



## **BOLSA DE PROYECTO DE COOPERACIÓN. REDER. FICHA RESUMEN. 2.011.**

<b>TITULO DEL PROYECTO.</b> CALIDAD AGROALIMENTARIA. Señas de Identidad de los Territorios.
<b>TEMATICA DEL PROYECTO.</b> Valorización y mejora de la competitividad de la actividad agroalimentaria local.
<b>TIPO DE PROYECTO.</b> Interterritorial.
<b>JUSTIFICACION DEL PROYECTO.</b> <p>La industria agroalimentaria se ha consolidado como un sector clave para el desarrollo económico de los territorios rurales, a pesar de que en comparación con otras actividades industriales todavía no está reconocido como el pilar básico de la economía rural. Sin embargo en el contexto de las nuevas exigencias de diversificación de la economía rural, los productos agroalimentarios encierran un importante potencial de desarrollo. El sector agroalimentario juega un papel primordial en el desarrollo de los territorios rurales, por su contribución al empleo, a la diversificación agropecuaria y al aprovechamiento innovador y sostenible del medio ambiente y de los recursos.</p> <p>Existe una demanda creciente de productos agroalimentarios de calidad por parte de los consumidores, mayoritariamente desde entornos urbanos, esto ofrece una oportunidad a los productores agroalimentarios de los territorios rurales, que deben estar preparados ante las nuevas necesidades de la demanda. Por otro lado el futuro de los productos agroalimentarios va asociado sin lugar a dudas a los productos de calidad, que sean diferenciables, y que tengan valor por sí mismos.</p> <p>El avance significativo en la definición de sistemas de valorización, protección y seguridad alimentaria, requiere trabajar en favor de una mayor competitividad, de una mejor organización de la oferta y de mejores prácticas en la comercialización. Cabe decir que la producción agroalimentaria tiene que ser sostenible, competitiva y aceptada por la sociedad.</p>
<b>OBJETIVOS DEL PROYECTO.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Conseguir crear a través de los productos agroalimentarios, una imagen identificativa de calidad del territorio para darle un valor añadido.</li><li>• Facilitar a las pequeñas empresas la creación de instrumentos conjuntos y el uso de herramientas que les ayuden a posicionarse en el mercado.</li><li>• Formar y educar a todos los agentes que forman parte del proceso agroalimentario: productores, transformadores, consumidores...</li><li>• Abrir nuevos canales de comercialización, y mejorar la capacidad de producción de la industria agroalimentaria a través del aumento de la competitividad.</li><li>• Recuperar y mantener las formas de producción tradicionales.</li><li>• Incorporar nuevas tecnologías y las “nuevas formas de hacer” en el caso de los productores emergentes.</li><li>• Fomentar estructuras asociativas de carácter local y supralocal capaces de favorecer la comercialización y venta de los productos agroalimentarios</li><li>• Ofrecer a los territorios que forman parte del proyecto de cooperación un plan de comunicación, que permita dar a conocer el producto.</li></ul>

## **ACCIONES INCLUIDAS EN EL PROYECTO.**

### Actividades Comunes.

- Redacción de anteproyecto. Esta actividad es la primera que se debe consensuar por parte de todos los socios del proyecto, ya que se pretende elaborar un documento metodológico.
- Diseño conjunto de auditorías de calidad. El sistema se dirige prioritariamente a la mejora de la competitividad y se basará en las buenas prácticas de gestión.
- Edición de material promocional. Se diseñará una imagen que unifique y sirva como elemento diferenciador para las empresas y productos de los distintos territorios que participen en el proyecto de manera que sirva como elemento de difusión, promoción y marketing dentro y fuera de los territorios.
- Diseño y desarrollo de un escaparate virtual de los productos agroalimentarios. Realización y puesta en marcha de un escaparate - catálogo virtual para la promoción y comercialización de los productos con la marca de calidad de los territorios de los GAL incluidos en el proyecto.
- Estudio de viabilidad de franquicia de venta directa en mercado. El sector agroalimentario presenta marcadas características de atomización, y su tamaño, en general, no permite una comercialización adecuada a niveles más allá de lo local, por lo que, se da la necesidad de una organización de cara a la comercialización rentable de los productos en los mercados exteriores, siendo la franquicia una posibilidad que se debe estudiar.
- Asistencia técnica de apoyo al grupo coordinador. En función de la complejidad y del número de socios que conforman el proyecto, será necesario contar con una asistencia técnica externa.
- Organización del seminario final. La presente acción pretende dar a conocer tanto el resultado del proyecto ejecutado como la metodología de trabajo aplicada. Asimismo, pretende establecer un marco de debate en el que se analicen de manera activa los resultados del proyecto.
- Auditoría de Cuentas. La presente acción pretende dar solvencia de gestión al conjunto del proyecto por medio de la realización de una auditoría de cuentas externa al conjunto de los aspectos financieros.
- Publicación de una memoria final del proyecto y campaña de comunicación de los productos. El objetivo de la presente acción es dar a conocer tanto el resultado del proyecto ejecutado como la metodología de trabajo aplicada, capitalizar de manera gráfica y didáctica la metodología seguida de manera que esta pueda ser transferida y extrapolada a otras situaciones o territorios.
- Edición de material promocional del proyecto.
- Realización de la evaluación final del proyecto.

### Actividades Individuales.

- Realización de auditorías y planes de mejora para la PYMES agroalimentarias. Tomando como referencia los modelos definidos en el diseño conjunto de auditorías de calidad, en cada territorio se procederá en primer término a seleccionar aprx. 20 pymes sobre las cuales se aplicarán los criterios de calidad y competitividad.
- Participación agrupada en eventos promocionales. Respecto a la comercialización de los productos, las ferias son el método más importante, ocupando el segundo lugar detrás de la venta directa y el primer lugar con respecto a otras fuentes de información.

**PLAZO DE EJECUCION DEL PROYECTO. 4 ejercicios.**

