

# UNIVERSIDAD AGROECOLÓGICA

*Apostando por Sistemas Agroalimentarios Locales en la  
Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)*

---

¿Qué vas a encontrar aquí?

**SISTEMATIZACIÓN DE UN PROCESO PARTICIPATIVO  
PARA EL FOMENTO DEL CONSUMO AGROECOLÓGICO  
EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO**

---

## Nace un nuevo mercado agroecológico

**EL ENJAMBRE SIN REINA**

[El Enjambre sin Reina](#) somos un colectivo que trabajamos en sensibilización, investigación, participación, educación y acción en el ámbito ambiental. Desde 2019 desarrollamos un Programa sobre [Alimentación Sostenible y Salud](#) en varias universidades andaluzas, entre las que se incluye la Universidad Pablo de Olavide (UPO) en Sevilla.

Durante el curso 2022/23 llevamos a cabo el proyecto "Por el Derecho a la Alimentación Sostenible y Salud: articulando saberes y experiencias hacia la relocalización de sistemas agroalimentarios desde la comunidad universitaria", cofinanciado por la Agencia Andaluza de Cooperación Internacional al Desarrollo (AACID).

El objetivo de dicho proyecto es "Fomentar sistemas agroalimentarios locales, poniendo en diálogo a universidades y experiencias agroecológicas, con la Soberanía Alimentaria y Agroecología como modelos de desarrollo sostenible en el Norte-Sur, el enfoque de los DDHH y la perspectiva de género".



En la fase de diagnóstico realizada al inicio, desde la UPO se mostró el interés de fomentar el consumo de productos agroecológicos en la propia Universidad. Por ello planteamos como actuación dentro del mismo "la investigación, organización y sistematización de un proceso para la creación de grupos de consumo en la UPO".

Bajo esa actuación se inicia el proceso por el cual se llega a la creación e instauración del Mercado Agroecológico "La Ilustración", cuyo desarrollo e implementación se describe y protocoliza en el presente documento, para facilitar su replicación en otras universidades.



Reunión con CEI-Cambio y la Delegación del Rector para el Campus Sostenible. Septiembre 2022

## Cómo dar los primeros pasos

### ESCUCHAR, PROPONER Y CONSENSUAR

Las Universidades son entidades administrativamente complejas por naturaleza. Hay muchas estructuras y actores diferentes, por lo que para poner en marcha cualquier iniciativa es necesario conocer cómo funcionan. Y más importante y necesario todavía es contar con alianzas y sinergias dentro de la misma Universidad.

En nuestro caso contamos con la experiencia previa de haber estudiado en la UPO y, posteriormente, haber desarrollado numerosos proyectos profesionales con nuestro colectivo en ella y otras universidades.

A raíz de los proyectos previos y el diagnóstico del actual, ya teníamos establecidos los contactos con diferentes actores de su entramado burocrático y administrativo.

## *Paso 1: coordinarse con los diferentes ámbitos de la Universidad*

Iniciamos este proyecto en colaboración con La [Delegación del Rector para el Campus Sostenible](#) de la Universidad Pablo de Olavide, el [CEI Cambio](#) y el Vicerrectorado de Campus Saludable y Deporte. Mediante reuniones presenciales y virtuales, iniciamos el proceso para pensar conjuntamente los pasos necesarios para poner en marcha esta actuación.

Para comenzar nos facilitaron los contactos de las personas que forman parte de las diferentes iniciativas de consumo de productos agroecológicos existentes dentro de la UPO. Realizamos entrevistas telefónicas en las que recabamos información sobre sus motivaciones, el número de personas que las integraban, la frecuencia de consumo, quién les suministraba los alimentos y la metodología de reparto que seguían.



# Conocer a los diferentes actores implicados

## ¿QUÉ SE ESTABA HACIENDO EN LA UPO?

Al realizar la prospección de iniciativas agroecológicas en la UPO encontramos que ya existían, desde hacía algún tiempo, varios grupos de consumo promovidos de manera autogestionada desde la propia comunidad universitaria. Las iniciativas detectadas fueron las siguientes:

- Grupo de Consumo de La Verde: semanalmente hacen un pedido a La Verde SCA de Villamartín, que les lleva los productos a un despacho donde pasan a recogerlos. También se abastecen regularmente de carne ecológica de Riscos Altos, y de huevos y miel de otros productores.
- Grupo de Consumo Tito Fernando: pedido semanal al productor Verduras IG de Villanueva del Ariscal que reparte con su furgoneta entre sus consumidores.
- Grupo de consumo del Instituto de la Grasa: pedidos semanales de cestas de verduras suministradas por Bioalverde, un proyecto de producción agroecológica e integración social de Caritas ubicado en Montequinto.

Justo comenzaba en ese momento, otoño de 2022, una nueva iniciativa promovida por el Vicerrectorado de Campus Saludable y Deporte para proporcionar Cestas Ecológicas a la Comunidad Universitaria de la UPO por parte de Bioalverde. Acudimos a la rueda de prensa de presentación de dicha iniciativa, donde concretamos una reunión para conocernos mutuamente y ver posibles líneas de colaboración.

También realizamos visitas a La Verde y Verduras IG para conocerlos personalmente y conocer su forma de organización y producción, así como su opinión ante la posibilidad de crear otro grupo de consumo u otras iniciativas, y si desearían participar.

Ante este amplio panorama de iniciativas existentes en la UPO, nos planteamos cuál sería la manera más efectiva de contribuir a fomentar el consumo agroecológico.



Visita a La Verde con la UPO

## Paso 2: Investigar iniciativas de consumo en la Universidad objetivo



Presentación del proyecto de Cestas Ecológicas de Bioalverde en la UPO. Septiembre 2022

# Aprender de otras Universidades

## BUSCAR EXPERIENCIAS SIMILARES

Aunque desde El Enjambre sin Reina llevamos varios años organizando mercados agroecológicos puntuales en la Universidad de Sevilla, nos interesaba conocer iniciativas consolidadas en otras Universidades para aprender de ellas, especialmente de su forma de organización a nivel práctico.

Tras una pequeña prospección virtual, localizamos dos experiencias en marcha de características similares a la que queríamos desarrollar. El Grupo de Consumo del [Espacio solidario de la Fundación APADUAM](#) en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y el [Mercat Agroecològic](#) de la Universidad Politècnica de Valencia (UPV).

Contactamos con ambos proyectos para conocer su experiencia y aprender de sus aciertos y errores. Lo que nos transmitieron fue que el ámbito universitario es, a priori, muy propicio para crear iniciativas de Grupos de Consumo, pero luego en la práctica cotidiana este formato no tiene una respuesta masiva por la necesidad de un grado de implicación y compromiso que es muy difícil de mantener en el tiempo.



Web del Mercat de la UPV

## Paso 3: prospección de iniciativas existentes en realidades similares

Concretamente el caso de la UPV comenzó como un Grupo de Consumo durante varios años, compuesto por unas 20 personas muy concienciadas y comprometidas. Pero al querer llegar a más cantidad de personas, pues su planteamiento inicial era extender el consumo agroecológico entre la comunidad universitaria, decidieron transformarlo en un Mercadillo Agroecológico semanal, que llega a mucha más gente.

A partir de este momento empezamos a plantearnos que para conseguir llegar a la comunidad universitaria era fundamental acertar en la forma de organización. ¿Para qué promover un tipo de organización de consumo que nos estaban diciendo que estaba predestinada al fracaso?

Aparte de hablar por teléfono y mail, invitamos a las personas coordinadoras de ambos proyectos a participar en Mundo Sostenible, el programa sobre sostenibilidad y medio ambiente de Radiolavide, la radio universitaria de la UPO, para que dieran a conocer de primera mano sus experiencias a la comunidad universitaria.



Tienda virtual de la UAM



# Preguntar a la Comunidad Universitaria

## RECOPILAR DATOS PARA PLANIFICAR

La población universitaria es muy heterogénea y diversa. Pese a que a priori se podría pensar que es una población sensibilizada e implicada en las cuestiones de relevancia socioambiental y transformadora como puede ser la participación en el consumo de productos agroecológicos, la realidad es que se trata de un colectivo en general reticente a la hora de adquirir un compromiso de activismo fuerte y duradero.

Ante esta posibilidad, decidimos realizar un [cuestionario](#) en el que preguntar a la comunidad universitaria de la UPO cuál sería la forma de participación que les resultaría más atractiva, así como el grado de implicación que asumirían. Dicho cuestionario fue enviado desde el correo electrónico de la Delegación del rector para el Campus Sostenible a toda la comunidad universitaria, la cual constituía una población destinataria en el curso académico 2020/21 de 18.295 personas.

## *Paso 4: conocer la opinión de las personas destinatarias*



Programa Mundo Sostenible de Radiolavide. Noviembre 2022

Participamos en Radiolavide en el programa de diciembre de [Mundo Sostenible](#), que dedicó un monográfico a nuestro proyecto "Alimentación Sostenible y Salud". Aprovechamos para introducir la consulta agroecológica en dicho programa, anunciando sus objetivos y fechas, con la esperanza de animar a participar a la comunidad.

Además entrevistamos en directo a las iniciativas de Madrid y Valencia con la intención de introducir la idea de organizar algún tipo de iniciativa similar en la UPO.



## CONSULTA AGROECOLÓGICA A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

La Delegación del Rector para el Campus Sostenible de la Universidad Pablo de Olavide, el CEI Cambio y el Rectorado de Campus Saludable y Deporte participan en el proyecto "Alimentación Sostenible y Salud". Este es un proyecto financiado por la Agencia Andaluza de Cooperación al Desarrollo que está gestionado por la asociación El Enjambre Sin Reina.

El proyecto Alimentación Sostenible y Salud tiene como objetivo fomentar sistemas agroalimentarios locales que permitan un alto nivel de bienestar y salud para las personas, desde el análisis de la Soberanía Alimentaria y Agroecología como modelos de desarrollo sostenible en el Norte-Sur. Así como preservar el derecho a la alimentación sostenible y la salud, construyendo un modelo de desarrollo local y sostenible a través del análisis del sistema agroalimentario, entre la comunidad universitaria y la sociedad civil.

Entre las acciones para alcanzar los objetivos del proyecto se lanza esta consulta a la comunidad universitaria de la UPO. Sabemos que existen varias iniciativas en el campus que acercan productos agroecológicos, locales y de temporada hasta la Universidad, y queremos mapearlas todas. Tanto si formas parte de una

*Cuestionario on-line a la comunidad universitaria*

## CONCLUSIONES OBTENIDAS DE LA CONSULTA A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

El formulario elaborado para la consulta estuvo abierto a recibir respuestas entre el 21 de noviembre y el 29 de diciembre de 2022. En dicho periodo se recopilaron un total de 100 respuestas. El volumen de respuestas recibidas nos permitió obtener conclusiones relevantes para la información que buscamos. La primera y más inmediata es que frente a más de 18.000 correos electrónicos enviados se reciban 100 cuestionarios nos indica que el grado de respuestas es del 0,56%.

Las causas de esta baja tasa de respuestas pueden ser varias: que la comunidad universitaria no está interesada en la propuesta, que reciben muchos correos masivos, que el esfuerzo requerido para contestar a un cuestionario es excesivo, que no disponen de tiempo para dedicar a algo diferente a sus propias obligaciones o una combinación de todas ellas.

También se puede suponer que la gente que ha respondido es significativa del perfil social que puede estar interesada en consumir productos agroecológicos, y que por lo tanto las respuestas obtenidas serán de gran utilidad.



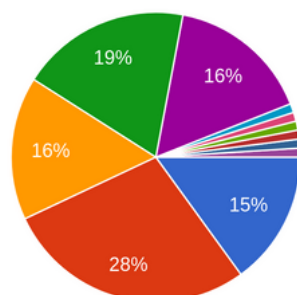
Frente a una población destinataria de más de 18.000 personas que tan solo 17 se comprometían a participar en un Grupo de Consumo, respondiendo a un formulario on-line lo cual a priori tampoco supone nada, nos reafirmó en la idea de lo que podría suceder si promovíamos un grupo de consumo estable en la UPO: posiblemente fuese un esfuerzo en vano condenado al fracaso.

La población destinataria principal de cualquier iniciativa de este tipo lo constituirían el Personal Docente e Investigador (PDI) y el Personal de Administración y Servicios (PAS), personas que cuenten con un trabajo remunerado más o menos estable y que se hagan cargo de suministrar alimentos a sus casas de manera regular, con una cierta conciencia ecológica previa y que se preocupen de la salud relacionada con la alimentación. El estudiantado podría estar interesado en consumir más puntualmente y en pequeñas cantidades.

La comodidad a la hora de realizar la compra y la ausencia de compromiso, son las características principales de la población destinataria. La opción de encontrarse con un mercado agroecológico y comprar lo que les apetezca al verlo, resultó ser la opción más realista desde la perspectiva de la población universitaria.

¿Qué fórmula organizativa te parece más adecuada a tus necesidades? (cómo te gustaría acceder a los productos agroecológicos en el campus)

100 respuestas



- Productos agroecológicos en las cafete...
- Mercadillo en la UPO: celebración per...
- Grupo de whatsapp: recibir la informa...
- Página web: elegir los productos on-li...
- Cesta ecológica: recogida semanal o...
- Todas las opciones son interesantes
- Combinaría mercadillo en la UPO con...
- Creo que los sistemas de arriba no so...



*Productora agroecológica en su finca*

## Preguntar a las Personas Productoras

### ORGANIZAR A PARTIR DE SUS NECESIDADES REALES

---

Ya con la idea en nuestras cabezas de organizar un Ecomercado, se diseñó un [cuestionario](#) dirigido a recabar información práctica entre las personas productoras y distribuidoras para conocer su interés en participar en dicho mercadillo agroecológico en la UPO, sus necesidades y preferencias relativas a la organización.

---

### *Paso 5: conocer la opinión de quienes producen y venden*

---

Se le mandó por mail a todas las personas productoras que se encuentran en el entorno cercano de la UPO. También se le envió a aquellas que ya suministran productos a los grupos de consumo preexistentes, aunque se localizasen más lejos, con la intención de facilitar las sinergias entre los proyectos consolidados y este nuevo proyecto.

Con la información recabada pudimos comenzar a concretar algunos aspectos cómo por ejemplo el tipo de productos que se ofrecerían, las necesidades propias de cada puesto, como electricidad o refrigeración, o los días de la semana más apropiados para facilitarles la asistencia.

Además de productores y productoras, también le mandamos el cuestionario a personas que organizan ecomercados de manera regular en Sevilla y alrededores. La idea era contar con su opinión como expertas en la organización de este tipo de mercados, pero la sinergia que se creó fue superior a la esperada.



# Colaborar con iniciativas que organicen experiencias similares

## LA UNIÓN HACE LA FUERZA

---

Contactamos con el colectivo [Tomatomate la Vega](#), que lleva organizando un ecomercado en La Rinconada desde hace varios años, para plantearles la posibilidad de colaborar en nuestro proyecto. Su conocimiento de la realidad de este tipo de eventos, las personas productoras, así como de las necesidades concretas para ponerlo en marcha, ha sido fundamental para facilitar el proceso y llevarlo a buen término.

A partir de aquí establecimos un proceso de coordinación permanente a través de reuniones presenciales y virtuales entre la Universidad, Tomatomate y el Enjambre sin Reina.



*Unir experiencias y saberes para facilitar los procesos*

Tomatomate cogió las riendas a nivel de planificación y organización práctica del ecomercado. El CEI-Cambio y la Delegación del Rector para el Campus Sostenible se encargaron de la gestión con la Universidad. Y desde El Enjambre sin Reina nos encargamos del seguimiento y coordinación general, el diseño de materiales y la financiación de las diferentes necesidades materiales que iban generándose.

---

## *Paso 6: contar con colectivos que promuevan ecomercados locales*

---

Comenzamos a planificar los aspectos concretos del ecomercado en base a las necesidades más específicas. Lo primero fue encontrar una ubicación que reuniese las mejores condiciones posibles, las cuales eran:

- Cercanía a un Parking para la descarga y transporte de los productos.
- Que fuese lugar de paso para facilitar el encuentro con el público destinatario.
- Disponibilidad de sombra para evitar la utilización de carpas.
- Disponibilidad de tomas de corriente eléctrica.



Vista general de la UPO

## Nombrar antes de nacer

### UBICACIÓN Y NOMBRE

Realizamos una visita colectiva a la UPO con Tomatmate y CEI-Cambio para analizar las ventajas e inconvenientes de las diferentes ubicaciones posibles, pero también para inspirarnos en la búsqueda de un nombre para el Mercado que estábamos gestando.

El nombre resulta crucial para darle personalidad propia, así como para vincularlo con la Universidad, pero sobre todo es el pistoletazo de salida en el diseño de materiales y la campaña de difusión previa.

Lo que hicimos fue buscar nombres relacionados con la filosofía de la UPO. Realizamos una lluvia de ideas de la cual surgió un listado de posibilidades. Dicho listado lo compartimos con los agentes implicados, dándole prioridad a la opinión de las diferentes instancias de la UPO. Finalmente la propuesta más valorada fue Mercado Agroecológico "La Ilustración", conocida en familia como "La Ilu", que hace referencia al espacio dónde se desarrolla el mercado, el pasaje de la Ilustración y al momento histórico de Pablo de Olavide.

Respecto a la ubicación elegimos el pasillo central de la UPO, por reunir las necesidades concretas que desde Tomatmate se consideraban más importantes, como son la cercanía a un lugar de descarga, que contase con sombra de manera natural para evitar la necesidad de instalar carpas, la disponibilidad de puntos de luz y que fuese un lugar de paso para facilitar el encuentro "espontáneo" con potenciales consumidores.

## Paso 7: Aterrizar en lo concreto

Con la ubicación decidida ya pudimos comenzar a diseñar sobre plano las rutas de acceso, puntos de descarga y aparcamiento, y la localización de los diferentes puestos en función de sus necesidades.



Tomatmate realizó un [informe](#) en el que se analizaban las diferentes características de cada una de las posibles ubicaciones. Asimismo comenzamos a realizar una aproximación de horarios, teniendo en cuenta aspectos como los atascos en las carreteras de acceso a las UPO, los momentos de posibles afluencias de público o la hora de cierre del mercado.

# Crear una imagen

## DISEÑO, PERMISOS Y FECHAS

Consideramos que sería necesario tener una imagen que identificara la iniciativa, tanto virtualmente como físicamente en el propio Mercado. Valoramos diferentes opciones y al final pensamos que lo mejor sería tener un Roll-on desplegable, elemento visual, portátil y fácil de montar, para poner en un lugar visible en cada edición del mercado.

Contactamos con una diseñadora a la que le encargamos la elaboración de un logo y el diseño del Roll-on. El resultado fue la integración de los elementos conceptuales de la agroecología con los elementos visuales de la UPO y de la comunidad universitaria.



El proceso de diseño y selección de propuestas se realizó entre los colectivos implicados, pero antes de darle el visto bueno definitivo se consultó también con los diferentes estamentos de la Universidad.

Resulta fundamental hacerles partícipes de estos procesos para la aceptación final de toda la propuesta, pues si el nombre o la imagen utilizada no resultase de su agrado dificultaría enormemente la consecución de los objetivos.

Otra de las tareas llevadas a cabo desde la Delegación del Rector para el Campus Sostenible y CEI-Cambio fue solicitar los permisos a la UPO y coordinar con Tomatomate a los diferentes estamentos universitarios como seguridad o mantenimiento, para la utilización de los diferentes espacios y elementos, como corchos, mesas, puntos de luz y aparcamientos.

## *Paso 8: Ponerle colores a la iniciativa*



Roll-on de La Ilustración





Emisión de *Orbita Tomate* en Radio Rinconada

## Anunciar el nacimiento

### DIFUSIÓN DEL EVENTO

Cuando ya lo tuvimos todo preparado y organizado, los permisos concedidos, a las personas productoras confirmadas e informadas, y todo listo para el día planteado, comenzamos a difundir por todos los medios a nuestro alcance para animar a asistir a la comunidad universitaria de la UPO.

Desde El Enjambre sin Reina imprimimos carteles y los pegamos en el campus con la ayuda de la asociación ecologista universitaria PiensaUPO. Participamos en el programa de Radio Rinconada "[Orbita Tomate](#)" junto a Tomatomate y CEI-Cambio, que anunció una conexión especial en directo el día del ecomercado bajo el título de "Orbita Cherry"

Realizamos un mailing masivo a través del sistema interno de la UPO que llega a toda la comunidad universitaria y publicamos en las Redes Sociales del Enjambre Sin Reina, Tomatomate, CEI-Cambio y la UPO.

## Paso 9: Invitar a participar

NACE EL MERCADO AGROECOLÓGICO "LA ILUSTRACIÓN"

*El martes de la semana próxima tenemos un evento que nos ilusiona e ilumina a partes iguales. Lo hemos creado y alimentado en colaboración con TomaTomate y CEI Cambio derrochando cariño para que crezca sano y alegre, y la Asociación PiensaUPO nos está ayudando también para el día del parto. Tanto si formas parte de la comunidad de la Universidad Pablo de Olavide como si no, te invitamos a conocer el Mercado Agroecológico "La Ilustración". En sus 14 puestos encontrarás aceite, pan, carne, embutidos, quesos, cerveza, vino, dulces, chocolates, miel, verduras, papelería, textil, limpieza hogar, frutas, hortalizas, legumbres, harinas, frutos secos y muchos más productos sanos, de calidad y de cercanía. Sorteo EcoCesta al final del evento.*

*Un nuevo proyecto agroecológico comienza.*



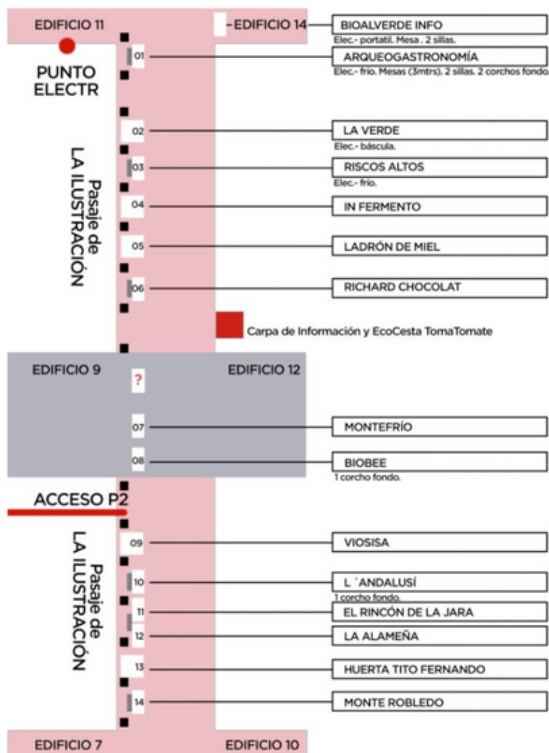


Mercado Agroecológico La Ilustración en la UPO. Marzo 2023

## El gran momento

### 3,2,1... ALIMENTACIÓN AGROECOLÓGICA!!!

Desde las 8 de la mañana estuvimos recibiendo a las 14 iniciativas que finalmente llegaron a participar de este nuevo Ecomercado. Llegaban, descargaban y montaban sus puestos con la ayuda de personal de la Delegación del Rector para el Campus Sostenible que les guiaban y apoyaban en lo que precisaran.



Mapa de ubicación de puestos

## Paso 10: Prueba piloto

Tomatomate había creado y gestionaba un grupo de WhatsApp con todas las iniciativas participantes. Igualmente teníamos otro grupo con Tomatomate, El Enjambre sin Reina, CEI-Cambio y dos estudiantes en prácticas del Grado de nutrición humana y dietética.

Una vez montado el Mercado y a medida que se acercaba la gente a comprar, a algunas personas se les realizaba una encuesta de opinión y se les regalaba una bolsa de tela. Se organizó una ecocesta con productos de todos los puestos. Por cada compra superior a 5€ se daba una papeleta que daba derecho a participar en el sorteo que se realizó al final de la mañana.

Desde El Enjambre sin Reina estuvimos grabando imágenes y sonido para realizar un [resumen audiovisual](#) de la experiencia. Desde Radio Rinconada llamaron para el especial "[Orbita Cherry](#)". Y el diario de la UPO también se hizo [eco de la iniciativa](#).



Equipo promotor de La Ilu. Marzo 2023



# Lecciones aprendidas

## INFORMACIONES DE INTERÉS

La primera edición del Mercado La Ilustración fue un éxito rotundo de asistencia y de ventas. Todo el mundo estaba muy contento y podemos decir con certeza que acertamos en el formato elegido para acercar los productos agroecológicos a las comunidad universitaria de la UPO.

De la información recopilada en las 168 encuestas realizadas se obtienen varios aprendizajes:

- Más de la mitad (51,8%) de las personas entrevistadas se encontraron con el Mercado al pasar, por lo que la ubicación elegida es primordial.
- Solo el 25% consumía este tipo de productos con frecuencia, así que llegamos a un público que mayoritariamente no suele buscarlos.
- El 52,7% era estudiantado, y el resto personal laboral, docente e investigador. No tenemos datos pero probablemente las compras realizadas por el estudiantado fuesen de menor envergadura económica.
- El 98% de las personas entrevistadas valoró la iniciativa como positiva o muy positiva.
- Respecto a la periodicidad del Mercado la opción más valorada con el 45% fue la mensual, frente a la semanal o quincenal.
- No todos los productos se venden igual, ni tienen el mismo público.
- Además de vender se hacen contactos y generan sinergias. Los productores que suministran cestas de manera regular incrementan sus pedidos.



2ª Edición de La Ilu. Abril 2023

Se realizó también una evaluación en el mismo Mercado a las personas productoras, para conocer su opinión sobre diferentes aspectos relativos a la organización y su grado de satisfacción. Las posibles respuestas eran negativo (N-), neutro (N) o positivo (P+).

- 1.- Valoración sobre la promoción y difusión del evento.
- 2.- Valoración sobre el espacio y la ubicación del ecomercado.
- 3.- Valoración sobre el interés de los consumidores por el ecomercado.
- 4.- Valoración sobre la organización del evento.
- 5.- Valoración sobre el sitio o lugar del puesto.
- 6.- Resultados comerciales del puesto.

### VALORACIONES PRODUCTORES (11 puestos)

VALORACIONES	N-	N	P+
PROMOCN	1	2	8
ESPACIO			11
CONSMDRS		1	10
ORGANZCON		1	10
L. PUESTO		3	8
RESULTADOS		1	10

### *Paso 11: evaluar para mejorar*





Productoras y productores de La Ilu. Abril 2023

## Continuidad del proyecto

DALE ALAS Y VOLARÁ

Se han realizado un total de 3 ediciones de La Ilustración durante los meses de marzo, abril y mayo, manteniendo la convocatoria el tercer martes de cada mes con la idea de crear una continuidad que facilite la asistencia.

A nivel de comunicación, en la primera edición se puso el foco en el nacimiento de la iniciativa, en la segunda edición se puso en las personas que venden, para promocionarlos y destacar su esfuerzo e importancia para el éxito de la iniciativa. En la tercera se focalizó en las personas que consumen, elaborando un [video](#) con las instrucciones para facilitar la compra en este tipo de mercados y reducir la huella ecológica en general.

## Paso 12: Promover la autonomía e independencia del mercado

La sinergia surgida entre Tomatome, la Delegación del Rector para el Campus Sostenible y CEI-Cambio ha resultado fundamental para el buen desarrollo del desarrollo y nacimiento de "La Ilustración".

Llegados a este punto desde El Enjambre sin Reina consideramos que hemos cumplido los objetivos que nos habíamos planteado al inicio del curso dentro de esta actuación de nuestro proyecto. Ahora llega el momento de dar un paso atrás, y aportar desde bambalinas, para que sigan celebrándose nuevas ediciones durante el curso 2023/24. De momento ya están calendarizadas y seguirán siendo dinamizadas por Tomatome, cuyo trabajo será coordinado y financiado por la Delegación del rector para el campus sostenible a través de la oficina de CEI Cambio-UPO.