

RED  
**RURAL**  
NACIONAL



**EXPERIENCIAS INNOVADORAS**  
DE ENTIDADES DE LA  
**RED RURAL NACIONAL**



# Mejora de la comercialización de productos ecológicos y artesanales ECOMART

## Asociación CAAE



Nombre: **Asociación CAAE**  
 Dirección: Avenida Emilio Lemos, 2 Mod. 603 (Edificio Torre Oeste)  
 Provincia: Sevilla  
 Municipio: Sevilla  
 C. Postal: 41020  
 Telf.: 955689390  
 Fax: 955003881  
 E-mail: [aeslava@caae.es](mailto:aeslava@caae.es), [direcciongeneral@caae.es](mailto:direcciongeneral@caae.es)  
 Presupuesto subvencionado: 343.748 €



**M**ejorar la eficiencia de los sistemas productivos y de gestión de las empresas ecológicas y artesanales a través de la innovación, la investigación y el desarrollo tecnológico es el objetivo marcado por la Asociación **CAAE**. La producción ecológica, gracias al valor añadido que aporta, constituye una potente herramienta para la recuperación de zonas desfavorecidas y marginales del medio rural, permitiendo el desarrollo económico y social de los territorios y de sus habitantes.

Este proyecto piloto desarrollado entre 2009 y 2010 en distintas zonas de Andalucía y Castilla-La Mancha está basado en el desarrollo de herramientas que permitan la revalorización y diferenciación de estos sistemas rurales y en la creación de estructuras de cooperación entre los diferentes agentes del sector.

### ENHANCED MARKETING OF ECOMART ORGANIC PRODUCTS AND HANDCRAFT

*The goal set by the CAAE Association is to enhance efficiency of production systems and management of eco-industries and craft through innovation, research and technological development. Organic production, with its added value, is a powerful tool for the recovery*

*of deprived and fringe rural areas, allowing economic and social development of territories and their inhabitants.*

*This pilot project conducted in different parts of Andalusia and Castile-La Mancha between 2009 and 2010 is based on the development of tools that allow the revalorisation and differentiation of rural systems and building structures for cooperation between different actors in the sector.*

Los principales retos del sector ecológico son hoy en día el desarrollo del sector empresarial y del consumo interno. Entre las circunstancias que dificultan el acceso a los mercados de estas producciones cabe destacar en primer lugar, sus escasos volúmenes, que condicionan la gran distribución y reducen la accesibilidad de los productos. Los lotes pequeños suponen costes elevados y, por tanto, altos precios de venta o reducción de márgenes comerciales. Además, a pesar de las bondades de los productos y sus sistemas de producción, el tamaño de las empresas dificulta la acometida de sólidas acciones de comunicación que fomenten la demanda de los consumidores.

En este marco, la Asociación CAAE se plantea como objetivo el desarrollo del sector industrial y empresarial como elemento dinamizador de la agricultura y la ganadería ecológica, **destacando agroindustria y la comercialización de sus productos en el desarrollo rural**. Nace así el proyecto piloto *Mejora de la comercialización de productos ecológicos y artesanales ECOMART*.

Con *ECOMART* se pretende alcanzar cuatro objetivos específicos a través de diversas acciones. El primero de ellos es identificar las claves empresariales para el éxito comercial de productores de pequeña dimensión, ecológicos y de tipo artesanal. Para conseguirlo el proyecto

contempla la realización de diagnósticos empresariales a pequeñas empresas productoras y transformadoras, análisis de los casos de éxito en la comercialización de productos ecológicos y sondeos a paneles de consumidores. Los resultados obtenidos se evalúan en un **seminario de expertos**.



El segundo objetivo es el desarrollo de una herramienta TIC (tecnologías de la información y la comunicación) para facilitar la evaluación de capacidades y desempeño de la actividad comercial a nivel empresarial, apoyando la labor de gestores, técnicos y grupos de desarrollo rural. Su uso remoto permite mejorar el conocimiento de la estructura empresarial de los operadores. Esta herramienta de autodiagnóstico se desarrolla a partir de la información generada en el citado seminario de expertos.

El tercer objetivo del proyecto consiste en la **creación de una estructura de colaboración tipo clúster**. En ella se incorporan agentes de diversas posiciones de la cadena de valor en el subsector de carnes ecológicas con tres ejes estratégicos de trabajo: fomento de la innovación, cooperación en operaciones y comercial y acciones de comunicación y difusión. Esta acción ha dado lugar a la constitución de la Asociación AGAPE para la defensa y el desarrollo de la ganadería y la producción ecológica. En este sentido, a lo largo de la evolución del proyecto, se pudo comprobar la existencia de un vacío de datos de la cadena de valor de los productos ecológicos en general y los cárnicos en particular, por lo que en el futuro será necesario un esfuerzo para su desarrollo.

El último objetivo es la creación de nuevos servicios que incorporen rasgos específicos locales de los territorios piloto donde se ejecuta el proyecto. **Se han creado 2 estándares de calidad, de tipo medioambiental y social**, de forma que se permitirá proveer de valor de forma acreditada a los rasgos y atributos específicos de los productos ecológicos y artesanales de los territorios piloto.

Cabe mencionar la mejora que ha supuesto la ejecución de este proyecto en diferentes ámbitos. En el ámbito laboral, hay que señalar que **la producción ecológica fomenta el establecimiento de actividades económicas que permiten la autonomía de los trabajadores**, y que se encuentra en consonancia con las políticas actuales y con las demandas de los consumidores. Se trata además de una producción socialmente más justa, ya que productores y consumidores se apoyan mutuamente con el fin de conseguir beneficios para todos los participantes. Además, devuelve al productor la gestión de sus tierras, sin dependencias.

Por otra parte, en el ámbito medioambiental, los modelos de producción agrícola y ganadera ecológica constituyen importantes herramientas para minimizar problemas tales como el calentamiento global y el cambio climático, el previsible agotamiento de los recursos naturales, los altos índices de contaminación, la escasez de agua o la pérdida de la biodiversidad en los ecosistemas, entre otros.

Finalmente, **en una acción de estas características, divulgación de actividades y resultados resulta imprescindible**. Por ello, a través de la web de la Asociación CAAE han sido difundidas las acciones del proyecto *ECOMART*. Además, las **herramientas Concertación de pastos y de autodiagnóstico están disponibles para todos los usuarios** a través de las páginas web: [www.caae.es](http://www.caae.es) y [www.comercioecologico.com](http://www.comercioecologico.com). Además, el desarrollo del proyecto dio lugar a la **edición de un CD** que recoge las **publicaciones Claves del éxito y Guía de empresas auxiliares, la herramienta de autodiagnóstico y la herramienta Concertación de pastos**. Éste ha sido difundido a través de las múltiples actividades en las que participa la Asociación CAAE. Igual ocurre con los resultados de los paneles de consumo.

