

PROYECTO *de* DESARROLLO



El sabor de una tierra legendaria



1. Introducción.
2. Propósito.
3. Objetivos.
4. Estructura de control.
6. Fases del proyecto.



Redactor:
FAUSTINO PERALTA CARRASCO



ALCALÁ DEL VALLE



ALGÁMITAS



ALGATOCÍN



ALGODONALES



ALMARGEN



ALUZAINA



ALPANDEIRE



ARRIATE



ATAJATE



BENADALID



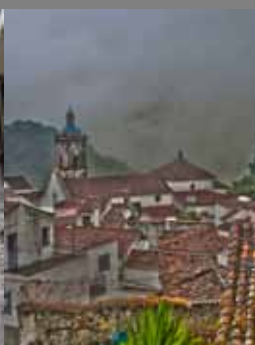
BENALAURÍA



BENAOCAZ



BENAOJÁN



BENARRABÁ



CAÑETE LA REAL



CARTAJIMA



CASARABONELA



CORTES DE LA FRA. CUEVAS DEL BECERRO



EL BOSQUE



EL GASTOR



EL SAUCEJO



FARAJÁN



GAUCÍN



GENALGUACIL



GRAZALEMA



GUARO



IGUALEJA



ISTÁN



JIMENA DE LA FRA.



JIMERA DE LÍBAR



JUBRIQUE



JÚZCAR



MONDA



MONTEJAQUE



MONTELLANO



OJÉN



OLVERA



PARAUTA



PRADO DEL REY



PRUNA



PUJERRA



SETENIL



TEBA



TOLOX



TORREALHÁQUIME



UBRIQUE



VILLALUENGA



YUNQUERA



ZAHARA DELA SIERRA

MESETA Y TAJO DE RONDA

VALLE DEL GENAL

SIERRA DE CÁDIZ

VALLE DEL GUADIARO

SIERRA DE LAS NIEVES

VALLE DEL GUADALTEBA

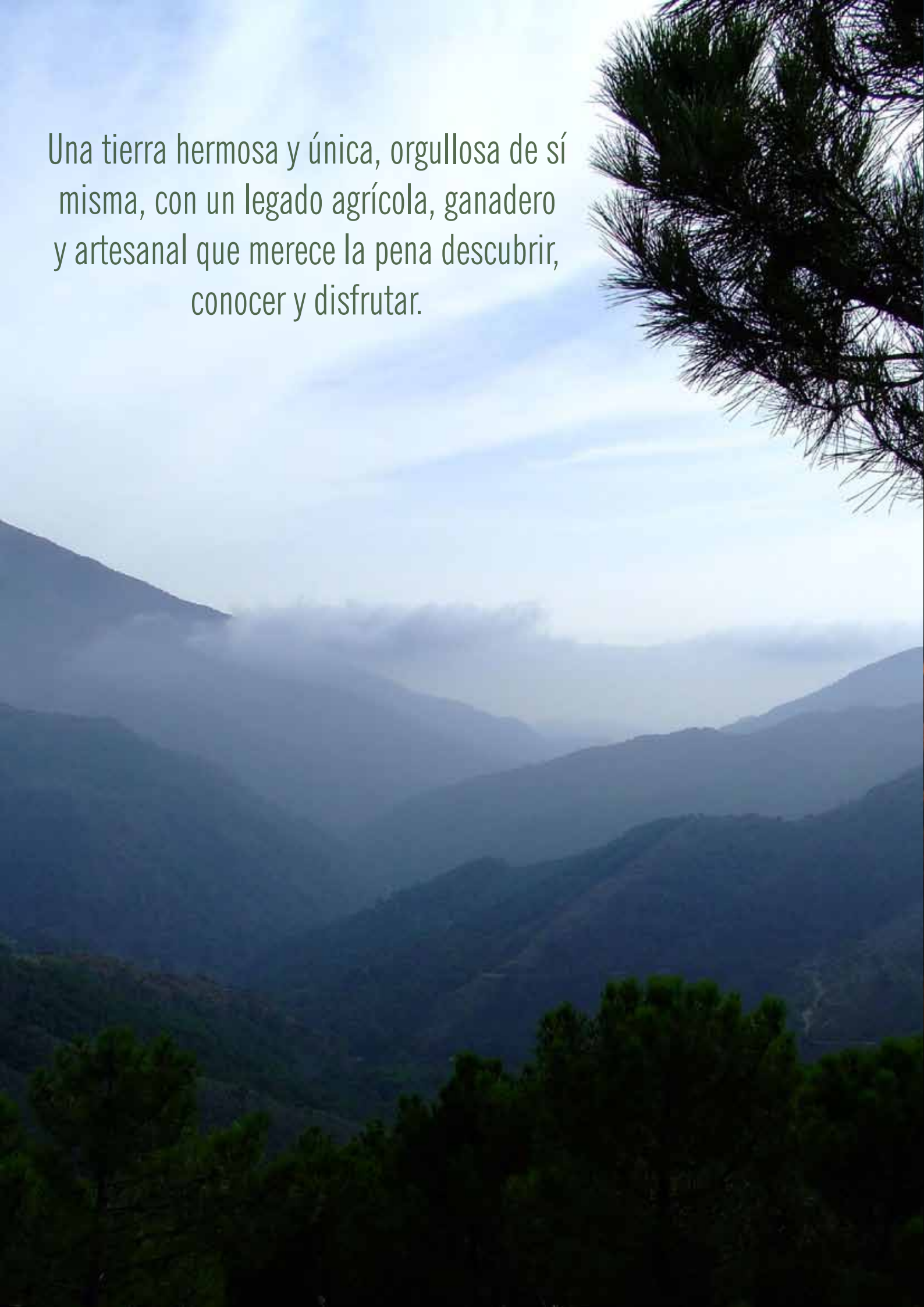
SIERRA DE SEVILLA



Descubre el sabor y el saber de un lugar de leyenda, lleno de posibilidades, donde se producen y elaboran una extensa gama de productos tradicionales y del terreno de la máxima calidad.



Una tierra hermosa y única, orgullosa de sí misma, con un legado agrícola, ganadero y artesanal que merece la pena descubrir, conocer y disfrutar.



Un territorio singular, histórico, romántico, atractivo,
que ofrece todo un mundo de sabores y sensaciones
casi olvidadas y que siguen aún vivas.



Una Serranía, un paraíso, donde su más grande patrimonio es su naturaleza y la calidad de lo que ella produce desde siempre.





El sabor de una tierra legendaria



1. Introducción

Muchos y muy variados son los productos agroalimentarios y artesanales de la Serranía de Ronda y su Comarca Natural, desde sus afamados embutidos, vinos, aceites, corcho, castaña, talla rondeña, curtidos, hasta una gran variedad de frutas de temporada y productos elaborados y ecológicos. A través de este proyecto, podremos descubrir todas las potencialidades que nuestro territorio posee para su producción, elaboración y comercialización, el cual nos revelará que estamos ante una zona rica y de gran productividad, que únicamente necesita dar ese salto cualitativo que le permita el desarrollo y comercialización de lo que produce, con un amplia gama de productos y una calidad tradicional que nos avala, y transgreda los límites provinciales que no corresponden geográficamente con la extensión en su totalidad de nuestra Serranía, como ya ocurre con otras zonas interprovinciales (Ribera del Duero, Rueda, La Rioja, etc...).

La Comarca Natural de la Serranía de Ronda no coincide con límites provinciales que se llevaron a cabo en 1833 por el entonces ministro Javier Burgos y que, todavía hoy, siguen vigentes. La Serranía de Ronda abarca territorios pertenecientes a las provincias de Málaga, Cádiz y Sevilla, aunque sus límites pueden variar según el criterio que se elija, y su unidad no viene dada exclusivamente por razones geográficas, sino también por la interrelación entre sus pueblos, fundamentada principalmente en factores históricos, culturales y de intercambio. Todos estos aspectos, y nuestros comunes anhelos, conforman una base sólida que nos identifica como un territorio singular con unas características propias, y así ha sido percibido desde siempre, tanto por sus pobladores como por cuantos nos visitan. Además la Serranía de Ronda siempre ha sido un lugar de confluencia humana, región fronteriza o de encrucijada, entre la Andalucía mediterránea y el bajo Guadalquivir, camino más corto hacia el interior desde el Estrecho de Gibraltar y abierta hacia el flujo atlántico del suroeste.

Actualmente este territorio carece de actuaciones comunes que potencien el desarrollo global del mismo en toda su extensión y fortalezca así su identidad, superando las actuales divisiones subcomarcales, ya que compartimos un mismo espacio natural, una misma historia y unos mismos intereses. Se hace necesario y fundamental entender el concepto de Serranía como unidad, y realizar acciones integrales que abarquen toda la Comarca Natural e impidan la destrucción del equilibrio interno y externo al que nos encontramos ligados, y asimismo dé respuestas a sus problemas en función de su total integridad territorial.

“Made in Ronda” nace con esa vocación, y pretende poner en valor todo aquello que de calidad nuestra Serranía produce y puede elaborar. Ronda es la ciudad que ejerce la capitalidad de este amplio territorio y, como cabecera de la misma, debe entenderse como un núcleo o centro impulsor e irradiador y no al contrario. Se trata de la tercera ciudad más

visitada de Andalucía, donde, hoy por hoy, el Turismo se ha convertido en su mayor fuente de riqueza, sobre el que observamos una dependencia extrema, dejando de lado su tradicional tejido comercial y fabril, que siempre le ha caracterizado. Pues, aprovechando esta fuerte dependencia del sector turístico, debemos revitalizar otros que poseemos y que andan un tanto adormecidos, como conocedores que somos de las enormes potencialidades que este territorio posee, por su diversidad y riqueza agropecuaria y artesanal.

Pero el atractivo no sólo lo posee Ronda, sino también, desde siempre y cada vez más, la Serranía que la circunda y sus pueblos, que representan su más importante y rico patrimonio. La Comarca Natural de la Serranía de Ronda tiene una extensión de casi dos mil km², sin duda alguna un amplio territorio que clama a voces su desarrollo productivo.

2. Propósito

La idea es crear una entidad para la comercialización y distribución de los productos de calidad, artesanos, agroalimentarios y ecológicos de la Comarca Natural de Ronda.

Sabemos de la existencia de gran cantidad de productores de bienes de consumo de altísima calidad que tienen serias dificultades para su distribución y poner su producto en el mercado. Por lo que creemos necesario crear una marca paraguas o distintivo que acoja a todos esos productos, que cumpliendo unos requisitos de calidad y procedencia, sean certificados y puedan llevar la etiqueta o distintivo de la misma, para que así puedan ser ofrecidos al mercado de una manera conjunta englobándolos a todos y creando un canal de mercadeo con una imagen conjunta, fácilmente identificable y que sea garantía de calidad y de origen.

A tal efecto hemos creado, en primer lugar, una base de datos de productores de este tipo de bienes instalados en nuestra Comarca y que utilicen como materia prima productos agropecuarios o artesanales de nuestro territorio. Hemos elaborado unos requisitos de calidad y de origen que permita certificarlos y clasificarlos dentro de la gama que podemos comercializar. Hemos creado esa imagen corporativa o etiqueta que los identifique y debemos crear un canal de promoción, distribución y comercialización que nos permitirá estar en el mercado tanto nacional como internacional con el marchamo de Ronda y su Serranía, como marca de prestigio y excelente productora de bienes ecológicos, artesanos, agroalimentarios y pecuarios de gran calidad.

3. Objetivos

1. Crear conciencia de identidad a un territorio común, superando los límites provinciales que no corresponden con nuestra historia y anhelos.
2. Conocer por parte la población serrana las potencialidades que Ronda y su Serranía poseen en el sector productivo de alimentos y artesanía.
3. Incentivar la elaboración y manipulación de nuestros productos agropecuarios y artesanales, y la falta de desarrollo de la manufactura de los mismos.
4. Celebrar una Feria periódica de productos autóctonos de la Comarca Natural de Ronda, que a su vez pueda tener un carácter itinerante y estable.
5. Potenciar el consumo de nuestros productos autóctonos.
6. Crear canales de promoción, distribución, nacionales e internacionales, para la comercialización de los productos de la Serranía de Ronda y su Comarca Natural.
7. Dar un salto cualitativo y cuantitativo en cuanto a la promoción de estos productos, ampliándose a todo el territorio geográfico e histórico que comprende la Serranía de Ronda, sin quedar constreñido a la división administrativa provincial que actualmente sufre nuestra Comarca Natural.
8. Establecer una marca o distintivo de prestigio, arropada para la palabra "RONDA", como símbolo de calidad, variedad y riqueza productiva.
9. Establecer compromisos de calidad en la productividad y comercialización conjugándolos con el desarrollo sostenible de nuestro territorio y la creación estable de puestos de trabajo.
10. Aglutinar, para así competir mejor, las empresas agroalimentarias y artesanales de la Comarca Natural de Ronda.



4. Estructura de Control

El control de la Indicación Geográfica “Made in Serranía de Ronda” corresponde a esta Entidad que creará su propio mecanismo regulador del distintivo y los criterios de elección como órgano profesional.

ÁMBITO DE COMPETENCIA:

a) EN LO TERRITORIAL, por las respectivas zonas de producción y elaboración, comprendidas dentro de la Comarca Natural de la Serranía de Ronda.

- **Meseta y Tajo de Ronda:** Ronda y Arriate.

- **Valle del Genal:** Atajate, Benadalid, Benalauría, Algotocín, Jubrique, Genalguacil, Benarrabá, Gaucín, Alpandeire, Faraján, Júzcar, Pujerra, Igualeja, Parauta, Cartajima.

• **Valle del Guadiaro:** Montequaje, Benaolán, Jimera de Líbar, Cortes de la Frontera.

• **Valle del Guadalteba:** Cuevas del Becerro, Cañete la Real, Almargen, Teba.

• **Sierra de Cádiz:** Setenil de las Bodegas, Alcalá del Valle, Olvera, Algodonales, Zahara de la Sierra, El Gastor, Torrealháquime, Grazalema, Ubrique, Benaocaz, Villaluenga del Rosario.

• **Sierra de las Nieves:** El Burgo, Yunquera, Tolox, Alozaina, Casarabonela, Istan, Monda, Guaro, Ojén.

• **Sierra de Sevilla:** El Saucejo, Pruna, Algámitas, Coripe, Montellano.

b) EN RAZÓN DE LOS PRODUCTOS, recogidos en la Indicación Geográfica indicada en cualquiera de sus fases de producción, elaboración, circulación y comercialización.

Funciones:

- Elaborar y controlar los diferentes Registros.
- Orientar, vigilar y controlar la producción, acondicionamiento de los productos.
- Calificar el producto.
- Promocionar y defender la Indicación Geográfica “Made in Serranía de Ronda”.



5. Registros de Productos

PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS

Aceites de la Serranía
Aceitunas-Encurtidos
Agropecuaria-cereales
Ahumados y salazones
Aves del campo-Productos Agrarios
Carne Ternera-Bovino-Avestruz
Carnes Caprino-Ovino
Carnes Porcino y fiambres
Carnes y chacinas de caza
Castañas y nueces
Chacinas y Embutidos
Confitería-Repostería
Delicatessen
Destilerías-Licores
Frutas y Hortalizas
Frutos Secos
Hierbas Aromáticas
Jugos-Conservas
Legumbres, ajos y otros
Miel de Abejas
Piscifactorías
Productos ecológicos
Productos Lácteos
Quesos Artesanales Ecológicos
Vinos de la Serranía de Ronda



PRODUCTOS ARTESANALES

Albardonería, guarnicionería
Artesanía del cuero
Artesanía local
Artesanía Textil, Jarapas, mantas
Artículos de caza artesanal
Artículos madera, corcho, cestería, esparto, etc
Cerámica, Alfarería
Decoración (azulejos, murales, vidrieras...)
Diseño y Moda
Estuches y Barnizados
Flores Secas, Arte Floral
Forja rondeña
Jabones, esencias
Joyería, vajillas, cristales
Libros-Grabados
Manualidades variadas
Muebles y talla en madera
Parasoles y brezo
Piel y Curtidos
Punto de cruz, bolillos
Restauración, macramé, pintura
Ropa de Piel
Sillas, enea y muebles



6. Fases del Proyecto

A) FERIA DE MUESTRAS “MADE IN SERRANÍA”

Celebrada el pasado mes de noviembre 2013 la I Feria de Muestra “Made in Ronda”, el balance que hacemos de la misma es positivo, ya que la participación de productores fue más que aceptable y la asistencia de público la podemos considerar satisfactoria, aun teniendo en cuenta el frío imperante durante todo ese fin de semana y el reconocimiento que hacemos de que tal vez el lugar de celebración no fuese del todo el más acertado, puesto que aunque se contaba con una buena infraestructura en las instalaciones, la distancia del núcleo poblacional rondeño y el mal tiempo influyó, creemos, en la asistencia de un mayor número de personas.

La organización de dicha Feria nos permitió conseguir lo siguiente:

- Realizar una base de datos de productores y comercializadores de nuestros productos.
- Llevar a cabo un laborioso trabajo de investigación sobre lo que se produce en la Comarca Natural de la Serranía de Ronda.
- Una primera toma de contacto y conocimiento de nuestros productores.
- Realizar una amplia campaña de promoción de la marca paraguas y de nuestros productos, a través de diferentes canales de comunicación.
- Valorar lo realizado y evaluarlo para poder continuar con el proyecto.

B) BASE DE DATOS DE PRODUCTORES

Tras la celebración de la Feria de Muestras contamos con un importante listado de productores de la Comarca Natural de Ronda, una de las acciones fundamentales para seguir con el proyecto, así como las fichas genéricas de lo que producen. Esto nos sitúa, por consiguiente, en las condiciones óptimas para de nuevo contactar con ellos y poder comunicarles la continuidad de las siguientes fases del proyecto.



c) CANAL DE DISTRIBUCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

-A tal efecto debemos continuar con la potenciación de nuestros productos autóctonos, diseñando la planificación necesaria para la proyección de los mismos.

-Crear canales de promoción, distribución, nacionales e internacionales, para la comercialización de los mismos, arropada bajo nuestro distintivo “Made in Serranía de Ronda”, como símbolo de origen, calidad, variedad y riqueza productiva, aglutinando, para así competir mejor, a todas las empresas, que así lo deseen, agroalimentarias y artesanales de nuestra Comarca Natural.

d) PLATAFORMA WEB

Hoy por hoy, las ventas por internet en España representan el 18% del total de ventas, y este comercio electrónico, cada vez más, va en aumento. Más de once millones de españoles compran asiduamente en internet, en Inglaterra son ya cincuenta millones, y el 67% de las compras en la calle han sido previamente buscadas en internet. Pero sólo el 8% de las empresas españolas vende por internet y el 46% de las compras realizadas por los españoles han sido a tiendas online de otros países. Hay todavía 27 millones de españoles que aún no compran por internet pero se informan online, el siguiente paso es la compra online. Por consiguiente, somos absolutamente conscientes que las empresas pueden perder hasta un 67% de la facturación si no están bien posicionadas en internet, porque ya se compra todo tipo de artículos a través de la red. Y con respecto a la alimentación, ésta supone el 16% de los productos más vendidos, siendo los más demandados los alojamientos y vacaciones con más del 50%, seguido por la venta de espectáculos. Pero el valor de una gran plataforma



online, en varios idiomas y bien alojada en los países que más nos visitan, no reside sólo en la venta sino en la promoción y proyección que se hace del territorio en general y lo que ella produce.

Para ello entendemos que el siguiente paso a dar es convocar a todos aquellos empresarios y productores que quieran participar en nuestro proyecto para que se adhieran al mismo y comenzar con la realización de una gran plataforma online que nos permita, en primer lugar, iniciar la comercialización de los mismos, vía web, para posteriormente continuar abriendo otras vías, como la promoción, distribución y venta directa, la exportación y tiendas especializadas.

Montar una plataforma online no es fácil, las empresas productoras y tiendas tradicionales son expertas en vender su producto en el mercado tradicional. Internet es algo diferente y requiere de técnicas y recursos diferentes, aplicados por profesionales que la empresa no tiene, y para que una tienda online funcione de verdad no se requiere de un profesional, se requiere de un equipo, opción que es inasumible por una empresa pequeña o mediana. Para ello se necesita de nuevas y diferentes estrategias y de un equipo de profesionales específicos (técnicos en mercadotecnia digital, programadores de sistemas y servidores de Internet, tecnología “LAMP”, programadores montadores de webs, técnicos de SEO, SEM, SMO; WPO, expertos de marketing y ventas) para tener éxito, desde la planificación, montaje, promoción, gestión de pedidos y mantenimiento web. Con la finalidad clara de que el productor ponga el producto y nosotros le encontremos los clientes.

Todo esto conlleva un **proceso que contiene los siguientes aspectos:**

- Entorno y estudio de viabilidad.
- Informe de posicionamiento y dominio.
- Base de datos de productores y fichas de los productos.



- Programación del sistema de gestión e-commerce.
- Montaje web y diseño.
- Estructura de menús y links.
- Optimización de buscadores.
- Elaboración de textos, datos, fichas y precios.
- Puesta en marcha del sistema global.
- Gestión plataformas de pago y de transportistas.
- Promoción de la marca paraguas y sus productos.
- Atención a clientes, e-mails, consultas...
- Reputación online, redes sociales.
- Analítica de comportamientos usuarios/clientes.
- Mantenimiento de la web.

EL COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico puede realizarse en dos direcciones diferentes: el B2B (entre empresas) y B2C (de la empresa al consumidor). En términos generales, ha supuesto también una ampliación de la oferta, ofreciendo al comprador la posibilidad de comprar en mercados lejanos lo que no puede encontrar en su lugar de residencia. A su vez, ha supuesto la eliminación de los intermediarios con la consiguiente reducción del precio de venta.

Del mismo modo, internet ha cambiado las reglas de distribución y las reglas de mercado. Ya las empresas y negocios no se focalizan en unos pocos productos. La gama de productos, como es nuestro caso, que podemos ofrecer, distribuir y vender por la red es infinito, todos acogidos bajo la denominación de "Made in Serranía de Ronda" como distintivo que engloba a un amplio número de productores de esta zona geográfica.



E) PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

Debemos elaborar un Plan al respecto, que defina los objetivos, la estrategia y los programas de actuación. Los componentes de este programa lo constituye fundamentalmente el **PLAN DE MARKETING**

que tiene como objeto definir las medidas necesarias para promocionar y apoyar la comercialización de nuestros productos satisfactoriamente. Y, por otro lado, optimizar el proceso de conexión entre la oferta y la demanda, facilitando al máximo la accesibilidad del público objetivo a la oferta. Este Plan nos permitirá pues:

- Identificar los públicos objetivos.
- Identificar los canales comerciales más adecuados para llegar a nuestros clientes.
- Identificar potenciales socios comerciales para la distribución de nuestros productos entre los clientes objetivo, así como definir las normas de cooperación y gestión para asegurar el nivel de calidad.
- Incluir acciones y estrategias de promoción y apoyo a la comercialización.
- Identificar los canales comerciales y priorizarlos.
- Elaborar un adecuado material de promoción e información.
- Establecer un servicio post-venta, que nos servirá de extraordinaria información sobre las necesidades y la mejora continua de los procesos y de la relación con los clientes objetivos.
- Fidelizar el flujo de clientes, a través de la búsqueda de su satisfacción.
- Desarrollar un producto diferenciado y personalizado sobre la base de actividades de comunicación con determinados mercados/segmentos prioritarios.
- Incrementar las ventas y la rentabilidad mediante acciones y ofertas promocionales.



Made in
Serranía de
Ronda



Made in. Serranía de Ronda

Factoría RO Cultural
n DA

www.madeinronda.com
madeinronda@gmail.com
facebook: madeinronda

Teléfonos:

952 87 10 46

952 16 15 17

