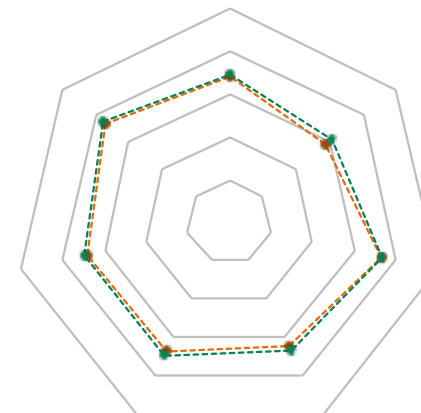




SASA Sistema de Auditoría Socioambiental

Informe RADAR GLOBAL SASA25 / Comparativo 2024-2023

Participantes

Nº de Iniciativas	53	Nº de Centros Sociales	10	Nº de Países	7	Nº Cadenas de Valor	22
-------------------	----	------------------------	----	--------------	---	---------------------	----

Magnitudes Globales

Ingresos por Ventas	2.831.776	us\$
---------------------	-----------	------

Personas	Socias	M	758	H	748	Tt	1.506	Contratadas	M	57	H	50	Tt	107
----------	--------	---	-----	---	-----	----	-------	-------------	---	----	---	----	----	-----

Origen étnico:	Indígenas	642	Afrodescendientes	8	Jóvenes	231
----------------	-----------	-----	-------------------	---	---------	-----

Dirección web <https://www.redcomparte.org>

NOTA: Las magnitudes contenidas en el presente informe son, dependiendo de su naturaleza, la suma o la media de las recogidas en las IEP que han participado

Fecha de realización del informe: diciembre de 2025



Datos generales Informes 2024-2023

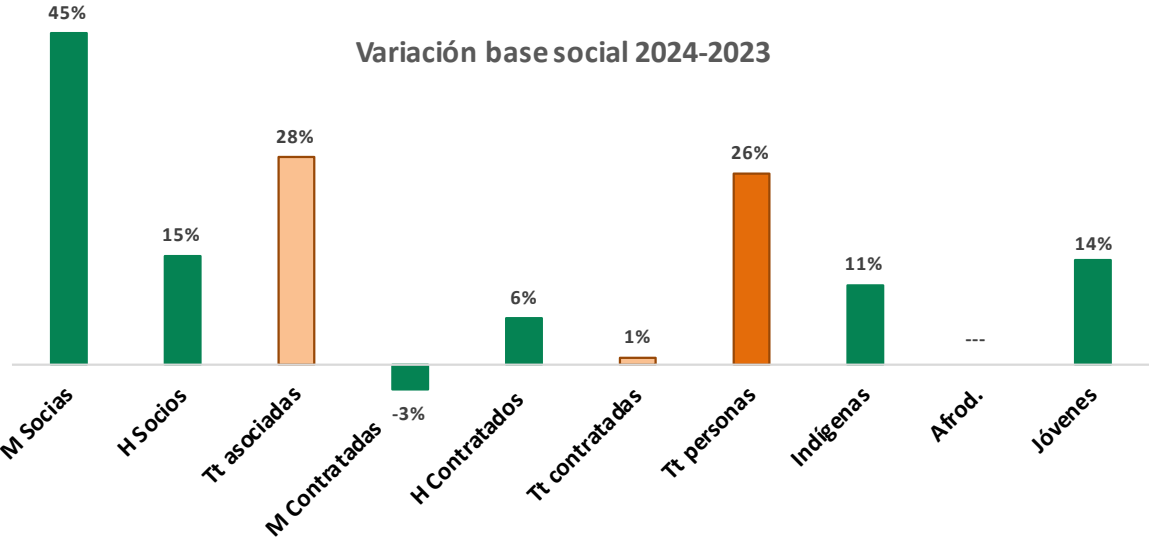
Número de participantes

	2024	2023
Países	7	8
Centros Sociales	10	11
Iniciativas Económico Productivas	53	34
Cadenas de Valor	22	19

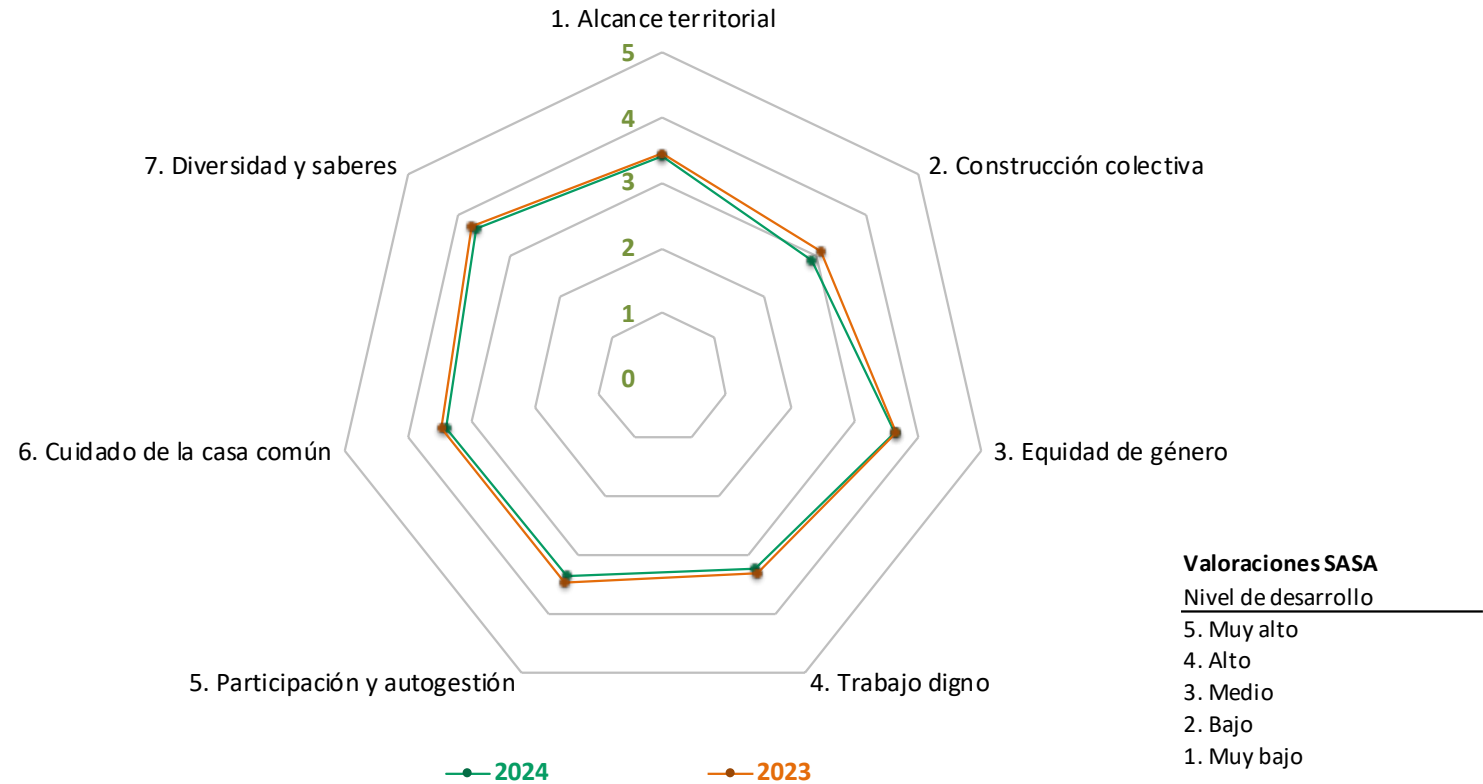


Ingresos globales y Base Social

	2024	2023	%
Ingresos (US\$)	2.831.776	2.638.041	7%
Personas	2024	2023	%
Socias	M 758	521	45%
	H 748	651	15%
	Tt 1.506	1.172	28%
Contratadas	M 57	59	-3%
	H 50	47	6%
	Tt 107	106	1%
Total Personas	1.613	1.278	26%
Origen y edad			
Indígenas	642	579	11%
Afrodescendientes	8	6	33%
Jóvenes	231	202	14%



En ANEXO la relación de participantes



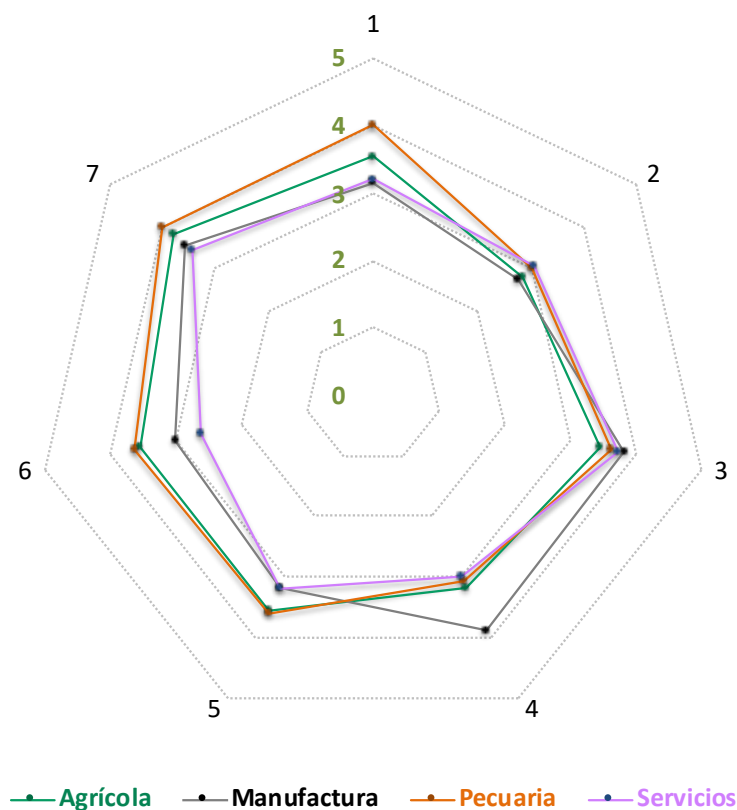
Valoraciones medias

Rasgo	2024	2023	Rasgo	2024	2023
1. Alcance territorial	3,41	3,45	5. Participación y autogestión	3,36	3,47
2. Construcción colectiva	2,90	3,10	6. Cuidado de la casa común	3,41	3,48
3. Equidad de género	3,64	3,66	7. Diversidad y saberes	3,68	3,76
4. Trabajo digno	3,22	3,33	Índice Global SASA25	3,37	3,46

SASA - Sistema de Auditoría Socioambiental

Informe RADAR GLOBAL SASA25

Medias Globales 2024 por Tipología



Valoraciones SASA

Nivel de desarrollo

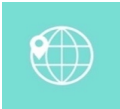
- 5. Muy alto
- 4. Alto
- 3. Medio
- 2. Bajo
- 1. Muy bajo

Valoraciones medias

Rasgo	Agrícola	Manufactura	Pecuaria	Servicios	Rasgo	Agrícola	Manufactura	Pecuaria	Servicios
1. Alcance territorial	3,55	3,15	4,02	3,21	5. Participación e incidencia	3,56	3,20	3,60	3,19
2. Construcción colectiva	2,83	2,76	3,03	3,08	6. Cuidado de la casa común	3,55	3,02	3,64	2,63
3. Equidad de género	3,46	3,82	3,63	3,73	7. Diversidad y saberes	3,81	3,58	3,99	3,43
4. Trabajo digno	3,16	3,88	3,08	2,99	Índice Global SASA25	3,42	3,34	3,57	3,18



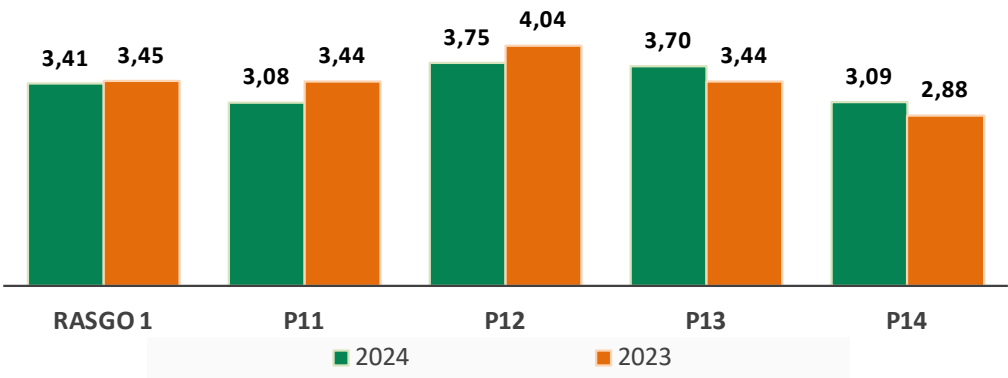
Datos generales



Rasgo 1. Parten de lo local para construir alternativas económicas de mayor alcance territorial.

valoración
3,41

Valoración Rasgo 1



CONSTRUCCIÓN TERRITORIAL

media
global
valoración
indicador pregunta

P11	¿Contribuye la iniciativa a generar nuevas capacidades en las personas y organizaciones de su territorio que no forman parte de ella?		3,08
I111	Nº capacitaciones, asistencias técnicas, intercambios o acciones de sensibilización que la iniciativa ha facilitado a personas o comunidades externas por iniciativa propia o porque se lo han solicitado.	6,57	3,26
I112	Nº de personas del territorio (externas a la organización) que se han capacitado, sensibilizado o han recibido asistencia técnica gracias a las acciones promovidas desde la organización.	104,00	2,91

Rasgo 1. Alcance territorial (cont.)



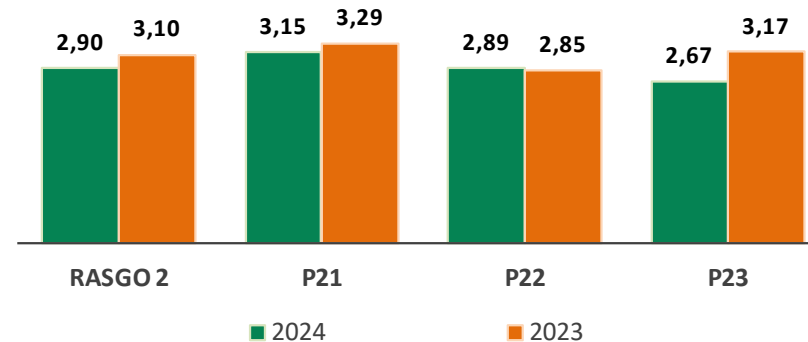
CONSTRUCCIÓN TERRITORIAL (cont.)

	media global	valoración indicador pregunta
P12 ¿Se involucra la iniciativa en los procesos de desarrollo de sus territorios?		3,75
I121 Nº de espacios de articulación con otros actores para la mejora del desarrollo del territorio (incluidas acciones de conservación ambiental y espacios de concertación entre instituciones públicas y sociedad civil) en los que se ha participado en el último año y lístelos.	3,77	4,06
I122 Nº de mercados locales que promueve o en los que participa la iniciativa.	2,75	3,45
P13 ¿Ha aumentado el alcance territorial de la iniciativa?		3,70
I131 Variación neta (altas-bajas) de personas asociadas y contratadas en el último año.	12%	3,38
I132 Variación promedio de las magnitudes de producción	63%	4,02
P14 ¿Gozan las familias de la iniciativa de condiciones de seguridad y soberanía alimentaria?		3,09
I141 Porcentaje aproximado de los alimentos consumidos en las familias de la iniciativa generados en sus propias fincas. c) Entre el 21% y el 40% de los alimentos que se consumen se producen al interior de las fincas		3,09



Rasgo 2. Apuestan por la construcción colectiva con un enfoque multiactor.

Valoración Rasgo 2



ENFOQUE MULTIACTOR

	media global	valoración indicador pregunta
P21 ¿Cuenta la iniciativa con alianzas con otras iniciativas o agentes del territorio a nivel local, nacional e internacional?		3,15
I211 N° de alianzas en marcha a lo largo del año.	3,87	3,15
P22 ¿Se ha apropiado el equipo de la iniciativa de las relaciones multiactor que ésta mantiene?		2,89
I221 Nivel de autonomía de los cargos de la OP para promover y gestionar las relaciones con los actores externos.		
c. Los cargos de la OP gestionan y promueven en torno a la mitad de las relaciones.		2,89
P23 ¿Contribuye la Iniciativa a la construcción de la red Comparte?		2,67
I231 N° de acciones de la Red Comparte en las que han participado personas de la iniciativa este año.	2,60	2,94
I232 Grado de implementación de los aprendizajes adquiridos en estas acciones		
c. Hemos incorporado pocos aprendizajes a nuestra iniciativa		3,14
I233 Nivel de contribución de la iniciativa al desarrollo de otras iniciativas de la red, compartiendo su experiencia este año		
b. Hemos compartido muy pocas cosas de nuestra experiencia con otras iniciativas de la red.		1,92

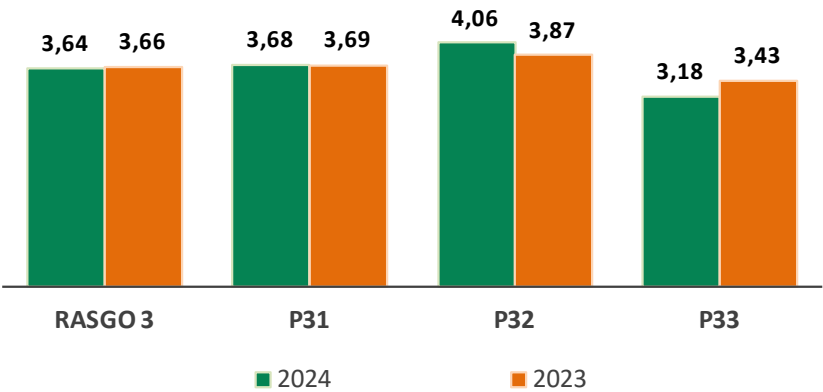


Rasgo 3. Desde perspectivas feministas, promueven la equidad de género y contribuyen al empoderamiento de las mujeres.



valoración
3,64

Valoración Rasgo 3



EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES

media
global

valoración
indicador pregunta

P31	¿Favorece esta iniciativa el empoderamiento de las mujeres en el ámbito económico-productivo?		3,68
I311	% de mujeres (socias y/o asalariadas) en la iniciativa.	63%	4,40
I312	% de las mujeres que han asistido a alguna capacitación técnica.	71%	3,85
I313	Ratio de distribución de los ingresos generados por la iniciativa para las mujeres asociadas (Ingresos generados por la iniciativa para las mujeres socias respecto % socias en ella).	0,74	3,71
I314	Ratio salario medio de mujeres/salario medio de hombres.	1,41	4,50
I315	Ratio % mujeres socias que asisten a los espacios asamblearios respecto a % socias.	1,00	4,60
I316	Nº de alianzas con movimientos u organizaciones feministas o de mujeres.	0,04	1,04

Rasgo 3. Equidad de género (cont.)



IMPULSO DE SU PARTICIPACIÓN EN LA GESTIÓN

	media global	valoración indicador pregunta
P32 ¿Se promueve el liderazgo de las mujeres en los cargos de representación o responsabilidad ejecutiva?		4,06
I321 Ratio % de mujeres postuladas sobre el % socias en la iniciativa.	1,25	4,25
I322 Ratio % cargos de representación ocupados por mujeres respecto % socias en la iniciativa.	1,51	4,63
I323 Ratio % puestos de liderazgo ejecutivo ocupados por mujeres respecto % asalariadas en la iniciativa.	0,89	3,69
I324 Nivel de capacidad de la iniciativa para facilitar la participación de las mujeres (se valora según el desarrollo de una diversidad de estrategias que se indican).	3,58	3,66

CULTURA PRO-EQUIDAD

P33 ¿Promueve la iniciativa una cultura de la equidad en los procesos económico-productivos?		3,18
I332 Nº horas anuales de capacitación destinadas a los hombres o mixtas para abordar las desigualdades de género y la distribución de roles	19,34	2,92
I333 % de hombres socios y contratados que han participado en estas capacitaciones.	41%	2,74
I335 Nº de horas anuales dedicadas a la capacitación y sensibilización de las mujeres para favorecer su empoderamiento (confianza, participación, liderazgo y autoestima personal, toma de decisiones, planificación, manejo de conflictos y gestión de la producción...).	31,92	3,81
I336 % de las mujeres socias y/o contratadas que participan en estas capacitaciones.	54%	3,26

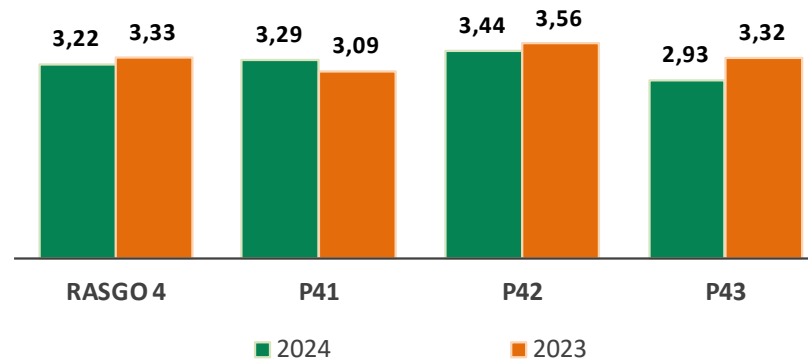


valoración

3,22

Rasgo 4. Crean condiciones de trabajo digno

Valoración Rasgo 4



TRABAJO DIGNO

media
global

valoración
indicador pregunta

P41	¿Ofrece esta iniciativa ingresos dignos adecuados a su trabajo a los y las participantes?	3,29
I411	Se presenta el indicador, según su cadena de valor.	3,58
A	Cadenas de valor en las que existe una cotización de mercado de referencia. Ratio Precio de nuestro producto / cotización promedio	1,22
B	Cadenas de valor que no cuentan con cotización de referencia. Ratio ingresos/coste.	1,32
C	Organizaciones de ahorro y crédito: Ratio tipo de interés pagado/ tipo de interés de referencia.	0,80
I412	Ratio salario de las personas contratadas respecto al salario mínimo	1,44
		3,00

Rasgo 4. Trabajo digno (cont.)



TRABAJO SOSTENIBLE

	media global	valoración indicador pregunta
P42 ¿Ofrece la iniciativa condiciones de estabilidad?		3,44
I131 Variación neta (altas-bajas) de personas asociadas y contratadas en el último año.	12%	3,38
I421 Para iniciativas con personas asalariadas: % de personas que llevan más de 2 años contratadas para la iniciativa, sobre el total de contratados.	54%	2,81
I422 Sostenibilidad operativa	128%	3,58
I423 % de ayudas externas (monetarias o en especie) sobre gastos e inversiones	45%	3,58
I425 Rentabilidad de ventas de la OP.	8%	3,32
I426 Nivel de diversificación de clientes de la iniciativa. d. El mayor cliente representa entre el 21-40% de las ventas		3,98

ENTORNO SEGURO Y SALUDABLE

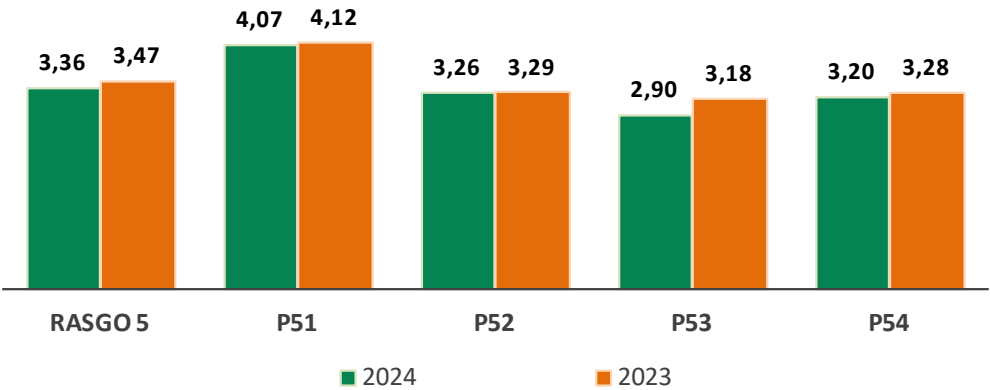
P43 ¿Promueve la iniciativa la formación de las personas y un entorno de trabajo seguro y saludable?		2,93
I431 Nº de horas de capacitación técnica impartidas al año.	52,26	3,75
I432 % de personas de la iniciativa (socias y asalariadas) que han asistido a estas capacitaciones técnicas.	68%	4,40
I433 Nivel de desarrollo de medidas de seguridad para las personas que trabajan en la iniciativa. b. Estamos elaborando las medidas		2,74
I434 Nº horas anuales de capacitaciones en materia de prevención de desastres y medidas de seguridad en toda la actividad que desarrolla la iniciativa.	8,74	2,51
I435 Existencia de reglamentos o normas para la protección de menores y personas vulnerables, para garantizar un entorno seguro y libre de violencia. b. No se cuenta con reglamento, pero se ha comenzado a elaborar uno.		2,13
I436 Nº de horas anuales dedicadas a la capacitación en materia de protección a menores y personas vulnerables	5,08	2,08



Rasgo 5. Generan capacidades de participación, organización e incidencia para la construcción de autonomía.


valoración
3,36

Valoración Rasgo 5



TOMA DE DECISIONES PARTICIPATIVA

media
global

valoración
indicador pregunta

P51	¿Se dan en los espacios de toma de decisiones unos niveles de participación adecuados a la diversidad de la base social?	4,07
I511	Frecuencia de las reuniones de la Asamblea para informar sobre la marcha general de la iniciativa y tomar decisiones para su gestión d. Se realizan dos reuniones al año, las cuales son informativas y deliberativas.	4,19
I512	% de asistencia media de las personas socias a las Asambleas.	85% 4,34
I513	Ratio % participación de la juventud en las Asambleas respecto al % de juventud socia en la iniciativa	0,55 3,13
I514	En el caso de iniciativas con base social de origen indígena o afrodescendiente: Ratio % participación de estos grupos en las Asambleas de toma de decisiones respecto a % de estos grupos en la base social.	0,98 4,61

Rasgo 5. Participación e incidencia (cont.)



CAPACIDADES DE GESTIÓN Y PARTICIPACIÓN

	media global	valoración indicador pregunta
P52 ¿Se gestiona la Iniciativa de manera autónoma, eficaz y transparente?		3,26
I521 Procedimientos públicos con los que cuenta la iniciativa.	5,51	3,87
I522 Nivel de acompañamiento del Centro Social a la organización productora (se valora en diversas labores).	2,68	2,66
P53 ¿Promueve la iniciativa las capacidades de liderazgo y gestión entre la diversidad de personas que participan?		2,90
I531 Ratio % cargos de representación o liderazgo ejecutivo asumidos por indígenas o afros respecto % de estos grupos en la base social	0,95	3,42
I532 % de cargos de representación o liderazgo ejecutivo asumidos por jóvenes respecto % de juventud en la base social	0,67	1,98
I533 % de los cargos de representación (elegidos por la Asamblea) que han excedido el tiempo máximo de mandato definido en los Estatutos por falta de relevo.	25%	3,94
I534 Nº horas anuales de capacitaciones en materia de toma de decisiones, planificación, gestión de la producción y manejo de conflictos.	22,83	2,75
I535 % de las personas socias o contratadas que participan en estas capacitaciones.	45%	3,11
I536 Ratio jóvenes que asisten a estas capacitaciones respecto % juventud en la base social de la iniciativa.	0,32	2,17

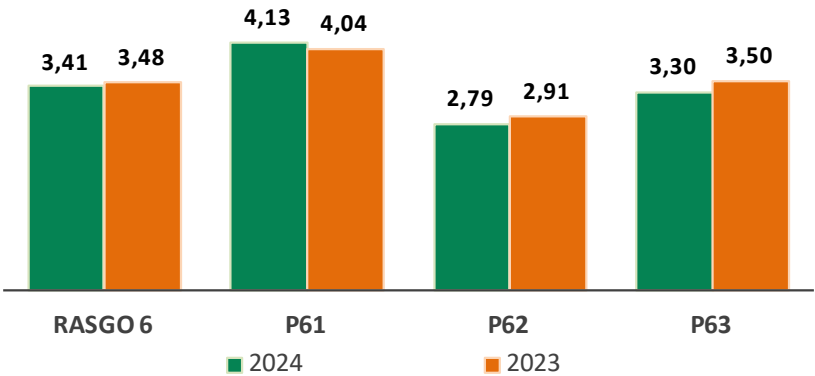
IDENTIDAD COMÚN

P54 ¿Se ha fortalecido el vínculo y compromiso de los y las participantes con su iniciativa?		3,20
I131 % de variación neta (altas-bajas) de personas asociadas y contratadas en el último año.	12%	3,38
I541 % de fondos excedentes reinvertidos en la iniciativa.	27%	1,88
I512 % de asistencia media de las personas socias a las Asambleas.	85%	4,34



Rasgo 6. Recuperan, conservan y difunden prácticas de cuidado de la casa común.

Valoración Rasgo 6



SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

		media global	valoración indicador pregunta
P61	En el caso de las iniciativas agrícolas o pecuarias: ¿desarrollan un manejo sostenible de los bienes de la naturaleza?		4,13
I611	% de personas socias de la iniciativa que implementan procesos de producción agroecológica y/o orgánica.	81%	4,39
I612	% del área cultivada que es de manejo agroecológico o en transición.	84%	4,43
I613	% de superficie de las parcelas destinada a zona de reserva ambiental.	55%	3,57

Rasgo 6. Cuidado de la casa común (cont.)



SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL (cont.)

media global	valoración	
	indicador	pregunta

P62	Para todas las iniciativas: ¿son sostenibles medioambientalmente los procesos y medios empleados a lo largo de la producción, transformación y comercialización de productos y servicios de la iniciativa?		2,79
I621	Prácticas empleadas para la gestión medioambiental que se aplican en las iniciativas.	5,21	4,28
I622	% del presupuesto anual destinado a acciones para promover la agroecología o la conservación ambiental.	4%	1,81
I623	% compras procedentes de proveedores que ofrecen productos elaborados con materias primas ecológicas (procesos sostenibles medioambientalmente).		
	b. Entre el 21 y 40% de los insumos utilizados y comprados por la organización son producidos con materias primas ecológicas.		2,28

CONSUMO Y COMERCIALIZACIÓN RESPONSABLE

P63	¿Promueve la iniciativa una cultura de consumo responsable?		3,30
I631	% de ventas en mercados o circuitos comerciales ecológicos o circuitos cortos.		
	c. Entre el 11 y el 30% de las ventas de la organización se realizan en mercados ecológicos (orgánicos, agroecológicos).		3,13
I632	Espacios formativos que se ofrecen en la iniciativa para capacitar a las personas en habilidades para el cuidado de la casa común y su aplicación en todas las actividades que desarrolla la iniciativa.		
	b) Se han realizado capacitaciones sobre habilidades para el cuidado de la casa común, pero no se ha puesto en práctica ninguna acción de mejora este año.		3,83
I633	Nº de estrategias llevadas a cabo por la iniciativa para informar o sensibilizar a la población sobre el consumo responsable y/o la conservación ambiental	3,34	2,94

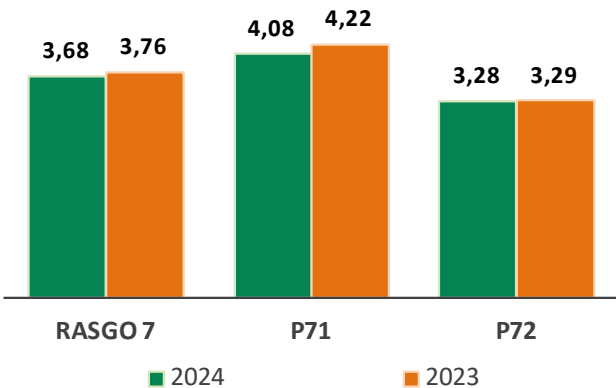


Rasgo 7. Incorporan la diversidad biocultural y ponen en diálogo y en práctica los saberes colectivos, ancestrales y tradicionales.



valoración
3,68

Valoración Rasgo 7



SABERES ANCESTRALES DE LA ZONA

media
global

valoración
indicador pregunta

P71	¿Se incorporan o visibilizan en la cadena de valor los saberes ancestrales propios de la cultura del territorio?	4,08	
I711	Nº de estrategias empleadas para promover y/o revalorizar la riqueza y los valores de sus culturas originarias en la oferta de productos/servicios de la organización.	5,55	4,11
I712	Nivel de desarrollo de las prácticas culturales de trabajo colectivo que se promueven y difunden desde la iniciativa.	11,21	4,04

GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

P72	¿Gestiona la iniciativa la diversidad de manera ágil y constructiva?	3,28	
I721	Acciones que la entidad desarrolla para gestionar la diversidad de identidades (sexual, religiosa, raza, ideología ...).	1,73	2,89
I722	Mecanismos y medidas específicas con los que cuenta la iniciativa para la gestión interna del manejo de conflictos entre los y las participantes.		
	b. Existen, pero no se aplican en todos los casos		3,23
I723	Grado de satisfacción de las partes con la aplicación del mecanismo de resolución de conflictos		
	d) La aplicación del mecanismo deja a las partes satisfechas en la mayoría de las ocasiones.		3,71



SASA - Sistema de Auditoria Socioambiental
Informe RADAR GLOBAL SASA25
ANEXO: Mapa de Participantes



53 Iniciativas Económico Productivas

001	Tejedoras de Sueños ACOMPRETESU
002	Asoc. Forestal DE LA Comunidad de Jericó (AFIPA-CJ)
004	COOPERATIVA AGRARIA APPROCAP
006	Bio Terra
008	IMCA HOTEL
009	Café Monte Redondo
011	Tienda abastos "Campesina"
013	BONARTE
014	LENEL
015	APROICOL
016	Tienda "Cerro de Dios"
018	Canastas Verdes - Red de Productores SPG
019	GAC La nueva Esperanza
021	Aso-Aprobucam
022	Capeltic (Cadena de Valor)
024	BRAVA MIEL
025	QUIRIZA
026	Biofabrica ADESMA
027	Chabtlic - Nuestra miel
029	Junpajal Otanil Armonia del corazón
030	Asociación de productores de cuyes "Villa hermosa"
031	Asociación de apicultores de los Chichas
032	Asoc. Apicultores El Algarrobal de Huacaya
033	Chocolate Doña Chonita
034	NATURALMENTE
035	Asociación Agroambiental Corazón de María
036	Centro Agroecológico K'anoj
037	Producción Huevos semi criollos
038	Tienda El Collar
039	Invernaderos APADER
040	GARITTEA
041	AGROFERIA
042	Asociación Gestores Profesionales del Sur (GPS)
043	Café Matarredonda
044	NURAGRO
045	Tienda La Amistad

046	Rancho del sabor
047	Panadería El Edén
048	Delipan Asomueve
049	Café Curiquingue
050	Molino Hondeño
051	Sabores y delicias Valpa
052	Tienda la Canasta Comunitaria
053	FLOR DE DURAZNO
054	BIOCACAOX
055	Maxi tienda el Triunfo
056	ASOPECAM
057	ASOACIR
058	Asoc. Agricultores Orgánicos S. Lorenzo ASOAGROS
059	ASOMERA
060	Pisigranja
061	Tierra Encantada La Cocha
062	Asoc. Agrop. Tur. Casapamba

10 Centros Sociales

	nº IEP's
ACLO	4
ASERJUS	9
CCAIJO	1
CIPCA Bolivia	1
CIPCA Perú	1
HOGAR DE CRISTO	4
IMCA	10
MESUSYET	3
SCVX	4
SUYUSAMA	16

4 Tipologías

	nº IEP's	
1. Agrícola	15	28%
2. Manufacturas	17	32%
3. Pecuaria	8	15%
4. Servicios	13	25%

7 Países

	nº IEP's
01. Bolivia	5
03. Colombia	26
05. Ecuador	4
06. El Salvador	4
08. Guatemala	9
09. México	3
12. Perú	2

22 Cadenas Valor

	nº IEP's
01. Cacao y chocolate	3
02. Café	7
03. Calzado	1
04. Cuyes	3
05. Cítricos	1
06. Frutas	2
08. Gastronomía	4
09. Hortalizas	5
10. Hotel	1
11. Jabón	1
12. Lácteos	1
14. Grupos de Ahorro y Crédito	1
15. Miel	5
17. Textil	3
18. Artesanía	2
20. Tienda	5
21. Bioinsumos	1
22. Productos Medicinales	1
23. Huevos	1
24. Pan	2
25. Harina Plátano	1
26. Turismo	2

Participantes SASA24

34 Iniciativas Económico Productivas

001 Tejedoras de Sueños ACOMPRESU
002 AFIPA
003 APAPY
004 COOPERATIVA AGRARIA APPROCAP
005 Asociación de productores Wayraq Kunka
006 BIO TIERRA
008 IMCA HOTEL
011 Tienda abastos "La Campesina"
013 BONARTE
014 LENEL
015 APROCICOL
016 Tienda "Cerro de Dios"
017 APSINS, Villa Serrano
018 Canastas Verdes - Red de Productores SPG
019 Grupo de ahorro y prestamo comunitario "Las Hojas"
021 APROBUCAM
022 Capeltic (Cadena de Valor)
024 Brava Miel
025 QUIRIZA
026 Biofábrica ADESMA
027 Chabtíc - Nuestra miel
029 Junpajal Otanil Armonia del corazón
030 Villa Hermosa
031 Asociación de apicultores de los Chichas
032 Asociación de apicultores El Algarrobal de Huacaya
033 Chocolate Doña Chonita
034 NATURALMENTE
035 Asociación Agroambiental Corazón de María
036 Centro Agroecológico K'anoj
037 Produccion Huevos-Betzabe
038 Tienda El Collar
039 Invernaderos APADER
040 Garittea
041 AGROFERIA

11 Centros Sociales

	nº IEP's
ACLO	5
Asociación Jesús Obrero - CCAJO	2
CEPAG	1
CIPCA Perú	1
CIPCA Bolivia	1
Hogar de Cristo	4
Instituto Mayor Campesino (IMCA)	4
Mision de Bachajón-MESUSYET	3
SERJUS	8
Solidaridad CVX	3
SUYUSAMA	2

4 Tipologías

	nº IEP's	
1. Agrícola	9	26%
2. Manufacturas	8	23%
3. Pecuaria	9	26%
4. Servicios	8	23%

8 Países

01. Bolivia
03. Colombia
05. Ecuador
06. El Salvador
08. Guatemala
09. México
11. Paraguay
12. Perú

19 Cadenas de Valor nº IEP's

01. Cacao	1
02. Café	2
03. Calzado	1
04. Cuyes	1
06. Frutas	2
08. Gastronomía	1
09. Hortalizas	5
10. Hotel	1
11. Jabón	1
12. Lácteos	2
14. Grupos de Ahorro y Crédito	1
15. Miel	6
17. Textil	2
18. Artesanía	2
20 Tienda	2
21. Cacao y Chocolate	1
22. Productos Medicinales	1
23. Huevos	1
24. Bioinsumos	1