

ANEXO IX

MEMORIA FINAL PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS DE GRUPOS OPERATIVOS Y ACCIONES DE EQUIPOS DE INNOVACIÓN OPERATIVOS Y ACCIONES DE EQUIPOS DE INNOVACIÓN



idealimentación



Gobierno
de La Rioja



1. VALORACIÓN DEL DESARROLLO DEL PROYECTO O ACCIÓN:

IDEAlimentación es un proyecto piloto innovador, que permite generar nuevas oportunidades y un aumento del valor añadido de los productos agro-ganaderos locales ecológicos y/o de calidad diferenciada de La Rioja, a través de su transformación y comercialización en canales alternativos, así como una apuesta por una alimentación saludable y un consumo comprometido, con las reducciones de emisiones de carbono.

Obtener prototipados de platos preparados de V Gama, con materias primas locales y ecológicas y/o de calidad diferenciada, manteniendo los valores nutritivos y organolépticos, que puedan ser distribuidos en canales cortos de comercialización, es la finalidad del proyecto. Las formulaciones serán validadas por paneles de cata y por estudios de vida útil fisicoquímico, microbiológico, y sensorial, de forma que se podrá determinar la vida útil de los productos desarrollados y garantizar su seguridad alimentaria.

A lo largo del proyecto, se han obtenido unos resultados mejores de los planteados en un inicio. Así, se han desarrollado un total de 10 prototipos en base a materias primas de calidad diferenciada de La Rioja, frente a las 6 planteadas en un inicio. Estos prototipos han sido: Tortilla de patatas ecológica, Crema de coliflor de Calahorra, Peras del Rincón al vino de Rioja, Mermelada de pimiento Riojano, Snack de pimientos Riojanos, Albóndigas de Ternoja rellenas de queso de Cameros con fritada de verduras ecológicas, Hummus de alubias de Anguiano, Hummus de alubias de Anguiano con pimiento Riojano, Untable de nuez de Pedroso y Untable de nuez de Pedroso al cacao; Además, se han validado un total de 14 materias primas de calidad diferenciada de la Rioja, entre materias primas pertenecientes a D.O., I.G.P, ecológicas o a marcas de calidad, respecto a los 10 planteados en un inicio.

Una vez finalizada la etapa de prototipado, se han escalado 3 de estos prototipos, a saber: Hummus de alubia de Anguiano, Albóndigas de Ternoja y Peras al vino. En esta etapa se han validado los parámetros de fabricación para obtener un producto de máxima calidad, partiendo de la base inicial de emplear técnicas de pasteurizado para no perder calidad en el producto final. Por último, con esta validación industrial se ha validado la vida útil de los productos, la cual se ha establecido en 75 días, y se ha analizado la composición nutricional de los 3 productos, información obligatoria para la comercialización ya que es obligatoria para el etiquetado, y con la cual se ha calculado el Nutriscore, en el que se ha obtenido la 2ª mejor puntuación posible en los 3 productos (Nutriscore B), lo cual deja patente que el planteamiento inicial de desarrollo de productos saludables se ha conseguido.

Todos los resultados del proyecto han sido los esperados a pesar de que los canales de divulgación del proyecto han tenido que reformularse debido a la situación sanitaria.

Una vez desarrollados todos estos productos, queda patente la gran oportunidad que presentan estos productos de calidad diferenciada presentes en el territorio riojano para el desarrollo de productos innovadores y saludables de 5ª gama. Sin embargo, es necesario que empresas de alimentación o las propias marcas de calidad entiendan este potencial para desarrollar alimentos en base a sus materias primas. Por tanto, en primer lugar, se ha de hacer una correcta comunicación de los resultados obtenidos, incidiendo en especial, en todas estas empresas y marcas de calidad como potenciales interesados. A partir de ese punto, es decisión de las propias empresas en base a sus perspectivas y necesidades seguir adelante con este planteamiento, en el que, en caso de estar interesadas, se les podrá dar asistencia técnica en el desarrollo de sus productos.

2. DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA DESARROLLADA:

La metodología empleada en el proyecto ha sido la misma que la planteada al inicio, habiendo como única diferencia el cambio de las acciones de difusión de forma presencial por acciones en formato virtual debido a la pandemia.

En el caso de los desarrollos, en un primer momento se realizó un listado con todas las materias primas de calidad diferenciada producidas y/o cultivadas en territorio riojano. Al mismo tiempo, se identificaron las principales tendencias que siguen los nuevos desarrollos innovadores, tanto en el mercado de la alimentación en general como en el de productos de 5ª gama en específico. Una vez tuvimos estas dos informaciones, se pasó a un proceso de ideación de prototipos en la cual se definieron los prototipos a desarrollar en función del estudio de tendencias y de cómo se complementaban unas con otras, tanto en el aspecto organoléptico como en el aspecto nutricional. Una vez definidos los prototipos, se pasó a su desarrollo a escala laboratorio, optimizando sus formulaciones. Por último, una vez desarrollados los prototipos, se seleccionaron 3 de ellos para realizar el escalado industrial. Esta selección se realizó por motivos de facilidad de producción, facilidad de aceptación por el consumidor y por su incorporación a un menú completo saludable. En este escalado, se definieron todos los parámetros para la fabricación industrial de los prototipos seleccionados.

3. CRONOGRAMA DE LA ACTUACIÓN:

Respecto a la parte técnica, se ha mantenido el cronograma planteado en la memoria inicial. En esta, se establecieron 4 etapas para el desarrollo de los productos. La primera, con una duración de 3 meses (mes 1 a mes 3) dentro del Hito 1, correspondió a la búsqueda y estudio de las materias primas disponibles y a la ideación de los prototipos. La segunda etapa, que duró 12 meses (mes 1 a mes 12) dentro de los hitos 1 y 2, corresponde al desarrollo de los prototipos a escala laboratorio y su optimización. La tercera etapa, con una duración de 12 meses (mes 10 a mes 21) en los hitos 2 y 3, corresponde al escalado de los 3 prototipos seleccionados, donde se optimizaron los prototipos para poder industrializarlos y se establecieron los parámetros de producción. Por último, la cuarta etapa, que duró 9 meses (mes 16 a 24) en los hitos 2 y 3 corresponde al estudio de vida útil, donde se validó la vida útil de los prototipos escalados, tanto por análisis microbiológico como por catas sensoriales, y donde además se analizó su composición nutricional y calculó el valor del Nutriscore.

En cuanto a la parte de divulgación del proyecto, ha sufrido variaciones en cuanto al cronograma inicial presentado debido a la situación sanitaria mundial. Cuando se declaró el estado de alarma se paralizaron las acciones de divulgación del proyecto por un lapso de tiempo y se solicitó una prórroga para poder realizar estas acciones más adelante, cuando la pandemia remitiera; Esta prórroga fue concedida hasta marzo del 2021. Se espera a que la situación sanitaria mejorara para poder ejecutar las acciones de manera presencial como estaba planificado en el proyecto, pero finalmente dado que las restricciones tanto de personas, como de movilidad no lo permitieron se optó por hacer una difusión virtual y reconducir todas las acciones del proyecto.

4. ALCANCE Y PLAN DE DIVULGACIÓN:

En el primer periodo de ejecución del proyecto se comenzaron las acciones básicas para la divulgación del mismo que fueron: creación de un web site, e ir dotándola de contenido, creación de un logo, creación de redes sociales para difundir el proyecto así como una jornada de presentación del proyecto, se continuó con el mantenimiento de la divulgación del proyecto a través de las redes mientras se realizaban los prototipos; En marzo del 2020 se declara el estado de alarma y se reducen

las acciones de difusión una vez finalizado el estado de alarma y con los prototipos ya realizados se vuelven a plantear el retomar las acciones de difusión de forma presencial, pero ante la situación sanitaria que no mejoraba y el miedo tanto del público en general como de productores a esa situación se decide esperar para que estas condiciones mejoren. En octubre del 2020 solicitamos una prórroga a la Consejería ante la imposibilidad de realizar las acciones de divulgación de manera presencial, puesto que una vez que finalizó el estado de alarma no mejoró la situación y seguían existiendo restricciones en cuanto al número de personas que se podían reunir, así como restricciones de movilidad tanto en el territorio a nivel comunidad, como entre municipios dentro de la misma comunidad. Nuestra idea principal era mantener las acciones de forma presencial como habían sido programadas originalmente pero una vez que eso se descartó dado que las restricciones lo impedían, se reprogramó todo el proyecto y se transformó en acciones de divulgación on line.

Acciones de divulgación:

- 1 Jornada de presentación e información. Celebrada en las instalaciones del CTIC -CITA el 27/06/2018 con más de 50 asistentes.
- 1 Jornada en el CEIP Rural fecha 31/07/2019, se convoca en el Ceip una reunión para presentar el Proyecto del Grupo Operativo y buscar la colaboración activa en el proyecto, así como las materias primas necesarias para los prototipos de quinta gama. <http://idealimentacion.com/>
- 1 Visita técnica al CTIC-CITA de productores/transformadores. Debido a la situación sanitaria se editó un video en el que se puede hacer una visita virtual en las instalaciones del CTIC-CITA, difusión on line en la jornada. <http://idealimentacion.com/>
- 4 reuniones con productores y transformadores. A lo largo del proyecto se han mantenido reuniones constantes con productores y transformadores: Pimiento Najerano, Peras de Rincón, Alubia de Anguiano, Granja Bio PIO, para explicarles el progreso del proyecto de los prototipos. El 31/07/2019 se mantuvo la primera reunión presencial con 18 asistentes <http://www.ceiprural.com/es/>.
No obstante, debido a la situación sanitaria y que no nos permitía realizar reuniones conjuntas y para tener mayor material para publicar en las redes y hacer mayor divulgación del proyecto se han editado tres videos con visitas a los productores hablando del proyecto. <http://idealimentacion.com/>
- 1 taller “catas sensoriales y gustativas”. Debido a la situación sanitaria se editó un video que se difundió en la jornada. <http://idealimentacion.com/>
- 1 Jornada de presentación de resultados. Celebrada de manera virtual el 25/11/2020. <http://idealimentacion.com/> en la que se contaron con más de 68 participantes.
- 3 herramientas divulgativas (publicación electrónica, video, presentación especializada). Debido a que se han reconvertido todas las acciones on line, existen 3 videos con visita a productores de DOP, otro video de instalaciones al CTIC-CITA, otro video con la cata organoléptica de los prototipos.
- Material divulgativo/promocional (carpetas, bolígrafos, tappers) distribuido entre el público en general, participantes de la Jornada Final de difusión.
- A Través de los recursos que vamos a relacionar se han obtenido más de 1.500 impactos
 - Creación de web a la que volcar la información generada. <http://idealimentacion.com/>
 - Creación de imagen corporativa del proyecto



- Creación de perfiles en redes sociales para compartir información Facebook y twitter, además de publicar en las propias redes sociales de los miembros de los grupos operativos. Se han superado los más de 1.500 impactos.
 - IDEALimentación - Inicio | Facebook
 - Idealimentación (@idealimentacion) / Twitter
 - Ceip Rural - Inicio | Facebook
 - Ctic Cita (@CticCita) / Twitter
- Folleto divulgativo <http://idealimentacion.com/>
- 4 tipos de acciones en prensa (artículo comarcal, revista especializada, cuñas radio, folleto). Apariciones en prensa están en la página web y redes sociales <http://idealimentacion.com/> IDEALimentación - Inicio | Facebook Idealimentación (@idealimentacion) / Twitter
 - -Artículos en prensa: más de cinco artículos en prensa regional
 - Entrevista Radio cadena SER
 - Presentación del proyecto en jornada ADICAE ámbito especializado de consumidores.
 - Folleto divulgativo del proyecto
 - Material fotográfico con los productores prototipados y su nutriscore
- Al menos 2 Ferias Agroalimentarias visitadas y dos Visitas Técnicas. Antes de que la situación sanitaria lo impidiese se pudieron realizar dos visitas técnicas a dos Ferias, a partir de que la pandemia y debido a la prohibición de la movilidad así como a la anulación de ferias o eventos similares las visitas técnicas se han realizado para intercambio entre los miembros del proyecto operativo.
 - 1.- Presentes en Anuga, (octubre 2019) una de las ferias más importantes del mundo en alimentos y bebidas. Un encuentro en el que se habló del futuro de la alimentación y al que acudieron más de 500 empresas españolas, batiendo así récord de presencia española. <http://idealimentacion.com/ctic-cita-en-anuga/>
Allí nos dimos a conocer y aprendimos tendencias sobre el futuro de la nueva alimentación que luego hemos podido aplicar a nuestros productos.
 - 2.- Asistencia a Fruit Attraction, (noviembre 2019) la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas que reúne anualmente a todos los profesionales hortofrutícolas a nivel mundial en IFEMA Feria de Madrid.
Allí dimos a conocer IDEALimentación y analizamos las tendencias (actuales y de futuro) del mercado que nos sirvió para ajustar nuestros productos a estas tendencias y necesidades de futuro en alimentación. <http://idealimentacion.com/fruit-attraction-2019/>
- Al menos dos Grupos Operativos contactados. Con el fin de buscar información y sinergias para el proyecto IDEALimentación se hizo una búsqueda de Grupos Operativos españoles a nivel autonómico y Supraautonómico a través de la Red Rural Nacional (<http://www.redruralnacional.es/grupos-operativos>) y se contactó con ellos vía mail, puesto que la situación sanitaria imposibilitó la visita, o en la visita a la feria fruit atraccion antes del estado de alarma

1. Grupo Operativo “Innovación en circuitos cortos de venta y mercados de ámbito local, en base a la V Gama con producto local” (generar nuevas oportunidades para la salida al mercado de circuito corto de los productos locales y ecológicos de Euskadi, en base a la innovación en productos y su comercialización, y teniendo en cuenta las nuevas tendencias de consumo (producto local y de calidad, soluciones fáciles, características organolépticas intactas, ...). País Vasco. GO ya disuelto. Contactado algún miembro, XARDESKA S.L., Ayuntamiento de Orduña y Grupo Peñasal Kooperatiba (vinculado al proyecto):
<http://www.sustrai.eus/es/innovacion/564-pdr-2015-2020-en-marcha-la-medida-de-cooperaci%C3%B3n.html>
2. Grupo Operativo Fresh-Life (Innovación tecnológica en la conservación y esterilización de preparados de frutas y hortalizas). Supraautonómico. Contacto en Fruit Attraction:
http://www.revistaagricultura.com/fresh-life/innovacion/nace-el-nuevo-grupo-operativo-fresh-life_10036_121_12474_0_1_in.html.
3. Grupo Operativo “Puro Pirineo en su plato” (El objetivo del grupo es el aumento del valor añadido de los productos procedentes de las mencionadas razas de ganado del Pirineo en peligro de extinción mediante el desarrollo, estudio, elaboración y divulgación de nuevos productos en V GAMA y la mejora de las posibilidades de comercialización de estos productos agroalimentarios:
<http://www.redruralnacional.es/documents/10182/665209/7.-GGO2017E01600.pdf/fe6e87c2-f72c-4849-b66c-a3616c2e3fed>
<https://rica.chil.me/post/grupo-operativo-puro-pirineo-en-su-plato-164126>

Las acciones de divulgación del proyecto han sido complicadas de llevar a cabo puesto que han tenido que reprogramarse en varias ocasiones debido a la situación sanitaria, pero consideramos que el hecho de realizarlas via on line ha aportado una ventaja en cuanto a poder llegar a mayor público en general, e involucrar a más personas para que sean conocedoras del proyecto y sus resultados, pero el hecho de tener que realizar de manera virtual la cata con los productores no ha sido igual de efectivo en la motivación de los mismos para continuar con el proyecto que si se hubiese realizado de manera presencial y poder ver los resultados.

5. PRESUPUESTO DESGLOSADO:
PRIMER PAGO PARCIAL PERIODO 01/01/2019-30/06/2019

TIPO	CEIP		AIDISA (Ctic Cita)		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	5.180,48 €	3.854,57 €	16.390,40 €	21.321,54 €	21.570,88 €	25.176,11 €
Difusión	1.036,10 €		388,00 €	370,00 €	1.424,10 €	370,00 €
Gastos de Viaje			240,00 €	0,00 €	240,00 €	0,00 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión	2.045,00 €	2.044,50 €			2.045,00 €	2.044,50 €
Materias Primas			240,00 €	0,00 €	240,00 €	0,00 €
Agente de Innovación	938,00 €	938,00 €	2.400,00 €	3.000,00 €	3.338,00 €	3.938,00 €
TOTAL	9.199,58 €	6.837,07 €	19.658,40 €	24.691,54 €	28.857,98 €	31.528,61 €

SEGUNDO PAGO PARCIAL PERIODO 01/07/2019-30/06/2020

TIPO	CEIP		AIDISA (Ctic Cita)		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	10.427,62 €	15.318,33 €	36.860,80 €	40.298,11 €	47.288,42 €	55.616,44 €
Difusión	2.085,52 €	2.709,88 €	2.924,00 €	3.288,55 €	5.009,52 €	5.998,43 €
Gastos de Viaje			800,00 €	1.114,27 €	800,00 €	1.114,27 €
Materias Primas	80,00 €		2.000,00 €	3.950,24 €	2.080,00 €	3.950,24 €
Agente de Innovación	1.875,00 €	1.875,01 €	3.800,00 €	4.750,00 €	5.675,00 €	6.625,01 €
TOTAL	14.468,14 €	19.903,22 €	46.384,80 €	53.401,17 €	60.852,94 €	73.304,39 €

TERCER PAGO PARCIAL PERIODO 01/07/2020-31/03/2021

TIPO	CEIP		AIDISA (Ctic Cita)		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	5.188,46 €	6.871,82 €	18.430,00 €	31.220,93 €	23.618,46 €	38.092,75 €
Difusión	1.037,69 €	2.075,68 €	2.084,00 €	3.166,93 €	3.121,69 €	5.242,61 €
Gastos de Viaje	1.120,00 €	276,49 €	960,00 €	602,80 €	2.080,00 €	879,29 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión	5.397,00 €	6.183,90 €	3.677,60 €	4.594,50 €	9.074,60 €	10.778,40 €
Materias Primas	80,00 €		960,00 €	1.434,66 €	1.040,00 €	1.434,66 €
Agente de Innovación	938,00 €	1.070,16 €	1.400,00 €	1.750,00 €	2.338,00 €	2.820,16 €
TOTAL	13.761,15 €	16.478,05 €	27.511,60 €	42.769,82 €	41.272,75 €	59.247,87 €

COSTE TOTAL FINAL DEL PROYECTO POR ENTIDAD

TIPO	CEIP		AIDISA (Ctic Cita)		TOTAL	
	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado	Concedido	Justificado
Personal	20.796,56 €	26.044,72 €	71.681,20 €	92.840,58 €	92.477,76 €	118.885,30 €
Difusión	4.159,31 €	4.785,56 €	5.396,00 €	6.825,48 €	9.555,31 €	11.611,04 €
Gastos de Viaje	1.120,00 €	276,49 €	2.000,00 €	1.717,07 €	3.120,00 €	1.993,56 €
Organización de Jornadas y edición de material de difusión	7.442,00 €	8.228,40 €	3.677,60 €	4.594,50 €	11.119,60 €	12.822,90 €
Materias Primas	160,00 €	0,00 €	3.200,00 €	5.384,90 €	3.360,00 €	5.384,90 €
Agente de Innovación	3.751,00 €	3.883,17 €	7.600,00 €	9.500,00 €	11.351,00 €	13.383,17 €
TOTAL	37.428,87 €	43.218,34 €	93.554,80 €	120.862,53 €	130.983,67 €	164.080,87 €



Gobierno
de La Rioja



6. VALORACIÓN GENERAL DEL PROYECTO:

El proyecto ha conseguido ser ejemplificante tanto para el público en general como para los productores, mostrándoles otras alternativas para la comercialización de sus productos y contribuyendo a concienciar a los compradores en un consumo responsable que incentive los canales cortos de comercialización y que contribuya a mejorar las rentas de los que producen alimentos. La pandemia ha contribuido a sensibilizar al consumidor hacia este tipo de productos de cercanía y de calidad. Por tanto, ha conseguido cumplir los objetivos planteados encontrándose en su puesta en marcha, con un escenario más sensible a las producciones sostenibles y de cercanía.

Consideramos que la principal ventaja que nos ha aportado este proyecto es conocer mejor y profundizar en las necesidades de los productores/agricultores y cómo alinearlas con lo que solicita el mercado para desarrollar productos que aporten un valor añadido al consumidor para que toda esta producción de materias primas se mantenga y fomente la aparición de nuevos emprendedores dentro del campo de la agricultura y/o ganadería o de la transformación de las materias primas locales.

El proyecto ha contribuido a encontrar una alternativa de comercialización que a la larga ayude a aumentar la renta de los productores locales y a diversificar la economía del medio rural, también ha visibilizado la riqueza de la biodiversidad de cultivo y ha puesto en valor los circuitos cortos de comercialización.

Las acciones divulgativas a través de los medios online han sido muy efectivas y han dado a conocer al público en general el objetivo y las acciones del proyecto, hay que destacar que las redes sociales tanto propias, como de los integrantes del grupo operativo han sido el canal que más repercusión ha tenido para la difusión del proyecto, así como la jornada final. En cuanto a los productores consideramos que hubiese sido más eficaz si las actividades se hubiesen podido realizar de la manera programada inicialmente destacando la acción de la visita a las instalaciones del CTIC-CIT, así como la cata prevista con ellos.

La experiencia en cuanto al trabajo cooperativo en este proyecto ha sido muy positiva ya que todos los integrantes del grupo operativo compartíamos los valores del proyecto, lo cual ha evitado cualquier tipo de discrepancias en cuanto a la metodología de ejecución o el alcance del mismo. Además, muchos productores y marcas colectivas han estado interesadas en el proyecto, ayudándonos en lo que fuera necesario y estando atentos a los logros, lo cual ha facilitado enormemente el trabajo, pues desde un inicio se ve que el planteamiento inicial fue bueno y que tiene recorrido en el futuro, lo cual hizo que nuestra motivación fuese máxima para conseguir los objetivos planteados en un inicio.