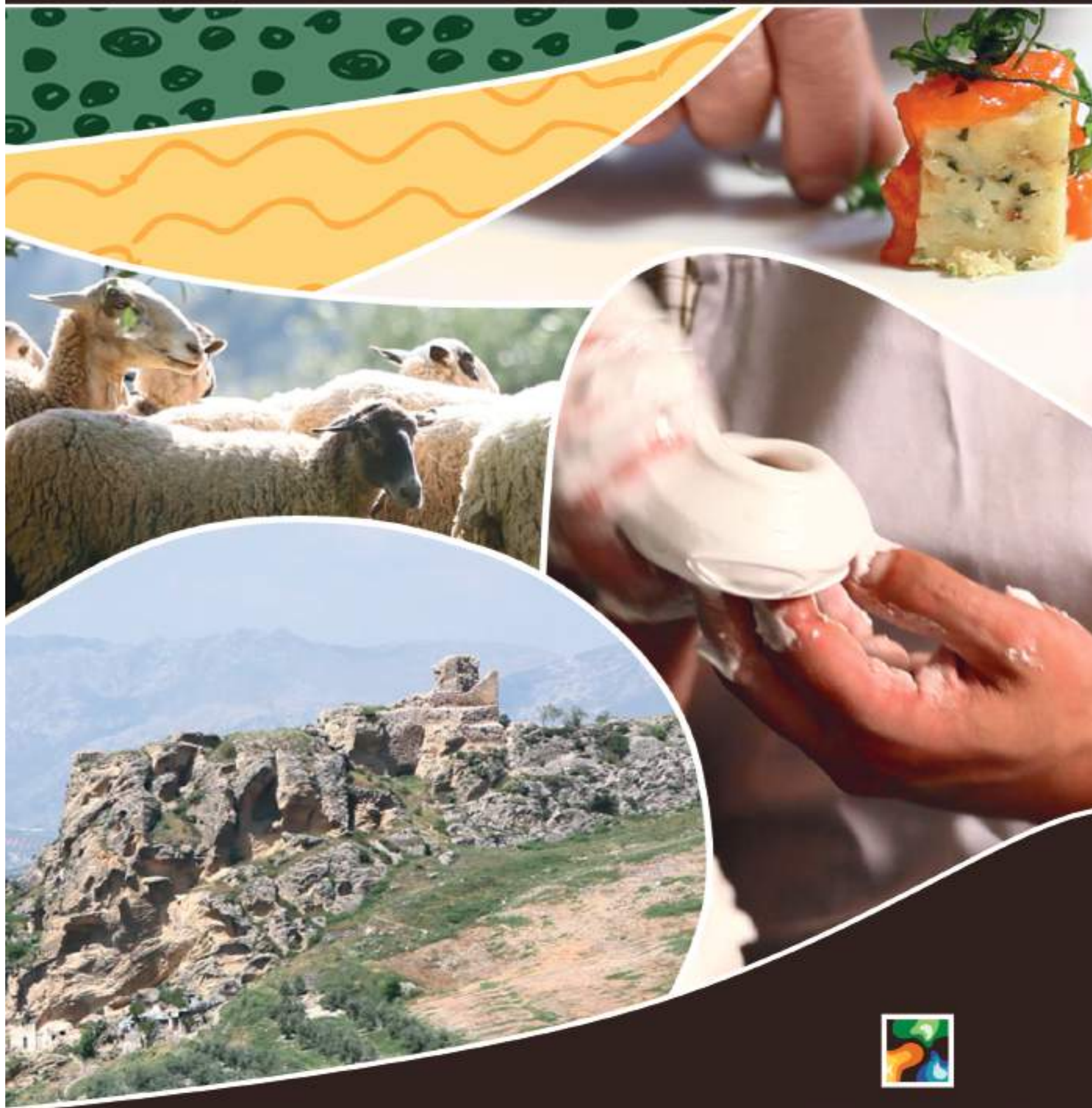


Marca de

# Calidad Rural

*en el territorio del Poniente Granadino*



Calidad Rural

# ¿Qué es Calidad Rural?

La Marca de Calidad Territorial es el instrumento específico para la puesta en marcha, en un determinado territorio, de una estrategia que se concibe dentro de un proceso de desarrollo sostenible, y que conlleva una serie de aspectos indisolubles: económicos, sociales y culturales y ambientales. Toma en consideración conjuntamente lo "cualitativo" y lo "cuantitativo", por lo que persigue un desarrollo con dimensión humana, respetuoso con los recursos culturales, entendiendo el territorio como un espacio de equilibrio dinámico, sostenible entre el medio ambiente y las actividades humanas.

Es la respuesta colectiva de todo un territorio a la necesidad de inserción en la lógica de la globalización, mediante la creación de un espacio competitivo, un producto-territorio, con el que acudir a los mercados de forma que se pueda garantizar la sostenibilidad a largo plazo del propio territorio.

La principal justificación para la puesta en marcha de este instrumento es que los territorios rurales desempeñan a la vez, tanto funciones de producción dirigidas al merca-



do (por ejemplo, producción agraria), como otras funciones y servicios que se califican de bienes públicos y que, en muchos casos, se generan como externalidades de las funciones productivas (por ejemplo, conservación del medio ambiente, conservación de la identidad y tradiciones culturales, equilibrio demográfico, y cohesión social y territorial). La viabilidad de este instrumento se centra en la creciente valoración de estas funciones no económicas, por parte de

quien consume, sean europeos y no europeos.

El Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino lleva trabajando en el proyecto de Marca de Calidad Territorial desde el año 2000. La Marca de Calidad Territorial "Poniente Granadino Calidad Rural" es el elemento catalizador de un proceso de desarrollo que conlleva una serie de aspectos indisolubles: económicos, ambientales, sociales y culturales, y que supone el incremento de la "Competitividad Territorial



del Poniente Granadino, es decir, la competitividad Económica, Social, Medio Ambiental y la competitividad a escala Global del Territorio del Poniente Granadino" mediante la valorización del conjunto de los productos y servicios locales, ya sean privados o públicos, así como de su patrimonio cultural y natural, agrupados bajo una imagen externa de "Producto-Territorio" alrededor de su identidad histórica común "La Última Frontera de Al-Andalus", elemento aglutinador

y vertebrador del conjunto del territorio e imagen de la marca de calidad territorial.

Esta "Calidad Territorial" presenta las dimensiones siguientes:

1) la Calidad Ambiental (manejo sostenible de los recursos y conservación del paisaje y los ecosistemas como factores de competitividad, dando respuesta a los retos y desafíos actuales: cambio climático, energías renovables, gestión del agua y protección de la biodiversidad).

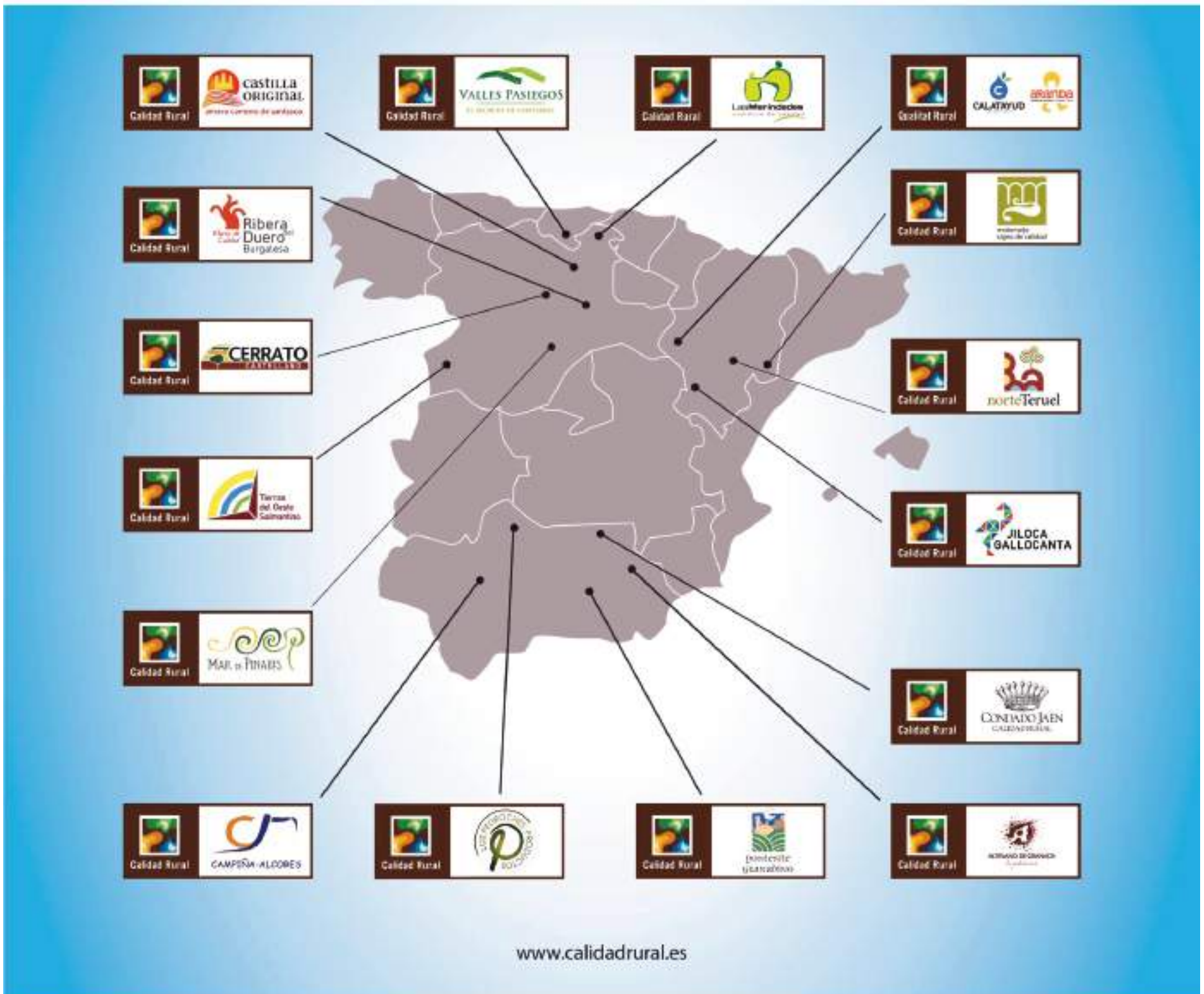
2) la Calidad Social (igualdad de oportunidades a través de una estrategia de desarrollo que alcance a todos los colectivos sociales).

3) la Calidad de los Productos y Servicios del territorio (basados en su diferenciación y modo de producción con criterios sociales, ambientales y económicos).

4) la Calidad Institucional (activos institucionales locales comprometidos con este proceso y que realicen una gestión eficaz).

5) la Calidad de Vida de los habitantes del territorio (empleo, renta, entorno saludable y de cohesión social, con acceso a servicios públicos y a servicios para satisfacer las necesidades básicas) en un espacio geográfico con fuerte identidad y sentido de pertenencia (conservación y valorización del patrimonio material e inmaterial).





# Actividad de cooperación

**Ave Fénix de la Marca de Calidad Territorial: redefinir la marca “Poniente Granadino Calidad Rural” para su sostenibilidad**

## 1. INTRODUCCIÓN

Esta Actividad de Cooperación que está llevando a cabo el Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino, se enmarca dentro del Proyecto de Cooperación Intra-regional denominado: “Ave Fénix de la Marca de Calidad Territorial” en el que participamos seis Grupos de Desarrollo Rural de Andalucía: GDR Condado-Jaén, GDR Los Pedroches, GDR Campiña y Los Alcores, GDR Alpujarra Sierra Nevada de Granada, GDR Vega-Sierra Elvira y GDR Poniente Granadino. Este Proyecto de Cooperación está subvencionado al cien por cien con un importe total de ayuda de 399.691,74 €, correspondiendo al GDR Poniente Granadino un importe de ayuda de 90.300,25 €. Esta ayuda está cofinanciada en un 90% por la Unión Europea mediante el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER), siendo la contribución financiera aportada por la Comunidad Autónoma de Andalucía el 10% restante, a través de la Submedida 19.3 “Cooperación Leader” del Programa de Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, 2014\_2022.



## 2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO DE COOPERACIÓN

La Marca de Calidad Territorial fue creada en el periodo de los dos Marcos Europeos anteriores, alcanzándose un desarrollo notable tanto de implantación territorial, por el número de territorios de Andalucía parti-

cipantes, como por el número de entidades y empresas certificadas dentro de los territorios. Además ha desarrollado un compendio normativo transversal (reglamento o carta general, reglamento del comité de gestión y control, cartas específicas sectoriales, procedimientos de evaluación y de certificación, tanto de cada marca

territorial como de empresas y entidades).

La Marca de Calidad Territorial, además de en Andalucía se ha expandido a otras Comunidades Autónomas de España, estando presente actualmente en Aragón, Castilla y León y Cantabria.

El procedimiento de certificación de las Marcas Territoria-

les como el de las entidades y empresas, extenso y laborioso, se venía haciendo mediante certificadoras externas a las marcas territoriales, con un coste estimable, proporcional a las exigencias y procedimientos establecidos por las normas.

En el periodo de transición entre el último Marco de FEADER y el nuevo, donde los



Inserción de la campaña en portadas provinciales

Grupos de Desarrollo Rural (GDR), las estructuras propietarias de dichas marcas y, por tanto, responsables del mantenimiento de los procesos de certificación y control, han estado sin financiación, desembocando en el abandono del cumplimiento previsto en las normas, han dejado de realizarse campañas de promoción, poniendo en serio peligro la continuidad y existencia de las propias marcas, generando un estado de desánimo y frustración en las entidades portadoras que pone al borde de la extinción todo el proyecto que tantos años de esfuerzo, colaboración y financiación ha supuesto.

Además, los principios de Responsabilidad Social, centrales en los principios y valores de la Marca de Calidad Territorial, hoy precisan ser revisados y actualizados con los conceptos y objetivos transversales de las políticas de la Unión Europea de igualdad de género actuales y la lucha contra el cambio climático.

En este contexto, la Marca de Calidad Territorial (MCT) "Poniente Granadino Calidad Rural" ha de plantearse mediante esta actividad de cooperación las modificaciones y cambios necesarios para su sostenibilidad económica y su funcionamiento, pudiendo sortear futuras transiciones donde de nuevo no cuente con las financiaciones públicas y para ello será preciso:

1) Actualizar los principios y valores de la MCT para incorporar las nuevas perspectivas sobre la igualdad de género, muy desarrolladas en relación a hace veinte años cuando se acordaron los principios y valores de la Marca, y el objetivo transversal de la Unión Europea de lucha contra el cambio climático.

2) Modificar las metodologías de evaluación y de certificación actuales por otras que recojan los objetivos transversales de la UE, pero con procesos aligerados, para hacerla viable económicamente, tanto en la certificación de las empresas y entidades portadoras como en la certificación de las Marcas Territoriales para ostentar "Calidad Rural".

3) Un plan integral de acciones en comunicación y promoción, incorporando nuevas herramientas de promoción, donde las redes sociales son

instrumentos indispensables, inexistentes cuando nació la MCT.

4) Estudiar vías de sustitución de la propiedad actual de la Marca de Calidad Territorial del Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino por una Asociación de entidades y empresas portadoras, aislando a las Marcas de la situación administrativa de los GDR.

### 3. CAMPAÑAS QUE SE HAN LLEVADO A CABO

#### Campaña de Reposicionamiento:

Esta primera parte, que comenzó a finales de marzo de 2022, se centraba en recuperar la credibilidad, visibilidad y confianza que tuvo en otro tiempo la marca. En sus orígenes fueron muchos los empresarios de todo el territorio que se sumaron a ella y la utilizaron como marchamo de calidad para la venta y promoción de sus productos. En la actualidad y tras las escasas campañas que se han llevado a cabo para po-

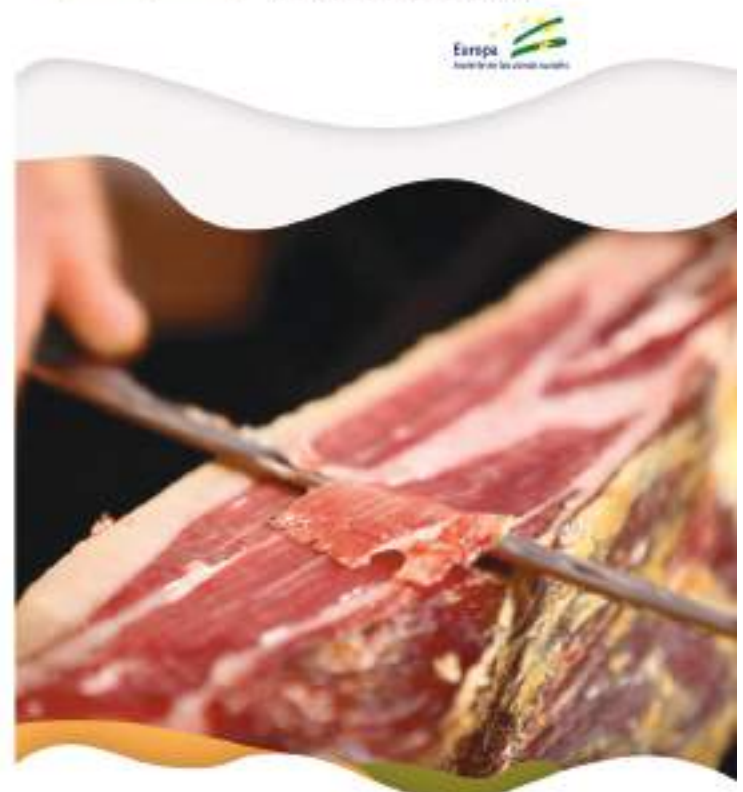
nerla en valor, sumados a los efectos económicos y sociales que ha generado la pandemia, apenas ha tenido presencia en medios de comunicación.

Por tanto era momento de conseguir revertir esta situación y generar esa imagen común para nuestros empresarios.

En esta primera fase de la campaña, como hemos comentado con anterioridad, se centró en la recuperación del nivel de credibilidad, visibilidad y confianza que tuvo en otro tiempo la marca. Poniéndola de nuevo en el panorama mediático, hemos conseguido llegar a los empresarios y entidades que puedan formar parte en un futuro inmediato de los pertenecientes a la "Marca de Calidad Rural Poniente Granadino".

Por eso era importante este reposicionamiento para que entiendan los beneficios que les reporta como poseedores de la marca y lo más importante que al familiarizarse con ella en los diversos medios de comunicación, le dotarán de un mayor valor y las empresas entenderán los beneficios que les reportarán formando parte de ella.

#### COOPERACIÓN AVE FÉNIX MARCA PONIENTE GRANADINO CALIDAD RURAL PARA SU SOSTENIBILIDAD



#### Nueva web y gestión de redes sociales



#### Promoción en interior de autobuses urbanos de Granada



Varias campañas de promoción en autobuses

#### Campaña de Difusión General:

Esta campaña comenzó a desarrollarse una vez finalizada la campaña de Reposicionamiento, es decir en el mes de septiembre. Con ese primer paso ya hemos conseguido fidelizar a los empresarios que poseen actualmente la Marca de Calidad Rural del Poniente Granadino y paralelamente crear un interés por ella para aquellas empresas que aún no están certificadas. Por tanto, es

el momento de captar su atención y sumarlas a la Marca. Para hacer más atractiva la propuesta nos hemos centrado en los diferentes sectores haciendo campañas específicas para cada uno de ellos (sector Agroalimentario, Ganadero y Turístico). Por tanto, las inserciones en medios tradicionales de esta campaña cambiaron sus creativities para acercarnos a cada sector a lo largo de los seis meses que está prevista la Difusión General.





Calidad Rural



poniente  
granadino

COOPERACIÓN AVE FÉNIX MARCA PONIENTE  
GRANADINO CALIDAD RURAL PARA SU  
SOSTENIBILIDAD

Promover el desarrollo local en las zonas rurales

**Consume productos certificados con  
la Marca de Calidad Territorial  
“Poniente Granadino Calidad Rural”**



*Visita nuestra nueva web*



*Calidad rural,  
para siempre.*





## Poseer la **Marca** de **Calidad Territorial** Poniente Granadino es **participar y colaborar en un proyecto colectivo de territorio**”

**Jose Luis Fernández** Gerente GDR Poniente Granadino

**¿Qué significa para una empresa o institución poseer la Marca de Calidad Territorial?**

Que una empresa o institución del territorio del Poniente Granadino posea el distintivo de la Marca de Calidad Territorial "Poniente Granadino Calidad Rural", significa que participa, colabora y coopera en un proyecto colectivo de desarrollo del conjunto del territorio del Poniente Granadino bajo una serie de aspectos simultáneos compartidos como aspectos económicos, ambientales, sociales y culturales, que supone el incremento de la competitividad económica, ambiental y social del Territorio del Poniente Granadino.

Es la respuesta colectiva de todo un territorio a la necesidad de inserción en la lógica de la globalización, mediante la creación de un espacio competitivo, un producto-territorio, con el que acudir a los mercados de forma que se pueda garantizar la sostenibilidad a largo plazo del propio territorio.

**¿Quién puede ser poseedor de este distintivo?**

El ámbito de aplicación de la Marca de Calidad Territorial "Poniente Granadino Calidad Rural" no se reduce solo a los bienes producidos, como por ejemplo, productos de repostería, charcutería, conservas, madera, hortalizas, aceite de oliva, miel, etc. o a los servicios que ofrezca el territorio, como por ejemplo, hoteles, casas rurales, camping, guías y restaurantes, etc., sino que da cobertura también a todos los aspectos que contiene el territorio (especificidades), abarcando incluso elementos patrimoniales de carácter colectivo (histórico, cultural, medioambiental), como por ejemplo, cascos históricos, centros expositivos, iglesias,

castillos, yacimientos arqueológicos, vías romanas, ermitas, ríos, puentes, molinos, fuentes, lavaderos, etc., así como a los propios pueblos o municipios del territorio.

Por lo tanto, la Marca puede ser otorgada a empresas privadas (productoras de bienes y servicios), entidades e instituciones públicas, asociaciones y colectivos sociales que promuevan y defiendan el patrimonio, la cultura del territorio, o los productos y servicios de las empresas con este distintivo.

**¿Hace unos meses comenzó la nueva estrategia "Ave Fénix de la Marca", ¿en qué ha consistido este proyecto?**

La Marca de Calidad Territorial fue creada en el período

de los dos Marcos Europeos anteriores, alcanzándose un desarrollo notable tanto de implantación territorial, por el número de territorios de Andalucía participantes, como por el número de entidades y empresas certificadas dentro de los territorios. La Marca de Calidad Territorial, además de en Andalucía se ha expandido a otras Comunidades Autónomas de España, estando presente actualmente en Aragón, Castilla y León y Cantabria.

El procedimiento de certificación de las Marcas Territoriales como el de las entidades y empresas, extenso y laborioso, se venía haciendo mediante certificadoras externas a las marcas territoriales, con un coste estimable, proporcional



a las exigencias y procedimientos establecidos por las normas.

En el período de transición entre el último Marco de FEADER y el nuevo, donde los

Grupos de Desarrollo Rural las estructuras propietarias de dichas marcas y, por tanto, responsables del mantenimiento de los procesos de certificación y control, han



Jornada Nacional y Asamblea General de la Asociación de la Marca de Calidad Territorial Europea en Ecija





Evento de la Marca de Calidad en la Campiña Alcores de Sevilla

estado sin financiación, desembocando en el abandono del cumplimiento previsto en las normas, han dejado de realizarse campañas de promoción, poniendo en serio peligro la continuidad y existencia de las propias marcas, generando un estado de desánimo y frustración en las entidades portadoras que pone al borde de la extinción todo el proyecto que tantos años de esfuerzo, colaboración y financiación ha supuesto.

Además, los principios de Responsabilidad Social, centrales en los principios y valores de la Marca de Calidad Territorial, hoy precisan ser revisados y actualizados con los conceptos y objetivos transversales de las políticas de la Unión Europea de igualdad de género actuales y la lucha contra el cambio climático.

En este contexto, El Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino mediante esta actividad de cooperación ha realizado las modificaciones y cambios necesarios en la Marca de Calidad Territorial "Poniente Granadino Calidad Rural" para su sostenibilidad económica y su funcionamiento, pudiendo sortear futuras transiciones donde de nuevo no cuente con las financiaciones públicas y para ello ha llevado a cabo:

a) Actualización de los principios y valores de la Marca de Calidad Territorial para incor-

porar las nuevas perspectivas sobre la igualdad de género, muy desarrolladas en relación a hace veinte años cuando se acordaron los principios y valores de la Marca, y el objetivo transversal de la Unión Europea de lucha contra el cambio climático.

b) Modificación de las metodologías de evaluación y de certificación actuales por otras que recojan los objetivos transversales de la UE, pero con procesos aligerados, para hacerla viable económicamente, tanto en la certificación de las empresas y entidades portadoras como en la certificación de las Marcas Territoriales para ostentar "Calidad Rural".

c) Un plan integral de acciones en comunicación y promoción, incorporando nuevas herramientas de promoción, donde las redes sociales son instrumentos indispensables, inexistentes cuando nació la MCT.

d) Una propuesta de constitución de una Asociación de entidades y empresas portadoras de la Marca, aislando a las Marcas de la situación administrativa de los Grupos.

¿Qué balance hace en esta recta final de la estrategia?

Que se está avanzando en conseguir la reactivación del Proyecto de Marca de Calidad Territorial en el Poniente Granadino. Además, después de casi cuatro años de abandono

del proyecto de la Marca en el territorio, estoy muy gratamente sorprendido en la participación y reacción en general positiva de las empresas y entidades del territorio en reactivar el proyecto.

¿Cómo han sido de receptivos los Ayuntamientos del territorio para sumarse a la Marca de Calidad?

La verdad que bastante receptivos. Los primeros Ayuntamientos en obtener el uso de la Marca han sido los Ayuntamientos de Salar, Loja y Algarinejo y el resto de los 20 Ayuntamientos y Entidades Locales Autónomas del territorio del Poniente Granadino, están actualmente en el proceso de evaluación y acreditación para el uso de la Marca.

¿Qué líneas estratégicas se marcarán, en torno a la Marca, una vez finalizada esta estrategia de cooperación?

Actuaciones de promoción y difusión de la Marca dentro y fuera del territorio potenciando el consumo interno y externo de productos y servicios con Marca. También se planificarán acciones de animación en el territorio para que nuevas empresas y entidades soliciten el uso de la Marca y participen en el proyecto de territorio.

¿Poseer la certificación de la Marca de Calidad también

puede ser beneficioso para que las empresas tengas más opciones de optar, por ejemplo, a las ayudas LEADER para las que actualmente está abierto el plazo de solicitud. ¿Cómo está siendo este proceso?

Efectivamente, las empresas y entidades que tengan concedido el uso de la Marca de Calidad Territorial y soliciten subvención para un proyecto de inversión a la Convocatoria en concurrencia competitiva de Ayudas Leader del Poniente Granadino, se les valora como criterio de selección del proyecto con una puntuación de 20 puntos. Por tanto, las empresas y entidades que tengan la Marca tienen más opciones de conseguir subvención en las ayudas Leader del Poniente Granadino.

¿Qué tiene que hacer un empresario para optar a la Marca de Calidad?

Una empresa o entidad que quiera solicitar el uso de la Marca de Calidad Territorial "Poniente Granadino Calidad Rural", tiene que cumplimentar y firmar una Solicitud y cumplimentar y aceptar un Documento de Aceptación de la Metodología de Concesión de la Marca.

Esto puede hacerlo dirigiéndose presencialmente a las oficinas del Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino, sitas en Avenida Rafael Pérez

del Álamo, 26; 18300 Loja. También accediendo a la página Web del Grupo de Desarrollo Rural del Poniente Granadino, cuyo enlace es el siguiente:

<https://calidadrural.poniente-granadino.org/>

¿Qué mensaje le envía a los empresarios/as del Poniente Granadino para animarlos/as a formar parte de esta familia de la Marca de Calidad?

Que se animen a solicitar la Marca de Calidad Territorial "Poniente Granadino Calidad Rural". Pues con ello, participan, colaboran y cooperan en un proyecto colectivo de poner en valor el territorio del Poniente Granadino, queremos poner en valor nuestra diferenciación como territorio único en un mercado globalizado, es decir, poner en valor nuestra especificidad y autenticidad, como los conocimientos y el saber-hacer tradicionales, nuestra forma de producir nuestros productos y nuestra forma de ofrecer servicios, unido a nuestro patrimonio cultural y natural, con el objetivo final de luchar contra la despoblación y mantener vivos todos los pueblos del Poniente Granadino, donde vivan personas que puedan optar a un nivel de vida razonable y que puedan tener las mismas oportunidades que las personas que viven en las zonas urbanas.

## Empresas con la Marca de Calidad Rural

Pertenecer a la **Marca de Calidad** es sinónimo de **garantía** de **calidad** y **frescura** de nuestros productos”

**Confitería Bonachera** Desde 2019

¿Qué te motivó a pertenecer a ella? Consideramos que pertenecer a la Marca de Calidad es sinónimo de garantía de calidad y frescura de nuestros productos. Para formar parte de ella, desde el Grupo de Desarrollo del Poniente, nos piden a las empresas que cumplamos una serie de estándares de sostenibilidad, eficiencia y responsabilidad social en nuestra producción.

¿Crees que es un buen argumento para mejorar los productos y servicios del territorio? Sin duda alguna. El simple hecho que querer optar a pertenecer a este grupo de empresas es una auto exigencia para cada uno. Esta denominación engloba el convencimiento por el desarrollo de nuestra comarca, nuestras gentes y nuestros productos.

¿Cómo crees que te ayuda en tu negocio poseer este distintivo? Cada vez hay más clien-

tes que no se conforman en un producto cualquiera, sino que busca que la empresa que lo produce sea sostenible y cumpla ciertos parámetros.

Pertenecer a este grupo de empresas, de diversos sectores, nos da una visibilidad en conjunto. Quien esté buscando un producto certificado de alojamientos rurales, por ejemplo, va a poder acceder a los restaurantes o empresas gastronómicas que poseen la Marca de Calidad. Así todos nos beneficiamos porque accedemos no solamente a un cliente local o comarcal, sino que cualquier cliente de España que pase por el Poniente puede saber que productos tienen la garantía de calidad que aporta esta marca.

¿Actualmente se está desarrollando una campaña de promoción de la Marca? ¿Crees que es necesario darle visibilidad a esta denominación? Es cierto que en los últimos años

prácticamente no se ha promocionado la Marca de Calidad. Esto evitaba que se sumaran empresas, pero también que las que estábamos pudiésemos ofrecer nuestro distintivo como un valor añadido a nuestros productos. No dejamos de ser un grupo de empresas de distintos sectores que damos lo mejor de nosotros mismos para que ganemos todos. Por eso hay que fomentar más la promoción de la Marca de Calidad como marca genérica y que cada uno en nuestros productos la incluyamos para que el cliente se vaya familiarizando con el emblema.

¿Desde hace unos meses se están sumando más empresas y entidades a la Marca de Calidad? ¿Cómo crees que ayudará esto a potenciarla? Como apuntaba antes cuantos más seamos mejor. Esto no es cuestión de competencias de unos sobre otros, sino todo lo contrario. La unión hace la fuerza, si hay un evento donde podamos acudir la mayoría de nosotros



es bueno para promocionar nuestro producto en particular, pero también la comarca en general. En el Poniente se trabaja muy bien y ese tirón tiene que ser aprovechado por todos. Al final el que venga al Poniente a pasar un fin de semana puede dormir en un establecimiento con la Marca, comer en un buen restaurante, comprar algún producto típico, y en mi caso, probar los maravillosos Roscos de Loja y llevarlos a su ciudad para compartirlos con sus familiares y amigos.

¿A nivel de tu empresa ¿Qué retos se te plantean para este nuevo año? Cada día es un

reto para nosotros para seguir creciendo. La verdad es que no paramos porque nos gusta estar presente en las ferias y eventos a los que es posible nuestra asistencia. De hecho solemos estar en Fitur cada año y en la Feria de los Pueblos de Granada, donde representamos a nuestro territorio. Pero también, formar parte de Sabor Granada, nos abre muchas puertas para llevar el Rosco de Loja a cualquier rincón del mundo.

Como siempre seguiremos muy comprometidos con las causas solidarias de Loja y siempre estamos dispuestos a endulzar cualquier acontecimiento.

Ofrece a los consumidores demandantes de este tipo de productos **confianza** y **seguridad**”

**Carnicería Zacatín** Desde 2006

¿Qué te motivó a pertenecer a ella? Teniendo en cuenta nuestra preocupación por la calidad del producto y de la materia prima que siempre hemos vigilado al máximo tanto propia como de proveedores, reconozco que somos capaces de servir un producto final artesano a nuestros clientes. Además, el hecho de pasar por un control de calidad que lo certifique es una muy buena opción, sobre todo, nos indica que lo estamos haciendo bien.

¿Crees que es un buen ar-

gumento para mejorar los productos y servicios del territorio? Bueno, más que por mejorar los productos certificados como he dicho antes que estamos en el buen camino, más que nada un control de calidad.

¿Cómo crees que te ayuda en tu negocio poseer este distintivo? A darle al cliente más confianza sobre el producto que consume ya que este está sometido a un control externo.

¿Actualmente se está desarrollando una campaña de promoción de la Marca? ¿Crees

que es necesario darle visibilidad a esta denominación? Considero que siempre es bueno dar visibilidad a cualquier cosa que someta a las empresas a mejorar la calidad de los productos.

¿Desde hace unos meses se están sumando más empresas y entidades a la Marca de Calidad? ¿Cómo crees que ayudará esto a potenciarla? Bueno, como he mencionado anteriormente, un control de calidad ofrece a los consumidores demandantes de este tipo de productos confianza y seguridad.

Cuantas más empresas formen parte de esta entidad, mayor



será su difusión para también futuros nuevos clientes.

¿A nivel de tu empresa ¿Qué retos se te plantean para este nuevo año? Entre otros la cap-

tación de nuevos clientes con nuestra presencia en redes sociales y web que aprecien la calidad de nuestros productos.

## Empresas con la Marca de Calidad Rural



La Marca es un instrumento que **promueve la calidad** del producto, **la sostenibilidad** y **la economía**”

**Restaurante Flati Desde 2007**

¿Qué te motivó a pertenecer a ella? Nuestra empresa fue una de las primeras en participar en este proyecto, animados por el Grupo de Desarrollo y considero que la marca es un instrumento que promueve la calidad del producto, la sostenibilidad y la economía.

¿Crees que es un buen argumento para mejorar los productos y servicios del territorio? La Marca de Calidad Territorial es un argumento importante porque nos vendemos todos a todos, yo vendo a un proveedor, ellos me venden a mí, es algo muy bonito que

hace crecer el territorio y así conseguimos que las marcas se retroalimenten.

¿Cómo crees que te ayuda en tu negocio poseer este distintivo? Hemos sido participes en varias reuniones y eventos, creando una gran familia rural a través del producto, la gastronomía y el territorio.

¿Actualmente se está desarrollando una campaña de promoción de la Marca? ¿Crees que es necesario darle visibilidad a esta denominación? Sí, todo lo que sea darle visibilidad es importante, porque es un certificado de calidad,

todos los clientes que buscan la marca buscan algo especial, algo a cambio.

¿Desde hace unos meses se están sumando más empresas y entidades a la Marca de Calidad? ¿Cómo crees que ayudará esto a potenciarla? Cuanta más gente haya involucrada mejor, porque todos nos retroalimentamos de todos.

¿A nivel de tu empresa ¿Qué retos se te plantean para este nuevo año? Espero que la marca se retome con más fuerza, dándole una mayor visibilidad, con más información consiguiendo que el territorio crezca y que más clientes lleguen a través de la Marca de Calidad Territorial.



Promueve productos de **calidad** de la **zona del Poniente**”

**Quesos Montefriños Desde 2006**

¿Qué te motivó a pertenecer a ella? Consideramos que la marca promueve productos de calidad de la zona del poniente, eso con un distintivo puede ser de ayuda para vender más, además de cumplir con las normas que la marca promueve tanto de calidad, sostenibilidad, medio ambiente y económicamente.

¿Crees que es un buen argumento para mejorar los productos y servicios del territorio? En el poniente tenemos grandes productos tanto de alimentación como de turismo que se han de promover por su valor y características propias de esta zona.

¿Cómo crees que te ayuda en tu negocio poseer este distintivo? Hasta el día de hoy nos han ayudado a dar a conocer nuestro producto y la zona, pero sí que es verdad que hay que promocionar mucho más la marca, no sólo lo que es el

GDR, sino las propias empresas que poseen la marca. Todos juntos promocionando la marca de calidad será mucho más efectivo.

¿Actualmente se está desarrollando una campaña de promoción de la Marca? ¿Crees que es necesario darle visibilidad a esta denominación? Totalmente, como he dicho antes, es muy necesario que no se pierda esta marca ya que conlleva mucho trabajo y esfuerzo y sería una pena retroceder todo lo andado.

¿Desde hace unos meses se están sumando más empresas y entidades a la Marca de Calidad? ¿Cómo crees que ayudará esto a potenciarla? Es evidente, que la unión hace la fuerza y cuanto más mejor, al final lo que promueves es un territorio donde se trabaja con calidad por y para el territorio, y es nuestro territorio, debemos



apostar por él.

¿A nivel de tu empresa ¿Qué retos se te plantean para este nuevo año? Bueno es año complicado, este 2023 se esperan muchas complicaciones, estamos en una época donde falta

personal para trabajar, las materias primas tienen los precios desorbitados, la luz, el combustible, nada de esto ayuda mucho. Nuestro reto ahora mismo es poder mantener nuestra calidad, evidentemente se suben

precios, pero no queremos perder nuestro sentido del trabajo, hacer un producto de calidad siguiendo todas las normas. Y seguir promocionando nuestro producto en las distintas ferias a las que podamos asistir.

## Empresas con la Marca de Calidad Rural

**Ayuda dándole más prestigio al producto y generando un mayor interés”**

**Cafetería Pastelería Balada Desde 2012**

¿Qué te motivó a pertenecer a ella? Lo que nos motivó tener esta marca de calidad fue el ofrecer a nuestros clientes una información sobre nuestro producto que realzara mucho más su conocimiento así como hacer saber a todo aquel consumidor que nuestro producto ha pasado por una serie de constataciones de calidad que lo hacen único y que es elaborado de forma artesanal. En otras palabras, lo que nos motivó fue darle mayor prestigio a nuestro producto. ¿Crees que es un buen argumento para mejorar los

productos y servicios del territorio? Si, ya que obtener la marca de calidad rural da un mayor conocimiento del producto en varios territorios. ¿Cómo crees que te ayuda en tu negocio poseer este distintivo? Este distintivo ayuda en mi negocio dándole más prestigio al producto y generando un mayor interés en el público a la hora de comprarlo. ¿Actualmente se está desarrollando una campaña de promoción de la Marca ¿Crees que es necesario darle visibilidad a esta denominación? Sí, de manera que otros pro-



ductos que no la posean puedan acceder a ella. ¿Desde hace unos meses se están sumando más empresas y entidades a la Marca de Calidad ¿Cómo crees que ayudará esto a potenciarla? La suma de más empresas y

entidades ayudará a potenciarla sin alguna duda, ya que a mayor afiliación que tenga la marca, mucho más conocida y sonada será, haciendo que el público sepa de qué trata y los procesos que tiene que pasar cada producto para poseerla.

¿A nivel de tu empresa ¿Qué retos se te plantean para este nuevo año? Seguir trabajando en nuestro producto, darlo mucho más a conocer y ofrecer a los consumidores un producto que cumple con todos los requisitos de calidad.

**Buena herramienta para potenciar las pequeñas empresas del mundo rural”**

**Aceites Algarinejo Desde 2007**

¿Qué te motivó a pertenecer a ella? Pensamos que sería una buena herramienta para potenciar las pequeñas empresas del mundo rural que hacen subsistir estos territorios. ¿Crees que es un buen argu-

mento para mejorar los productos y servicios del territorio? La verdad que la mayoría de las empresas saben elaborar y dar servicio, lo que creo que nos falta es ser eficientes y sobre todo tener la mentalidad de

hacer una economía circular, sostenible y ayudarnos unos a los otros con sinergias que nos ayudan a todos. ¿Cómo crees que te ayuda en tu negocio poseer este distintivo? Pues la verdad la pena que pasados casi 20 años de poseerlo aún no saben reconocer la mayoría de nuestros cliente, algo no se está haciendo bien.

¿Actualmente se está desarrollando una campaña de promoción de la Marca ¿Crees que es necesario darle visibilidad a esta denominación? Si es una labor que de aquí hacia atrás quizá no se realizó bien, por tanto pienso que se debe seguir haciendo para dar visibilidad a la marca y al territorio del poniente. ¿Desde hace unos meses se están sumando más empresas y entidades a la Marca de Calidad ¿Cómo crees que ayudará esto a potenciarla? Si cuantos más seamos mejor, tendremos

la posibilidad de cruzar más sinergias y además nos será más factible a todos soportar los gastos. ¿A nivel de tu empresa ¿Qué retos se te plantean para este nuevo año? Los retos de una empresa más menos todos los años son iguales, aunque en éste mundo tan cambiante también van cambiando, por tanto los retos para éste 2023 serán inversión en proyectos de ahorro energético, participar y colaborar en un proyecto de economía circular de nuestros subproductos.



## Empresas con la Marca de Calidad Rural

Nos hacen a todos **esforzarnos** aún más si cabe en **mejorar** cada día en nuestros **servicios** y **productos**”

Restaurante Asador Pato Loco Desde 2020

¿Qué te motivó a pertenecer a ella? Por un lado quería dar prestigio a mi local con una marca de calidad y por otro contribuir a desarrollar una red en la que hagamos crecer en el desarrollo de nuestro territorio.

¿Crees que es un buen argumento para mejorar los productos y servicios del territorio? Por supuesto, este tipo de marcas nos hacen a todos esforzarnos aún más si cabe en mejorar cada día en nuestros servicios y productos.

¿Cómo crees que te ayuda en tu negocio poseer este distintivo? Como dije antes, prestigiándolo, pero también ayudando a crear una red entre

agricultores, ganaderos, servicios, etc.

Actualmente se está desarrollando una campaña de promoción de la Marca ¿Crees que es necesario darle visibilidad a esta denominación? Es muy necesario dar visibilidad a la marca y hacer pedagogía para que se sumen el mayor número posible de agentes implicados, ya que con esto nuestro territorio ganará peso y fuerza.

Desde hace unos meses se están sumando más empresas y entidades a la Marca de Calidad ¿Cómo crees que ayudará esto a potenciarla? Esta es la mejor manera de potenciarla, que se sumen el mayor número



ro de empresas y entidades. Que esa red de conexión entre distintos sectores no pare de crecer, porque esto hará que seamos más competitivos.

A nivel de tu empresa ¿Qué retos se te plantean para este nuevo año? Seguir siendo muy exigentes con nuestros estándares de calidad, tanto en

servicio como en productos. Ser competitivos a pesar del aumento de costes que estamos viviendo, especialmente suministro eléctrico.

 **Calidad Rural**

#calidadrural

Consume productos  
**Calidad Rural**

Apuesta por tu territorio  
Apuesta por tu identidad  
Apuesta por lo tuyo





## Poniente Granadino

# 'La última frontera de Al Andalus'

"La última frontera de al Andalus" da cobertura general al discurso histórico del territorio en su principal apreciación distintiva: El Poniente Granadino como escenario de dos modelos enfrentados de comprender el mundo la cultura andalusí y la cultura renacentista.

Es la principal línea temática del territorio que da coherencia a Nuestra Realidad Territorial con una Singularidad Única, importante legado (de lo que somos) que se manifiesta en:



ORGANIZACIÓN DEL MEDIO AGRÍCOLA Y VARIEDAD DE PRODUCTOS CULTIVADOS



TRADICIONES Y FIESTAS LOCALES  
Indensarios Semana Santa Loja



PATRIMONIO NATURAL  
Las Chorreras, Loja



ORGANIZACIÓN URBANA Y MONUMENTOS  
Castillo de Moclin



NUESTRA GASTRONOMÍA



ORGANIZACIÓN URBANA Y MONUMENTOS  
Iglesia de Montefrío



ORGANIZACIÓN URBANA Y MONUMENTOS  
Fuente de los 25 Caños, Loja



PATRIMONIO NATURAL  
Peña de los Gitanos, Montefrío



PATRIMONIO NATURAL  
Pico la Maroma, Parque Natural Sierra de Tejeda, Almijara y Alhama



## TERRITORIO DE FRONTERAS

Concebimos nuestro territorio como un "Territorio Museo" a cielo abierto, capaz de dar contenido a la idea común de "La Última Frontera de Al Ándalus", y aglutinando el discurso interpretativo central del territorio del Poniente Granadino como "Territorio de Fronteras" que se ha declinado en diferentes líneas temáticas (ideas/ atribuibles a cada uno de los principales aspectos distintivos del territorio:

### Los pilares de la frontera

Se refiere a un argumento específico de ese concepto fronterizo bajo tal denominación argumentamos la presentación de la arquitectura militar de frontera andalusí torres atalaya, torres de alquería, castillos y alcazabas.

### Frontera entre la Vida y la Muerte

No son pocos los vestigios que guarda nuestra tierra relacionados con la forma de afrontar la muerte desde los diferentes momentos históricos. En concreto, el megalitismo constituye un elemento de referencia cultural en nuestra tierra, presente tanto en las áreas más septentrionales como en el entorno del Pantano de Los Bermejales.

### La Frontera de la luz

El territorio del Poniente Granadino, en términos geológicos, se desarrolla sobre un sistema calizo importante, sujeto a procesos de kárstificación relevantes. Como consecuencia de ello, el patrimonio geológico (de subsuelo) del Poniente Granadino puede ser presentado, igualmente, como un atributo de identidad común: cuevas, simas, poljes, fallas, fenómenos desarrollados en plena frontera de la luz.

### Una frontera al natural

La superficie total del Poniente Granadino participa de tres unidades geomorfológicas bien diferenciadas: las alturas serranas, las vegas y regadíos y entre ellas, las campiñas de mediana altura, los secanos ondulantes y "En esa clave es también explicable el paisaje de nuestro territorio, con su

medio biótico correspondiente, con sus alteraciones antrópicas inevitables, marcando también la frontera entre el paisaje " y el paisaje " por la acción humana.

### En la frontera de las Ideas

Sirve para desarrollar un interesante eje temático en torno al modo "en que se relaciona la evolución del pensamiento histórico entre las distintas épocas. Así se definen "interfaces culturales"(o fronteras metafóricas) entre el pensamiento islámico andalusí y el Renacimiento entre este y el pensamiento barroco entre este, a su vez, y el propio del neoclasicismo entre este y el romanticismo. Todas ellas, formas de pensar, representadas en el Poniente Granadino por medio de su patrimonio histórico.



Mirador de la Vega



Tumbas de Moclin



Castillo de Moclin



Panorámica nocturna de Montefrío



La cueva del Boquete de Zafarraya



Los productos y servicios de las empresas y entidades que llevan esta etiqueta "Calidad Rural Poniente Granadino", significa que están contribuyendo a poner en valor nuestros recursos locales, nuestra autenticidad rural, tradición, el saber-hacer, en un proceso hacia la mejora de la calidad de vida de la población del Poniente Granadino.

En definitiva, el sello "Calidad Rural Poniente Granadino" es la imagen de un proyecto común de todos los colectivos del Poniente Granadino (agentes sociales, empresariales, e institucionales) que cooperan entre si para lograr un desarrollo sostenible, equilibrado e integrador y dar respuesta a los retos y desafíos actuales (cambio climático, energías renovables, gestión del agua y protección de la biodiversidad).

