

Cadenas de distribución más cortas

Uno de los resultados más importantes del proyecto fue una declaración de compromiso de los agricultores y los propietarios de los restaurantes para llevar a cabo la comercialización de productos de calidad a través de cadenas de distribución cortas. Esta declaración incorporaba las distintas exigencias y expectativas de cada una de las partes interesadas, con el fin de que la cadena de distribución local fuera sostenible y eficiente, cubriendo aspectos tales como las cantidades mínimas de compra y de oferta, la planificación del suministro, una definición de los productos de calidad y la organización logística.

Además de los objetivos de sostenibilidad, referentes al suministro de alimentos ecológicos con baja huella de carbono, también había un importante componente carácter social. El principal planteamiento del proyecto era la concienciación mutua entre los consumidores urbanos y los productores de las zonas rurales para mejorar el suministro de productos rurales frescos. El proyecto también estableció nuevas asociaciones dentro de las redes de productores de alimentos y entre las organizaciones que adquirirían los productos.

«Nuestro proyecto demostró la complementariedad entre las ciudades urbanas y las zonas rurales, creando nuevos vínculos de distribución entre los productores y los servicios de catering de restaurantes y comedores».

Hélène Penven
Pays du Mans (Francia)

Nombre del proyecto	Mejora de las zonas periurbanas a través de las cadenas de distribución cortas
Tipo de beneficiario	Grupos de acción local de Leader
Financiación del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto total: 50 662 EUR • Contribución del Feader: 27 864 EUR
Información complementaria	<ul style="list-style-type: none"> • http://www.paysdumans.fr • http://www.adrepes.pt
Contacto	<ul style="list-style-type: none"> • helene.penven@paysdumans.fr • ADREPES@adrepes.pt

Alimentos locales para gente local en España

En el proyecto «Pon Aragón en tu mesa», desarrollado con apoyo del Feader, se emprendieron distintas actividades para promocionar los alimentos locales en Aragón. El objetivo era aproximar a los productores locales y a los consumidores para mejorar la cadena de distribución de los alimentos.

Una colaboración bien coordinada

El proyecto se basó en la colaboración entre veinte grupos de acción local de Aragón, que identificaron intereses comunes para promocionar los productos locales entre la población local. Se involucró a cientos de agricultores, productores de alimentos, restaurantes, tiendas, asociaciones locales, organismos públicos y proveedores de servicios técnicos.

El proyecto abarcó todos los tipos de productos agroalimentarios que se producen o se transforman en las

zonas rurales de Aragón. Los socios del proyecto suministran de forma colectiva una gran variedad de frutas frescas, verduras, carne, productos de consumo diario, miel, aceite, especias, cereales, confitería, vinos y otras bebidas, así como alimentos procesados y en conserva.

Los socios del proyecto desarrollaron diversas actividades coordinadas bajo la iniciativa comercial conjunta denominada «Pon Aragón en tu mesa». La coordinación efectiva fue la piedra angular del éxito del proyecto: las decisiones de gestión tenían que tener en cuenta las exigencias de todas las partes interesadas, que eran muchas.

«El objetivo del proyecto es poner los productos de Aragón en la mesa de los aragoneses, dar un impulso al desarrollo rural y potenciar las posibilidades que proporcionan al turismo los alimentos que se producen en la región».

Del sitio web de «Pon Aragón en tu mesa»

Herramientas comerciales

Los materiales elaborados en el marco del proyecto estaban dirigidos a los consumidores de la región y a los turistas, así como a tiendas, distribuidores, hoteles y restaurantes. Entre ellos se contaban un material de promoción de diversos



© Pon Aragón en Tu Mesa

Los puestos de promoción que se instalaron sirvieron para dar a conocer la comida regional y para que esta fuera más apreciada.

productos locales, una colección de recetas con productos de la zona y una serie de libros de actividades para los colegios.

Se organizaron seminarios y eventos de promoción en diferentes localidades de la región, incluyendo cursos de cocina en los que se utilizaban productos locales. También se crearon nueve rutas gastronómicas rurales, dirigidas tanto a la población local como a los turistas.

Los productos de alimentación y las rutas gastronómicas se promocionaron a través de una serie de presentaciones en la radio regional. Cada presentación se centró en una zona distinta de Aragón, resaltando los alimentos más típicos de esas zonas e invitando a los oyentes a que enviaran sus propias recetas. Estas presentaciones atrajeron la cobertura de la radio nacional.

Hay un sitio web específico del proyecto que proporciona información sobre los eventos y materiales del proyecto, incluyendo una guía de los productores de la región y un apartado de búsqueda de los restaurantes que sirven los platos regionales típicos de Aragón. Como parte de su estrategia comercial general, el proyecto tuvo una sólida presencia en internet, incluyendo una página en Facebook, una cuenta en Twitter y diversos vídeos en YouTube.

Los beneficios de las cadenas de distribución cortas

Promover el consumo de los productos locales puede aumentar la demanda de los mismos para beneficio de los agricultores, restaurantes y centros turísticos locales, que pueden aprovechar para promocionarse también. Además, cuando se consumen productos locales se reduce la distancia de transporte y, por tanto, se reducen los costes y las emisiones de gases de efecto invernadero y se ahorra tiempo,

lo cual ayuda a mantener frescos los alimentos y a mejorar la calidad.

Por otro lado, a muchos consumidores les gusta saber que los alimentos que consumen se producen en el ámbito local, y tener la oportunidad de charlar con los productores o con los intermediarios al respecto. Los productores también salen ganando de esta interacción, ya que consiguen una información muy útil sobre los patrones de compra y las necesidades de sus clientes, y sobre los factores que influyen en la fidelidad de los mismos.

Acartar las cadenas de distribución es un aspecto que muchos programas de desarrollo rural tienen interés en priorizar, debido a los muchos beneficios complementarios que aporta. El planteamiento adoptado en Aragón constituye un ejemplo interesante de cómo pueden desarrollarse estos proyectos.

«Los proyectos basados en la colaboración, como este, han demostrado su valor y su interés para las zonas rurales».

Luis Marruedo

Director General de Desarrollo Rural. Aragón (España)

Nombre del proyecto	Pon Aragón en tu mesa
Tipo de beneficiario	Grupos de Acción Local
Financiación del proyecto	Financiación total del PDR: 2 750 000 EUR
Información complementaria	http://www.ponaragontumesa.com
Contacto	info@ponaragontumesa.com



El proyecto estableció una colaboración con los restaurantes para promocionar la cocina con productos locales.