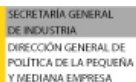


Identificación de las necesidades tecnológicas comunes para favorecer la cooperación entre el sector agroalimentario y el sector turístico.

Plan de competitividad para la puesta en valor de los productos agroalimentarios



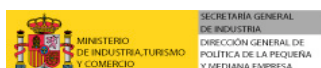
Proyecto incluido dentro del Programa de apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas 2007-2013 (Programa InnoEmpresa) en el ámbito de la comunidad de Castilla y León, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)



Proyecto incluido dentro del Programa de apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas 2007-2013 (Programa Inno-Empresa) en el ámbito de la comunidad de Castilla y León, cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

ÍNDICE

1. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES TECNOLÓGICAS COMUNES PARA FAVORECER LA COOPERACIÓN ENTRE EL SECTOR AGROALIMENTARIO Y EL SECTOR TURÍSTICO	3
2. PLAN DE COMPETITIVIDAD PARA LA PUESTA EN VALOR DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS	8
3. ANEXO. ENCUESTA.....	17



1. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES TECNOLÓGICAS COMUNES PARA FAVORECER LA COOPERACIÓN ENTRE EL SECTOR AGROALIMENTARIO Y EL SECTOR TURÍSTICO

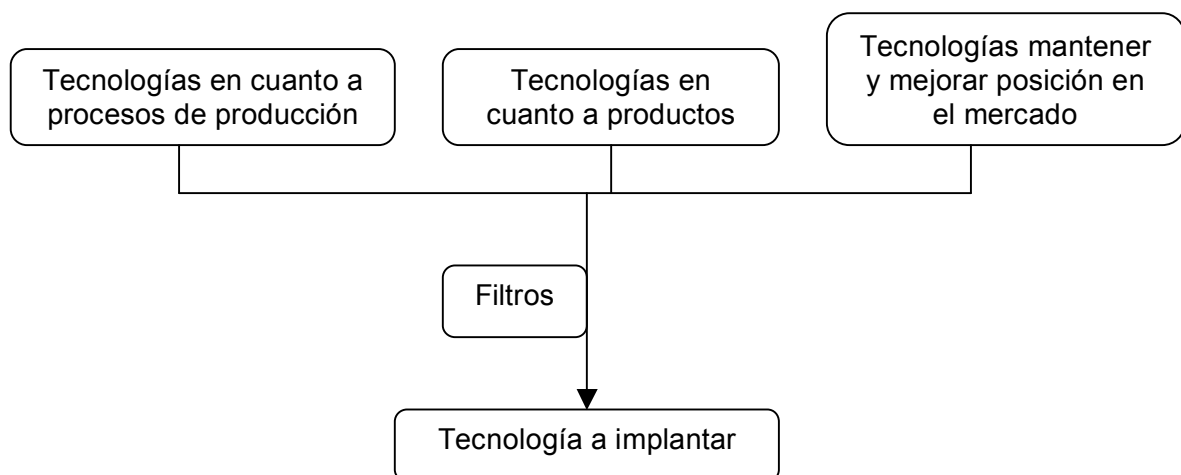
La identificación de las necesidades tecnológicas debe realizarse teniendo en cuenta cuales son las necesidades inmediatas con expectativas a medio o largo plazo. Para ello se deben conocer las tecnologías existentes en los productos de la empresa, las tecnologías existentes en cuanto a los procesos de producción y logística, así como conocer las tecnologías que la empresa está buscando para mantener y mejorar su posición en el mercado.

De todas estas tecnologías se debe realizar un filtrado para determinar aquellas que realmente son necesarias, cuales de ellas son necesarias a corto plazo y cuales son necesarias a largo plazo.

En este filtro hay que tener en cuenta:

- El grado de compromiso que adquiere la empresa por la implantación de la tecnología.
- Los riesgos, en cuanto a viabilidad económica y/o tecnológica, del desarrollo y explotación de la tecnología.
- El impacto en la calidad, costes de producción y venta de los productos.
- El valor y evolución de la introducción de la tecnología en su mercado.

Teniendo en cuenta estos puntos, se puede determinar la instauración o no instauración de la nueva tecnología en la empresa.



En nuestro caso, al tratarse de necesidades tecnológicas comunes para favorecer la cooperación entre los sectores agroalimentario y turístico, la inversión en tecnologías relacionadas con los procesos de producción del producto no estarían contempladas, ya que esta se trataría de una inversión individual y particular de cada una de las empresas.

Nosotros hablamos de aquellas tecnologías necesarias para la puesta en valor de los productos agroalimentarios a través del sector turístico, por lo tanto tecnologías para mejorar la posición de las empresas y sus productos en el mercado.

Teniendo en cuenta el momento actual, la inversión más destacada que se debe hacer en este caso es en:

- **Nuevas tecnologías de la información**, esto es en la promoción y oferta de productos a través internet de manera conjunta.
- Aumentar y mejorar las **estrategias de marketing** para la venta conjunta de los productos y servicios de ambos sectores, el sector agroalimentario y el sector turístico.

Dichas inversiones deben ser valoradas por cada una de las empresas interesadas teniendo en cuenta los filtros anteriormente mencionados.

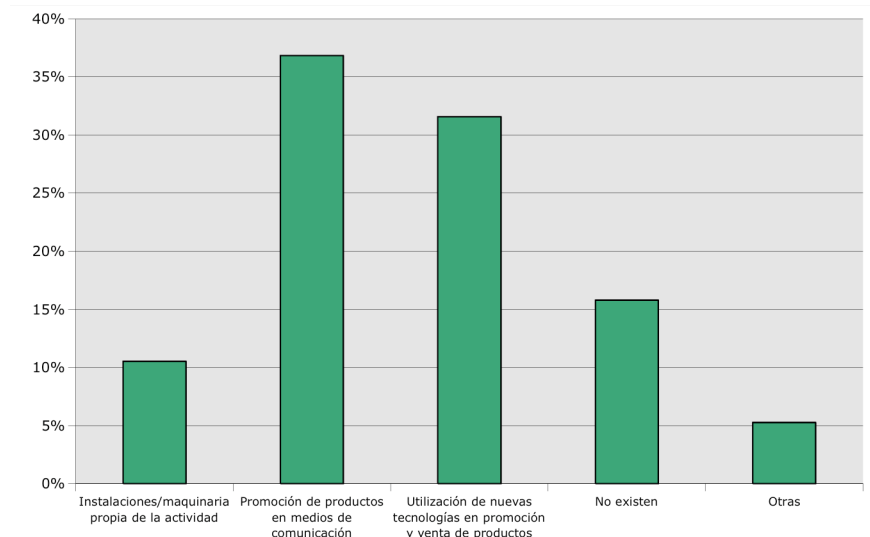
Para conocer de primera mano las **necesidades tecnológicas del sector turístico y del sector agroalimentario** así como las posibilidades de **mejora de la competitividad de sus productos**, con motivo de la celebración de un seminario, el día 18 de noviembre en el Parador Nacional de Gredos, al que asistieron representantes tanto del sector turístico como del sector agroalimentario, así como de los Grupos de Acción Local de la provincia.

En dicho seminario conjunto se estableció un debate sobre el tema y se pidió cumplimentar una encuesta (ver anexo) en la que quedara reflejada la opinión de cada uno de los/as asistentes:

Las **carencias tecnológicas que existen para la cooperación entre los sectores agroalimentario y turístico** están relacionadas principalmente con:

- la promoción de los productos en los medios de comunicación,
- la utilización de las nuevas tecnologías en la promoción y venta de los productos.

La primera carencia es la más destacada, siendo más importante para los representantes del sector agroalimentario, mientras que la segunda lo es para el sector turístico.



En cuanto a las personas que indicaron que no existen carencias tecnológicas o estas son de otro tipo, estas destacaban la necesidad de mejorar y adecuar los canales de distribución de los productos así como la necesidad de compromiso por parte de los organismos públicos en cuanto a regulación y establecimiento de herramientas de desarrollo adecuadas y de control y apoyo a los empresarios/as y emprendedores/as.

Por otro lado, los **principales problemas que existen para que se produzca la cooperación entre los sectores agroalimentario y turístico** son:

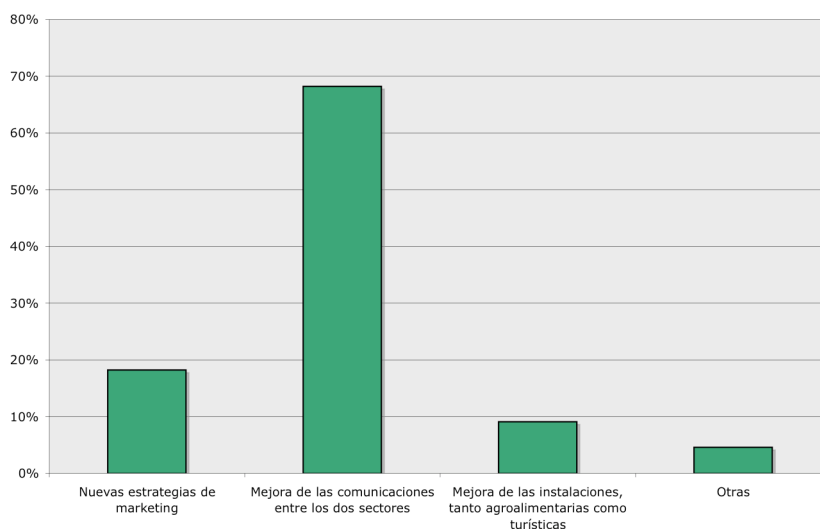
- la falta de comunicación e interacción entre ambos sectores,
- las deficiencias en cuanto a logística y distribución de productos.

Hay que destacar que el hecho de la existencia de una falta de comunicación y conocimiento mutuo entre ambos sectores ha sido la principal demanda y preocupación de todos los/as asistentes.

Además de estos dos problemas principales, también se indicó la falta de información en cuanto a los productos agroalimentarios existentes y dónde se pueden adquirir. Hecho este que demuestra la falta de una publicidad adecuada en relación a los productos agroalimentarios existentes en la provincia de Ávila.

De acuerdo a las opiniones de los/as asistentes y, como hemos destacado, como punto fundamental e indispensable, para **solucionar los problemas para que se produzca cooperación entre ambos sectores** se necesitaría mejorar las comunicaciones entre ambos sectores, ya que en la actualidad esta comunicación es muy escasa y siempre de manera individual.

Para poder trabajar y potenciar de manera conjunta ambos sectores es indispensable el conocimiento mutuo de ambos, tanto de sus actividades como de sus productos.



Las **tecnologías utilizadas** actualmente de manera individual por el sector turístico y por el sector agroalimentario para **dar a conocer sus productos** son:

- Nuevas tecnologías: Internet, página web, e-mail
- Folletos y publicaciones
- Degustaciones y catas en los establecimientos, en el caso del sector agroalimentario
- Obsequios promocionales
- Medios de comunicación: prensa, televisión,...
- Ferias,...

Estas son básicamente las mismas que las que estos sectores utilizarían a la hora de dar a conocer de manera conjunta sus productos.

Hay que destacar que a la hora de la promoción de manera conjunta se ha hecho hincapié en las nuevas tecnologías y la utilización de una página web que sirva como centro de conocimiento, venta, compra y distribución de los productos. De igual manera la utilización de las redes sociales para dar a conocer los productos.

También se ha destacado la importancia de la realización en los distintos establecimientos, tanto agroalimentarios como turísticos, de degustaciones y exposiciones que muestren y permitan conocer los distintos productos agroalimentarios.

La mayor parte de los/as asistentes, el 75%, indicó que sería necesaria **formación relativa al uso de nuevas tecnologías** para su aplicación en los sectores turístico y agroalimentario, hecho este relacionado con la importancia que dan a estas nuevas tecnologías en su trabajo actual y como elemento de promoción conjunta de los productos de ambos sectores.

CONCLUSIONES

Como conclusión podemos decir que los principales elementos para que se produzca una cooperación entre los sectores agroalimentario y turístico encaminada a la promoción y venta conjunta de sus productos son:

- La existencia de una **mayor comunicación y cooperación entre ambos sectores**. Para dicha cooperación es necesaria la realización de reuniones periódicas y el establecimiento de una continua y estable conexión entre ambos sectores, teniendo en cuenta que puede ser necesaria en un primer momento la existencia de un intermediario entre ambos.
- El **desarrollo de una logística conjunta tanto a la hora de la promoción de los productos como de su venta**. Para esto sería necesaria la creación de un centro en el que se realizara la promoción de los productos, su compra, venta y distribución de los mismos.

Como se comentó en el seminario, este centro puede ser tanto físico como virtual, esto es a través de página web en la que se puedan ver y adquirir los productos sin necesidad de pasar por un intermediario.

2. PLAN DE COMPETITIVIDAD PARA LA PUESTA EN VALOR DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

En la encuesta, realizada en el seminario conjunto entre el sector turístico y el sector agroalimentario, se realizaba una consulta en relación a la **posibilidad de mejora de la competitividad de sus productos** en el mercado de manera individual y sin un desarrollo tecnológico. El 75% de los/as asistentes, tanto del sector agroalimentario como turístico, se mostraron negativos ante esta posibilidad.

Esto corrobora el hecho de que en la actualidad las nuevas tecnologías son indispensables y la mejora de la competitividad pasa por ofertar productos atractivos y novedosos que permitan conocer una amplia gama de productos y elementos del territorio.

Cualquier **plan de competitividad**, además de las mejoras necesarias dentro de la propia actividad, necesita de mejoras a nivel de nuevas tecnologías y de cooperación con otros sectores y actividades que permitan ofrecer productos más atractivos y competitivos dentro del mercado.

En el caso del sector agroalimentario, las **mejoras tecnológicas dentro de la propia actividad** pasan por el desarrollo de **Proyectos de I+D+i** (Investigación, Desarrollo e innovación). El **Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)**, Entidad Pública Empresarial creada en 1977 y adscrita al Ministerio de Ciencia e Innovación, canaliza desde el año 2009 las solicitudes de financiación y apoyo a los proyectos de I+D+i de empresas españolas en los ámbitos estatal e internacional.

Según el Real Decreto Legislativo **4/2004 - texto refundido de la Ley sobre el Impuesto de Sociedades en España:**

*Se entiende por **investigación** la indagación original planificada que persiga descubrir nuevos conocimientos y una superior comprensión en el ámbito científico y tecnológico.*

*Se entiende por **desarrollo** la aplicación de los resultados de la investigación o de cualquier otro tipo de conocimiento científico para la fabricación de nuevos materiales o productos o para el diseño de nuevos procesos o sistemas de producción, así como para la mejora tecnológica sustancial de materiales, productos, procesos o sistemas preexistentes.*

Se considerará también actividad de investigación y desarrollo la materialización de los nuevos productos o procesos en un plano, esquema o diseño, así como la creación de un primer prototipo no comercializable y los proyectos de demostración inicial o proyectos piloto siempre que los mismos no puedan convertirse o utilizarse para aplicaciones industriales o para su explotación comercial.

Asimismo, se considerará actividad de investigación y desarrollo el diseño y elaboración del muestrario para el lanzamiento de nuevos productos. A estos efectos, se entenderá como lanzamiento de un nuevo producto la introducción del mismo en el mercado y como nuevo producto, aquel cuya novedad sea esencial y no meramente formal o accidental.

También se considerará actividad de investigación y desarrollo la concepción de software avanzado, siempre que suponga un progreso científico o tecnológico significativo mediante el desarrollo de nuevos teoremas y algoritmos o mediante la creación de sistemas operativos y lenguajes nuevos, o siempre que esté destinado a facilitar a las personas discapacitadas el acceso a los servicios de la sociedad de la información. No se incluyen las actividades habituales o rutinarias relacionadas con el software.

*Se entiende por **innovación tecnológica** la actividad cuyo resultado sea un avance tecnológico en la obtención de nuevos productos o procesos de producción o mejoras sustanciales de los ya existentes. Se considerarán nuevos aquellos productos o procesos cuyas características o aplicaciones, desde el punto de vista tecnológico, difieran sustancialmente de las existentes con anterioridad.*

Esta actividad incluirá la materialización de los nuevos productos o procesos en un plano, esquema o diseño, así como la creación de un primer prototipo no comercializable y los proyectos de demostración inicial o proyectos piloto, siempre que éstos no puedan convertirse o utilizarse para aplicaciones industriales o para su explotación comercial.

También se incluyen las actividades de diagnóstico tecnológico tendentes a la identificación, la definición y la orientación de soluciones tecnológicas avanzadas cuya realización se encargue a universidades, organismos públicos de investigación o centros de innovación y tecnología, reconocidos y registrados como tales.

Dichos proyectos desarrollados de manera particular en cada una de las industrias agroalimentarias permiten mejorar y ampliar los productos elaborados en las mismas, además de otorgar una seña de calidad y compromiso a la hora de ofertar los mejores productos, convirtiéndose en empresas competitivas del mercado.

Hay que destacar que estos proyectos conllevan deducciones. Las bases de la deducción y los porcentajes de la misma quedan establecidos en el artículo 35 del Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, aprobado por Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo.

Existen diversos programas de financiación a proyectos de I+D+i, impulsados desde distintos organismos, con el objetivo de elevar la capacidad tecnológica e innovadora de las organizaciones para conseguir ser mas competitivas:

- **A nivel europeo**

El **VII Programa Marco**, se trata del principal instrumento de la UE para financiar la investigación en Europa y durará 7 años del 2007 al 2013. Pretende contribuir de forma substancial a revitalizar la Estrategia de Lisboa, adoptada por el Consejo Europeo de Lisboa de 2000 con el objetivo de hacer de la economía europea "la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo" en el año 2010, y que abarca acciones en una amplia serie.

Se organiza según los siguientes objetivos principales o prioridades:

- Biotech, Alimentación, Agricultura.
- Tecnología, Sociedad de la Información.
- Nanotec. Materiales de Producción.
- Energía.
- Medioambiente.
- Transporte.
- Socioeconomía.
- Espacio.
- Seguridad.

- **A nivel nacional**

El **Plan Nacional** es el instrumento de programación de la I+D y la innovación tecnológica de la Administración General del Estado. Contemplado como Plan de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico en la Ley de la Ciencia (Ley 13/1986), y denominado desde el año 2000 como **Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica**.

Es el mecanismo para establecer los objetivos y prioridades de la política de investigación e innovación a medio plazo, así como para diseñar los instrumentos que garanticen su consecución.

Para dar cumplimiento a los objetivos establecidos en el Plan Nacional de I+D+I, se ha considerado necesario articular un conjunto de ayudas directas que estimulen la realización de actividades de I+D.

PROFIT: Programa de Fomento a la Investigación Técnica. (MITYC)

El Programa de Fomento de la Investigación Técnica es un instrumento mediante el cual el Gobierno articula un conjunto de convocatorias de ayudas públicas, destinadas a estimular a las empresas y a otras entidades a llevar a cabo actividades de investigación y desarrollo tecnológico; según los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (I+D+I) 2004-2007, en la parte dedicada al Fomento de la Investigación Técnica.

El **Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI)**, además de sus funciones de asesoramiento y control, financia proyectos de I+D+i:

- **Proyectos Individuales de Investigación y Desarrollo (PID).** Proyectos empresariales de carácter aplicado que tienen por objeto la creación y mejora significativa de un proceso, producto o servicio, pudiendo comprender actividades de investigación industrial y desarrollo experimental.
- **Proyectos de I+D en Cooperación.** Proyectos de I+D ejecutados por al menos dos empresas que tienen por objeto el desarrollo de tecnologías, productos o procesos novedosos, fomentando la cultura de colaboración entre ellas.
- **Iniciativa NEOTEC.** Iniciativa ministerial para apoyar la creación y consolidación de nuevas empresas de base tecnológica en España.

- **A nivel de comunidad autónoma**

La Junta de Castilla y León a través de la **Estrategia Regional de Investigación Científica, Desarrollo Tecnológico e Innovación de Castilla y León 2007-2013**.

Además de esto, la **Agencia de Inversiones y Servicios de Castilla y León (ADE)**, que depende de la Junta de Castilla y León, pretende ser el principal motor del desarrollo de la actividad económica y del sistema productivo de Castilla y León, prestando un servicio de calidad orientado a las necesidades reales de la sociedad.

Su **misión** es la de acompañar a las empresas en la búsqueda de la **competitividad sostenible**, ofreciendo soluciones integradas a la medida de sus necesidades individuales y/o colectivas.

Los **objetivos** de la ADE son los siguientes:

- Favorecer el tejido empresarial, mediante el **aumento de la creación de empresas** y la potenciación del **espíritu emprendedor**.
- Favorecer el incremento de **tamaño de las empresas** mediante su profesionalización y consolidación, la innovación en sus procesos y productos y la cooperación interempresarial.
- Diseñar **políticas sectoriales** con especial atención a los sectores productivos con una significativa presencia y elevada repercusión sobre productividad.

Dentro de las ayudas que gestiona la ADE encontramos las siguientes:

- **Para la creación de empresas:**
 - **Programa Creación de Empresas. EMPRENDIENDO (2010)**. Si la inversión no supera los 100.000 euros.
 - **Programa de Creación de Empresas. EMPRESAS DE INNOVACIÓN O DE BASE TECNOLÓGICA (2010)**. Si se trata de una pequeña empresa y la inversión no supera los 600.000
- **Para la mejora de la competitividad:**
 - **Programa Inversiones. INVERSIONES DE PYMES (2010)**. Para proyectos de inversión entre 18.000 y 600.000 euros, o si se es artesano.

- **PROYECTOS DE INVERSIÓN:**
 - Creación de nuevos establecimientos, o su ampliación, y en su caso, su modernización, realizados por nuevas empresas o empresas ya existentes, que incorporen mejoras sustanciales en sus productos, procesos o servicios y respondan a una estructura equilibrada entre los diferentes componentes o conceptos.
- **PROYECTOS SECTOR ARTESANO:**
 - Gastos relativos a la realización de catálogos de productos, logotipos, inserción en revistas especializadas, páginas web y similares, destinados a su utilización publicitaria.
 - Gastos derivados de la participación en ferias, exposiciones y certámenes que tengan como fin la consolidación y la apertura de nuevos mercados para los productos artesanos, con una duración mínima de 4 días y en el caso de ferias internacionales de 3 días.
- **Para la innovación:**
 - **Programa de I+D+i. PROYECTOS DE I+D (2010).** Incentivos a la I+D en nuevos productos, procesos o servicios y a actividades de I+D+i de la empresa joven e innovadora.

Las mejoras tecnológicas que se quieren implantar deben llevar un estudio para comprobar su impacto competitivo. Según este impacto, las tecnológicas pueden ser:

- Tecnología que aunque es necesaria en la práctica, ofrece poco potencial para que la empresa obtenga ventajas competitivas, ya que generalmente son tecnologías muy extendidas.
- Tecnología que puede ser muy crítica para el éxito competitivo porque ofrece la oportunidad de una diferenciación significativa del proceso y/o del producto.
- Tecnología que tiene potencial para cambiar la base competitiva pero que aún no se ha materializado en un proceso y/o producto. A menudo se convierte en tecnología clave.

Según este impacto, será más o menos conveniente implantar la tecnología.

Una vez se han llevado a cabo las mejoras tecnológicas necesarias dentro de la propia actividad de elaboración de los productos agroalimentarios, la mejora de la competitividad de dichos productos pasa por la promoción y venta competitiva en el mercado.

A la hora de dar a conocer los productos actualmente es indispensable el **uso de las nuevas tecnologías** que permiten ampliar el mercado y mostrar el producto a una mayor cantidad de población y sectores de actividad.

Para ampliar las posibilidades de publicidad y mercado, la **cooperación con otras empresas del mismo sector así como de otros sectores** con una fuerte presencia en el territorio, como es el caso del sector turístico en la provincia de Ávila, es indispensable.

No hay que olvidar el sistema de **venta tradicional** de los productos en la que la relación directa con el comprador y/o distribuidor es fundamental para el conocimiento del producto y puede servir como seña de identidad del mismo.

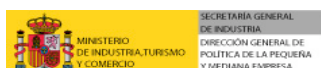
Siempre habrá que tener en cuenta la relación calidad/precio y los precios de mercado, ya que si nuestros precios no son adecuados aunque nuestro marketing sea excepcional, los beneficios no llegarán. Hay que tener en cuenta siempre que se debe mantener un precio competitivo.

CONCLUSIONES

A modo de resumen, las líneas que se pueden seguir para mejorar la competitividad de las empresas agroalimentarias serían:

- Realizar las **mejoras tecnológicas** adecuadas en los centros de producción para la obtención de productos de calidad y para el desarrollo de productos innovadores que mejoren y amplíen la oferta.
- **Publicitar** los productos utilizando tanto los **medios tradicionales** (folletos, guías, prensa, televisión,...) como las **nuevas tecnologías** (página web, correo electrónico,...).

- **Ampliar las modalidades de venta** de los productos utilizando tanto los canales tradicionales (establecimientos, ferias,...) como las nuevas tecnologías (venta en la página web).
- **Cooperar con el sector turístico** para dar a conocer y vender sus productos de manera conjunta:
 - Colocación de **expositores con productos agroalimentarios** en establecimientos turísticos y agroalimentarios.
 - Realización de **degustaciones y catas** de productos agroalimentarios en establecimientos turísticos.
 - Oferta de **paquetes turísticos** ofreciendo de manera conjunta productos de los dos sectores.
 - Creación de **páginas web conjuntas** para la promoción conjunta de ambos sectores y la compra y venta de productos.
 - Participación en **ferias** de manera conjunta.
 - **Publicidad conjunta** para el desarrollo de ambos sectores,...



3. ANEXO. ENCUESTA

FECHA:

LUGAR DE CELEBRACIÓN:

SECTOR DE ACTIVIDAD AL QUE PERTENECE:

Marque las opciones que crea convenientes

1. Las carencias tecnológicas que existen para la cooperación entre los sectores agroalimentario y turístico están relacionadas con:
 - a. Instalaciones/maquinaria propias de las actividades.
 - b. Promoción de productos en los medios de comunicación.
 - c. Utilización de nuevas tecnologías en la promoción y venta de los productos.
 - d. No existen
 - e. Otras. ¿Cuáles?

2. ¿Cuáles cree que son los principales problemas que existen para que se produzca cooperación entre los sectores agroalimentario y turístico?

3. Solucionar estos problemas necesitaría:
 - a. Nuevas estrategias de marketing.
 - b. Mejora de las comunicaciones entre los dos sectores.
 - c. Mejora de las instalaciones, tanto agroalimentarias como turísticas.
 - d. Otras. ¿Cuáles?

4. ¿Cuáles son las tecnologías que actualmente usa para dar a conocer sus productos?

5. ¿Cuáles son las tecnologías que cree convenientes para dar a conocer de manera conjunta los productos agroalimentarios y turísticos?
6. A día de hoy, ¿es posible mejorar la competitividad de sus productos en el mercado de manera individual y sin un desarrollo tecnológico? Justificar la respuesta.
- a. Sí
 - b. No
7. Sería necesaria formación relativa al uso de nuevas tecnologías para su aplicación en dichos sectores
- a. Sí
 - b. No

Comentario personal:

