

## **INFORME DE ACTIVIDAD;**

**TÍTULO;** Taller sobre "Nuevas estrategias y herramientas de comunicación para el desarrollo de procesos agroecológicos"

**FECHA;** 13 de diciembre 2022

**PARTICIPANTES;** 25 personas la mayoría productoras/es y un pequeño grupo de consumidoras que apoyan en la comercialización y distribución.

### **INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS DEL EVENTO:**

Desde una mirada alternativa y transformadora, hablaremos sobre el papel que pueden jugar las redes sociales y las nuevas tecnologías en el desarrollo de nuestros proyectos agroecológicos y sobre todo en la distribución y comercialización de nuestros alimentos.

Redes Sociales, diseño de páginas Web, Marketing Digital, Social Media, Plataformas online. Que son y cómo nos pueden ayudar a mejorar nuestros circuitos cortos y la relación con las personas consumidoras.

Abordar las limitaciones que productores y productoras se encuentran a la hora de generar espacios digitales para darse a conocer, y para establecer nuevas formas para la distribución y comercialización de sus productos.

### **CONTENIDO DE LA ACTIVIDAD;**

La actividad tuvo lugar en las oficinas de EHNE - Ben Abadiño, y la convocatoria del evento se hizo a personas campesinas que tienen alguna relación con EHNE-B, que son de la zona o que forman parte de la Escuela de Agroecología feminista.

La jornada se dividió en dos partes, una primera parte más teórica y de intercambio de experiencias y dialogo con el ponente y una segunda práctica para la puesta en marcha de una tienda online. El ponente fue Dabid Zelaia, que es diseñador gráfico, elaborador de páginas web, dinamizador del comedor escolar de la Escuela Allende Salazar en Gernika, que son una de las experiencias en la autogestión por parte de los padres en la que se apuesta por productos agroecológicos de la zona para la elaboración de los alimentos de alumnos de primaria y secundaria de dicha escuela; <https://eskola.ehige.eus/es/gernika-jantokia-kudeatzen-duen-bigarre-ikastetxea/> , y apoya en la distribución de alimentos a productores agroecológicos de esa región. <https://baserritikgernikara.eus/> .

Y una segunda parte más práctica con la explicación en sí de la elaboración de una página web y su manejo (apartado 4)

1.- Eremu digitalaren erabilpenaren inguruko datuak / 1. Datos relativos al uso de las redes digitales

Cómo se puede ver la media de uso de las redes sociales es de 2 horas en el Estado Español, y no son solo promedios de jóvenes sino de todas las edades. Por eso la importancia del uso de estos medios, ya que se puede llegar a mucha gente y genera grandes oportunidades para acceder a otros mercados. La venta online no sólo es la compra sino la distribución que también tiene sus retos.

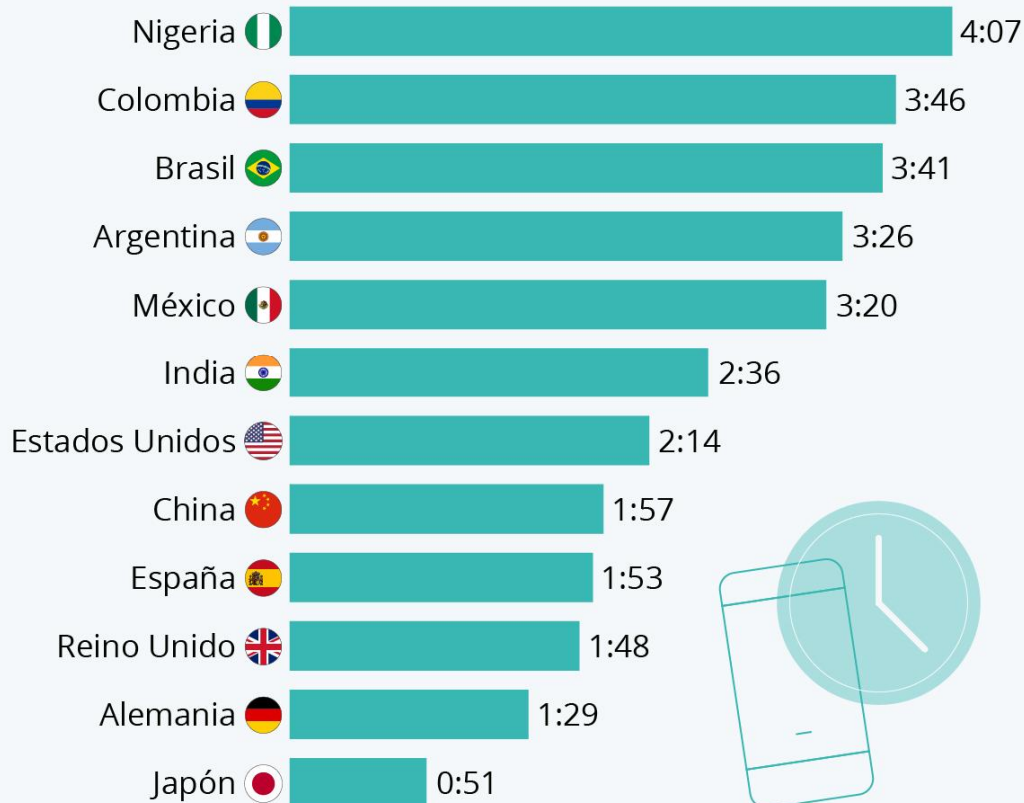
## Edad de usuarios en Redes Sociales



	13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
<b>facebook</b>	11%	28%	22%	18%	13%	5%	3%
<b>twitter</b>	4%	14%	30%	26%	17%	7%	2%
<b>beBee</b>	0%	24%	38%	23%	11%	3%	1%
<b>LinkedIn</b>	0%	17%	31%	24%	16%	8%	4%
<b>Instagram</b>	2%	22%	26%	20%	15%	11%	3%
<b>Pinterest</b>	3%	6%	28%	28%	25%	8%	2%
<b>snaphat</b>	7%	39%	25%	13%	9%	6%	1%

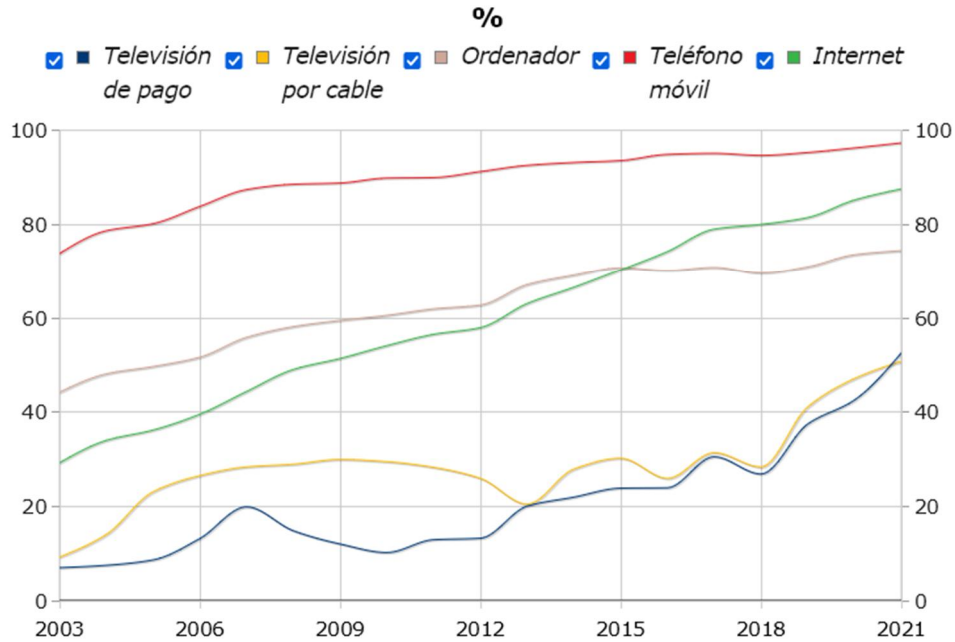
## ¿Cuánto tiempo pasamos en redes sociales?

Tiempo medio de uso diario de redes sociales en 2021, en países seleccionados (en horas y minutos)

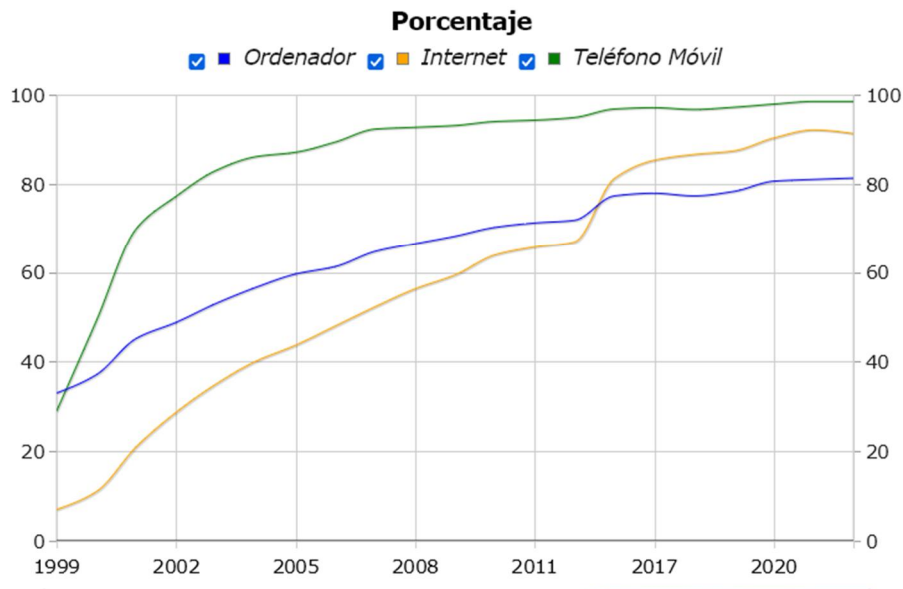


Más de 900.000 usuarios de internet (16-64 años) encuestados en 47 mercados.  
Fuente: Global Web Index vía DataReportal

## Familias de la C.A. de Euskadi por equipamientos TIC de la vivienda

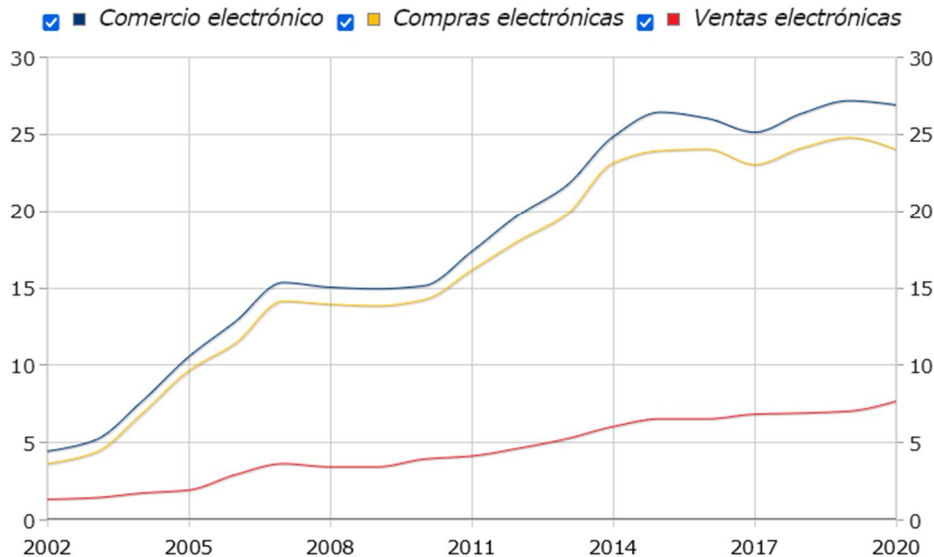


## Población de 15 y más años de la C.A. de Euskadi por acceso a equipamientos TIC en el hogar



## Comercio electrónico en los establecimientos de la C. A. de Euskadi

### Porcentaje



Es importante de ver que en Euskadi, hay porcentajes de venta muy bajos, pero en cambio las compras en internet son muy altas. Esto tiene que ver con las grandes cadenas de distribución como Amazon y otros grandes centros comerciales.

## 2.- Eremu digital ezberdinen aurkezpena/ 2. Presentación de los diferentes campos digitales ó redes

- **Verticales**, son aquellas que giran alrededor de una temática o a un determinado tipo de contenido común a todas las personas usuarias.
  - Fotos: Flickr, Picasa, etc.
  - Vídeos: YouTube, Vimeo, Qik, Blip.tv, etc.
  - Música: Blip.fm, Last.fm, Spotify, etc.
  - Libros: aNobii, Librofilia, etc.
  - Presentaciones o documentos: Slideshare, Scribd, etc.
  - Marcadores sociales: Delicious, Menéame, AupaTu, etc.
- **Horizontales**, son las redes de contactos en las que se comparte todo tipo de contenido:
  - Redes de contactos: Facebook, Tuenti, Myspace, etc.
  - Profesionales: LinkedIn, Xing, etc.
  - Microblogging: Twitter, Tumblr, Posterous, Plurk, Picotea, etc.

Las redes sociales se pueden ayudar a traer a nuestras tiendas online los consumidores. Como productores y productoras tenemos limitaciones en llegar todos los espacios, pero los ecosistemas online funcionan así. Como productores tenemos los grandes desafíos que en la venta en mercados nos

regatean los precios, algo que no hacen en las grandes superficies. Con las ventas online y el uso de redes sociales nos ayuda a que las personas valoren de otras formas los productos.

3.- Merkaturatze adibide zehatzak /3. Ejemplos concretos de páginas de comercialización

<https://www.ekoalde.org/es>

<https://ekolurra.eus/merkaturatze-sarea/>

<https://supermercado.eroski.es/es/supermercado/2059698-frescos/2059710-verduras-y-hortalizas/>

<https://www.munagorriharategia.com/es/4-carniceria>

<https://mañe.eus/tienda>

<https://goierrikoazoka.eus/azoka/>

Algunas páginas son más complejas y exigen hacerte socio. Existen páginas web, una herramienta logística como Ekolurra donde puedes utilizarla pero debes tener ya un grupo de consumo. Buscando sinergia entre varios productores agroecológicos. Muchas de ellas cuentan con opciones logísticas, que ayudan en la distribución y en el pago.

Lo importante de estos procesos es que también nos podamos articular entre varios productores/as, de generar una red que pueda a su vez fortalecernos a nosotros/As y contar siempre con la variedad y cantidad de productos que ponemos a disposición en la página.

4.- On line denda baten barne funtzionamendua eta praktika /4. Funcionamiento y práctica interna de una tienda online

Es también una página educativa de que se produce en nuestra zona, acercando al consumidor o a estudiantes a la realidad de los productores y productoras agroecológicas, a los ciclos de producción por temporada, etc.

En nuestro caso nos interesa hacer comunidad, por lo que las personas que entran a la página se pide que se hagan socias para poder mandar información, recordatorios, etc.

Sí se apuesta a tener la red, debes tener diversidad, dedicar la producción a esto porque mucha gente prefiere seguir en mercados presenciales o en grupos de consumo. Para personas que ya están agrupadas, con tienda física es muy recomendable tener una tienda online.

Existen subvenciones y apoyos para la digitalización a productores/as, en los grupos de desarrollo local ó rural.

La organización y el trabajo alrededor de la distribución debe ser sostenible, aunque tenga una parte de activismo lo importante es tener un diseño que permita dar un aporte económico a las personas que se dediquen a hacerlo.

Otro tema importante es tener actualizado el stock de aquellos productos que no se producen en grandes cantidades ó son temporales.

Se hace un ejemplo práctico de trabajo sobre la página <https://www.baseritikgernikara.eus>.

Formador:

### **Resultados/ Hallazgos:**

- Se generó mucho interés en productoras/es que ya están organizados, con tiendas presenciales ó grupos de consumo.
- Se resolvieron dudas y se rompió con los miedos del uso de plataformas online.
- Fue una actividad muy práctica en la que se dieron discusiones importantes sobre la importancia de la organización entre productores y la apuesta por nuevos modelos de distribución y comercialización.

### **Próximos pasos;**

Se participó en unas jornadas organizadas por la ONGD Justicia Alimentaria global el día 17 de diciembre, "Creando Herramientas para la transición Alimentaria", donde se participó sobre las propuestas de organización para la distribución y comercialización en las propuestas de nuevos sistemas alimentarios.

[Anexo Agenda Actividad GOZO.](#)

Dado el interés generado, y la apuesta por generar espacios de trabajo con mujeres campesinas en los que se aborden problemáticas como la brecha digital y las limitaciones del uso de medios digitales se realizarán en el próximo año formaciones sobre esta temática.

A lo interno del Ehne Bizkaia se cuenta con una persona responsable, experta en diseño gráfico y páginas web que podrá seguir asesorando a productores/as.

<http://www.ehnebizkaia.eus/noticias/taller-sobre-nuevas-estrategias-y-herramientas-de-comunicacion-y-comercializacion-para-el-desarrollo-de-procesos-agroecologicos/>

**Fotos:**





