

**ANEXO VIII**  
**Convocatoria 2016. Justificación octubre 2018.**

Tipo de informe (marcar el que proceda):

- Anual, proyecto en curso (justificación de octubre)
- Final de proyecto (justificación de junio o de octubre, en función de cuando termine el proyecto). Se acompañará de power point de 30 fotografías.

**INFORME RESUMEN JUSTIFICATIVO- FICHA RESUMEN.**

<b>Nº Código del grupo de cooperación:</b> GCP-2016-0003-00
<b>Nombre del grupo de cooperación:</b> Grupo de Cooperación para el aumento del valor añadido del Ternasco de Aragón IGP a través del estudio y la divulgación de los nuevos cortes.
<b>Ámbito de actuación (señalar el que corresponda: productividad y sostenibilidad de explotaciones, mejora del regadío o aumento del valor añadido):</b> Aumento del valor añadido.
<b>Número de miembros del grupo:</b> 3 <b>Beneficiarios:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pastores Grupo Cooperativo</li><li>• Ganaderos desde 1218 SL</li></ul> <b>Miembros no beneficiarios:</b> 1 <ul style="list-style-type: none"><li>• Consejo Regulador de la IGP Ternasco de Aragón</li></ul>
<b>Reseña de reuniones celebradas:</b> 1.- De coordinación del grupo: <ul style="list-style-type: none"><li>• Reuniones para fijar la planificación de las actuaciones a realizar del proyecto con cargo al presupuesto 2018, así como fijar los objetivos en la ejecución de las mismas.</li><li>• Planificación entre los miembros del grupo para fijar un calendario aproximado de las jornadas a desarrollar con cargo al presupuesto 2018, así como analizar los contenidos y materiales para el desarrollo de las mismas.</li><li>• Reunión anual de análisis de los resultados obtenidos y revisión de los planes ejecutados.</li><li>• <b>Reunión para la recopilación de documentación justificativa del expediente del proyecto.</b></li></ul> 2.- Entre beneficiarios o socios del propio grupo: <ul style="list-style-type: none"><li>• Reuniones para analizar los principales públicos objetivos sobre los que actuar y concretar las vías de comercialización sobre las que trabajar para potenciar la divulgación de los nuevos cortes en 2018.</li></ul> 3.- Miembros del grupo con entidades externas: <ul style="list-style-type: none"><li>• Reuniones con la agencia de comunicación para planificar las jornadas de divulgación a realizar así como los soportes gráficos a utilizar y la evaluación de diseños en materiales.</li><li>• Reuniones de exposición del plan previsto para el presupuesto 2018, de desarrollo de actividades y de análisis de resultados con clientes.</li></ul>

**Descripción de los trabajos realizados por el grupo y cronograma (resumen) en 2018:**

- Elaboración de plan de acciones de divulgación y prescripción a los diferentes perfiles de público objetivo determinados en el proyecto.
- Jornadas de divulgación y degustación de nuevos cortes de Ternasco de Aragón en puntos de venta dirigidas al consumidor.
- Jornadas de formación, divulgación y degustación de nuevos cortes de Ternasco de Aragón con el sector de la distribución.
- Acciones de formación, divulgación y degustación de nuevos cortes de Ternasco de Aragón a distribuidores de hostelería y chefs.
- Acciones de formación, divulgación y degustación de nuevos cortes de Ternasco de Aragón dirigidas al consumidor.
- Divulgación de los nuevos cortes de Ternasco de Aragón a través de medios digitales (web, redes sociales...)
- Divulgación de los nuevos cortes de Ternasco de Aragón a través de medios de comunicación tradicionales.

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

Respecto al valor adicional que genera el proyecto, en los kilos vendidos como nuevos cortes se ha incrementado el margen de producto por encima de lo estimado en la memoria de presentación de proyecto, siendo este año 2018 el que mejores resultados ha obtenido tras los dos primeros años de proyecto:

- Incremento de precio en la venta de falda: 0,40 €/kg.
- Incremento de precio en la venta de cuellos: 0,20 €/kg
- Incremento de precio en la venta de pierna: 0,3 €/kg

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

- En primer lugar los ganaderos que venden sus corderos a Pastores Grupo Cooperativo y Ganaderos desde 1218, que suponen un censo de explotaciones ganaderas de aproximadamente 1.100 ganaderías.
- Del mismo modo, son potenciales beneficiarios el resto de ganaderos de ovino de Aragón y en menor medida ganaderos del resto de España. En definitiva todo el sector ganadero ovino español, puesto que el trabajo realizado con éxito desde Aragón por varias comercializadoras puede servir para que otros muchos quieran ponerlo en marcha, incrementando de esta manera la rentabilidad de la carne de cordero en el conjunto del país, tal y como persigue los objetivos fijados en este proyecto.
- A su vez, se beneficiarán de los resultados positivos de este proyecto los clientes directos de Pastores Grupo Cooperativo y de Ganaderos desde 1218 (distribuidoras de hostelería, establecimientos hosteleros aragoneses y cadenas de distribución de la provincia de Madrid). Y los consumidores clientes de estas.

**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):**

En primer lugar, es destacable que se ha logrado el desarrollo, introducción y consolidación de cuatro de los nuevos cortes de Ternasco de Aragón en clientes de la gran distribución y de la hostelería: churrasquitos, tournedós, filete de pierna y collares. Siendo los dos primeros los que mejores resultados de crecimiento en volumen obtienen desde el año de lanzamiento (2016) hasta el año de cierre del proyecto (2018):

- Incremento de ventas (volumen) de churrasquitos: 187,5%
- Incremento de ventas (volumen) de tournedós: 453%

Por otra parte, otros de los nuevos cortes de Ternasco de Aragón no han tenido el mismo resultado que los anteriores: así, al carrillón (cuello deshuesado) y al churrasco (parte central de la falda) no se le ven posibilidades de comercialización en la gran distribución debido principalmente a su precio y a su dificultad de preparación en casa. Sí hemos encontrado, sin embargo, un hueco potencial para el churrasco en la hostelería que empieza a dar resultados positivos y que es necesario promocionar más.

En total los kilos comercializados de nuevos cortes de Ternasco de Aragón se han incrementado en un 46% de 2016 (año de inicio del proyecto y de su comercialización) a octubre de 2018 (cierre del proyecto).

Se ha conseguido superar el objetivo de incremento de precio de la falda, cuello y pierna que fijamos en la memoria de arranque del proyecto, según hemos detallado en el apartado objetivos alcanzados.

En resumen, se han alcanzado los objetivos del proyecto, es de aplicación al resto del sector ovino y pueden beneficiarse de manera directa ganaderos, productores y comercializadores. En mayor medida cuanto mayor conocimiento e implantación tengan los productos resultados de dicho proyecto de cooperación.

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

Los medios de divulgación principalmente utilizados en la divulgación de los resultados obtenidos han sido los siguientes:

- Diversos soportes publicitarios en punto de venta (PLV).
- Páginas web y redes sociales.
- Charlas y ponencias especializadas dirigidas a diversos sectores: sector carnicero, hostelería, distribución...
- Difusión en diferentes medios de comunicación.

En Zaragoza a 25 de octubre de 2018.



Fdo.: (el coordinador del grupo de cooperación): Juan Carlos Brun Macipe