

PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE ARAGÓN 2007 – 2013
JACETANIA Y ALTO GÁLLEGO

ACTA TALLERES DE LAS MESAS SECTORIALES

- Agricultura, ganadería y medio ambiente, 17 de julio de 2007
- Sector agroalimentario, 18 de julio de 2007
- Turismo, comercio y artesanía, 19 de julio de 2007



Promotor: **ADECUARA**
Dinamización sesiones y elaboración actas: **ARC Mediación Ambiental**

1. ASISTENTES

Agricultura, ganadería y medio ambiente

Puente la Reina de Jaca, 17 de julio de 2007

Sede de la Comarca

Asistentes: 33 personas



Sector agroalimentario

Puente la Reina de Jaca, 18 de julio de 2007

Sede de la Comarca

Asistentes: 23 personas

Turismo, comercio y artesanía

Puente la Reina de Jaca, 18 de julio de 2007

Sede de la Comarca

Asistentes: 23 Personas



2. OBJETIVOS DE LA SESIÓN

Tal y como ya se explicaba en las cartas de convocatoria, los objetivos de estas sesiones eran, básicamente:

1. Realizar un diagnóstico rápido de la situación actual de cada uno de los ámbitos de actuación del programa.
2. Aportar ideas sobre posibles acciones a incluir dentro del nuevo programa de desarrollo rural.
3. Valorar y matizar, en su caso, la propuesta de criterios de priorización presentados por ADECUARA y aportar criterios no contemplados hasta ahora.

3. TEMAS A DEBATE

El borrador de mayo de 2007 del Programa de Desarrollo Rural de Aragón 2007 – 2013, contempla las siguientes medidas:

- Medida 1.1.1.** Acciones relativas a la información y formación profesional, incluida la divulgación de conocimientos científicos y prácticas innovadoras de personas que trabajan en los sectores agrícola, alimentario y forestal.
- Medida 1.2.3.** Aumento del valor añadido de los productos agrícolas y forestales
- Medida 3.1.1.** Diversificación hacia actividades no agrícolas
- Medida 3.1.2.** Ayuda a la creación y el desarrollo de microempresas
- Medida 3.1.3.** Fomento de actividades turísticas
- Medida 3.2.1.** Servicios básicos para la economía y la población rural
- Medida 3.2.3.** Conservación y mejora del Patrimonio Rural
- Medida 3.3.1.** Formación e información de agentes económicos que desarrollen sus actividades en los ámbitos cubiertos por el eje 3.

Para facilitar el desarrollo del proceso participativo, se agruparon estas medidas en 6 temas a debate, asignando a cada mesa sectorial los 2 temas más vinculados al el sector convocado.

La **distribución de los temas a debatir por mesa sectorial** es la siguiente:

MESA SECTORIAL	TEMAS A DEBATIR
Agricultura, ganadería y medio ambiente	1. Formación 2. Aumento del valor añadido de productos agrícolas y forestales
Sector agroalimentario	2. Aumento del valor añadido de productos agrícolas y forestales 3. Microempresas
Turismo, comercio y artesanía	3. Microempresas 4. Fomento de actividades turísticas
Sector social	5. Servicios básicos a la población 6. Conservación y mejora del Patrimonio rural
Cultural, educativo y deportivo	5. Servicios básicos a la población 6. Conservación y mejora del Patrimonio rural

Previamente al debate, se destinaron 15 minutos a describir brevemente cada uno de los temas sometidos a debate, a través de una presentación en *power point* que se entregó a todas las personas asistentes.

A continuación se presentan los resultados del diagnóstico y de las propuestas de mejora por mesa sectorial y temas de debate.

4. RESULTADOS MESA SECTORIAL 1: AGRICULTURA, GANADERÍA Y MEDIO AMBIENTE



ASISTENTES MESA SECTORIAL 1.

Nombre y apellidos	Entidad
D. JOSÉ MANUEL PENELLA	UAGA - COAG
Dña. ELENA SALINAS	UAGA - COAG
D. NACHO ALCALDE	AYUNTAMIENTO DE SABIÑANIGO
D. FRANCISCO SANTOLARIA	A.D.S. SERRABLO OVITENA
Dña. MERCEDES PLAZA	AYUNTAMIENTO DE JACA
D. ANTONIO SANCHO	ASOCIACION ARRATIECHO
D. LORENZO GIRAL	ASOCIACION ARRATIECHO
D. FRANCISCO ACEITERO SAC	ASOCIACION ARRATIECHO
D. AURELIO MONREAL ASPARREN	ASOC. VECINOS OS CUCULOS
D. RICARDO ANDUEZA ASPARREN	ASOC. VECINOS OS CUCULOS
D. JUAN CARLOS GIMÉNEZ AZNAR	CDAD. REGANTES DELLA
D. ANTONIO MARTINEZ LACASTA	SDAD. CAZADORES DE SANTA CRUZ
D. FEDERICO ESCOBAR	ASOCIACION CHARRAMOS
D. JOSÉ LUIS LARRAZ	CDAD. REGANTES DE NOVES
D. DAVID USIETO	ASOC. CULTURAL O ZOQUE
D. ALEJANDRO CALVO	ASOC. NUCLEOS RURALES EL CAJICAR
D. ANTONIO PALACIN CAMPO	ASOC. NUCLEOS RURALES EL CAJICAR
D. JUAN ANTONIO ALLUE	ASOC. NUCLEOS RURALES EL CAJICAR
D. XAVIER PUJOL	RIORCAL
Dña. MARIA DEL MAR MENDIARA	MDAD. FORESTAL ANSO - FAGO
D. JOSÉ ANTONIO LÓPEZ	MDAD. FORESTAL ANSO - FAGO
D. JAIME JAVIERRE	SDAD. CAZADORES EL CARTÓN
D. RICARDO AZÓN	ATURA
D. JOSÉ ÁNGEL ASO	ATURA
D. MIGUEL GIL PIEDRAFITA	CDAD. REGANTES JUNTA LA ESTANCA
D. JOSÉ LUIS GAVÍN	SDAD. CAZADORES COTO DE BIESCAS
D. ALBERTO GIMENEZ ANAYA	INSTITUTO FORMACION AGROAMBIENTAL
D. ANTONIO LECINA	LSJS COOPERATIVA
D. MIGUEL ANGEL AUSERE	OFICINA DESARROLLO RED NATURA
D. CARLOS ALEGRE	AYUNTAMIENTO DE BORAU
D. MIGUEL LACASTA	AYUNTAMIENTO DE BORAU
D. EMILIANO GIMENO	ASOC. DEPORTIVA BATUESA
Dña. VIRGINIA LARRAZ GIMÉNEZ	UPRA - GRUPO CARNE ARAGÓN

ÁMBITO 1 - FORMACIÓN

4.1. DIAGNÓSTICO ÁMBITO FORMACIÓN

Aparece a continuación la percepción de las personas asistentes sobre la situación actual en relación a la formación en las comarcas. Se trata de un balance rápido, en el que, a través de una lluvia de ideas, se planteaba a l@s participantes las debilidades y amenazas (lo que no funciona) y las fortalezas y oportunidades (lo que funciona).

 Lo que no funciona	 Lo que funciona
<ul style="list-style-type: none">⇒ La formación no se hace con una visión global del territorio, sino a nivel individual.⇒ Se exige al agricultor y ganadero que sea mucho más además de su profesión.⇒ Se percibe que el interés en acciones formativas aumenta cuando se relaciona con requisitos legales, como la condicionalidad (Ej. Carnet Fitosanitario).	<ul style="list-style-type: none">⇒ La formación está condicionada a la legalidad y la obligatoriedad. En este sentido, el enfoque formativo orientado al cumplimiento de requisitos, parece adecuado⇒ En ganadería funciona los viajes y visitas técnicas a explotaciones.

4.2. LÍNEAS DE ACTUACIÓN ÁMBITO FORMACIÓN

A partir de las aportaciones realizadas en tarjetas, que se fueron organizando y debatiendo, aparecen a continuación las líneas de actuación resultantes:

1	FORMACIÓN Y ASESORAMIENTO SOBRE LAS OPORTUNIDADES Y TÉCNICAS EN LA PUESTA EN REGADÍO
----------	---

Ante la oportunidad que se abre en la zona con la creación de los riegos sociales, se plantea la formación y asesoramiento a los agricultores para adaptarse a las nuevas técnicas, productos y materiales adecuados para el riego, teniendo en cuenta la eficiencia y ahorro del agua.

- *Sobre técnicas de riego, productos y materiales adecuados*
- *Sobre eficiencia y ahorro del agua.*

2	FORMACIÓN EN ECONOMÍA AGRARIA
----------	--------------------------------------

Acciones formativas dirigidas al sector agrario sobre criterios económicos básicos:

- *Sobre costes e inversiones, logística de oferta, economía básica.*

Realización de estudios de mejora de cada territorio y difusión de los mismos para orientar al sector agrario sobre las formas de incorporar estas mejoras en sus actividades:

- *Informar sobre ordenanzas de nuevas tecnologías en instalaciones agrarias, explotaciones alternativas, demandas y comercialización.*

Formación dirigida a los productores sobre comercialización de productos locales, acompañado de la divulgación de los productos entre los consumidores locales.

- *Hay productos ecológicos en la zona que se comercializan en Barcelona.*

3	FORMACIÓN E INFORMACIÓN ORIENTADA AL IMPULSO DE LA DIFERENCIACIÓN DE LOS PRODUCTOS
----------	---

Informar sobre la diferenciación de los productos locales por medio de marcas de calidad y otros elementos de diferenciación:

- *Sobre agricultura y ganadería ecológicas*

- *Sobre explotación del ovino de leche y producción de queso artesanal (sorprende que no haya apenas productores de ovino de leche en las comarcas)*

4 INFORMACIÓN SOBRE REQUISITOS LEGALES Y NOVEDADES DEL SECTOR AGROGANADERO, FORESTAL Y CINEGÉTICO

Realizar sesiones informativas sobre la nueva legislación que exige la Administración en materia agroganadera, forestal y cinegética.

- *Sobre exigencias legislativas de los núcleos zoológicos (perreras), transporte de perros de caza, etc.*

5 RECUPERACIÓN Y TRANSMISIÓN DEL CONOCIMIENTO TRADICIONAL

Recuperar, mantener y transmitir las tradiciones de la comarca en el desarrollo de la actividad agraria, forestal y cinegética incorporando los avances tecnológicos del momento.

- *Apoyo a labores tradicionales como injertos adaptados, conservación de frutos, etc. todo ello con el desarrollo de nuevas tecnologías como riego por goteo, cultivos ecológicos etc.*
- *Continuar cazando de forma tradicional*

6 VALORIZACIÓN ACTIVIDAD CINEGÉTICA Y MEJORA DE LA GESTIÓN

Valorar y rentabilizar la actividad cinegética y sus productos a través de cursos y seminarios específicos.

- *Cursos de gestión de cotos y de actividad cinegética.*

7 NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS A LA AGRICULTURA Y GANADERÍA

Potenciar la formación en nuevas tecnologías aplicadas a la agricultura y ganadería

- *Ganadería informatizada*

8 FORMACIÓN Y ASESORAMIENTO EN BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

Formar en la realización de buenas prácticas agroambientales

- *Sobre buenas prácticas agrícolas (medioambientales).*
- *Impulso a la formación de pastores (Escuela de pastores)*
- *Sobre manejo de pastos.*

Asesorar y formar sobre los requisitos legales de gestión y las exigencias medioambientales y sanitarias de la actividad agraria.

9	FORMACIÓN Y ASESORAMIENTO ORIENTADO A LA DIVERSIFICACIÓN DE LA ECONOMÍA AGRARIA Y GANADERA
----------	---

Formar al sector agrario para que desempeñe actividades complementarias ligadas a otros sectores que puedan servir de alternativa y poder mantener la actividad agraria a pequeña escala.

- *Huertos solares*
- *Turismo rural*

Formar al sector agrario para que puedan diversificar, dentro del mismo sector, los productos que se van elaborando. Diversificación de la economía por medio de la oferta.

- *Ovino de leche,...*

Conectar de manera práctica la actividad agroganadera con otros sectores interrelacionados que puedan aportar un valor añadido.

- *Relación entre ganadería-agricultura y turismo*
- *Conservación, por medio de la actividad agraria, del patrimonio natural y cultural.*

4.3. APORTACIONES QUE SE DERIVAN A OTROS DEPARTAMENTOS

- Ganadería: el problema de animales muertos de pequeñas explotaciones ganaderas.

4.4. APORTACIONES QUE SE DERIVAN A OTRAS LÍNEAS DEL PROGRAMA

- Formación e información a otros sectores y consumidores sobre la diferenciación del producto ("sabores").



4.5. APORTACIONES REALIZADAS QUE SE CORRESPONDEN MÁS CON CRITERIOS

- Formación para jóvenes para fijar población.

ÁMBITO 2 - AUMENTO DEL VALOR AÑADIDO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y FORESTALES

4.6. DIAGNÓSTICO ÁMBITO VALOR AÑADIDO

Aparece a continuación la percepción de las personas asistentes sobre la situación actual en relación a la valorización de productos agrícolas y forestales. Se trata de un balance rápido, en el que, a través de una lluvia de ideas, se planteaba a l@s participantes las debilidades y amenazas (lo que no funciona) y las fortalezas y oportunidades (lo que funciona).

 Lo que no funciona	 Lo que funciona
<ul style="list-style-type: none">⇒ En lo forestal no se hace nada (especialmente aprovechamiento forestal).⇒ No hay productos elaborados de la zona (en Valle de Tena por ejemplo) con marca de calidad cuando es una de las zonas donde podría haber sinergia con otras actividades⇒ Perdemos la sinergia con otras actividades como el turismo.⇒ No se comercializa la carne de caza, cuando hay tanta actividad cinegética en la zona.⇒ No se comercializa, localmente, la fruta que se produce en la zona.	<ul style="list-style-type: none">⇒ Existe valor añadido en otros productos como los micológicos.⇒ Posibilidad de aprovechamiento de carne de caza.⇒ La carne y grano de la zona se valora bien.

4.7. LÍNEAS DE ACTUACIÓN ÁMBITO VALOR AÑADIDO

A partir de las aportaciones realizadas en tarjetas, que se fueron organizando y debatiendo, aparecen a continuación las líneas de actuación resultantes:

1	ENERGÍAS RENOVABLES PARA USO AGRARIO O GANADERO
----------	--

Apoyar la aplicación de energías renovables acopladas a pequeñas explotaciones agrarias o ganaderas

2	APROVECHAMIENTO ENERGÉTICO DE RESIDUOS FORESTALES
----------	--

Estudiar la viabilidad del aprovechamiento de los residuos extraídos de la limpieza de los montes como forma de energía, valorando las ventajas e inconvenientes (generación de empleo, inversión,...):

- *Apoyo a la creación de una planta de biomasa*

3	APOYO Y ASESORÍA PARA ORIENTAR AL SECTOR AGROGANADERO PARA CREAR IDEAS INNOVADORAS
----------	---

Crear la figura de Agente de desarrollo agrario/ganadero para asesorar y orientar a los agricultores y ganaderos.

- *Existe la figura del AEDL, aunque actualmente en la comarca sólo hay uno, en el municipio de Sabiñánigo*

❗ Desde ADECUARA no está prevista esta figura. En el período anterior mediante un proyecto Interreg con las Comarcas, se ha podido ofrecer asesoramiento especializado a los promotores agroalimentarios.

4	VALORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD CINEGÉTICA Y PISCÍCOLA
----------	--

Intensificar el valor añadido de la actividad cinegética y piscícola mediante el turismo y la comercialización de los productos extraídos.

- *Vías de comercialización de la carne de caza*
- *Turismo cinegético y piscícola*

5	POTENCIAR EL CONCEPTO DE IDENTIDAD AGROALIMENTARIA Y TERRITORIAL
----------	---

Impulsar la producción agroalimentaria local mediante la creación de productos exclusivos bajo una marca de calidad ligada al territorio.

- *Productos exclusivos agrarios: razas, variedades...*
- *Certificación de marcas de calidad ligadas al territorio*

Aprovechar el valor añadido de los espacios naturales que hay en la zona y establecer criterios de certificación de productos ligados a estos espacios.

i Desde Adecuara se aclara que la Asociación no es un organismo con competencias para certificar, pero sí se puede apoyar los procesos de certificación.

6 APOYO A LA TRANSFORMACIÓN Y A LA COMERCIALIZACIÓN

Apoyar las actividades de transformación y valor añadido de productos locales y patrimonio agrario

- *Estructuras comunes: salas despiece, etiquetado y/o envasado.*
- *Transformación de productos agroalimentarios: sidra, mermelada...*
- *Valor añadido medio ambiental mediante recuperación bancales.*

Facilitar y orientar la comercialización de productos locales

- *Estudios de mercado*
- *Talleres de consumidores*
- *Organización de la venta directa de agricultores y ganaderos sin trabas administrativas*
- *Colocación en el mercado de productos de huerta y frutales*
- *Creación o investigación de mercados locales*
- *Se plantea que ADECUARA sirva de apoyo a modo de "paraguas" a la comercialización de los productos valorizados.*

7 VALORIZACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EN EL MEDIO FORESTAL

Impulsar la multifuncionalidad y las actividades relacionadas con el medio forestal.

- *Caza, pesca, setas*
- *Usos alternativos cercanos al medio ambiente*

8 DIVULGACIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL ECO-AGROTURISMO

Divulgar las actividades y productos relacionados con el Eco-Agroturismo y concienciar en su consumo a los turistas.

9 ESTABLECER SINERGIAS ENTRE GANADERÍA, MEDIO FORESTAL Y USOS LÚDICOS
--

Utilizar la ganadería extensiva para limpieza de montes

4.8. APORTACIONES QUE SE DERIVAN A OTROS DEPARTAMENTOS

- Se plantea realizar un Plan de Gestión Forestal a nivel de las comarcas.

i En el Programa de Desarrollo no se puede plantear un Plan de gestión foresta, que es competencia de la administración, pero sí cabría realizar un estudio previo.

5. RESULTADOS MESA SECTORIAL 2: SECTOR AGROALIMENTARIO



ASISTENTES MESA SECTORIAL 2.

Nombre y apellidos	Entidad
Dña. RAQUEL BETANZOS	ASOC. EMPRESARIOS ALTO GALLEGO
Dña. LOURDES ROYO	ASOC. MUJERES COSUM. ALTO GALLEGO
Dña. ISABEL ROYO	ASOC. MUJERES COSUM. ALTO GALLEGO
Dña. ELENA SALINAS	UAGA - COAG
D. ANTONIO BETRAN	GRANJA DEL ALTO ARAGON, S.L..
D. NACHO ALCALDE	AYUNTAMIENTO DE SABIÑANIGO
Dña. MERCEDES PLAZA	AYUNTAMIENTO DE JACA
D. RICARDO AZON	ATURA
Dña. ANA M ^a ASUN	ASOC. A. C. Y CONSUM. DOÑA SANCHA
D. SANTIAGO RIPOLL	ASOCIACIÓN ARRATIECHO
Dña. ANA M ^a RAMÓN	ASOCIACIÓN ARRATIECHO
D. ALBERTO GARCÍA GALLARDO	VIDIBUNUM, S.A.
D. RAUL SUAREZ	CHOCOLATES LA ABUELA, S.L.
D. FEDERICO ESCOBAR	ASOC. CHARRAMOS
D. CESAR EITO VINACUA	BOLICHES DE EMBUN - CASA BERTOLO
D. JAVIER CAZCARRO	GANADERIA CAZCARRO
Dña. CONCHA CANO	ASOCIACIÓN CUENTAME
D. RICARDO AZÓN	ATURA
Dña. MARIA CRUZ	PROMOTOR AGROALIMENTARIO LOCAL
D. SANTIAGO DEL RIO	PROMOTOR AGROALIMENTARIO LOCAL
D. JUANJO PUYÓ	SELVA DE OZA, S. COOP.
D. JOSÉ ANTONIO LOBATO	PROMOTOR AGROALIMENTARIO LOCAL
D. ENRIQUE RIN	PROMOTOR AGROALIMENTARIO LOCAL

ÁMBITO 2 - AUMENTO DEL VALOR AÑADIDO DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y FORESTALES

5.1. DIAGNÓSTICO ÁMBITO VALOR AÑADIDO

Aparece a continuación la percepción de las personas asistentes sobre la situación actual en relación a la valorización de productos agrícolas y forestales. Se trata de un balance rápido, en el que, a través de una lluvia de ideas, se planteaba a l@s participantes las debilidades y amenazas (lo que no funciona) y las fortalezas y oportunidades (lo que funciona).

 <i>Lo que no funciona</i>	 <i>Lo que funciona</i>
<ul style="list-style-type: none">⇒ Escasa valorización de los recursos naturales por parte de Administraciones Públicas.⇒ No hay ninguna marca ligada a estos productos.⇒ Estamos perdiendo productos de calidad ligados a la ganadería extensiva, entre otras razones, pues habría muchas más:<ul style="list-style-type: none">– No quedan ganaderos.– No hay suficientes apoyos para seguir con la actividad⇒ No hay un asesoramiento suficiente a las familias y entorno agroganadero, entre otras, los beneficios que la energía solar puede aportar a las explotaciones.⇒ El gravísimo problema es la baja densidad de población: el mercado local es muy reducido.	<ul style="list-style-type: none">⇒ Se encuentra en estudio la creación de una planta de biomasa.⇒ Incremento de la ganadería extensiva. Se está produciendo un aumento de la solicitud de arrendamiento de los campos.

5.2. LÍNEAS DE ACTUACIÓN ÁMBITO VALOR AÑADIDO

A partir de las aportaciones realizadas en tarjetas, que se fueron organizando y debatiendo, aparecen a continuación las líneas de actuación resultantes:

1 VALORIZACIÓN DE PRODUCTOS FORESTALES

Fomentar y valorar los productos forestales del territorio

- *Fomentar la artesanía en madera, así como la formación para que los carpinteros desarrollen el sector artesanal de la madera.*

2 ASESORAMIENTO PARA DIVERSIFICAR LA ECONOMÍA FAMILIAR AGRARIA

Informar y asesorar sobre los recursos que se pueden aprovechar y proyectos potenciales a poner en marcha para complementar y diversificar la economía familiar-tradicional

3 PROMOCIÓN, COMUNICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS/ACTIVIDADES

Crear herramientas de promoción y comunicación ligadas a una marca.

- *Promoción de una marca*
- *Creación de un gabinete de comunicación y promoción*

Apoyar la promoción y comercialización de productos a través de mercados locales

- *Mercados, mercadillos, tiendas, Ferias.*
- *Mercado local concertado de productos a domicilio: preparar lotes de productos de temporada y venderlos a domicilio.*
- *Preparar determinados productos de la zona para comercializarlos en Ferias.*

4 PROTECCIÓN DE LOS PRODUCTOS LOCALES

Analizar fórmulas de protección de productos, producidos y transformados localmente (miel, p.ej.)

- *Que desde los Ayuntamientos y oficinas agroambientales se favorezca a los productores locales, frente a los de otras provincias, que explotan nuestro territorio restándonos posibilidades de crecer*

5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Realización de estudios sobre los requerimientos de los consumidores:

- *Conocer los estándares de calidad de los consumidores*

6 FOMENTAR EL ASOCIACIONISMO

Fomentar el asociacionismo del sector agroalimentario

7 VALORIZACIÓN DE LA AGRICULTURA Y GANADERÍA EN BASE A LO ECOLÓGICO Y EXTENSIVO.

Intensificar la especialización en producción agraria ecológica y la ganadería extensiva, incorporando su transformación y comercialización.

- *Cría de ovejas con pienso natural*

8 AUMENTO DE AUTOESTIMA Y MEJORA DE LA IMAGEN SOCIAL DEL AGRICULTOR Y GANADERO

Valorar el trabajo y los productos del sector primario y mejorar su imagen social para garantizar la continuidad de esta actividad en el futuro

- *Acciones para revalorizar nuestro trabajo y nuestros productos, incidiendo en elevar la autoestima de la población del medio rural*

9 APROVECHAMIENTO Y VALORIZACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES

Catalogar y cuantificar los recursos naturales de la zona

Proponer fórmulas de aprovechamientos sostenibles de los recursos naturales de la zona

- *Creación de empresas mixtas para el aprovechamiento de recursos naturales*
- *Posibilidades de transformación de recursos naturales, vinculándolos a actividades lúdicas y turísticas, por ejemplo.*



5.3. APORTACIONES REALIZADAS QUE SE CORRESPONDEN MÁS CON CRITERIOS

- Apoyo desesperado al asentamiento de población. Todo lo que hacemos no tiene sentido sin este logro.
- Valor añadido: crecimiento de la población activa agraria.

ÁMBITO 3 - MICROEMPRESAS

5.4. DIAGNÓSTICO ÁMBITO MICROEMPRESAS

Aparece a continuación la percepción de las personas asistentes sobre la situación actual de las microempresas en las comarcas. Se trata de un balance rápido, en el que, a través de una lluvia de ideas, se planteaba a l@s participantes las debilidades y amenazas (lo que no funciona) y las fortalezas y oportunidades (lo que funciona).

 Lo que no funciona	 Lo que funciona
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ La parte administrativa va por detrás del apoyo político. ⇒ La legislación no parece que apoye las microempresas, especialmente en el campo agroalimentario. Se trata de legislación que se adecúa más a las condiciones de las grandes empresas. ⇒ Faltan empresas que recolecten los productos para que después se puedan transformar. ⇒ Inadecuados servicios de mantenimiento a la empresa. Los existentes son de pequeña dimensión y sin cualificación, obligando a acudir a servicios localizados fuera de la zona. ⇒ Dificultades para acceder a locales, cuando no son de propiedad. ⇒ El mercado todavía no está preparado para algunos productos que podríamos elaborar: El mercado es muy lento en entrar a productos nuevos, el consumidor/a es muy "marquista" ⇒ Hay que invertir mucho en marketing para (y de forma aislada es más difícil) ⇒ Nos estamos quedando sin productores. ⇒ Trabas para participar en determinadas ferias de forma individual. ⇒ Aplicación de la normativa (única a nivel UE) diferencial en otros países. ⇒ En determinadas zonas, a priori + desarrolladas, el territorio se mantiene gracias a la gente mayor y a empleos muy precarios. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Actitud política de apoyo a la creación de microempresas. ⇒ Hay centros comerciales donde se puede vender y empresas especializadas. ⇒ Si se parte de locales en propiedad la capacidad de crear empresas es mayor. ⇒ Hay productos muy buenos aunque luego no se compran. ⇒ Funciona la unión de empresas para promoción y comercialización.

5.5. LÍNEAS DE ACTUACIÓN ÁMBITO MICROEMPRESAS

A partir de las aportaciones realizadas en tarjetas, que se fueron organizando y debatiendo, aparecen a continuación las líneas de actuación resultantes:

1 APOYO A LA TRANSFORMACIÓN DE LOS PRODUCTOS

Apoyar la transformación de productos para aumentar su rentabilidad

- *Hacer conservas con los productos frescos, de esta manera se mantendrán durante más tiempo, favoreciendo su comercialización.*

2 SINERGIAS ENTRE LOS PRODUCTOS Y ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN EL TERRITORIO

Comercializar conjuntamente los productos locales y vincularlos con otras actividades como el turismo.

3 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN CONJUNTA

Apoyar la promoción y comercialización conjunta para difundir los productos y actividades tanto dentro del territorio como fuera.

- *Campañas de promoción*
- *Unión de los comercializadores (tiendas...)*
- *Creación imagen de marca*
- *Participación de manera grupal en ferias importantes*
- *Compartir uso de locales y maquinarias*
- *Reuniones entre empresarios del sector agroalimentario para compartir experiencias y poner en marcha proyectos conjuntos*

4 APOYO A LA COMERCIALIZACIÓN A TRAVÉS DE MARCAS DE CALIDAD QUE PUEDAN SER IDENTIFICADORAS DEL TERRITORIO

Proteger e incentivar la comercialización de los productos/actividades locales implicando a los propios productores en el proceso de comercialización y creando una marca de calidad o propia del territorio.

- *Marca de calidad*
- *Estudios de mercado sobre productos a producir o transformar.*

- *Identificar una zona con un producto concreto, como el pato en Francia.*
- *Denominaciones de origen: mayor protección por parte de la Administración de los productos de la zona frente a las importaciones a otras provincias o países.*

5 APOYO A LA CREACIÓN DE EMPRESAS QUE CIERREN EL CICLO PRODUCTIVO

Fomentar la creación y mantenimiento de empresas que puedan complementar las actividades de las ya existentes

6 DINAMIZACIÓN DEL MERCADO DE LOCALES COMERCIALES

Facilitar la disponibilidad y contratación de locales (privados y públicos) para poder llevar a cabo la actividad empresarial

- *Crear una bolsa de locales.*
- *Poder rehabilitar y alquilar locales públicos en pequeños pueblos que no se usan.*
- *También locales públicos, que pueden ser rehabilitados y destinarlos a alquiler cuando se está iniciando la actividad y posteriormente realizar la adquisición (tipo vivero).*

7 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE MARKETING

Asesorar y apoyar a los/as empresarios/as sobre técnicas y herramientas concretas de marketing.

- *Páginas web para distribución de productos*
- *Diferenciarse en la comercialización a través del uso de técnicas innovadoras de marketing*
- *Apoyo con técnicas de marketing para demostrar la trazabilidad de los productos, indicando en el etiquetado el proceso de producción.*

8 DIFUSIÓN DE LOS SERVICIOS DE APOYO A EMPRENDEDORES Y FOMENTO DEL ASESORAMIENTO ESPECIALIZADO

Establecer medios para difundir los servicios de asesoramiento a emprendedores/as

- *Creación de una página web de confluencia entre los productores de la zona, como Navarra emprendedores.*

Fomentar un asesoramiento técnico más especializado orientado hacia la actividad empresarial que se quiera realizar

- *Asesoramiento técnico especializado en determinados ámbitos, productos, técnicas...especialmente en aquellas actividades que sean novedosas.*

9 FORMACIÓN EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN
--

Organizar cursos de formación en marketing y comercialización

- *Entre otros, cursos de packaging.*

5.6. APORTACIONES QUE SE DERIVAN A OTROS DEPARTAMENTOS

Se plantearon varias cuestiones relacionadas con modificaciones y adaptaciones legislativas para facilitar la creación y mantenimiento de microempresas:

- Modificaciones legislativas adaptadas a la microempresa o ayuda institucional para el cumplimiento los requisitos legales.
- Aplicación legislativa diferenciada al sector agroalimentario
- Favorecer el uso común servicios/ instalaciones, acceso a suelo o locales o fincas (especialización urbanista).
- Adecuación legal.
- Apoyo de la DGA a la comercialización de nuestros productos
- Incentivos fiscales a los establecimientos que comercializan nuestros productos

i ADECUARA puede plantear “hacer presión” desde la Red Aragonesa de Desarrollo Rural para mejorar y adaptar la legislación a las microempresas agroalimentarias.

5.7. APORTACIONES REALIZADAS QUE SE CORRESPONDEN MÁS CON CRITERIOS

- Apoyar más a los emprendedores de los “pueblos más desarrollados”, como Valle de Tena, Valle del Aragón,...
- La administración debe reconocer la realidad de la poca población y tomar medidas correctoras con relación a las grandes ciudades.

6. RESULTADOS MESA SECTORIAL 3: TURISMO, COMERCIO Y ARTESANÍA



ASISTENTES MESA SECTORIAL 3.



Nombre y apellidos	Entidad
Dña. RAQUEL BETANZOS	ASOC. EMPRESARIOS ALTO GALLEGO
Dña. LOURDES ROYO	ASOC. MUJERES COSUM. ALTO GALLEGO
Dña. GLORIA GRASA	P.A.E.D.
Dña. ELENA SALINAS	UAGA - COAG
Dña. SARA SIESO	ACOMSEJA
D. NACHO ALCALDE	AYUNTAMIENTO DE SABIÑANIGO
Dña. LORENA SANCHEZ	ASOC. TURISTICA VALLE DE TENA
Dña. M ^a DOLORES RAMÓN	CENTRO DE INICIATIVA Y TURISMO
Dña. LORETO GABARRE	PARQUE CULTURAL SAN JUAN DE LA PEÑA
D. JAVIER GARRIDO	ASOC. PROF. ARAGONESA GUIAS MONTAÑA
Dña. MARIA BRUN	COMARCA DE LA JACETANIA
D. LUIS PAULES	ASOC. EMPRESARIOS DE LA JACETANIA
Dña. TERESA PUEYO	PIEDRAS TALLER ARTESANO
D. JESÚS ANDRES	PIEDRAS TALLER ARTESANO
D. SANTIAGO DOMINGUEZ	QUESERÍA DE VILLANÚA
Dña. ISABEL ARA	COMARCA DEL ALTO GALLEGO
Dña. CONCHA CANO	ASOCIACIÓN CUENTAME
D. PEDRO POLO	P.A.E.D.
D. ANTONIO MAZA	ASOC. EMPRESARIOS DE BIESCAS
D. FERNANDO LARROSA	ASOC. EMPRESARIOS DE BIESCAS
Dña. VIRGINIA PÉREZ	ASOC. VECINOS DE JAVIERREGAY
Dña. MARIA BORRUEL	ASOC. TURISTICA VALLE DE HECHO
Dña. GEMA FONDEVILLA	ASOC. TURISTICA VALLE DE HECHO

ÁMBITO 3 - MICROEMPRESAS

6.1. DIAGNÓSTICO ÁMBITO MICROEMPRESAS

Aparece a continuación la percepción de las personas asistentes sobre la situación actual de las microempresas en las comarcas. Se trata de un balance rápido, en el que, a través de una lluvia de ideas, se planteaba a l@s participantes las debilidades y amenazas (lo que no funciona) y las fortalezas y oportunidades (lo que funciona).

 Lo que no funciona	 Lo que funciona
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Criterios en los alojamientos de capacidad reducida (VTR) muy diferentes a los de otras CCAA actualmente. ⇒ El apoyo a las VTR no siempre ha servido para conservar el Patrimonio arquitectónico (se han hecho v. nuevas). ⇒ Insuficiente apoyo para la rehabilitación en condiciones. ⇒ Se ha hecho mucho esfuerzo en la infraestructura pero igual poco en el acompañamiento para la puesta en marcha (formación en atención, conocimiento entorno,...) ⇒ Oferta muy homogénea. Por ejemplo, faltan servicios complementarios. ⇒ Estacionalidad empresarial. ⇒ Desconocimiento de los servicios a los emprendedores. ⇒ Burocracia excesiva también en las ayudas: muchas horas en lo no productivo. ⇒ Dificultades para la gestión de las microempresas (se nos exige de todo, además de producir: gestión administrativa, expertos en marketing,...) ⇒ Inadecuada comunicación: se hace mucho y no llega (festivales, cursos de formación,...)... y se pierden oportunidades. ⇒ Muchos cursos (a veces demasiados) pero algunos poco fructíferos (los alumnos no acaban montando empresas relacionadas)... 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Funciona el asociacionismo. ⇒ Se ha dotado a pueblos pequeños de servicios (tiendas,...). ⇒ La creación de microempresas asienta población y da trabajo (mujeres). ⇒ Servicios a emprendedores. ⇒ Aumento de la demanda de turismo que busca establecimientos más pequeños y de calidad. ⇒ Se están haciendo muchas actividades pero no hay difusión. ⇒ Si se trabaja bien se tiene buenos resultados. ⇒ Existen muchos cursos de formación (cantería...).

 Lo que no funciona	 Lo que funciona
<p>⇒ Intrusismo y competencia desleal (profesiones, establecimientos) que se percibe especialmente en temporada baja.</p> <p>⇒ Insuficiente seguimiento y vigilancia del servicio que prestan los establecimientos (ocupación real,...)</p>	

6.2. LÍNEAS DE ACTUACIÓN ÁMBITO MICROEMPRESAS

A partir de las aportaciones realizadas en tarjetas, que se fueron organizando y debatiendo, aparecen a continuación las líneas de actuación resultantes:

1 GESTIÓN ADMINISTRATIVA E INFORMACIÓN A MICROEMPRESAS


Apoyar la simplificación de trámites administrativos y facilitar información clara y precisa para los emprendedores/as

- *Asesoramiento técnico que ayude a los propios empresarios a llevar los pagos, ya que las gestorías para pequeñas empresas generan un gasto elevado.*

2 CREACIÓN, AMPLIACIÓN Y MODERNIZACIÓN DE EMPRESAS

Apoyar las iniciativas de creación, ampliación y modernización de las empresas mediante un asesoramiento especializado y personalizado y asegurando el control posterior.

- *Apoyo a la inversión para creación de nuevos servicios*
- *Apoyo a la gerencia, con formación y/o asesoría especializada*
- *Asegurar el seguimiento y control de los resultados que se obtendrán con la creación o modificación de la empresa.*

 El Programa de Desarrollo recoge las iniciativas que sean de nuevas inversiones y creación de infraestructuras.

3 COORDINACIÓN DE LAS ACCIONES FORMATIVAS A MICROEMPRESAS

Establecer una mínima formación empresarial y coordinar la oferta de cursos de formación existentes para su adecuada difusión.

- *Creación de una oficina única para la formación que coordinara y difundiera la oferta de cursos de formación existente.*
- *Formación dirigida a empresarios de turismo rural, orientado a la diferenciación por un servicio de calidad*

4 FOMENTO DE LA CALIDAD EN INFRAESTRUCTURAS Y SERVICIOS

Potenciar la calidad en las infraestructuras y servicios de las microempresas y la especialización de profesionales en los diferentes sectores

- *En relación al turismo rural, además de hacer un establecimiento competente, saber realizar una buena venta del mismo mediante un trato y un servicio especial que diferencie a ese establecimiento de otros.*

5 FORTALECIMIENTO DE LA RED DE EMPRESARIOS/AS

Fortalecer la unión y asociacionismo de empresas mediante el establecimiento de herramientas comunes de apoyo y un espacio común en el que se puedan intercambiar ideas, experiencias...

- *Instrumentos de apoyo para intercambiar ideas, información, conocimientos,... (webs, redes, intranet,...).*
- *Creación de un Foro dinámico entre empresas para intercambiar ideas, cursos, etc.*

6 CREACIÓN DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Fomentar el establecimiento de servicios complementarios para el desarrollo de la actividad económica

- *En relación al turismo, aparte del alojamiento desde haber otros servicios continuados que atraiga a los turistas.*

7	RENTABILIDAD ECONÓMICA Y CONTINUIDAD DE LAS MICROEMPRESAS
----------	--

Mecanismos de apoyo a las microempresas que desarrollen actividades tradicionales o artesanales, orientados a la mejora de la rentabilidad económica

- *Que los artesanos/as no se vean obligados a buscar un segundo empleo para subsistir.*
- *Formación, estudios de viabilidad...*



6.3. APORTACIONES REALIZADAS QUE SE CORRESPONDEN MÁS CON CRITERIOS

- Ayudas para poder rehabilitar las casas antiguas y dar una utilidad al patrimonio y que no desaparezcan.
- Ayudas a empresas innovadoras

ÁMBITO 4 – FOMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.4. DIAGNÓSTICO ÁMBITO FOMENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Aparece a continuación la percepción de las personas asistentes sobre la situación actual de la actividad turística en las comarcas. Se trata de un balance rápido, en el que, a través de una lluvia de ideas, se planteaba a l@s participantes las debilidades y amenazas (lo que no funciona) y las fortalezas y oportunidades (lo que funciona).

 Lo que no funciona	 Lo que funciona
<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Estacionalidad de la actividad ⇒ Poca diversificación de la actividad. ⇒ Oferta excesivamente atomizada y muy polarizada en núcleos concretos. Hay zonas a potenciar... el turismo brilla por su ausencia. ⇒ Escasa profesionalización: atención al público, desconocimiento del sector,... ⇒ Falta coordinación (que lleva a veces a derroche en la difusión,... ⇒ Insuficiente AUTOCRÍTICA y reflexión para mejorar (parece que todo va bien). ⇒ Confusión entre lo que es TURISMO y la 2ª residencia. Habría que SEGMENTAR LA OFERTA. ⇒ Falta de adaptación a los cambios sociales del sector. ⇒ Se percibe que la señalización es algo caótica, a pesar de la uniformidad que ya existe. 	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ La unión entre microempresas para gestionar determinados aspectos. ⇒ Iniciativa privada funciona (hostelería,...). ⇒ Tenemos un medio natural privilegiado para turismo. ⇒ Tradición y experiencia histórica en turismo. ⇒ Se ha producido un aumento de señalización e información turística. ⇒ Los cursos de la Cámara de Comercio de Huesca. ⇒ Los Festivales que se están organizando.

6.5. LÍNEAS DE ACTUACIÓN ÁMBITO FOMENTO ACTIVIDADES TURÍSTICAS

A partir de las aportaciones realizadas en tarjetas, que se fueron organizando y debatiendo, aparecen a continuación las líneas de actuación resultantes:

1 FOMENTO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS MÁS ALLÁ DE NUESTRAS FRONTERAS

Promocionar los recursos turísticos a nivel nacional e internacional

- *Publicitar los recursos turísticos hacia Francia. En este sentido, se habla de recuperar un turismo que existía y que ha disminuido, haciendo especial hincapié en la señalización dirigida a este público objetivo.*

2 EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURAS VINCULADOS A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Apoyar el mantenimiento de infraestructuras relacionadas con la actividad turística

- *En la señalización de los caminos habría que exigir a las empresas en los contratos un posterior mantenimiento y seguimiento de las señalizaciones durante al menos 5-6 años para que no se deteriore.*

Dotar de equipamientos para facilitar que las empresas turísticas y de ocio puedan desarrollar su actividad

- *Señalización, escalada, etcétera*
- *Unificar los criterios de señalización de senderos (ya hay un reglamento)*

3 PROMOCIÓN TURÍSTICA Y COMERCIAL CONJUNTA

Potenciar las iniciativas comunes de promoción y publicidad de la actividad comercial y turística a nivel global

- *Asociación de pequeños comercios para ofrecer mejor calidad-precio, acciones de venta...*
- *Creación de cooperativas para publicidad y promoción y abaratar y costes*
- *Impulso del asociacionismo y fortalecimiento de asociaciones existentes que desarrollen la actividad turística.*

Unificar toda la oferta turística relacionando todos los elementos vinculados al sector

- *Unificar, en la promoción turísticas, productos y servicios relacionados (gastronomía, cultura,...).*
- *Trabajar el turismo como patrimonio y relacionar aspectos como cultural (gastronomía), inmuebles (rehabilitación) y naturaleza con la oferta de alojamiento.*
- *Ofertar paquetes de actividades turísticas para que llegue a los pueblos más desfavorecidos evitando así la polarización de la actividad.*

4 COORDINACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Fomentar iniciativas que coordinen la promoción y comunicación turística entre las asociaciones, empresas y entidades que gestionan el sector turístico

- *Folleto informativos comunes por temas: conciertos, acontecimientos, deporte servicios,...*
- *Canalizar las iniciativas de coordinación a través de asociaciones existentes.*
- *Crear un Patronato de Turismo que recoja las iniciativas públicas y privadas.*

i Desde ADECUARA se aclara que mediante el Programa de Desarrollo se podría apoyar las iniciativas de coordinación de las actividades públicas y privadas.

5 FORMACIÓN DIRIGIDA AL SECTOR TURÍSTICO

Apoyar la formación especializada orientada hacia la calidad del sector turístico, tanto a empresarios como empleados, para su adaptación y renovación al mercado

- *Ayuda en la formación de personal para épocas estacionales.*
- *Ofrecer formación adecuada y especializada a cada sector*
- *Formación en aspectos relacionados con la calidad del servicio (idiomas, atención al público)*
- *Formación para renovarse y conocer la evolución del mercado.*

6	INICIATIVAS ORIENTADAS A OBJETIVOS DE CALIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO
----------	---

Impulsar la modernización y la calidad en los establecimientos y servicios turísticos tanto públicos como privados

- *Certificados de calidad (Q de calidad)*
- *Tener en cuenta otros lugares y experiencias para estar en la vanguardia del sector.*

7	DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE ACTUACIÓN COMÚN
----------	--

De forma transversal a todas las propuestas se plantea diseñar una estrategia de actuación común entre las comarcas de la Jacetania y Alto Gállego que abarque todo este territorio y donde puedan converger entidades, instituciones, empresas... del sector turístico.

- *Como ejemplo se plantea la creación de un órgano (Plataforma) que agrupe a las dos comarcas y que tenga apoyo técnico.*

6.6. APORTACIONES REALIZADAS QUE SE CORRESPONDEN MÁS CON CRITERIOS

- Fomento de actividades culturales y ocio en épocas baja estacionalidad.
- El apoyo debería ser a los elementos estructurales de la microempresa (Ej. No subvencionar neoprenos a una empresa de actividades).
- Que haya subvenciones en forma de puntos de interés, mejor que a fondo perdido
- Que se controle realmente la finalidad de la subvención
- Que la concesión de ayudas limite, de alguna manera, la creación de nuevos establecimientos del mismo sector en una misma población

Hecho, a 27 de Julio de 2007