

PLIEGO DE CONDICIONES PARA LA ORGANIZACIÓN DE MERCADOS MICOTURISTICOS BASADOS EN PRODUCTOS Y SERVICIOS MICOLÓGICOS ADHERIDOS A LA RED “MERCASETAS” CREADA EN EL MARCO DEL PROYECTO EUROPEO MICOSYLVA+.

Indice

- 1.- Descripción y objetivos.
- 2.- Condiciones del mercado MERCASETAS .
 - 2.1.- Promotores y fines.
 - 2.2.- Ubicación, rotación y periodo de actividad
 - 2.3.- Identidad visual común
 - 2.4.-Estructura de los mercados.
 - 2.5.- Productos comerciales promocionales de referencia: “las cajas MERCASETAS”
 - 2.6.- Dinamización del comercio online de proximidad
 - 2.7.- Financiación de la organización y destino de los ingresos generados
 - 2.8.- Elección de las empresas colaboradoras de MERCASETAS
- 3.- Presentación de candidaturas.

1.- Descripción y objetivos.

La red de mercados MERCASETAS ha sido creada en el marco del proyecto europeo de cooperación territorial INTERREG IVB SUDOE SOE3/P2/E533 « La micoselvicultura y la valorización de los hongos silvestres para la sostenibilidad y multifuncionalidad forestal » en el que participan más de 20 instituciones de I+D+i de la Unión Europea con el fin de mejorar el sector de la micología por su contribución a la salud y la producción forestal así como por su potencialidad socioeconómica y de desarrollo rural de los territorios forestales.

MERCASETAS es un nuevo concepto de mercado de productos y servicios micológicos que permite compaginar la actividad comercial de las setas de un territorio, con la dinamización micoturística del entorno, la educación del consumidor y la mejora del sector.

Los objetivos de MERCASETAS son los siguientes:

- Valorización de las setas silvestres procedentes de montes implicados en una integración progresiva de criterios micoselvícolas en la gestión forestal y donde el aprovechamiento micológico está regulado para garantizar la trazabilidad de las setas, su calidad y su origen.
- Valorización de los recursos micológicos del territorio a través de la comercialización de proximidad y a través del fomento de potenciales consumidores turistas de fin de semana y festivos en distintas épocas del año.
- Capitalizar la cultura micológica de los distintos territorios, creando una atmósfera lúdico-gastronómica y cultural coordinada que fomente el intercambio de conocimientos y valores entre las sociedades rurales y urbanas.
- Mejorar la educación ambiental de los recolectores y consumidores, dar a conocer una mico-gastronomía saludable y valorar el proceso comercial y la importancia del control y la seguridad agroalimentaria.

2.- Condiciones del mercado MERCASETAS.

2.1.- Promotores y fines.

Las entidades promotoras de MERCASETAS han de ser entidades públicas o privadas sin ánimo de lucro preferentemente propietarias o gestoras de montes productores de setas con un fin claro de favorecer la I+D+i y el desarrollo rural de su territorio de influencia.

MERCASETAS se plantea como una oportunidad para la promoción y dinamización micoturística, gastronómica y cultural del territorio favoreciendo el intercambio de valores y conocimientos entre la sociedad rural y la sociedad urbana de distintos orígenes.

MERCASETAS pretende favorecer al recolector local residente en las zonas rurales productoras a la par que propiciar la venta de las setas silvestres del territorio y educar al consumidor.

Igualmente, MERCASETAS está ideado para favorecer a las empresas de transformación y comercialización del territorio, especialmente aquellas que garanticen la trazabilidad, la calidad y el origen de las setas y que estén claramente involucradas en la innovación y el desarrollo de nuevos productos agroalimentarios de valor añadido.

MERCASETAS es puede ser también una vía para la contraprestación económica a los propietarios de los montes productores, propietarios también de las setas que en ellos fructifican. A través de la retribución de un porcentaje de las ventas de MERCASETAS podrían obtener unos ingresos que en parte se destinarían a la mejora de la gestión y el aprovechamiento micológico en sus montes.

Finalmente, y con independencia de las subvenciones públicas que pueda disfrutar en la fase de maduración, MERCASETAS deberá ser sostenible en términos económicos compensando los gastos de la organización con los ingresos generados por los productos y servicios dinamizados.

2.2.- Ubicación, rotación y periodo de actividad

MERCASETAS se ha de ubicar en lugares de máxima afluencia de turistas preferentemente en plazas o enclaves atractivos de pueblos o ciudades con el fin de aprovechar los potenciales consumidores. Han de tener buena accesibilidad para la carga y descarga así como para facilitar la llegada de compradores.

Con el fin de favorecer el desarrollo mico-turístico del mayor número de pueblos y ciudades del territorio, MERCASETAS es itinerante, rotativo y se celebra de forma coordinada, preferentemente en fines de semana o festivos para facilitar la llegada de consumidores.

Se trata de poner en valor productos frescos de alta calidad organoléptica por lo que MERCASETAS se celebrará preferentemente en campaña micológica garantizando la venta de producto fresco del territorio.

2.3.- Identidad visual común

MERCASETAS mantiene una identidad visual común en cuanto a logos, carpas, puestos, vestuario de los vendedores, merchandising, estructura y temáticas. Este proyecto de identidad visual será proporcionado desde el comité de seguimiento Micosylva una vez sea aprobado el proyecto de candidatura presentado por los promotores.

The logo for 'Merka Setas' is written in a large, green, cursive script. The word 'Merka' is on the top line and 'Setas' is on the bottom line, with the letters overlapping and flowing together.

2.4-Estructura de los mercados.

MERCASETAS consta de varias áreas diferenciadas, preferentemente lonas o puestos distribuidos por el espacio público elegido ajustándose a dicho proyecto de identidad visual específico y a unas condiciones resumidas a continuación. La estructura debe ser detallada en el proyecto de candidatura y ser aprobada por el comité de seguimiento Micosylva. Dichas zonas y condiciones son:

- Área de compraventa de producto fresco del territorio: se trata de un espacio gestionado por una empresa local de comercialización de productos micológicos del territorio elegida en concurso público, libre y transparente y que garantice su capacidad para el control de calidad y el origen de las setas a comercializar y su implicación en proyectos de innovación agroalimentaria. Consta de varias zonas:
 - Zona de recepción de recolectores, pesaje, clasificación, inspección y etiquetado y almacenaje respetando la normativa vigente. Todo el proceso se realiza de cara al público con fines educativos y de atractivo visual para el turista.

- Zona de venta al consumidor del producto garantizando la calidad el origen y la normativa vigente.
- Zona de degustación de tapas micológicas dinamizada preferentemente en colaboración con los hosteleros, restaurantes y escuelas de cocina de la localidad. Esta zona asegura que las setas utilizadas para la degustación proceden del punto de compraventa con el fin de educar a los restaurantes y consumidores sobre la importancia de garantizar el origen, la calidad y el control de las setas para disfrutar de todas cualidades gastronómicas con seguridad.
- Zona de eventos y animaciones: para la realización de entronizaciones, cofradías, conferencias divulgativas, concursos, hermanamientos, entre regiones o países invitados....etc. En definitiva favorecer el intercambio cultural de las sociedades rurales y urbanas. Esta zona es dinamizada por los organizadores.
- N-Puestos de venta destinados a empresas agroalimentarias que comercializan productos en conserva, congelado, deshidratados seco, patés, aceites, embutidos.... conteniendo setas silvestres del territorio (no venta en fresco).
- N-Puestos de venta de artesanía micológica y libros micológicos.
- Puesto información mico-turística.
- Puesto dinamizado por las asociaciones micológicas locales.
- Puesto información sobre la red internacional www.micosylva.com.
- Exposición micológica temática específica “curiosidades de las setas”, “conocer para no confundir”, “los hongos y el bosque”.
- Taller infantil micológico.

2.5.- Productos comerciales promocionales de referencia: “las cajas MERCASETAS”

MERCASETAS tiene como uno de sus objetivos la promoción de las setas más destacadas del territorio en formatos de venta y presentaciones lo más atractivos, económicos y educativos para el consumidor y el micoturista. El objetivo es informar al consumidor sobre la importancia del proceso de control del origen y la calidad del producto, además de sus propiedades nutricionales, y una forma sencilla y rápida de cocina que permita disfrutar de todas sus cualidades organolépticas.

Para ello, se propone la creación de al menos dos tipos de productos promocionales de referencia: A) la caja MERCASETAS de *Boletus edulis* (grupo) conteniendo un mínimo de 8 ejemplares de unos 100g de calidad extra, B) la caja MERCASETAS de *Lactarius deliciosus* (grupo) conteniendo unos 800g de ejemplares de calidad extra.

Ambos productos de referencia se presentarán en una caja reciclable atractiva respetando la identidad visual establecida. Contendrá además de la nota explicativa del proceso de control, todos los etiquetados y requerimientos legales (registros sanitarios de la empresa, marcas de garantía etc).

Ambos productos de referencia se presentarán igualmente acompañados de una receta de elaboración sencilla y rápida propuesta por un cocinero de prestigio preferentemente del territorio. El objetivo es educar en el consumo de las setas silvestres como productos nutritivos y saludables del bosque a la mesa sin riesgos.

La caja MERCASETAS deberá estar presente durante la celebración de los mercados siendo responsabilidad de la empresa seleccionada para la gestión del punto de control la responsable del empaquetado, distribución y venta de este tipo de productos de referencia.

2.6.- Dinamización del comercio online de proximidad

Con el fin de facilitar la venta de las setas del territorio desde el ámbito rural al ámbito urbano, MERCASETAS proporcionará una plataforma de venta online de los productos promocionales de referencia “cajas MERCASETAS” y el asesoramiento necesario para organizar la logística para el transporte a domicilio.

Para ello, la empresa elegida para gestionar el área de compraventa será la responsable de la logística y gestión de los pedidos online y envíos a domicilio de dicho productos de referencia “cajas MERCASETAS” en destinos de proximidad.

2.7.- Financiación de la organización y destino de los ingresos generados

El coste de la organización de MERCASETAS será financiado por los promotores, entidades públicas o privadas sin ánimo de lucro preferentemente propietarias o gestoras de montes productores de setas con un fin claro de favorecer la I+D+i y el desarrollo rural de su territorio de influencia.

Los costes estimados se especifican a continuación:

- Secretaria técnica y coordinación de MERCASETAS.
- Logística: alquiler de carpas y equipos, montajes y traslados.
- Promoción/difusión (publicidad, web, prensa) y actividades de educación ambiental (exposiciones, talleres, conferencias, etc).
- Mejora del precio pagado al recolector local.
- Electricidad, agua, tasas municipales, etc.

Los ingresos esperados proceden de los siguientes conceptos:

- Porcentaje de ventas generadas desde las áreas de compraventa de producto fresco y plataforma online de productos de referencia (al menos un 10% de las ventas).
- Porcentaje de las ventas de las zonas de degustación de tapas micológicas (al menos un 10% de las ventas).
- Alquiler del puesto expositor por empresa participante a determinar por el promotor en función del país, municipio y nivel de afluencia de compradores esperado, etc.

Los beneficios esperados después de descontar impuestos se destinarán, en un 50% a compensar económicamente a los propietarios de los montes productores públicos o privados, en un 25% para la mejora de la gestión micoselvícola de dichos montes y en un 25% a la I+D+i para la mejora del sector.

2.8.- Elección de las empresas colaboradoras de MERCASETAS

La empresa o empresas adjudicatarias de los puestos comerciales serán elegidas por los promotores en concurso público, libre y transparente considerando en dicha elección:

- La mejora propuesta por la empresa sobre el % mínimo de las ventas a retribuir al fondo de maniobra de MERCASETAS.
- La capacidad y experiencia de la empresa en el control de la calidad y el origen de las setas a comercializar.
- Su implicación y experiencia en proyectos de innovación agroalimentaria

3.- Presentación de candidaturas.

Las entidades promotoras interesadas en la organización de mercados siguiendo la metodología MERCASETAS podrán informarse y dirigir sus candidaturas a www.micosylva.com.

El comité de seguimiento Micosylva, evaluará la calidad de la candidatura, autorizará si procede el uso de la marca "MERCASETAS" y su plataforma promocional, y realizará un seguimiento del proceso para garantizar el cumplimiento de las condiciones establecidas en este pliego.

En Soria (España), 15 de julio de 2014.

El proyecto INTERREG IVB SUDOE SOE3/P2/E533 « La micoselvicultura y la valorización de los hongos silvestres para la sostenibilidad y multifuncionalidad forestal » Proyecto Micosylva+