

Km 0

FLAG: Litoral Norte
Minho-Lima, Portugal

Presentación del proyecto

“KM 0” es una iniciativa de marca para promover el autoabastecimiento a nivel local, que reúne a las partes interesadas de toda la cadena de participantes en la producción, transformación, venta, marketing y consumo de productos pesqueros de la zona de Minho-Lima.



El proyecto tiene como objetivo promover el autoabastecimiento a través de una marca de productos locales, siendo conscientes del papel de los diferentes actores de toda la cadena de suministro. Además de ofrecer al usuario final un mejor conocimiento e información de los productos locales, el proyecto trata igualmente de reforzar los vínculos entre restaurantes, chefs, pescadores y demás productores principales de la zona, así como de incrementar sus oportunidades de mercado.



El desarrollo de la marca “KM 0” se inició con la creación de un sistema de trazabilidad con una carta de calidad de un número determinado de productos de Minho-Lima. La marca da a conocer alimentos de calidad producidos cerca de los consumidores locales. Así, con objeto de atraer el interés del público y de otras regiones, se organizó un evento de lanzamiento en el que se dieron cita productores locales y famosos chefs, así como delegaciones de profesionales de la restauración españoles y franceses, para descubrir sus productos y aprender a prepararlos. El evento cubrió una amplia gama de productos locales, desde vinos a productos lácteos, pasando por la repostería, y propuso un taller específicamente dedicado al pescado

y el marisco de la zona. Además de este evento, el proyecto prevé otros seis de este tipo, dos itinerarios ‘gourmet’ y la presencia en los medios locales e Internet, para atraer a los visitantes y profesionales.

Paralelamente a esta estrategia de difusión y desarrollo de la marca, una tercera iniciativa se centra en la imagen de estos productos y las condiciones de su venta y consumo. El apoyo a la renovación de los mostradores de venta, ayudado por el material de promoción, en los puntos de venta y restaurantes adheridos a la iniciativa *Km 0*, hace posible armonizar la comercialización del producto, ofreciendo al consumidor una idea clara y coordinada de las ventajas de adquirir productos locales de la marca.

Lecciones clave

- › **Relevancia con los temas FARNET:** genera valor añadido en los productos de la pesca local, en cadenas de suministro cortas.
- › **Resultados:** el primer evento, celebrado durante dos días en mayo de 2011 (Encuentro Gourmet FIAE 2011), atrajo a más de 100 participantes. El taller dedicado a “nuevos recursos marinos para la gastronomía” ofreció a PYME y particulares locales una formación práctica impartida por una conocida plataforma española de innovación de productos alimentarios (www.portomuiños.com/). El diseño de la marca KM 0 se encuentra en sus últimas fases, y piensa aplicarse a diversos recursos pesqueros, de mar o de río, junto con otros recursos endógenos de la región del Minho, siendo asumido inicialmente por asociaciones pesqueras locales, mercados y restaurantes municipales seleccionados por el equipo del proyecto, además de escuelas de hostelería y chefs.
- › **Transferibilidad:** los sistemas de trazabilidad y de creación de marcas comerciales pueden ser una valiosa herramienta de marketing para aportar valor añadido a los productos locales de muchas zonas de pesca. Sin embargo, los promotores del proyecto deben prestar especial atención al carácter estacional de los productos que desean promover y a la demanda del mercado en su área de captura. Este proyecto aprovecha la sólida identidad de los productos a los que se dirige, así como la amplia variedad de los mismos, aspectos de los que se benefician tanto distribuidores como consumidores.
- › **Comentario final:** a través de su triple orientación (marca – estructuración en red – alcance), el proyecto está desarrollando una serie de acciones integradas pensadas para complementarse mutuamente y aumentar su eficacia. También aporta a sus actividades un aspecto transnacional, al vincularse a profesionales de áreas similares en términos de tradición culinaria y espíritu empresarial.

Coste total y contribución del FEP

- › **Coste total:** 128 621,10 €
- › **Contribución del Eje 4:** 67 526,06 €
- › **Cofinanciación nacional:** 22 506,69 €
- › **Financiación complementaria privada (inversión personal):** 38 586,33 €

Información sobre el proyecto

Título: Km 0

Duración: 12 meses (mayo 2011 – mayo 2012)

Fecha del estudio de caso: abril de 2012

Promotor del proyecto

CEVAL – Conselho Empresarial dos Vales do Lima e Minho

José Carlos Amorim – jose.amorim@ceval.pt

+351 258 801 450

www.ceval.pt

Datos del FLAG

Litoral Norte, Portugal

Cecília Marques – gac@cim-altominho.com

+351 258 800 200

www.gac.cim-altominho.pt – [Ficha informativa del FLAG](#)

Editor: Comisión Europea, Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca, Director General.

Cláusula de exención de responsabilidad: La Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesca es responsable de la elaboración total de este documento, pero no se responsabiliza de su contenido ni garantiza la precisión de los datos