



1.- De dónde venimos - ANTECEDENTES:

Nuestra zona es productora de patatas por excelencia, y nuestro pueblo, es una buena prueba de ello. Desde siempre, generación tras generación, habíamos cultivado patatas, pero a finales de los 90 la situación ya era insostenible, nos veíamos obligados a producir mucho, con una inversión por campaña muy elevada y cada vez más difícil de recuperar, para intentar poner en el mercado un producto a unos precios bajísimos en el mejor de los casos, porque en otras muchas ocasiones no tenían ni salida. Queríamos seguir viviendo de la agricultura, y veíamos en las producciones ecológicas posibilidades de futuro no exentas de miedos y riesgos, así que en el 2000 iniciamos la reconversión de nuestra tierra a ecológico. Nos sentíamos inseguros, dando un salto al vacío, pero algo acompañados por técnicos y otros agricultores, y sobre todo empujados porque en la zona todavía había gente que había cultivado patatas antes de que existieran los pesticidas (curiosamente, pero no por casualidad, la gente del lugar los llama comúnmente sulfato o veneno), y sus técnicas de cultivo seguían vigentes. El tema de la comercialización también nos asustaba: a quién, cómo, dónde vender ...

2.- Donde estamos - CONTEXTO:

Vivimos y trabajamos en Lastras de Cuéllar (Segovia), cuyo último padrón de habitantes se cifra en 460, y se encuentra dentro de la Red Natura 2.000 por los siguientes espacios:

LIC – ES4160106 y ZEPA- ES4160048 – Lagunas de Cantalejo

LIC – ES4180070 – Riberas del Rio Cega.



Donde actualmente cultivamos 35 Ha. en ecológico y hemos construido las instalaciones de Ecománjar para la conservación, envasado y distribución de patata, legumbre seca y hortaliza de producción ecológica.

3.- Para qué y porque - OBJETIVOS:

- Poder **seguir viviendo de lo que producimos.**
- **Crear empleo femenino donde residimos**, evitando desplazamientos para ir a trabajar lo que facilita que nuestros hijos pudieran ir al colegio en el mismo pueblo para mejor calidad de vida de todos.
- **Revalorizar las producciones locales**, poniendo al alcance del consumidor producto ecológico certificado, como garantía de ser **el mas sano y saludable por no contener ningún tipo de residuo**, llevado a cabo con **técnicas que contribuyen a mantener los ecosistemas, a reducir la contaminación**, y a **fomentar la biodiversidad**, respetando los propios mecanismos de la naturaleza para el control de las plagas y enfermedades en los cultivos, y evitando la utilización de plaguicidas, herbicidas, abonos químicos, hormonas de crecimiento y antibióticos, así como la manipulación genética. Pero también **envasado en papel para facilitar el reciclado y sin utilizar agua en el proceso de limpieza (cepillado en seco).**
- Abarcar el máximo número de eslabones posibles desde la producción hasta el consumo, para podernos quedar con el valor añadido que se genera, vendiendo a distribuidores, industria transformadora, asociaciones de consumidores ecológicos, tiendas, hipermercados y particulares, de todas España, ya que el consumo ecológico está todavía poco generalizado y **no podemos ceñirnos solo a un tipo de cliente.**



- Crear **actividad económica**, y ayudar a aumentar el negocio de **empresas de la zona** (p.e.transportes).
- Satisfacer la **demanda de productos ecológicos**, para seguir e impulsar los avances de la sociedad hacia el **desarrollo sostenible** y la **conservación del entorno**.
- Crear **ilusiones y esperanzas de futuro**, plantear **interrogantes**, traspasar las **barreras** de lo que se ha hecho siempre, sacar del olvido y del anonimato a una más de tantas **zonas despobladas** de Castilla y León, introducir el término ecológico en las conversaciones de las gentes del lugar, y **fomentar su consumo** en el entorno.
- Demostrar que **producir en ecológico es una opción real de futuro en Castilla y León, ya que tiene un gran potencial ecológico**, a pesar de ser una de las comunidades donde está menos generalizada tanto la producción como el consumo.

4.- Cuando - CRONOLOGIA:

2000 – Iniciamos la reconversión a ecológico de nuestras tierras.

2001 a 2004 – Nos formamos, visitamos ferias y experiencias, pensamos ...Empezamos a vender garbanzos y trigo de producción ecológica en graneles.

2005 – Empezamos a vender patatas ecológicas a granel alquilando instalaciones de frio para su conservación en otro pueblo. El proyecto de Ecomanjar obtiene los primeros premios, constituimos la sociedad y compramos el terreno donde construir las instalaciones.

2006 – Conseguimos vender toda la producción en ecológico y solicitamos a la Consejería de Agricultura ayudas para la inversión de nuestras propias instalaciones.



2007 – Registramos nuestra propia marca y hacemos nuestra primera web.

2008 – Construimos las instalaciones de conservación y envasado. Ya se puede ver nuestra web.

Sacamos al mercado la bolsa de papel con ventana para patatas.

2009 – Diseñamos un envase (caja de cartón con ventana de plástico cosida en hilo de algodón) propio para nuestro garbanzo ecológico. Obtenemos el 1er premio nacional a la innovación en agricultura ecológica.

2010 – Empezamos a comercializar ajos (en mallas y butis) y puerro de producción ecológica.

Reformamos nuestra web. Ponemos nuestro granito de arena para que las mujeres ocupen puestos de responsabilidad en las empresas del medio rural (actualmente el 51% del capital de Ecomanjar está en manos femeninas y también el cargo de administrador único) y creamos el primer puesto de trabajo. Empezamos a trabajar con discapacitados.

2011 – Preveemos transformar algún trabajador eventual en fijo, empezar a vender al exterior y aumentar la superficie sembrada en ecológico.

5.- Cómo – INVERSION:

Hemos invertido 260.000 € en un pueblo con unos 400 habitantes, sin apenas actividad económica y con un presupuesto municipal de 402.000 €. La inversión se inició el año 2.005 con la compra de los terrenos donde construir las instalaciones, que se llevaron a cabo el 2008 consistentes en una nave con cámara frigorífica y línea de envasado, a lo que hay que añadir en 2009 calibrador, cajones para la mejor conservación de las patatas y volcador para incorporarlas a la línea de envasado, y en 2010 el vallado de las mismas, la compra de una furgoneta y de una envasadora para ajos.

Toda esta inversión se ha llevado a cabo con fondos propios, financiación de entidades de crédito y las ayudas para industrias agrarias de la Consejería de Agricultura de la Junta de CyL.

6.- Qué – RESULTADOS:

En cuanto a la **viabilidad económica** del proyecto cabe resaltar que a pesar de los resultados negativos de 2008 debidos a la inversión, 2.009 ya dio resultados positivos, que se han visto mejorados en el primer trimestre de 2.010. Pero tampoco hay que olvidar la **viabilidad ecológica, y social del proyecto, que lo convierte en un ejemplo real de desarrollo sostenible.**

Con él comercializamos 100 Tn. de patatas, 4 Tn. de garbanzo, 5 Tn. de ajo y 20 Tn. de puerro, todo ello de producción ecológica; hemos consolidado el puesto de trabajo de agricultor, hemos creado un empleo fijo y damos empleo temporal para labores de siembra, desherbado y recolección.

7.- Que hacemos para innovar:

A) Cepillado en seco sin gastar agua. Al iniciar la actividad de envasado, nos propusimos como objetivo poner en el mercado patatas de producción ecológica, con la mejor presentación posible.

Se trataba por una parte de ser pioneros en satisfacer la demanda de los consumidores –cada vez mas exigentes- que quieren producto ecológico en las mismas condiciones de presentación que los productos convencionales, y por otra de llevar a cabo esta actividad con el mínimo coste ecológico.



La solución pasaba por cepillar las patatas para que perdieran la tierra y ganaran brillo en la piel, sin usar agua pues además de consumir este bien tanpreciado y escaso, la conservación de las patatas –después de lavarse con agua- empeora muy rápidamente.



En estas fotos pueden ver como nuestra línea de envasado tiene una cinta para subir las patatas al quitatierras (encima del cajón de madera), una cepilladora en seco (maquina azul con tubo para sacar el polvo) con rodillos y cepillo (negros y blanco en la foto de detalle) por entre los que pasan las patatas para limpiarse, y posterior mesa de destrío antes de llegar a la pesadora (verde).



B) Bolsas de papel con ventana para patatas.

La presentación del producto es un tema importante que no puede dejarse de lado, así como que el envase facilite el autoservicio en los establecimientos de venta. Envasar en bolsas de papel es, además de una tendencia actual, una buena forma de conservar las patatas ya que la oscuridad impide que se vuelvan verde. Aunque pocos, sabemos que otras empresas envasan patatas ecológicas en bolsas de papel, pero el hecho de que el consumidor no vea lo que hay dentro, dificulta su venta. Tuvimos que recurrir al



mercado internacional para encontrar lo que buscábamos: **bolsas de papel con ventana de rejilla de algodón, para que además de una buena presentación, conservar las patatas a oscuras, y facilitar el autoservicio, el consumidor pudiera ver lo que hay dentro**, como puede observarse en la foto adjunta, donde también puede apreciarse el brillo que obtenemos con el cepillado en seco. Para formatos superiores a 3 Kgs. también envasamos en mallas.

C) Caja de cartón con ventana para garbanzos.

Para los garbanzos queríamos un envase que se asociara a la bolsa de papel con ventana de las patatas, que se identificara como nuestro, que el consumidor pudiera apreciar el garbanzo, que se conservara bien (sin plástico en todo su interior para que pudiera respirar) y que tuviera un fácil manejo en el hogar (que no se volcara al abrirlo). Después de un año por fin conseguimos este diseño hecho especialmente para nosotros.



D) Dar pasos mas allá de la mera producción.

Tener en manos del productor, además de la producción, la conservación, el envasado y la distribución, era el objetivo principal que poco a poco vemos como se va cumpliendo. Lo cual nos parece de máxima importancia de cara a evitar intermediarios, crear valor añadido y controlar todo el proceso.



8.- Con quién – SINERGIAS Y REDES:

Investigación: En la campaña 2009-2010 hemos llevado a cabo con el ITACYL

http://www.itacyl.es/opencms_wf/opencms los Proyectos PEA: Cultivo ecológico de ajos blancos y morados. Año I, y Estudio de la conservación de variedades de patata en producción ecológica.

Formación: Este otoño empezaremos a colaborar con la SEO/BirdLife en su programa “Saborea Red natura” para divulgar entre los agricultores la importancia del cultivo en ecológico, y también colaboramos con el INEA <http://www.inea.uva.es/web/ppal/> para la divulgación entre sus alumnos de la agricultura ecológica.

Empleo: No podemos dejar de mentar en este apartado la enorme satisfacción que supone poder subcontratar la actividad de clasificación y selección del garbanzo a APADEFIM



http://www.fundacionpersonas.org/centros/apadefim_segovia/

[apadefim_segovia2.php](http://www.fundacionpersonas.org/centros/apadefim_segovia/apadefim_segovia2.php) , con lo que colaboramos y fomentamos la integración sociolaboral de las personas con discapacidad intelectual del medio rural y a la vez solucionamos el tema de la limpieza de los garbanzos (no perfecta a máquina).

Promoción: Fue en la Feria Fuentepelayo (diciembre 2009) cuando tuvimos por primera vez un stand propio, en el mercado ecológico de Valladolid (agosto 2010) cuando vendimos por primera vez en un mercadillo, y también expusimos en la Feria de la Biodiversidad de Segovia (agosto 2010) como forma de promocionar los productos ecológicos en los mercados locales. Aunque



también hemos colaborado con Excal <http://www.excal.es/es/home.html> para enviar nuestros productos para degustaciones en Inglaterra.

Venta: Si bien es cierto que la mayoría de nuestra producción sale de Castilla y León porque para poderla vender todo en ecológico hemos de servir a todo el Estado, y a diferentes tipos de clientes: distribuidores, industria transformadora (patatas fritas ecológicas), tiendas, supermercados, asociaciones de consumidores ecológicos, mercadillos y particulares. No es menos cierto que estamos viendo, con enorme satisfacción, como aumenta mucho la venta de garbanzo directamente en nuestro pueblo y en los colindantes, por lo que pensamos que la legumbre seca (preciada y de alto consumo en nuestra región) se está convirtiendo en una forma de introducir el consumo ecológico en nuestra tierra. Así mismo estamos introduciendo el resto de productos en tiendas de nuestra comunidad, gracias –en parte- a la utilización de redes de distribución ya implantadas por un grupo de consumo de productos ecológicos de aquí.

9.- Cómo lo contamos – COMUNICACIÓN:

Facilitamos la aparición en los medios de comunicación, como puede verse en el apartado de noticias de la nueva web de Ecomanjar que agradeceríamos visitaran

<http://www.ecomanjar.com/noticias.asp>

También valoramos positivamente como estrategia de comunicación visitar la mayoría de **ferias de productos ecológicos** que hay en España: Ecocultura (Zamora), Biocultura (Barcelona, Valencia y Madrid), Bioterra –(Irun), Fruit Attraction (Madrid); y por supuesto no faltar a la cita anual de Biofach en Nüremberg, para poder estar en contacto con la mayoría de operadores ecológicos.

Y pertenecer a las marcas de calidad “Alimentos de Segovia”

<http://www.dipsegovia.es/index.php/vercontenido/4855> y “Tierra de Sabor”

<http://www.tierradesabor.es/opencms/opencms/empresasproductos/index.html> también nos ha servido de escaparate para darnos a conocer.

Lo contamos así en el programa TIERRAS Y SABORES. El personaje a partir del minuto 23:10

<http://www.youtube.com/watch?v=Nt3c-aBf9gQ>



“No solo hay que ser ecológico en la producción, sino también en todo el proceso ... La agricultura ecológica genera un empleo diferente, permite a pequeñas empresas familiares desarrollarse ... Una empresa así en convencional sería imposible ...”



“Hay que ser un poco realista y razonar. A lo mejor hay que ser un poco romántico, imaginativo y arriesgado. Pero la sustancia de la vida está ahí ... no ?”