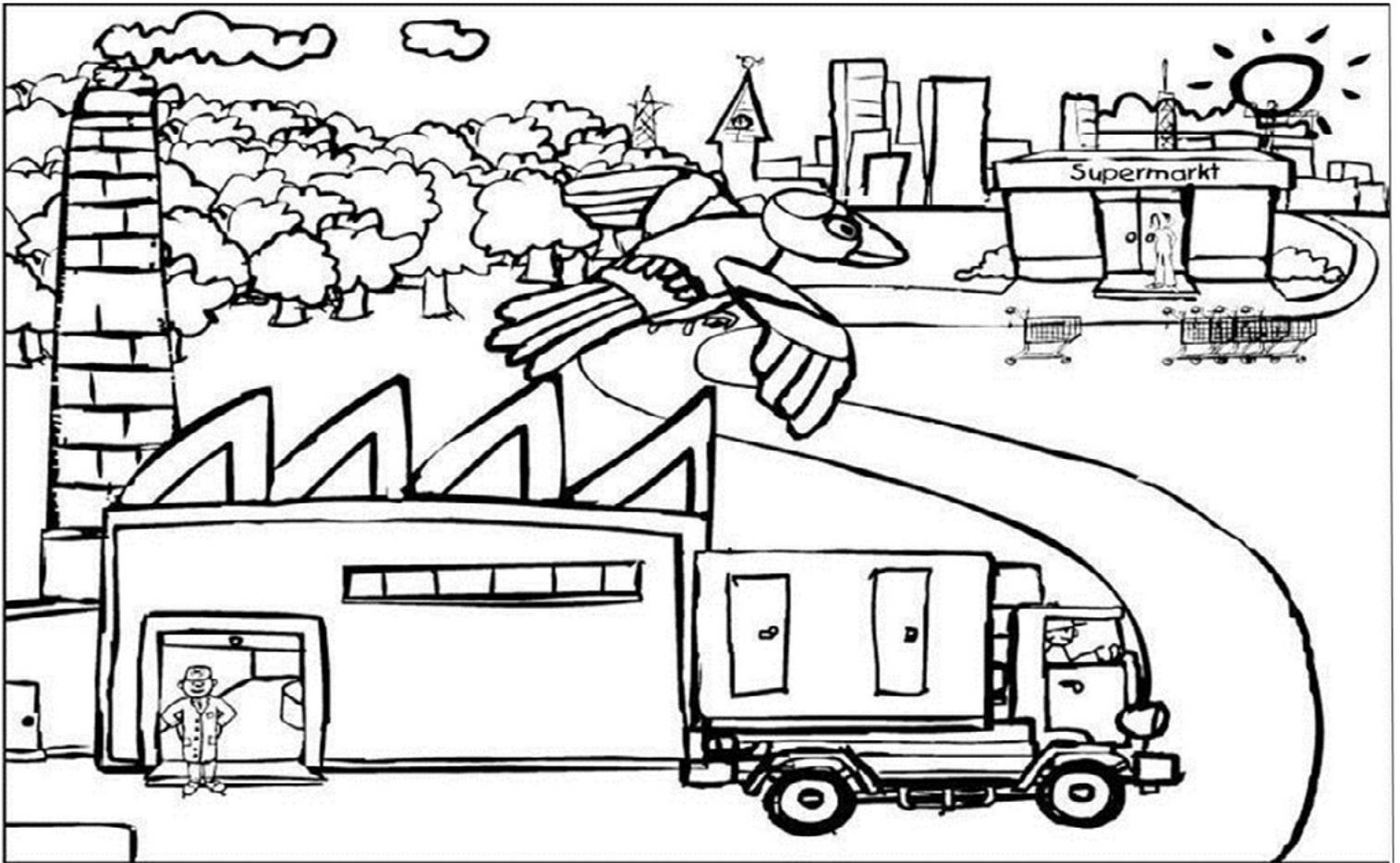
GRANJA DOLORES



ENVASANDO LECHE



TRANSPORTE DE LECHE



COMPRANDO LECHE EN LA TIENDA



ANEXO IV. FICHA ACTIVIDAD: Y esto, ¿cuándo se come?

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado conozca las frutas y verduras de temporada.
- Sea consciente de las ventajas que ofrece el consumo estacional.

DESARROLLO

En primer lugar, se organizará al alumnado en grupos máximo de 7 personas. Se les lanzarán unas preguntas introductorias que les darán pistas sobre la finalidad de la actividad:

- ¿Coméis muchas frutas y verduras?
- ¿Cuáles coméis normalmente? ¿Cuántas conocéis?
- ¿Coméis las mismas durante todo el año?

Se cuenta que los alimentos son estacionales, eso quiere decir que se producen en una determinada época del año. La energía del sol hace crecer las verduras y las frutas y éste tiene una intensidad y fuerza diferente a lo largo de los meses del año, por lo que las plantas crecen y se desarrollan de manera distinta en función del tiempo.

Se irán apuntando en la pizarra los nombres de las frutas y verduras que el alumnado vaya nombrando. El profesorado podrá ayudar a completar esta lista, ya que será sobre la que vamos a trabajar. A cada grupo se le repartirá la ficha: “Cesta de la Compra” correspondiente a una estación del año determinada que deberán rellenar con 6 frutas y verduras (3 frutas y 3 verduras) de la lista anterior dibujándolas dentro de la cesta. Se asignará, por tanto, una estación del año a cada grupo, pudiéndose repetir en el caso de que hubiera más de 4 grupos.

Después, cada grupo designa a una persona portavoz que contará al resto de la clase la selección de frutas y verduras que han elaborado.

Tras esto, el profesorado repartirá a los grupos el calendario de frutas y verduras correspondiente a la estación que les haya tocado, y compararán los resultados. En ese momento, el profesorado podrá contar los motivos por los que es beneficioso comer frutas y verduras de temporada:

- Son más sanos y tienen más sabor, ya que mantienen intactas sus propiedades y nutrientes cuando se recogen, y al cultivarse en la época y suelos adecuados conservan un sabor, olor y textura naturales.
- Son más económicos, al haber más cantidad durante esa temporada hace que el precio pueda ser más ajustado.

- Son más respetuosos con el Medio Ambiente, ya que se evita el gasto y la contaminación por largos trayectos de transporte, embalajes así como gastos de conservación o refrigerado.

Tras estas reflexiones, se les podrá entregar al alumnado el calendario (o calendarios) de frutas y verduras para que se lo lleven a casa.

DURACIÓN

Esta es la duración orientativa de cada parte de la actividad:

- Preguntas introductorias: 10 minutos
- Haz tu Cesta de la compra: 30 minutos
- Poner en común las cestas: 10 minutos
- Comparar las cestas de cada grupo con los calendarios de frutas y verduras: 15 minutos.

LUGAR

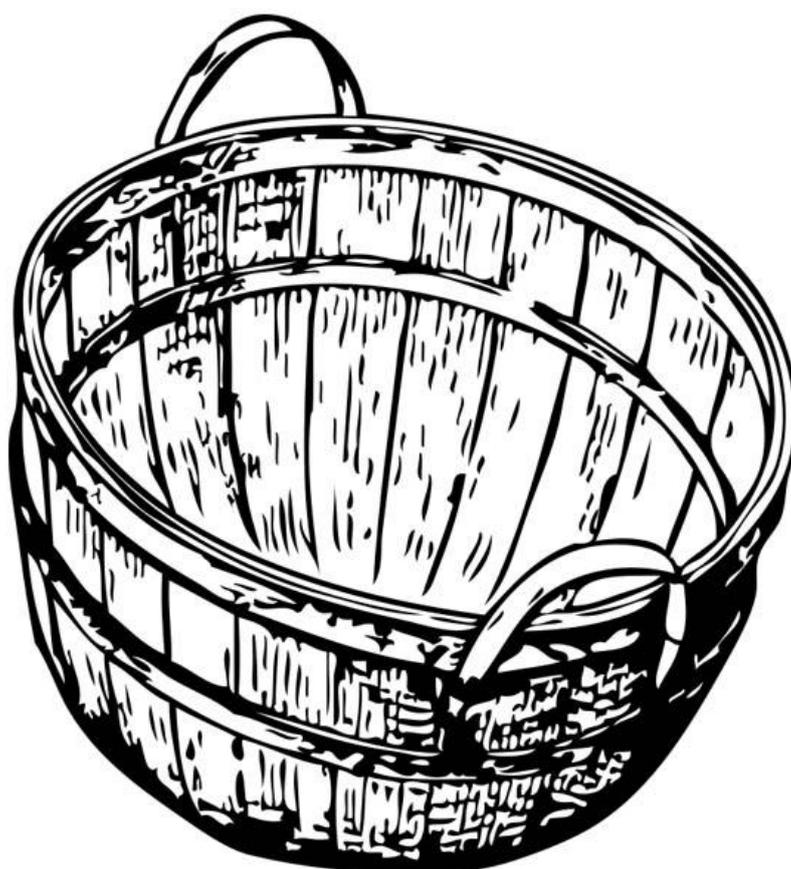
Aula.

MATERIALES

Ficha de actividad, ficha “Cesta de la Compra”, calendarios de frutas y verduras por estación, pinturas para colorear, pizarra y tizas.

CESTA DE LA COMPRA

Estaciones



CALENDARIO FRUTAS Y VERDURAS OTOÑO

OTOÑO
frutas y verduras de temporada

Frutas **Verduras**

ecológico

23 Sep 21 Dic 23 Sep 21 Dic

facpe
Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos

CALENDARIO FRUTAS Y VERDURAS INVIERNO

INVIERNO
frutas y verduras de temporada

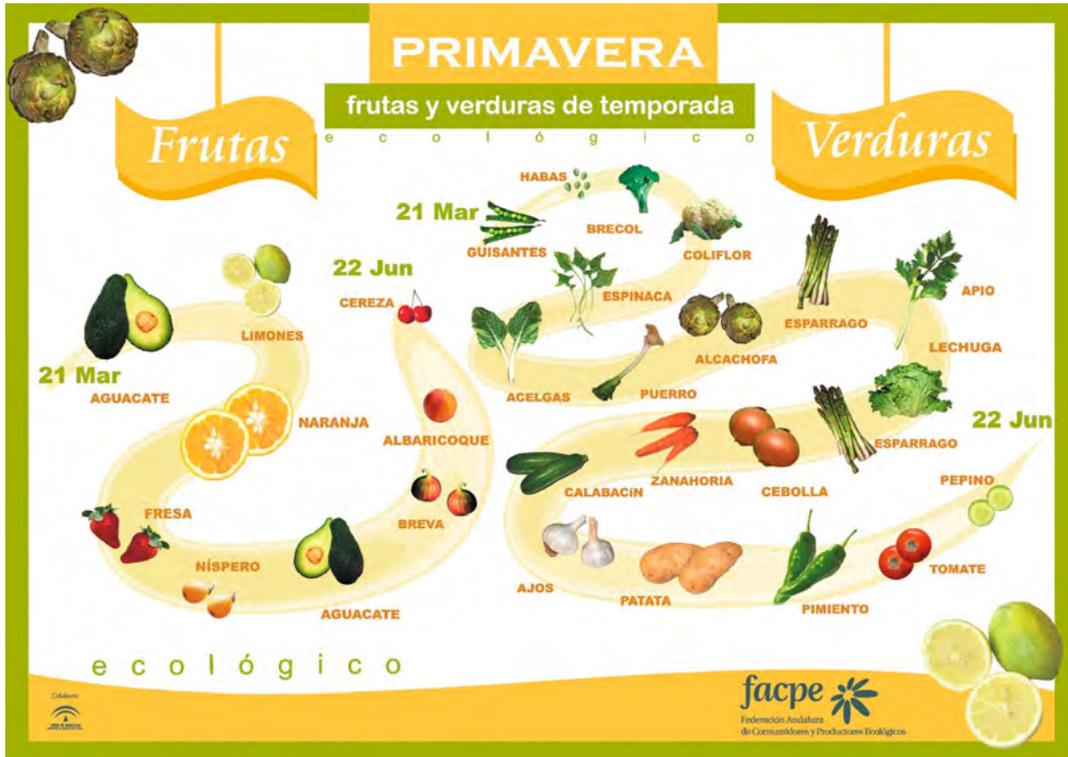
Frutas **Verduras**

ecológico

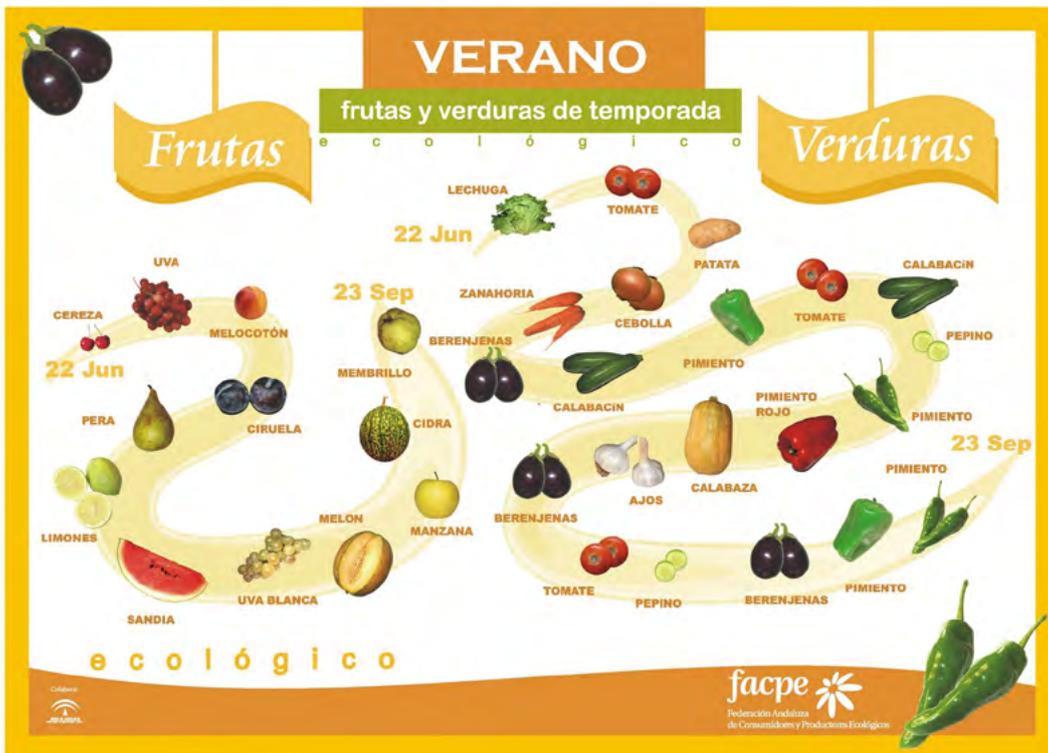
21 Dic 21 Mar 21 Dic 21 Mar

facpe
Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos

CALENDARIO FRUTAS Y VERDURAS PRIMAVERA



CALENDARIO FRUTAS Y VERDURAS VERANO



Fuente: Federación Andaluza de Consumidores y Productores Ecológicos, FACPE. (Fruta y verdura de temporada en cada estación del año, 2016) Bibliografía: Fruta y verdura de temporada en cada estación del año. (2016). [Blog] Fruta de La Sagra. Disponible en: <https://www.frutadelasagra.com/blog/fruta-y-verdura-de-temporada-en-cada-estacion-del-ano>

ANEXO V. ACTIVIDAD: La Producción Ecológica en España

Según datos extraídos del estudio encargado por la Subdirección General de Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica (Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente) denominado: *Caracterización del sector de la producción ecológica en España en términos de Valor y Mercado referida al año 2015*, nos muestra que el sector de la producción ecológica en España se sitúa en una posición competitiva en relación al mercado mundial, representando una sólida presencia en casi todos los sectores, siendo un país muy importante en algunos de ellos. A continuación mencionamos algunos rasgos de carácter general que justifican este hecho:

- España ocupa la 5ª posición en cuanto a disponibilidad de superficie ecológica inscrita (alrededor del 4,5% mundial).
- Es el tercer país que dedica más superficie de cultivo a la producción ecológica (el 7,8% frente al 1% de media mundial).
- Es el segundo país dentro de los grandes productores ecológicos, por número de productores agrarios ecológicos.
- Es el 5ª país en número de industrias ecológicas.
- Ocupa la novena posición en relación a la dimensión de su mercado de productos ecológicos, con una cuota de 2,3%.
- Es el cuarto mayor exportador mundial de productos ecológicos, por detrás de EEUU, Italia y Países Bajos.

El estudio nos ofrece, además, un análisis de la posición de España en relación al resto de países en función del sector de cultivo con datos del año 2014.

DATOS DEL CULTIVO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EN ESPAÑA POR SECTOR	% en relación al resto del mundo	Posición mundial/nº de países productores
<i>Aceite de oliva</i>	27,47	1/10
<i>Vino</i>	26,7	1/12
<i>Leguminosas secas</i>	11,22	2/13
<i>Cereales</i>	4,61	8/12
<i>Cítricos</i>	9,33	5/12
<i>Frutas clima templado</i>	4,57	11/12
<i>Frutas tropicales y subtropicales</i>	2,31	13/15
<i>Verduras y Hortalizas</i>	4,03	7/12
<i>Apicultura</i>	4,69	7/12

Fuente: Elaboración propia a partir de PRODESCON S.A.

Tal y como se puede ver en la tabla, existen sectores en los que la presencia española marca la diferencia, como son los del aceite de oliva ecológico, vino ecológico o leguminosas secas, donde ocupamos



posiciones muy altas en el ranking mundial. España se coloca así dentro del colectivo de países avanzados en los que el modelo de producción agroalimentaria ha logrado un alto grado de desarrollo, competitividad e implantación en los mercados mundiales. Según los datos analizados, parece que el mercado mundial de producción ecológica irá creciendo y desarrollándose aún más en los próximos años, pudiendo ser una oportunidad para España para lograr continuar en su línea ascendente consolidando su posición.

CONSUMO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EN ESPAÑA

En relación al consumo de productos ecológicos, el estudio destaca que el interés del cliente de alimentación convencional por el producto ecológico ha aumentado, empujado por la consolidación de tendencias de consumo orientadas, cercanas o asimilables a la producción ecológica (salud, origen, preocupación por el medio ambiente, localismo, etc.); por el aumento y diversificación de la producción y elaboración; y por un número creciente de puntos de venta de producto ecológico. Como consecuencia, se ha producido un movimiento de productores y elaboradores convencionales hacia este mercado.

En el año 2015, el consumo alimentario general en España repuntó muy ligeramente después de varios años en retroceso, tanto en volumen como en valor. No ha sucedido así en el sector ecológico, cuyo mercado interior no ha parado de crecer (incluso en período de crisis económica y de consumo) en línea con los mercados de países europeos, en los que el consumo continúa creciendo. Esta evolución positiva se ha incrementado notablemente en los dos últimos años, llegando en 2015 a 1.498.000.000 € (un 14% más que el año anterior). El porcentaje del gasto en producto ecológico sobre el total del gasto en alimentación en general ha aumentado notablemente desde el año 2011, pasando del 0,96% al 1,51% en el 2015.

Según datos MAPAMA del año 2015, el consumidor alimentario convencional basa su elección de establecimientos de compra en una serie de factores entre los que destacan tres: calidad de producto (66,3%), proximidad (56,7%) y buenos precios (48,8%). Recientemente, han surgido una serie de factores nuevos que están marcando nuevos patrones de consumo y que tienen que ver con cuestiones relacionadas con la salud a través de la alimentación, la compra como experiencia personal más allá del aprovisionamiento, y la demanda de compromisos por parte de las empresas y sus productos. Es en este nuevo abanico de elección por parte de las personas consumidoras, donde el consumo ecológico toma fuerza, promoviendo la existencia de una masa consumidora más informada y preocupada por este tipo de cuestiones.

ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

MI COLE SE LLAMA:

ESTOY EN EL CURSO:

SOY CHICA

SOY CHICO

TENGO AÑOS

¿TE HA GUSTADO EL TALLER?

SI



NO

¿TE GUSTARÍA SABER MÁS SOBRE LA VACA DOLORES Y LA VACA FORTUNATA?

SI



NO

QUÉ ES LO QUE MÁS TE HA GUSTADO:

QUÉ ES LO QUE MENOS TE HA GUSTADO:

ANEXO VII. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA

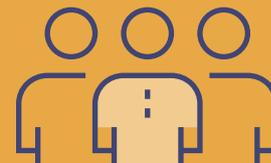
Queremos conocer su opinión sobre diferentes aspectos relacionados con el desarrollo del taller. Sus aportaciones nos permitirán ir mejorando en el diseño de las sesiones.

Centro educativo			
Distrito			
Sexo		Edad	
Función docente			
Asignatura/materia			
Curso		Grupo	
Nº de niñas		Nº de niños	
Nombre de la sesión realizada			
Fecha de realización de la sesión		/ /	

Puntúe los siguientes aspectos del 1 al 10, (siendo 1 la menor puntuación y 10 la máxima)

Grado de satisfacción con la sesión en general	
Los contenidos	
Las actividades	
La metodología propuesta	
Grado en que favorece la participación	
Grado de implicación del grupo en la sesión	
Facilidad para implementar la sesión propuesta	
Grado de aplicabilidad en su práctica docente	
Le gustaría ampliar su formación en este tema	
Señale los conocimientos más interesantes	

Muchas gracias



5.3.

Propuesta Didáctica 3

Sobre Economía Social Y Solidaria:

ACCIONES SOSTENIBLES

ÍNDICE

PERSONAS DESTINATARIAS	120
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	120
CONTENIDOS	120
<u>LOS RESIDUOS URBANOS</u>	
<u>MOVILIDAD SOSTENIBLE</u>	
<u>AGUA: UN BIEN ESCASO</u>	
<u>ENERGÍA</u>	
<u>BREVE INTRODUCCIÓN AL CONSUMO RESPONSABLE Y EL COMERCIO JUSTO</u>	
<u>LA REGLA DE LAS TRES ERRES: REDUCIR, REUTILIZAR Y RECICLAR PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL PLANETA</u>	

ACTIVIDAD PRINCIPAL	138
<u>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</u>	
<u>OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO</u>	
<u>METODOLOGÍA</u>	
<u>DESARROLLO</u>	
<u>DURACIÓN</u>	
<u>LUGAR</u>	
<u>MATERIALES</u>	
TRANSFERENCIA Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA	141

EVALUACIÓN	142
ANEXOS	143
<u>ANEXO I. FICHA “INVESTIGANDO EL COLE”</u>	
<u>ANEXO II. PLANTILLA PARA EL PROFESORADO “INVESTIGANDO EL COLE”</u>	
<u>ANEXO III. FICHA “INVESTIGANDO MI CASA”</u>	
<u>ANEXO IV. ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA “REDUCIR, REUTILIZAR Y RECICLAR”</u>	
<u>ANEXO V. ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA “LA COMUNIDAD DE LAS TRES R”</u>	
<u>ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO</u>	
<u>ANEXO VII. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA</u>	
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	143



PERSONAS DESTINATARIAS



Profesorado que imparte docencia a alumnado de entre 10 y 14 años y/o estén cursando Tercer ciclo de Primaria y/o Primer Ciclo de la ESO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



A través de la actividad sobre Acciones Sostenibles, se pretende conseguir que el profesorado:

- Conozca en qué consiste la sostenibilidad medioambiental.
- Sea consciente de la necesidad de motivar al alumnado para emprender acciones sostenibles a través de la responsabilidad medioambiental.
- Cuente con herramientas y recomendaciones didácticas para fomentar estilos de consumo más responsables y acordes a los principios de equidad, justicia, ética, responsabilidad social, económica y medioambiental.

CONTENIDOS

Actualmente, la degradación de los ecosistemas y la sobreexplotación de los recursos naturales, no sólo afecta a zonas puntuales localizadas en un mapa geográfico como ocurría en el pasado, sino a todo el planeta. Se trata del cambio climático, la destrucción de la capa de ozono, la pérdida de biodiversidad, la introducción de organismos modificados genéticamente en la agricultura, el problema de la gestión del agua o la contaminación química y radiactiva. El mundo en el que vivimos presenta probablemente las tasas de cambio más altas de la historia de la vida. Esto implica a su vez, un rápido cambio en nuestras relaciones con el medio. Un claro ejemplo lo encontramos en la biodiversidad: la riqueza de formas de vida (entre 5 y 30 millones de especies vegetales y animales) está siendo degradada fundamentalmente mediante la destrucción de sus hábitats. Por último, los problemas ambientales actuales se caracterizan por su persistencia: a pesar de que en el origen algunos de ellos se han regulado a través de normativas desde hace muchos años, todavía muestran sus efectos nocivos, y existen razones para pensar que lo seguirán haciendo en las próximas décadas. Todo ello hace que nos planteemos la necesidad de poner en marcha un



modelo socioeconómico basado en el uso racional de los recursos, y el igual reparto de los mismos entre los habitantes del planeta y las futuras generaciones, para las que los términos de libertad, democracia, solidaridad, equidad, justicia social y cultura de paz estén presentes.

(Greenpeace, 2013)

LOS RESIDUOS URBANOS

La gestión de los Residuos Urbanos se ha convertido en uno de los problemas medioambientales más graves y difíciles de resolver en los hábitos de cualquier concentración urbana. Esto se debe fundamentalmente al gran crecimiento, especialmente en volumen, de los residuos generados, a la subida del transporte y de la mano de obra y a la escasa disponibilidad de espacios adecuados para el vertido de residuos.

Se pueden señalar algunos factores que han incrementado de forma alarmante el problema de las basuras:

- El rápido crecimiento demográfico, sobre todo el experimentado en las grandes áreas urbanas.
- El cambio producido en las pautas tradicionales de consumo: uso cada vez más generalizado de envases sin retorno, fabricados con materiales no degradables, aumento del sobreempaquetado de productos.
- Utilización de materiales de rápido envejecimiento.
- Por último, el hecho de "usar y tirar" resulta muy costoso, ya que fabricar los envases de los productos requiere el empleo de materias primas que son muy escasas.

El problema de los residuos tiene dimensión local y global que requiere modificaciones importantes en el actual modelo de producción y consumo, apoyando la reutilización de los residuos y sus transformaciones como mecanismos de reducción y ahorro energético; creación de mecanismos de seguimiento y de normas legales que se encaminen a la reducción en la fabricación y venta de envases y embalajes no retornables.

Los **Residuos Urbanos (RU)**, lo que hemos conocido toda la vida como basura, son todos los materiales generados en las actividades de producción y consumo en las ciudades y que no alcanzan ningún valor económico; probablemente debido a la falta de tecnología adecuada para su aprovechamiento. Así se convierten en acompañantes perpetuos de la vida en las urbes en forma de desechos, despojos, escombros,



inmundicias, restos, sobras, cochambre, desperdicios, excrementos, mugre, porquería o suciedad.

La composición de los residuos de una ciudad va a depender de varios factores, entre los que destacan:

Las características y el nivel de vida de la población: en las ciudades la población gasta una enorme cantidad de alimentos preparados y productos con envases y embalajes sin retorno, que aumentan la proporción de cartón, vidrio, plásticos, etc., mientras que en los residuos rurales predomina la materia orgánica.

La época del año: Los residuos aumentan en verano en las zonas que sean destino turístico en la época estival, o después de las fiestas patronales, tras un fin de semana en el que no se ha recogido la basura y disminuye en el caso contrario.

La naturaleza de los desperdicios no sólo va a depender de estos parámetros, sino que está intrínsecamente ligada al lugar donde se va a producir, es decir, su origen. Según esto, podemos encontrarnos con varias tipologías de residuos, entre las que cabe destacar:

- **Residuos domiciliarios**, de viviendas oficinas y establecimientos comerciales, de pequeño tamaño y limpieza viaria y de zonas verdes. Los productos van dispuestos en bolsas de plástico generalmente y después se depositan en contenedores fuera de los recintos donde se han producido.
- **Residuos voluminosos**, con el mismo origen que los anteriores pero de mayor tamaño, como los muebles, frigoríficos, maquinaria, etc. Y que muy frecuentemente son abandonados en nuestras calles y que necesitan ser recogidos por vehículos especiales.
- **Residuos sanitarios**, procedentes de hospitales y clínicas, constituidos por restos de medicamentos, vendas, restos orgánicos, etc. Estos residuos pueden estar infectados y podrían resultar fuente de infecciones, por lo que su manipulación debe cuidarse de una manera específica.
- **Residuos de construcción**, derivados de la actividad inmobiliaria, restauraciones de viviendas, demoliciones de edificios que producen una enorme cantidad de escombros, ladrillos y otros materiales.
- **Residuos industriales de fábricas** instaladas en la propia ciudad o en el extrarradio, que pueden ser bastantes peligrosos y que necesitan autorizaciones especiales para su tratamiento.
- **Residuos comerciales**, procedentes de circuitos de distribución de bienes de consumo, como son grandes supermercados que producen una enorme cantidad de embalajes y restos de materia



orgánica.

Algunos datos de la generación de residuos en España

Cuando hablamos de España, observamos que ha avanzado poco en la gestión de los residuos según la jerarquía establecida a nivel europeo. A pesar del gasto millonario que las administraciones dedican a los residuos, más del 70% acaban en vertederos, incineradoras o perdidos en nuestro entorno, mientras que menos de un 30% se recicla y compostea. Una cifra reveladora: según el INE, todavía más del 80% de los residuos se recogen mezclados. El reciclaje y compostaje se ha incrementado únicamente cinco puntos en los últimos cinco años. Hemos alcanzado un 30%, cifra muy lejana al 50% exigido por la Directiva Marco para 2020, que se espera crezca al menos hasta el 70% en 2030. Con el modelo de gestión actual se dedican una cantidad ingente de recursos para no llegar a cumplir ni con los objetivos mínimos. Además, las graves repercusiones en nuestro territorio de esta realidad crecen: pérdida de recursos naturales y económicos y contaminación terrestre, marina y atmosférica provocada por los vertederos y las incineradoras y por la extracción continua de materias primas (De la España a la cola en la gestión de residuos a la España pionera en la gestión de recursos, 2015).

MOVILIDAD SOSTENIBLE

Los graves impactos producidos por el coche en las últimas décadas son originados por el masivo y rápido incremento de su uso por parte de la sociedad. En apenas cuatro décadas el automóvil, con el avance de la tecnología y la disminución proporcional del precio de la energía (petróleo) y de las materias primas, ha ido pasando de ser un medio de transporte elitista para convertirse en un medio más o menos asequible para la mayoría de la población.

Algunos datos interesantes sobre la evolución del transporte:

- Durante los últimos 30 años se triplica el tráfico por carretera y se cuadruplica el aéreo.
- El desarrollo económico se ha acompañado de un notable incremento de la movilidad junto a un creciente desequilibrio en la participación de las distintas vías y formas de transporte.
- Las emisiones de CO₂ representan el 55% de los gases bombeados a la atmósfera por la actividad humana.
- El consumo de combustibles de coches de uso privado ha superado al de los camiones de transporte de bienes, representa



el 15% de la energía final consumida en el Estado.

- Cada año se producen 5.000 toneladas de CO₂ y casi la mitad provienen del transporte.
- En los núcleos urbanos, la concentración acentúa el impacto. El tráfico en ciudades es hoy la principal fuente de contaminación acústica que, además de las molestias que provoca, es perjudicial para la salud cuando supera el umbral de los 65 decibelios.

(Fernández Miranda, n.d.)

Algunos de los impactos más importantes del uso abusivo del automóvil

Calidad del
aire

Accidentalidad

Ruido

Ocupación del
territorio

Fragmentación
del espacio

Congestión

Costes
económicos

Fuente: González, M. (2007). *Ideas y buenas prácticas para la movilidad sostenible*

CALIDAD DEL AIRE: Actualmente la contaminación atmosférica que existe en las ciudades procede mayoritariamente de las fuentes móviles, que con su espectacular incremento han contrarrestado las importantes mejoras tecnológicas en los combustibles y en la eficiencia de los motores desarrollados en la última década. Del mismo modo, el incremento de automóviles diésel frente a los de gasolina ha contribuido también al aumento de partículas y óxidos de nitrógeno.

ACCIDENTALIDAD: Son peligrosos y necesitan un uso muy responsable. Miles de personas pierden la vida al volante cada año y otras muchas más por la contaminación asociada.

RUIDO: El ruido es uno de los problemas sociales y ambientales con respecto al que existe una mayor insensibilización y tolerancia social.



OCUPACIÓN DEL TERRITORIO: Durante décadas, la organización del espacio público de las ciudades ha consistido en ir cediendo más y más espacios públicos a favor del coche. Las calles se han ido adaptando para darle más espacio, reduciendo aceras, quitando bulevares, suprimiendo arbolado, llenando plazas y todos los huecos disponibles.

FRAGMENTACIÓN DEL ESPACIO: En la extensión social del coche y el incremento de infraestructuras que necesita, se produce una ordenación del territorio encubierta pero real, donde las infraestructuras lineales son las que condicionan y estructuran el territorio. La necesidad de conectar puntos alejados obliga a afectar a todos los espacios intermedios, poniéndose en riesgo los valores ambientales de estos espacios.

CONGESTIÓN: La congestión viaria es probablemente uno de los impactos del coche mejor percibidos y que más preocupación y atención crea en la sociedad. En las ciudades, y especialmente en las más grandes, los habitantes tienen que aprender a convivir con atascos que ya no se ven limitados a las horas punta de tráfico.

COSTES ECONÓMICOS: Son caros, no solamente para adquirirlos, sino también para mantenerlos (combustible, seguros, revisiones, multas), así como el gasto en inversión, mantenimiento de las carreteras y viales y el coste anual de amortización.

Otras opciones de movilidad:

En las ciudades, se nos presentan opciones alternativas al coche para poder movernos que ofrecen diferentes ventajas, tanto desde el punto de vista ambiental como el de la salud física o el aprovechamiento de recursos y ahorro de costes. Algunos son:

BICICLETA: Los desplazamientos en bicicleta por ciudad son adecuados para distancias iguales o inferiores a unos 8-10 km., dependiendo de las características topográficas de las calles. Las bicicletas podrían llegar a convertirse en España en un gran medio de transporte como en otras ciudades europeas en las que ya lo es. Eso supone la implicación de instituciones y ciudadanía.

CAMINAR: Sin duda hablamos de la forma de desplazarnos más antigua que existe. Para distancias inferiores a 3 km, moverse a pie es el modo de desplazamiento más eficiente y saludable. La mayor parte de los desplazamientos por ciudad son inferiores a los 2,5 kilómetros, de manera que ir a pie puede sustituir perfectamente la utilización del coche o la moto.

METRO/TREN: El metro y el tren son dos de los medios de transporte más completos que hay para moverse en la ciudad y de los que más han evolucionado desde su creación. Son rápidos, cómodos y limpios,



y cada vez más gente los usa diariamente para sus desplazamientos dentro de las ciudades para distancias superiores a las anteriores o en condiciones adversas.

AUTOBÚS: El uso del autobús como medio de transporte habitual favorece la reducción de los gases emitidos a la atmósfera, debido al gran número de personas que puede transportar, reduciendo atascos y gastos de gasolina. Al igual que en el caso del metro y el tren, es ideal para desplazamientos más largos o cuando las condiciones topográficas o el clima dificultan la movilidad.

Además, existe la opción de combinar diferentes medios de transporte público con el uso de la bicicleta o caminar, en función de las condiciones del desplazamiento.

AGUA: UN BIEN ESCASO

A pesar de que la gran parte de nuestro planeta es agua (el 70%), no toda puede ser aprovechable para el consumo humano (sólo el 0,26% del agua para 6 millones de personas). La disponibilidad y la accesibilidad a ella son muy variables y dependen de varios factores (nivel de precipitaciones, capacidad regeneradora de las reservas de agua, contaminación, desarrollo, etc). Debido a todo esto, podemos afirmar que el agua es un bien esencial para el mantenimiento de la vida, pero muy escaso, por lo que es de vital importancia que todos y todas tengamos presente esta realidad en nuestra vida diaria e incorporemos en nuestros hábitos de consumo el enfoque del ahorro y consumo responsable del agua.

Según Naciones Unidas 1.100 millones de personas carecen de las instalaciones necesarias para abastecerse de agua y 2.400 millones no tienen acceso a sistemas de saneamiento.

Mientras tanto, en los lugares donde el acceso al agua está garantizado, como en nuestro país, el agua es un recurso que se malgasta.



Fuente: Campaña Greenpeace Argentina www.greenpeace.org/argentina/es/campanas/contaminacion/agua/

En la actualidad se están realizando diseños urbanos sostenibles con el agua de lluvia, que permiten, previa depuración, su recogida en depósitos subterráneos que hacen que posteriormente pueda ser utilizada para el riego, baldeo de calles y para recargar los acuíferos de la zona. Otras de las soluciones posibles es la instalación de sistemas de reutilización de aguas grises en viviendas. Estas aguas procedentes de duchas, lavadoras y lavabos pueden reducir el gasto entre un 35-45% del consumo habitual. Además, el ahorro contribuye a la reducción del tratamiento de las aguas residuales. (“Actúa: Consejos para una Vida Sostenible” Greenpeace, 2013)

Algunas recomendaciones para un uso sostenible del agua:

- **Con tu alimentación puedes ahorrar agua.** Elige lo local y de temporada. Los productos procesados requieren gran cantidad de agua en su elaboración. Comiendo menos carne también ahorras agua ya que la ganadería consume enormes cantidades para pastos. Solo un filete de ternera necesita 7.000 litros de agua para estar en tu plato.
- **Dúchate en vez de darte un baño.** Cierra el grifo mientras te enjabonas. Reduce el tiempo de tu ducha y ahorra con ello cientos de litros de agua al mes.
- **Recoge el agua fría que malgastamos hasta que sale caliente en**



dispositivos diseñados para ello o en un balde. Utilízala para regar las plantas, dar de beber a tu mascota, limpiar, realizar descargas en el váter, etc.

- **Utiliza electrodomésticos eficientes** (tipo A+++). Ahorran energía y agua. Buenos para el medio ambiente y nuestros bolsillos.
- **Pon economizadores de agua en tus grifos.** Son fáciles de encontrar y colocar y ahorran hasta un 50% de agua sin que lo notes.
- **No arrojes aceite, líquido de frenos o anticongelante al desagüe.** Son sustancias muy contaminantes que terminan en ríos y mares. Busca contenedores de recogida de aceite usado o acude al punto limpio más próximo.
- **Utiliza detergente biodegradable** (sin fosfatos), bicarbonato o vinagre para lavar. Pon la lavadora y el lavavajillas con la carga completa.
- **Si tienes o cuidas de un jardín es importante** que lo limpies de plantas invasivas porque estas compiten con otras plantas por abono, luz y agua. Usa fertilizantes orgánicos y naturales, ahorras agua sin contaminar la tierra.
- **Reduce. Reutiliza. Recicla.** El plástico de nuestros alimentos, cosméticos y ropa acaba cada año en cantidades masivas en los océanos y ríos. No desaparece, impacta en las especies que viven en el medio acuático y se incorpora a la cadena alimenticia. Evita que los océanos se llenen de plástico.
- **Evita comprar agua embotellada.** Una botella de agua mineral de 1 litro requiere 5 litros de agua en su proceso de fabricación (incluida el agua de refrigeración de la planta de producción eléctrica). Bebe agua del grifo, en España el 99,3% es potable.



ENERGÍA

La energía es el motor que hace que nuestro mundo, en todas sus dimensiones, funcione. Todos los seres vivos necesitan energía para su existencia y desarrollo. Desde la industrialización, las necesidades del aparato productivo y el consumismo han disparado su uso, lo que supone grandes perjuicios ambientales. La principal consecuencia ambiental a escala global es el cambio climático, relacionado con el efecto invernadero⁶. Según datos de Greenpeace, el mayor responsable del conjunto de esas emisiones nocivas es el sector energético, debido a su uso de energías sucias (petróleo, carbón y gas). Unas 90 empresas son responsables de casi las dos terceras partes de las emisiones mundiales.

Ante esta situación, resulta urgente un cambio de modelo energético que transforme el sistema hacia las energías renovables, la eficiencia energética y la inteligencia y cambie la forma de producir, consumir y distribuir la energía. Las llamadas energías sucias deben ir dando paso a otras opciones de energías, llamadas energías alternativas sostenibles, las cuales provienen de recursos limpios que nos proporciona la naturaleza y que casi son inagotables. Estos recursos se caracterizan por:

- Generan una inmensa cantidad de energía
- Regenerarse por medios naturales
- Son respetuosas con el medio ambiente

¿Cuáles son las energías sostenibles?

Energía solar: energía generada por la radiación solar que mediante unos dispositivos se convierte en energía térmica o eléctrica para su consumo.

Energía hidráulica: energía que procede de los saltos de agua, se obtiene a partir de la energía potencial y cinética contenida en las masas de agua que transportan los ríos, provenientes de la lluvia y del deshielo. La caída del agua se hace pasar por una turbina hidráulica la cual transmite la energía a un alternador que la convierte en energía eléctrica.

Energía eólica: energía obtenida por el viento mediante la energía

⁶ Se trata de un proceso natural mediante el cual ciertos gases de la atmósfera absorben el calor que emite la Tierra, permitiendo una temperatura adecuada para el desarrollo apropiado de la vida. No obstante, existen algunos gases contaminantes, el más común es el dióxido de carbono (CO₂), que impiden la salida de esta energía, aumentando la temperatura de la superficie terrestre. Cuando hay en la atmósfera demasiada cantidad de ciertos gases como el Dióxido de Carbono (CO₂) o el Metano (CH₄), la parte de rayos de Sol que se escapa de la atmósfera es menor. El resultado es que la temperatura de la Tierra aumenta más de lo normal, provocando grandes y rápidas perturbaciones provocadas en el clima por el aumento de la temperatura del planeta (Ecologistas en Acción, 2006)



cinética, la cual surge con el fenómeno del movimiento, siendo generada por efecto de las corrientes de aire y transformada principalmente en electricidad.

Biomasa: energía que se obtiene con la combustión de la materia orgánica.

Energía del mar: energía que engloba el aprovechamiento energético de mares y océanos. Puede ser el aprovechamiento de olas llamada undimotriz, o de las mareas llamada maremotriz.

Energía geotérmica es la energía que se obtiene mediante el aprovechamiento del calor del interior de la Tierra.

Algunas recomendaciones para el ahorro energético:

Gastar menos energía producida por petróleo, carbón o gas ayuda a disminuir la cantidad de gases de efecto invernadero (GEI) que se lanzan a la atmósfera, y se combate el cambio climático. Aquí algunas recomendaciones:

- Aprovecha la luz del sol siempre que puedas, es gratis y de mejor calidad.
- Apaga las luces de habitaciones que no estés utilizando.
- Mantén las lámparas limpias, la suciedad restará luz.
- Cambia las bombillas convencionales por otras de bajo consumo, duran 8 veces más y gastan 10 veces menos.
- Utiliza tubos fluorescentes en sitios donde necesitas la luz más horas.
- Coloca la mesa de estudio o de trabajo para poder aprovecharte del sol más tiempo
- Ojo con los ordenadores y la televisión, si los pones enfrente de una ventana, terminarás cerrando las persianas para poder usarlos.
- Los colores claros en las paredes y techos aprovechan mejor la luz emitida y reducen el alumbrado artificial.

Frigorífico y Congelador

El frigorífico es el electrodoméstico que más consume energía y al mismo tiempo depara la contingencia de ahorrar mucho. Se destina casi 19% de la energía gastada en viviendas españoles a la refrigeración y congelación de los alimentos.



- Cuanto más grande es el frigorífico, más energía gasta. A la hora de comprar uno, es mejor elegir el tamaño que vamos a utilizar.
- Colócalo en un lugar fresco alejado de las fuentes de calor: radiación solar, horno, etc.
- Descongélalo antes de que la capa de hielo del congelador llegue a los 3 mm. Ahorrarás hasta un 30%.
- Comprueba que las gomas están en buenas condiciones y hacen un buen cierre, evitarás pérdidas de frío.
- Nunca metas alimentos calientes, deja que se enfríen fuera. Así el frigorífico no perderá frío.
- Cuando saques un alimento de congelador para comer al día siguiente, deja que se descongele en el refrigerador, ganarás frío de forma gratuita.
- Abre la puerta sólo cuando sea necesario, así no se perderá frío.
- Llénalo solo 3/4 de su capacidad, así se consigue la mayor eficiencia.

Horno eléctrico y cocina

- No abras el horno innecesariamente, perderá un 20% del calor acumulado.
- Aprovecha al máximo la capacidad del horno, si es posible, cocina varios alimentos a la vez.
- Apaga el horno un poco antes de terminar de cocinar, el calor que queda terminará de asar.
- Los hornos y cocinas de gas ahorran hasta un 80% de energía ya que calientan los alimentos al instante.
- La llama o la placa tiene que ser menor que la base de la cacerola, así no se perderá energía.
- Es bueno tapar las ollas y mantener la llama baja, esto ahorra más que mantener la llama alta con las ollas destapadas. Si tienes olla rápida utilízala, ahorra mucho.
- Las cocinas de inducción, que generan la energía por campos magnéticos, calientan los alimentos más rápido y usan la energía de una forma más eficiente.

Lavavajillas

- Cuanto más grande es, más energía gasta.



- Utilízalo sólo cuando esté lleno.
- Utiliza programas económicos y a bajas temperaturas. El 90% de la energía que utiliza este electrodoméstico se destina a calentar el agua.
- Si hay que aclarar la vajilla antes de meterla en el lavaplatos hazlo con agua fría.

Plancha:

- Su consumo es muy alto (una hora de plancha equivale a 20 horas de televisión o a 7 de ordenador). Intenta planchar grandes cantidades de ropa y no la dejes encendida si no la estás utilizando.

Televisión, DVD y equipo de música:

- El modo “en espera” con el piloto encendido consume energía sin que te des cuenta. Puedes conectar todos estos aparatos a un ladrón con interruptor. Así, bastará con pulsar este botón para apagarlos todos a la vez.

Equipos informáticos

- Los equipos “Energy Star” consumen menos, ya que entran automáticamente en estado de reposo.
- Lo que más consume es la pantalla, puedes apagarla en ausencias cortas, así no hará falta reiniciar el equipo.
- El salvapantallas que menos consume es el de color negro.
- Deja los equipos informáticos apagados durante ausencias superiores a 30 minutos.

Lavadora y Secadora

- Intenta que siempre esté llena, si no lo está, pon el programa de media carga si la lavadora lo tiene.
- Lava siempre con agua fría.
- Aprovecha el calor del sol para secar la ropa.
- Centrifugando se gasta menos energía para secar la ropa que con una secadora
- Limpia regularmente el filtro de la lavadora, funcionará mejor y ahorrará energía



- La lavadora necesita menos energía para lavar con un detergente líquido que con un sólido.

(“Guía para ahorrar energía”, 2004)

BREVE INTRODUCCIÓN AL CONSUMO RESPONSABLE Y COMERCIO JUSTO*

¿QUÉ SUPONE EL CONSUMO RESPONSABLE?

El consumo responsable supone ajustar los consumos a las necesidades reales, es decir, preguntarnos si lo que vamos a comprar lo necesitamos o no. Además, requiere asumir un compromiso ético en esta materia, sustentado por valores como la solidaridad, el respeto al medio ambiente y la justicia, entre otros. Por lo tanto, el consumo responsable supone...

- Considerar el impacto ambiental, desde el punto de vista del ciclo de vida del producto que compramos, teniendo en cuenta el conjunto del proceso desde la producción, transporte, distribución, consumo y los residuos que genera al final de su vida.
- Plantear qué tipo de comercio queremos favorecer (consumo local, productos de comercio justo).
- Buscar alternativas que minimicen la explotación de materias primas.
- No dejarse llevar únicamente por la publicidad o las modas.
- Ejercer nuestro derecho a la información sobre lo que adquirimos.
- Reflexionar sobre cómo gestionamos nuestro dinero y hacerlo acorde a nuestros principios.
- Asegurar la calidad de lo que compramos, de cara a adquirir bienes más saludables y duraderos.

Un cambio en la manera de consumir y de entender la satisfacción de nuestras necesidades y deseos, no sólo implica un cambio a nivel ambiental o de recursos, sino que conlleva además, un cambio importante en la forma de posicionarnos ante el mundo creando una conciencia crítica sobre el actual estilo de vida basado en el consumo. No se trata de dejar de comprar, sino de hacerlo de una manera consciente, informada y corresponsable con nuestro entorno y nuestras vidas. Plantearse, por ejemplo, cuántos kilómetros ha viajado el tomate que nos vamos a comer o las condiciones laborales en las que se han producido nuestras zapatillas, es un buen comienzo para generar dicho pensamiento crítico.

COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo, también llamado comercio alternativo, es un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte, con el doble objetivo de mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos y cambiar las injustas reglas del comercio internacional.

La novedad del Comercio Justo es que las organizaciones del Norte no se limitan a transferir recursos para crear infraestructuras, capacitar o prefinanciar a los grupos productores, sino que participan activamente en la comercialización mediante la importación, distribución o venta directa al público. Además realizan una importante labor de denuncia y concienciación.

Es la única red comercial en la que los intermediarios (importadoras, distribuidoras o tiendas) están dispuestos a reducir sus márgenes para que le quede un mayor beneficio al productor/a.

En él se establecen unas relaciones comerciales basadas en el trato directo y el respeto mutuo, con criterios no sólo económicos sino también sociales y ambientales.

En los países del Sur, las comunidades más pobres se organizan para conseguir una vida digna. Forman cooperativas de campesinos, grupos de mujeres, artesanos, asociaciones de carácter social (que trabajan con niños y niñas de la calle, con marginados, etc.). Son los y las productoras, el primer eslabón del Comercio Justo. El resultado de su trabajo es un sinfín de productos de alimentación, textiles y artículos de artesanía (café, cacao, chocolate, azúcar, ropa, artículos para el hogar, cerámica, bisutería, marroquinería, juguetes...).

En los países del Norte, las organizaciones de Comercio Justo trabajan con estos grupos, con el fin de abrir mercado a sus productos. Así, las importadoras y las tiendas de Comercio Justo hacen posible que sus artículos lleguen a nuestras manos.

En Europa ya hay 3.000 tiendas de Comercio Justo, la primera abrió sus puertas en Holanda en 1969. En nuestro país las primeras tiendas surgieron en 1986. Ya hay más de cincuenta y el volumen de ventas aumenta de año en año.

Las personas consumidoras somos el eslabón final que hace posible el Comercio Justo. Al utilizar con responsabilidad nuestro poder y valorar no sólo el precio de los productos, sino también las condiciones sociales y ecológicas en que se han fabricado, podemos decir NO a la explotación y contribuir a establecer relaciones comerciales más equitativas.



También podemos apoyar las campañas de las organizaciones de Comercio Justo destinadas a promover los cambios necesarios (políticos y económicos) para acabar con las condiciones de explotación.

**(Disponibilidad de más información sobre Consumo responsable y Comercio Justo en la Propuesta didáctica 4)*

LA REGLA DE LAS TRES ERRES: REDUCIR, REUTILIZAR Y RECICLAR PARA LA SOSTENIBILIDAD DEL PLANETA

Las tres erres⁷ (3R) es una regla para cuidar el medio ambiente, específicamente para reducir el impacto humano sobre el medio ambiente mediante un uso más eficiente de nuestros recursos. Seguir la regla de las tres erres disminuye la cantidad de recursos naturales vírgenes que utilizamos para manufacturar productos nuevos y también reduce el volumen de residuos o basura que generamos.

En definitiva, la regla de las 3R te ayuda a tirar menos basura, ahorrar dinero y ser un consumidor/a más responsable, reduciendo así tu huella de carbono⁸. Además, es muy fácil de seguir, ya que sólo tiene tres pasos: **reducir, reutilizar y reciclar**.

Reducir: Significa ahorrar en materias primas, en nuestros consumos cotidianos de recursos (energía, agua) y en la adquisición de productos nocivos para el medio ambiente.

- **Comprar menos** reduce el uso de energía, agua, materia prima (madera, metal, minerales, etc.) y químicos utilizados en la fabricación de los productos; disminuye las emisiones producidas en el transporte del producto, y también minimiza la contaminación producida por su desecho y desintegración.
- **Utilizar menos recursos (agua, energía, gasolina, etc.)** se puede lograr con focos y electrodomésticos más eficientes, una casa bien mantenida y buenos hábitos como desenchufar los aparatos eléctricos cuando no están en uso, cerrar el agua de la ducha mientras te enjabonas y compartir tu coche.

⁷ Se atribuye a Japón la creación de esta idea, que en 2002 introdujo y las Políticas para Establecer una Sociedad Orientada al Reciclaje, llevando a cabo diferentes campañas entre organizaciones civiles y órganos gubernamentales para difundir entre ciudadanos y empresas la idea de las tres erres. Durante la Cumbre del G8 en junio de 2004, el Primer Ministro del Japón, Koizumi Junichiro, presentó la Iniciativa tres erres que busca construir una sociedad orientada hacia el reciclaje. En abril de 2005 se llevó a cabo una asamblea de ministros en la que se discutió con Estados Unidos, Alemania, Francia y otros 20 países la manera en que se puede implementar de manera internacional acciones relacionadas a las tres erres. ("La regla de las tres R", 2011).

⁸ Cuando se habla de la huella de carbono, se refiere a la cantidad de gases de efecto invernadero (los gases responsables para el calentamiento global) que cada individuo, vivienda o negocio produce cotidianamente a través de sus actividades (Guerrero, 2016).



Reutilizar: Significa alargar desde su diseño hasta su uso, la vida útil de los materiales. La mayoría de los bienes pueden tener más de una vida útil, sea reparándolos o utilizando la imaginación para darles otro uso. Reutilizar también incluye la compra de productos de segunda mano, ya que esto alarga la vida útil del producto y a la vez implica una reducción de consumo de productos nuevos, porque en vez de comprar algo nuevo lo compras de segunda mano.

Reciclar: Para reincorporar al ciclo los materiales una vez finalizada su vida útil. Lo primero que hay que comprender es que para poder reciclar es necesario **separar**, cuanto más mejor, con el fin de que nada sea desaprovechable y se pueda reutilizar cada material para algo en concreto. También es importante saber que, separando los desechos, colaboramos para que los residuos más dañinos con el entorno puedan ser **eliminados de una manera controlada**. Para ello, hay que aprovechar las posibilidades que nos dan para la recogida selectiva de residuos:

- El contenedor gris sirve para depositar los restos orgánicos.
- El contenedor amarillo está pensado para depositar sólo los envases de Tetra-brik, plástico y metal. Debemos recordar que los botes brik se fabrican a partir de finas capas de celulosa, aluminio y plásticos, que son muy difíciles de reciclar.
- El contenedor verde sirve para reciclar envases de vidrio. El vidrio es reciclable al 100% y con el reciclado de un contenedor -cuya capacidad es de 3.000 botellas- se ahorran 130 kg de petróleo y 1.200 kg de materias primas.
- El contenedor azul es para papel y cartón.
- Las pilas deben depositarse en contenedores especiales. Algunas de ellas tienen en su composición elementos peligrosos, por lo que deben tener un tratamiento específico para evitar la contaminación del medio ambiente y peligros para la salud.
- Los artículos de limpieza, medicamentos, aceites usados, desinfectantes y otros productos con materiales tóxicos no deben tirarse por el fregadero ni al cubo de la basura. Para la recogida de este tipo de residuos existen los llamados puntos limpios.
- Los aparatos eléctricos y electrónicos, deben depositarse en los puntos limpios (fijos o móviles), en gestores autorizados y en los establecimientos de venta de estos aparatos.



“El movimiento ecologista ha propuesto históricamente la “regla de las tres erres”: reduce, reutiliza y recicla para conseguir un modelo de consumo sostenible. A medida que se ha ido profundizando en el debate sobre nuestra forma de vida consumista, se han ido añadiendo erres, como: repensar, reestructurar y redistribuir” (Greenpeace, 2013).

El manual “Actúa, consejos para una vida sostenible” de Greenpeace, introducía tres nuevos conceptos a la ya conocida “regla de las tres erres”:

Repensar nuestro modo de vida, nuestras necesidades básicas, para diferenciarlas de las prescindibles.

Reestructurar el sistema económico para que, en lugar de producir bienes superfluos, se concentre en la satisfacción de las necesidades de todos y todas. Incluir los costes sociales y ambientales en el precio final de los bienes de consumo.

Redistribuir, porque todos y todas tenemos derecho a proporciones equitativas de recursos, y el planeta tiene capacidad para satisfacernos.

ACTIVIDAD PRINCIPAL

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD



DE HOMO CONSUMUS A HOMO RESPONSABILUS

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado sea consciente de la necesidad de emprender acciones sostenibles a través de un consumo responsable.
- Que el alumnado sea capaz de generar propuestas de mejora, para la consecución de acciones sostenibles, tanto en su Centro Educativo como en el ámbito doméstico.
- Que el alumnado esté motivado para ser agente de cambio, poniendo en marcha pautas para el consumo responsable.

METODOLOGÍA

El enfoque de metodología que proponemos, se basa en la idea del grupo como generador de conocimientos. En la medida en que se fomente el debate, el diálogo y la interacción, el alumnado se sentirá partícipe de las reflexiones que surjan y tendrá la motivación para exponer su opinión basada en su propia vivencia. Trabajar a partir de la cotidianidad es básico para lograr incidir o sensibilizar en cuestiones como el consumo responsable, que tratan de fomentar un cambio de actitud y de conducta desde una postura crítica. Para promover un primer acercamiento a la formación de pensamiento crítico sobre algo tan arraigado en las creencias y saberes de nuestra sociedad, el alumnado debe partir de lo que ya sabe, de lo que ya hace y de lo que ya cree, por lo que es esencial propiciar la existencia de un espacio cómodo y de confianza para poder expresarlo sin miedo a un juicio externo. Teniendo en cuenta el punto de partida del alumnado, se trataría de orientar el recorrido de la reflexión que cada uno y cada una deben seguir de manera individual, empujada o motivada por las reflexiones grupales, a través de mostrar información que sea impactante y a su vez cercana y relacionada con su día a día.

Por todo esto, proponemos la visualización del vídeo “Grandes Documentales Marcianos: El Ultimátum Evolutivo” elaborado por Setem Comunitat Valenciana (ver enlace en el apartado de materiales), ya que creemos que ofrece una imagen muy clara de las diferencias entre el consumo desenfrenado y el consumo justo y responsable dentro de un

contexto cotidiano. A través de preguntas disparadoras, el alumnado podrá relacionar conceptos y reflexionar de manera individual y colectiva en torno a estas cuestiones, dotándoles de unas ideas básicas que les permitan distinguir entre comportamientos sostenibles y aquellos perjudiciales. A partir de ello, se pretende dar un enfoque práctico a la sesión con las fichas de investigación del centro educativo y del propio hogar, en las que podrán poner en práctica lo aprendido en la sesión.

DESARROLLO

Se proyecta la primera parte del corto de animación “Homo Consumus” donde se presentan una serie de acciones cotidianas, de este personaje, que vive egoístamente en un ciclo consumista insostenible donde despilfarra agua, energía y recursos, abusa de productos desechables, fomenta el comercio injusto, genera demasiados residuos y se alimenta de forma artificial.

Antes de iniciar la proyección del video se explica al alumnado el tipo de video que van a ver y en qué cosas deben fijarse, relacionadas con los temas desarrollados en el apartado anterior de contenidos.

Se divide a la clase en 4 grupos. Deberán reflexionar sobre estas acciones y proponer acciones sostenibles como alternativas a las que se refieren en el corto.

Al empezar el debate preguntamos primero qué impresiones tiene el alumnado, si les ha gustado o no, antes de empezar propiamente la discusión sobre sus contenidos.

Preguntas guía para la reflexión en pequeños grupos:

- ¿Qué actitudes del Homo Consumus creéis que no son responsables?
- ¿En qué nos parecemos?
- ¿Qué podría hacer Homo Consumus para tener una actitud más responsable? Enumera las propuestas.

Se valorarán en plenario cada una de las propuestas aportadas por los grupos de trabajo. Después, se proyectará la segunda parte del corto de animación donde se presenta al “Homo Responsabilus”, que vive de forma coherente con la nueva civilización con valores en la que prima el bienestar de la comunidad y la Naturaleza y donde los hábitos de vida son más ecológicos, locales, solidarios y naturales.

- ¿Con qué personaje nos identificamos más, con Homo Consumus



o con Homo Responsabilus?

- ¿Qué es lo que quiere transmitir el video?
- ¿Qué consecuencias tiene actuar como esos personajes?
- ¿Qué cosas podemos cambiar nosotros y nosotras?

Opcionalmente, se facilitará al alumnado una hoja donde aparecerán varios ítems de acciones sostenibles para valorar en qué medida se cumplen en su Centro Educativo y poder realizar propuestas de mejora para los mismos. Para ello deberán recorrer los diferentes espacios del Centro e ir apuntándolo en la hoja de registro. A su vez, se les facilitará una hoja similar para poder transferirlo al ámbito doméstico. (Ver recomendaciones en el apartado “Transferencias y propuestas de continuidad en el aula” de esta propuesta didáctica).

DURACIÓN

1 sesión de 50 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración del cortometraje 10 minutos y 25 segundos
- Duración grupos de trabajo primera parte 18 minutos
- Duración grupos de trabajo segunda parte 18 minutos

LUGAR

- El aula para el visionado del corto de animación y la reflexión posterior en los grupos de trabajo.
- Para realizar la actividad de “Investiga tu Centro” sería recomendable hacer un recorrido por todo el Centro Educativo.
- La actividad “Investiga tu casa” se realizaría de manera autónoma por parte del alumnado en sus domicilios particulares.

MATERIALES

Proyector, conexión a internet, hojas de registro (“Investiga tu Centro Educativo” e “Investiga tu casa”).

Enlace vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=o-ttoYYQZZs&t=180s>



TRANSFERENCIAS Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA



Se propone como actividad para dar continuidad a la sesión desarrollada en el apartado anterior, una visita por el Centro Educativo para valorar las acciones sostenibles que se llevan a cabo en el mismo. El profesorado puede dar la consigna al alumnado de realizar el circuito libremente o planificar el recorrido y acompañar al grupo.

En la ficha de Observación-Registro (Investigando el cole), aparecen una serie de ítems a valorar por el alumnado. Algunos ítems son observables (indicados con las siglas OB), otros deben ser preguntados a diferentes agentes de la Comunidad Educativa porque no son valorables a simple vista (PR) y otros ítems requieren de la reflexión del alumnado puesto que se trata de hábitos personales de cada uno y de cada una (RF).

En la ficha de Observación-Registro hay tres posibles respuestas (SI, NO, A VECES). En cada una de las casillas de respuesta, según el aspecto a valorar, se señala el color que se debe utilizar para rellenar la casilla (Verde, rojo o amarillo). De esta forma, el alumnado al completar la ficha podrá valorar fácilmente si hay predominancia de verdes, rojos o amarillos (correspondiendo el verde a acciones más sostenibles, amarillo intermedio y rojo poco o nada sostenibles).

En esta ficha se contempla, además, un espacio abierto para la reflexión y la creación de propuestas/sugerencias para la mejora y el cambio por parte del alumnado.

En el apartado de Anexos de esta propuesta didáctica se adjunta también una plantilla para el profesorado en el que se indican el grado de sostenibilidad de las acciones observadas.

Una vez terminada la visita y completada la ficha de Observación-Registro, es fundamental que el profesorado trabaje con el grupo por qué unas acciones son más sostenibles que otras y las consecuencias de las mismas.

Finalmente, el profesorado puede motivar al alumnado a realizar este mismo trabajo de observación en su propio domicilio. Para ello, dispone de una ficha de Observación-Registro diferente (Investigando mi casa), que se puede encontrar en los anexos de esta propuesta didáctica.

Es fundamental que se haga un seguimiento de las valoraciones realizadas por el alumnado en cuanto a las acciones sostenibles que se llevan a cabo en sus casas, implicando además a las familias en la reflexión y promoviendo una concienciación sobre la sostenibilidad, el consumo y la responsabilidad de todos y todas como agentes de cambio.



Recursos web:

Para seguir trabajando en el aula cuestiones relacionadas con el consumo responsable, proponemos algunas actividades complementarias a partir de recursos web.

- “Reducir, Reutilizar y Reciclar”, actividad dedicada a continuar profundizando en las posibles acciones sostenibles que se pueden llevar a cabo en nuestro entorno cotidiano. Todo el desarrollo de la actividad y cómo llevarla a cabo se encuentra en el Anexo IV de esta propuesta didáctica.
- “La Comunidad de la tres R”, actividad basada en la historia de una comunidad vecinal con problemas de acumulación de basuras. El desarrollo de la actividad y cómo llevarla a cabo se encuentra en el ANEXO V de esta propuesta didáctica.

Nombre	Descripción breve	Disponible en
Reducir, Reutilizar y Reciclar (Canción)	Canción que motiva a llevar a cabo acciones sostenibles	https://www.youtube.com/watch?v=gKB_7MUPxT4 Propuesta de actividad complementaria en el Anexo IV
La Comunidad de las Tres Erres	Animación infantil producida por COGERSA para fomentar la reducción, la reutilización y el reciclaje de residuos	https://www.youtube.com/watch?v=xW020r3DnSw Propuesta de actividad complementaria en el Anexo V

EVALUACIÓN



Con el fin de valorar la puesta en práctica de la actividad, correspondiente a la presente propuesta didáctica, se incluyen dos evaluaciones:

- Evaluación para el alumnado (ANEXO VI). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el alumnado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Las actividades
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ La participación del grupo
 - ✓ Su participación en las actividades y los grupos

- ✓ Qué es lo que ha aprendido
- ✓ Qué es lo que más y lo que menos le ha gustado
- Evaluación dirigida al profesorado (ANEXO VII). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el profesorado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Grado de satisfacción con la sesión en general
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ Las actividades
 - ✓ La metodología propuesta
 - ✓ Grado en que favorece la participación
 - ✓ Grado de implicación del grupo en la sesión
 - ✓ Facilidad para implementar la sesión propuesta
 - ✓ Grado de aplicabilidad en su práctica docente
 - ✓ Le gustaría ampliar su formación en este tema

Los datos obtenidos de ambos cuestionarios serán de gran utilidad para valorar la actividad y mejorarla, en el caso de que fuera necesario, para responder a los objetivos y necesidades del profesorado respecto a la aplicación de la Economía Social y Solidaria en el ámbito educativo.

ANEXOS



ANEXO I. Ficha “Investigando el cole”

ANEXO II. Plantilla para el profesorado “Investigando el cole”

ANEXO III. Ficha “Investigando mi casa”

ANEXO IV. Actividad complementaria “Reducir, Reutilizar y Reciclar”

ANEXO V. Actividad complementaria “La Comunidad de las tres R”

ANEXO VI. Evaluación para el alumnado

ANEXO VII. Evaluación para el profesorado de la sesión formativa

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- » Actúa. Consejos para una Vida Sostenible. (2013) (pp. 4, 7, 10-17, 26-29, 30-33, 46-59). Extraído de <http://www.greenpeace.org/>



[espana/Global/espana/report/other/gu-a-de-consumo-act-a.pdf](#)

- » De la España a la cola en la gestión de residuos a la España pionera en la gestión de recursos. (2015) (p. 4). Extraído de: http://www.greenpeace.org/espana/Global/espana/2015/Report/general/Doc%20elecciones%2020D%20CAST_16102015.pdf
- » Fernández Miranda, R. El legado consumista: Guía didáctica sobre consumo responsable, comercio justo y Soberanía Alimentaria (pp. 22, 23). SODEPaz - DIDE SUR. Extraído de <http://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2012/08/legado-consumista.pdf>
- » González, M. (2007). Ideas y buenas prácticas para la movilidad sostenible (p. x). Madrid: Ecologistas en Acción. Extraído de: http://www.mobipalma.mobi/wpcontent/uploads/2017/05/pdf_Cuaderno_3_Buenas_Practicas.pdf
- » González, M. (2007) Los problemas del coche en la ciudad (pp 7, 12, 23, 25, 27 - 29) Madrid: Ecologistas en Acción. Extraído de: http://www.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf_Cuaderno_1_Problemas_Coche.pdf
- » Guía para ahorrar energía (2004). Blog *Ecologistas en Acción*. Disponible en: <https://www.ecologistasenaccion.org/article5353.html>. Recuperado el 26 de Julio de 2017.
- » Greenpeace educación. Consumo.greenpeace.es. Recuperado el 26 de Julio de 2017, de <http://consumo.greenpeace.es/>
- » Guerrero, L. (2016). Conoce tu huella de carbono. Vida Verde. Extraído de <http://vidaverde.about.com/od/Ciencia-y-naturaleza/a/Conoce-Tu-Huella-De-Carbono.htm>
- » Guerrero, L. (2016). Las tres erres ecológicas: Reducir, reutilizar y reciclar. Extraído de <http://vidaverde.about.com/od/Reciclaje/g/Las-Tres-Erres-Ecologicas.htm>
- » La regla de las tres "R". (2011). La Bio Guía. Extraído de <http://www.labioguia.com/notas/la-regla-de-las-tres-r>
- » Núñez Rodríguez, L. (2006). Reciclado de residuos domésticos. Estructplan online. Extraído de: <http://www.estrucplan.com.ar/Articulos/verarticulo.asp?IDArticulo=1364>
- » Reciclar, reutilizar y reducir - Madrid.org - Portal del Consumidor. Madrid.org. Recuperado el 14 de junio de 2017, de: http://www.madrid.org/cs/Satellite?c=FRAME_Contentido_FA&childpagename=PortalConsumidor%2FFRAME_Contentido_FA%2FPTCS_contenidoGenerico&cid=1343066083757&p=1343064183275&pagename=PTCS_wrapper

ANEXO I. FICHA: Investigando el cole

INVESTIGANDO EL COLE	SI	NO	A VECES
(OB) ¿Hay contenedores de recogida selectiva de papel?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Se ven papeles y envoltorios por el suelo?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Hay suficientes papeleras en el colegio (pasillos, patio, aulas, etc.)?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(RF) ¿Consumes más papel del que realmente necesitas?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(RF) ¿Qué clase de papel utilizas?	a) Blanco normal (rojo) b) 100% reciclado (amarillo) c) Papel ecológico (verde)		
(RF) ¿Reutilizas el papel usado por una cara, escribiendo por la otra?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Hay contenedores para envases y embalajes?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿En la cafetería se venden muchos productos envueltos?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Hay contenedores para el vidrio?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Hay contenedores para baterías, pilas y pilas de botón?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(PR) ¿Se controla el número y necesidad de las fotocopias que se realizan?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(PR) ¿Se utilizan las fotocopias y el papel de borrador por las dos caras?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(PR) En la compra de materiales, ¿se tiene en cuenta aquellos que sean reciclables, reutilizables o incorporen elementos reciclados?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(PR) ¿Utiliza el centro cartuchos de tóner reciclados para las impresoras y/o fotocopadoras?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Hay luces encendidas de salas que no se están utilizando?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Los grifos están bien cerrados?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Hay cisternas que tengan un goteo constante de agua?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Existen contenedores de recogida de residuos orgánicos?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿En los comedores se utilizan cubiertos, manteles o servilletas desechables?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(RF) ¿Crees que muchas de las cosas que se tiran a la papelería podrían reutilizarse?	(rojo)	(verde)	(amarillo)

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS DESPUÉS DE TU INVESTIGACIÓN...



(OB)= Observa



(PR)= Pregunta



(RF)= Reflexiona



ANEXO II. PLANTILLA PROFESORADO Investigando el cole

INVESTIGANDO EL COLE

	SI	NO	A VECES
(OB) ¿Hay contenedores de recogida selectiva de papel?			
(OB) ¿Se ven papeles y envoltorios por el suelo?			
(OB) ¿Hay suficientes papeleras en el colegio (pasillos, patio, aulas, etc.)?			
(RF) ¿Consumes más papel del que realmente necesitas?			
(RF) ¿Qué clase de papel utilizas?	a) Blanco normal b) 100% reciclado c) Papel ecológico		  
(RF) ¿Reutilizas el papel usado por una cara, escribiendo por la otra?			
(OB) ¿Hay contenedores para envases y embalajes?			
(OB) ¿En la cafetería se venden muchos productos envueltos?			
(OB) ¿Hay contenedores para el vidrio?			
(OB) ¿Hay contenedores para baterías, pilas y pilas de botón?			
(PR) ¿Se controla el número y necesidad de las fotocopias que se realizan?			
(PR) ¿Se utilizan las fotocopias y el papel de borrador por las dos caras?			
(PR) En la compra de materiales, ¿se tiene en cuenta aquellos que sean reciclables, reutilizables o incorporen elementos reciclados?			
(PR) ¿Utiliza el centro cartuchos de tóner reciclados para las impresoras y/o fotocopiadoras?			
(OB) ¿Hay luces encendidas de salas que no se están utilizando?			
(OB) ¿Los grifos están bien cerrados?			
(OB) ¿Hay cisternas que tengan un goteo constante de agua?			
(OB) ¿Existen contenedores de recogida de residuos orgánicos?			
(OB) ¿En los comedores se utilizan cubiertos, manteles o servilletas desechables?			
(RF) ¿Crees que muchas de las cosas que se tiran a la papelera podrían reutilizarse?			



ANEXO III. FICHA: Investigando mi casa

INVESTIGANDO MI CASA	SI	NO	A VECES
(OB) ¿Los aparatos eléctricos cuando no se utilizan están desconectados?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(PR) ¿Las bombillas que hay en casa son de bajo consumo?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Separáis la basura? (plásticos/envases, orgánico y papel/cartón)	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Lleváis al contenedor de reciclaje las pilas y cargadores de móviles?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿A la hora de cocinar o calentar agua tapáis el recipiente?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Echáis al fregadero directamente residuos como el aceite usado?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Compráis muchos productos envueltos o en bandejas de plástico?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Lleváis bolsas de casa (tela/lona) para hacer la compra?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Tardáis más de 5 minutos en ducharos?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Reutilizáis de forma creativa? (Ej: Una botella puede ser un florero o una maceta; un envase, un recipiente para alimentar a tus mascotas o un bebedero)	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Metéis botellas dentro de la cisterna para que se llene antes y así ahorrar agua?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) El grifo está cerrado mientras os cepilláis los dientes?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿Las luces de casa están encendidas, aunque haya luz natural?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Utilizáis servilletas de tela?	(verde)	(rojo)	(amarillo)
(OB) ¿La puerta de la nevera permanece mucho rato abierta?	(rojo)	(verde)	(amarillo)
(OB) ¿Poneis la lavadora, aunque no esté llena del todo?	(rojo)	(verde)	(amarillo)

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS DESPUÉS DE TU INVESTIGACIÓN...



(OB)= Observa



(PR)= Pregunta





ANEXO IV. ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA: Reducir, Reutilizar y Reciclar

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado conozca los conceptos Reducir, Reutilizar y Reciclar.
- Reflexione sobre en qué situaciones de su vida cotidiana puede poner en práctica estas acciones sostenibles.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

Antes de visionar la canción, se dividirá la clase en tres grupos: el grupo REDUCIR, el grupo REUTILIZAR y el grupo RECICLAR. Se les dará la consigna de que cada vez que suene el estribillo, cada grupo debe cantar la palabra que les haya tocado.

Cuando la canción termine, se mantendrán los grupos y cada uno de ellos trabajarán en el concepto que se les haya asignado en torno a las siguientes preguntas:

- ¿Qué diferencia hay entre reducir, reciclar y reutilizar?

Grupo REDUCIR:

- ¿Qué es reducir y por qué crees que es importante?
- Pensar en 3 ejemplos en los que se puede reducir en tu vida diaria.

Algunos ejemplos que ayudan a orientar la actividad:

- ✓ *Cerrar el grifo mientras no necesitemos agua.*
- ✓ *Apagar las luces de la casa que no estemos usando.*
- ✓ *Llevar nuestras propias bolsas al hacer la compra.*
- ✓ *Comprar sólo lo que sea realmente necesario.*
- ✓ *No comprar muchos envases o productos de plástico de usar y tirar (vasos, servilletas...)*

- Elegir uno de esos ejemplos y hacer un dibujo grupal dividido en dos: por un lado, el dibujo de la acción y por otro la consecuencia en el medio ambiente.



Grupo REUTILIZAR:

- ¿Qué es reutilizar y por qué crees que es importante?
- Pensar en 3 ejemplos en los que se puede reutilizar en tu vida diaria.

Algunos ejemplos para ayudar a orientar la actividad:

- ✓ Utilizar el papel por las dos caras.
- ✓ Utilizar las cajas de unos productos para guardar otros.
- ✓ Si tienes ropa que ya no te sirve o algún otro producto que ya no vas a usar, intentar dárselo a alguien que lo necesite antes de tirarlo.
- ✓ Utilizar las bolsas de plástico como bolsas de basura.
- ✓ Utilizar las latas o frascos vacíos para meter lápices o rotuladores, o para guardar alimentos (sal, azúcar, arroz...).

- Elegir uno de esos ejemplos y hacer un dibujo grupal dividido en dos: por un lado, el dibujo de la acción y por otro la consecuencia en el medio ambiente.

Grupo RECICLAR:

- ¿Qué es reciclar y por qué crees que es importante?
- Pensar en 3 ejemplos en los que se puede reutilizar en tu vida diaria.

Algunos ejemplos para ayudar a orientar la actividad:

- ✓ Separar la basura de casa para poder reciclarla.
- ✓ Utilizar papel reciclado.
- ✓ Fíjate en que los envases de los productos que adquieren puedan reciclarse o bien sean reciclados.

- Elegir uno de esos ejemplos y hacer un dibujo grupal dividido en dos: por un lado, el dibujo de la acción y por otro la consecuencia en el medio ambiente.

Tras el trabajo grupal, cada grupo expondrá al resto y les contará su dibujo.



DURACIÓN

1 sesión de 50 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración del vídeo 2 minutos y 14 segundos
- Duración grupos de trabajo 25 minutos
- Duración exposición grupos de trabajo 20 minutos

LUGAR

El aula para el visionado del corto de animación y la reflexión posterior en los grupos de trabajo.

MATERIALES

Proyector, conexión a internet, material para dibujar y colorear (papel tamaño DIN A3 o mayor más colores) y vídeo “Reducir, Reutilizar y Reciclar”, disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=gKB_7MUPxT4

ANEXO V. ACTIVIDAD: La comunidad de las tres “R”

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado conozca los conceptos Reducir, Reutilizar y Reciclar, así como la importancia de ponerlas en prácticas para cuidar y proteger nuestros barrios y el medio ambiente.
- Reflexione sobre en qué situaciones de su vida cotidiana puede poner en práctica estas acciones sostenibles.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

Se visionará el vídeo y se pedirá al alumnado que anote aquellas cosas que les parezcan interesantes y que estén relacionadas con reducir, reutilizar y reciclar. Tras verlo, se les lanzarán las siguientes preguntas:

- ¿Por qué tenían tanta basura en la comunidad?
- ¿Qué intentaron hacer en primer lugar y por qué no funcionó?
- Después de darse cuenta de que no podían almacenar más basura, ¿qué decidieron hacer?
- ¿Qué ideas salen en la Asamblea vecinal?
- Responder a la última pregunta del vídeo: en tu casa, barrio, pueblo o ciudad, ¿haces algo ya?

Para recoger las ideas del alumnado, se colgará en la clase una cartulina grande con tres columnas: REDUCIR, REUTILIZAR Y RECICLAR y durante los siguientes días, el alumnado deberá ir rellenando esas columnas con ideas para reducir, reutilizar o reciclar.

DURACIÓN

1 sesión de 40 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración del vídeo 14 minutos y 23 segundos
- Duración trabajo individual 20 minutos
- Duración rellenar la cartulina de ideas: 10 minutos.

LUGAR

El aula para el visionado del corto de animación y la reflexión posterior.



MATERIALES

Cartulina grande, rotuladores, proyector, conexión a internet y vídeo “La Comunidad de las Tres R”, disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=xW020r3DnSw>



ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

CENTRO EDUCATIVO:

CURSO:

CHICA

CHICO

FECHA:

PUNTÚA LOS SIGUIENTES ASPECTOS (valoración del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación y 5 la máxima)

Las actividades (lo que hemos hecho)	1	2	3	4	5
Los contenidos (sobre lo que hemos hablado)	1	2	3	4	5
La participación del grupo	1	2	3	4	5
Tu participación en las actividades y los grupos	1	2	3	4	5

Qué has aprendido

.....

.....

.....

Qué es lo que más te ha gustado

.....

.....

.....

Qué es lo que menos te ha gustado

.....

.....

.....

¿Quieres decir algo más?

.....

.....

.....

Muchas gracias



ANEXO VII. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA

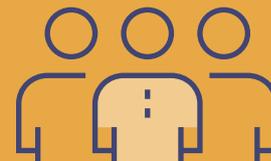
Queremos conocer su opinión sobre diferentes aspectos relacionados con el desarrollo del taller. Sus aportaciones nos permitirán ir mejorando en el diseño de las sesiones.

Centro educativo			
Distrito			
Sexo		Edad	
Función docente			
Asignatura/materia			
Curso		Grupo	
Nº de niñas		Nº de niños	
Nombre de la sesión realizada			
Fecha de realización de la sesión		/ /	

Puntúe los siguientes aspectos del 1 al 10, (siendo 1 la menor puntuación y 10 la máxima)

Grado de satisfacción con la sesión en general	
Los contenidos	
Las actividades	
La metodología propuesta	
Grado en que favorece la participación	
Grado de implicación del grupo en la sesión	
Facilidad para implementar la sesión propuesta	
Grado de aplicabilidad en su práctica docente	
Le gustaría ampliar su formación en este tema	
Señale los conocimientos más interesantes	

Muchas gracias



5.4.

Propuesta Didáctica 4

Sobre Economía Social Y Solidaria:

CONSUMO RESPONSABLE Y COMERCIO JUSTO

ÍNDICE

PERSONAS DESTINATARIAS	156
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	156
CONTENIDOS	156
<u>¿QUÉ ES EL CONSUMO?</u>	
<u>IMPACTO DEL CONSUMO ACTUAL</u>	
<u>¿HAY UNA ADICCIÓN AL CONSUMO?</u>	
<u>CONSUMO RESPONSABLE</u>	
<u>COMERCIO JUSTO</u>	
<u>PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO</u>	
<u>¿CÓMO SE SABE SI UN PRODUCTO ES DE COMERCIO JUSTO?</u>	
<u>RECOMENDACIONES</u>	

ACTIVIDAD PRINCIPAL	169
<u>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</u>	
<u>OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO</u>	
<u>METODOLOGÍA</u>	
<u>DESARROLLO</u>	
<u>DURACIÓN</u>	
<u>LUGAR</u>	
<u>MATERIALES</u>	
TRANSFERENCIA Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA	172

EVALUACIÓN	173
ANEXOS	174
<u>ANEXO I. FICHA “ELIGE TU PROPIA AVENTURA”</u>	
<u>ANEXO II. FICHA “BARÓMETRO DE VALORES”</u>	
<u>ANEXO III. ¿PUEDES VIVIR SIN TECNOLOGÍA?</u>	
<u>ANEXO IV. JUSTO LO QUE NECESITO</u>	
<u>ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO</u>	
<u>ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA</u>	
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	174

PERSONAS DESTINATARIAS



Profesorado que imparte docencia a alumnado de entre 12 y 14 años y/o estén cursando Primer Ciclo de la ESO.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



A través de la propuesta didáctica sobre Consumo responsable y Comercio justo, se pretende conseguir que el profesorado:

- Conozca en qué consiste el consumo responsable y el comercio justo.
- Sea consciente de la necesidad de motivar al alumnado para emprender acciones sostenibles a través de un consumo responsable y ofrecer alternativas que garanticen los derechos y la dignidad de las personas productoras y trabajadoras a través del comercio justo.
- Cuento con herramientas y recomendaciones didácticas para motivar al alumnado en el aula.

CONTENIDOS

Principales conceptos y valores del consumo responsable.

¿QUÉ ES EL CONSUMO?

Según la Real Academia de la Lengua Española, consumo es la *acción y efecto de consumir* o gastar, bien sean productos, bienes o servicios, entendiendo por consumir como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias, o deseos. Hoy el consumo es un fin en sí mismo, hasta el extremo de definir nuestra forma de vida como una “sociedad de consumo”. Se conoce como consumismo, por último, al consumo innecesario o exagerado, que incluye el uso de bienes y servicios que no son imprescindibles.

En nuestra sociedad de consumo, el hecho de consumir ya no sólo responde a una necesidad específica (real o imaginada), sino que se ha convertido en un acto integrado en la mayoría de actividades humanas,



arraigado en las creencias y valores de nuestra sociedad. Un claro ejemplo de esto es la configuración y el uso que se hace de los centros comerciales, donde el consumo y el ocio se presentan de la mano dando la impresión de que no existe el uno sin el otro. La pregunta es, ¿es realmente posible sostener este estilo de vida?

IMPACTO DEL CONSUMO ACTUAL

Al consumir estamos colaborando en todos los procesos que hacen posible el bien o servicio consumido, seamos o no conscientes de ello. Estos procesos tienen implicaciones de carácter económico, social y medioambiental. El consumo responsable consiste en tener en cuenta estas repercusiones en el momento de elegir entre las distintas opciones que ofrece el mercado.

Son numerosos los estudios y datos que arrojan luz sobre la insostenibilidad de nuestra sociedad de consumo, demandando la necesidad de replantearse nuestro modelo debido a las consecuencias ambientales, sociales y económicas que genera. Si siguiéramos con este ritmo de consumo, necesitaríamos 3 planetas más para sobrevivir, lo que irremediablemente indica la urgencia de concienciar y educar en esta materia. En definitiva, las formas de producción, distribución, la explotación de recursos naturales, la gestión de recursos, el uso de energías y sus fuentes, los medios de movilidad y transporte en nuestro sistema económico y productivo, conllevan incidencias sobre nuestro entorno que son difíciles de sostener a este nivel.

El gasto destinado a la adquisición de bienes y servicios se ha cuadruplicado en los últimos años. Pero este crecimiento no es global ni uniforme, es decir, no se da por igual en todos los rincones del planeta: el 80% de la población de los llamados países desarrollados forma parte de la sociedad de consumo, en los países empobrecidos sólo el 17% pertenece a este grupo. Por su parte, el 12% de la población de Europa y EEUU realiza el 60% del consumo mundial, mientras que la ciudadanía del sudeste asiático y África Subsahariana representa sólo el 3,2%. Evidenciando otra de las grandes repercusiones de nuestra sociedad de consumo: la desigualdad social.

“El consumismo no es un paradigma cultural viable en un planeta cuyos sistemas están sometidos a grandes tensiones y que alberga actualmente 7.000 millones de personas, y menos con una población estimada por Naciones Unidas entre 8.000 y 10.600 millones de personas para 2050. Para crear una civilización humana sostenible, que pueda prosperar durante milenios sin degradar el planeta del que depende, será preciso en definitiva transformar las culturas consumistas en culturas de sostenibilidad, de manera que vivir sosteniblemente



resulte tan natural como ser consumidor actualmente”. (Assadourian, 2013)

¿HAY UNA ADICCIÓN AL CONSUMO?

El consumismo supone una conducta irracional, impulsiva, repetitiva, que no responde a nuestras necesidades, que nos sirve de medio de autoexpresión individual, identificación o de posicionamiento dentro de la escala social vigente.

La adicción al consumo es “el afán por efectuar continuamente compras nuevas, en su inmensa mayoría de cosas innecesarias o superfluas. Lo que ya se tiene pierde interés y es necesario estar en una incesante cadena de gasto para llenar una insaciable necesidad de comprar” (J. Garcés. 2000). Según el Informe Europeo sobre Adicción al Consumo un tercio de la población europea es adicta al consumo, teniendo serios inconvenientes para poder desarrollar habilidades de autocontrol sobre ello. Además, el 3% de la ciudadanía ha convertido esta adicción en patología, hecho que se acentúa en la población más joven.

CONSUMO RESPONSABLE

El ejercicio del consumo responsable cuenta con un campo de actuación y participación significativamente amplio, tanto como lo es la propia actividad de consumo en nuestras sociedades contemporáneas. A continuación tenemos algunos de los elementos nucleares que integran el concepto del consumo responsable.

- **Conciencia activa:** El epicentro del consumo responsable se encuentra en la construcción de una nueva conciencia, una conciencia crítica sobre el actual estilo de vida vertebrado a partir del consumo. De esta forma, apunta, en primer lugar, a la importancia que tiene la toma de conciencia de que todos y cada uno de nuestros actos de consumo sumados a los del resto de la ciudadanía alcanza considerables repercusiones en el plano económico, social y medioambiental. Decimos que esta conciencia a la que hacemos referencia debe ser activa debido a que no sólo supone un conocimiento y un reconocimiento de esta realidad, sino que también conlleva decisión, acción y compromiso para su transformación.
- **Conciencia de conjunto:** Por otra parte, el carácter casi inexistente del poder individual de cada persona consumidora sobre esta problemática tiende a desaparecer a medida que se va sumando la incidencia de otras de las muchas e ínfimas potestades individuales.



La ciudadanía consumidora en su conjunto es uno de los poderes económicos más potentes del mundo globalizado, aunque al funcionar de forma aislada no tiene prácticamente poder alguno. En este sentido, pensar en el conjunto permite alcanzar un nivel más profundo de conciencia acerca del impacto que tienen los sucesivos actos de compra así como de la capacidad para su transformación.

- **Consumo necesario:** Los resultados de algunos de los estudios publicados sobre las consecuencias del modelo de consumo hegemónico en el Norte económico apuntan a la reducción de los niveles de consumo como punto de partida y a la reasociación de las decisiones de compra con las necesidades humanas. En primer lugar, el ritmo de consumo de bienes y servicios, que se ha multiplicado por 4 en 40 años, en los territorios enriquecidos es sensiblemente superior al de los países empobrecidos. Por otra parte, la equiparación de esta divergencia no podría generarse hacia arriba, es decir, para el planeta sería imposible globalizar el consumismo.

La humanidad tala bosques más rápidamente de lo que vuelven a crecer, pesca en los océanos más rápido de lo que se regenera la vida marina y emite más dióxido de carbono de lo que la biosfera puede absolver. El costo de este sobreconsumo ya es visible: escasez de agua, desertificación, erosión de los suelos, caída de la productividad agrícola y de las reservas de peces, deforestación, desaparición de especies. El consumo excesivo tiene ya consecuencias, como inclemencias meteorológicas extremas, hambrunas o la extinción de especies, así como la amenaza de que desaparezcan ecosistemas como arrecifes de coral, selvas tropicales o sistemas fluviales. La cada vez mayor limitación de recursos será también una de las causas de conflictos y guerras.

Por ello, una reducción que pasa por volver a vincular las compras a las necesidades de quienes compran es una conclusión lógica de la propuesta del consumo responsable.

- **Pensamiento crítico:** Pensar de forma crítica esta realidad supone la adopción de una actitud juiciosa y reflexiva frente al consumo. El cuestionamiento continuo de aspectos tales como con los métodos de fabricación de los productos, los recursos que han sido necesarios para su elaboración, sus impactos sociales y ambientales, entre otros, estará vinculado a la obtención de información y contra-información. Esta dimensión no sólo se limita a los productos, proveedores y procesos productivos, sino que se extiende a la reflexión sobre el propio comportamiento en materia de consumo y su nivel de vinculación con las necesidades humanas.
- **Acción social:** Una de las ideas más funcionales al modelo que ha logrado instalar la publicidad en las sociedades contemporáneas



es la del consumo como un acto estrictamente individual, cuya materia prima son las necesidades, deseos, gustos y preferencias de los consumidores y consumidoras. No obstante, la idea de que el consumo comienza y termina con él y la consumidora, además de muy discutible, parece ser más bien una herramienta publicitaria, muy conveniente para poder mantener y profundizar este estado de situación. En sentido contrario, los movimientos de contestación al modelo conciben al consumo no como un acto individual sino, precisamente, de forma antagónica. El consumo es un ámbito de conducta que tiene repercusiones sociales, y ambientales. El consumo responsable persigue reestablecer un equilibrio entre los derechos de las personas consumidoras y la responsabilidad hacia la Tierra y las demás personas: una acción corresponsable.

- **Acción con valores:** El consumo responsable también propone asumir un compromiso ético en esta materia. Esto implica la actuación sustentada en un conjunto de valores, como pueden ser la justicia, la solidaridad, el cuidado de la vida y el respeto al medio ambiente, entre muchos otros. Si se tienen en consideración estos y otros valores al momento de actuar en muchos ámbitos de la vida: ¿por qué no fundamentar también la conducta de consumo en valores?
- **Sostenibilidad:** Utilizando su primera acepción conocida, la sostenibilidad implica básicamente “la capacidad de responder equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras” (Conferencia de Río, 1992. Naciones Unidas). Este concepto, por tanto, promueve una racionalidad socioambiental para el manejo de los recursos y los espacios, así como también la interdependencia entre las sociedades y los ecosistemas. El modelo consumista se caracteriza también por su naturaleza insostenible. El vertiginoso ritmo y el nivel de consumo de recursos exceden sobremanera los tiempos necesarios para su recuperación. Los métodos de fabricación, la elección de productos, la explotación de recursos naturales, el uso de energías y sus fuentes, las formas de movilidad así como la gestión de residuos, suponen formas de incidencia humana sobre el entorno, relacionadas al sistema de comercio y el modelo de consumo vinculado. Precisamente, esta incidencia sobre el contexto socioambiental es insostenible.
- **Un nuevo proyecto de sociedad:** En resumen, el consumo responsable representa una de las alternativas de acción directa para confrontar las consecuencias negativas fundamentales del sistema actual, ya que, por una parte, el comercio es una de las herramientas más poderosas para poder cambiar la situación de injusticia social y ambiental. Las reglas con las que actualmente se lleva a cabo este representan una de las causas del trasvase sistemático y progresivo



de recursos desde países empobrecidos hacia países enriquecidos y de las fuentes de la crisis ambiental. Por otra parte, el consumo es una actividad de la que formamos parte diariamente. Asimismo, representa el nexo entre el conjunto de la ciudadanía y los grandes poderes económicos. Es un ámbito potencial de compromiso del que se puede participar activa y continuamente: es difícil encontrar esferas de participación tan masificadas como lo es el consumo. El consumismo, la crisis ambiental y la desigualdad en la distribución de la riqueza y el acceso a los recursos son distintas caras de una misma realidad. Por eso, para lograr que las generaciones venideras puedan disfrutar de la Tierra, que la distribución de recursos sea más equitativa y los que menos tienen satisfagan sus necesidades vitales, será imprescindible que el 20% de la población mundial que constituye esta clase consumidora ponga un freno racional, consciente y responsable. El consumo es potencialmente un motor de transformación, un punto de partida para la regeneración de lo social, promoviendo un nuevo proyecto de sociedad fuera de la lógica del crecimiento económico y la competencia, una sociedad solidaria más integrada en su entorno, más justa y respetuosa con él.

COMERCIO JUSTO

El Comercio Justo, también llamado comercio alternativo, es un movimiento internacional formado por organizaciones del Sur y del Norte, con el objetivo de cambiar los desequilibrios existentes en las actuales reglas del comercio internacional y mejorar el acceso al mercado de los productores más desfavorecidos. La novedad del Comercio Justo es que las organizaciones del Norte no se limitan a transferir recursos para crear infraestructuras, capacitar o prefinanciar a los grupos productores, sino que participan activamente en la comercialización mediante la importación, distribución o venta directa al público. Además realizan una importante labor de denuncia y concienciación. Se trata de un tipo de comercio en el que surge una nueva relación libre, directa y honesta entre:

- Productores/as.
- Consumidores/as responsables.
- Intermediarios/as dispuestos a reducir sus márgenes para que quede un mayor beneficio al productor/a.



Fuente: Puerto Real Al Loro

Según la Organización Mundial del Comercio Justo es:

“El Comercio Justo es un sistema comercial basado en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional prestando especial atención a criterios sociales y medioambientales. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de productores/as y trabajadores/as desfavorecidos, especialmente en el Sur”.

(Organización Mundial del Comercio Justo, WFTO)

PRINCIPIOS DEL COMERCIO JUSTO

La Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO) establece 10 principios que deben ser cumplidos por las organizaciones que trabajan en Comercio Justo, son los siguientes:



PRINCIPIO 1. CREACIÓN DE OPORTUNIDADES PARA PRODUCTORES EN DESVENTAJA ECONÓMICA



La reducción de la pobreza a través del comercio es una parte fundamental de los objetivos de la WFTO. La WFTO apoya a los y las pequeñas productoras marginalizadas, sean negocios familiares, independientes o agrupados en asociaciones o cooperativas. Busca abrir paso para ellos desde la inseguridad económica y la pobreza a la auto-suficiencia económica y la propiedad. La WFTO tiene un plan de acción para que esto se lleve a cabo.

PRINCIPIO 2. TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD – RENDICIÓN DE CUENTAS

La WFTO es **transparente** en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es **responsable** ante todos sus actores y respeta la sensibilidad y



confidencialidad de las informaciones comerciales proporcionadas. La WFTO busca maneras apropiadas y participativas para involucrar a las personas empleadas, miembros y productoras en sus procesos de toma de decisiones. Se asegura de que informaciones relevantes sean proporcionadas a todos sus socios y socias comerciales.

PRINCIPIO 3. PRÁCTICAS COMERCIALES JUSTAS



Las organizaciones comercian diligentemente para desarrollar el **bienestar social, económico y ambiental** de los y las pequeñas productoras marginalizadas y no buscan incrementar los ingresos del negocio a costa de ellos. Cumplen sus compromisos de forma responsable, profesional y puntual.

Las y los proveedores respetan sus contratos y entregan puntualmente los productos con la calidad y especificación acordada.

Las personas compradoras de Comercio Justo, teniendo en cuenta las desventajas económicas a las que se enfrentan los y las productoras y proveedoras, se aseguran de que los pedidos sean pagados al momento de recibir los productos y de acuerdo a los criterios acordados por ambas partes.

Las entidades involucradas en una relación comercial buscan incrementar el volumen del comercio entre ellos y ofrecen el valor y la diversidad de sus productos como una medida para ampliar el Comercio Justo para los y las productoras con el fin de aumentar sus ingresos.

El Comercio Justo reconoce, promueve y protege la identidad cultural y las habilidades tradicionales de los y las pequeñas productoras como se reflejan en sus diseños artesanales, productos alimenticios y otros servicios relacionados.

PRINCIPIO 4. PAGO DE UN PRECIO JUSTO



Un **precio justo es aquel que ha sido acordado mutuamente por todas las partes involucradas, a través del diálogo y la participación**, da un pago justo a los y las productoras y también puede estar sostenido por el mercado. El **pago justo** significa la provisión de una remuneración socialmente aceptable (en el contexto local), considerado justo por los mismos productores y productoras y que tiene en cuenta el **principio de pago igual por trabajo igual tanto para las mujeres como para los hombres**.

PRINCIPIO 5. NO AL TRABAJO INFANTIL Y AL TRABAJO FORZOSO



La WFTO cumple con el **Convenio de las Naciones Unidas en materia de los Derechos del Niño**, y las leyes nacionales/regionales sobre el empleo de niños y niñas. La WFTO se asegura de que no haya trabajo forzoso en el lugar de trabajo y/o con sus miembros o trabajadores/as en casa.

Las Organizaciones que compran productos de Comercio Justo de los grupos de productores/as, sea directamente o a través de intermediarios, se aseguran de que no se utilice el trabajo forzoso en la producción y que el productor y productora cumpla con la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño y las leyes nacionales/locales sobre el empleo de niños y niñas.

PRINCIPIO 6. COMPROMISO CON LA NO DISCRIMINACIÓN, LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EL EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LA MUJER Y LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN.



La WFTO **no discrimina** al momento de emplear, compensar, entrenar, promover, en el despido o en la jubilación por razones de raza, clase social, nacionalidad, religión, discapacidad, género, orientación sexual, membresía sindical, afiliación política, estatus de VIH/SIDA o edad. La WFTO cuenta con **una política clara y un plan para promover la igualdad de género** que garantice que tanto las mujeres como los hombres tengan la capacidad de acceder a los recursos que ellos necesitan para ser productivos y también la capacidad de intervenir en la política en general y en el entorno reglamentario e institucional que da forma a sus medios de vidas y a sus vidas.

La WFTO respeta el derecho de todas las personas empleadas de formar y unirse a sindicatos de su elección y negociar colectivamente. Donde los derechos de los sindicatos y la negociación colectiva son restringidos por ley y/o entorno político, la WFTO permitirá medidas de asociación y negociación libre e independiente para los y las empleadas. La organización se asegura de que sus representantes no sean sujetos de discriminación en el lugar de trabajo.

PRINCIPIO 7. GARANTIZAR BUENAS CONDICIONES DE TRABAJO

La organización ofrece un **ambiente de trabajo seguro y sano** para sus empleados y empleadas, así como a las personas miembro.

Cumple, como mínimo, con las leyes nacionales y regionales y los



convenios de la Organización Internacional del Trabajo – OIT, sobre la salud y la seguridad. El horario y las condiciones de trabajo cumplen con las condiciones establecidas por las leyes nacionales y regionales y los convenios de la OIT.

Las organizaciones de Comercio Justo se han de informar sobre las condiciones de salud y seguridad de los grupos productores que les venden los productos. Buscan, en forma permanente, crear conciencia sobre los temas de Salud y seguridad y mejorar las prácticas de salud y seguridad de los grupos productores.

PRINCIPIO 8. DESARROLLO DE CAPACIDADES



La WFTO busca aumentar los impactos positivos del desarrollo para los y las pequeñas productoras marginalizadas, a través del Comercio Justo.

Y persigue **el desarrollo de las habilidades y capacidades** de sus personas empleadas o miembros. Las organizaciones de comercio justo, trabajan directamente con los y las pequeñas productoras en el desarrollo de actividades específicas para ayudarles a mejorar sus habilidades de gestión, capacidades de producción y el acceso a los mercados de Comercio Justo locales/regionales/internacionales y otros apropiados. Las organizaciones que compran productos de Comercio Justo a través de intermediarios de Comercio Justo en el sur ayudan a estas organizaciones a desarrollar sus capacidades para apoyar a los grupos productores marginalizados con quienes trabajan.

PRINCIPIO 9. PROMOCIÓN DEL COMERCIO JUSTO



La WFTO **da a conocer los principios del Comercio Justo**, y la necesidad de una mayor justicia en el comercio global a través del Comercio Justo. Promueve los objetivos y actividades del Comercio Justo de acuerdo con la capacidad de la misma. La WFTO proporciona a sus clientes información sobre sí misma, los productos que comercializa, y las organizaciones productoras o miembros que hacen o cosechan los productos. Siempre utiliza técnicas transparentes de marketing y publicidad.

PRINCIPIO 10. RESPETO POR EL MEDIO AMBIENTE

Las organizaciones productoras de Comercio Justo maximizan el uso de las materias primas que vienen de **orígenes sustentables dentro de su propia región**, comprando a productores/as locales siempre que sea posible. Usan tecnologías de producción que buscan reducir



el consumo de energía y siempre que sea posible utilizan tecnologías de energía renovable que minimizan las emisiones de gas de efecto invernadero que dañan al medio ambiente. Buscan disminuir el impacto de sus desechos al medio ambiente. Los y las productoras agrícolas de Comercio Justo reducen su impacto ambiental, mediante el mínimo uso de pesticidas o el uso de pesticidas orgánicos en sus métodos de producción, cuando sea posible.

Los y las compradoras e importadoras de productos de Comercio Justo dan prioridad a los productos hechos con materias primas procedentes de fuentes sustentables, y que tienen el menor impacto al medio ambiente. Todas las organizaciones usan, en la medida de lo posible, materiales reciclados/reciclables o de fácil descomposición para sus embalajes, y envían los productos por mar preferiblemente.

¿CÓMO SE SABE SI UN PRODUCTO ES DE COMERCIO JUSTO?

Según la Organización Mundial del Comercio Justo, para garantizar que un producto es de Comercio Justo se deben dar dos criterios:



- **Ser elaborado por alguna organización miembro de la Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO).** Las organizaciones miembros de la Organización Mundial del Comercio Justo deben pasar un sistema de acreditación en el que se evalúa el cumplimiento de los 10 principios internacionales del Comercio Justo. Este sistema de acreditación incluye una autoevaluación, una auditoría externa y evaluaciones por parte de otras organizaciones miembro. La membresía es revisada y monitorizada periódicamente.
- **Contar con alguna certificación que acredite y garantice que son productos de Comercio Justo,** tales como:



Fuente: EsDeRaíz



ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA SER UN COMPRADOR O COMPRADORA RESPONSABLE

- Antes de comprar algo, reflexiona detenidamente si realmente se necesita comprarlo o si solo te estás guiando por la publicidad.
- Si te decides a comprar algo, averigua muy bien de qué materia prima se fabrica, en qué forma su proceso de manufacturación impacta al medio ambiente y si genera algún daño o injusticia social.
- También considera qué impacto al medio ambiente tiene el uso de lo que piensas comprar.
- Cada vez que compres algo, debes pensar en los residuos y la basura que genera.
- Evita los productos de "usar y tirar", si no son estrictamente necesarios.
- Rechaza las bolsas de plástico que dan en supermercados y comercios, si puedes llevar tus propias bolsas de tela, de papel o de cartón.
- Compra el contenido y no el envase. Muchas veces se paga más por los envoltorios que se tiran directamente a la basura que por el contenido.
- Recicla antes que comprar, muchas de las cosas que están para tirar pueden volver a utilizarse de otras maneras y formas, usa tu imaginación.
- Evita las latas y los productos muy envasados. Las fiambreras y los tarros de cristal son una forma más ecológica que guardar los alimentos en plástico y aluminio.
- Preferir productos con envases retornables o reutilizables.
- Consume preferentemente productos de Comercio Justo, ecológicos y de proximidad (tiendas de comercio justo, grupos de consumo agroecológico⁹).
- Ten en cuenta los productos de segunda mano como una opción válida para ciertos productos (textil, libros, etc.).

⁹ Los grupos de consumo están formados por grupos de personas que se unen buscando la forma de comprar directamente a los productores y productoras. Hay muchas razones que llevan a los grupos a unirse, y no son siempre las mismas, pero todos comparten el objetivo de eliminar (o reducir al máximo) los intermediarios para abaratar el coste final. Existen "Grupos de Autoconsumo", "Grupo de consumo bajo pedido" y "Grupo de Consumo con bolsas cerradas" (Ayuntamiento de Madrid, Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana, 2012).

ACTIVIDAD PRINCIPAL

NOMBRE DE LA SESIÓN



ELIGE TU PROPIA AVENTURA

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado sea consciente de la responsabilidad de las decisiones que tomamos en nuestra cotidianidad y cómo eso repercute tanto en nosotros/as mismos/as como en nuestro entorno.
- Sea capaz de identificar el comercio justo como una alternativa viable para garantizar los derechos y la dignidad de las personas productoras y trabajadoras.
- Esté motivado para ser agentes de cambio, poniendo en marcha pautas para el consumo responsable.

METODOLOGÍA

HISTORIA “ELIGE TU PROPIA AVENTURA”. A través de esta técnica las diferentes personas del grupo serán protagonistas de la toma de decisiones de la organización de un viaje de clase, además, de promover que identifiquen y se hagan responsables de las consecuencias que tienen sus decisiones en su entorno.

Esta técnica facilita no sólo que el alumnado comprenda los hechos y realidades de su entorno, para alcanzar su desarrollo y madurez como personas, sino que les permite vivenciarse como agentes de cambio e influir en él.

Por otro lado, participar en pequeños grupos y la necesidad de llegar a acuerdos a través del diálogo, supone entrenar al alumnado en esta práctica si se quiere formar ciudadanos y ciudadanas para una sociedad en la que primen las éticas dialógicas.

BARÓMETRO DE VALORES. El alumnado debe pronunciarse sobre una frase, que conlleva juicio de valor. La actitud puede ir desde estar totalmente a favor o en contra. Esta técnica permite a los y las participantes reflexionar sobre los valores sociales, así como profundizar en las razones que sostienen sus valores. Además, les permite hacerse conscientes de en qué coinciden y discrepan con el resto de sus



compañeros y compañeras.

Esta técnica favorece la escucha activa, la creación de una opinión crítica y las habilidades de comunicación y expresión. Se parte del conocimiento previo del alumnado, lo que promueve la participación y que se equilibren los tiempos de utilización de los turnos de palabra del alumnado, “dando voz” a los y las que suelen tener más reticencias a la hora de expresar sus opiniones de manera espontánea.

DESARROLLO

Se divide a la clase en 4 grupos, después se llevará a cabo la narración de una historia en la que el tutor o tutora de un Instituto le propone a su clase que este año decidan y organicen ellos y ellas el viaje de fin de curso. Para poder ir, tienen que organizar y conseguir primeramente varias cosas que son necesarias. Pero ¿qué cosas son realmente necesarias y cuáles no lo son? ¿Qué criterios van a seguir a la hora de comprar, desplazarse o elegir el tipo de empresa que van a contratar para las actividades de ocio?

Durante el desarrollo de la historia se les pedirá a los 4 grupos en 4 momentos de la narración que elijan entre varias opciones: ¿Qué es lo que haríais...?

Cada una de las opciones posibles, A, B o C, simbolizan desde acciones sostenibles, solidarias, equitativas y favorecedoras de un sistema participativo y responsable (OPCIONES C), acciones que tienen un enfoque mixto (OPCIONES B), hasta acciones que promueven lo contrario (OPCIONES A).

Una vez finalizada la historia, se pide al grupo que contabilice el número de opciones A, B y C seleccionadas. A continuación, el profesorado les leerá en qué lugar se encuentran respecto al consumo responsable y sostenible, así como, las consecuencias y repercusiones que han tenido en su entorno inmediato sus elecciones (en función de si han tenido mayoría de A, de B o de C).

Después, se promoverá un debate sobre los contenidos trabajados en la actividad anterior para profundizar sobre los mismos, partiendo de los conocimientos previos del alumnado para garantizar así su participación a través del “Barómetro de valores”.

En el barómetro de valores, el profesorado deberá colocar al alumnado en el centro del aula. En el Anexo II de esta propuesta didáctica se proponen una serie de frases que el profesorado podrá utilizar para desarrollar esta técnica, leyéndolas todas o sólo aquellas que trabajen los contenidos que el profesorado crea más oportunos y significativos para el grupo. Cada vez que se lea una frase el alumnado se deberá



posicionar A FAVOR/DE ACUERDO o EN CONTRA/ EN DESACUERDO, respecto a lo que se ha dicho (desplazándose a un lado u otro de la clase en función de lo que se haya acordado previamente, por ejemplo, a la derecha del aula sería “A favor/de acuerdo” y la izquierda “En contra/en desacuerdo”) y explicando el por qué. En la medida en que se van escuchando las razones de ambos lados, se abre la posibilidad de cambiar de posición. Cuando lo crea conveniente, el profesorado puede pedirles que vuelvan al centro del aula y enunciar otra frase.

Las consignas de partida, serán las siguientes:

- Garantizar al grupo la total libertad y respeto a la hora de optar por una postura ante las proposiciones formuladas.
- Hay que intentar que no haya actitudes neutrales (es decir, no quedarse en el centro), intentando que el alumnado se posicione a favor o en contra.
- Hay que tomar las frases tal como se comprenden, no es recomendable que se explique la frase. Una vez que el alumnado se haya posicionado a favor o en contra tendrán que argumentar sus posturas u opiniones. Estos argumentos se irán enriqueciendo y adquiriendo matices complementarios a través del debate. En el caso de que ninguna persona se sitúe en uno de los lados, el profesorado deberá ocupar la posición vacía esgrimiendo argumentos que generen debate.
- La toma de postura con relación a las proposiciones corresponde a un desplazamiento en el espacio (a favor a la derecha, en contra a la izquierda, por ejemplo).
- Para expresar las opiniones, el profesorado irá dando la palabra al alumnado. Si se abre un debate respecto a un tema y el grupo es capaz de autorregularse es recomendable dejar que el grupo se entienda en este diálogo simplemente moderándolo.

DURACIÓN

1 sesión de 50 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Creación de los grupos, lectura de la historia y debate dentro de los grupos para la elección de opciones (20 minutos)
- Lectura de resultados (5 minutos)
- Explicación del funcionamiento del “Barómetro de valores” (5 minutos)
- Desarrollo del “Barómetro de valores” (20 minutos)

- (La duración de esta actividad dependerá del debate que se genere dentro del grupo y del número de frases que se quieran abordar. La totalidad de frases que se adjuntan en el Anexo II posibilitan que se retome esta actividad en otra sesión)

LUGAR

El aula de referencia del grupo

MATERIALES

Ficha “Elige tu propia aventura” (Anexo I) y ficha del “Barómetro de valores” (Anexo II).

TRANSFERENCIAS Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA



Para seguir trabajando en el aula cuestiones relacionadas con el consumo responsable, proponemos algunas actividades complementarias desarrolladas en los Anexos III y IV.

Nombre	Descripción breve	Disponible en
IDIOTS	Sobre consumismo tecnológico	https://www.youtube.com/watch?v=bTbife606Wg Propuesta de actividad en el ANEXO III
CONSUMISMO	Cortometraje sobre el consumismo tecnológico. Steve Cutts	https://www.youtube.com/watch?v=79AOD_nz_Xo&t=19s Propuesta de actividad en el ANEXO III
COMERCIO JUSTO Y CONSUMO RESPONSABLE	Animación realizada por la Cooperativa Tembé para el Gobierno de Santa Fe (Subsecretaría de Economía Social) para el lanzamiento de la campaña de Comercio Justo y Consumo Responsable	https://www.youtube.com/watch?v=YHSiSAKPUBk&t=19s Propuesta de actividad en el ANEXO IV
ECONOPOLY 4.0	Animación que explica a través de una simulación de un juego de mesa las consecuencias y efectos de la economía actual. Este vídeo está indicado para alumnado a partir de 12 años	https://www.youtube.com/watch?v=Ctro3I8wRhW



EVALUACIÓN



Con el fin de valorar la puesta en práctica de la actividad, correspondiente a la presente propuesta didáctica, se incluyen dos evaluaciones:

- Evaluación para el alumnado (ANEXO V). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el alumnado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Las actividades
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ La participación del grupo
 - ✓ Su participación en las actividades y los grupos
 - ✓ Qué es lo que ha aprendido
 - ✓ Qué es lo que más y lo que menos le ha gustado
- Evaluación dirigida al profesorado (ANEXO VI). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el profesorado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Grado de satisfacción con la sesión en general
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ Las actividades
 - ✓ La metodología propuesta
 - ✓ Grado en que favorece la participación
 - ✓ Grado de implicación del grupo en la sesión
 - ✓ Facilidad para implementar la sesión propuesta
 - ✓ Grado de aplicabilidad en su práctica docente
 - ✓ Le gustaría ampliar su formación en este tema

Los datos obtenidos de ambos cuestionarios serán de gran utilidad para valorar la actividad y mejorarla, en el caso de que fuera necesario, para responder a los objetivos y necesidades del profesorado respecto a la aplicación de la Economía Social y Solidaria en el ámbito educativo.



ANEXOS



ANEXO I. Ficha “Elige tu propia aventura”

ANEXO II. Ficha “Barómetro de valores”

ANEXO III. Actividad complementaria “¿Puedes vivir sin tecnología?”

ANEXO IV. Actividad complementaria “Justo lo que necesito”

ANEXO V. Evaluación para el alumnado

ANEXO VI. Evaluación para el profesorado de la sesión formativa

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES



- » Ayuntamiento de Madrid, Área de Gobierno de Economía, Empleo y Participación Ciudadana. (2012). *Guía de consumo ecológico en Madrid* (pp 40-42). Madrid: UNCUMA y Andaira Sociedad Cooperativa Madrileña.
- » Comerciojusto.org. (n.d.). Coordinadora Estatal de Comercio Justo » Los diez principios internacionales. [Online] Disponible en <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/definicion/los-10-principios-internacionales/> Recuperado el 9 de Junio de 2017.
- » Comerciojusto.org. (n.d.). Coordinadora Estatal de Comercio Justo » ¿Cómo saber que un producto es Justo? [Online] Disponible en: <http://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/%C2%BFcomo-garantizo-que-un-producto-es-de-comercio-justo/> Recuperado el 9 de junio de 2017.
- » E.Assadourian, “Transformar las culturas para crear una civilización sostenible” en *La Situación de Mundo 2013*, pp. 181-199.
- » Garcés Prieto, J. (2009). La adicción al consumo. Manual de Información y Autoayuda (p. 27). Extraído de <http://www.verticespsicologos.com/sites/default/files/Manual-de-adiccion-al-consumo.pdf>
- » Jiménez Gómez, I. (2011) Consumo responsable y crítico [Material de clase] Consumo Responsable.
- » Ruíz, R. (2014). La situación del mundo: tiempos de ‘sosteniblablá’. El Asombrario. Extraído de <http://elasombrario.com/la-situacion-del-mundo-tiempos-de-sosteniblablá/>

ANEXO I. FICHA: Elige tu propia aventura

Vais a hacer una salida con el Instituto y la tutora/tutor, os ha hecho una propuesta muy interesante... Un día llegó a clase y os dijo: *Este año queremos proponeros un reto, en vez de que la salida la organicemos el profesorado os vamos a dejar que seáis vosotros y vosotras quienes decidáis el dónde y el cómo. Por supuesto, tendréis que llegar a acuerdos para que todas las personas se sientan conformes con las decisiones.* Al principio fue un poco locura... se os ocurrieron muchos lugares a los que ir y como comentó Alex, la delegada de clase, tendríais que ajustaros al presupuesto que había para la excursión.

Finalmente, tras tres rondas de votaciones, la clase decidió destino: Una salida de dos días a la Sierra. Javi, uno de vuestros profesores, os había enseñado aquel lugar en una de sus clases y todos y todas os quedasteis enamorados/as de ese fantástico bosque.

Os apetecía mucho respirar aire fresco, hacer alguna ruta, descender el río en kayak y contar historias de miedo por la noche.

Hicisteis una primera lista de cosas que tendríais que llevaros y habéis quedado un sábado para conseguirlas.

LISTADO DE COSAS NECESARIAS:

- ✓ Jersey de lana y otra ropa para el frío
- ✓ Esterilla, saco y tienda
- ✓ Comida
- ✓ Cantimplora
- ✓ Linterna
- ✓ Cartas del UNO
- ✓ ...

Quedáis en casa de Sandra, porque es la casa que más o menos os queda a todos y a todas a la misma distancia. ¿Cómo vais hasta allí?

1. DESPLAZAMIENTO A CASA DE SANDRA:

- A) Convencéis a un familiar para que os lleve en coche y de camino recoja también a Pablo y a Hanan.
- B) Cogéis el transporte público, es la manera más rápida de llegar y son pocas paradas de metro.
- C) Decidís ir caminando, hace buena tarde y de camino podéis quedar con Pablo y con Hanan e ir ultimando detalles del viaje.

(Dejamos unos minutos para que los y las componentes de cada uno de los grupos se pongan de acuerdo en la opción elegida)

Llegáis a casa de Sandra. Estáis muy emocionados y emocionadas, no os podéis creer que os dejen organizar todo lo que tiene que ver con la excursión, va a ser totalmente como queréis, aunque también os habéis dado cuenta de que supone una gran responsabilidad.

Buscáis el lugar donde vais a acampar en internet para ver qué tiempo os va a hacer. La previsión de las temperaturas es de máximas de 21°C y las mínimas son de 10°C. Eso significa que tendréis que llevar ropa de abrigo, principalmente para la noche. ¿Qué hacéis?

2. CONSEGUIR ROPA DE ABRIGO:

- A) Os vais a una cadena de tiendas de ropa deportiva y de montaña donde la podéis conseguir a bajo precio.
- B) Os acercáis a una tienda de comercio justo que hay en el barrio donde sabéis que podéis encontrar ropa de montaña de segunda mano.
- C) Hacéis algunas llamadas a vuestras amistades y familiares, seguro que alguien tiene ropa de abrigo que os puede prestar.

(Dejamos unos minutos para que los y las componentes de cada uno de los grupos se pongan de acuerdo en la opción elegida)

Ya tenéis el equipamiento necesario para no pasar frío y para dormir en el bosque. Os organizáis quien va a dormir con quien, lo que os hace pasar un momento realmente divertido, finalmente decidís que unas tiendas se van a destinar a las personas que roncan, otras a las que se acuestan antes y por último otras tiendas para las personas más noctámbulas. Mientras hacéis un parón para descansar os proponéis hacer una lista común de la comida y bebida que os vais a llevar.

Sergio propone directamente pensar en menús y comprar los ingredientes en función de las comidas que queréis hacer y sepáis preparar. Os parece una buenísima idea para poder planificaros. ¿Cómo os organizáis finalmente?



3. COMPRA DE COMIDA Y BEBIDA:

- A) Decidís comprar en una conocida cadena de supermercados comida precocinada y envasada.
- B) Decidís comprar los ingredientes y demás productos en el mercado del barrio. Os lleváis bolsas de tela para que no os den bolsas de plástico en el supermercado.
- C) Decidís hacer un pedido de fruta y verdura al grupo de consumo ecológico del barrio que sólo tiene productos de temporada y el resto de productos los compráis en otras tiendas de comercio justo. Después, cada uno/a preparará en su casa, con ayuda de su familia, uno de los menús de la lista que habéis hecho y lo llevará en tupper.

(Dejamos unos minutos para que los y las componentes de cada uno de los grupos se pongan de acuerdo en la opción elegida)

La organización de la compra ha sido costosa, pero estáis muy satisfechos y satisfechas con el resultado. Os sentáis en un parque y decidís echar un vistazo a las empresas de alquiler de kayaks y que organizan excursiones en río por la zona en la que vais a acampar. Hay bastante variedad, estáis dudando de cuál os interesa más. Hanan, propone que valoréis qué es lo más importante, para el grupo, a la hora de contratar una u otra empresa. ¿Cuáles son los criterios más importantes?

4. EMPRESA CON LA QUE REALIZAR LA ACTIVIDAD DE KAYAK

- A) Elegís la que os deje estar más horas en la actividad al menor coste y que además esté más cerca de donde vais a acampar. Cerca y barato son vuestros principales objetivos.
- B) Buscáis una empresa de alquiler de kayaks que os garantice condiciones de seguridad, material homologado y que tenga un buen equipo de profesionales.
- C) Buscáis una empresa que os garantice condiciones de seguridad, que tenga un buen equipo de profesionales y que tenga, además, el certificado o sello de huella ambiental para asegurarnos que realizan su actividad respetando el impacto medio ambiental de la zona.

(Dejamos unos minutos para que los y las componentes de cada uno de los grupos se pongan de acuerdo en la opción elegida)



¡Perfecto!, ya tenéis reservada la excursión en kayak. Ha sido toda una experiencia el tener que decidir conjuntamente todo lo referente a la organización del viaje. Aunque en ocasiones no opinabais igual, teníais gustos diferentes o teníais ideas distintas de cómo hacer las cosas, finalmente habéis sido capaces de poneros de acuerdo.

Os fuisteis de excursión con vuestra clase, hicisteis rutas, alguna más larga que otra porque os perdisteis en una ocasión, os reísteis a carcajadas, disfrutasteis del descenso en kayak, comisteis bien rico y os conocisteis un poco más. Desde luego fue uno de esos viajes que recordaríais siempre... ahí quedaron las fotos para el recuerdo.

No sólo el tutor/a os ha felicitado por la organización del viaje, sino que os habéis convertido en un referente para todo el instituto, lo que ha animado a más profesores y profesoras a confiar la organización del viaje a sus alumnos/as.

RESULTADOS

Es importante que el alumnado sea consciente que los resultados que aparecen a continuación hacen referencia a la idoneidad de las acciones/decisiones que han tomado y llevado a cabo respecto a valores como la sostenibilidad, solidaridad, consumo responsable, etc... en ningún momento se hace referencia a la valía personal.

MAYORÍA DE OPCIONES A) Posiblemente no confiéis en vuestra posibilidad de influir y cambiar positivamente vuestro entorno, a través de las decisiones individuales que tomáis en vuestro día a día. Las opciones elegidas dificultan la movilidad sostenible por el uso de vehículos particulares en vez de elegir otras opciones más sostenibles como el transporte público o el caminar. Comprar sin necesitar no ayuda a reducir el impacto del consumo actual, siendo preferible Reducir, Reutilizar y Reciclar (existen las tiendas de segunda mano o siempre se pueden pedir a familiares y amigos/as) en vez de comprar.

Usar productos envasados supone generar muchos residuos, cuando compramos productos en el mercado del barrio o en los grupos de consumo estamos contribuyendo a reducirlos. Además de esta manera fomentas el comercio del barrio.

Conseguir un producto a un precio muy bajo supone que muchas veces no se esté garantizando un precio justo para los productores. Otras veces, para mantener este precio tan bajo, proceden de fábricas donde las personas que trabajan en ellas lo están haciendo en condiciones poco dignas de salario y seguridad laboral, entre otras.

Muchas empresas realizan su actividad sin tener en cuenta el impacto medioambiental. Cuando contratamos estos servicios estamos



contribuyendo y favoreciendo a este tipo de entidades frente a otras que son responsables con el medio en el que se realizan.

¡Ánimo!, muchas veces queremos hacer las cosas de otra forma, pero no sabemos cómo. Seguro que después de esta actividad habéis sacado buenas ideas para llevarlas a cabo en vuestro día a día.

MAYORÍA DE OPCIONES B) Vais por muy buen camino. Estáis sensibilizados/as con la sostenibilidad, el consumo responsable y el comercio justo.

Rechazáis las bolsas de plástico que dan en supermercados y comercios y lleváis vuestras propias bolsas de tela. Os desplazáis en transporte público que supone una alternativa más sostenible que el coche particular. Os preocupáis por reutilizar y las tiendas de segunda mano os parece una buena opción para ello. Fomentáis las tiendas de barrio y principalmente las tiendas de comercio, justo siendo responsables con la garantía de unas condiciones laborales dignas y principios sociales como el de Igualdad y la no discriminación. Sois responsables con vuestro ocio y las condiciones en que éste se realiza.

En definitiva, tenéis buenas iniciativas que ayudan a Reducir, Reutilizar y Reciclar ¡Enhorabuena! Ya sois del club de las 3 “R”.

MAYORÍA DE OPCIONES C) ¡Fantástico! Sois verdaderos/as expertos/as en esto de la sostenibilidad, el consumo responsable y el comercio justo. Sois un referente para todos y todas. vuestras acciones en el día a día permiten construir un mundo mejor, más igualitario, más participativo, más justo, más equitativo y más solidario.

Antes de comprar algo reflexionáis sobre si realmente lo necesitáis. Os preocupáis por la materia prima de aquello que compráis, de su origen, intentando fomentar el comercio justo y de si la manera en la que se produce afecta o no al medioambiente. Os preocupáis por los residuos que genera aquello que compráis y preferís envases retornables o reutilizables. Sois conscientes de la responsabilidad que tenemos respecto a las actividades de ocio en las que participamos y os preocupáis no sólo de que se realicen bajo unas condiciones de seguridad sino, que además el impacto de la huella medioambiental sea mínimo.

Deberíais contar vuestras ideas al resto de compañeros y compañeras de otras clases para concienciar sobre el problema del consumo excesivo y de la necesidad de emprender acciones sostenibles.

Os habéis mostrado responsables y estáis haciendo que otro mundo sea posible.



ANEXO II. FICHA: Barómetro de valores

Consigna para el alumnado:

Se van a decir una serie de frases. Vosotros y vosotras tenéis que decidir si estáis de acuerdo o en desacuerdo con lo que se ha dicho. Partimos del centro del aula. Si estáis de acuerdo con la frase, os colocáis al lado derecho de la clase. Si estáis en desacuerdo con la frase, os colocáis al lado izquierdo del aula. Si estáis en una posición intermedia os podéis quedar en el centro, vamos a intentar que no sea lo más frecuente. Eso sí, los lugares que ocupamos no son estáticos, es decir, que si el argumento de otra persona nos hace cambiar de opinión nos podemos mover de sitio.

FRASES BARÓMETRO

- No hay diferencia entre moverte en coche o en autobús, los dos emiten CO2 y contaminan por igual.
- Los productos de las tiendas de comercio justo son más caros porque quieren sacar mayor beneficio.
- Da igual comprar en grandes superficies comerciales que en tiendas de barrio, los beneficios van de igual modo a las personas que trabajan en esos establecimientos.
- Siempre es mejor comprar que reutilizar las cosas. De esta forma apporto para que la economía sea sostenible y se creen nuevos puestos de trabajo.
- Da igual lo que yo haga. Una persona sola no puede cambiar las cosas.
- Todo lo que compro es porque realmente lo necesito.
- Es mejor comprar productos envasados, es más higiénico y luego si lo deposito en el contenedor del reciclaje no tiene impacto sobre el medio ambiente.

ANEXO III. ACTIVIDAD: ¿Puedes vivir sin tecnología?

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado reflexione sobre el consumo que hace de la tecnología.
- Conozca las repercusiones ambientales, económicas y sociales del consumo de tecnología.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

Se visionan los dos vídeos. Se pide al alumnado que tome notas de aquellas cuestiones que les llaman la atención mientras los ven.

Tras verlos, se plantea una serie de cuestiones sobre las que reflexionarán, pudiendo ser en grupo o de manera individual:

- ¿A qué creéis que hacen referencia ambos vídeos? ¿Qué problemática reflejan?
- ¿Pensáis que el consumo de tecnología es en realidad como aparece en los vídeos?
- ¿Cada cuánto renováis móviles, ordenadores y otros aparatos electrónicos?
- ¿Qué motivos existen para renovar estos aparatos?
- ¿Cuáles creéis que son las consecuencias ambientales y sociales en la fabricación de móviles?
- ¿Creéis que se reciclan los aparatos electrónicos que se tiran?
- ¿Qué podríamos hacer para reducir la contaminación que generan los aparatos electrónicos?

Tras estas cuestiones, se invita al alumnado a buscar información sobre los aparatos electrónicos que tienen en casa, sobre su origen y sobre la manera de desecharlos.

DURACIÓN

1 sesión de 40 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración del vídeo IDIOTS 4 minutos y 4 segundos
- Duración del vídeo de Steve Cutts 5 minutos 57 segundos
- Duración de las primeras reflexiones 25 minutos

LUGAR

Tanto el visionado como la reflexión posterior se realizarían en el aula.

MATERIALES

Proyector y conexión a internet.



ANEXO IV. ACTIVIDAD: Justo lo que necesito

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

- Que el alumnado reflexione sobre el estilo de consumo que ejercen en su día a día.
- Conozca las repercusiones ambientales, económicas y sociales del consumo irracional e inconsciente.
- Sea capaz de distinguir productos de comercio justo.

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

Se visiona el vídeo. Se pide al alumnado que tome notas de aquellas cuestiones que les llaman la atención mientras lo ven.

Tras verlo, se plantea una serie de cuestiones sobre las que reflexionarán, pudiendo ser en grupo o de manera individual:

- Cuando vais a comprar algo, ¿pensáis en el origen del producto y cómo ha sido fabricado?
- ¿Os parece que hay suficiente información sobre los productos en las etiquetas?

Se organiza al alumnado en grupos de máximo 6 personas y se les invita a trabajar a partir de la ropa que llevan puesta (sólo una de las prendas por grupo). Una persona de cada grupo ejercerá de portavoz. El alumnado deberá analizar la información que contiene la etiqueta de la prenda elegida. Hay que tener en cuenta que deben ser prendas con alguna etiqueta (camiseta, jersey, pantalón...).

- ¿Qué precio estimado tiene la prenda?
- ¿En qué tipo de tiendas podemos encontrarlas?
- ¿De dónde pudo haber salido el material para hacerla? ¿En qué condiciones laborales se consiguió esa materia prima?
- ¿En qué lugar y en qué condiciones laborales se ha fabricado esta prenda? ¿Cuánto puede haber cobrado un trabajador o trabajadora por hacerla?
- ¿Cómo sería vuestra etiqueta ideal, es decir, aquella que contuviera toda la información necesaria para ser consumidor o consumidora responsable? (Posibles opciones de respuesta: origen de los materiales o recursos, condiciones de trabajo de las personas que lo han fabricado, cómo se ha transportado, calidad o duración de la



prenda... etc.).

Tras la puesta en común de las reflexiones grupales, se cuenta qué es el comercio justo (en los contenidos de esta actividad) y qué criterios promueve. Algunas ideas a plantear:

- Como consumidor/a y ciudadano/a puedes influir en las estructuras comerciales convencionales que marginan a los/as productores/as del Sur.
- Como consumidor/a puedes formar parte del último eslabón de la cadena solidaria, al utilizar con responsabilidad tu poder de compra.
- Puedes exigir a las empresas que los productos se elaboren de una manera justa y responsable.

DURACIÓN

1 sesión de 45 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración del vídeo 1 minuto y 42 segundos
- Duración de las primeras reflexiones 10 minutos
- Duración del trabajo en equipo y la puesta en común 30 minutos

LUGAR

Tanto el visionado como la reflexión posterior se realizarían en el aula.

MATERIALES

Proyector y conexión a internet, materiales para tomar notas.

ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

CENTRO EDUCATIVO:

CURSO:

CHICA

CHICO

FECHA:

PUNTÚA LOS SIGUIENTES ASPECTOS (valoración del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación y 5 la máxima)

Las actividades (lo que hemos hecho)	1	2	3	4	5
Los contenidos (sobre lo que hemos hablado)	1	2	3	4	5
La participación del grupo	1	2	3	4	5
Tu participación en las actividades y los grupos	1	2	3	4	5

Qué has aprendido

.....

.....

.....

Qué es lo que más te ha gustado

.....

.....

.....

Qué es lo que menos te ha gustado

.....

.....

.....

¿Quieres decir algo más?

.....

.....

.....

Muchas gracias

ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA

Queremos conocer su opinión sobre diferentes aspectos relacionados con el desarrollo del taller. Sus aportaciones nos permitirán ir mejorando en el diseño de las sesiones.

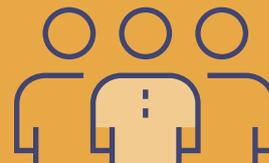
Centro educativo			
Distrito			
Sexo		Edad	
Función docente			
Asignatura/materia			
Curso		Grupo	
Nº de niñas		Nº de niños	
Nombre de la sesión realizada			
Fecha de realización de la sesión		/ /	

Puntúe los siguientes aspectos del 1 al 10, (siendo 1 la menor puntuación y 10 la máxima)

Grado de satisfacción con la sesión en general	
Los contenidos	
Las actividades	
La metodología propuesta	
Grado en que favorece la participación	
Grado de implicación del grupo en la sesión	
Facilidad para implementar la sesión propuesta	
Grado de aplicabilidad en su práctica docente	
Le gustaría ampliar su formación en este tema	
Señale los conocimientos más interesantes	

Muchas gracias

a partir de
15 años



5.5.

Propuesta Didáctica 5 Sobre Economía Social Y Solidaria: **DESARROLLO COMUNITARIO Y PRINCIPIOS DE LA ESS**

ÍNDICE

CONTENIDOS

PERSONAS DESTINATARIAS	188
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	188
CONTENIDOS	188
<u>NECESIDADES Y DESEOS</u>	
<u>DESARROLLO COMUNITARIO Y LOS PRINCIPIOS DE REAS</u>	
<u>PRINCIPIOS DE LA ESS APLICADOS EN EL DESARROLLO COMUNITARIO</u>	
<u>CUÁLES SON LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS Y ENTIDADES ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA</u>	

EN EL AULA

ACTIVIDAD PRINCIPAL	195
<u>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</u>	
<u>OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO</u>	
<u>METODOLOGÍA</u>	
<u>DESARROLLO</u>	
<u>DURACIÓN</u>	
<u>LUGAR</u>	
<u>MATERIALES</u>	
TRANSFERENCIA Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA	201

MATERIALES

EVALUACIÓN	202
ANEXOS	204
<u>ANEXO I. TEXTO: ¿CÓMO ES LA RELACIÓN CON NUESTRO BARRIO?</u>	
<u>ANEXO II. MATRIZ MAX NEEF -NECESIDADES</u>	
<u>ANEXO III. FOLLETO CATALOGO MERCADO SOCIAL DE MADRID 2017</u>	
<u>ANEXO IV. DESARROLLO COMUNITARIO Y PRINCIPIOS DE LA ESS 2017</u>	
<u>ANEXO IV. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO</u>	
<u>ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA</u>	
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	204



PERSONAS DESTINATARIAS



Profesorado que imparte docencia a alumnado a partir de los 15 años y/o estén cursando segundo ciclo de la ESO o FP.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



Que el profesorado:

- Conozca los principios y entidades de la Economía social y Solidaria y sea capaz de relacionarlos con el fomento de buenas prácticas dentro de la comunidad.
- Sensibilice al alumnado en la participación en la comunidad, en acciones sostenibles a través de un consumo responsable y la forma de organización de las entidades de la ESS.
- Incentive al cuestionamiento crítico a la forma de consumo y producción.

CONTENIDOS

Durante el desarrollo de esta propuesta, se profundizará en aspectos del desarrollo comunitario. Para poder comprenderlo, es necesario conocer y entender algunos conceptos y así realizar un análisis crítico de nuestra comunidad y ver qué acciones se puede hacer desde una sociedad activa.

Por lo tanto, en la primera parte de la propuesta didáctica, se abordará la diferencia entre necesidades y deseos, luego se dará paso a la definición del desarrollo comunitario y su relación con los principios de la Economía Social y Solidaria (ESS). También, a partir de la descripción de una experiencia se conocerá, otra forma de trabajar y emplearse en nuestra comunidad desde la ESS, como así las principales características de las entidades, empresas y organizaciones que comprende la ESS.

Esta propuesta didáctica permitirá al profesorado desarrollar y trasladar los conceptos teóricos al alumnado en actividades prácticas propuestas en este mismo documento.



NECESIDADES Y DESEOS, SUS DIFERENCIAS

Cuando hablemos del desarrollo comunitario y todo lo que este implica para nuestra sociedad, es importante entender qué es **necesidad y deseo**. De esta forma podremos comprender el porqué de la importancia del comportamiento de la comunidad en la que habitamos.

Comenzamos explicando la diferencia esencial entre qué es un deseo y qué es una necesidad.

DESEO

El deseo es una sensación creada que no responde a una necesidad fisiológica ni psicológica, es decir que podemos vivir perfectamente sin ello. Se asocia a capricho.

NECESIDADES – Max Neef

Según el economista chileno [Max Neef \(1994\)](#), las necesidades son aquello que resulta indispensable para vivir en un estado de salud plena. Son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Pueden ser:

- de carácter fisiológico, como respirar, hidratarse o nutrirse (objetivas).
- de carácter psicológico, como la autoestima, el amor o la aceptación (subjetivas).

Por ejemplo, la sed, el hambre y el frío son sensaciones que indican la necesidad de agua, alimento y calor, respectivamente.

- ¿Qué necesito? ¿Cuál es la forma material de cubrir esa necesidad?

El error que se comete al analizar las necesidades humanas es que no se explica la diferencia que existe entre estas y los satisfactores de las necesidades mismas.

El economista chileno, categoriza las necesidades de: Ser, tener, hacer y estar, como **existenciales**. Luego las categoriza a las necesidades en **axiológicas**: Subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad. Estas dos categorizaciones, pueden combinarse según una matriz (Anexo II).

Es decir, que no existe una correspondencia biunívoca entre necesidades y satisfactores. Por lo tanto, un satisfactor puede cubrir la satisfacción de una o varias necesidades o una necesidad pueden requerir uno o varios satisfactores para ser satisfecha. No hay una relación lineal

entre las partes, ni fija. Puede variar según momento, el lugar y las circunstancias.

Un ejemplo de esto es: cuando una madre le da el pecho a su bebé, este recibe satisfacciones simultáneas para su necesidad de subsistencia, protección, afecto e identidad.

En cada sistema político, social y económico, se adoptan distintas formas y estilos para la satisfacción de las necesidades humanas. Entonces, en cada sistema las necesidades son satisfechas con la creación o no generación de diferentes tipos de satisfactores. Por lo que, uno de los aspectos que define una cultura es la elección de sus satisfactores.

Se puede entender que las necesidades humanas fundamentales de un grupo de personas que pertenece a una sociedad consumista no son las mismas que tiene una sociedad ascética. Lo único que cambia es la cantidad, calidad y forma de los satisfactores elegidos o las posibilidades de acceso a los satisfactores requeridos.

Lo que se determina culturalmente no son las necesidades humanas, sino las necesidades humanas fundamentales. El cambio cultural es el cambio de los satisfactores, el reemplazo de estos por nuevos, diferentes, en tiempos, etc.

DESARROLLO COMUNITARIO Y LOS PRINCIPIOS DE LA ESS (PRINCIPIO COMPROMISO CON EL ENTORNO /COOPERACIÓN)

¿QUÉ ES EL DESARROLLO COMUNITARIO?

Marchioni (1989), habla del desarrollo comunitario como la planificación social y organización de la comunidad, entendiendo por comunidad un territorio concreto, con una población determinada, que dispone de determinados recursos y que tienen determinadas demandas. Una comunidad comprende el conjunto de cuatro factores (territorio, población, recursos y demandas) y sus mutuas, constantes y mutantes interrelaciones.

Según Marchioni (1999), tras la II Guerra Mundial, el desarrollo comunitario se aplicaba en las zonas del interior de los “países subdesarrollados”, y sobre todos los países llamados “del Tercer Mundo” o “en vías de desarrollo”. Se entendía como una intervención externa en zonas deprimidas en las que se ponía en marcha procesos globales de desarrollo que incluían el crecimiento económico, ya que estas zonas se caracterizaban por el “atraso” y la pobreza. Sobre este hecho, en el año 1960, las Naciones Unidas aprobó un documento en el que se exponían las bases para el Desarrollo Comunitario: *Community Development*.



En síntesis, el documento planteaba la necesidad (relacionada fundamentalmente con los “países subdesarrollados”) de promover procesos de mejora de las condiciones de vida de una comunidad, contando con la colaboración de los poderes públicos, la ayuda técnica de expertos profesionales y, sobre todo, con la participación de la población interesada. Estos procesos tendrían que llevarse a efecto con la aportación económica de los llamados países ricos.

Actualmente, los procesos de desarrollo comunitario (Intervención Comunitaria) ya no tienen que identificarse necesariamente con población marginal y con comunidades territoriales particulares, sino que el objetivo de mejora de las condiciones de vida se asume como aplicable a cualquier situación o territorio.

Potenciación o Desarrollo Comunitario: “proceso intencional centrado en la comunidad local, que implica respeto mutuo, reflexión crítica, participación de grupo y cuidados personales, a través del cual la gente que carece de una igual distribución de los recursos gana”.

En cualquier proceso de desarrollo comunitario, existen tres protagonistas: las administraciones y, en primer lugar la administración local; los recursos técnicos y profesionales que operan en/con esa comunidad (públicos, privados no lucrativos y voluntarios) y la población. Debe existir y garantizarse, además, la participación activa de estos protagonistas que operan dentro del territorio, ya sea viviendo, trabajando, interviniendo o gestionando recursos. En concreto, la participación de las personas y de los colectivos en el funcionamiento de su propia comunidad y en su propio itinerario de desarrollo, hace que puedan vincularse y potenciar su implicación en lo que sucede en la comunidad y sean conscientes de las causas o condiciones que generan determinadas situaciones que se quieren cambiar o mejorar. Por lo tanto, podemos afirmar que el desarrollo comunitario es un proceso que permite una transformación social para la mejora de las condiciones de vida de la comunidad que habita en un determinado territorio, basado en la implicación, consciencia de la realidad, autonomía y empoderamiento de las personas que forman parte de ella.

En el desarrollo comunitario se debe partir de lo existente, es decir teniendo en cuenta el estado de la comunidad y todos sus elementos, mencionados anteriormente (Diagnóstico Comunitario). Por lo tanto, este proceso se caracteriza por:

La implicación y participación de la comunidad que asume protagonismo en el proceso y genera una organización. Incluyendo una activa participación de las administraciones locales (Ayuntamiento, secretarías, etc.) y la coordinación de los y las profesionales, recursos y



comunidad para contribuir al desarrollo y al proceso comunitario.

Por último, el proceso se mide por su capacidad de llegar al conjunto de la población y de saber o poder permitir y facilitar la integración de personas, grupos, colectivos que cargan con hándicaps sociales o que sufren procesos de marginación y exclusión

La Economía Social y Solidaria comparte gran parte del enfoque y de las claves que nos ofrece el desarrollo comunitario o intervención comunitaria (véase los principios de la ESS en la actividad 1). Cuestiones como la participación social, la autonomía, el compromiso con el entorno y la intercooperación, el ser conscientes de las necesidades comunitarias y cómo satisfacerlas de la manera más beneficiosa para todos y todas, confluyen para generar comunidades y territorios más autónomos, sostenibles y, sobretodo, que sitúan a las personas en el centro.

PRINCIPIOS DE LA ESS APLICADOS EN EL DESARROLLO COMUNITARIO

EL PRINCIPIO DE COMPROMISO CON EL ENTORNO Y EL DESARROLLO COMUNITARIO.

El Compromiso con el entorno, es el involucramiento con el territorio desde las iniciativas, empresas u organizaciones del sector de la ESS. Es la implicación en redes, junto a la cooperación con otras entidades, como así con las personas y sus problemáticas. La identificación de los problemas para buscar de forma conjunta las soluciones.

Por lo tanto, el compromiso con el entorno debe estar interiorizado en las personas que trabajan en el sector, como así en la comunidad involucrada. De esta forma, se pueden generar procesos de transformación, para generar alternativas a las estructuras generadas por el sistema hegemónico.

EL PRINCIPIO DE COOPERACIÓN COMO HERRAMIENTA DEL DESARROLLO COMUNITARIO

Las iniciativas, empresas y organizaciones de la Economía Social y Solidaria necesitan intercooperar y cooperar más entre sí para consolidarse y desarrollarse en medio de unos mercados cada vez mayores y más desregulados.

La cooperación, incentiva al desarrollo local entre las entidades,



generando un escenario positivo, donde las relaciones son más justas, parten desde la igualdad, la confianza y corresponsabilidad.

Como desde la cooperación se promueve, el desarrollo armónico de los ámbitos locales, regional o autonómico, estatal e internacional, las redes deben articularse. Por lo tanto, se priorizan las necesidades de compra de bienes o servicios eligiendo como proveedor a una entidad de economía social y solidaria, la que, también prioriza sus compras eligiendo como proveedores a entidades del mismo sector cuando ésta demande un servicio o producto.

En algunos países este concepto deba hacer hincapié en la necesidad de consumir menos, pero hará falta consumir de manera diferente y más eficiente. En todos los casos será necesario redistribuir y garantizar la oportunidad de consumir lo necesario.

CUÁLES SON LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS, ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS Y ENTIDADES ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA (ESS)

La Economía Social y Solidaria nace y ha evolucionado con el fin de construir una alternativa integral a las estructuras tradicionales. La convivencia entre iniciativas económicas de distinta dimensión, fórmulas de organización interna, formales/no formales, compone un mapa cuyo objetivo es atender todas las necesidades de las personas individuales, familias, empresas, ONG o instituciones, que en el territorio español conviven en línea con los principios de la ley de Economía Social.

Las empresas pueden clasificarse en función de diversas categorías: tamaño, ámbito territorial, finalidad, actividad, naturaleza de su capital, antigüedad, importancia, ventas, rentabilidad, etc. En lo que aquí nos atañe, realizaremos un breve repaso sobre las fórmulas jurídicas más relevantes del amplio abanico de empresas de la economía social: cooperativas, mutualidades, fundaciones o asociaciones que lleven a cabo actividad comercial, sociedades laborales, empresas de inserción, centros especiales de empleo¹⁰, cofradías de pescadores y sociedades agrarias de transformación.

Cuando se habla de entidades o empresas de la ESS, se caracterizan en que la realización de sus actividades están acordes con los principios de la ESS, poniendo en práctica la justicia sin perder de vista la viabilidad económica, planteada desde el no lucro. La sostenibilidad económica del proyecto grupal o idea de negocio (lucrativo o no lucrativo). En la

10

Para más información de formas jurídicas Propuesta didáctica sobre la economía social y solidaria número 6: Poner en práctica la economía social y solidaria.



PRINCIPIOS:

- ✓ *Equidad*
- ✓ *Trabajo*
- ✓ *Sostenibilidad ambiental*
- ✓ *Cooperación*
- ✓ *Sin fines lucrativos*
- ✓ *Compromiso con el entorno*

ESS, existen sueldos dignos y justos. También, todos los beneficios que se generen se invertirán en la mejora del proyecto o en otros productos o servicios de la ESS.

Las organizaciones o entidades que están bajo la ESS son estructuras de trabajo participativas, como sucede por ejemplo en las cooperativas, donde todas las personas que conforman el negocio son socias y toman las decisiones de manera conjunta. Pero las estructuras democráticas no hace falta que tengan forma jurídica de cooperativa, existen otras muchas formas.

Otros aspectos que tendremos en cuenta serán: el medio ambiente, la igualdad (mejora de las condiciones de vida de personas que viven en situación de desigualdad social, por ejemplo, realizando proyectos a su favor. Aquí entraría la igualdad de género dentro de la empresa y fuera) y la cooperación (el trabajo con otros colectivos, o empresas desde el ámbito de la colaboración y el apoyo mutuo).

Toda empresa o entidad de la ESS, puede incorporar estos valores dentro de ella y hacerlo desde el comienzo de la actividad. ¿Cómo podríamos hacerlo? Lo podemos ver en el siguiente ejemplo:

La siguiente experiencia es una iniciativa de emprendimiento de comercio tradicional que puede ser una iniciativa de economía social y solidaria. En este caso un taller de arreglos de ropa. Muy sencillo. El objetivo del taller de arreglos de ropa constituye una iniciativa de reconversión de un determinado bien, en este caso prendas textiles.

Al promover la reconversión en vez de fomentar la producción de nuevas prendas estamos cuidando el medio ambiente por dos motivos fundamentalmente: No emitimos más residuos y no fomentamos la producción de nuevas prendas, reduciendo en este sentido el consumo de prendas nuevas → Cumplen con el principio de sostenibilidad ambiental.

Comienzan la idea en grupo varias personas dedicadas al sector de la costura y la forma jurídica que eligen es la asociación, y como grupo, deciden colectivamente qué se hace con los beneficios de cada ejercicio. Todas las personas participan en la toma de decisiones y aportan trabajo y capital. A su vez, intentan cumplir con que al menos la mitad de la plantilla sean mujeres. → Cumplen con el principio sin fines lucrativos, de equidad y de trabajo.

Establecemos alianzas con entidades del Mercado Social, con otras entidades similares, como talleres de costura, y de este modo podemos compartir compras para que a mayor cantidad de pedido consigamos descuentos con los proveedores. Establecemos una red entre los talleres de costura y hacemos eventos y organizamos campañas conjuntas de sensibilización hacia las malas prácticas del consumo excesivo de ropa de usar y tirar → Cumplen con el principio de cooperación.

También existe relación con asociaciones y grupos de barrio y con los negocios cercanos, y se participa en las iniciativas que promueven impacto social desde la ESS. Cuando asociaciones del barrio o entidades del Mercado social necesitan reunirse y no cuentan con local propio les cedemos nuestro espacio para ello → Cumplen con el principio de compromiso con el entorno.

El ejemplo anterior, está inspirado en la Cooperativa de trabajo ALTRAPOLab

ACTIVIDAD PRINCIPAL

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD



¿CÓMO ES LA RELACIÓN CON NUESTRO BARRIO?

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

Que el alumnado:

- Conozca y diferencie los conceptos de: necesidades y deseos. Marco teórico Max Neef.
- Conocer el funcionamiento y organización de las entidades de la ESS.
- Sean consciente de los diferentes circuitos de producción, distribución y consumo, entendiendo el desarrollo comunitario como herramienta y los principios de la ESS.
- Que los participantes sepan elaborar un mapa comunitario con los circuitos de consumo, producción y distribución de su barrio/territorio.
- Sea capaz de formarse una opinión crítica del orden del territorio en el que se habita y los beneficios de generar proyectos desde la perspectiva de la ESS
- Conocer herramientas como el Mercado social y la moneda social.
- Motivar la participación en redes de la Economía social y solidaria.

METODOLOGÍA

Técnicas de trabajo que se utilizarán: lectura de experiencia, debate, diálogo participativo, mapeo, creación de un análisis crítico.

La actividad número 6 “¿CÓMO ES LA RELACIÓN CON NUESTRO BARRIO?” Consta de una lectura, que tiene por objetivo sensibilizar al alumnado en relación a la forma de organización del trabajo y relación con la comunidad que proponen las entidades de la ESS.

Se realizará una observación crítica de la forma de organización del territorio que se habita teniendo en cuenta algunos aspectos como: organización del trabajo, relación con la comunidad de los negocios que existen en el barrio, consumo, producción, distribución, etc. Se utilizará el concepto de desarrollo comunitario como eje. Este análisis, se hará utilizando la técnica de mapeo para el análisis del territorio.

En un segundo momento y de forma complementaria a la actividad se realizará una comparación entre entidades de la Economía Social y Solidaria, y las “convencionales”. Esta actividad permitirá realizar un debate participativo, en el que el alumnado podrá lograr una comprensión de otra forma de hacer economía desde la organización del trabajo, producción, consumo y distribución.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Actividad 1:

¿Cómo es la relación con nuestro barrio? Lectura de sensibilización y mapeo.

Esta actividad puede realizarse en grupos de hasta 6 personas.

Durante esta primera actividad se leerá la experiencia de una iniciativa de la ESS, (texto en sección de materiales). Finalizada la lectura, se les hará alguna de estas preguntas para analizar la comprensión y sensibilización:

*¿Qué es lo que percibieron las personas que comenzaron la iniciativa?
¿Por qué se proponen comenzar un proyecto de autogestión? ¿Qué necesidades, problemas, soluciones y ventaja diferencial, proponen desde su proyecto? ¿Qué retos tienen? ¿Cuál es el compromiso con el entorno que proponen? ¿Realizan algún tipo de cooperación? ¿Están realizando un desarrollo comunitario?*



Después del debate, se realizará un mapeo del territorio que el alumnado proponga (ejemplo: su barrio, donde se localiza la escuela, un lugar donde este grupo tenga sentimiento de pertenencia y se reconozca)

A partir de esta técnica, el alumnado podrá identificar qué iniciativas no pertenecen a la ESS y cuáles sí, a partir de lo trabajado en la lectura.

Utilizando el mapeo, se les propondrá realizar una ruta de la ESS, dentro de su territorio.

Utilizando la técnica del mapeo, se les propondrá realizar una ruta (imaginaria) de la ESS en el territorio que hayan seleccionado (barrio, barrio de la escuela, el lugar donde el grupo sienta pertenencia).

El recorrido que realizarán por el territorio seleccionado, tiene por objetivo satisfacer las necesidades de la comunidad en general (lo que necesitamos consumir o hacer a diario para sostener nuestra vida). Dependiendo de las características del grupo, se pueden utilizar los siguientes perfiles como ejemplo, para la realización del mapeo: una familia monoparental, un grupo de jóvenes, una persona de 25 años, una escuela, una asociación que atienda a personas mayores.

Nota: el alumnado podrá utilizar como recurso el móvil para buscar recursos de cómo se satisfacen las necesidades a diario o las siguientes preguntas: ¿Cómo llega el desayuno a casa? ¿Cómo se paga la electricidad, teléfono en casa? ¿Qué empresas proveen internet en casa?, etc.

Para dar comienzo al mapeo se dibujará el barrio y se colocarán todas las entidades y organizaciones necesarias para cubrir las necesidades del grupo seleccionado, a lo largo de un día, semana o mes (se elegirá el tiempo según las características del alumnado.).

Una vez seleccionadas y marcadas las entidades, organizaciones, negocios, etc., que nos permiten satisfacer nuestras necesidades cotidianas (en el territorio seleccionado para hacer el mapeo), se realizará un análisis. Este consistirá en clasificar e identificar a las entidades seleccionadas, averiguando de este modo, si son o no de la ESS y si no lo fueran, se explicará porque no lo son y se las “re convertirá”, teniendo en cuenta las características de las empresas, organizaciones y entidades de la ESS.

Después, el alumnado deberá realizar una ruta sostenible dentro del barrio. Es decir, ordenar de forma estratégica a las diferentes personas y entidades, para generar un consumo, producción, distribución y satisfacción de necesidades de forma coherente con la ESS (generar un desarrollo comunitario positivo, donde exista cooperación y compromiso con el entorno).



Por último, cada grupo de trabajo expondrá su mapeo, junto a la justificación de la localización de cada uno de los personajes, entidades y organizaciones, necesarias para llevar adelante un día de la vida del grupo seleccionado para realizar el mapeo.

Durante esta metodología (mapeo), se incorporará una mirada crítica del consumo, comportamientos, distribución, producción y organización del trabajo de un territorio.

Por lo tanto, durante esta actividad se podrán utilizar alguna de estas preguntas para guiar al alumnado al desarrollo de la actividad:

- ¿Qué entidades se pueden constituir para la satisfacción de necesidades de comunidad en general, una familia monoparental, un grupo de jóvenes, una persona de 25 años, una escuela, una asociación que atiende a personas mayores en el barrio?
- ¿Dónde estarían ubicadas para un desarrollo comunitario respetuoso?
- ¿Cómo podrían las organizaciones, entidades organizarse para generar cooperación?
- ¿Qué actividades podrían llevar a cabo las entidades del barrio para generar un compromiso con el entorno?
- ¿Cuáles son las principales características de este tipo de entidades que proponen un desarrollo comunitario consciente?

También teniendo en cuenta el apartado del Mercado Social y la moneda social, el alumnado podrá trabajar las siguientes preguntas para la realización del mapeo y análisis del territorio: ¿Cómo ambas herramientas podrían ser un instrumento para fomentar el desarrollo comunitario, la cooperación y el compromiso con el entorno?

¿Qué es el MAPEO?

El mapeo del barrio permitirá identificar las potencialidades y problemas comunes de nuestro territorio, formular nuevos proyectos, teniendo en cuenta la gestión de los recursos naturales, sociales, económicos, e identificar y resolver conflictos en torno a los recursos. También, se podrá identificar los circuitos de consumo y producción y así elaborar planes de manejo y rediseño de nuestro barrio.

Además, nos permitirá realizar una inversión más eficiente y eficaz de nuestros recursos.

Por otro lado, contribuye a recopilar información y diagnóstico desde los propios actores (locales y externos).



¿Cómo realizar la técnica?

1. Poner el título del mapa a realizar
2. Señalizar (norte sur este oeste) o hacer referencia de puntos estratégicos del territorio en el que se trabajará. Delimitar con dibujos/textos/códigos acordados con el grupo de trabajo.
3. Describir leyendas necesarias para la comprensión y lectura del mapa
4. Luego hacer el Mapa de base: reproduce toda la información presente y sirve como soporte para formar el resto de mapas como por ejemplo para este caso realizar una zonificación de comercios de la ESS en el barrio.

Importante que el alumnado comprenda que el mapeo es una herramienta para realizar planificación de la comunidad y rescatar los saberes locales de su territorio.

5. Una vez realizado el mapa del barrio, hacer las referencias correspondientes con los espacios más significativos según el trabajo realizado. (Como se menciona anteriormente en la descripción de la actividad puede ser un barrio o un espacio territorial que el alumnado tenga sentimiento de pertenencia, barrio de la escuela, etc. El territorio se puede delimitar según el grupo lo disponga).
6. Crear el mapeo alternativo de la ESS: crear rutas en las que se “viva la experiencia de la ESS en nuestro barrio”. Preguntas para crearlo: ¿Qué entidades de la ESS ya existen? (marcarlas) ¿Cuáles podemos crear? ¿Dónde ubicar el mercado social (físico)? ¿Dónde están nuestros proveedores y nuestras personas consumidoras? ¿Qué proyectos podemos potenciar en el barrio para que conozcan la ESS? ¿Dónde nos podemos reunir como consumidores y proveedores del Mercado social para hacer nuestras asambleas en el barrio?
7. Entonces se tendrá como resultado dos mapas, uno la foto actual de nuestro barrio y otro con la mirada de la ESS.

Actividad 2: TALLER PARTICIPATIVO SOBRE MONEDA SOCIAL: “Misteriosa Desaparición en 2037”

Esta actividad tiene por objetivo trabajar el concepto de moneda social. Este tema, se desarrolla en el apartado de contextualización de la guía, por lo que se puede complementar con lo explicado previamente en esta actividad.



Con este texto se trabaja Principios de la Economía Social y Solidaria: la cooperación, la solidaridad, el compromiso con el entorno y la sostenibilidad ambiental. La Moneda social como herramienta didáctica.

El objetivo para el alumnado es que conozca y comprenda el papel del dinero en la forma que tenemos de solucionar nuestras necesidades básicas, es decir, en nuestra economía.

A partir del texto dispuesto, se propone que se reflexione en torno a aquellas acciones cotidianas que sostienen la vida y los cuidados. Por lo tanto, que el alumnado esté motivado para ser agentes de cambio, poniendo en marcha, en su cotidianidad, principios de la Economía Social y Solidaria como: la cooperación, la solidaridad, el compromiso con el entorno y la sostenibilidad ambiental.

Durante este taller se leerá el texto “Misteriosa Desaparición en 2037” (ANEXO IV) y una vez finalizada la lectura y frente a la situación hipotética se planteará al alumnado dos cuestiones:

Por un lado, teniendo como referencia un día de su vida cotidiana, pensar en aquellas acciones, productos o servicios que son indispensables para nosotros/as (por ejemplo como se vio en el mapeo, consumo alimentos, electricidad, vestimenta, etc.). Se haría un listado en plenario con estas cuestiones.

En un segundo momento, se trataría de reflexionar qué valor tiene cada una de esas acciones, productos o servicios en: tiempo, trueque (el valor expresado en otro objeto o servicio) y/o moneda social.

Después, se le propondrá al alumnado generar un producto (lámina, texto, cartel) acerca de lo trabajado. Es decir se plasmarán las conclusiones del debate/preguntas de análisis.

La siguiente pregunta podría ayudar para inspirar la realización del producto:

- ¿Cómo el Mercado Social y las monedas sociales pueden ser herramientas que permiten fomentar el desarrollo comunitario, la cooperación y el compromiso con el entorno?

DURACIÓN

Actividad 1:

1 sesión de 60 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración de la lectura: 3 minutos
- Duración del debate posterior a la lectura: 7 minutos (Optativo)

- Duración dinámica mapeo: 30 minutos
- Duración exposición del mapeo por grupos: 12 minutos (no más de tres minutos por grupo de exposición)
- Evaluación dinamizada: 8 minutos

Actividad 2

(Esta actividad puede complementar el mapeo si no se realiza la primera parte de la actividad número 1 o si sólo se realiza la primera parte de la actividad número 1 y luego se realiza la actividad 2)

1 sesión de 60 minutos Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración de la lectura: 3 minutos
- Duración del debate: 20
- Duración de realización del producto: 20
- Puesta en común: 12
- Evaluación dinamizada: 5 minutos

LUGAR

El aula de referencia del grupo

MATERIALES

Lectura “**¿Cómo es la relación con nuestro barrio?**”

Cartulina o papelógrafo, cinta adhesiva, marcadores, post it

TRANSFERENCIAS Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA

Actividades opcionales



Trabajar con el apartado Mercado social y Moneda social:

También se podrán trabajar las siguientes preguntas durante la

realización del mapeo: (dependiendo del grupo) ¿Cómo introducir la Moneda social? ¿Cuál sería su valor? ¿Cuáles son los beneficios de que exista un Mercado Social? ¿Cómo incentivar su visibilidad?

Nombre del material	Breve descripción	Disponible en:
Una experiencia inspiradora: Cronopios Idiomas, enseñar idiomas desde la ESS, por Laura Domingo	En este vídeo se cuenta una experiencia de una cooperativa del Mercado Social de Madrid, los retos del inicio, los beneficios de constituirse como cooperativa	https://www.youtube.com/watch?v=e9d_0lbf12U
Factor C: Factores de resistencia de las microempresas cooperativas frente a la crisis y recomendaciones para un fortalecimiento cooperativo del sector de lo social	El artículo proporciona algunas claves que consideramos que las cooperativas deben de tener en cuenta de cara a garantizar su viabilidad ante la crisis económica sostenida	Material anexo o siguiente link: http://www.ehu.eus/ojs/index.php/gezki/article/viewFile/12735/11535
Catálogo del Mercado social de Madrid (MES)	Se podrán ver localizados todas las entidades y sectores que el MES ofrece. Se puede utilizar en la realización del mapeo como ejemplificación práctica o en la actividad nº2, como material de apoyo, para ver de manera real las entidades de la ESS en Madrid	Adjunto apartado anexo

EVALUACIÓN



Para la evaluación de estas actividades se podrá utilizar la técnica del barómetro.

Esta metodología propone evaluar de forma participativa e interactiva, la sesión en general, cada una de las actividades y consignas propuestas al alumnado.

Se les pedirá al alumnado se pongan de pie en un costado del espacio de clase y se les dirá que de un lado estoy muy de acuerdo (me ha gustado, me ha resultado muy interesante, etc.) y en la otra punta no estoy nada desacuerdo (no me ha gustado, me ha resultado nada interesante). El alumnado se puede colocar en diferentes grados de una punta hacia la otra.

Algunas opciones de preguntas que se les podrá realizar son:

- ¿Qué os ha parecido la sesión del día de hoy?
- ¿Qué os ha parecido los temas trabajados en la sesión?



- ¿Qué os ha parecido la metodología utilizada para desarrollar el contenido de la sesión?
- ¿Conocías las herramientas de la ESS?
- ¿Te interesaría continuar trabajando contenidos de la ESS?

Con el fin de valorar la puesta en práctica de la actividad, correspondiente a la presente propuesta didáctica, se incluyen dos evaluaciones:

- Evaluación para el alumnado (ANEXO IV). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el alumnado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad:
 - ✓ Las actividades
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ La participación del grupo
 - ✓ Su participación en las actividades y los grupos
 - ✓ Qué es lo que ha aprendido
 - ✓ Qué es lo que más y lo que menos le ha gustado
- Evaluación dirigida al profesorado (ANEXO V). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el profesorado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Grado de satisfacción con la sesión en general
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ Las actividades
 - ✓ La metodología propuesta
 - ✓ Grado en que favorece la participación
 - ✓ Grado de implicación del grupo en la sesión
 - ✓ Facilidad para implementar la sesión propuesta
 - ✓ Grado de aplicabilidad en su práctica docente
 - ✓ Le gustaría ampliar su formación en este tema

Los datos obtenidos de ambos cuestionarios serán de gran utilidad para valorar la actividad y mejorarla, en el caso de que fuera necesario, para responder a los objetivos y necesidades del profesorado respecto a la aplicación de la Economía Social y Solidaria en el ámbito educativo.

ANEXOS



ANEXO I. Texto: Cómo es la relación con nuestro barrio

ANEXO II. Matriz Max Neef – necesidades

ANEXO III. Folleto Mercado social de Madrid- Catálogo

ANEXO IV. Texto: Misteriosa Desaparición en 2037

ANEXO V. Evaluación para el alumnado

ANEXO VI. Evaluación para el profesorado de la sesión formativa

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES



- » ASKUNCE, K. (2013): Más allá del capitalismo: alternativas desde la Economía Solidaria. Documentación Social N° 168, pp. 97-116.
- » GURIDI, L. y PEREZ DE MENDIGUREN, J.C. (2014): La dimensión económica del Desarrollo Humano Local: La Economía Social y Solidaria. Ed. HEGOA. UPV-EHU.
- » Marchioni, M. (1999). Comunidad, participación y desarrollo. Madrid: Editorial Popular, 27.
- » Max-Neef, M. A., Elizalde, A., & Hopenhayn, M. (1994). Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones (Vol. 66). Icaria Editorial.

Referencias web:

- » Mercado Social de Madrid <https://madrid.mercadosocial.net/> Recuperado julio 2017
- » Mercado Social de Madrid: Catálogo <https://madrid.mercadosocial.net/catalogo.php> Recuperado julio 2017
- » Carlos Askunze (2013) Más allá del capitalismo: alternativas de la economía social y solidaria http://www.economiasolidaria.org/files/economia_solidaria_askunze.pdf Recuperado julio 2017
- » Red de Economía Alternativa y Solidaria (REAS) <http://www.economiasolidaria.org/> Recuperado julio 2017



ANEXO I. ACTIVIDAD: ¿Cómo es la relación con nuestro barrio?

Imaginemos que 3 (tres) personas se embarcan en un proyecto de autoempleo para elaborar productos como: panes, magdalenas, galletitas dulces y bizcochos salados, a partir de materias primas ecológicas y locales. Esta iniciativa ofrecerá productos para personas con alergias y celíacas.

La idea de este proyecto, les ha surgido ya que en el barrio donde se localizan solo hay panaderías de cadena (franquicias), donde la producción se realiza de forma prefabricada. Por lo tanto, en el barrio no se encuentran opciones para personas alérgicas y celíacas.

Los productos de este *negocio* se harán utilizando recetas tradicionales de sus familias y territorio, sin conservantes. Las materias primas que se utilizarán, provendrán de proveedores locales y la distribución de su producción se realizará junto a una cooperativa de transporte ecológico, utilizando bicicletas y autos eléctricos y parte de su producción se comercializará en grupos de consumo de la Comunidad de Madrid y otra parte de su producción se venderá en un local que compartirán con un restaurante cooperativo creado por población migrante. En el barrio, existe un 15% de población no comunitario (origen: marroquí, latinoamericano y asiático).

Todos sus productos estarán horneados, en un horno de leña, que le dará un toque especial a su producción, en especial al pan.

El objetivo de esta iniciativa es ganarse la vida haciendo productos artesanales y darle un sentido especial a esta forma de producción y distribución. La relación con sus consumidores, como con sus proveedores, será directa, sin intermediarios y respetando los derechos humanos de todas las partes que intervienen en el proyecto.

El proyecto, quisiera formar parte del Mercado Social de su territorio, ya que comparten sus valores y principios. También de esta forma, sus consumidores y proveedores, podrán utilizar la moneda social, para adquirir sus productos.

Para organizar la producción y toma de decisiones de su proyecto de emprendimiento, las tres personas socias, se reunirán una vez por semana dos horas. Alguno de los temas que se decidirán en esas reuniones son: cuantías de salarios, con qué proveedores trabajar, distribución de tareas, entre otros.

Las reuniones de cada semana las organiza una integrante diferente del grupo de trabajo, realiza el orden del día y modera la reunión, haciendo que todas dispongan de tiempo de exposición similar en caso de que quieran utilizarlo. Las decisiones las toman utilizando el voto como



herramienta.

En la última reunión han decidido que, una vez al mes, ofrecerán formación en producción de pan ecológico y bollería. Durante los talleres, darán a conocer cómo hacer que una producción de panadería y bollería pueda ser sostenible y tener impacto positivo en la comunidad, a través del circuito de producción, distribución y consumo.

ANEXO II. ACTIVIDAD: Matriz Max Neef - Necesidades

	Necesidades según categorías existenciales			
Necesidades según categorías axiológicas	1. Ser	2. Tener	3. Hacer	4. Estar
1. Subsistencia	Salud física, Salud mental, equilibrio, solidaridad, humor, adaptabilidad	Alimentación, abrigo, trabajo	Alimentar, procrear, descansar, trabajar	Entorno vital, entorno social
2. Protección	Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio, solidaridad	Sistema de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud, legislaciones, derechos, familia, trabajo	Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender	Contorno vital, contorno social, morada
3. Afecto	Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia, generosidad, receptividad, pasión, voluntad, sensualidad, humor	Amistades, parejas, familia, animales domésticos, plantas, jardines	Hacer el amor, acariciar, expresar emociones, compartir, cuidar, cultivar, apreciar	Privacidad, intimidad, hogar, espacios de encuentro
4. Entendimiento	Conciencia crítica, receptividad, curiosidad, asombro, disciplina, intuición, racionalidad	Literatura, maestros, método, políticas educacionales, políticas comunicacionales	Investigar, estudiar, experimentar, educar, analizar, meditar, interpretar	Ámbitos de interacción formativa, escuelas, universidades, academias, agrupaciones, comunidades, familias
5. Participación	Adaptabilidad, receptividad, solidaridad, disposición, convicción, entrega, respeto, pasión, humor	Derechos, responsabilidades, obligaciones, trabajo	Afiliarse, cooperar, proponer, compartir, discrepar, acatar, dialogar, acordar, opinar	Ámbitos de interacción participativa, partidos, asociaciones, iglesias, comunidades, vecindarios, familias



6. Ocio	Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación, humor, tranquilidad, sensualidad	Juegos, espectáculos, fiestas, calma	Divagar, abstraerse, soñar, añorar, fantasear, evocar, relajarse, divertirse, jugar	Privacidad, intimidad, espacios de encuentro, tiempo libre, ambientes, paisajes
7. Creación	Pasión, voluntad, intuición, imaginación, audacia, racionalidad, autonomía, inventiva, curiosidad	Habilidades, destrezas, método, trabajo	Trabajar, inventar, construir, idear, componer, diseñar, interpretar	Ámbitos de producción y retroalimentación, talleres, ateneos, agrupaciones, audiencias, espacios de expresión, libertad temporal
8. Identidad	Pertenencia, coherencia, diferenciación, autoestima, asertividad	Símbolos, lenguajes, hábitos, costumbres, grupos de referencia, sexualidad, valores, normas, roles, memoria, historia, trabajo	Comprometerse, integrarse, confrontarse, definirse, conocerse, reconocerse, actualizarse, crecer	Socio-ritmos, entornos de la cotidianidad, ámbitos de pertenencia, etapas madurativas
9. Libertad	Autonomía, autoestima, voluntad, pasión, asertividad, apertura, determinación, audacia, rebeldía, tolerancia	Igualdad de derechos	Discrepar, optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse, asumirse, desobedecer, meditar	Plasticidad, espacio temporal

ANEXO III. CATÁLOGO MERCADO SOCIAL DE MADRID

También está disponible en este enlace: http://madridess.reasmadrid.org/wp-content/uploads/2017/02/Folleto_Catalogo_Mercado_Socialde_Madrid_2_2017.pdf





Producción agroecológica

El Horno de Mariné

hornodemarine.blogspot.com.es
obradorvegano@gmail.com
687 87 51 57

El Zorzal Horno Natural

www.hornoelzorzal.es
correo@hornoelzorzal.es
667 72 88 175 / 66119 59 81

Pincelada

www.vinospincelada.es
info@vinospincelada.es
690109667



Alimentación y bebidas

2decológico

www.2decologico.coop
c/ Noviciado, 9.
2decologico@gmail.com
91 168 9 657 / 676 29 35 81

Amores Berros

www.amoresberros.org
Mercado San Fernando
c/Embajadores 41, puesto 78.
info@amoresberros.org
696 69 53 19

A Salto de Mata

www.asaltodemata.org
c/ Doctor Fourquet, 17.
info@asaltodemata.org
91 530 44 28

Asturias Sostenible

www.asturiasostenible.org
ventas@asturiasostenible.org
629 83 80 00

Del campo al cole

www.delcampoalcole.org
delcampoalcole@gmail.com
615 08 28 89

Ecotienda La Lechuga

www.lalechuga.es
c/ de la Lechuga, 1. Fuenlabrada.
ecotienda@lalechuga.es
675 73 70 42

Espanica

www.espanica.org
espanica@espanica.org
91 672 09 05

iDEAS Comercio Justo

www.ideas.coop
info@ideas.coop
91 407 41 15

La ecomarca

www.laecomarca.org
www.cyclocoop.net
info@laecomarca.org
91 002 88 40

Madrileñam

www.ecomadrilenam.com
info@ecomadrilenam
652 81 76 37

Minatural

www.minatural.es
Mercado de San Fernando
c/Embajadores 41, puesto 98.
info@minatural.es
91 616 45 78

Red Agrupa

www.redagrupa.com
info@redagrupa.com
91 112 47 74

Setem

setem.org/madrid
c/ Gaztambide, 50.
madrid@setem.org
91 549 91 28

SODEPAZ

www.sodepaz.org
c/ La Palma, 69.
sodepaz@sodepaz.org
91 522 80 91



Hostelería Restauración

Subiendo al Sur

www.subiendoal-sur.org
c/ Ponciano, 5
info@subiendoal-sur.org
91 548 11 47 / 695 32 26 38

El fogón Verde

elfogonverde.net
c/ Alameda, 4.
elfogonverde@gmail.com
91 199 79 38

Maimadhara

www.bodevici-maimadhara.com
maimadharaecologicos@gmail.com
633 834 072 / 636 025 818

Catering solidario

www.cateringsolidario.com
contratacion@cateringsolidario.com
914038508 / 655614751



Comunicación Diseño - TICs

Diseño editorial, branding, identidad corporativa, diseño y desarrollo web y de aplicaciones. Comunicación y gestión de redes.

Angaraveca

www.angaraveca.com
info@angaraveca.com
659 00 03 02

Concepto 05

www.concepto05.com
c/ San Lorenzo, 11.
info@concepto05.com
91 532 65 04

Dabne

www.dabne.net
dabne@dabne.net
606 85 30 30

Devtopía

www.devtopia.coop
hola@devtopia.coop
650 68 49 46

Emma Gascó

www.emmagasco.com
emmagasco@gmail.com
665 10 00 43

Freepress

www.freepress.coop
hola@freepress.coop
91 758 60 92

La Manada

www.lamanada.es
hola@lamanada.es
627 952 997

¿qué es el mercado social?

Somos una **red** de producción, distribución y consumo de bienes y servicios que funciona con **criterios éticos, democráticos, ecológicos y solidarios**, constituida por empresas y entidades de la **economía social y solidaria** junto con consumidores y consumidoras individuales y colectivos. ¿Quieres saber más?

madrid.mercadosocial.net

Mercado Social Madrid

@MES_Madrid



Desarrollo comunitario Consultoría y proyectos

Aprendizaje comunitario. Desarrollo de proyectos sociales y ambientales.

Altekio

www.altekio.es
cooperativa@altekio.es
91 758 59 61

Andaira

www.andaira.net
cooperativa@andaira.net
91 542 83 43 / 638 82 72 15

Andecha

www.equipoandecha.org
contacto@equipoandecha.org
692549525 / 620832701

CIMAS

www.redcimas.org
secretaria@redcimas.org
91 367 94 45

Dinamia

www.dinamia.org
dinamia@dinamia.org
91 467 06 40

Economistas Sin Fronteras

www.ecosfron.org
c/ Gaztambide, 50
ecosfron@ecosfron.org
91 549 72 79

El Olivar

www.4en1elolivar.org
asociacionelolivar.wordpress.com
asoc.elolivar@gmail.com
913 81 20 51

Fam y Lias

www.famylas.org
www.divershopping.famylas.org
contacta@www.famylas.org
675 91 88 50

Garaldea

asociaciongaraldea.com
asociaciongaraldea@gmail.com
91 193 51 55

Garúa

www.garuacoop.es
contacto@garuacoop.com
699 32 98 95 / 91 364 52 50

IC Iniciativas

www.ic-iniciativas.com
info@ic-iniciativas.com
91 409 19 82 / 91 573 79 13

Kinema

cooperativakinema.es
kinema@cooperativakinema.es
916 70 26 39

Transformando

www.transformando.org
transformando@transformando.org
91 542 61 01

Investigación

Indaga

www.indaga.org
cooperativa@indaga.org
649 84 46 72

Indaga Research

www.indaga-research.com
info@indaga-research.com
91 173 56 63 / 687 263 282

MenosMedia + 
www.menosmedia.org
info@menosmedia.org

Meta Comunica
www.metacomunica.es
info@metacomunica.es
 637 87 36 04

Nuria Pérez
www.nuriperez.es
info@nuriperez.es
 619 93 00 35

Noez_design
www.noez.org
hola@noez.org
 652 79 97 37

Nosturi
www.nosturi.es
info@nosturi.es
 637 870 971

Oeneele + 
www.oeneele.com
info@oeneele.com
 647 60 52 31

Pandora Mirabilia +  + 
pandoramirabilia.net
pandora@pandoramirabilia.net
 91 521 62 81 / 654 12 53 16

Paskin Studio + 
www.pasquines.info
 c/ Esperanza 5.
pasquines@pasquines.info
 639016113

Punto Abierto + 
www.puntoabierto.net
buenas@puntoabierto.net
 91 005 23 08

Punto&Coma
www.puntoycoma.org
puntoycoma@puntoycoma.org
 91 544 87 42

Taller de Diseño TdS
www.traficantes.net
taller@traficantes.net
 91 532 09 28

Serigrafía y rotulación

Hola Por Qué + 
www.holaporque.com
 c/ Nicolás Morales 38, 3º 8.
holaporque@holaporque.com
 91 225 77 86

Rotupía
www.rotupia.com
info@rotupia.com
 685883046

Medios de comunicación

Diagonal - El Salto
www.diagonalperiodico.net
info@diagonalperiodico.net
 91 184 18 47

El Salmon Contracorriente + 
www.elsalmoncontracorriente.es
contactar@elsalmoncontracorriente.es
 678 54 32 91

Interpretación - Traducción
Formación en lengua de signos

13 Signos
www.13signos.es
info@13signos.es
 697242251

Camino Villanueva Traducciones
www.caminovillanueva.com
caminovillanueva@yahoo.es
 628 92 58 47

OjosQueOyen
www.ojosqueoyen.net
 c/ Esperanza 5.
ojosqueoyen@ojosqueoyen.net
 744 40 89 25

Comunicación audiovisual

Barenta Report
www.barentareport.es
info@barentareport.es
 652 54 74 61

Documfy
www.documfy.com
contacto@documfy.com
 91 033 87 31 / 637 86 35 14

La Comunal
www.lacomunal.com
jessica@lacomunal.com
 648 09 92 70

 **Construcción y vivienda**

Arquitectura. Calefacción, climatización, fontanería

AsgardSolar + 
www.asgardsolar.com
asgardsolar@yahoo.es
 608 80 39 05

CalorOnLine
www.caloronline.es

info@caloronline.es
 950 17 92 69 / 633 58 80 84

G+F Arquitectos
gmasfarquitectos.wordpress.com
gmasfarquitectos@gmail.com
 91 466 08 25

SATT Ecoarquitectura
www.satt.es
info@satt.es
 91 409 46 33

 **Finanzas y seguros**

Coop 57
www.coop57.coop
madrid@coop57.coop
 91 467 06 40

CONTIS SEGUROS
www.contisred.es
info@contisred.es
 902 07 06 88 / 644 06 45 97

Fiare
www.fiarebancaetica.coop
centrosur@fiarebancaetica.coop
 91 524 94 65

SePra
www.sepra.es
client@sepra.es
 91 290 98 10

SERYES
www.seryes.com
www.caes.coop
seryes@seryes.com
 91 523 03 54

 **Formación**

Formación, cursos y talleres.

Cooperativa GSD + 
www.gredossandiego.com
 c/ San Moisés, 4.
gsd@gsd.coop
 91 786 13 47

Instituto de Estudios Naturales
www.ienelvergel.com
 c/ Mayor, 58, 3º-1.
info@ienelvergel.com
 91 169 48 79

Narrativas y otras Lunas
www.narrativasotraslunas.com
contacto@narrativasotraslunas.com
 633 21 81 24

Pequeritmo
www.pequeritmo.com
pequeritmo@gmail.com
 61670 79 84

Idiomas

Atlantic Group
www.atlanticg.com
 c/ Gonzalo de Córdoba, 2.
atlgroupp@atlanticg.com
 91 594 24 45 / 678 42 82 31

Cronopios Idiomas
www.cronopiosidiomas.com
 c/ Cervantes, 19.
hola@cronopiosidiomas.com
 91 522 20 14

Fractágora
www.fractagora.es
 c/ Duque de Fernán Nuñez, 2-1º.
hola@fractagora.es
 635 63 63 92

 **Textil, calzado y complementos**

Ropa, calzado, bolsos y artesanía. Formación en moda sostenible.

AltrapoLab + 
www.altrapolab.org
 c/ del Rosario, 17.
info@altrapolab.org
 626 76 03 36 / 689 46 34 41

dLana
www.dlana.es
info@dlana.es
 617 35 57 16

La Tienda de las Hamacas
www.hamacas.org
 c/ Miguel Servet, 6.
info@hamacas.org
 606 92 34 46

Mercado de Las Ágoras
www.mercadodelasagoras.com
 Mercado de San Fernando
 c/ Embajadores 41, puesto 100.
mercadodelasagoras@gmail.com
 697 42 66 97

Slow Fashion Next + 
modaimpactopositivo.com
info@slowfashionnext.com
 617231995

Mercado Social Madrid

CATÁLOGO DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA MADRILEÑA





Servicios Jurídicos

Asesoría legal, fiscal y contable

Adeia Servicios jurídicos

www.adeia.es
administracion@adeia.es
91 31 03 585

Antonio Ruiz Salgado

www.antonioruizabogados.es
info@antonioruizabogados.es
91 501 37 09 / 619 87 61 27

Aquo

www.aquo.coop
info@aquo.coop
91 737 50 91

Geasoc

www.geasoc.es
geasoc@geasoc.es
91 826 81 43

Mayú Cooperativa

www.mayucooperativa.org
c/ Duque de Fernán Nuñez, 2-1º.
contacto@mayucooperativa.org
662 44 08 54

Puche 29

puche29consultoria.es
info@puche29.es
649 73 72 44

Red Jurídica

www.red-juridica.com
info@red-juridica.com
91 593 43 47

Sumando Gestoría

www.sumando.net
sumando@sumando.net
669 685 215



Energía - Reciclaje

Energía renovable. Eficiencia y certificación energética.

Ecooo

www.ecooo.es
Calle Escuadra, 11.
contacto@ecooo.es
91 294 00 94

Som Energía

www.somenergia.coop
info@somenergia.coop
972 18 33 86

Reciclaje de aceite vegetal usado

Otro Tiempo Otro Planeta

www.otrotiempo-otroplaneta.org
otroplaneta@otrotiempo.org
91 010 86 73 / 678 99 37 26



Espacios naturales y jardinería

Gestión de espacios naturales. Paisajismo. Diseño y mantenimiento de jardines

Agresta

www.agresta.org
agrestam@agresta.org
91 354 02 13

Araucania

www.araucania.es
chema.araucania@gmail.com
695 62 66 51

Germinando

www.germinando.es
c/ Tribulete, 25.
germinando@germinando.es
91 548 92 93

Helechos

www.helechos.coop
info@helechos.com
91 694 50 13

Heliconia

www.heliconia.es
cooperativa@heliconia.es
91 541 26 13



Electrónica e informática

Proyecmática

www.proyecmatica.com
www.proyecmatica.com
Avda. Monforte de Lemos, 73.
proyecmatica@proyecmatica.com
91 224 74 21 / 676 79 51 86

Sixe ingeniería

www.sixe.es
contacto@sixe.es
91 198 02 43



Muebles y decoración

Arcaduz Cerámica

www.arcaduzceramica.es
c/ Hermanos del Moral, 13.
arcaduzceramica@gmail.com
636 949 899

Mundoclip.es

www.mundoclip.es
mundoclip@mundoclip.es
667 86 34 76



Papelería e imprenta

Milhojas Ecopapelería

www.milhojaseco.es
info@milhojaseco.es
91 016 83 80 / 685 73 50 89



Salud y bienestar

Senda de Cuidados

www.sendadecuidados.com
c/ Duque de Alba, 13
sendadecuidados@gmail.com
91 128 10 35 / 627 00 50 11

Psicología, psicoterapia

Alter Consulta

www.alterconsulta.com
c/ Velázquez, 146, 4 - 403.
alter@alterconsulta.com
622 09 53 32 / 644 38 54 10

Ideologa Psicología

www.ideologa.org
Paseo de las Acacias 5ºD
ideologa@ideologa.org
91 521 15 33

Lugares Comunes

www.lugarescomunes.org
c/ Duque de Fernán Núñez, 2, 1º.
info@lugarescomunes.org
640553305

Fisioterapia, terapias alternativas

Fisioterapia Lucía Villafañe

www.luciovillafane.es
c/ García de Paredes, 64.
info@luciovillafane.es
630 50 36 51

Vivir en Movimiento

www.vivirenmovimiento.com
c/ Juan Álvarez de Mendizábal, 65.
info@vivirenmovimiento.com
676 38 04 72

Nayana Sangha. Yoga

c/ Escuadra, 11, portería.
600549588 (con cita previa)

Salud dental

CoDenta

www.codenta.es
c/ Guabairo, 19.
c/ Motilla del Palancar, 13.
* También en Getafe,
Fuenlabrada y San Fernando
91 466 27 70 / 699 12 65 16

Cosmética

Altereco Cosmética

www.altereco.es
Ronda de Segovia, 34.
altereco@altereco.es
616 585 889

Ecoeko Cosmética

www.ecoeko.es
info@ecoeko.es
910 062 876

Pielsana Cosmética certificada

www.pili-pielsana.blogspot.com
pielsana@hotmail.com
677 48 41 85

Clínicas veterinarias

Clínica Veterinaria Malasaña

www.malasanavet.com
c/ Manuela Malasaña, 4.
91 282 11 80



Cultura

Teatros, editoriales, librerías.

Gato Sueco Editorial

www.gatosueco.es
info@gatosueco.es
647 99 89 94 / 600 64 10 07

La Casquería

www.lacasqueria.com
Mercado de San Fernando
c/ Embajadores, 41
libros@lacasqueria.com

La Rueda Teatro Social

www.laruedateatrosocial.com
larueda@laruedateatrosocial.com
699 91 50 33 / 649 187 009

Teatro de Barrio

www.teatrodelbarrio.com
c/ Zurita, 20.
info@teatrodelbarrio.com
91 084 36 92

Títeres Sol y Tierra

www.solytierra.com
solytierra@solytierra.com
91 841 60 45 / 659 024 510

Traficantes de Sueños

www.traficantes.net
c/ Duque de Alba, 13.
libreria@traficantes.net
91 532 09 28



Transporte y logística

Reparto en bicicleta. Alquiler, venta y reparación de bicicletas

Asociación Ciclos Jelca

www.cibiuam.blogspot.com.es
c/ Freud, 5B. UAM Cantoblanco
ciclosjelca@gmail.com
91 497 84 81 / 91 497 50 73

A toda biela

facebook.com/atodabiela.coop
repartoatodabiela@gmail.com
695 64 70 28

FixiDixi - Goteo

www.fixidixi.com
c/ Embajadores, 29
fisidixi@goteo.coop
91 506 15 34



Ocio y Turismo

Eventos. Agroturismo y excursiones por espacios naturales.

Bicicletos Viajes

www.viajes.bicicletos.org
info@bicicletos.org
91 081 80 26 / 644 299 532

EnClave Medio Ambiente

www.enclavemedioambiente.es
info@enclavemedioambiente.es
645 372 274 / 655 179 689

Estivalia

www.estivalia.es
info@estivalia.es
629 48 28 04

Juguetes

Jugando juguetes

jugandojuguetes.blogspot.com.es
jugandojuguetes@gmail.com
650 01 03 00

ORG Organizaciones sociales - ONGs

Ecologistas en Acción

www.ecologistasenaccion.org
c/ Marqués de Leganés, 12.
informacion@ecologistasenaccion.org
91 531 27 39

FUHEM educación+ecosocial

www.fuhem.es
Avda. de Portugal, 79 (posterior)
fuhem@fuhem.es
91 431 02 80

MADRID#ESS.

LA ECONOMÍA SOCIAL Y
SOLIDARIA TRANSFORMA MADRID



MADRID#ESS

LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA TRANSFORMA MADRID

TANGENTE GRUPO COOPERATIVO

FUHEM educación + ecosocial

Diagonal www.diagonalperiodico.net

SePrA servicio de prevención

caes cooperativa

GSD cooperativa

coop57 servicios financieros éticos y solidarios

SOM energía

fiare Banca Ética

fecomai FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS MADRILEÑAS

helechos Centro de Jardinería

eco



ESS Espacios de Economía Social y Solidaria

La Traviesa
www.latraviesa.coop
c/ Duque de Fernán Núñez, 2, 1º.
latraviesa@latraviesa.coop

Colaboratorio Acacias
www.colaboratorio.coop
P.º de las Acacias 3, 1º A.
contacto@colaboratorio.coop

El Faenero
c/ la Caoba, 3.
nachogp@garuacoop.es
661 511 033

Ateneo Coop. Nosaltres
www.nosaltres.info
c/ Esperanza, 5.
hola@nosaltres.info

ANEXO IV. DESARROLLO COMUNITARIO Y PRINCIPIOS DE LA ESS

Corre el año 2037 y la humanidad sufre una de las más misteriosas desapariciones jamás conocidas por la Historia: la desaparición del dinero. Pero pongámonos en antecedentes. Desde hace una década, la empresa multinacional Jibiri se ha dedicado a vender todos los productos y servicios que las personas consumen, desde medicamentos, productos de belleza hasta coches, ropa, comida, móviles, ordenadores, productos de limpieza, higiene o servicios de todo tipo. Todas las personas compraban los productos de Jibiri porque era más sencillo ir a una única tienda que a varias, además de disfrutar de todos los descuentos que ofrecían por comprar todo en sus establecimientos. Pasó el tiempo, y Jibiri se hizo más y más grande, ganando mucho dinero que acumulaba con los años. Tanto fue el dinero que acumuló, que tras 20 años, ya no había billetes ni monedas con las que comprar en sus tiendas: todos estaban en poder de Jibiri, que no estaba dispuesto a volver a poner en circulación a menos que las personas empezaran a trabajar para ellos a cambio de sueldos muy bajos y unas condiciones laborales precarias. Ante esta situación en la que el dinero no circulaba, la población no podía ya adquirir productos ni servicios básicos para su vida diaria, iniciándose una gran crisis entre la población que no quería trabajar para esta empresa, por lo que decidieron reunirse para solventar esta situación. ¿Cómo podríamos volver a comprar y vender? ¿Cómo podríamos cubrir nuestras necesidades de vestimenta, comida... sin dinero?

ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

CENTRO EDUCATIVO:

CURSO:

CHICA

CHICO

FECHA:

PUNTÚA LOS SIGUIENTES ASPECTOS (valoración del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación y 5 la máxima)

Las actividades (lo que hemos hecho)	1	2	3	4	5
Los contenidos (sobre lo que hemos hablado)	1	2	3	4	5
La participación del grupo	1	2	3	4	5
Tu participación en las actividades y los grupos	1	2	3	4	5

Qué has aprendido

.....

.....

.....

Qué es lo que más te ha gustado

.....

.....

.....

Qué es lo que menos te ha gustado

.....

.....

.....

¿Quieres decir algo más?

.....

.....

.....

Muchas gracias



ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA

Queremos conocer su opinión sobre diferentes aspectos relacionados con el desarrollo del taller. Sus aportaciones nos permitirán ir mejorando en el diseño de las sesiones.

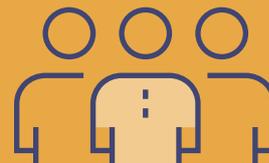
Centro educativo			
Distrito			
Sexo		Edad	
Función docente			
Asignatura/materia			
Curso		Grupo	
Nº de niñas		Nº de niños	
Nombre de la sesión realizada			
Fecha de realización de la sesión		/ /	

Puntúe los siguientes aspectos del 1 al 10, (siendo 1 la menor puntuación y 10 la máxima)

Grado de satisfacción con la sesión en general	
Los contenidos	
Las actividades	
La metodología propuesta	
Grado en que favorece la participación	
Grado de implicación del grupo en la sesión	
Facilidad para implementar la sesión propuesta	
Grado de aplicabilidad en su práctica docente	
Le gustaría ampliar su formación en este tema	
Señale los conocimientos más interesantes	

Muchas gracias

a partir de
15 años



5.6.

Propuesta Didáctica 6 Sobre Economía Social Y Solidaria: **PONER EN PRÁCTICA LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA**

ÍNDICE

CONTENIDOS

PERSONAS DESTINATARIAS	218
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	218
CONTENIDOS	218
<u>¿CUÁLES SON LAS DIFERENCIAS ENTRE EL EMPLEO Y EL TRABAJO?</u>	
<u>¿POR QUÉ LA ESS MARCA LA DIFERENCIA?</u>	
<u>FORMAS JURÍDICAS PARA EMPRENDER EN LA ECONOMÍA SOLIDARIA</u>	
<u>CONOCER LOS PASOS DE EMPRENDER UNA EMPRESA DE LA ESS: LOS CONFLICTOS, RETOS Y BENEFICIOS. HERRAMIENTAS PARA EMPRENDER, EL CANVAS</u>	
<u>¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS DE UTILIZAR EL CANVAS?</u>	
<u>¿CÓMO COMPLETAR EL CANVAS PASO A PASO...?</u>	

EN EL AULA

ACTIVIDAD PRINCIPAL	240
<u>NOMBRE DE LA ACTIVIDAD</u>	
<u>OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO</u>	
<u>METODOLOGÍA</u>	
<u>DESARROLLO</u>	
<u>DURACIÓN</u>	
<u>LUGAR</u>	
<u>MATERIALES</u>	
TRANSFERENCIA Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA	244

MATERIALES

EVALUACIÓN	246
ANEXOS	247
<u>ANEXO I. CANVAS</u>	
<u>ANEXO II. FICHA EJEMPLO DESARROLLO CANVAS</u>	
<u>ANEXO III. EJEMPLO CANVAS</u>	
<u>ANEXO IV. FICHA MAPA DE LA EMPATÍA</u>	
<u>ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO</u>	
<u>ANEXO VI. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA</u>	
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES	248

PERSONAS DESTINATARIAS



Profesorado que imparte docencia a alumnado a partir de los 15 años y/o estén cursando bachillerato o FP.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS



A través de la Propuesta Didáctica sobre poner en práctica la Economía Social y Solidaria, se pretende conseguir que el profesorado pueda:

- Entender y conocer las formas jurídicas y organizativas de las empresas de la Economía Social y Solidaria (ESS).
- Diferenciar el concepto de empleo del trabajo, propuesto por la ESS y la economía feminista.
- Conocer las herramientas para emprender que propone la ESS.

CONTENIDOS

¿CUÁLES SON LAS DIFERENCIAS ENTRE EMPLEO Y TRABAJO? ¿POR QUÉ LA ESS, MARCA SU DIFERENCIA?

El Empleo es un rol ocupacional social realizado en virtud de un contrato formal, es decir existe una remuneración por una contraprestación. El contrato puede realizarse a través de una entidad empleadora, pero también existen empleos de autónomos, independientes o por honorarios, donde la persona es empleada por su propia cuenta, al igual que en una entidad cooperativa, donde se une la fuerza de trabajo para montar empleo cooperativo, autogestionado y no se rinde cuenta a ningún empleador.

Para ahondar en la cuestión podemos tomar como ejemplo el principio de trabajo de la [Carta de Reas](#) que dice lo siguiente:

El trabajo es un elemento clave en la calidad de vida de las personas, de la comunidad y de las relaciones económicas entre la ciudadanía, los pueblos y los Estados. Por ello desde [REAS](#) se sitúa la concepción del trabajo en un contexto social e institucional amplio de participación en la economía y en la comunidad.



Es esencial recuperar la dimensión humana, social, política, económica y cultural del trabajo que permita el desarrollo de las capacidades de las personas, produciendo bienes y servicios, para satisfacer las verdaderas necesidades de la población (nuestras, de nuestro entorno inmediato y de la comunidad en general), bien de manera individual o colectiva, y bien remuneradas (por cuenta ajena o vía autoempleo) o no (trabajo voluntario).

Comprendiendo estos conceptos se podrá comenzar a pensar en cómo se organizan de forma externa e interna las entidades de la economía social y solidaria. También entendiendo que una de las características que tienen las entidades de la ESS es que están conformadas por más de una persona.

Como se menciona en esta propuesta didáctica el objetivo es llevar a la práctica la ESS, por lo tanto es necesario conocer las formas jurídicas que se explican a continuación. Para luego dar los pasos necesarios para emprender en la ESS.

FORMAS JURÍDICAS PARA EMPRENDER EN LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

La Economía Social y Solidaria nace y ha evolucionado con el fin de construir una alternativa integral a las estructuras de la economía tradicional. La convivencia entre iniciativas económicas de distinta dimensión, fórmulas de organización interna, formales/no formales, compone un mapa cuyo objetivo es atender todas las necesidades de las personas individuales, familias, empresas, ONG o instituciones, que en el territorio español conviven en línea con los principios de la ley de economía social.

Las empresas pueden clasificarse en función de diversas categorías: tamaño, ámbito territorial, finalidad, actividad, naturaleza de su capital, antigüedad, importancia, ventas, rentabilidad, etc. En lo que aquí nos atañe, realizaremos un breve repaso sobre las fórmulas jurídicas más relevantes del amplio abanico de empresas de la economía social: cooperativas, mutualidades, fundaciones o asociaciones que lleven a cabo actividad comercial, sociedades laborales, empresas de inserción, centros especiales de empleo, cofradías de pescadores y sociedades agrarias de transformación.

COOPERATIVAS

La Cooperativa es una asociación autónoma de personas tanto físicas como jurídicas que se han unido de forma voluntaria para satisfacer sus



necesidades y aspiraciones económicas y sociales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática. Las sociedades cooperativas se encuadran en el grupo de sociedades de interés social, dentro de las sociedades mercantiles, y su lema bien podría ser “la unión hace la fuerza”. Las cooperativas nacen porque varias personas tienen intereses comunes y deciden unir sus esfuerzos y su capital para llevar a cabo una actividad empresarial que no podrían realizar cada una por separado.

Clases de cooperativas:

- a. De Trabajadores Asociados: las cooperativas de Iniciativa social son sin ánimo de lucro y tienen por objeto principal la prestación de servicios relacionados con la exclusión social.
- b. De Apoyo Empresarial: rural (Cooperativas Agrarias y de Explotación Comunitaria), general (Cooperativas de Servicios Empresariales) o financiero (Cooperativas de Crédito y de Seguros). Un ejemplo de estas últimas podría ser la Cooperativa [Coop57](#) o [Fiare Banca Ética](#).
- c. De Autoayuda Consumidora: Cooperativas de Consumidores; de Escolares; y de Viviendas. Puedes encontrar ejemplos de cooperativas de consumidores en [Hispaceop](#).
- d. De Sectores o Funciones Sociales Especiales: Cooperativas de Enseñanza; Sanitarias; de Transporte; de Integración Social; e Integrales (agrupan a varios tipos). Ejemplos de Cooperativas sectoriales, como en la enseñanza, puedes encontrarlos en la [Unión Española de Cooperativas de Enseñanza](#).

Las cooperativas también pueden clasificarse como de primer grado (sus personas socias son personas físicas o jurídicas), de segundo grado (sus socios son cooperativas de primer grado), de tercer grado (formadas por cooperativas de segundo grado) y así sucesivamente. A efectos prácticos, cuando el grado de una cooperativa es mayor que uno estamos hablando de “cooperativas de cooperativas”.

Las Cooperativas pueden dedicarse a cualquier actividad de carácter económico y social lícito siempre que su régimen económico y los derechos de las personas asociadas se ajusten estrictamente a los principios cooperativos. En este sentido, la responsabilidad de las personas asociadas está limitada al capital aportado. Así, si una persona asociada aporta 3.000 euros, se arriesga a perder como máximo ese capital, pero nunca más. Igualmente, las Cooperativas son entidades en las que cada persona asociada tiene derecho a un voto, independientemente de cuál sea su aportación.



MUTUALIDADES

Una mutualidad, mutua, o mutual, es una entidad sin ánimo de lucro constituida bajo los principios de la solidaridad y la ayuda mutua en las que unas personas se unen voluntariamente para tener acceso a unos servicios basados en la confianza y la reciprocidad. Las personas asociadas de la mutualidad, llamadas mutualistas, contribuyen a la financiación de la institución con una cuota periódica. Con el capital acumulado a través de las cuotas de los mutualistas, la institución brinda sus servicios a aquellas personas asociadas que los necesiten.

Algunos ejemplos de servicios ofrecidos hoy comúnmente por mutualidades son los seguros con las mutuas de seguros, la previsión de enfermedades y planes de jubilación a través de las mutualidades de previsión social, o las mutuas de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales (entidades que cubren los accidentes laborales y colaboradoras de la gestión de la Seguridad Social).

En este sentido, los principios básicos de las mutualidades son los siguientes:

- Adhesión voluntaria
- Organización democrática.
- Neutralidad institucional: política, religiosa, racial y gremial.
- Contribución acorde con los servicios a recibir.
- Capitalización social de los excedentes.
- Educación y capacitación social y mutual.
- Integración para el desarrollo.

ASOCIACIONES Y FUNDACIONES

Una asociación es un conjunto de personas que llevan a cabo intervenciones sociales de manera conjunta. Es una figura legal de referencia para la participación ciudadana y debe cumplir que:

- Tenga objetivos sociales comunes.
- Funcionar con el principio de solidaridad.
- Ser sin ánimo de lucro: lo que significa que, en el caso de que existan excedentes económicos, éstos deben reinvertir en la acción social.

Aunque la entidad tenga fines sociales exclusivamente puede realizar actividades económicas como medio para alcanzar su fin social. Puede generar excedentes económicos al finalizar el año (lo que pasa es que



tendrá que reinvertirlos en las acciones sociales que esté realizando), y también puede realizar contratos laborales.

Por otro lado, las fundaciones son organizaciones constituidas sin fin de lucro que dedican un patrimonio de forma duradera a fines concretos de interés general. Los fines los marca la persona o entidad fundadora. Suelen estar impulsadas por empresas, instituciones públicas o personas “filantrópicas”.

SOCIEDADES LABORALES

Esta forma legal es algo a medio camino entre una empresa capitalista y una cooperativa. Surgió en España en la época de la crisis de la reconversión industrial a finales del S. XX para facilitar la gestión de empresas en crisis por sus trabajadores y permitiendo la participación de inversionistas. Combina personas como socias trabajadoras, con otras (también jurídicas) como socias capitalistas. Las decisiones siempre están en mayoría de las trabajadoras (al menos el 51%) y ninguna persona puede tener decisión absoluta sobre la entidad. Es decir, una sola persona socia trabajadora no podría tener más del 50% de los votos de las trabajadoras. Puede haber Sociedades Anónimas Laborales (con el capital por títulos), o Sociedades Limitadas Laborales (con el capital en participaciones). Las acciones y participaciones de las sociedades laborales se dividirán en dos clases: las que sean propiedad de los/las trabajadores/as cuya relación laboral lo sea por tiempo indefinido y las restantes. La primera clase se denominará «clase laboral» y la segunda «clase general».

En este sentido, ninguno de los/las socios/as podrá poseer acciones o participaciones sociales que representen más de la tercera parte del capital social, salvo que se trate de sociedades laborales participadas por el Estado, las Comunidades Autónomas, las Entidades locales o las sociedades públicas participadas por cualquiera de tales instituciones, en cuyo caso la participación de las entidades públicas podrá superar dicho límite, sin alcanzar el 50 por 100 del capital social. Igual porcentaje podrán ostentar las asociaciones u otras entidades sin ánimo de lucro.

EMPRESAS DE INSERCIÓN

Son empresas cuyo objetivo es integrar laboralmente a personas con especiales dificultades de integración en el mercado de trabajo. El objetivo es que recuperen habilidades durante un tiempo con especial apoyo, como tránsito al empleo ordinario.

El perfil de las personas trabajadoras de las empresas de inserción puede ser muy diverso: perceptores de Rentas Mínimas de Inserción, jóvenes de entre 18 y 30 años procedentes de Instituciones de Protección



de Menores, personas con problemas de drogodependencia u otros trastornos adictivos que se encuentren en proceso de rehabilitación o reinserción social, etc.

Cabe reseñar que el tiempo máximo de estancia es de 2 años. Si la persona se queda en la empresa, ya no se considera trabajador de inserción a todos los efectos (subvenciones, porcentajes...).

CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO

Son empresas cuyo objetivo es integrar laboralmente a personas con diversidad funcional en el mercado de trabajo, pues la tasa de paro entre estas personas casi triplica al resto. La diferencia con las empresas de inserción es que los Centros Especiales de Empleo se orientan exclusivamente hacia personas con diversidad funcional y cuentan con mayor apoyo institucional, mientras que en las Empresas de Inserción la duración del contrato está limitada. Existen 2 orientaciones de Centros Especiales de Empleo: una más social, sin ánimo de lucro y otra más “comercial”, con lucro, que aprovecha las condiciones de esta figura legal para obtener ventajas competitivas comerciales.

OTROS PROYECTOS EN LA ESS

Anteriormente se ha realizado un breve recorrido por las principales características de las distintas formas jurídicas que pueden adoptar las entidades de la Economía Social y Solidaria. Llegados a este punto cabría remarcar que no todo proyecto que se encuadre dentro de la Economía Social y Solidaria tiene que estar necesariamente mediado por una relación monetaria. Dicho de otra manera, puede darse el caso de una actividad de Economía Social y Solidaria en la que el dinero no juegue ninguna funcionalidad en la misma. Éste es el caso de actividades basadas, por ejemplo, en establecer redes de intercambio de productos o servicios, sustentadas en relaciones de cooperación, intercambio y confianza mutua. Un ejemplo paradigmático de este tipo de actividades podría ser un Banco de Tiempo.

Nota: Ver apartado de transferencia en el aula, para continuar el tema con el alumnado.

CONOCER LOS PASOS PARA EMPRENDER UNA EMPRESA DE LA ESS: LOS CONFLICTOS, RETOS Y BENEFICIOS. (HERRAMIENTAS PARA EMPRENDER: EL CANVAS)

En este apartado se podrá conocer una herramienta que permitirá poner sobre el papel una idea de negocio. La idea es que esta herramienta sea trabajada de forma transversal con la Economía Social y Solidaria.

El MODELO CANVAS, o también llamado Business Model CANVAS, en español “lienzo de negocio”, fue desarrollado por [Alexander Osterwalder](#)¹¹. Es un “lienzo” gráfico donde podemos detallar desde una idea de negocio o nuestro propio trabajo grupal, hasta los diferentes factores que influyen en ella en el momento de poner en marcha el negocio.



Fuente: Economistas Sin Fronteras

El modelo CANVAS está estructurado en 9 apartados, Cada uno de los apartados se corresponde con 9 aspectos claves a analizar de la iniciativa, proyecto grupal o idea de negocio que queremos desarrollar en un futuro. Éstos se pueden agrupar en relación a 4 preguntas: ¿A quién nos dirigimos? ¿Qué ofrecemos? ¿Cómo lo hacemos? ¿Cuánto dinero?

11 El libro de referencia es “Generación de modelos de negocio”, de Alexander Osterwalder e Yves Pigneur.



¿Cuáles son los beneficios de utilizar el CANVAS?

- Es una herramienta muy práctica ya que permite modificar todo lo que se quiera sobre la misma a medida que se va avanzando en su análisis y testando las hipótesis más arriesgadas de la viabilidad del negocio.
- Es muy sencillo, un lienzo muy intuitivo y divertido. Se recomienda imprimir en tamaño grande y trabajar con post-its y/o rotuladores de colores.
- Permite trabajar en equipo o de forma individual.
- Es visual ya que permite ver de manera global TODOS los aspectos importantes que configuran el modelo de negocio. Se recomienda que se deje expuesto el lienzo una vez terminado el análisis, para que todas las personas tengan clara la visión global de la empresa de un simple vistazo.

Este modelo CANVAS, con el que se propone trabajar tiene unas variaciones, realizadas por parte de la Fundación Economistas Sin Fronteras, basadas en que en cada uno de los apartados se propone que estén atravesados por un impacto ambiental positivo, social y enfoque de género.

Impacto social: generar valor social desde la idea de negocio, que tenga un **impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo**. Ejemplo: que el producto atiende a las necesidades de personas con riesgo de exclusión social.

Impacto ambiental: la iniciativa debe tener en cuenta la **dimensión ambiental: local, estatal, autonómica e internacional** al desarrollar su actividad. Ejemplo: ¿los proveedores utilizan materiales/recursos sostenibles?

Enfoque de género: la idea de negocio debe **contemplar el género en cada una de sus acciones**, para que la igualdad sea una realidad. Ejemplo: el producto o servicio que se ofrece ¿ayuda a conciliar la vida personal y laboral? (la idea de la pregunta es para sensibilizar, si el producto o servicio ofrecido ayuda o no a conciliar tanto interna y/o externamente).



¿Cómo completar el CANVAS paso a paso...? Explicación de cada uno de los apartados del CANVAS

Comenzaremos a responder el **¿QUÉ?**

1. APARTADO PUESTA DE VALOR

Es donde se identifica cuál es el ADN de la idea de negocio o proyecto, por lo tanto la pregunta que hay que responder es: ¿Qué propuesta de valor hacemos?

Para ello, debemos tener claro las necesidades de los clientes con los que se trabajará. Conocer qué propuestas similares a la que se quiere desarrollar, existen. Y posteriormente preguntarse:

¿En qué se diferencia la idea negocio o proyecto que queremos desarrollar de otras propuestas similares?

Para definir bien la propuesta de valor para un determinado **SEGMENTO DE CLIENTES** (en el punto siguiente se desarrollará), se puede tener en cuenta varios factores que pueden ayudar:

Precio: Ofrecer el mismo valor por un precio menor para alcanzar clientes sensibles al precio (nota: hay un límite en garantizar condiciones dignas laborales y de vida).	Desempeño: Garantizar desempeño superior a los productos de los competidores.
Novedad: Que crean nuevos mercados al satisfacer necesidades que los clientes no tenían identificadas explícitamente	Reducción de riesgos: Enfocado en minimizar el riesgo que el cliente incurre al comprar el producto o servicio.
Calidad: Orientado a entregar un nivel de calidad superior al de los competidores, por los recursos o materiales utilizados en la producción del producto o entrega del servicio.	Reducción de costes: Compras de forma conjunta (con competidores) a proveedores comunes.
Conveniencia: Enfocado en “facilitar la vida” al cliente, optimizando su tiempo y esfuerzo.	Diseño: Enfatizar el diseño como elemento diferenciador de la oferta de la empresa.
Marca / Status: Productos asociados a la pertenencia a un cierto grupo social, moda o tendencia.	Customización: Permitir la adaptación de la oferta a las necesidades y gustos de cada cliente o grupo de clientes.

Para comenzar hay que responder... **¿A QUIÉN?** La **pregunta** exacta es ¿A quién se va a dirigir la idea de negocio o proyecto?

Ahora se comenzará a responder el ¿A QUIÉN?

La propuesta de trabajo seguirá este orden lógico; **SEGMENTO DE CLIENTES, RELACIONES CON CLIENTES** y **CANALES DE DISTRIBUCIÓN**.

2. SEGMENTO DE CLIENTES

Los clientes son la base de cualquier negocio: aquellos que consumirán el producto o servicio, los que proporcionarán ingresos. Por tanto el valor que generes debe estar dedicado a ellos y ellas, no a la persona dueña o personas socias.

Es muy importante entender este concepto: **el negocio debe tratar de satisfacer a los clientes entregándoles la mayor cantidad de beneficios posibles y recibiendo una ganancia justa a cambio.**

Teniendo en cuenta que es muy complicado dirigirse a “todo el mundo”, ya que cada grupo humano tienen unas características diferenciadas, es necesario enfocar la actividad de negocio a un tipo de cliente o segmentos de clientes.

¿Qué es el SEGMENTO DE CLIENTES? → Es una agrupación de clientes que poseen características, necesidades y anhelos similares, por lo que se puede hacer una oferta parecida a todos/as ellos/as. Por ejemplo, se podría segmentar el mercado de los zapatos de fútbol entre jugadores profesionales, semi profesionales, amateurs o casuales, y así entregar una oferta especializada a cada jugador o jugadora (los/las clientes buscarán diferentes calidades de zapatos, estarán dispuestos a hacer una inversión más alta según sus necesidades o se interesarán más o menos por el diseño).

- ✓ Por lo tanto, es importante decidir quién va a ser el cliente de la idea de proyecto o negocio, hay que investigar los gustos, las necesidades, lo que se espera del producto que se ofrecerá y en definitiva, todas las características posibles.

En este sentido:

- El producto se debe hacer llegar de distintas formas a cada uno.
- Las relaciones que requieren son distintas (se verá en el apartado relaciones con clientes).
- La rentabilidad que se puede esperar de ellos/ellas es muy diferente.
- Están dispuestos a pagar precios distintos dependiendo de la oferta.
- ✓ De manera práctica se puede segmentar un mercado apreciando diferentes características: demográficas, geográficas, sexo, edad,



el sector en qué trabajan, la zona en la que residen, las aficiones y gustos...

Un poco más de información y herramientas para la segmentación...

- **Mercado de masas:** el producto está orientado al consumo masivo o al público general. Ejemplos: empresas multinacionales que ofrecen refrescos.
- **Nicho de mercado:** el producto está orientado a un segmento en específico que tiene características únicas o que pertenece a un sector especializado. Ejemplo: coches de alta gama o relojes exclusivos. Pero esto no implica que el lujo sea el único nicho. La ropa de natación también pertenece a este tipo.
- **Mercado segmentado:** el producto tiene distintos tipos de clientes/as, a los cuales puedes categorizar para entregar precios, relaciones o características según sus necesidades. Un ejemplo sería el de una empresa de telefonía móvil que puede entregar planes para clientes/as que tienen alto consumo de minutos y datos, así como también para clientes pre-pago.
- **Mercado diversificado:** la oferta alcanza a clientes/as que no tienen relaciones entre sí. Un ejemplo sería El Corte Inglés, que tiene ofertas de muy diversa índole, como viajes, restaurante, seguros, etc.
- **Plataformas multilaterales:** la idea de negocio necesita 2 o más tipos de segmentos para operar, subsidiando a uno para obtener el beneficio del otro. Un ejemplo es Google, quien entrega gratuitamente sus servicios de búsqueda para generar una masa crítica de clientes/as, con lo que ofrece anuncios publicitarios a empresas que de otra forma no optarían por este sistema.

Puede haber otros tipos, pero estos 5 abarcan la gran mayoría de las posibilidades. Hay que recordar que es parte del trabajo del grupo promotor o de la persona que emprenda, saber identificar correctamente a los/las clientes/as. Hacerlo correctamente permite crear una base sólida para las siguientes etapas.

También es importante conocer al cliente/a potencial de la idea de negocio o proyecto. El arquetipo de cliente/a de la iniciativa emprendedora, ¿es empresa o consumidor final? Si es consumidor final, ¿dónde vive? ¿En qué sector trabaja? ¿En qué lugares disfruta de su ocio? ¿Qué redes sociales utiliza? Si es empresa, ¿tiene forma jurídica o es autónomo? ¿Social o no? ¿Microempresa, PYME o grande? ¿En qué sector trabaja?



¿Está ubicada también en otros territorios?

Con esto se elabora un arquetipo de cliente/a potencial para la idea de negocio, lo que no implica que si en el futuro se acercaran clientes/as de un perfil alejado a este no se le atienda, pero es necesario focalizar a quién se dirige la idea de negocio.

Incluso si en el futuro durante el desarrollo del proyecto, observamos que el perfil de clientes que se acerca es diferente, deberemos revisar el CANVAS y adaptarlo a la nueva situación.

3. RELACIÓN CON CLIENTES

Una vez que se han segmentado los/las clientes hay que preguntarse: ¿Qué relación se mantendrá con ellas/ellos? ¿Qué va a inspirar la marca de la idea de negocio en ellas/ellos?

Es decir, se tiene que tener en cuenta que estamos hablando de relaciones estrictamente comerciales y tienen relación con las estrategias que se quieran seguir.

Según el modelo CANVAS se pueden distinguir dos grupos de relaciones que categorizan al resto de ellas, poniendo el acento en la empresa:

1. Aquellas en las que una idea de negocio/proyecto se mantiene con un segmento y poniendo el acento en los/las clientes/as → captación de clientes/as, fidelización de clientes/as (compromiso), retención de clientes/as.
2. Aquellas que los/las clientes/as quieren tener (o necesitan) con la iniciativa/proyecto.

Por lo tanto, puede existir la posibilidad que las y los clientes/es quieren tener una determinada relación con la idea de negocio/proyecto → asistencia personal, autoservicio, atención personal exclusiva, servicios automáticos, comunidades (buscar soluciones de forma conjunta, ya que existe comunicación entre las partes), etc.

4. CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

4.1 Canales de Comunicación

Un canal es simplemente un medio por el que se transporta un elemento de un punto a otro. Según el modelo CANVAS los canales tienen dos funciones básicas: de comunicación y de distribución.

Sirven para dar a conocer los productos y servicios, de forma que el



mercado pueda evaluarlos y cotizarlos. ¿Cómo se da a conocer los productos y servicios a los/las clientes?

Hay dos tipos de canales: Offline y Online. No se tiene por qué elegir todos; se elegirán aquellos que más se acerquen a los/las clientes/as objetivo.

Canales de comunicación OFFLINE: herramientas que se tiene a disposición sin usar internet y en su mayoría van a ser las más utilizadas → medios de comunicación tradicionales (radios, revistas, periódicos y televisión), soporte de carteles, flyers, fiestas, eventos, asistentes a encuentros, redes y ferias sectoriales, fijar reuniones de interés.

Canales de comunicación ONLINE: página web, blog, correo electrónico marketing, redes sociales (facebook, twitter pinterest, instagram), etc. Dependiendo del tipo de producto o servicio se utilizará más una u otra red social.

Geolocalización, es una forma de promocionar la idea de negocio/proyecto en un mapa online, que a veces pueden hacerse valoreaciones, localizar rápido mediante diferentes buscadores.

4.2 Canales de distribución

Sirven para hacer llegar los productos o servicios a los distintos destinos que puedan tener; ya sea a los distribuidores, a los puntos de venta o a los/las clientas/es una vez que han realizado una compra. ¿Cómo llegan los productos y servicios a los clientes?

EXISTEN DOS TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN: DIRECTO E INDIRECTO

CANAL DIRECTO → como su nombre indica, este tipo de canal cuenta con la particularidad de que el productor de un determinado bien o servicio comercializa el mismo de forma directa al consumidor final, sin la necesidad de intermediarios. La mayor parte de los servicios son vendidos a través de este canal. En cambio, son pocos los bienes comercializados por medio de canales de distribución directos.

CANAL INDIRECTO → recibe esta denominación debido a que entre el productor del bien o servicio y el consumidor se presenta un intermediario. El tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio.

Una herramienta complementaria para responder a los apartados anteriores es el MAPA DE EMPATÍA:



Fuente: *Economistas sin Fronteras*

Por lo explicado anteriormente, es importante que se ponga el foco en el segmento de cliente/a que va a recibir el producto o servicio y en sus necesidades, al focalizar en la clientela podemos desarrollar todas las partes del diseño del proyecto de una manera más minuciosa.

El mapa de empatía es una herramienta muy poderosa para ponernos en el lugar de la persona o del colectivo (segmento de clientes) que va a recibir los beneficios del proyecto/negocio que se está diseñando. Por lo tanto esta herramienta se utilizará en la fase del ¿Quién? del CANVAS.

El objetivo es identificar todos los aspectos de la vida, las actitudes y pensamientos del colectivo de destino, para poder entender cuáles son sus necesidades y preocupaciones y cómo se pueden satisfacer. No se trata tanto de generar necesidades ficticias en las personas, si no de cubrir las necesidades humanas ¹² ya existentes para lograr mayor bienestar social.

Como dice la Economía Social y Solidaria, se trabaja para poner a las personas en el centro de las relaciones sociales y económicas, se trata de priorizar a las personas frente al dinero, lo que no quiere decir que no se vaya a obtener un beneficio económico por el servicio o producto. Se trata de que el producto sea útil para la vida, y no solo para el bolsillo.

Por lo tanto todas las herramientas que se utilicen desde la ESS se realizan con ese enfoque de modo que podamos contestar a las siguientes preguntas: ¿cómo ponerse en el lugar de las personas que se



van a beneficiar de los productos? ¿Cómo dar el mejor servicio? ¿Cómo cubrir sus necesidades? ¿Qué necesidades tienen? ¿Cómo se puede contribuir a que tengan una vida mejor?

Y para ello se propone la siguiente ruta:

En primer lugar, debemos tener identificado el segmento de la población al que se va a dirigir la idea de negocio (servicio o producto). Es importante tener en cuenta que el proyecto se puede dirigir tanto a personas, como a colectivos, empresas, entidades, instituciones, etc., por lo tanto cuando no se trata de personas ayuda mucho personificarlas, ponerle nombre, identidad, etc. En definitiva, para empezar, es bueno saber: qué edad tienen, qué sexo, dónde viven, en qué trabajan...

Es muy interesante dibujar el arquetipo de LA PERSONA BENEFICIARIA y colocarla en el centro del mapa.

En segundo lugar se va a ir rellenando y pensando sobre las 4 áreas que se describen a continuación. Es interesante, siempre que se pueda, seguir el orden, pero seguramente se irán intercalando. Hay que identificar la característica y colocarla en la casilla adecuada.

- **Qué ve:** cuál es su entorno y cómo es (dónde vive, con quién), dónde pasa el tiempo de ocio, si tiene familia, qué amistades posee, qué necesidades tiene cubiertas y cuáles descubiertas, qué medios de comunicación utiliza (periódicos, revistas, radios, tv, páginas web, redes sociales) qué le ofrece ya el mercado, dónde trabaja, etc.
- **Qué dice y hace:** cuál es su actitud en público (con respecto a política, a productos y servicios), qué aspecto tiene; cómo se comporta, qué contradicciones tiene...
- **Qué oye:** qué dicen (o le dicen) sus amistades, su familia, su personal, sus jefes o jefas, las personas influyentes de su entorno; a través de qué canales multimedia le llega la información... ¿Cómo es la gente que le rodea?
- **Qué piensa y siente:** qué es lo que realmente le importa; cuáles son sus principales preocupaciones, inquietudes, sueños y aspiraciones.

En tercer lugar, abordar estos otros dos aspectos:

- **Cuáles son los esfuerzos que realiza:** a qué le tiene miedo; cuáles son las barreras y obstáculos que se encuentra para obtener lo que desea; con qué riesgos se tropieza en su camino y debe asumir; qué esfuerzos o riesgos no asumirá.



- **Cuáles son los resultados, los beneficios que espera obtener:** cuáles son sus necesidades o deseos reales; cómo mide el éxito, en función de qué; cómo podría alcanzar sus objetivos.

En último lugar revisar todo lo que se ha apuntado, destacar aquello que sorprenda, y que pueda ayudar a ofrecer un mejor producto o servicio, y tenerlo presente en todas las fases de diseño del proyecto, en el canal de distribución, en la comunicación, en la logística del servicio, en el precio, etc.

No hay que olvidar que se trata de mejorar la vida de las personas, no se debe buscar en las/los clientes/es un modo de engañarles o de venderles un producto que no necesitan. Más allá de que no sería muy ético. Por otro lado, hay que pensar en el modelo de proyecto de negocio que se quiere tener, la política de atención al cliente, la de sostenibilidad, la de medioambiente, y la del fomento de la economía local y enfoque de género. En ocasiones, estos factores subjetivos pueden ofrecer una imagen global del colectivo beneficiario lo que ayudará a dirigirse a dicho colectivo y cubrir de la mejor manera posible sus necesidades.

Ahora se comenzará a responder el ¿CÓMO?

¿Cómo se va a generar valor a nuestros/as clientes/as?

5. ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave son aquellas verdaderamente determinantes para la idea de negocio /proyecto grupal, es decir, las actividades estratégicas esenciales que se deben realizar para llevar de forma fluida la propuesta de valor al mercado, relacionarse con los/las clientes/as y generar ingresos.

Dentro de cada proyecto existen múltiples actividades que son necesarias para su correcto desarrollo. Algunas pueden ser determinantes en la creación de valor para los/las clientes/as; otras, en cambio, son necesarias para el desarrollo de la actividad pero no crean valor para el cliente de forma tan directa.

Existen 3 tipos de actividades claves, para cada negocio /proyecto, en este caso:

1. Actividades de Producción

Los procesos de diseño, fabricación y entrega de un producto son generalmente actividades clave. Sobre todo si se requieren hacer en



gran escala o con una calidad superior. Esto es importante, sobre todo, para empresas de manufactura y reparación. Por ejemplo, si se tiene un negocio de comida a domicilio, las actividades clave serán la compra de comidas y bebidas, la cocina de los alimentos y la entrega de los mismos.

2. Actividades de Solución de problemas

Si la oferta es materializar la solución de problemas, por tanto la creatividad y el conocimiento, son herramientas claves. Es decir, las soluciones hechas a medida requieren de una planificación, de creatividad y conocimiento adecuado.

Por tanto, las actividades para la solución de problemas pueden ser por ejemplo las siguientes: actividades que hacen las consultorías de negocios, los hospitales y en las agencias publicitarias.

3. Actividades de Creación de plataformas y construcción de redes

Si se quiere crear una plataforma de negocios o una red social, su actualización y mantenimiento son clave. Por ejemplo qué pasaría si Facebook se mantuviera como cuando se lanzó, difícilmente seguiría en el mercado; o qué pasaría si un Banco que intenta crear una plataforma en línea no invirtiera en seguridad en el sitio. En general, en las plataformas son clave las actividades de administración, provisión del servicio y promoción de la misma.

Al final, lo importante es saber reconocer cuáles son las actividades en las que hay que enfocarse. Si desde el negocio/proyecto no se sabe desarrollar una determinada actividad, se tienen dos posibilidades: aprender a realizarla o contratar dicha actividad.

6. RECURSOS CLAVE

Recurso clave es lo que no puede faltar para el óptimo funcionamiento del negocio. Si no contasen con esos recursos no se puede comenzar. Los recursos que necesita una idea de negocio pueden ser de cuatro tipos: físicos, intelectuales, humanos y financieros.

¿Qué son los recursos...?

- **Físicos:** instalaciones, mobiliario, vehículos, puntos de venta, etc.
- **Intelectuales:** marcas, patentes, licencias, contratación de exclusividad, base de datos, etc.



- **Humanos:** nosotras las personas somos un recurso especialmente valioso.
- **Financieros:** línea de crédito, préstamos, poder acceder a tasas de financiación más bajas, etc.

7. COLABORACIONES - ALIANZAS

Las colaboraciones o alianzas clave se crean para mejorar o potenciar la idea de negocio/proyecto, para reducir riesgos y adquirir recursos; hay que tener en cuenta que no todas las alianzas son iguales.

Principalmente hay tres tipos de colaboraciones o alianzas clave:

- **“Coopetencia”** → término que se utiliza en el sector de la economía para hablar de las alianzas entre competidos. Dos empresas que son competidoras, también pueden llegar a tener interés en asociarse o en colaborar entre sí, al igual que en un ecosistema dos diferentes especies pueden colaborar o beneficiarse mutuamente. *Por ejemplo, entre tiendas de ropa para comprar productos al por mayor y así lograr descuentos.*
- **Alianzas entre empresas no competidoras** → Se forman para desarrollar conjuntamente nuevos negocios o mejorar los ya existentes.
- **Relaciones comprador-proveedor** → Su objetivo es garantizar que se cuente con las materias primas e insumos necesarios, a un buen precio, en tiempo y forma.

Hoy en día sin colaboraciones no podría existir ninguna iniciativa de emprendimiento. Algunos buenos motivos para colaborar:

- Ayuda a optimizar procesos y conseguir economías de escala.
- Reduce el riesgo y la incertidumbre.
- Adquirir recursos especiales y desempeñar actividades clave.

Para encontrar quiénes podrían ser aliados claves, puedes hacerlo en dos pasos:

Paso 1) Repasar el CANVAS y responder a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes son los/las proveedores/as más importantes?
- ¿Qué recursos son claves para efectuar los procesos del negocio y quiénes los están proporcionando?

- ¿Quién puede ayudar a desempeñar de manera eficiente esta actividad?

Paso 2) Clasificar según los tipos de colaboraciones (Las alianzas estratégicas, competencia, relaciones comprador- proveedor).

Ahora se comenzará a responder el ¿CUÁNTO?

VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA IDEA DE NEGOCIO DESDE EL CANVAS

El modelo CANVAS, con el que se trabaja en esta propuesta didáctica, cambia el nombre a los dos últimos apartados, donde en el común de los modelos de negocio se llama estructura de costes, nosotras lo modificamos a ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS, y en el apartado último (novenos), le llamamos SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS.

9 - SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS		8 - ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS	
(Momento inicial)	(Día a día)	(Momento inicial)	(Día a día)
INVERSIÓN INICIAL: Todas las adquisiciones necesarias para empezar el proyecto. ¿Qué necesitas para comenzar? ¿Cuánto cuesta? ¿Lo adquieres de primera o segunda mano?	GASTOS: Todas las SALIDAS MENSUALES DE € para que el proyecto funcione. - Gastos Fijos - Gastos Variables	FINANCIACIÓN: ¿Qué fuentes utilizaremos para adquirir la Inversión Inicial? - Financiación propia - Financiación ajena	INGRESOS: Todas las ENTRADAS MENSUALES DE € esperabas. ¿Cómo generamos ingresos? - Ventas de productos - Tarifas por servicios - Suscripciones - Licencias - Comisiones - Publicidad, etc.

8. ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS

Nos referimos a todo aquello que se necesita para poner en marcha nuestra idea de iniciativa/proyecto grupal. Es decir, tiene relación con los conceptos de inversión y financiación.

GASTOS DE ESTABLECIMIENTO (se hacen una sola vez, antes de comenzar el proyecto)	Licencias de actividad, alta de la actividad, permisos, etc., Obras / reformas, fianzas y avales.
ACTIVO NO CORRIENTE (estarán dentro de la iniciativa/proyecto por lo menos 12 meses)	Detalle de inversiones ¿Nuevo o de segunda mano? Investigación: al menos tres presupuestos ¿Es adecuado a mi nivel de actividad?
ACTIVO CORRIENTE (estarán dentro del proyecto menos de 6 meses)	¿Cuánto necesito para abastecer el local? ¿Cuántos meses abastecemos el local? ¿Cuánto dinero en efectivo necesito para empezar los primeros meses? TESORERIA (3 MESES)

¿Qué es la financiación? → La financiación es conseguir recursos y medios de pago para destinarlos a la adquisición de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las correspondientes actividades económicas.

Por lo tanto la → **INVERSIÓN = FINANCIACIÓN**

La financiación puede ser:

FINANCIACIÓN PROPIA	<ul style="list-style-type: none">• Aportaciones de los socios: ahorro, herencias.• Capitalización por desempleo.
FINANCIACIÓN AJENA	<ul style="list-style-type: none">• Apoyos de círculos cercanos (3F´s).• Subvenciones.• Entidades financieras tradicionales.• Entidades financieras alternativas.• Crowdfunding.

Relación entre inversión y financiación

Cuanto menor sea la inversión que queremos realizar menor será la financiación que necesitaremos. Del mismo modo, cuanto mayor sea la inversión que queremos realizar mayor será la financiación que necesitemos para cubrirla.



Entonces qué es la inversión y financiación → es el momento de comenzar nuestro proyecto, y debemos conocer todo lo que necesitamos para ponerlo en marcha.

Existe una relación directa entre ambos conceptos. La inversión es todo aquello que necesitamos al momento de “abrir las puertas” de la idea de negocio/proyecto, todo aquello que es necesario para poder atender u ofrecer nuestros servicios.

9. SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS

En este apartado analizamos de dónde provendrán nuestros ingresos. En este sentido, nos haremos las siguientes preguntas:

¿Cuáles son las vías de ingresos de nuestro proyecto grupal/iniciativa?

¿Qué productos y servicios va a ofrecer, por los que otros van a pagar?

Esta cuestión nos facilitará la toma de decisiones acerca de si la venta de nuestro producto o servicio, y su comercialización, será la adecuada para nuestro proyecto o iniciativa. También veremos si nuestros/as clientes están dispuestos a pagar lo estipulado y de qué forma (efectivo, pago único, cuota, prestación de servicio, trueque), esto debe ser coherente con la propuesta de servicio descrita anteriormente.

Para poner en marcha una idea de negocio (emprendimiento) es necesario:

- **Conocer entidades y fuentes de financiación desde la Economía Social y Solidaria.**
- **Financiación alternativa.**

Los/las emprendedores/ras que deciden poner en marcha un negocio en la actualidad se encuentran con la gran dificultad de encontrar la financiación ajena necesaria para complementar los recursos propios de los que disponen para iniciar sus proyectos. Existen mecanismos de financiación, quizás poco conocidos, diferentes a los instrumentos financieros bancarios más tradicionales, y que permiten financiar en condiciones muy interesantes este tipo de proyectos.

Algunas fuentes alternativas son:

- **Crowdfunding:** del inglés crowd (masa) micromecenazgo es, en pocas palabras, la financiación colectiva a través de internet. Se



trata de una cooperación, llevada a cabo por un grupo de personas para conseguir dinero (u otros recursos), aunando esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones.

Microcréditos: pequeños importes de dinero que generalmente se utilizan para incentivar al desarrollo de microempresas por personas con recursos escasos que tienen cerrado el acceso al crédito de las instituciones financieras.

- **Banca ética:** financia proyectos con impacto social o medioambiental.
- **Bancos del tiempo:** sistema de intercambio de servicios por tiempo. En él que la unidad de intercambio no es el dinero, sino una medida de tiempo, por ejemplo el trabajo por hora.
- **Fondos rotatorios:** es un fondo o cuenta con ingresos que sigue estando disponible para financiar sus operaciones continuas sin ningún tipo de limitación por ejercicio fiscal. Dentro de los gobiernos federal y estatal que la ley establece.
- **Trueque:** es el intercambio de bienes materiales o servicios por otros objetos o servicios y se diferencia de la compraventa habitual en que no intermedia el dinero en la transacción. Al contrato por el que dos personas acceden a un trueque se le denomina permuta.

Ayudas y subvenciones

Las ayudas suelen ser de los siguientes tipos:

1. **Subvenciones a fondo perdido**, calculadas a partir de los conceptos subvencionables en cada programa o convocatoria.
2. **Subvenciones financieras**, consistentes en la bonificación del tipo de interés de los préstamos obtenidos para la puesta en marcha del proyecto.
3. **Formación gratuita de los/las socios trabajadores/as o empleados/empleadas.**

ACTIVIDAD PRINCIPAL

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD



COMIENZA UNA IDEA DE NEGOCIO DESDE LA ESS

OBJETIVOS DIRIGIDOS AL ALUMNADO

Que el alumnado:

- Conozca y adquiera las herramientas para comenzar una idea de negocio desde la Economía Social y Solidaria.
- Diferencie el concepto de empleo y trabajo y lo que implican dentro de la ESS.
- Conozca las formas jurídicas, herramientas de financiación que existen desde la ESS.
- Trabajar e interiorizar conceptos de cooperación, moneda social, mercado social, economía local, trabajo asociativo, necesidades.

METODOLOGÍA

Técnicas de trabajo que se utilizarán: el modelo CANVAS (de forma práctica), debate, diálogo participativo y se incentivará un análisis crítico.

Esta propuesta didáctica *Poner en práctica la Economía Social y Solidaria* consta de un ejercicio práctico, de la realización de un Modelo CANVAS por parte del alumnado. Este ejercicio tiene por objetivo, sensibilizar al alumnado con relación a la hora de crear un modelo de negocio en la comunidad en la que vivimos.

Se realizará una observación crítica de los conceptos de empleo y trabajo, junto con la introducción de los impactos y enfoques que propone el modelo CANVAS, para que el alumnado recapacite qué tipo de negocios o proyectos se deberían conformar en una comunidad, desde la perspectiva que propone la ESS.

En un segundo momento se desarrollará el modelo CANVAS, de forma práctica a partir de los ejemplos. También existirá la posibilidad que el alumnado trabaje su propia idea de negocio si existiese, durante la sesión.



DESARROLLO DE LA SESIÓN

Actividad 1: CANVAS

El profesorado presentará el modelo CANVAS (Anexo 1), y explicará cada uno de los apartados tal y como se propone en el contenido de esta propuesta didáctica.

Una vez explicado qué es el CANVAS y los tres impactos que se proponen, se propondrá realizarlo en grupos proponiendo los siguientes ejemplos de proyectos de emprendimiento. Si el alumnado o alguna persona presente ya tiene una idea de emprendimiento, se le puede invitar a desarrollar el suyo.

La explicación y cumplimiento de los apartados se irán realizando uno por uno, dando tiempo de margen para completarlos, una vez que se finaliza la explicación teórica.

El profesorado podrá explicar el CANVAS, de la misma forma que lo desarrolla el contenido de esta propuesta didáctica.

Sólo se cumplimentarán los primeros 7 apartados y los apartados 8 y 9 se explicarán sin necesidad de cumplimentarlos.

El CANVAS se podrá rellenar utilizando los ejemplos (Anexo II) para el desarrollo de la dinámica. Se propone conformar grupos de no más de 5 personas. La utilización de los ejemplos se puede reemplazar con algún ejemplo que proponga el alumnado.

Nota: El profesorado en apartado de anexos, encontrará un ejemplo de CANVAS (Anexo III) desarrollado.

Una vez finalizado el cumplimiento de los 7 apartados del CANVAS, podrá cada uno de los grupos exponer su trabajo y contar (sólo destacar 3 apartados como máximo y uno de ellos debe ser la propuesta de valor), los retos de la realización y los beneficios de comenzar un proyecto con la mirada de la ESS.

Por último se hará la evaluación dinamizada explicada en el apartado evaluación.

Actividad 2

Para dar introducción al desarrollo del mapa de empatía, se proyectará al alumnado el siguiente vídeo "[¿Qué es la ESS?](#)" (Anexo), para luego debatir las siguientes preguntas:



¿Cómo es esta economía, la ESS? ¿Cuáles son las principales diferencias con el Capitalismo? ¿Cuáles son sus principales características? ¿Quiénes están en el centro de esta economía? ¿Qué debemos tener en cuenta para emprender desde la ESS? ¿Cómo gestionaremos los recursos y cómo organizaremos las actividades? ¿Qué alianzas debemos hacer? ¿Cómo nos financiaremos para comenzar el proyecto? ¿Con qué herramientas cuenta la ESS para fortalecer a los emprendimientos/negocios/empresas de la ESS? ¿Cómo se organiza el empleo/trabajo desde la perspectiva de la ESS? ¿Qué es lo que se cuestiona desde esta forma de hacer economía? ¿Cómo y qué empresas podemos crear desde la ESS para nuestro territorio? ¿Cómo le podemos dar la vuelta a la Economía desde nuestro barrio?

Entonces qué debemos tener en cuenta en el momento de desarrollar una idea de negocio desde esta forma de hacer economía.

Después del cierre del debate, se propone desarrollar el MAPA DE EMPATÍA, explicado en el apartado del contenido. Es el *¿A quién? Del CANVAS*.

Se tomarán los ejemplos propuestos para la ACTIVIDAD 1 y se profundizará en el MAPA DE EMPATÍA. Una vez que cada grupo de trabajo se conforme, no más de 5 personas en cada uno, elegirán qué idea de negocio utilizarán para desarrollar el Mapa de empatía. El alumnado recibirá una copia de la imagen (mapa de empatía) y con la explicación del profesorado pasarán a cumplimentarlo.

En cuanto al modo de cumplimentarlo, se aconseja colocar el mapa en una cartulina grande, en el centro de la mesa y que el grupo se disponga a trabajar en él con papeles que se pueden pegar y despegar, o incluso que hagan dibujos sobre él. Es muy interesante que se haga este ejercicio con más gente. Por lo tanto, se propone trabajar con un grupo de máximo cinco personas.

Una vez finalizada la cumplimentación de este mapa, el alumnado presentará su idea de negocio (contará qué ejemplo eligió para desarrollar el mapa de empatía) y el mapa de empatía desarrollado a partir de ese negocio.

DURACIÓN

Actividad 1:

1 sesión de 60 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración de explicación 1º parte del CANVAS por parte del profesorado y la asignación de los ejemplos: 10 minutos
- Duración explicación y cumplimentación de cada uno de los



apartados del CANVAS: Total 35 minutos

- Duración presentación del CANVAS cumplimentado por cada grupo: 2 minutos por grupo (dependiendo de la cantidad de grupos que se hayan conformado en el curso)
- Evaluación dinamizada: 4 minutos en total

Actividad 2:

1 sesión de 60 minutos. Asignación recomendada de tiempos y tareas:

- Duración del vídeo ¿Qué es la ESS?: 9 minutos 56 segundos.
- Duración del debate propuesto (preguntas sugeridas): 10 minutos
- Explicación de consigna de trabajo, metodología y cumplimentación del Mapa de empatía: 30 minutos.
- Exposición de trabajos realizados: 7 minutos
- Evaluación dinamizada: 4 minutos total

LUGAR

El aula referencia del grupo.

MATERIALES

Ficha de CANVAS para rellenar (Anexo I), Ficha de ejemplos (Anexo II), Ficha mapa de empatía (Anexo IV), cartulina grande, bolígrafos y posit.

Actividad 2 [Vídeo ¿Qué es la ESS?](#)

TRANSFERENCIAS Y PROPUESTA DE CONTINUIDAD EN EL AULA



Nombre del material	Breve descripción	Disponible en
Vídeo: Modela la idea de negocio, por César Gómez de Heliconia. Microcharla MESTalks	El vídeo permitirá realizar un autodiagnóstico y comenzar las primeras ideas en el momento de comenzar una idea de negocio. Preguntas claves para comenzar. Se recomienda ver el vídeo y apuntar la idea. Concepto PERFORMATIVO.	https://youtu.be/UEQaLXUvnhM
Tabla comparativa de formas jurídicas Este material puede ser complementario con los ejemplos mencionados en la Actividad nº1	Permite comparar diferentes formas jurídicas que pueden utilizarse para la constitución de un negocio. Algunas preguntas para decidir pueden ser las siguientes: ¿En función de qué elijo forma jurídica? En relación al número de personas socias, implicación, responsabilidad, aspectos económicos, tipo de actividad, imagen a terceros, complejidad inicial, acceso a ayudas públicas.	Este enlace es un simulador de formas jurídicas: http://www.redupe.es/images/stories/anuncio/O_simulador_formas_juridicas.htm
Entrevistas a entidades y empresas de la Economía social y Solidaria	El profesorado presentará la historia de la entidad de la ESS, que participará del encuentro y previo a dicho evento, el alumnado deberá preparar una entrevista para la empresa/entidad que se visitará el instituto o el alumnado irá a visitar. En el armado del cuestionario, se trabajarán los conceptos vistos en sesiones anteriores (actividades realizadas en el aula). Para el diseño del cuestionario de entrevista, el alumnado se dividirán en grupos de 4 personas, armarán una batería de preguntas, luego se pondrán en común y entre todo el grupo se armará un cuestionario de máximo 15 preguntas.	Material inspirador para el diseño del cuestionario: Se podrá utilizar la Carta de Principios de REAS: http://www.economiasolidaria.org/carta.php Anexo de Cuadro comparativo de Entidades (emprender.coop) Vídeos de microcharlas Mestalks : https://youtu.be/bqWiOXpNd5o https://youtu.be/mbohJNZy3E

ENTIDAD	TIPO	"DUEÑOS/AS"	ÓRGANOS RECTORES ¹	MÍNIMO PERSONAS	RÉGIMEN SEG.SOC.	RESPONSABILIDAD ECONÓMICA	CAPITAL INICIAL
Colectivo	Informal – No reconocido	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede	No procede
Empresario/a individual	Trabajador/a autónomo/a	Trabajador/a	-	1	Autónomos	Ilimitada	0,00 €
Comunidad de Bienes (C.B.)	Sociedad no mercantil	Socios/as	Junta General de Socios Administradores (socios/as)	2	Autónomos	Mancomunada e ilimitada	0,00 €
Sociedad Civil (S.C.)	Sociedad no mercantil	Socios/as	Socios/as	2	Autónomos	Mancomunada e ilimitada	0,00 €
Sociedad Limitada (S.L. ó S.R.L.)	Sociedad mercantil	Capital	Junta General de Socios/as Administradores/as o Consejo	1	Autónomos	Limitada a aportaciones	3.005,06 €
Sociedad Anónima (S.A.)	Sociedad mercantil	Capital	Junta General de Accionistas Consejo de Administración	1	Autónomos	Limitada a aportaciones	60.101,21 €
Sociedad Limitada Laboral (S.L.L.) ²	Sociedad mercantil	Trabajador@s (más de 1/2 cap.social)	Junta General de Socios/as Administradores/as o Consejo	3 [2 trabajador@s]	General (salvo Admin con más del 50%)	Limitada a aportaciones	3.005,06 €
Cooperativa de Trabajo (S.Coop.)	Agrupación de personas	Trabajador@s	Asamblea General Consejo Rector	3 [todas trabajador@s]	General o Autónomos	Limitada a aportaciones	1.803,04 €
Fundación	Patrimonial de interés general	Capital	Patronato	1	No procede	[Limitada a la dotación fundacional)	30.000,00 € ³
Asociación	Agrupaciones de personas sin ánimo de lucro	Socios/as	Asamblea General Junta Directiva	3	No procede	Ilimitada (Junta Directiva)	0,00 €

¹ Se nombra en primer lugar el órgano supremo de gobierno de la entidad y a continuación el órgano ejecutivo y de representación.

² Existe también la figura de Sociedad Anónima Laboral.

³ Dotación fundacional.



EVALUACIÓN

Evaluación dinamizada: LA DIANA



Para la evaluación de estas actividades se podrá utilizar la técnica de la diana.

Esta metodología propone evaluar de forma participativa e interactiva, la sesión en general, cada una de las actividades y consignas propuestas al alumnado.

Para desarrollar La Diana, se dibuja una diana en el suelo o en una pizarra y se dejan post-its al alcance de las personas integrantes del grupo. Se propone la evaluación con las siguientes preguntas, cada una de ellas con un color diferente de pegatina, si es posible:

- ¿Qué te ha parecido la sesión?
- ¿Puedes comprender la diferencia de emprender desde la óptica de la ESS y desde el capitalismo?
- ¿Qué te ha parecido el contenido de la sesión?
- ¿Qué te han parecido las herramientas de trabajo propuestas en la sesión?

Para responder a estas preguntas se pegará cada una de las pegatinas de la siguiente manera: lo que les haya resultado más importante lo pondrán más cerca de la diana y lo que menos, más lejos, en función de la valoración de cada una de las personas que participaron en la sesión.

Se puede proponer otro tipo de preguntas, de acuerdo a cómo haya funcionado el grupo.

Además, con el fin de valorar la puesta en práctica de la actividad, correspondiente a la presente propuesta didáctica, se incluyen dos evaluaciones escritas:

- Evaluación para el alumnado (ANEXO V). A través, de ítems cuantitativos y cualitativos, el alumnado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Las actividades
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ La participación del grupo
 - ✓ Su participación en las actividades y los grupos
 - ✓ Qué es lo que ha aprendido
 - ✓ Qué es lo que más y lo que menos le ha gustado

- Evaluación dirigida al profesorado (ANEXO VI). A través de ítems cuantitativos y cualitativos, el profesorado podrá valorar diferentes aspectos sobre la actividad
 - ✓ Grado de satisfacción con la sesión en general
 - ✓ Los contenidos
 - ✓ Las actividades
 - ✓ La metodología propuesta
 - ✓ Grado en que favorece la participación
 - ✓ Grado de implicación del grupo en la sesión
 - ✓ Facilidad para implementar la sesión propuesta
 - ✓ Grado de aplicabilidad en su práctica docente
 - ✓ Le gustaría ampliar su formación en este tema

Los datos obtenidos de ambos cuestionarios serán de gran utilidad para valorar la actividad y mejorarla, en el caso de que fuera necesario, para responder a los objetivos y necesidades del profesorado respecto a la aplicación de la Economía Social y Solidaria en el ámbito educativo.

ANEXOS



ANEXO I. CANVAS.

ANEXO II. Ficha de ejemplos Desarrollo CANVAS

ANEXO III. EJEMPLO CANVAS

ANEXO IV. Ficha mapa de empatía

ANEXO V. Evaluación para el alumnado

ANEXO VI. Evaluación para el profesorado de la sesión formativa



BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES



- » Economistas sin fronteras, Conoce Herramientas de la ESS <http://ecosfron.org/conoce-las-herramientas-de-ess/> Recuperado julio 2017
- » <http://emprender.coop/> recuperado julio 2017
- » Manuales de Economistas Sin Fronteras, [Ponte en Marcha por otra economía: Economía Social y Solidaria](#); curso online 2017 / Recuperado julio 2017
- » Orozco, A. P., & del Río, S. (2002). LA ECONOMÍA DESDE EL FEMINISMO: TRABAJOS Y CUIDADOS.
- » Osterwalder, Alexander, and Yves Pigneur. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. John Wiley & Sons, 2010.

ANEXO I. CANVAS (Plantilla)

7-ALIANZAS 	5-ACTIVIDADES CLAVE 6-RECURSOS CLAVE 	1-PROPUESTA DE VALOR ÚNICA 1.1-PROBLEMAS 1.2- SOLUCIONES 1.3- VENTAJA DIFERENCIAL 	3-RELACIÓN CON CUENTES (estrategia de comunicación) 4-CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística) 	2-SEGMENTOS DE CUENTES
9- SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial) INVERSIÓN INICIAL 		8-ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial) FINANCIACIÓN 		(Día a día) INGRESOS

Impacto social: generar valor social desde la iniciativa, que tenga un impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo . Ejemplo: nuestro producto atiende a las necesidades de personas con riesgo de exclusión social.

Impacto ambiental: la iniciativa debe tener en cuenta la dimensión ambiental: local, estatal, autonómica e internacional al desarrollar su actividad. Ejemplo:¿ nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles?

Enfoque de género: nuestra iniciativa debe contemplar el género en cada una de sus acciones, para que la igualdad sea una realidad. Ejemplo: nuestro producto, ¿ayuda a conciliar la vida personal y laboral?

Fuente: Economistas sin Fronteras

<p>7-ALIANZAS ¿A quién necesitamos para que el proyecto funcione?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores/as • Prescriptores/as • Redes • Clientes/as <p>(Clasificar)</p> <p><i>Nota: Las redes del proveedor y los socios que hacen que mi proyecto funcione.</i></p> <p>Algunas alianzas pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia entre no competidores (fortalecimiento, presentación de trabajos de forma conjunta) • Cooperación: estrategias de asociación entre competidores. • Empresas conjuntas para crear nuevos proyectos, comprar de forma conjunta... 	<p>5-ACTIVIDADES CLAVE Los productos, servicios y acciones más importantes para que el proyecto funcione. ¿Qué actividades necesitamos hacer para generar nuestra propuesta de valor?</p> <p><i>Nota: ¿Cuáles son prioritarias?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -Servicio post venta, logística de distribución, procesamiento de algún material para el producto final, plataformas, Redes, etc. 	<p>1-PROPUESTA DE VALOR ÚNICA Es la razón por la cual los clientes/as usuarios/as escogen una empresa u organización sobre otra.</p> <p>¿Qué ofrecemos? ¿Cuál es nuestro ADN?</p> <p>1.1-PROBLEMAS Se debe identificar un problema. Qué alternativas identificamos a nuestra propuesta ¿Le ayudamos a resolver algún problema? ¿Cuál? Novedades / Innovaciones</p> <p>1.2- SOLUCIONES Característica de nuestra solución para cada problema especificado. ¿Porqué los consumidores/as me eligen a mí? ¿Satisfacemos las necesidades de nuestros clientes/as?</p> <p>1.3- VENTAJA DIFERENCIAL Cualidad que te distingue y es difícil de copiar ¿ Porqué los consumidores me eligen a mí? ¿En qué me diferencio de la competencia?</p> <p>Diseño, Precio, Calidad, Rapidez, accesibilidad, etc.</p>	<p>3-RELACIÓN CON CUENTES (estrategia de comunicación) Cómo nos acercamos a nuestros/as clientes/as para comunicar nuestra propuesta de valor. ¿A través de qué canales quieren ser alcanzados nuestros clientes/as?</p> <p><i>Nota: recuerda utilizar el mapa de empatía, para obtener mayor información.</i></p> <p>Off line: Tarjetas de visita, Promociones, Revistas, Radio...</p> <p>On line: Web, Twitter, Facebook, Blog, etc...</p>	<p>2-SEGMENTOS DE CUENTES Diferentes grupos de personas u organizaciones (asociaciones, empresas, fundaciones, etc.) a las que mi proyecto quiere llegar. ¿Para quién estamos creando valor? ¿Quiénes son nuestros clientes/as más importantes?</p> <p><i>Nota: imagina y escribe un día de tu cliente/a. ¿qué es lo primero que hace cuando se levanta? ¿Qué desayuno? ¿Dónde come? ¿Cómo es su tarde? ¿Cuál es su rutina?</i></p> <p>Es importante conocer bien a nuestros clientes/as, lo que piensan, lo que opinan, conocer sus problemas, sus necesidades, para intentar cubrirlos.</p>	<p>6-RECURSOS CLAVE ¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor, nuestros canales, nuestras relaciones con los clientes/as, nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><i>Nota: recuerda utilizar el flujoograma</i></p> <p>¿Qué son los recursos? Pueden ser:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Físicos • Intelectuales (marcas, patentes, derechos de autor, datos, etc.) • Humanos • Financieros (garantías, grandes inversiones) 	<p>4-CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística) ¿Cómo llegamos a nuestros clientes/as usuarios/as?</p> <p><i>Nota: piensa en procesos: Tienda online, tienda propia, entrega a domicilio, mayoristas, tiendas aliados, etc.</i></p>	<p>8-ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial) ¿Qué fuentes utilizaremos para adquirir la Inversión Inicial?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Financiación propia • Financiación ajena 	<p>9- SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (Día a día) Todas las SALIDAS MENSUALES DE € para que el proyecto funcione.</p> <p>GASTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fijos • Gastos Variables <p>¿Qué necesitas para comenzar? ¿Cuánto cuesta? ¿Lo adquieres de primera o segunda mano?</p>	<p>INGRESOS Todas las ENTRADAS MENSUALES DE € esperadas.</p> <p>¿Cómo generamos ingresos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas de productos • Tarifas por servicios • Suscripciones • Licencias • Comisiones • Publicidad, etc.
--	--	--	---	--	--	--	---	--	---

Impacto social: generar valor social desde la iniciativa, que tenga un impacto positivo en lo local, y que sea inclusivo . Ejemplo: nuestro producto atiende a las necesidades de personas con riesgo de exclusión social.

Impacto ambiental: la iniciativa debe tener en cuenta la dimensión ambiental: local, estatal, autonómica e internacional al desarrollar su actividad. Ejemplo:¿ nuestros proveedores utilizan materiales sostenibles?

Enfoque de género: nuestra iniciativa debe contemplar el género en cada una de sus acciones, para que la igualdad sea una realidad. Ejemplo: nuestro



ANEXO II. FICHA DE EJEMPLOS DESARROLLO CANVAS

FICHA EJEMPLOS IDEA DE NEGOCIO – PROYECTO

Desarrollo CANVAS

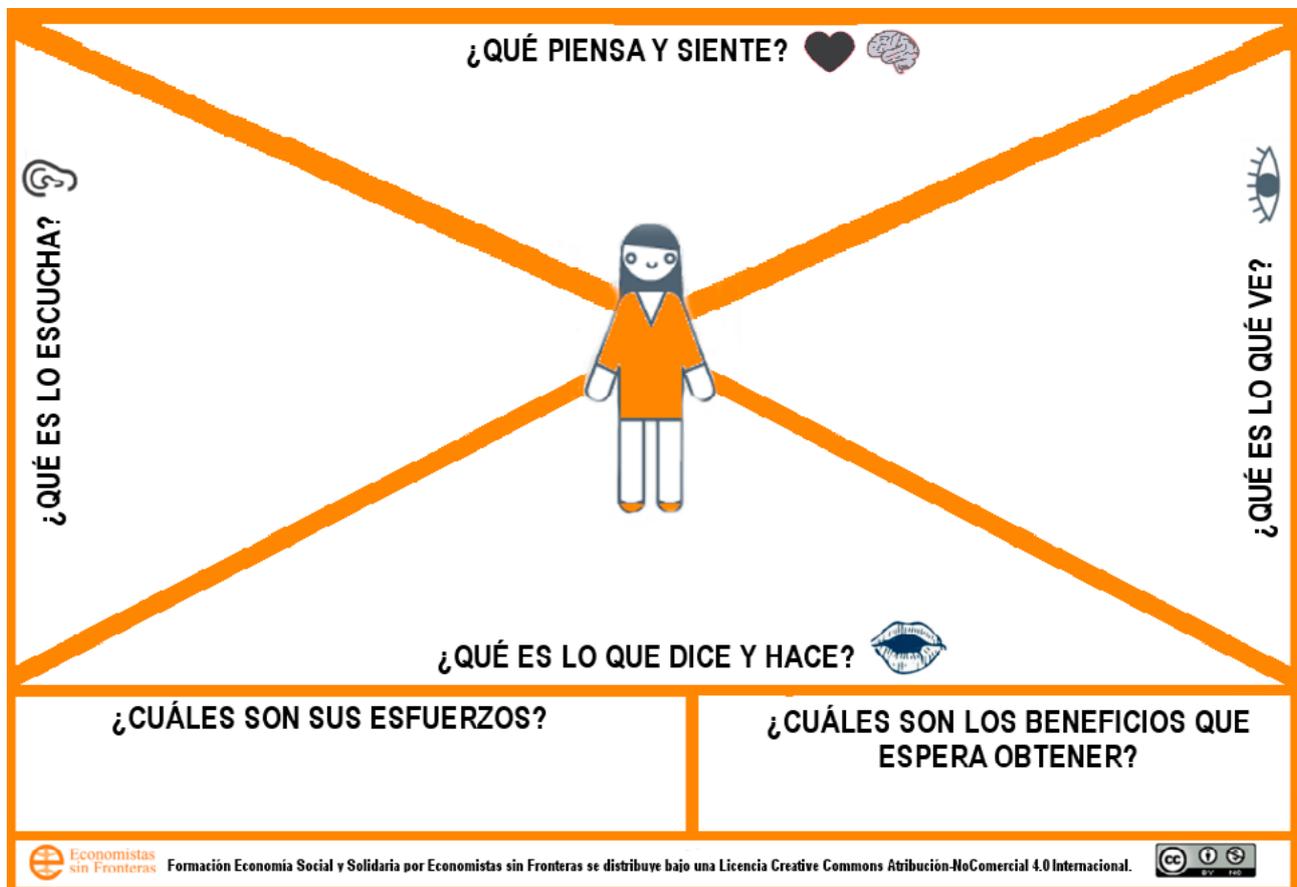
- A. Un grupo de personas ven la falta de espacios verdes en su barrio, por lo tanto deciden comenzar a pensar conformar una asociación para montar una plaza en un solar. Desean que este espacio tenga una huerta, actividades, juegos para peques, etc.
- B. Tres amigas inmigrantes, que tienen formación en cocina y una de ellas es especialista en comidas para personas alérgicas y celíacas, quieren comenzar un proyecto de restauración. Lo positivo es que todas viven en el mismo barrio, pero sólo cuentan con los recursos intelectuales (conocimientos de cocina). También a las tres les interesa que su proyecto tenga enfoque de género, porque una de ellas es familia mono parental y tiene una hija.
- C. Una banda de música que comenzó hace 5 años a tocar, tienen como próximo plan montar una sala de ensayo. El objetivo es dar en esta sala formación de música y de realización de instrumentos de música a personas con diversidad funcional de las asociaciones del barrio. También darán clases de guitarra y batería y alquilarán la sala a otras bandas de música. Sólo es una banda de música y no está conformada de ninguna forma legal.
- D. Una cooperativa de mujeres que se dedica a la agroecología, realiza huertos y formaciones relacionadas con estos temas, desea expandir su negocio y está investigando cómo hacerlo. Quiere comenzar a realizar talleres para familias, para asociaciones de barrios y escuelas. Esta cooperativa es parte del mercado social de su ciudad y trabaja con moneda social.
- E. Una asociación de personas migrantes, que realiza el reciclado textil y diseña ropa, que luego vende en el local que tiene en un mercado de abastos de su ciudad, está pensando cómo aumentar sus ingresos. Para ello han realizado una actividad de fin de semana en el mercado de abastos donde se localiza su tienda. Este evento ofrece: actividades de costura, comida típica para dar a conocer su cultura, contar lo que hace en la asociación y obras de teatro y otras más.
- F. Un grupo de mujeres y hombres, que se dedica a la estética (manicura, manos, peluquería, etc.) quiere montar un local. Se quieren dedicar a ofrecer estos servicios a las personas del barrio, tienen conocimiento de manejo de redes sociales y una de ellas ya ha tenido un local similar en su pueblo. También quieren sumarse al mercado social de su ciudad.

ANEXO III. EJEMPLO CANVAS

7-ALIANZAS <ul style="list-style-type: none"> • REAS Madrid/MES • Asociaciones barriales • Grupos de consumo • Huertos urbanos • Iniciativas similares • Entidades que se dediquen a la comunicación <p><i>Impacto social entidades socialmente responsables y concientizadas del cuidado del medioambiente</i></p>	5-ACTIVIDADES CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Comida apta para celíacos, alérgicos y ecológica • Reservas virtuales de mesas • Control y formación periódica de cocina libre de contaminación de alimentos <p><i>Enfoque de género: el horario de atención permitirá la conciliación.</i></p>	1-PROPUESTA DE VALOR ÚNICA <ul style="list-style-type: none"> • Menú diseñado desde los productos de estación y adaptados para personas alérgicas e intolerantes. • Espacio ambientado de forma sostenible (desde la ropa hasta el mobiliario) • Se podrá hacer reservas y solicitar pedidos vía web/app con 12 hs de anticipación • Oferta de catering a domicilio (con 72 hs de anticipación) <p><i>Impacto social: los productos y servicios son accesibles para personas alérgicas, celíacos e intolerantes. El local es accesible para personas con diversidad funcional</i></p>	3-RELACIÓN CON CUENTES (estrategia de comunicación) <p>Off line: Promociones a entidades del MES y personas sodixs, en eventos del sector de ESS</p> <p>On line: Web, Twitter, Facebook (del bar y del MES)</p> <p>Servicio personalizado en el bar (atención con conocimientos del menú, ventajitas, eficaz)</p> <p><i>Enfoque de género: se utilizará lenguaje inclusivo en la comunicación</i></p>	2-SEGMENTOS DE CUENTES <ul style="list-style-type: none"> • Personas del barrio XX • Interesadas en el medio ambiente y comida ecológica. <p>(Ejemplo: pertenecientes a asociaciones que participen en huertos urbanos)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas que trabajan dentro del sector de la ESS, que estén sensibilizadas con el consumo local y sostenibilidad, con la economía de lo local • Entidades de la ESS, que estén ubicadas en el centro de Madrid <p><i>Impacto social: personas con intolerancias, celíacos y alérgicas. Enfoque de género: se trabajará con asociaciones de mujeres</i></p>	6-RECURSOS CLAVE <ul style="list-style-type: none"> • Informático (desarrolladora web) • Trabajadoras formadas en cocina ecológica, celíaca y para alérgicos • Contratación de consultora especialista en higiene alimenticia. • Infraestructura <p><i>Impacto social software libre, cocina libre de TACC</i></p>	4-CANALES DE DISTRIBUCIÓN (punto de venta y logística) <p>Tienda online, tienda propia, entrega a domicilio.</p> <p><i>Impacto ambiental la entrega a domicilio será en bicicleta, entrega de la comida en paquetes reciclados (cajas y utensilios)</i></p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="869 1037 1369 1211">9- SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial)</th> <th data-bbox="869 237 1369 1037">8-ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="869 1646 1369 1830"> INVERSIÓN INICIAL ¿Qué necesito para comenzar mañana? Gastos de establecimiento Activo Fijo Activo circulante Recursos: licencias, fianza, mobiliario de 2 mano <i>Impacto social (costos sociales y medioambientales), se solicitará financiamiento a la banca ética, se adquirirá mobiliario ecológico, de 2 mano. Los productos necesarios para el proyecto pasarán por los criterios del balance social.</i> </td> <td data-bbox="869 237 1369 1646"> FINANCIACIÓN ¿Qué necesito para comenzar mañana? Propia: ahorros, Capitalización de desempleo Ajena: 3 F'S , COOPST, FIARE <i>Impacto social (beneficios sociales y medioambientales) los cuentas del bar estarán en la banca ética. Se apoyará a productores locales</i> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="869 1037 1369 1646"> GASTOS Pago de RRNH Pago de proveedores de alimentos y bebidas Pago de soporte web Pago de alquiler </td> <td data-bbox="869 237 1369 1037"> INGRESOS Venta de menú diario Alquiler del bar para actividades Servicio de catering (como recibiremos esos pagos) </td> </tr> </tbody> </table>	9- SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial)	8-ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial)	INVERSIÓN INICIAL ¿Qué necesito para comenzar mañana? Gastos de establecimiento Activo Fijo Activo circulante Recursos: licencias, fianza, mobiliario de 2 mano <i>Impacto social (costos sociales y medioambientales), se solicitará financiamiento a la banca ética, se adquirirá mobiliario ecológico, de 2 mano. Los productos necesarios para el proyecto pasarán por los criterios del balance social.</i>	FINANCIACIÓN ¿Qué necesito para comenzar mañana? Propia: ahorros, Capitalización de desempleo Ajena: 3 F'S , COOPST, FIARE <i>Impacto social (beneficios sociales y medioambientales) los cuentas del bar estarán en la banca ética. Se apoyará a productores locales</i>	GASTOS Pago de RRNH Pago de proveedores de alimentos y bebidas Pago de soporte web Pago de alquiler	INGRESOS Venta de menú diario Alquiler del bar para actividades Servicio de catering (como recibiremos esos pagos)
9- SALIDAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial)	8-ENTRADAS DE RECURSOS ECONÓMICOS (momento inicial)												
INVERSIÓN INICIAL ¿Qué necesito para comenzar mañana? Gastos de establecimiento Activo Fijo Activo circulante Recursos: licencias, fianza, mobiliario de 2 mano <i>Impacto social (costos sociales y medioambientales), se solicitará financiamiento a la banca ética, se adquirirá mobiliario ecológico, de 2 mano. Los productos necesarios para el proyecto pasarán por los criterios del balance social.</i>	FINANCIACIÓN ¿Qué necesito para comenzar mañana? Propia: ahorros, Capitalización de desempleo Ajena: 3 F'S , COOPST, FIARE <i>Impacto social (beneficios sociales y medioambientales) los cuentas del bar estarán en la banca ética. Se apoyará a productores locales</i>												
GASTOS Pago de RRNH Pago de proveedores de alimentos y bebidas Pago de soporte web Pago de alquiler	INGRESOS Venta de menú diario Alquiler del bar para actividades Servicio de catering (como recibiremos esos pagos)												

Fuente Economistas sin Fronteras

ANEXO IV. FICHA MAPA DE EMPATÍA



¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?  

¿QUÉ ES LO QUE OYE? 

¿QUÉ ES LO QUE VE? 

¿QUÉ ES LO QUE DICE Y HACE? 

¿CUÁLES SON SUS ESFUERZOS?

¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS QUE ESPERA OBTENER?

 Economistas sin Fronteras Formación Economía Social y Solidaria por Economistas sin Fronteras se distribuye bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional. 

Fuente *Economistas sin Fronteras*

ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL ALUMNADO

CENTRO EDUCATIVO:

CURSO:

CHICA

CHICO

FECHA:

PUNTÚA LOS SIGUIENTES ASPECTOS (valoración del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación y 5 la máxima)

Las actividades (lo que hemos hecho)	1	2	3	4	5
Los contenidos (sobre lo que hemos hablado)	1	2	3	4	5
La participación del grupo	1	2	3	4	5
Tu participación en las actividades y los grupos	1	2	3	4	5

¿Qué has aprendido?

.....

.....

.....

¿Qué es lo que más te ha gustado?

.....

.....

.....

¿Qué es lo que menos te ha gustado?

.....

.....

.....

¿Quieres decir algo más?

.....

.....

.....

Muchas gracias



ANEXO V. EVALUACIÓN PARA EL PROFESORADO DE LA SESIÓN FORMATIVA

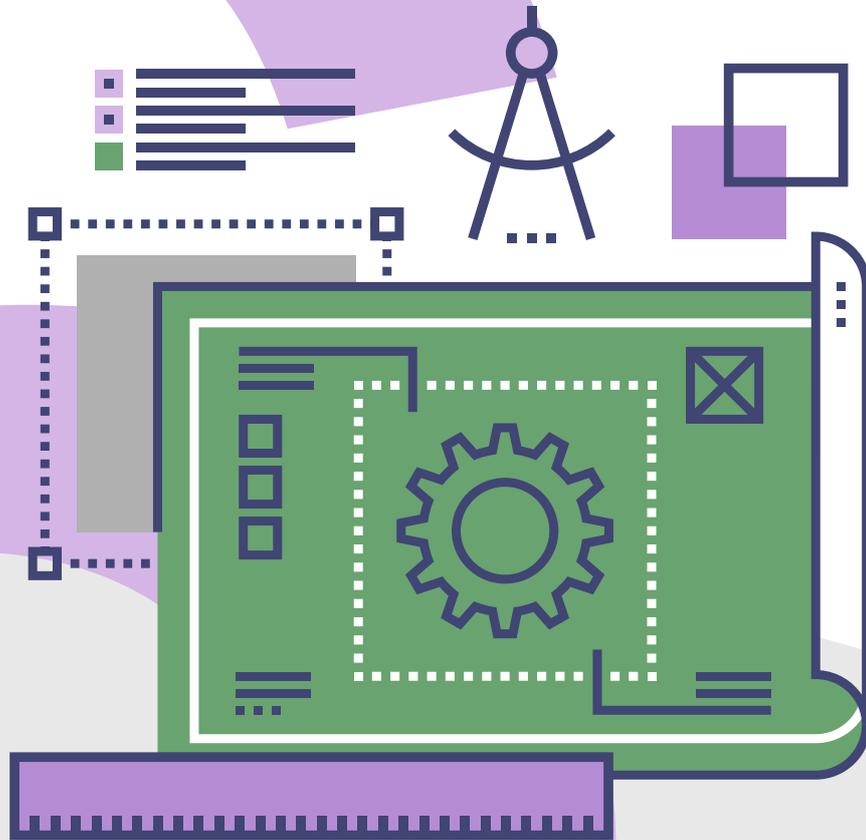
Queremos conocer su opinión sobre diferentes aspectos relacionados con el desarrollo del taller. Sus aportaciones nos permitirán ir mejorando en el diseño de las sesiones.

Centro educativo			
Distrito			
Sexo		Edad	
Función docente			
Asignatura/materia			
Curso		Grupo	
Nº de niñas		Nº de niños	
Nombre de la sesión realizada			
Fecha de realización de la sesión		/ /	

Puntúe los siguientes aspectos del 1 al 10, (siendo 1 la menor puntuación y 10 la máxima)

Grado de satisfacción con la sesión en general	
Los contenidos	
Las actividades	
La metodología propuesta	
Grado en que favorece la participación	
Grado de implicación del grupo en la sesión	
Facilidad para implementar la sesión propuesta	
Grado de aplicabilidad en su práctica docente	
Le gustaría ampliar su formación en este tema	
Señale los conocimientos más interesantes	

Muchas gracias



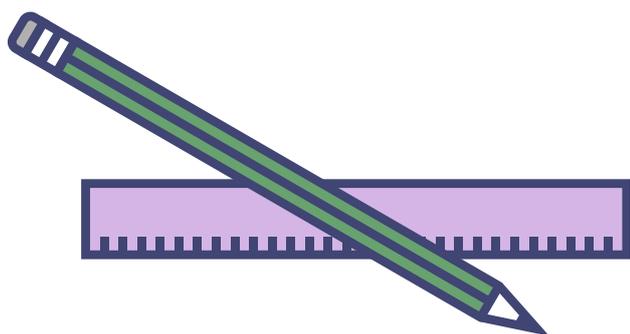
EVALUACIÓN DE LA GUÍA



Con el fin de valorar la practicidad y utilidad de la guía “La Economía Social y Solidaria en el Contexto Educativo”, así como su adecuación a la etapa evolutiva del alumnado, los contenidos y metodología utilizados, adjuntamos un cuestionario de evaluación dirigido a toda persona de la Comunidad Educativa que haya hecho uso de la misma.

Estos aspectos serán valorados cuantitativamente del 1 al 10. Siendo el 1 la mínima puntuación y 10 la máxima.

A su vez, se facilita dentro del cuestionario, una serie de apartados para valorar cualitativamente diferentes aspectos de la guía y hacer propuestas de mejora que nos permitan adecuarla en mayor grado a los objetivos y expectativas de la Comunidad Educativa, respecto a la transferencia de los principios de la Economía Social y Solidaria al contexto Educativo.





CUESTIONARIO EVALUACIÓN DE LA GUÍA

Queremos conocer su opinión sobre diferentes aspectos relacionados con la guía didáctica. Sus aportaciones nos permitirán ir mejorando en la revisión de la misma.

Centro educativo			
Distrito			
Sexo		Edad	
Función docente			
Asignatura/materia			
Curso		Grupo	
Nombre de la guía evaluada			
Fecha de realización del cuestionario		/ /	

Puntúe los siguientes aspectos del 1 al 10, (siendo 1 la menor puntuación y 10 la máxima)

Señale los conocimientos menos interesantes (los que suprimiría)

Observaciones

Muchas gracias

