

Proyecto SAGA

IO3 - SAGA Guía de Experiencias y Casos de Estudio

2020-1-HU01- KA204-078691



El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación de su contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	2
2. Guías de Formación SAGA	2
3. GRUPO OBJETIVO	3
4. SAGA - Casos de Estudio	3
4.1. BULGARIA	4
THE SOCIAL TEAHOUSE	4
SUNFARM CAMP	5
4.2. HUNGRÍA	5
MAGYARHERTELEND	5
KERECSENDI MALOMPARK Guest House & Event Centre	6
4.3. PAÍSES BAJOS	7
BLOOMING BAKERY	7
GREEN HOUSE	7
4.4. ESPAÑA	8
TIERRA INQUIETA	8
CÁCERES PARA COMÉRSELO	8
4.5. RUMANÍA	9
GYIMESI SKANZEN PENSION	9
ZSIGMOND MALOM PENSION	9
5. SAGA - Experiencias Europeas	10
COOPERATIVA CONTROCORRENTE SOS (Italia)	10
MOST JABLJANICA (Bosnia & Herzegovina)	11
TERRIUS (Portugal)	11
6. OBSERVACIONES FINALES - ¡Inspírate!	12
7. REFERENCIAS	13

1. Introducción

La tendencia de la despoblación rural a la que se enfrentan muchos países y regiones europeas está generando zonas conocidas actualmente como la "Europa Vacía", que afrontan retos demográficos y económicos específicos y relacionados con la falta de servicios públicos. Al mismo tiempo, estos territorios cuentan con un rico patrimonio culinario, gastronómico y/o de producción de alimentos que puede generar oportunidades muy interesantes para la región.

El proyecto SAGA contribuye a reducir las desigualdades de estas áreas, y a garantizar la recuperación económica y el crecimiento inclusivo y sostenible a largo plazo a través de un enfoque de co-creación y colaboración, involucrando a todas las partes interesadas con el fin de desarrollar y validar un programa de formación dirigido principalmente a las poblaciones que viven en la "Europa Vacía", pero que al mismo tiempo tienen un rico patrimonio culinario y/o la producción de alimentos. El proyecto desarrolla y evalúa un programa de formación innovador para quienes viven en este tipo de zonas rurales, abordando sus problemas acuciantes, como el desempleo y la revitalización económica y social, dotándolos/as de conocimientos, competencias y habilidades para desarrollar empresas sociales en los ámbitos gastronómico, alimentario y del patrimonio culinario.

SAGA ha desarrollado un conjunto de guías para facilitar su asimilación por parte de diversos actores y partes de interés, en consonancia con la filosofía y los objetivos de su programa de formación, y con el propósito de apuntalar, apoyar y mejorar las habilidades y competencias de los/as participantes y su esfuerzo para idear, crear y gestionar una empresa social en un sector específico relacionado con la alimentación, la gastronomía y el patrimonio culinario.

Estas guías complementan los principales resultados del proyecto.

2. Guías de Formación SAGA

La presente guía forma parte de este esfuerzo y de un conjunto más amplio de guías elaboradas para cada una de las partes de interés en SAGA.

Guía SAGA de Experiencias y Casos de Estudio: ofrece una recopilación de casos de estudios incluidos en el programa de formación SAGA, así como otras experiencias de emprendimiento (social) identificados en Europa que pueden utilizarse como herramienta de inspiración e innovación para concienciar sobre el papel del emprendimiento social como vehículo para paliar los retos demográficos de la Europa Vacía. Esta guía también puede utilizarse como herramienta de motivación para formadores/estudiantes y (potenciales) emprendedores/as sociales, e incluye algunos puntos de feedback de quienes ya han puesto a prueba el programa de formación.

Guía SAGA para Formadores/as: dirigida a docentes que vayan a utilizar el programa de formación SAGA de manera formal o informal. Incluye una visión general del programa de formación desarrollado durante el proyecto, sus contenidos y estructuras, y ofrece una guía para profesores/as, formadores/as y centros de formación que quieran aprovechar los recursos y contenidos del proyecto para potenciar las habilidades emprendedoras de sus alumnos/as, o incluir estos materiales de formación como recursos adicionales a su oferta formativa actual.

Guía SAGA para ONGs: para organizaciones de la sociedad civil, ONGs, instituciones nacionales y regionales que trabajen con/para grupos desfavorecidos en la Europa Vacía, y que estén interesadas en utilizar el programa de formación SAGA y los resultados del proyecto para generar su propia empresa social (colaborativa) en el sector identificado (alimentación, gastronomía y patrimonio culinario), o para apoyar a sus beneficiarios en la creación de sus propias empresas. La guía ofrece inspiración e ideas sobre cómo estas organizaciones pueden utilizar y adoptar el programa de formación y los resultados de SAGA.

Informe de Políticas SAGA: conjunto de recomendaciones para los responsables políticos relacionadas con el apoyo a la creación de empresas sociales (colaborativas), como forma de generar actividad económica en la "Europa Vacía". Se centra específicamente en la importancia de un marco jurídico que proteja las acciones de las empresas sociales y ofrece una guía sobre cómo contribuir con el proyecto SAGA para promover el emprendimiento social en las zonas rurales como estrategia sostenible para el futuro.

3. GRUPO OBJETIVO

La presente Guía SAGA de Experiencias y Casos de Estudio pretende inspirar e informar sobre las mejores prácticas de emprendimiento colaborativo (social) relacionadas con la producción gastronómica y el patrimonio culinario en las regiones rurales de la llamada Europa Vacía. Como tal, está dirigida principalmente a los siguientes grupos destinatarios, aunque puede ser utilizada como herramienta de inspiración y consulta por cualquier persona interesada en explorar oportunidades de negocio o emprendimiento en dichos sectores:

- ¿Eres un/a (potencial) emprendedor/a social? Entonces esta guía pretende inspirarte con ejemplos y casos de estudio relevantes. Puedes trasladar las ideas a tu propio contexto y formación. La guía pretende despertar tu interés por crear una empresa relacionada con la gastronomía, la alimentación y el patrimonio cultural en tu región.
- Si ya eres empresario/a, propietario/a de un negocio o trabajas en sectores como el turismo, la hostelería, la gastronomía o la producción alimentaria, los ejemplos y casos contenidos en esta guía pueden ayudarte a considerar nuevos enfoques para aplicarlos en tus actividades diarias.
- ¿Eres docente o formador/a, o perteneces a un centro de formación profesional y educativa? Entonces esta guía puede ayudarte a despertar el interés de tus alumnos/as por el espíritu empresarial (social) relacionado con la gastronomía, la alimentación y el patrimonio culinario. Si imparten formación en los ámbitos como el turismo, la hostelería y la agricultura, entonces el presente documento puede ayudarte a dar a conocer nuevas oportunidades de desarrollo profesional.
- Si perteneces a una organización civil y/o una ONG, las siguientes historias inspiradoras de emprendimiento (social) en zonas rurales pueden contribuir a tus esfuerzos por desarrollar las zonas rurales y apoyar a la comunidad local. Puede suscitar ideas de emprendimiento social para tu propia organización o para sus beneficiarios.

4. SAGA - Casos de Estudio

El programa de formación SAGA ofrece una amplia gama de ejemplos y casos de estudio que forman parte integrante del material didáctico desarrollado por el consorcio. Sin embargo, somos conscientes de que antes de que alguien se plantea iniciar un itinerario de aprendizaje como el que ofrece SAGA, necesita conocerlo de antemano y estar motivado para comprometerse con la formación.

Para ello, hemos seleccionado los casos de estudio más representativos del programa y los hemos resumido a continuación. Éstos se complementan con otros ejemplos (experiencias) que hemos detectado a lo largo de la vida del proyecto y que nos han parecido igualmente inspiradores.

A continuación te presentamos un resumen de algunos casos de estudio sobre emprendimiento (social), innovación alimentaria y/o procesos de colaboración y co-creación seleccionados por los socios de SAGA en sus países de origen, pero puedes acceder a la colección completa de Casos de Estudio en el programa de formación online de SAGA, o visitando la plataforma de formación [aquí](#).

4.1. BULGARIA

THE SOCIAL TEAHOUSE



Fundada en Varna, The Social TeaHouse se inspira en las experiencias previas de sus propietarios en la organización de talleres y actividades con niños y jóvenes de orfanatos cercanos. Así, este establecimiento, que funciona como bistró, sala de eventos y espacio de trabajo compartido, da su primer empleo a jóvenes mayores de 16 años procedentes de orfanatos locales, familias desestructuradas o entornos difíciles. En el caso de los menores de 16 años, que aún no son empleables, se organizan diversos programas de formación y voluntariado para proporcionarles experiencia y herramientas que les garanticen mejores perspectivas de futuro.

Para desarrollar sus diferentes iniciativas y proyectos, The Social TeaHouse ha establecido asociaciones con autoridades e instituciones locales. En este sentido, edificio en el que se ubica el Social TeaHouse es una propiedad compartida entre el Ayuntamiento de Varna y la Administración del Distrito, al tiempo que también tiene libre acceso a varios centros de alojamiento de tipo familiar y disfruta de una plena y fructífera cooperación en su nombre. Además, realiza a menudo actividades en cooperación con otras ONGs y empresas sociales: actos culturales, iniciativas de voluntariado, actividades organizadas en el marco del programa de tutoría y otras. En los últimos años, The Social TeaHouse también hace especial hincapié en las asociaciones empresariales a las que se dirigen productos y servicios corporativos.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [The Social Teahouse: comida, bebida, eventos... ¡y una causa maravillosa!](#)

SUNFARM CAMP



Como resultado de las experiencias previas y los objetivos de sus fundadores, SunFarm Camp es una microorganización no gubernamental situada en el pequeño pueblo de Tankovo que opera en los campos de la agroalimentación y el turismo, el alojamiento y los servicios alimentarios, el arte culinario, así como el entretenimiento y la recreación, proporcionando así a los clientes una amplia variedad de servicios de alojamiento y culinarios.

El campamento SunFarm es un proyecto y una misión de la asociación "Nuevas Perspectivas para el Desarrollo" y existe y se desarrolla con la convicción de que los jóvenes son el futuro de Bulgaria. La educación no formal, los deportes al aire libre y el voluntariado son algunas de las iniciativas con las que el equipo de la empresa convierte a los jóvenes en embajadores del futuro. Cada actividad pretende hacer girar la rueda en la dirección del desarrollo sostenible, la empresa responsable y el estilo de vida respetuoso con el medio ambiente.

Sin embargo, SunFarm Camp no habría tenido éxito sin los contactos y el apoyo de decenas de otros actores que trabajan en el ámbito de la protección de la naturaleza, la agricultura natural y el montañismo. En este sentido, SunFarm Camp coopera con la Sociedad Búlgara para la Protección de las Aves, así como con otras dos fundaciones cuyos monitores se encargan de la enseñanza deportiva y de la protección del medio ambiente. La empresa también coopera con el Ayuntamiento de Stambolovo, y con varias escuelas del distrito de Kardzhali, cuyos alumnos/as participan en acciones conjuntas de voluntariado.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [SunFarm Camp](#)

4.2. HUNGRÍA

MAGYARHERTELEND



La cooperativa social de productos lácteos Fructus Start se fundó en 2015 con el objetivo de ofrecer empleo a personas con dificultades en la localidad. Magyarhertelend está situada en la parte norte del condado de Baranya, que es un popular destino turístico por sus baños termales y su proximidad a las localidades vacacionales de Orfű y Abaliget.

En este caso el objetivo de la cooperativa es obtener beneficios, pero se centra sobre todo en proporcionar empleo a la población local y en elaborar un producto que sea comercializable. Intentan unir a las organizaciones locales/regionales y establecer sinergias cooperativas, ya que todas se dedican a la producción de diferentes grupos de productos, por lo que se complementan bien.

La producción de productos lácteos, un sector en el que no había ninguna cooperativa social anterior con ese perfil, comenzó en 2017. Hasta entonces, los empleados participaban en cursos de formación, donde aprendían la profesión, experimentaban con la gama de productos a ofrecer y mejoraban las recetas. Actualmente, Magyarhertelend emplea a entre 5 y 6 personas, y el objetivo es crear más oportunidades laborales dentro de la zona como forma de reducir la tasa de desempleo local. Sin embargo, el mayor reto de la cooperativa desde el punto de vista empresarial sigue siendo la sensibilidad al precio, ya que como cooperativa producen de manera artesanal y negocian individualmente el precio del producto a comprar.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [Magyarhertelend](#)

KERECSENDI MALOMPARK Guest House & Event Centre



La Casa de Huéspedes y Centro de Eventos Kerecsendi Malompark está gestionada por la Cooperativa Social Turística Kerecsendi. Esta cooperativa forma parte de un complejo turístico mayor que pretende ampliar su oferta de servicios y eventos para mejorar la situación laboral y social de las familias implicadas (a las que emplea) en el proyecto, pero también de otros miembros desfavorecidos de la comunidad. El objetivo principal es motivar y animar a las personas que viven en pueblos pequeños para que actúen en la mejora de sus competencias en materia de igualdad de oportunidades y calidad de vida.

Con especial énfasis en la concienciación medioambiental, esta cooperativa organiza multitud de eventos, actividades, talleres, etc. Para ello, colaboran con otros agentes locales y partes de interés pertinentes. También cooperan con socios locales, supralocales, regionales, nacionales e internacionales para desarrollar el servicio, y con sus proveedores para crear un producto turístico son empresas locales y regionales (por ejemplo, bodegas, artesanos, queseros, alquiler de bicicletas). Además, para llegar al grupo destinatario (principalmente grupos de niños desfavorecidos) también se establecieron contactos con instituciones educativas del norte de Hungría, Eslovaquia, Ucrania e incluso Canadá.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [Kerecsendi Malompark és Rendezvényközpont](#)

4.3. PAÍSES BAJOS

BLOOMING BAKERY



Esta pastelería de Fier (Países Bajos) es una empresa social que ayuda a las víctimas de la violencia de género en su camino hacia la independencia. En Blooming Bakery, las chicas, quienes reciben orientación de mentores en sus objetivos de aprendizaje, adquieren experiencia laboral y lo aprenden todo sobre el lado empresarial y artesanal de la pastelería.

La pastelería está dirigida por Hank Markus, un chef de temporada con amplia experiencia tanto en hostelería como en docencia, que se centra en la formación de calidad de los futuros profesionales de esta región holandesa y en la importancia de utilizar productos de cercanía y de colaborar con productores locales.

En ese sentido, los productos locales siempre han sido importantes para este chef, y por eso la pastelería sólo trabaja con proveedores locales y utiliza sus productos. *"Como frisones, debemos estar orgullosos de nuestros productos. Siempre me pongo en el lugar del consumidor. Si estoy de vacaciones en Italia y pido una tabla de quesos, espero quesos locales originales. Y lo mismo puede decirse de Frisia"*.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [Blooming Bakery / Henk Markus - Dutch Cuisine](#)

GREEN HOUSE



El Green House de Utrecht es un restaurante circular en el que todos los ingredientes proceden de un radio de 50 kilómetros del restaurante. Por ejemplo, una cuarta parte de las verduras y hierbas de temporada proceden de un invernadero de HRBS, que trabaja de la forma más circular posible. De este modo, se consiguen dos objetivos esenciales: minimizar el impacto medioambiental de su actividad y, además, apoyar y reforzar la producción de alimentos en la región.

Con el firme compromiso de impulsar el empleo local, The Green House se asocia con The Colour Kitchen para luchar contra el desperdicio de talento dando una nueva oportunidad al "talento desaprovechado que ahora está sentado en el sofá de casa". En The Green House creen en este

mensaje y aspiran a que el 20% del equipo esté formado por personas actualmente alejadas del mercado laboral.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [The Green House](#)

4.4. ESPAÑA

TIERRA INQUIETA



Tierra Inquieta es el resultado del interés de su fundador, Manuel Gil Luna, por combinar los productos locales y regionales cultivados de forma ecológica en Extremadura con sus estudios de gastronomía y empresariales. La principal motivación para poner en marcha este nuevo negocio, según su fundador, fue hacer algo novedoso con el fin de ofrecer un nuevo producto al mercado de la alimentación ecológica y saludable, con patés veganos accesibles a todo tipo de clientes.

El modelo de negocio elegido promueve la producción local/regional y la colaboración, por lo que el trabajo con otras entidades y empresas radicadas en Extremadura está en la base de Tierra Quieta y repercute positivamente en el conjunto de la comunidad. En este sentido, Manuel ha colaborado/cooperado con otras empresas u organizaciones sociales a lo largo de su aventura empresarial. Así, participa en Pontis como proveedor de aceite de oliva virgen extra, y la fabricación y comercialización de Tierra Quieta se gestiona a nivel regional, aprovechando la experiencia de una fábrica de patés en Santa Amalia (Indalitos). Además, Manuel también ha contado con la ayuda de CTAEX, un centro de innovación regional, en su camino de colaboración hacia el desarrollo final y la puesta en marcha de Tierra Inquieta.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [TIERRA INQUIETA -](#)

CÁCERES PARA COMÉRSEL0



Cáceres para Comérselo es una microempresa que surge como un proyecto cooperativo, colaborativo, autogestionado y sin ánimo de lucro de la Cooperativa ACTYVA, que se centra en la necesidad de unir a los productores extremeños (agricultores, ganaderos, queseros, apicultores, etc.) en una red colaborativa que les permita ofrecer sus productos en un único comercio electrónico desde el que puedan llegar a un mayor número de clientes potenciales, siendo así más eficientes en la comercialización y distribución de sus pequeñas producciones.

Todos los productos proceden directamente de quienes los producen o elaboran y de zonas lo más cercanas posible a Cáceres, con ciertas excepciones o alianzas estratégicas con iniciativas afines que permiten que la gama de productos sea más amplia y satisfaga así las necesidades de todos los consumidores.

La misión fundamental de esta cooperativa se basa en dos pilares esenciales: consolidar y abrir nuevas oportunidades de negocio para las empresas y productores regionales, basadas en valores como la sostenibilidad y la responsabilidad, y, por otra parte, alimentar la relación de confianza y cercanía con los consumidores locales, para generar un impacto positivo a largo plazo entre productores y clientes.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [Cáceres para Comerselo](#)

4.5. RUMANÍA

GYIMESI SKANZEN PENSION



Este museo etnográfico al aire libre lleva recibiendo huéspedes desde 2008 y permite a los visitantes explorar 14 antiguas casas de labranza que se han preservado del deterioro en la región. El pueblo-museo ofrece alojamiento a los turistas y también funciona como lugar de celebración de bodas, campamentos y diversos actos corporativos. Sus visitantes también tienen la oportunidad de experimentar el pasado a través de la gastronomía local en un entorno tradicional.

El motor que impulsó la creación de esta empresa turística fue el deseo de gestionar un próspero negocio de turismo rural con el objetivo principal de promover la conservación de los valores culturales, las tradiciones y los recursos locales. La vertiente social de la empresa se basa principalmente en el apoyo a la economía local mediante el empleo de la población local y el uso de recursos y proveedores locales. Además, implicar a la comunidad local en los programas y eventos que ofrecen, así como establecer redes con ellos y con los huéspedes visitantes para futuras colaboraciones, hace que la empresa sea popular.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [Gyimesi Skanzen Panzió](#)

ZSIGMOND MALOM PENSION



La pensión Zsigmond Malom funciona desde hace más de 10 años como empresa familiar en el sector turístico local del condado de Harghita. Su principal objetivo es preservar y promover los valores de Szeklerland y su cultura ofreciendo a su clientela servicios (turísticos, de ocio, gastronómicos) de alta calidad y proporcionándoles experiencias enriquecedoras.

La misión social de la empresa viene dada por el hecho de que los procesos a través de los cuales se consigue la propuesta de valor se llevan a cabo con la ayuda de la población local, que proporciona servicios, materias primas y también diferentes experiencias tradicionales y culturales a quienes visitan el establecimiento.

Los recursos existentes en la zona, así como la experiencia previa, los conocimientos y las habilidades de los propietarios, han contribuido de forma beneficiosa a la creación de la empresa familiar. Además, la movilización e implicación constantes de las partes de interés locales y miembros de la comunidad, junto con el conocimiento exacto de las necesidades del grupo destinatario potencial al que la empresa debe servir, hicieron posible centrarse en un segmento concreto de clientes, diseñar y ofrecer los productos y servicios y dirigir estas ofertas a los clientes, aspectos todos ellos que se tuvieron en cuenta a la hora de planificar las actividades de la empresa.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [Zsigmond Malom Panzió - Home | Facebook](https://www.facebook.com/Zsigmond-Malom-Panzi%C3%B3-Home-102071111111111)

5. SAGA - Experiencias Europeas

Encuentra más inspiración en las siguientes iniciativas de países no socios que creemos que son poderosas historias de emprendimiento (social) colaborativo con un fuerte impacto positivo en sus comunidades locales/regionales, ya sea proporcionando apoyo y oportunidades de trabajo a grupos vulnerables o mejorando la producción local (de alimentos) desde el punto de vista social y económico.

COOPERATIVA CONTROCORRENTE SOS (Italia)



Controcorrente SOS es una cooperativa italiana que surgió como un proyecto de cocina inclusiva para promover la integración de personas con discapacidad o necesidades especiales en el mundo laboral, así como para sensibilizar y educar sobre cómo abordar la presencia de este colectivo en el lugar de trabajo. Su misión última es contribuir a crear un impacto positivo en sus comunidades y crear puestos de trabajo locales.

Este proyecto de financiación regional nació en Bisceglie (Apulia), una de las regiones rurales más despobladas del país italiano, pero gracias al sistema de food truck ideado por sus tres fundadores, Controcorrente SOS se desplaza por diferentes regiones, dando visibilidad a la inclusión social y laboral de los colectivos más vulnerables, y ofreciendo su deliciosa comida en diferentes tipos de eventos. Además, organizan actividades lúdicas y deportivas para niños con discapacidad.

Este proyecto no habría sido posible sin el apoyo de otros actores locales de la región de Apulia y de cada vez más familias de la zona que se ponen en contacto con Controcorrente SOS para poder involucrar en una realidad verdaderamente inclusiva a sus hijos.

Para saber más sobre Controcorrente SOS y sus numerosas actividades y eventos, puedes echar un vistazo a: [Controcorrente SOS Cooperativa sociale | Trani | Facebook](#)

MOST JABLICA (Bosnia & Herzegovina)



Merima Kukic Gego, ingeniera agrónoma y fundadora de la empresa Most Jablanica, se lanzó a la aventura empresarial en plena pandemia, con todo el riesgo y la incertidumbre que ello conlleva, pero también con la convicción de que su idea de negocio podía crear un impacto positivo en su comunidad y posicionar la región como destino turístico de interés en el exterior.

MOST Jablanica nació con la intención de elaborar productos alimenticios sanos, de producción local y ecológica, dando trabajo a mujeres de la región que se encuentran en situación de vulnerabilidad. Para generar un mayor impacto social positivo en la región, MOST Jablanica da prioridad al desarrollo de las explotaciones rurales y facilita la creación de redes profesionales entre agentes regionales y locales.

En la actualidad, su oferta se extiende también a los servicios domésticos y turísticos, colaborando con organizaciones públicas para poner a Jablanica en el radar del turismo internacional.

Para saber más sobre esta iniciativa, echa un vistazo al siguiente vídeo: [Entrepreneur turns problems into profit - MOST Jablanica](#)

TERRIUS (Portugal)



TerriuS es una empresa alentejana cuya principal misión es preservar el patrimonio culinario y gastronómico del interior rural de Portugal y promover el reconocimiento gastronómico y turístico de la región. Con un claro compromiso con la responsabilidad social corporativa, TerriuS se centra en la producción sostenible, la conservación y la comercialización de productos silvestres, frutas y verduras de excelencia originarios de la región, reivindicando el valor de los productos y la producción locales.

También desarrolla productos alimentarios vegetales innovadores a partir de recursos o subproductos subexplotados, todo ello centrado en los principios como la sostenibilidad y la economía circular.

En los últimos años, TerriuS también ha colaborado con otros actores locales y regionales (entidades públicas y privadas) para poner en marcha experiencias turísticas y gastronómicas que complementen su oferta, además de situar al Alentejo como destino turístico para visitantes nacionales e internacionales.

Puedes encontrar más información sobre esta iniciativa aquí: [TerriuS | Flavours with history](#)

6. OBSERVACIONES FINALES - ¡Inspírate!

Como habrás tenido ocasión de comprobar, los Casos de Estudio SAGA son recursos inestimables para conocer e idear nuevas formas de negocio con impacto social y económico en la propia comunidad.

Esa es la razón principal por la que quienes ya han tenido la oportunidad de explorar y beneficiarse de los materiales de formación SAGA coinciden en señalar los Casos de Estudio como uno de los recursos mejor valorados del programa. Gracias a su enfoque práctico, estos ejemplos pueden servir de guía para idear nuevas oportunidades de desarrollo empresarial o de productos/servicios en colaboración con otros agentes y partes de interés.

En este sentido, cuando se les preguntó qué tres palabras les venían a la mente a la hora de conceptualizar el programa de formación SAGA, los/as participantes en el piloto coincidieron mayoritariamente en ideas como:

"Cooperación, co-creación, emprendimiento, liderazgo, impacto positivo, economía social,..."

Creemos que todas estas ideas se reflejan también en el núcleo de la presente Guía, que recoge estos valores y puede utilizarse como un recurso de inspiración realmente poderoso para provocar el cambio en tu comunidad.

¿Te sientes ya inspirado/a? Pues ahora te toca a ti poner en práctica las siguientes ideas:

- ¿Cuál es para ti la relevancia de colaborar/co-crear con otros en términos de impacto social/económico en tu comunidad?
- ¿Cuál es el principal conector entre todos los ejemplos aquí contenidos? ¿Qué puedes aprender de ellos?
- ¿Cómo puedes tú/tu organización poner en práctica estos conocimientos adquiridos?
- ¿Ha surgido alguna gran idea para un nuevo negocio/producto/servicio después de leer los casos?
- ¿Serías capaz de utilizar estos casos de estudio y las experiencias europeas para inspirar a otros?

7. REFERENCIAS

[Magyarhertelend](#)

<https://csuporkahertelend.hu/egyutt-tobbre-visszuk/>

[Kerecsendi Malompark és Rendezvényközpont](#)

[Kerecsendi Idegenforgalmi és Turisztikai Szociális Szövetkezet](#)

[The Social Teahouse - food, drinks, events... and a wonderful cause!](#)

[Слънчевата ферма](#)

[Gyimesi Skanzen Panzió](#)

www.facebook.com/ZsigmondMalomFogado

[Cáceres para Comerselo](#)

[Tierra Inquieta | Facebook](#)

[Controcorrente illumina l'estate tranese: foodtruck, lavoro inclusivo e sogni - TraniLive.it](#)

[Manual on Social Entrepreneurship](#)

[Controcorrente SOS Cooperativa sociale | Trani | Facebook](#)

[Entrepreneur turns problems into profit | ILO Voices](#)

[Una emprendedora transforma los problemas en ganancias](#)

[Tzoumakers in a nutshell – Τζουμέικερς](#)

[Noticias y Media | TerriuS](#)

[TerriuS | Flavours with history](#)

[FEATURE-Herbs and hotels: The small businesses helping revive rural Portugal | Reuters](#)

[Blooming Bakery](#)

[Henk Markus - Dutch Cuisine](#)

[The Green House](#)