

ANEXO VIII

INFORME RESUMEN JUSTIFICATIVO- FICHA RESUMEN.

Justificación junio 2023.

Tipo de informe (marcar el que proceda):

Anual, proyecto en curso (se presentará en la justificación de octubre o en la de junio si se justifica la anualidad entera en este mes)

Final de proyecto (justificación de junio o de octubre, en función de cuando termine el proyecto). Se acompañará de power point de 30 imágenes de las distintas fases con una breve explicación de cada una de ellas.

Nº Código del grupo de cooperación: GCP2020-0053-00
Nombre del grupo de cooperación: <u>ALIANZA AGROALIMENTARIA ARAGONESA. ESTRATEGIA CONJUNTA DE COMUNICACIÓN</u>
Ámbito de actuación (señalar el que corresponda: productividad y sostenibilidad de explotaciones, mejora del regadío o aumento del valor añadido): a) Gestión eficiente de recursos naturales y de inputs. b) Desarrollo y promoción de cadenas de distribución cortas y de mercados locales. c) Protección del medio ambiente
Número de miembros del grupo: Beneficiarios: <ul style="list-style-type: none">- Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Aragón, Navarra y País Vasco- Col. Ingenieros Técnicos Agrícolas y Peritos Agrícolas de Aragón.- UNIÓN DE AGRICULTORES Y GANADEROS DE ARAGÓN (UAGA-COAG)- JÓVENES AGRICULTORES DE ARAGÓN, ASAJA ARAGÓN- UNIÓN DE PEQUEÑOS AGRICULTORES DE ARAGÓN (UPA-ARAGÓN) Miembros no beneficiarios: <ul style="list-style-type: none">- Asociación de industrias de la Alimentación de Aragón- Colegio oficial de veterinarios de Teruel- Colegio oficial de veterinarios de Huesca- Colegio oficial de veterinarios de Zaragoza- Federación Aragonesa de Cooperativas Agroalimentarias- Universidad de Zaragoza
Reseña de reuniones celebradas: 1.- De coordinación del grupo: - 22/02/2023 reunión global de coordinación. Realización de análisis de tareas realizadas en el marco del grupo hasta el momento y propuesta de acciones a futuro. Se acuerda también en la reunión la presentación en la siguiente convocatoria de un nuevo grupo de cooperación sobre la misma temática para realización de acciones complementarias en la materia. -05/05/2023 reunión global de coordinación realizada en el marco de su reunión de trabajo interna anual de la AAA, en ella se abordaron los avances en la definición de las acciones finales del grupo concretando ya las mismas. - 29/08/2023 reunión de todo el grupo para validación de propuestas finales del grupo y su inminente ejecución: cierre y notas finales para congreso/jornada campo ciudad (20 septiembre), acción de difusión a nivel nacional con RNE para la difusión de la importancia del sector agroalimentario a toda la sociedad 2.- Entre beneficiarios o socios del propio grupo: - 01/12/2022 Reunión del coordinador del grupo con la asistencia técnica de comunicación para planteamiento de posibles acciones de cierre de grupo (jornadas, videos, colaboración con DPZ en proyecto "Escuela de campo", colaboración con las televisiones y radios públicas tanto autonómicas como nacionales

para apoyo a la difusión, etc)

3.- Miembros del grupo con entidades externas:

-20/03/2023 Reunión del coordinador del grupo con la asistencia técnica de comunicación y Miguel Ángel Mainar para estudio de acciones concretas a desarrollar hasta el final del grupo (Congreso Campo-ciudad, Acciones formativas sobre comunicación sobre para cúpulas directivas de empresas y entidades del sector agroalimentario, y realización de propuesta presupuestaria de las acciones)

-16/05/2023 Reunión del coordinador del grupo con la asistencia técnica de comunicación y Miguel Ángel Mainar. 1ªreunión monográfica sobre el congreso/jornada campo-ciudad, propuesta de fecha, posibles ponentes y lugar de realización.

-24/05/2023 Reunión del coordinador del grupo con la asistencia técnica de comunicación y Miguel Ángel Mainar. 2ªreunión monográfica sobre el congreso/jornada campo-ciudad, avances con más ponentes y entidades colaboradoras.

Descripción de los trabajos realizados por el grupo y cronograma (resumen):

Se relatan a continuación, de forma resumida, los trabajos realizados en todo el grupo de cooperación

- Se ha definido una estrategia de comunicación innovadora, para la transmisión de mensajes positivos sobre el sector agroalimentario.
- Se ha mejorado la de web Alianza (www.alianzaagroalimentariaaragonesa.com) insertándose asimismo los contenidos desarrollados en el marco del proyecto. Ese elemento es básico para la comunicación de mensajes a la sociedad.
- Se ha realizado la divulgación de las acciones a través de las redes sociales puestas en marcha en el marco del proyecto y se ampliando su ámbito de actuación (se han conseguido más seguidores) y lanzando mensajes a través de ellas. (Twitter y youtube)
- Realización de numerosos videos con personajes reconocidos de todos los sectores en los que trasladan su opinión sobre la importancia del sector agroalimentario y el medio rural
- Creación del apartado "Escuela de Familias en Agroalimentación", un espacio digital donde se insertan artículos para la población en general, con bastante éxito y se coloca un artículo de relevancia mensual. Tiene un número importante de suscriptores.
- Realizadas visitas, de personas del sector (agricultores/as, ganaderos/as, científicos/as, ingenieros/as, etc...), etc, a colegios de educación primaria para trasladar la importancia del sector entre los pequeños y pequeñas.
- Se ha realizado la grabación de videos dirigidos a colectivos de bachillerato para dar a conocer posibilidades a futuro del sector de cara a despertar vocaciones (estudiantes, profesionales, investigadores.
- Se ha tenido presencia en varios eventos para dar a conocer los objetivos del proyecto: el mercado agroalimentario de la Universidad de Zaragoza, y la Noche de los investigadores.
- Se puso en marcha un "escape room" dirigido a estudiantes de 5º y 6º de primaria. Una aplicación informática con elementos sobre el sector interesantes.
- Se ha realizado un evento de calado para sentar las bases del entendimiento entre lo urbano y lo rural, cada vez más distancia. De este macro-evento saldrán unas conclusiones que serán aplicables para el futuro proyecto y para ser la base de futuros debates.
- Se ha realizado un programa de difusión a nivel nacional con Radio Nacional de España (No es un día cualquiera) programa con un público asiduo y numeroso en el que se ha debatido sobre la importancia para toda la sociedad de lo "rural" y del sector agroalimentario.

Objetivos alcanzados (si no se han alcanzado los objetivos esperados, indicarlo):

- Definición y ejecución de la estrategia de comunicación innovadora
 - Mejora web de la Alianza y su visibilidad
 - Potenciación de las redes sociales de la AAA (Twitter y youtube) y mejora sustancial del número de seguidores.
 - Generación de contenidos a modo de artículos y videos para la sociedad en general sobre el sector agroalimentario
 - Estrategia en colegios e institutos, con acciones dirigidas a alumnos de educación primaria y secundaria para trasladar alumnos la importancia del sector agroalimentario.
- Como se ha podido ver en las acciones realizadas que se señalan en el anterior punto, se ha cumplido con lo establecido originalmente en el proyecto

Descripción de los potenciales beneficiarios de los objetivos alcanzados (p.e.: regantes, ganaderos de ovino, industrias conserveras...):

En el proyecto se identificaba dos potenciales beneficiarios o destinatarios de los objetivos del proyecto

- La sociedad en general, a quién han ido dirigidos los mensajes elaborados en el Grupo.
- Pertenecientes al sector agroalimentario, contando entre con cualquier eslabón de la cadena agroalimentaria, desde el agricultor/empresario agroalimentario, la industria transformadora y la comercialización.

Los mensajes lanzados hasta el momento, a través de las RRSS han sido dirigidos a ambos ámbitos, Escuela de familias en agroalimentación se dirige a la sociedad en general así como también los videos con personalidades. Las acciones dirigidas a escolares, van dirigidas a estos pero gamificadas por edad .

Las conclusiones lanzadas a través de los medios de comunicación han sido dirigidas hacia el público en general.

Conclusiones del proyecto (éxito o fracaso del proyecto y motivos, si es aplicable en el sector al que va dirigido, si debe tener continuidad, etc.):

Se ha conseguido de forma parcial el objetivo principal del proyecto que era la *mejora de la visibilización social del sector agroalimentario entre la sociedad*. El objetivo que se persigue en el proyecto es de un calado y nivel muy elevado por ello no se alcanzan sus objetivos en un corto plazo de 3-4 años, se debe establecer estrategias a largo plazo para seguir mejorando la imagen que la sociedad tiene sobre el medio rural y los productores y productoras de alimentos.

Por ello, y a la vista de estas conclusiones, se debería dar continuidad a este proyecto e incluso elevar su proyección a nivel nacional pues no se trata de un problema exclusivamente regional, sino que trasciende esta demarcación.

Indicar los medios de divulgación de los resultados obtenidos (publicaciones, manual de buenas prácticas, recomendaciones, folletos divulgativos, página web u otros):

A través de las redes sociales del Grupo se van lanzando mensajes.
- La página web de la Alianza, es el otro medio de divulgación utilizado.

También a través de medios de comunicación de ámbito autonómico (RNE-Aragón) y de medios nacionales (RNE-No es un día cualquiera) se ha sido capaz de trasladar mensajes a un ámbito muy grande, especialmente entre la sociedad en general.

Escuela de familias en Agroalimentación va surtiendo de mensajes esa página web.
- Youtube es un canal muy utilizado para llevar a la sociedad los mensajes de la AAA
- Se ha llegado a escolares de forma directa

También se han elaborado folletos informativos así como infografías para dar a conocer el proyecto y concretamente la iniciativa Escuela de Familias y el Escape Room Aduana Triple A

En Zaragoza a fecha de la firma electrónica

Firmado: La persona coordinadora.

Ángel Jiménez Jiménez