



# Emprender en Economía Circular Digital y Verde

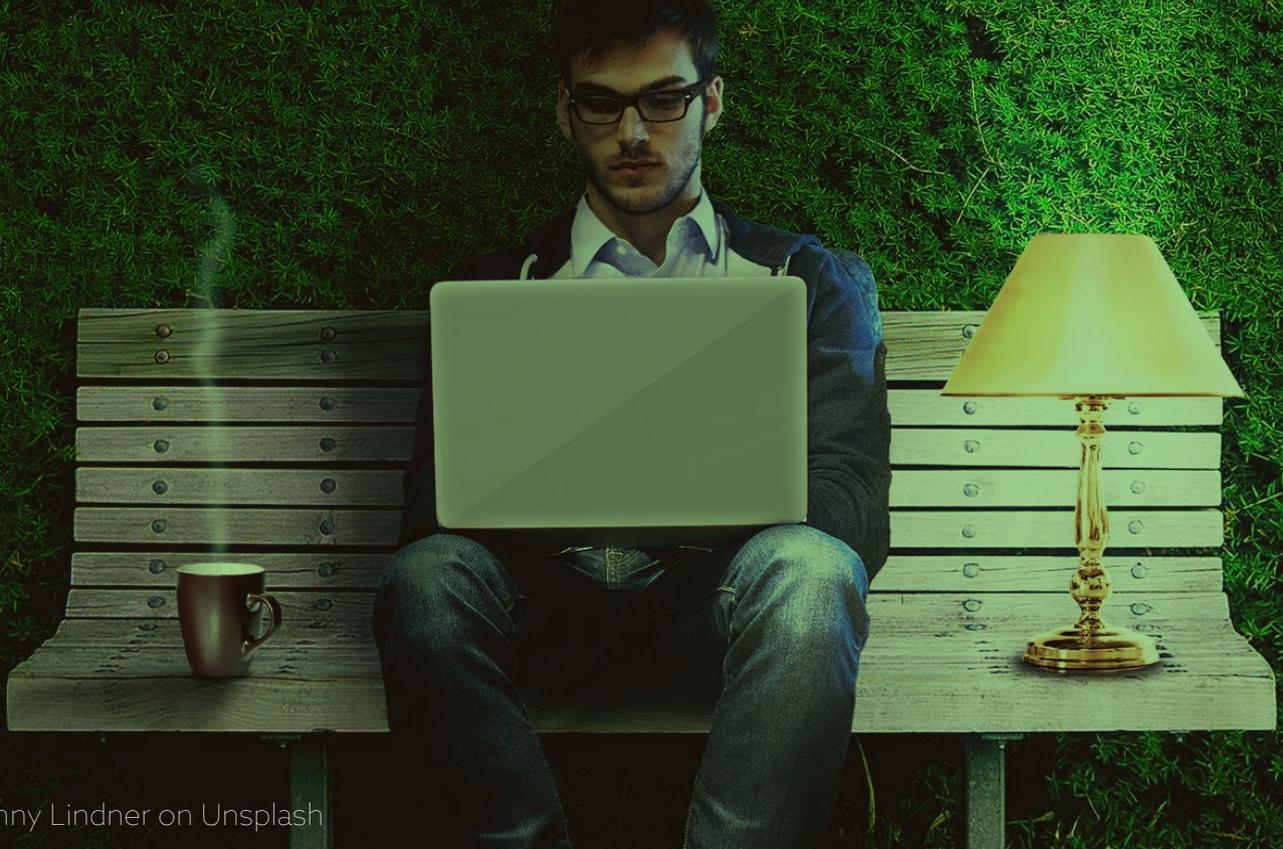


Photo by Jonny Lindner on Unsplash

# Emprender en Economía circular, digital y verde

El proyecto Emprender en Economía Circular Digital y Verde **#EmprendECDV** ha sido financiado por la Dirección General de Asuntos Europeos y Cooperación con el Estado de la Comunidad de Madrid a través de la REIMAD.

Esta guía resumen presenta el catálogo de buenas prácticas de emprendimiento, para más detalles del proyecto consultar en el [informe](#).



**Emprender:** Deseo de desarrollar, organizar y manejar un negocio, asumiendo riesgos y tomando decisiones.



**Economía circular:** Nuevo enfoque centrado en la reducción de materiales, remanufacturado y reparación. Transición en habilidades de producción y diseño circulares, modelos empresariales nuevos, habilidades en construir cascadas y ciclos inversos, y ciclos cruzados y de colaboración entre sectores.



**Economía digital:** basada en la tecnología digital, en la economía en internet, economía web. Ecosistema en el que convergen la infraestructura de las redes de comunicación, los servicios de procesamiento y las tecnologías web.



**Empleo verde:** actividades centradas en la reducción o compensación del impacto humano en el medio ambiente.



## Nice to eat you. Reduciendo el desperdicio alimenticio

Parafraseando el reconocido saludo anglosajón Nice to meet you (encantado de conocerte), Nice To Eat You (encantado de comerte) es una joven iniciativa cuyo objetivo es canalizar y recuperar, a través de una aplicación web disponible para dispositivos móviles, la ingente cantidad de alimentos en buen estado que termina diariamente en la basura. Creando con ello una red de comercios sostenibles que promuevan el consumo responsable.

*“Leyendo un artículo sobre la comida que se tira a nivel global, me chocó la cifra y pensé en*

*cómo se podría corregir esto. Así es como se nos ocurrió usar la tecnología para poner en contacto a comercios, restaurantes y supermercados, que pierden comida, con usuarios potenciales”.* Gabriel Ramas, el que habla, reconoce que tenían ganas de desarrollar un proyecto de reaprovechamiento de alimentos, sin saber que aquello en lo que soñaban podía incluirse en lo que se denomina economía circular. Su carrera, Ingeniería de Caminos, aunque poco tenga que ver con asuntos relacionados con la economía circular, sí le ha permitido, sobre todo a nivel personal, ganar una serie de

competencias que asegura estar poniendo en práctica para el desarrollo de este proyecto.



Un proyecto que comenzó a fraguarse en 2016, aunque no ha visto la luz hasta 2018. Fue, a partir del desarrollo de esta interesante e innovadora aplicación Nice To Eat You, pionera en nuestro país,

cuando Gabriel Ramas y sus compañeros, Adrián Espinosa y Enrique de Miguel, cofundadores de esta idea, han comenzado a formarse en economía circular. A través, en parte, de la Escuela de Organización Industrial y su

programa de apoyo a proyectos de economía circular.

*“En 2018 participamos en un programa semestral enfocado a iniciativas de economía circular en Zaragoza en el marco del evento Ideas for Zaragoza. Quedamos segundo en el concurso Green Weekend. Y hemos sido uno de los 10 seleccionados entre más de cien startups para participar en la primera edición de Gamechangers&Cities que promociona UnLtd Spain, una entidad de origen británico que impulsa proyectos de impacto social y medioambiental”,* relata Gabriel Ramas.

Antes, en 2017, cuando empezaron a desarrollar el proyecto ganaron el premio StartupPirates que entrega la Aceleradora Zaragoza Activa.



*“Sin la tecnología no habría sido posible plantear una idea similar a esta”. Finalmente, la web-app Nice to eat you despegó en diciembre de 2018 con alrededor de 40 comercios colaboradores en Madrid. A partir de ahí, se ha*

generado una comunidad de 4000 usuarios registrados, con presencia también en Zaragoza. Desde entonces, se ha salvado una tonelada de alimentos, lo que ha evitado la emisión de 700 kilogramos de CO<sub>2</sub> a la atmósfera,

cuentan sus responsables.

La realidad habla por sí sola. Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España es el séptimo país de la Unión Europea que más comida desperdicia con 7,7 millones de toneladas al año. Por delante, Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Francia, Polonia e Italia. Aunque el dato es vergonzante, desde 2013, año en que se inició la estrategia “más alimentos menos desperdicio”, se ha conseguido una reducción del 4 por ciento del desperdicio alimentario en los hogares españoles.

*“Me gustaría”, afirma Gabriel Ramas, “que la gente empiece a concienciarse sobre el impacto que tiene cada gesto que realizamos y comience a cambiar*



*un poco sus hábitos de consumo; llegar a ver cómo la economía circular la acaba aplicando cualquier persona en su día a día”.*

Un tema, la economía circular, aún en vías de desarrollo y poco divulgado, aunque de un tiempo a esta parte se escucha ya hablar de ello. Incluso, empiezan a aparecer programas de formación que están incluyendo en sus planes de estudio asignaturas relativas a la economía circular. Pero, según los expertos en la materia, tendrán que pasar al menos un par de años como mínimo para poder encontrar especialistas o profesionales formados en este ámbito.

Gabriel recuerda que hasta no hace mucho quien emprendía en economías alternativas era *“el hippy de la esquina”*. Hoy en

día, todo esto ha cambiado. Las nuevas generaciones son cada vez más conscientes de que no hay planeta B, de que el cambio climático no es una fake news, de que el reloj va en contra, de que el precipicio está ahí mismo. Por eso lo verde, lo circular, el reciclaje, se traduce como un bien necesario, no como una pose o moda pasajera.

Entre los objetivos de Nice To Eat You está el de convertirse en una herramienta de concienciación. *“A nosotros nos gustaría crear una comunidad grande de usuarios que nos sigan y que estén dispuestos a cambiar su manera de consumir, a adoptar nuevos hábitos en su día a día. Por ahí va a provenir el cambio”*. También subrayan que, en el tema de los alimentos, la legislación actual en España no acompaña.

Y citan como ejemplo Italia, donde existe la *“ley del buen samaritano”* ([Ley nº 166/16 de 19 de agosto de 2016](#)), gracias a la cual los donantes o cualquier entidad que entregue alimentos, puede hacerlo sin miedo a responsabilidades derivadas de una hipotética intoxicación por quien los consuma. *“Tenemos una ley que es una barrera para la donación de alimentos. Estaba sobre la mesa de los legisladores abordar este asunto, pero creo que hay otras preocupaciones para los políticos y esto ha quedado en el cajón”*.

¿El futuro de la economía circular? Gabriel lo contempla como un campo apasionante y necesario, en el que todo está aún por hacer. Con muchas opciones de trabajo, aunque es importante resaltar que quien enfoque sus

estudios hacia este terreno, lo haga por convicción personal. Y afirma, sin ambages, *“si queremos que el día de mañana haya una economía, esta, a la fuerza, va a tener que ser circular. No queda otra”*. Piensan que la gente, en general, y las nuevas generaciones en particular, los millennials, son ya conscientes de que hay que llevar a cabo iniciativas como la suya. Una iniciativa que podría enmarcarse dentro de la de la UE Circular Economy Package, basada en la utilización responsable de

recursos energéticos y materiales y el creciente compromiso de la sociedad con el medio ambiente y el consumo responsable.

Lo más inmediato de este proyecto está ahora en el lanzamiento de la campaña de Crowdfunding titulada “[Salvar alimentos para un mundo mejor](#)” en Goteo encaminada a ampliar la red de comercios colaboradores, mejorar la plataforma y promover los primeros 400 *“Lotes Solidarios”* para que personas que lo necesiten puedan acceder

sin coste alguno a alimentos de la plataforma. *“Por supuesto no se trata de repartir 400 lotes y se acabó. La idea es tejer una red de solidaridad entre entidades públicas y privadas (ayuntamientos, ONG’s, fundaciones, colaboradores, etc) que permita llevar Lotes Solidarios a cualquier rincón de España. Con esta campaña queremos demostrar que esta iniciativa no sólo es viable sino que además hay gente detrás dispuesta a hacerla realidad.”*



nice3  Ubicación  Acerca de Saber más Contactanos

# ¿List@ para salvar alimentos a precios insuperables?

Come bien | Ahorra | Colabora

## Vortex Bladeless. La startup que agita el viento

La idea de emprender creando una startup tecnológica nace en 2002 cuando David Yáñez, uno de los futuros socios de [Vortex Bladeless](#), basándose en lo ocurrido con el puente de Tacoma Narrows -conocido puente norteamericano sin engranajes, rodamientos ni ningún mecanismo en su interior, cuya estructura de hormigón colapsó en 1940 por la enorme cantidad de energía que venía absorbiendo del viento-, desarrolla de manera muy conceptual un primer borrador de lo que con los años serían los aerogeneradores VORTEX: turbinas eólicas sin aspas. Un modelo de energía

alternativa sostenible pionero en el mercado. Un artilugio en forma de cono gigante con una función similar a la de los paneles solares. En su caso, convertir el viento en energía.

El proyecto comienza entonces a pergeñarse mientras David Yáñez y Raúl Martín estudian ingeniería industrial. Uno, mecánica y el otro, automática. Al carecer de recursos para seguir adelante, cuentan, la idea se guardó en un cajón a la espera de que quizá algún día tuviesen financiación o agallas suficientes para enfrentarse al desarrollo de un proyecto de tamaño magnitud.

Lamentan no haber tenido ayuda alguna de la universidad. *“Ha sido una de las cosas más duras. Hay muchos proyectos que nacen*



*abrigados de alguna manera por la universidad”.*

Emprender, reconocen, es muy difícil. *“Tienes que ir buscando la manera de conseguir lo mínimo que te permita compaginar*

*emprendimiento con el día a día”.* Ellos, al terminar la ingeniería, se incorporan, cada uno por su lado, al mercado laboral en el sector de la construcción, en pleno boom inmobiliario.



Ambas mentes inquietas comenzaron un recorrido de emprendimiento en distintos proyectos empresariales, para dotar de cierta inteligencia o capacidad de decisión/actuación (electrónica de control) a los componentes y sistemas mecánicos que carecían de ella (motores, actuadores, etc.), hasta sistemas de olfato artificial, que fueron reconocidos con premios nacionales de emprendimiento. *“El problema de emprender es más difícil cuando el proyecto nace en un sitio donde no hay dinero. Tienes que ir buscando la manera de ir teniendo al menos lo mínimo que te permite compaginar emprendimiento con la misma vida”,* afirma Raúl.

Transcurre el tiempo, casi ocho años, hasta que presentan la primera patente de aquel

borrador, un aerogenerador sin palas basado en el fenómeno de la resonancia aeroelástica, es decir, al entrar el equipo en resonancia, el movimiento que se genera no es rotatorio, sino



oscilatorio, aprovechando así la energía mecánica que se produce para convertirla en eléctrica.

Se trata de una nueva tecnología de energía eólica diseñada para uso residencial tanto en el entorno rural como en el urbano. *"Tener la facultad de generar más energía allí donde más se consume: las viviendas".*

Los creadores de estos aerogeneradores piensan que las empresas que beben del target market que se centra en la sostenibilidad, en la cultura de lo verde, se beneficiarían. *"Notamos que el proyecto tiene muchísima acogida y gusta mucho porque es algo innovador, porque es algo nuevo, pero también porque está de moda el concepto de genero mi propia energía, soy verde,..."*, comenta Raúl.

La economía circular está presente desde el propio ecodiseño. "Buscamos un equipo que sea muy barato, que sea poco ruidoso. ¿Por qué barato? Porque hacemos un mejor uso de los recursos en teoría, que los elementos sean reciclables, es decir, ese concepto circular está clarísimamente alineado con todo esto".

Con respecto al perfil que bien podría trabajar en una empresa como la suya, buscan juventud, *"cuanto más jóvenes, más familiarizados están con las nuevas tendencias"*, pero también profesionales con experiencia en el sector de las energías sostenibles.

## Surus inversa. Una década apostando por la reutilización

*“Lo que no necesitas tiene un valor”.* Así se presenta en su portal online corporativo [Surus Inversa](#), empresa que ofrece soluciones sostenibles para gestionar la venta a nivel internacional de los bienes y activos desechados por otras compañías -equipamientos, maquinaria industrial, instalaciones en desuso, plantas completas, excedentes de producción, demoliciones, residuos, etc.- a través de [Escrapalia](#), su plataforma de subastas, a la que se puede acceder desde cualquier lugar del mundo. Una web de las *“segundas oportunidades”*, subraya Patricia Vela, responsable

de marketing, *“porque todo lo que a alguien ya no le sirve, siempre hay un comprador al que le puede valer para desarrollar, por ejemplo, un incipiente negocio. Un equipo nuevo quizá no se lo pueda permitir, pero uno de segunda mano, sí”.*

Los creadores de la empresa, Adolfo Cancelo y Gonzalo Herranz, se dieron cuenta de que en España apenas estaba contemplada la gestión empresarial de la *“logística inversa”*, es decir, la existencia de actividades asociadas al producto después del punto de venta o tras salir de su ciclo vital. En su

lugar, las empresas, al cerrar o renovar sus bienes, tiraban de chatarrero, quitándose así un peso de encima. Sin embargo,



*estos dos emprendedores, uno procedente del mundo de la ingeniería, el otro de las finanzas, "vieron", cuenta Patricia, "que esto, gestionado de una manera mucho más optimizada, suponía un retorno económico para la*

*empresa y, también, un beneficio social y medioambiental que después quedaría reflejado en sus memorias de sostenibilidad".*

*En 2011, tres profesionales del mundo de la logística*



*comenzaron a trabajar en este proyecto de economía circular, terminología que entonces se desconocía, y en soluciones de sostenibilidad. Hoy forman un equipo multidisciplinar de más de veinticinco trabajadores con representación -oficinas y almacenes- en Madrid y Valencia. Al poner a disposición del mercado secundario su catálogo de bienes reutilizables, Surus Inversa destaca, como uno de sus principales valores, la ayuda que ofrecen al tejido empresarial más pequeño del país.*

*"Nosotros", explica Adolfo Cancelo, "influyimos en la economía circular de forma directa. Somos ejecutores después de una fase de venta". Su conocimiento en esta área se basa en el cumplimiento de la legislación y en ayudar a sus*



*clientes a conocerla. “Estamos analizando cómo integramos todos esos procesos de medición de huella de carbono, CO<sub>2</sub>, que cuesta dios y ayuda. Existe mucha teoría, pero poca concreción. Esto es uno de los aspectos donde se podría investigar”.*

*Surus Inversa trabaja con Administraciones públicas, como Ayuntamiento de Madrid o Ministerio de Defensa y grandes empresas, muchas de ellas que cotizan en el IBEX 35 como Repsol, Naturgy, Ferrovial, Banco Sabadell y la mayoría, están participadas por Fondos FTSE, fondos verdes que solo invierten en empresas que aplican a su modelo de trabajo logística inversa. Como ejemplo, el 28 por ciento del capital invertido en Repsol viene de fondos verdes. Para ellos es un negocio rentable implantar soluciones*

*sostenibles en cuanto a la gestión de sus activos porque de otra manera no obtendrían financiación. Con la nueva ley (Ley 11/2018, de 28 de diciembre) en materia de información no financiera y diversidad en España, aclara Adolfo, las empresas están obligadas a generar un reporte sobre la actividad medioambiental en el informe no financiero y también pueden aportar estudios más detallados sobre huella de carbono, políticas de adaptación a los impactos del cambio climático y otras cuestiones al resto de la información ambiental requerida por esta Directiva Europea. A diferencia de otros países vecinos, en España ni existe ni se difunde el concepto de “reemplazo”. De momento, se paga el mismo porcentaje de IVA que si se tratara de un producto nuevo. Es preciso articular*

*medidas que revaloricen social y económicamente lo que significa reutilizar. Y a este cambio en los hábitos de consumo ayuda el que desde la Unión Europea se haga pedagogía sobre la economía circular, impulsando el consumo de estos productos. ¿Cómo? Las empresas fabricantes, por ley, tendrán que garantizar la responsabilidad del producto*

*reutilizado. Los productores deberán revelar al consumidor hasta qué fecha va a durar el producto y asegurar que durante todo ese tiempo de vida se dispondrá de piezas de recambio. También, definir el recorrido que llevará de vuelta. La concienciación está muy bien y hace cambiar comportamientos de consumo, pero “si no se regula*

*o no se dan las herramientas para que se pueda competir en igualdad de condiciones, es prácticamente imposible que estos productos penetren en la sociedad”.*

*Para Surus Inversa el binomio empresa-Universidad es fundamental, sobre todo en unos momentos, como los actuales, en los que el cambio en el tejido productivo es crítico. Destacan el ejemplo escandinavo, donde la empresa está muy integrada dentro de la Universidad y lo que hace es poner medios para que en equis años se forme cierto tipo de perfiles que luego ellos demandarán.*

*Para Adolfo es importante que se fomente, desde las aulas, el concepto de “reempleo” porque cuando la necesidad económica devengada por la crisis ha obligado a consumir producto*



*de segunda mano, es cuando nos hemos dado cuenta que en otros países lo llevan haciendo desde hace décadas. Esta idea del reempleo es fundamental para los emprendedores. Adolfo se pregunta por las razones que les llevan, en la mayoría de las ocasiones, a comprar todo nuevo cuando arrancan un negocio. Pone como ejemplo el modelo anglosajón, completamente diferente. Allí adquieren bienes a medida que tienen el dinero para hacerlo. "Es un tema cultural", resume.*

*Durante la crisis económica en EE.UU., se recuperó el negocio de los "bobinadores de motores" para aprovechar la interminable vida del motor eléctrico. Su empresa vende a EEUU motores, válvulas, etc. tal cual las obtienen. Allí las limpian, pintan y testan*

*para devolverlas al mercado. En España, asegura, habría un gran futuro en esta área de recuperación de elementos.*

*Si hoy las nuevas generaciones están más concienciadas con el mercado de la segunda mano es por un tema económico. Esta es su motivación. Lo contrario, es una conducta aprendida. A los jóvenes sí les resulta natural ir a la segunda mano. Lo hacen con sus móviles, con los juegos de ordenador, con la ropa, etc. "Esto sí es un cambio real de generación. Y lo deben aplicar en cualquiera de las ramas que estudien y en su propia vida".*



# Farmidable. De la granja a la nevera: consumo sostenible

Del productor local al consumidor. Directamente. Sin intermediarios. Esta es la filosofía de **Farmidable**, startup que contacta a pequeños productores locales de productos frescos y de calidad -frutas y verduras, carne, lácteos y huevos, panadería y repostería- con consumidores de la zona, fomentando el circuito corto del consumo.

Los objetivos de esta pionera plataforma colaborativa de producto fresco local son potenciar el consumo responsable, favorecer la economía local, contribuir a la sostenibilidad del planeta,

uniendo a consumidores y productores a través de comunidades de consumo naturales o puntos de conveniencia (colegios, empresas, gimnasios,...) y domicilios privados. *“Lo habitual es el colegio o el lugar de trabajo, no solo ahorras tiempo en la compra, sino que emites menos CO2”*, comenta Alberto. Precisamente en un centro educativo de la localidad madrileña de Las Rozas, Farmidable puso en marcha esta iniciativa con una experiencia piloto que resultó un éxito.

La startup, con base en Madrid y

creada en 2016 por Pablo Stürzer y Alberto Palacios apuesta por un modelo de economía de proximidad, de distribución de



producto local y de temporada.  
*“La sinergia entre economía colaborativa y alimentación es la fuente de inspiración que nos llevó a crear Farmidable para consolidar un comercio más justo, colaborativo y*

*responsable”.*

Procedentes del mundo de la publicidad digital, licenciado uno en psicología, el otro en ciencias políticas y sociología, con agencia propia, capitalizaron

su conocimiento en asuntos digitales y el beneficio obtenido de la venta de la agencia para materializar la idea de montar un proyecto que tuviera más sentido con sus convicciones, militantes de los modelos de consumo responsable.

Pero, ¿cómo funciona Farmidable? Como cualquier app instalada en dispositivos móviles. También a través de su página web. Farmidable tiene un centro logístico en Madrid al que los productores locales envían sus productos en función de las compras que se hacen en la plataforma y desde ahí se distribuyen a grupos de consumo y consumidores individuales en transporte ECO. *“Estamos utilizando neveras isoterma con una furgoneta, pero en el momento que capturemos nueva*





*inversión, vamos a un vehículo frío para mejorar la entrega”.*

Los productos frescos que el cliente compra a través de su web o app proceden de su zona geográfica. De momento, la empresa opera en Madrid y próximamente otro en Barcelona con el plan activo de establecerse por el resto de la geografía española como dinamizadores de una economía responsable, sostenible y de calidad.

Educar a través de la alimentación

Se busca concienciar sobre el consumo de temporada. Recuperar sabores y texturas. Sin conservantes. Recién cosechados. De la huerta a la nevera. Lograr que la gente se alimente bien. Qué mejor espacio que la escuela para enseñar a

comer. Farmidable apuesta por “enseñar” la importancia de una producción ética y sostenible desde la más tierna infancia. “Enseñar”, reiteran, “que la naranja es de invierno y el tomate de verano parece una obviedad, pero nos hemos encontrado con alumnos que nos preguntan cuál es el árbol de la zanahoria”.

Como “facilitadores con impacto positivo”, desde Farmidable se persigue también una concienciación social. Cuantas más personas consuman a través de plataformas como esta, más empleo digo se creará en colectivos vulnerables. “Creamos empleo y buscamos a personas en riesgo de exclusión que puedan realizarlo”.

Farmidable integra a personas de colectivos desfavorecidos que

realizan la preparación y posterior distribución de “*las compras*”. Su plantilla la forman trabajadores en riesgo de exclusión social. En su mayoría, mujeres mayores de 45 años y discapacitados. En declaraciones a El País el pasado

mayo, sus fundadores afirmaban: *“Intentamos dar a personas con más dificultades la oportunidad de incorporarse al mercado laboral. Sin ellos el proyecto no tendría ningún sentido”*. Iniciativa social por la que, según se recoge

en la cabecera madrileña, han recibido el reconocimiento de empresa certificada B Corp, una certificación internacional del impacto positivo medioambiental y social de este proyecto. La compañía de electricidad con la que trabajan es una empresa B Corp y la imprenta que les hace las tarjetas de visita, Sheedo, también apuesta por el comercio sostenible.

### Emprendimiento

Sus fundadores prefieren llamarse emprendedores a empresarios. Pero, ¿cuál es la diferencia?, preguntamos. *“El empresario es un gestor en toda regla. Los emprendedores, nosotros, somos creadores de conceptos y muy colaborativos. Nos gusta impulsar en red proyectos e integrarlos”*, comenta Alberto



Palacios. Y acusan la falta de cultura colaborativa que hay en nuestro país.

Buscan modelos de inversión no tradicionales. Tampoco apoyan el modelo de producción casi intensiva ecológica al que se están apuntando las grandes marcas, sino a la agroecología,

agricultores y ganaderos que respeten la fauna y sus ciclos de producción. Estamos, piensan, en un buen momento para crear y emprender proyectos con impacto positivo, económicamente sostenibles. Es el futuro. Existe, además, ya un tipo de consumidor que lo valora, y demanda.



Los datos

Según el portal online Barcelona digital 24 horas, las métricas de Farmidable muestran que los consumidores se identifican con las inquietudes de la empresa: en 2018 dobló en más de un cien por cien el total de pedidos y aumentó en un 33 por ciento el gasto de los usuarios por compra. Los productores locales, por su parte, han vendido a través de la plataforma -app y web- cerca de 150 toneladas de productos ecológicos y de proximidad, viendo crecer sus ingresos en un 40 por ciento.

Economía circular

Respecto a su relación con la economía circular, Farmidable está desarrollando un modelo de esta práctica económica centrado en la agricultura. También,

impulsan la planificación semanal de la compra para reducir el ingente desperdicio que se cuantifica anualmente en los hogares.

A los jóvenes universitarios, les animarían a emprender en economía circular con ilusión, ganas y creyendo que lo que uno hace tiene sentido.

De otras prácticas en economía circular que conocen, destacan Imperfect, un producto conservero elaborado a partir de excedentes y fruta y verdura descartada en los campos, que recoge el colectivo catalán Espigoladors.

Sugieren, al tanto, que en la Comunidad de Madrid,

un actor fundamental que debería contemplar también un modelo en economía circular es MercaMadrid, nuestro puerto, mercado de abastos más importante. *“Nosotros compartimos allí un pequeño espacio con otros productores, y vemos el desperdicio absoluto de productos a los que no se les da salida, pudiéndose crear un espacio generado por colectivos vulnerables”.*

Perfiles profesionales

*“Buscamos profesionales con experiencia en compras, marketing digital, logística y finanzas. Profesionales concienciados con nuestra filosofía de vida. Con la filosofía de Farmidable. No buscamos un comprador que*

*estruja al productor. Nosotros no negociamos con el productor, cooperamos”.* Esa es su diferencia.



## Gabarrera. Cerveza artesana ecológica, un proyecto de autogestión

Ingredientes naturales y ecológicos, cero añadidos químicos, para elaborar la primera y única cerveza con certificación ecológica de la Comunidad de Madrid. Una certificación que recibió en septiembre de 2015, año y medio después de poner en marcha la cervecera Gabarrera, empresa localizada en la localidad madrileña de Mataelpino, a los pies del Parque Nacional Sierra del Guadarrama, de cuya agua bebe esta cerveza artesana.

Sus artífices, Mónica Somacarrerra y Javier Terrón, provienen del mundo de la intervención social, con

formaciones muy dispares. Ella, ingeniera forestal. Él, psicólogo. Ambos siempre vinculados a proyectos de impacto social. *"A veces te asusta tener ideas no vaya a ser que se pongan en práctica"*, afirma Javier. Y esto es exactamente lo que ocurrió siete años atrás.

Desde hacía tiempo, Mónica y Javier querían montar un proyecto que les permitiera vivir de él, con un impacto en positivo hacia el medio, aunque fuera mínimo. Entendiendo el medio como una sinergia del espacio natural y las personas que en él viven. Ambos se han criado en el monte, con

preparaciones muy intensas en cuanto a medio ambiente, una materia que tienen muy integrada. *"Quisimos que fuera*



*un negocio de producción porque Madrid adolece de estructura productiva en economía social y solidaria”.*



Javier Terrón reconoce la complejidad de sacar adelante un proyecto de las características del suyo y, más, subraya, si está enmarcado en el ámbito de la economía social. *“Cuesta mucho que las entidades financieras comprendan que invertir en la formación de personas es inversión y no pérdida”.* Se lamenta, asimismo, y se muestra muy crítico, con la normativa actual sobre productos artesanales, muy complicada al enmarcarlos en industria. *“Nos zurren a impuestos con normativas marcadas en industria de dimensiones que nada tienen que ver con esto y, trabajar con este encorsetamiento es muy difícil”.*

Mónica resalta la otra cara de la moneda y se congratula de haber logrado hitos durante

estos años. *“A veces nos cuesta medir el impacto porque estamos absorbidos por el día a día, pero ha sido súper positivo”.* Uno de aquellos primeros objetivos, fue el lúpulo, proyecto con el que fabulaban, algo revolucionario en el mundo agrario. *“Que un proyecto de investigación de lúpulo silvestre para su cultivo en ecológico no dependa de una subvención, sino que tenga una partida presupuestaria propia, es inédito”.*

Javier defiende y apuesta por el trabajo en red, que es como salen adelante proyectos de grandes objetivos. Pensando en suma de recursos, no en una multinacional que facture millones. Casi todo está inventado, ¿por qué empeñarse en reinventar?, pregunta que se cuestiona Javier Terrón en alto para la que tiene

una clara reflexión. *“Conectar con la persona o personas o entidades que ya lo hayan hecho, ver cómo lo han hecho, aprender todo lo que se pueda de ellos. Adaptándolo a tu realidad, entorno y proyecto. Observando su recorrido, ahorras hacerlo tú. Trabajar en red es como se llega a*

*objetivos más amplios”.*

Tras barajar y desarrollar otros proyectos susceptibles de materializarse, y haber emprendido diferentes causas, finalmente el interés de Javier Terrón por la cerveza se convierte en el canal idóneo a través

del que proyectar la cervecera Gabarrera. ¿Por qué la cerveza?... “porque me gusta mucho, he viajado mucho, he vivido temporadas en países donde había una cerveza maravillosa y que aquí no teníamos”, comenta Javier. La afición se convierte en idea... *“y se convierte en un canal... barajamos otros proyectos pero queríamos que fuese productivo”.*

Lo que tanto Javier como Mónica pretendían, cuentan, era montar un proyecto que tuviera, aunque mínimo, un impacto social y medioambiental en la zona y en concreto Mataelpino, lugar en el que se localiza el obrador. Un negocio que les permitiera, además, auto gestionarse. *“Queríamos depender exclusivamente de nosotros y para ello pretendíamos un*



*negocio productivo”.*

La ventaja de emprender es que tú peleas tu proyecto. Y a donde llegas es con tu esfuerzo. Es tu



sueño, no el de otro. Llegarás o no, pero es tuyo. El proyecto de Gabarrera, recuerda Terrón, comenzó muy mal financiado y esa situación ha hecho que se arrastren rémoras económicas y estructurales que les impiden hoy estar en una mejor posición y con mayor proyección. *“Si volviéramos a montarlo, lo haríamos si tuviéramos recursos”.*

Un negocio pensado en forma de cooperativa que no pudieron inicialmente constituir, -lo lograron en abril de 2016-, pero sí convertirlo en lo que actualmente es: *“un espacio de formación y empleo para personas procedentes de colectivos en riesgo de exclusión”.* Migrantes, minorías étnicas, gente sin estudios, mujeres mayores de 55 años del ámbito rural, madres en paro y con dificultad

de empleabilidad o personas con discapacidad integran o han integrado su nómina de personas empleadas. *“Se valora la necesidad del puesto. Personas en riesgo de exclusión siempre que respondan al perfil de la ocupación a cubrir”.*

Como cooperativa de iniciativa social sin ánimo de lucro, su obligación es formar en economía social y solidaria. También sus estatutos recogen la formación en cuestiones de ecología, comercio justo y economía circular.

Conocían el concepto de economía circular. Ambos se han movido en ámbitos afines y relacionados con esa forma de entender la gestión. Miraron incluso posibilidades de reutilización de residuos

para hacer otro tipo de subproductos. Pero finalmente optaron por el diseño de un proyecto ecológico. Para Mónica aplicar la economía circular al día a día es lo lógico. *“Nuestra idea siempre ha sido que la cervecera fuera de la mano de otros proyectos y que se retroalimentaran entre ellos, beneficiándose la cervecera de unos y estos de la cervecera”.*

Debe de haber formación en consumo responsable, ser conscientes del volumen de residuos que estamos dejando. Exigir reutilización. Cultivos extensivos, explotaciones agropecuarias extensivas, una industria que contamina de la forma en que lo hace, un consumo

como el actual, nada de esto es sostenible. “Hace 30 años”, recuerda Javier de manera categórica, “vivíamos de otra manera y nos han vendido que no se puede vivir así. Cuando éramos guajes comíamos productos de temporada, carne un día o dos a la semana como mucho, no se tiraba nada. No se genera una comunidad crítica sin educación”.

Un pilar fundamental para cambiar lo que tenemos es la educación. Si cuentas y explicas que la agricultura ecológica está obligada a mejorar el suelo, terminará calando.

A nivel universidad, Javier considera que debe de formularse un postulado

desde los decanatos y rectorados. *“No podemos trasladar la responsabilidad a los chavales. La responsabilidad la tenemos las personas que formamos y, como formadores somos los que debemos estructurar qué información se transmite a estos chavales y qué capacidad crítica les damos”.* Su responsabilidad es formarse para hacer las cosas mejor. La nuestra, formarles para que lo puedan hacer.



Título: Emprender en Economía Circular Digital y Verde.

Año: 2019

Autora: Eva Ramón Reyero

Capítulo: Emprender en un ecosistema circular: Nuria Dufour Concostrina y Manuel Redondo Arandilla.

Maquetación: Mercodes.

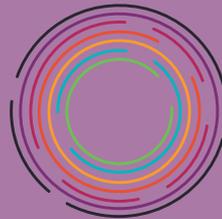
Edición coordinada por el Centro de Documentación Europea de la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid, dentro del proyecto Emprender en Economía Circular Digital y Verde financiado por la Consejería de Presidencia, Justicia y Portavocía de Gobierno de la Comunidad de Madrid en la convocatoria de proyectos de información europea de 2018.

Emprender en Economía Circular Digital y Verde por Eva Ramón Reyero se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Unported. Copy imágenes: sus autores.





Universidad  
Francisco de  
Vitoria  
*Centro de  
Documentación  
Europea*  
UFV Madrid



ec

Emprender en  
Economía Circular  
Digital y Verde