vinetur

Una campaña busca vender 10.000 empanadas para crear empleo a personas con discapacidad intelectual

Solo el 23,6% de este colectivo en edad de trabajar tiene empleo, según los datos citados por la iniciativa

martes 24 de noviembre de 2026



La Fundación Valentia Huesca y el obrador riojano Mi Lunita han puesto en marcha la campaña Menuda empanaDA con una meta concreta: vender 10.000 empanadas argentinas antes del próximo 3 de diciembre, Día Internacional de las Personas con Discapacidad, y dedicar la recaudación a crear empleo para personas con discapacidad intelectual. Los pedidos pueden hacerse a través de la web de la iniciativa hasta el próximo 27 de noviembre y las entregas se realizarán durante la semana del próximo 3 de diciembre.

La acción tiene un doble objetivo. Por un lado, financiar el crecimiento de Mi Lunita para que pueda incorporar a más trabajadores con discapacidad intelectual. Por otro, promover conversaciones sobre discapacidad y empleo en hogares y centros de trabajo a partir de una comida compartida. La propuesta es que cada caja se abra en una mesa, en casa o en la oficina, y sirva para hablar de una realidad que sigue muy lejos de la igualdad en el acceso al trabajo.

Los datos que manejan ambas entidades reflejan esa distancia. Según el INE, con cifras de 2024, solo el 23,6% de las personas con discapacidad intelectual en edad de trabajar tiene empleo. La tasa sube al 36,8% entre las personas con discapacidad física y alcanza el 69,7% en la población general. La comparación sitúa a la discapacidad intelectual en la parte más baja del mercado laboral y explica por qué la campaña se centra en ese grupo.

Mi Lunita presenta el proyecto como una empresa creada con un fin social desde su origen. Su fundador, Damián Santiago, es padre de una niña con una enfermedad genética poco frecuente que le provoca discapacidad intelectual severa. A partir de esa experiencia, decidió levantar en Logroño un obrador de empanadas argentinas con la idea de convertir una receta familiar en una vía de contratación para personas con discapacidad intelectual. El negocio arrancó en septiembre de 2025 con un modelo de suscripción mensual y envíos a toda España.

La primera contratación llegó en abril, cuando Eloy se incorporó al obrador. Su caso es uno de los ejes de la campaña. Llevaba siete años sin trabajar y ahora forma parte del equipo de producción en Logroño, cobra un sueldo y asume tareas diarias en el obrador. La intención de Mi Lunita y Valentia es que esa trayectoria no sea una

excepción. Para lograrlo, la empresa necesita ampliar su actividad y adquirir nueva maquinaria, lo que permitiría aumentar la producción y sumar nuevos puestos de trabajo.

Valentia aporta a la iniciativa su trabajo de largo recorrido en Huesca. La fundación nació hace 62 años impulsada por familias que buscaban un futuro mejor para sus hijos e hijas. En la actualidad presta servicios de vivienda, formación y apoyos a cerca de 700 personas con discapacidad y sus familias, y da empleo a más de 100 personas con discapacidad. Su directora, Sara Comenge, sostiene que la campaña ofrece a particulares y empresas una forma directa de participar en la creación de empleo. “Ahora, más que nunca, todos podemos ser parte de la creación de empleo para personas con discapacidad”, afirma.

La campaña incluye también un componente simbólico. Cada caja lleva una carta firmada por Mi Lunita y Valentia, y los pedidos para hogares incorporan además un pañuelo diseñado por Grupo ZheBRA, el colectivo de artistas con discapacidad intelectual del Taller de Arte de Valentia. La idea es que el envío no se limite al producto y que cada pedido mantenga un vínculo visible con las personas para las que se quiere abrir una salida laboral.

La iniciativa no terminará con las entregas de diciembre. El próximo 3 de abril de 2027, Huesca acogerá el I Encuentro de los Empanados, una reunión promovida por Valentia para empresas, profesionales y familias. La fundación plantea esa cita como un paso posterior a la campaña de noviembre y diciembre, con el propósito de convertir las conversaciones generadas alrededor de las cajas de empanadas en relaciones de trabajo y colaboraciones reales. Desde la organización señalan que no buscan un acto de discursos, sino contactos útiles que ayuden a crear empleo.

Menuda empanaDA une así dos planos: la venta de un producto y una llamada a la implicación social. Mi Lunita necesita vender 10.000 empanadas en menos de tres semanas para poder crecer. Valentia busca que esa compra tenga además un efecto fuera del obrador, al introducir en casas y oficinas una conversación sobre la falta de empleo entre las personas con discapacidad intelectual y sobre el papel que pueden tener las empresas y los consumidores en esa situación.