

BOLETÍN INFORMATIVO Número 2 Abril 2010

Desarrollo del proyecto

Tras la primera reunión transnacional celebrada en León, a cada uno de los socios del proyecto Myrcas se les hizo entrega del acta correspondiente a dicha reunión. El acta muestra el compromiso de todos y cada uno de los socios del proyecto para ejecutar las acciones encaminadas a cumplir con los objetivos planteados.



Logotipo

La primera medida planteada consistió en la elaboración de un logotipo que representase la filosofía del proyecto.

El promotor presentó 3 modelos en la primera reunión transnacional, de los cuales, por unanimidad se eligió el que actualmente se está utilizando como símbolo de identificación y promoción del proyecto.



Página web

A continuación, el promotor (IRMA SL) comenzó la puesta en marcha de la página web del proyecto; poniéndose en funcionamiento a finales del mes de Febrero. El dominio de la página web es www.myrcas.com y el objetivo planteado es dar a conocer a los destinatarios del proyecto y al público en general, la propia temática del proyecto así como facilitar la difusión y la transferencia de todos los resultados del proyecto. A través de un apartado de noticias, los destinatarios del proyecto podrán seguir el desarrollo del proyecto, descargándose los boletines informativos que son de carácter trimestral.

Durante los meses de Marzo y Abril, el resto de socios del proyecto Myrcas realizaron las correspondientes traducciones a sus respectivos idiomas de la información colgada en la página web, de tal modo que actualmente la página web está disponible en los 6 idiomas de los socios y en inglés.

Folleto informativo

El promotor del proyecto Myrcas y el socio ADESPER desarrollaron el contenido del folleto informativo y lo tradujeron al inglés. Posteriormente el borrador del boletín fue enviado a los socios del proyecto para que realizasen las aportaciones que fuesen oportunas. Finalmente, se procedió a su maquetación y traducción en el resto de idiomas de los socios del proyecto. La presentación oficial del folleto informativo tendrá lugar en la segunda reunión transnacional que transcurrirá en Rumania.

ACUERDO nº: ES/09/LLP-LdV/TOI/149060 - PROYECTO nº: 2009-1-ES1-LEO05-10359

Myrcas: Transferencia y adaptación de itinerarios formativos para la cualificación en el medio rural

Boletines informativos

El promotor (IRMA SL) realizó el primer boletín informativo, que inmediatamente fue colgado en la página web del proyecto en formato pdf. El resto de socios lo tradujeron a sus respectivos idiomas y también fueron colgados en la web.

Actualmente, se está redactando el II boletín informativo a cargo del socio español ADESPER.

Estudio de necesidades

Una de las acciones principales del proyecto consiste en la realización de un estudio de detección de necesidades formativas en cada una de las regiones de los socios del proyecto. Se trata de una acción que hay que realizar al principio del proyecto, puesto que de los resultados del estudio dependerá el enfoque de posteriores acciones previstas.

El promotor ha centrado su estudio en la Montaña Leonesa (España) y el socio ADESPER en la comarca de El Bierzo (León – España). Otros socios que han realizado el pertinente estudio son AD RAT, cuyo estudio se ha centrado en el alto Tâmega (Portugal), y Nitra-Agroinstitut (Eslovaquia). Todos ellos han enviado un breve resumen con la descripción del área de acción, metodología utilizada y resultados obtenidos al promotor del proyecto Myrcas, el cual se encuentra analizando los datos para sacar conclusiones que serán de utilidad para la posterior aplicación de nuevas acciones.

“Castañas Naiciña”, un pequeño negocio familiar con importante presencia internacional

La empresa “Castañas Naiciña” se presentará en el II Día Gallego del Emprendedor como un ejemplo de negocio con éxito en el ámbito rural. Nació como un negocio familiar que prosperó hasta situarse en los primeros puestos del mercado internacional de su sector.

En Chantada, la familia Areán González se dedicaba desde 1972 a la comercialización de productos agrícolas,

cuando en el año 1985 apostaron por el mercado de la castaña.

Decidieron especializarse en su elaboración y distribución, invirtiendo en tecnología con una modernización constante de su maquinaria, pero conservando inalterable la elaboración tradicional.



“Castañas Naiciña” se adaptó a las demandas del consumidor, modificando las tipologías de los envases y diversificando la producción, incorporando nuevos productos basados en la misma materia prima e introduciendo otros transformados.

La empresa tiene en estos momentos una importante presencia en el ámbito internacional. Sus productos están presentes en toda España, Europa e incluso en Latinoamérica.

Miguel Ángel Areán se dio cuenta de que “si no se apostaba por la industrialización para añadirle valor a la materia prima, los mercados terminarían por prescindir de nosotros. No había viabilidad como simples vendedores de una mercancía”.



La empresa comenzó siendo un agente comercial dedicado fundamentalmente a la castaña. En la actualidad el negocio familiar, tras

numerosos pasos adelante en la cadena de transformación de este fruto típico, produce castaña seca, pelada-congelada, harina de castaña –de la que son los únicos productores españoles-. También comercializa nuevos transformados como marrón en almíbar, puré o crema de castaña, entre otras variedades.

Con el apoyo del Programa de Aprendizaje Permanente de la Unión Europea

ACUERDO nº: ES/09/LLP-LdV/TOI/149060 - PROYECTO nº: 2009-1-ES1-LEO05-10359

Myrcas: Transferencia y adaptación de itinerarios formativos para la cualificación en el medio rural