



# Agricultura de nicho de mercado

## Buenas practices

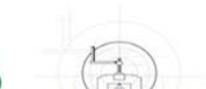
Número de proyecto 2021-1-DE02-KA220-VET000024950



Institut für Ländliche Strukturforchung  
an der Goethe-Universität Frankfurt am Main



AGRICOLTORI ITALIANI  
UMBRIA



MADREVITE



HOF UND  
LEBEN



# Dapont

## 1 Introducción/ Resumen

### 1.1 Esencia de la mejor práctica

La biofábrica Hausberg sigue un concepto holístico de agricultura-naturaleza-animal-humano-cultura, en el que se incluye a clientes y socios. La granja consigue crear redes regionales de éxito y su creación de valor añadido se basa en la producción ecológica de razas animales poco comunes.

### 1.2 Qué/ Cómo/ Quién/ Dónde

Anton Dapont fundó su explotación en 2009 y se centró en preservar lo antiguo y crear lo nuevo.

Además del enfoque empresarial del granjero, las piedras angulares del éxito de la explotación son su forma cooperativa de trabajar y la clara apuesta por la producción ecológica y las razas animales poco comunes.

La granja tiene 350 años y está catalogada como granja de cuatro lados de la región de Rottal. La granja data probablemente de la época romana.

La granja fue adquirida por Anton Dapont en 2004. En los años siguientes, renovó primero la casa residencial, luego los almacenes y el granero utilizando materiales de construcción antiguos y naturales.

## 2 Situación antes de la puesta en marcha/cambio

### 2.1 Explotación existente o nueva/ entrada lateral

Anton Dapont se dedica a la agricultura.

Tras cambiar de profesión en la agricultura, el empresario Anton Dapont se planteó una nueva visión de la agricultura. Pensó en cómo ganarse la vida con unas pocas hectáreas de tierra.

Pensó en contrastar la orientación hacia "más grande y más" con una orientación hacia el acceso directo al mercado y la creación de valor.

En 2004 compró esta antigua granja.

### 3 Decisiones tomadas al principio

#### 3.1 Selección de semillas/ razas/ lugar de producción

El agricultor apostó desde el principio por la producción especializada de alta calidad, la transformación y la venta directa, con el fin de mantener la mayor parte del valor añadido de sus productos dentro de la empresa y los socios colaboradores.

Por ello tomó la decisión de razas especiales de animales que es hoy:

- ganado: Aubrac

cerdo: Berkshire & Turopolje

- ovejas: Alpines Steinschaf (hasta 2024)
- aves de corral: Sulmtaler y Bayerische Landgans

#### 3.2 Decisión sobre el sistema de producción (intensivo, extensivo, ecológico, biodinámico)

En consonancia con su decisión por las antiguas razas raras de alta calidad de los animales fue la decisión de la producción ecológica desde el principio. Esto permitió una apariencia integral y la etiqueta de "Biohof Hausberg".

La producción y la transformación pueden considerarse extensivas en un nivel bajo con la máxima profundidad de creación de valor añadido tanto para la propia explotación como para las empresas colaboradoras.

#### 3.3 Decisión sobre la fase de transformación y la profundidad del mercado

Biohof Hausberg ofrece hoy:

- Arrendamiento de animales (bovinos, porcinos, ovinos, gansos), incluido el asesoramiento a los clientes desde la cría hasta el engorde y el sacrificio.
- agroturismo con vacaciones en granjas
- estación de aperitivos con productos propios como jamón, salami y carne, así como cerveza ecológica regional, vino ecológico
- Venta de tocino secado al aire

El objetivo es la transformación completa y el acceso directo al mercado para el consumidor final.

### 3.4 Decisión para el Mercado a entregar: B2B y/o B2C

Las partes individuales del negocio descritas anteriormente forman un concepto global integral para entrar de lleno en el nivel no B2C.

## 4 Medidas adoptadas para establecer la empresa

### 4.1 Red, intercambio, formación, asesoramiento

Anton Dapont tenía una idea clara del gran reto que supone crear poco a poco una empresa en un nicho de mercado. También de lo que significa producir alta calidad, comunicarla e implicar tanto a los clientes como a los socios comerciales.

El objetivo general y el factor de éxito es generar confianza con los clientes y acercarlos a la agricultura ecológica. Esto va de la mano de una cultura y una comunicación (analógica y digital) abiertas.

Al haber cambiado de profesión en la agricultura, no estaba "preprogramado" para montar la granja. Se mostró abierto sobre cómo planificar y qué podía esperar de su explotación.

Anton Dapont ha recibido una excelente educación, fuera de la granja. Además, su aprendizaje se basó en la práctica y, sobre todo, en la observación de los animales y la naturaleza en la granja.

Como el agricultor es muy hábil en la comunicación con el cliente, le resultó bastante fácil suscitar interés por sus ideas innovadoras no sólo a escala regional. Ofrece apertura y transparencia en todos sus procesos operativos.

### 4.2 Explotación individual/ Cooperación/ Cooperativa

Anton Dapont funciona básicamente como una explotación individual, pero muy abierta a la cooperación entre agricultores y a lo largo de la cadena de transformación y valor añadido.

- La cooperación con el carnicero llega hasta el acuerdo y la selección de un plan de despiece individual para la carne.
- Cooperación con otras explotaciones ecológicas de la región en una red de arrendamiento de animales.

## 5 Próximos pasos para seguir adelante

### 5.1 fases de producción/ transformación/ venta

- Se dejará de criar ovejas porque el ganadero ya no tiene acceso al mercado para la piel de oveja.
- se realizarán algunas obras para facilitar y hacer más eficaz la cría de ganado vacuno y porcino
- reflexiones sobre la producción regional de cáñamo

### 5.2 pasos por delante en los mercados pertinentes

- posicionamiento como vendedor de Berkshire-pork

## 6 Cita y recomendación del promotor

### 6.1 ¿Merece la pena?

Definitivamente

### 6.2 ¿Cuál es el mayor ingreso, cuál es el mayor reto?

Además de los aspectos puramente económicos, es estupendo aprovechar el potencial de las razas antiguas, incluso dentro de un estilo de ganadería extensiva tal vez anticuado. Aquí se puede ver a una vaca de 19 años pariendo gemelos a los 18.

Las ventajas tienen como contrapartida desventajas. La mayor duración del "ciclo de producción" significa más insumos o más tiempo. De ahí que el precio más alto al final sea realmente necesario.

### 6.3 ¿Qué recomienda a otros agricultores?

Adopta otra perspectiva. Imaginando que haces una entrada lateral a la agricultura. Adopte otra perspectiva.

La fase de los últimos años influyó en la demanda de alimentos ecológicos de alta calidad. Esto debería concienciarnos de la necesidad constante de

buscar valor añadido, más opciones y ser más creativos en lo que hacemos.

Un agricultor de éxito hoy en día debe tener muy buenos conocimientos y habilidades tanto agrícolas como comerciales. Son fundamentales para el éxito.

El agricultor ve los siguientes factores de éxito:

- alto nivel y ambición
- Curiosidad y creatividad
- paciencia y perseverancia
- Orientación del objetivo
- Comunicación y transparencia

# Post

## 1 Introducción/ Resumen

### 1.1 Esencia de la mejor práctica

La fundación Adlegg ofrece un concepto innovador para la conservación del paisaje y la preservación de un paisaje cultural único. La introducción y el uso de cabras para la conservación del paisaje y la transformación de leche, queso y carne de cabra de la región para la región, con una fuerte implicación de la comunidad y un contacto directo con el cliente, son la base de un éxito que se basa en el interés y el compromiso comunes de todos los socios del concepto.

### 1.2 Qué/ Cómo/ Quién/ Dónde

La explotación se basa en aprox. 115ha de praderas, de las cuales aprox. el 40% están clasificadas como biotopo. Se trata de una tierra marginal, que fue abandonada en su mayor parte antes de que el Sr. Oliver Post pusiera en marcha la iniciativa en 1995.

Se ha creado una ganadería de cabras lecheras (60 cabras lecheras + crías) además de la ganadería de vacuno de pensión (130 reses al año de 1-2 años).

La quesería procesa 30.000 litros de leche al año. Basándose en un enfoque de marketing integral, en B2C se venden productos lácteos y carne de cabra.

## 2 Situación antes de la puesta en marcha/cambio

### 2.1 Explotación existente o nueva/ entrada lateral

Oliver Post se introdujo en el negocio de la agricultura. Tras adquirir una explotación agrícola de 5 ha en las cercanías, se dio cuenta de que muchos agricultores de la región estaban abandonando sus actividades porque la rentabilidad ya no era un hecho y, por tanto, el arduo cultivo de tierras marginales ya no resultaba atractivo.

### 3 Decisiones tomadas al principio

#### 3.1 Selección de semillas/ razas/ lugar de producción

Oliver Post tenía claro que, desde un punto de vista puramente económico, otros lugares para la cría de cabras son más eficaces.

Pero al mismo tiempo, estaba muy seguro de que un importante valor añadido regional de esta ganadería también podría surgir del interés no lucrativo de la conservación y preservación del paisaje, lo que en última instancia podría aportar una importante ventaja y singularidad en términos de creación de valor.

En el marco de una fundación apoyada por las partes interesadas regionales, se crearon las bases y entretanto se ha realizado un corral de cabras.

La fundación apostó desde el principio por la producción especializada de alta calidad, la transformación y la venta directa.

Por ello tomaron la decisión de razas especiales de animales que hoy es:

- cabra: Bunte Deutsche Edelziege junto con Waldziege

#### 3.2 Decisión sobre el sistema de producción (intensivo, extensivo, ecológico, biodinámico)

En consonancia con su decisión sobre las razas de animales, se optó desde el principio por la producción ecológica. Permitted una apariencia integral y la entrada en el mercado regional de los productos.

El pastoreo estuvo acompañado por un biólogo desde 2014 para documentar los efectos en el paisaje cultural.

La cría apunta ahora a un mayor rendimiento lechero basado en el pastoreo en praderas escasas.

#### 3.3 Decisión sobre la fase de transformación y la profundidad del mercado

En la actualidad, la granja ofrece 4 tipos de queso a base de leche cruda de cabra, así como carne de cabra.

Hay cooperación con otros agricultores en la venta/comercialización y también en el uso de las capacidades existentes de la central lechera.

### 3.4 Decisión para el Mercado a entregar: B2B y/o B2C

Las partes individuales del negocio descritas anteriormente forman un concepto global integral para entrar de lleno en el nivel no B2C.

## 4 Medidas adoptadas para establecer la empresa

### 4.1 Red, intercambio, formación, asesoramiento

La Oficina de Agricultura y la Asociación Bioland (plan de desarrollo de explotaciones) prestaron asesoramiento al principio y de forma continuada. Además, hubo una intensa cooperación con ProRegio - Sociedad para el Desarrollo del Paisaje y el proyecto PLENUM de Baden Württemberg.

Como profesional de la agricultura, Oliver Post se mostró abierto sobre cómo planificar y qué podía esperar de su explotación.

Tanto Oliver Post como la fundación trabajan sobre la base de una buena comunicación y un alto nivel de transparencia.

### 4.2 Explotación individual/ Cooperación/ Cooperativa

La cooperación tanto horizontal como vertical a lo largo de la cadena de valor añadido se practica desde siempre en la fundación, que además intenta convertir a los clientes y a la población de la región en partes interesadas e incluirlos así en el proyecto y lograr su compromiso y entusiasmo.

El agricultor consiguió encontrar un amplio apoyo entre la población regional para el proyecto de pastoreo y la fundación. La fundación fue creada por 46 donantes fundadores, entre ellos 16 agricultores y terratenientes.

## 5 Próximos pasos para seguir adelante

### 5.1 fases de producción/ transformación/ venta

- mejorar los resultados de la ganadería lechera caprina
- utilizar las capacidades existentes en materia de transformación

## 5.2 pasos por delante en los mercados pertinentes

- mayor cooperación con otros agricultores

## 6 Cita y recomendación del promotor

### 6.1 ¿Merece la pena?

Sin duda, pero hacen falta líderes jóvenes y fuertes.

### 6.2 ¿Cuál es el mayor ingreso, cuál es el mayor reto?

Vincular agricultura, región y paisaje es clave.

Sin una gran pasión por la agricultura y la conservación de la naturaleza, este proyecto no habría visto la luz: ni a pequeña ni a gran escala.

El granjero tenía una gran resistencia y seguía el camino, aunque no siempre fuera fácil.

### 6.3 ¿Qué recomienda a otros agricultores?

Piense detenidamente en lo que hace que su localidad sea diferente de las demás. Tanto lo positivo como lo negativo. A continuación, determine las características positivas y poténcielas.

Es importante pensar las ideas más allá y hasta el final:

- ¿cuál es la consecuencia de una acción en un ámbito para el otro ámbito?
- ¿Qué ocurre cuando actuamos de una determinada manera?
- ¿Adónde queremos ir?

Su idea básica es ésta:

"La agricultura es fiel a su ubicación".

# Hofgut Kappelnhof

## 1 Introducción/ Resumen

### 1.1 Esencia de la mejor práctica

Hofgut Kapellenhof está especializada en la cría de ovejas y elabora productos de leche y carne de oveja ecológicos. La granja tiene la pretensión de ser la única quesería ecológica de leche de oveja de la zona Rin-Meno que produce creaciones queseras exclusivas y de alta calidad. Además, consigue crear un exitoso contacto directo con el cliente de diferentes maneras.

### 1.2 Qué/ Cómo/ Quién/ Dónde

Hofgut Kapellenhof es una granja ecológica certificada, cuyo gerente es el Sr. Kütthe. Se encuentra en Alemania, en el estado de Hesse, en Hammersbach.

La explotación gestiona unas 75 hectáreas de tierras cultivables y praderas: cultivo de trigo, cebada, escanda y habas. Éstos se utilizan como grano forrajero o también como grano alimentario.

Sus principales ingresos proceden de la cría de ovejas (rebaño de Lacaune), para la venta de leche y carne de cordero. Posee una lechería de ovejas y elabora sus propios productos (queso de oveja, yogur, queso fresco, helado, embutido, etc.).

Hofgut Kapellenhof ha desarrollado diversas formas de vender sus productos, por ejemplo, una venta en la granja con tienda de autoservicio y los productos también se comercializan a través de diferentes socios (supermercados, etc.) de la región.

## 2 Situación antes de la puesta en marcha/cambio

### 2.1 Explotación existente o nueva/ entrada lateral

El impulso para el restablecimiento de la granja fue el recuerdo de que el Kapellenhof había funcionado como empresa agrícola desde tiempos inmemoriales. No fue hasta los años setenta cuando la granja dejó de funcionar. Queríamos continuar la tradición y volver a practicar la agricultura. En 1998, la granja entró en la agricultura ecológica con sólo

dos hectáreas de tierra cultivable. Hoy cultiva unas 75 hectáreas de tierra cultivable y praderas en Hammersbach y sus alrededores. Desde julio de 2018, la empresa produce queso de oveja ecológico.

### 3 Decisiones tomadas al principio

#### 3.1 Selección de semillas/ razas/ lugar de producción

Los primeros reproductores del rebaño de ovejas Lacaune proceden de una cooperativa de ganaderos de Auvernia (Francia). Se optó por las robustas ovejas Lacaune porque están óptimamente adaptadas a las condiciones climáticas y tienen un buen rendimiento lechero.

#### 3.2 Decisión sobre el sistema de producción (intensivo, extensivo, ecológico, biodinámico)

En 1998, la explotación se introdujo en la agricultura ecológica con sólo dos hectáreas de tierra cultivable. La granja produce ecológicamente, porque el bienestar de los animales y la protección de la naturaleza y el medio ambiente son muy importantes para él y están cerca del corazón de la empresa. Además, la granja da importancia a una calidad muy buena y continua de los productos. Además, la protección de las especies y la biodiversidad están muy presentes en la granja.

Así, se tomó la decisión de crear un humedal de 6 hectáreas donde la naturaleza pueda encontrar un refugio que no sea objeto de explotación intensiva. El impulso para la creación del rebaño de ovejas y la vaquería de ovejas fue la consideración de que el estiércol animal para sus propios campos es necesario para mantener y mejorar la fertilidad del suelo a largo plazo. Sólo así se pueden garantizar las ideas básicas de la agricultura ecológica con una economía circular.

#### 3.3 Decisión sobre la fase de transformación y la profundidad del mercado

Hofgut Kapellenhof ofrece una venta en la granja. Se trata de una tienda de autoservicio donde se pueden adquirir los productos de la granja (queso de oveja, yogur, queso fresco, helado, salchichas, etc.) y productos de otras granjas regionales durante 24 horas al día, 7 días a la semana. Los productos también se comercializan a través de diferentes socios de la región (por ejemplo, supermercados). Además, la granja ofrece visitas a la granja, veladas de queso y vino transferencia de conocimientos: el consumidor echa un vistazo exclusivo entre bastidores, conoce los

procesos de la granja y aprende datos interesantes sobre la agricultura ecológica.

### 3.4 Decisión para el Mercado a entregar: B2B y/o B2C

La explotación aprovecha las oportunidades y ventajas de ambos enfoques.

## 4 Medidas adoptadas para establecer la empresa

### 4.1 Red, intercambio, formación, asesoramiento

El director de la explotación, el Sr. Kütthe, tiene estudios de Ing. Agr. Agrar. y, por tanto, aporta experiencia y conocimientos. Emplea a cuatro trabajadores a tiempo completo y a 12 trabajadores temporales. La empresa no emplea mano de obra familiar, es 100% mano de obra externa.

### 4.2 Explotación individual/ Cooperación/ Cooperativa

Hofgut Kapellenhof funciona básicamente como una sola explotación, pero muy abierta a la cooperación en los distintos niveles de la cadena de transformación y valor añadido. El trabajo de la granja se basa en una comunicación buena y abierta y en un alto nivel de transparencia. Ofrece apertura y transparencia en todos sus procesos operativos (por ejemplo, información a través de visitas a la granja; información en la página web). La intención es producir alta calidad, comunicarla e implicar tanto a los clientes como a los socios comerciales.

## 5 Próximos pasos para seguir adelante

### 5.1 etapas de producción/ transformación/ venta

En el futuro, la creación de un restaurante en la granja tiene una gran prioridad como canal de comercialización adicional. El gerente de la granja asume que cada vez será más importante crear alternativas razonables. Los clientes deben estar convencidos de la calidad para pagar un precio justificadamente alto.

### 5.2 pasos por delante en los mercados pertinentes

Posicionamiento como vendedor de productos ecológicos de leche de oveja  
Participación con productos propios en diversos concursos.

## 6 Cita y recomendación del promotor

### 6.1 ¿Merece la pena?

Sí. En la granja, la expansión de la comercialización directa y la creación de un restaurante de granja tienen prioridad absoluta en el futuro. El gerente de la granja asume que cada vez será más importante crear alternativas razonables. Los clientes deben estar convencidos de la calidad para pagar un precio justificadamente alto.

### 6.2 ¿Cuál es el mayor ingreso, cuál es el mayor reto?

El director de la explotación cree que, en retrospectiva, debería haberse centrado en la comercialización directa desde el principio. Sin embargo, es difícil juzgar lo que habría ocurrido sin Covid. Por eso es difícil juzgar. Cierta flexibilidad para adaptarse a las condiciones cambiantes es esencial en el mundo actual, opina. Véase Corona y la crisis de Ucrania.

### 6.3 ¿Qué recomienda a otros agricultores?

Mi experiencia me dice que tenemos que ser muy flexibles. El hecho de que me haya decidido por un determinado producto y esté convencido de ello no significa que también vaya a gustar a los clientes. Sobre todo al principio, hay que reajustarse constantemente y estar dispuesto a cambiar. Eso me ayudó mucho. Sobre todo, tienes que encontrar tu propio camino, destacar, encontrar un hueco, pero sin ser demasiado específico".

En cualquier caso, hay que tener muchas ganas y estar preparado para tener que luchar contra mucha resistencia. Te salen al paso muchas cosas que no esperabas de antemano. Hay que centrarse absolutamente en la calidad y la fiabilidad del producto. Las grandes fluctuaciones en ambos temas son absolutamente inaceptables. Hay que ser de los que se prestan a ello. Por muy bonito que sea todo, hay que enfocarlo de forma realista y crítica.

# Deckers Biohof

## 1 Introducción/ Resumen

### 1.1 Esencia de la mejor práctica

La granja ecológica existe desde hace unos 30 años y tiene experiencia en las áreas de tienda, mercado semanal, vivero, servicio de entrega y administración. La combinación de la gestión de la oficina, el servicio al cliente en las tiendas de la granja, así como el servicio al cliente en la tienda en línea y directamente en la fuente en el vivero, crea un valor añadido holístico de know-how en su negocio familiar.

### 1.2 Qué/ Cómo/ Quién/ Dónde

Biohof Decker es una granja ecológica situada en Bühl (Baden-Wurtemberg) y pertenece a la Región del Parque Nacional de la Selva Negra. La granja está dirigida por Christoph Decker, de 38 años. El número de empleados asciende a casi 100 personas, de las cuales cuatro son miembros de la familia. En la actualidad, la explotación cuenta con unas 20 hectáreas de tierra cultivable. En ella cultiva principalmente hortalizas y lechugas. También posee dos hectáreas de huertos, donde cultiva variedades antiguas de manzanas. Los productos se comercializan de diferentes maneras: a través de la tienda de la granja, que existe directamente en la explotación desde 2007. Además, Deckers Biohof posee y gestiona sus propios mercados ecológicos en la región (Baden-Baden y Sinzheim) con productos de cosecha propia y manufacturados, así como productos adicionales. Asimismo, vende sus productos a través de puestos de mercado. También existe una tienda online con servicio de entrega y muy centrada en las cajas ecológicas.

## 2 Situación antes de la puesta en marcha/cambio

### 2.1 Explotación existente o nueva/ entrada lateral

En los terrenos de Bühl se cultivan frutas, lechugas y hortalizas desde principios de los años setenta. Deckers Biohof gestiona la explotación desde 2004.

### 3 Decisiones tomadas al principio

#### 3.1 Selección de semillas/ razas/ lugar de producción

Los manzanos de variedades antiguas ya estaban presentes en los campos de la explotación. Sin embargo, estos frutales dispersos no se habían cuidado antes. Periódicamente se plantan más manzanos de variedades antiguas. La explotación obtiene las semillas de un productor regional de manzanas especializado en este cultivo.

#### 3.2 Decisión sobre el sistema de producción (intensivo, extensivo, ecológico, biodinámico)

El terreno ya se cultivaba según los principios Demeter y Decker's Biohof también elabora sus productos según los principios y valores Demeter desde la adquisición. La granja quiere contribuir a la protección del medio ambiente y la naturaleza y preservar y fomentar el paisaje cultural con su cultivo ecológico y el cuidado de los huertos.

#### 3.3 Decisión sobre la fase de transformación y la profundidad del mercado

Las 20 hectáreas de tierra cultivable se dividen del siguiente modo: diez hectáreas de terreno abierto, dos hectáreas de huertos y media hectárea de invernadero. La superficie restante se destina a arbustos, setos y hábitat para insectos, aves, etc.

La propia explotación cultiva los siguientes productos: patatas, varios tipos de coles, cebollas, remolachas y lechugas cortadas. Compra otros productos a otros socios y explotaciones ecológicas regionales.

Además de sus propios prados con manzanas de variedades antiguas, la explotación se ocupa de otros prados y también arrienda a la ciudad otras zonas de huertos de la zona.

#### 3.4 Decisión para el Mercado a entregar: B2B y/o B2C

La explotación aprovecha las oportunidades y ventajas de ambos enfoques.

## 4 Medidas adoptadas para establecer la empresa

### 4.1 Red, intercambio, formación, asesoramiento

Christoph Decker, de 38 años, es maestro jardinero y gerente de la granja ecológica.

La granja es una parte importante de la región ecológica modelo Mittelbaden+, que es un proyecto del estado de Baden-Württemberg. Deckers Biohof está firmemente comprometida con el fortalecimiento y la expansión de la agricultura ecológica en la región y asesora a otros agricultores a varios niveles.

### 4.2 Explotación individual/ Cooperación/ Cooperativa

Deckers Biohof no se considera un organismo independiente, sino un importante socio comercial en la región. En general, se persigue un fuerte trabajo en red con muchos actores diferentes en la región, pero también más allá. También persiguen entablar un diálogo con los consumidores y clientes a través del diverso marketing directo.

## 5 Próximos pasos para seguir adelante

### 5.1 fases de producción/ transformación/ venta

- Ampliación de la e-movilidad en nuestra flota para el servicio de reparto debido al aumento de los costes energéticos de los motores de combustión.
- La granja proyecta un nuevo edificio con sistema fotovoltaico y función de almacenamiento de agua de lluvia --> Independencia de influencias externas en el sector energético y objetivo de cubrir su propio consumo de energía hasta en un 70%.

### 5.2 pasos por delante en los mercados pertinentes

En planificación están los "productos de la región de muestra ecológica Mittelbaden+", por ejemplo, productos que luego se marcarán con un logotipo de que proceden de la región (--> principio de compra local).

## 6 Cita y recomendación del promotor

### 6.1 ¿Merece la pena?

En cuanto a las variedades antiguas de manzana: el cultivo y la transformación de las variedades antiguas merecen mucho la pena. El zumo tiene muy buena acogida y existe una gran demanda.

### 6.2 ¿Cuál es el mayor ingreso, cuál es el mayor reto?

- Servicio de entrega/comercialización directa:
- No es necesario introducir cambios en el servicio de reparto; satisfecho. Movilidad electrónica:
- costes de personal extremadamente elevados (por ejemplo, búsqueda de empleados)
- Movilidad eléctrica:
- costes de adquisición más elevados, menor alcance de entrega
- empezar antes a centrarse en la movilidad eléctrica, empezar antes a ampliar la autoproducción de electricidad.

### 6.3 ¿Qué recomienda a otros agricultores?

- Crear un concepto de marketing y buscar/encontrar compradores fiables
- Ajustar anualmente
- Buscar asesoramiento en cultivos y zonas que no pueda cubrir uno mismo (por ejemplo, oficinas de agricultura; asociaciones de agricultura ecológica; servicios locales de asesoramiento).
- Elegir la forma de cultivo más sostenible (cultivo ecológico)
- La comercialización (seguridad de aceptación o venta) debe estar en marcha desde el principio antes de invertir.
- Calcular bien los precios de los productos y comunicar bien la composición, especialmente para los consumidores.



# Madrevite

## 1 Introducción/ Resumen

Madrevite es básicamente una explotación agrícola especializada en vino, en una zona con denominación de origen Colli del Trasimeno, reconocida desde 1972, que incluye también un tipo de vid muy especial llamada Gamay del Trasimeno, cultivada en los alrededores del lago desde tiempos inmemoriales. La Universidad de Perugia demostró recientemente mediante análisis genéticos que la vid no es Gamay de la región de Beaujolais en Francia, sino que pertenece a la variedad de uva Garnacha.

Así que el nombre Gamay se adquirió por error, pero sigue identificando a esta vid cultivada en las colinas que rodean el lago Trasimeno. La uva tinta más extendida en la zona es la Sangiovese y la Gamay del Trasimeno, como se conoce y registra oficialmente, siempre se consideró una cepa secundaria que podía añadirse a la Sangiovese. Nicola Chiucchiurlotto, propietario tras su padre, es también presidente del "Consorzio Colli del Trasimeno", que agrupa a todos los productores de la Denominación de Origen Controlada (DOC en italiano) existente desde 1972.

## 2 Situación antes de la puesta en marcha/cambio

El abuelo de Nicola comenzó la granja, como aparcerero ("mezzadro"), luego como agricultor propietario de su tierra. Su padre se hizo cargo de la explotación en los años 90, Nicola empezó a trabajar en 2004 y en 2017 se convirtió en propietario. La producción de vino comenzó en los años 60, pero la granja era principalmente zootécnica, la cría de cerdos y la raza bovina tradicional del territorio llamado "Chianina". La granja producía paja y forraje y cereales para la cría de animales.

## 3 Decisiones tomadas al principio

El cambio para Nicola fue la participación en una medida del Plan de Desarrollo Rural de la Toscana en 2001-2004, incluida una comisión de servicio de 8 días en Francia en el verano de 2003. Emiliano Falsini. Esta formación sobre el terreno fue fundamental para empujar a Nicola a

augmentar la superficie agrícola destinada a la especialización vitivinícola, pasando de 15 a 65 ha en total, con viñedos de 2 a 15 ha.

La elección de valorizar las variedades locales empujó a Nicola a abrazar la elección, además de la tradicional Sangiovese, de la Gamay del Trasimeno con la idea precisa de caracterizarla como una biodiversidad y una especialidad del territorio que rodea el lago Trasimeno.

También se incluyó en la explotación un olivar con 1.200 aceitunas que optó a la certificación como aceite de oliva virgen extra ecológico. En 2004, a raíz de los esfuerzos de algunos agricultores locales para recuperar una antigua variedad de caupí llamada "Fagiolina del Trasimeno", Nicola también comenzó 2 ha de este cultivo, como blanco durante los dos primeros años y luego multicolor, con cuatro fases de cosecha.

Llegados a este punto, la elección estaba clara: vino local de alta calidad combinado con una mezcla de aceite de oliva virgen extra ecológico y Fagiolina del Trasimeno.

El siguiente paso fue dar a conocer la granja y los productos a nivel nacional e internacional, también con degustaciones en la granja para los visitantes.

Per la qualità del vino sono indispensabili 2 ha raccolta scalare. Migranti, pachistani. 2 mesi estivi. Potatura verde.

#### **4 Medidas adoptadas para establecer la empresa**

El Consorzio Colli del Trasimeno es la forma común de representar la imagen y la calidad de los vinos, pero como el vino es de elaboración propia en la granja como una empresa especial con el apoyo de un enólogo en la bodega y se presenta con características personales específicas y referencias. Esta posición hace que sea necesario para participar en exposiciones de vino en Italia y en el extranjero para el contacto directo con los compradores.

#### **5 Próximos pasos para seguir adelante**

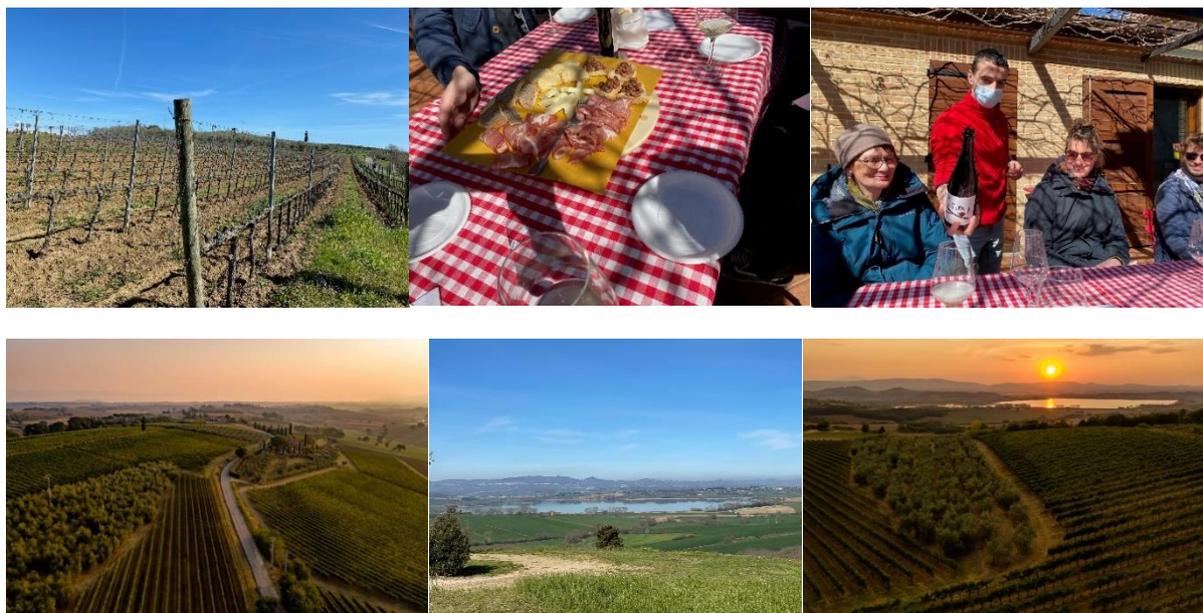
La elección estratégica de productos de alta calidad representativos del territorio llevó a Nicola a aumentar el intenso trabajo manual necesario para ello.

Para la poda, también la llamada verde en primavera/verano, era necesario encontrar trabajadores especializados, en los últimos años emigrantes, procedentes de la Toscana.

También para la selección de la uva y la vendimia manual con elección de las mejores uvas, así como para las cuatro fases de vendimia de Fagiolina se necesitan trabajadores en contratación externa con experiencia previa.

## 6 Cita y recomendación del promotor

Un producto alimentario tradicional no es sólo algo para comer o beber, sino que representa el territorio, el paisaje y la cultura de la población. Se trata de un valor añadido que puede resultar atractivo para el cliente y formar parte integrante del patrimonio local que el visitante lleva consigo en su imaginación. Invertir en cultura y comunicación forma parte de una agricultura capaz de representar la tradición territorial.



*Fotos de los viñedos, la cata y el paisaje del propietario de Madre vite y del autor del estudio de caso.*

# Flavio Orsini

## 1 Introducción/ Resumen

### 1.1 Esencia de la mejor práctica

La mejor práctica está relacionada con una especie de legumbre parecida a una judía pequeña, *Vigna unguiculata* L. Walp., de entre 3 y 7 mm de longitud, originaria del norte de África y cultivada tradicionalmente en la zona del lago Trasimeno, en Umbría, desde la antigüedad. Dicha legumbre, llamada caupí, se encontró en el interior de vasijas desenterradas durante las excavaciones de Pompeya y se recogió junto con otros residuos vegetales (Archeobotanica: Reperti vegetali da Pompei e dal territorio vesuviano, Borgogino M., 2006).

Esta antigua leguminosa estaba en peligro y corría el riesgo de perderse por completo debido a su sustitución por cultivos más productivos alrededor del lago Trasimeno en los años sesenta y setenta. Sólo cuatro antiguos agricultores continuaron con este cultivo. Uno de ellos era el padre de Flavio Orsini, Italo, que animó a su hijo a continuar esta tradición. Olio, vino, ceci neri, farro, miglio, cereali, animali fattoria didattica, e fertilizzazione oliveto.

### 1.2 Qué/ Cómo/ Quién/ Dónde

En 1996, Flavio Orsini inició su explotación, después de haber ayudado desde muy joven a su padre, propietario de una explotación de 8 ha. Siguiendo la herencia tradicional de su padre Italo, Flavio alquiló y luego compró 40 ha. de tierra y empezó a gestionar su propia explotación, continuando también con la reproducción y el cultivo de esa legumbre tan especial llamada "Fagiolina del Trasimeno". La Fagiolina, cuyo nombre taxonómico es *Vigna unguiculata* L. Walp., y comúnmente llamada en inglés cowpea, puede sembrarse en abril/mayo y cosecharse en verano, seleccionando también las semillas de las mejores plantas al principio de la cosecha, en julio/agosto, para sembrarlas el año siguiente.

Siguiendo la tradición, Flavio decidió mantener los trabajos manuales, incluida la cosecha múltiple, la única forma de obtener todas las semillas con todos sus colores, en función de los distintos momentos de maduración, que dura hasta 3 meses en verano y, por lo tanto, compromete seriamente a los agricultores. Flavio que se va a jubilar toma la decisión de reunir todas las empresas familiares bajo un nombre

colectivo, FASA (Flavio, Alessandra, Sara y Alice, él mismo, su mujer y sus dos hijas ). La perseverancia de la familia Orsini y de otros pocos conservadores de semillas convenció a las instituciones locales para recuperar esta biodiversidad y estimular a otros agricultores a comprometerse en la conservación y el cultivo de semillas.

Proyectos financiados por el Plan de Desarrollo Rural de Umbría desde finales de los años 90 dieron la oportunidad de estudiar y caracterizar las poblaciones de campo existentes, sus peculiaridades fenotípicas, el germoplasma guardado en el Banco de Genes de la Universidad de Perugia, el análisis genético completo. En 2000 se reconoció la existencia de un Baluarte Slow Food y en 2002 se constituyó un consorcio de agricultores denominado "Fagiolina del Trasimeno" que agrupa a todos los agricultores.

Todo este trabajo generó interés a nivel nacional, en particular por parte de Slow Food que declaró oficialmente en 2006, en la Exposición Internacional de Turín, la "fagiolina" como biodiversidad agrícola de primera importancia mundial. El nombre "Fagiolina del Trasimeno" se registró como propiedad intelectual del Consorcio con el objetivo de identificar, desarrollar y proteger esta producción como limitada y reservada a la zona que rodea el lago Trasimeno. Está registrada desde 2013 como biodiversidad agrícola en el registro regional de Umbría <https://biodiversita.umbria.parco3a.org/risorsa/fagiolina-del-trasimeno/>.

## **2 Situación antes de la puesta en marcha/cambio**

### **2.1 Explotación existente o nueva/ entrada lateral**

La granja de la familia Orsini fue una de las pocas que resistieron con la producción de legumbres, siguiendo la antigua tradición de la "Fagiolina" en la zona del lago Trasimeno. La perseverancia de la familia Orsini y de otros pocos conservadores de semillas convenció a las instituciones locales para recuperar esta biodiversidad y animar a otros agricultores a dedicarse a la conservación de semillas. Proyectos financiados por el Plan de Desarrollo Rural de Umbría desde finales de los años 90 dieron la oportunidad de estudiar y caracterizar las poblaciones de campo existentes, sus peculiaridades fenotípicas, el germoplasma guardado en el Banco de Genes de la Universidad de Perugia, el análisis genético completo.

En 2000 se reconoció la existencia de un Baluarte Slow Food y en 2002 se constituyó un consorcio de agricultores denominado "Fagiolina del Trasimeno" que agrupa a todos los agricultores. Todo este trabajo generó

interés a nivel nacional, en particular por parte de Slow Food que declaró oficialmente en 2006, en la Exposición Internacional de Turín, la "fagiolina" como biodiversidad agrícola de primera importancia mundial. El nombre "Fagiolina del Trasimeno" se registró como propiedad intelectual del Consorcio con el objetivo de identificar, desarrollar y proteger esta producción como reservada a la zona que rodea el lago Trasimeno. Está registrada desde 2013 como biodiversidad agrícola en el registro regional de la región de Umbría

<https://biodiversita.umbria.parco3a.org/risorsa/fagiolina-del-trasimeno/>.

En la actualidad, Flavio continúa la tradición agrícola familiar junto con su esposa Alessandra y sus dos hijas, Sara y Alice. La explotación de 40 ha, incluida 1 ha reservada al cultivo de Fagiolina, está cultivada extensivamente con cereales, emmer y maíz, otras leguminosas, es decir, garbanzo negro, viñedo y olivos, produciendo su propio vino y aceite de oliva virgen extra. Hay pastos con ganado vacuno y ovino que contribuyen a proporcionar con abono natural y carne para los huéspedes de la granja didáctica.

### 3 Decisiones tomadas al principio

#### 3.1 Selección de semillas/ razas/ lugar de producción

Las semillas de Fagiolina (caupí) son reproducidas por el propio agricultor para el cultivo estacional manteniendo las características multicolores mediante la recolección manual escalar. La selección se basa en la polinización natural y el cruce intraespecífico. La reproducción y el cultivo de la Fagiolina se obtiene por tanto en la explotación, situada en una colina con vistas al lago Trasimeno, en 1 ha de una superficie total de 40 ha.

#### 3.2 Decisión sobre el sistema de producción (intensivo, extensivo, ecológico, biodinámico)

El cultivo de la Fagiolina es especializado, pero no intensivo, según las normas y la certificación del proceso Slow Food. Algunos agricultores han seleccionado el color blanco para la recolección mecánica con el fin de evitar los costes del trabajo manual, pero esta técnica puede reducir la biodiversidad multicolor tan importante para esta especie, con más de veinte colores diferentes encontrados. Sin embargo, las operaciones manuales son convenientes por la diferencia con la recolección mecánica, que produce sólo 350 kg/ha en lugar de los 1.000 kg de la recolección manual. Todos los agricultores que participan en el Consorcio han

adoptado las normas del proceso ecológico, pero no todos han adoptado también la certificación ecológica, como es el caso de la familia Orsini.

### 3.3 Decisión sobre la fase de transformación y la profundidad del mercado

La Fagiolina se limpia, se seca y se selecciona para el envasado al vacío, necesario para evitar el peligroso parásito gorgojo (*Acanthoscelides obtectus*). Como alternativa, durante la primera etapa del verano la vaina del caupí puede recolectarse para su consumo en fresco y utilizarse para elaborar salsas para pasta o en una rebanada de pan a la plancha con aceite de oliva virgen extra. La piel, muy fina e imperceptible al gusto, permanece firmemente adherida a la semilla tras la cocción.

### 3.4 Decisión para el Mercado a entregar: B2B y/o B2C

La Fagiolina producida por la familia Orsini se cultiva sin productos químicos de síntesis, según los principios de la agricultura biológica, pero no está certificada como ecológica. La certificación Slow Food es una garantía para los consumidores del proceso tradicional que reproduce la variabilidad multicolor de las semillas y de la cosecha escalar completamente a mano. La Fagiolina producida actualmente por unos 40 agricultores va en su mayor parte directamente del agricultor al consumidor, en la granja o en los mercados de agricultores, luego como segunda opción a distribuidores de nichos de mercado, y sólo con cantidades limitadas a algunos supermercados.

## 4 Medidas adoptadas para establecer la empresa

### 4.1 Red, intercambio, formación, asesoramiento

El propietario de la explotación y su familia gestionan todas las fases de cultivo, envasado y comercialización. Son una explotación didáctica autorizada por la Región de Umbría y organizan visitas a la explotación con explicación de su agricultura tradicional con referencia específica a la Fagiolina, desde sus referencias históricas a la metodología necesaria para el cultivo y la recolección hasta la degustación basada en recetas tradicionales, como la clásica sopa de Fagiolina, o elaboraciones innovadoras, como los fideos caseros con relleno de Fagiolina.

### 4.2 Explotación individual/ Cooperación/ Cooperativa

Finca unitaria productora de cereales, vino, aceite de oliva virgen extra y Fagiolina, todo gestionado en la finca por la familia Orsini y

mayoritariamente consumido o comprado por la gente alojada en la finca didáctica pero asociada al Consorcio "Fagiolina del Trasimeno".

## 5 Próximos pasos para seguir adelante

### 5.1 fases de producción/ transformación/ venta

El siguiente paso que se está llevando a cabo a través del Consorcio, el Ayuntamiento de Castiglione del Lago y el apoyo del Parque Tecnológico de Umbría-3A es la presentación del expediente para el reconocimiento de la "Fagiolina del Trasimeno" como Denominación de Origen Protegida (DOP) por parte del Ministerio de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques (MASAF) y de la Unión Europea.

### 5.2 pasos por delante en los mercados pertinentes

La cantidad de Fagiolina producida por unos 40 agricultores es actualmente demasiado escasa para llegar a nuevos mercados. La mayor parte se vende en el mercado regional y a algunos distribuidores especializados de las grandes ciudades del norte de Italia y a cocineros. El éxito de Fagiolina y el futuro reconocimiento como DOP pueden abrir nuevas oportunidades con la ampliación del Consorcio y el aumento de la producción.

La granja didáctica tiene éxito y a ella acuden grupos de invitados que aprecian mucho la visita y la experiencia de contar historias y degustar el producto. También es una forma de dar a conocer mejor la importancia de esta biodiversidad agrícola y difundir este conocimiento en Italia y en el extranjero. Las visitas también se incluyen en las oportunidades que ofrecen las oficinas de turismo y los operadores turísticos locales.

## 6 Cita y recomendación del promotor

### 6.1 ¿Merece la pena?

La Fagiolina en sí es un cultivo de baja necesidad hídrica, útil para la acción fijadora de nitrógeno del suelo y muy solicitado en el mercado por su sabor herbáceo y su gusto especial, muy diferente de todas las demás leguminosas y muy apreciado por los chefs famosos.

## 6.2 ¿Cuál es el mayor ingreso, cuál es el mayor reto?

Los mayores ingresos ya se han alcanzado, puesto que la Fagiolina se ha salvado de las pérdidas y el precio en el mercado, comprendido entre 18 y 24 euros por kilo, puede ser satisfactorio para los productores. El mayor reto es implicar a una nueva generación de agricultores para mantener viva esta tradición y aumentar la fama de la "Fagiolina del Trasimeno" mediante el reconocimiento de la DOP.

## 6.3 ¿Qué recomienda a otros agricultores?

La Fagiolina, al ser una antigua biodiversidad local situada geográficamente alrededor del lago Trasimeno, es un recurso genético dedicado a un nicho de mercado que puede desarrollarse según los límites geográficos y comunitarios. La conveniencia para los agricultores proviene de su apreciación general y de su reconocimiento mundial, que puede reforzarse con la certificación DOP. También es conveniente para los agricultores y todas las comunidades de los alrededores del lago Trasimeno que se incluyan como visitas dentro de las ofertas de los operadores turísticos y las oficinas de turismo a los visitantes, con mayores ingresos y experiencia práctica en recetas tradicionales a base de Fagiolina.



# Ronci

## 1 Introducción/ Resumen

La explotación oleícola de Ronci es una antigua familia de agricultores que han vivido en esta tierra y trabajado durante generaciones entre los olivos que forman parte integrante de este extraordinario territorio.

En los años 50, Nello Ronci compró una pequeña propiedad en las colinas de Bevagna, en Umbría, donde estableció a su familia y donde inició una pequeña producción de aceite de oliva virgen extra.

Un papel importante en el desarrollo de la finca se debió a la voluntad y tenacidad del hijo de Nello, Marcello, quien, apasionado por el aceite de oliva virgen extra y por su tierra, compró nuevas propiedades, plantó, a lo largo de los años, nuevos olivares, hoy 23 ha de un terreno de 26 ha, y construyó en 1981 una nueva y moderna almazara de última generación.

Toda la familia se implicó y, junto con Marcello y su esposa Annarita, también sus hijas Simona, licenciada en Agricultura, y Roberta, que había decidido seguir la pasión familiar, empezaron a trabajar en la almazara.

El aceite ecológico AOVE Ronci es "Pasión", el resultado de un profundo conocimiento del territorio, de la sabia y preciosa tradición combinada con modernas técnicas de cultivo y elaboración, basadas en los principios de la agricultura ecológica.

Hoy sus hijas Simona, licenciada en agricultura, y Roberta, que han decidido seguir la pasión familiar, trabajan junto a Marcello y su esposa Annarita.

El Aceite de Ronci es "Pasión", fruto de un profundo conocimiento del territorio, de una sabia y valiosa tradición unida a modernas técnicas de cultivo y elaboración, basadas en los preceptos de la agricultura ecológica.

La almazara familiar está situada en medio de los olivares, en un antiguo granero característico recientemente ampliado para crear espacios para el almacenamiento de aceite.

<https://www.oliaronci.it/en/>

## 2 Situación antes de la puesta en marcha/cambio

El terreno inicial parcialmente plantado de olivos se fue ampliando comprando más fincas y plantando nuevos olivos, siempre continuando con las variedades tradicionales de la zona, "Leccino", "Frantoio" y mayoritariamente "Moraiolo".

La nueva almazara de última generación fue el resultado de la atención por valorizar la alta calidad de las aceitunas reforzando la experiencia de sus predecesores, mejorando la calidad desde el campo hasta el envasado, utilizando siempre técnicas más avanzadas para hacer de la Umbría un símbolo propio del territorio.

Todas las operaciones, desde el campo hasta la almazara, son gestionadas personalmente por los miembros de la familia: i) fertilización rigurosamente orgánica, para proteger la salud de las plantas, el medio ambiente y los seres humanos; ii) poda y mantenimiento de la salud de las plantas de acuerdo con las mejores prácticas de los estudios agronómicos más recientes y las innovaciones tecnológicas destinadas a obtener frutos siempre sanos que darán aceitunas de mejor calidad y, por tanto, un mejor aceite de oliva virgen extra.

Se presta especial atención a la protección del paisaje, mediante el cuidado de los olivares, en riesgo de abandono en todo el entorno, plenamente implicados en el ecosistema vivo.

Recolección: se efectúa en un período muy limitado, entre finales de octubre y principios de noviembre, con el fin de recoger toda la producción en el grado de madurez adecuado, también en función de las características de cada variedad de aceituna. La técnica de recolección de las aceitunas para aceite se denomina "brucatura", es decir, se realiza totalmente a mano para preservar la integridad de las drupas.

En la recolección manual, los trabajadores suben al árbol con escaleras y, utilizando los dedos o peines especiales, desprenden las aceitunas de las ramas fructíferas, que caen al suelo sobre una red colocada bajo el árbol. Una vez que las aceitunas para aceite se han desprendido del árbol, se recogen y se colocan en cajas, tras lo cual llegan a la almazara, donde comienza el procesamiento para obtener aceite de oliva virgen extra ecológico prensado en frío.

Simona Ronci, agrónoma, presta especial atención a la salud de las plantas mediante el seguimiento y la prevención de enfermedades, también en colaboración con la Universidad de Perugia.

La recolección manual es el sistema que garantiza la mejor calidad de las aceitunas porque no daña las drupas ni las plantas y, por tanto, la calidad del aceite de oliva virgen extra.

### **3 Decisiones tomadas al principio**

Desde el principio, hace más de 20 años, se tomó la decisión de producir según las normas de la agricultura ecológica como forma natural de cuidar la tierra, las plantas y el producto final.

Así pues, la imagen de la empresa familiar Ronci está estrictamente vinculada a un ecosistema único, al mantenimiento natural del suelo y a las mejores prácticas de producción de aceitunas y aceite de oliva virgen extra.

La almazara ha sido actualizada y mejorada con un nuevo decantador y separador centrífugo que trabaja 1200 kilos de aceitunas por hora.

El aceite de oliva virgen extra está disponible tanto en la explotación como para los distribuidores y consumidores a través de relaciones cuidadosas y dedicadas con los consumidores.

### **4 Medidas adoptadas para establecer la empresa**

La almazara de la familia Ronci es muy famosa en la zona por la calidad de su aceite de oliva virgen extra y muy conocida también a nivel nacional e internacional, con un 30% exportado al extranjero (Alemania, Suiza, Bélgica y EE.UU.), por su respeto de todas las buenas prácticas tradicionales de producción y agricultura ecológica y de la cadena alimentaria de suministro de AOVE.

Un valor añadido lo aportan las populares sesiones de degustación que se organizan en la granja para visitantes, clientes y comerciantes.

Del mismo modo, los residuos y los huesos de aceituna se utilizan para producir energía a partir de biomasa en una planta de tratamiento de aguas residuales a tan solo 5 km de la explotación, con lo que se pretende

realizar una especie de economía circular con el efecto práctico de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

## 5 Próximos pasos para seguir adelante

El siguiente paso será lanzar el uso de subproductos de las aceitunas para producir cosméticos basados en los cosméticos naturales co ya a la venta en línea a partir de compuestos de las plantas de olivo para completar la línea de productos. <https://www.olioronci.it/en/cosmetics/>

También se pueden comprar en línea botellitas de cerámica artística (vinagreras). <https://www.olioronci.it/en/cruet/>

Miel Millefiori de la apicultura de la granja Ronci cosechada en las colinas que rodean Bevagna. <https://www.olioronci.it/en/honey/>

También es importante mejorar el sitio web para el comercio electrónico. <https://www.olioronci.it/shop-online/>

## 6 Cita y recomendación del promotor

Empiece por su pasión y luego encuentre sus propios medios para poner en marcha su negocio. Esta es la forma de dotar a tu explotación de un valor añadido que toda la gente pueda apreciar, no solo los clientes, sino todas las personas que visiten el territorio o vivan en él.



*Fotos de la familia Ronci*



[CC-BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/): This license enables reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use. If you remix, adapt, or build upon the material, you must license the modified material under identical terms. CC BY-SA includes the following elements:

BY: credit must be given to the creator.

SA: Adaptations must be shared under the same terms.