

ANEXO VIII

INFORME RESUMEN JUSTIFICATIVO- FICHA RESUMEN.

Justificación octubre 2022.

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: GCP-2019-0002-00
Nombre del grupo de cooperación: Vacuno de Aragón, consumo sostenible
Ambito de actuación (señalar el que corresponda: productividad y sostenibilidad de explotaciones, mejora del regadío o aumento del valor añadido): Ámbito de la cooperación entre agentes de la cadena agroalimentaria para el desarrollo y promoción de cadenas de distribución cortas y de mercados locales.
Número de miembros del grupo: Beneficiarios: <ul style="list-style-type: none">- Asociación Aragonesa de ganaderos de bovinos de Raza Pirenaica (ASAPI)- Asociación de productores de carne de vacuno de Aragón (APCVA) Miembros no beneficiarios: <ul style="list-style-type: none">- CITA (Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón)- Universidad de Zaragoza- Asociación Monegros Empresarial
Reseña de reuniones celebradas: 1.- De coordinación del grupo: la comunicación y coordinación del grupo durante esta anualidad se ha realizado principalmente por vía telefónica e email y mínimamente presencial. -20/12/2021. Reunión APCVA-ASAPI. Definir acciones 2022, revisado de contenido web y encuesta CITA. 2.- Entre beneficiarios o socios del propio grupo: las reuniones mantenidas se han centrado en definir las acciones a desarrollar de forma conjunta y/o con las entidades colaboradoras del grupo. -04/04/2022. Reunión con el CITA. Revisar borrador encuesta Estudio Hábitos de consumo -04/05/2022. Reunión con el CITA. Ultimear encuesta. -28/07/2022. Revisión de resultados estudio CITA. 3.- Miembros del grupo con entidades externas: las principales reuniones con entidades externas en este sentido se han desarrollado con: <ul style="list-style-type: none">➤ Servicios informáticos especializados en el desarrollo de plataformas digitales y el sector agroalimentario, con la finalidad de revisar el diseño y testar la operatividad y funcionalidad de la web del Grupo de Cooperación y otros programas específicos para cada uno de los beneficiarios, como el Programa de gestión, trazabilidad y certificación de vacuno de raza Pirenaica, 100 % Autóctona.➤ Agencias de publicidad y comunicación.➤ Grupos de consumo, supermercados cooperativos, entidades adheridas al Mercado Social de Aragón.➤ Establecimientos del sector hostelero, carnicerías y operadores agroalimentarios.➤ Diversos medios de comunicación (fundamentalmente a través de medios de prensa escrita).➤ Comités y entidades organizadoras de ferias.

- 29/11/2021. Reunión APCVA-ASAPI-David Montesa. Presentación de avance y funcionalidades en la programación de la aplicación.
- 23/12/2021. Reunión Asapi- Giuseppe Russolillo. Definir colaboración en jornadas divulgativas con motivo de la Feria de Aínsa (Huesca). Coordinar charla "Beneficios de una alimentación sostenible en la salud humana".
- 23/12/2021. Reunión Asapi- Universidad de Zaragoza. Definir colaboración en jornadas divulgativas con motivo de la Feria de Aínsa (Huesca). Coordinar charla "Carne de vacuno producida en el Pirineo: un producto sostenible". Proyecto DietaPyr2.
- 28/12/2021. Reunión APCVA-ASAPI-Franco y Navarro SA. Definir posible colaboración.
- 19/01/2022. Reunión Asapi – Emoz. Definir propuesta de colaboración para diseño de soporte divulgativo y promocional de uso educativo.
- 01/04/2022. Definir promoción/ degustación de carne de vacuno de raza Pirenaica, 100 % autóctona con Bar de Tod@s (Zaragoza).
- 20/04/2022. Reunión Asapi – Ayuntamiento de Épila. Definir degustación popular de carne de vacuno de raza Pirenaica, 100 % Autóctona y presentación G.Cooperación en Valga 2022, Épila.
- 25/04/2022. Reunión Asapi- Target Técnicos Informáticos. Revisar contenido y funcionalidad de programa de Gestión, Trazabilidad y Certificación de carne de vacuno de raza Pirenaica, 100 % Autóctona.
- 03/05/2022. Reunión Asapi- Comité organizador Femoga -Sariñena (Huesca). Definir participación en actividades de feria.
- 24/05/2022. Reunión Asapi- Finca Luz del Flumen. Definir Jornadas Gastronómicas de Raza Pirenaica.
- 30/05/2022. Reunión APCVA -Asapi-David Montesa. Conocer operativa web www.vacunoaragonsostenible.com
- 16/06/2022. Asamblea Asapi. Presentación evolución G. Cooperación, objetivos y propuestas.
- 20/06/2022. Reunión Asapi- Comité organizador Femoga -Sariñena (Huesca). Coordinar actividades de promoción y difusión en feria.
- 08/07/2022. Reunión Asapi- EMOZ. Presentación de soporte promocional y divulgativo.
- 15/07/2022. Reunión Asapi- Ayuntamiento de Aínsa. Definir y coordinar actividades de promoción y difusión en la Expoferia de Aínsa.
- 03/08/2022. Reunión Asapi- Target Técnicos Informáticos. Presentación Programa de Gestión, Certificación y trazabilidad.
- 04/08/2022. Reunión Asapi- Oscar Viñuales. Definir degustación en Femoga.
- 04/08/2022. Reunión Asapi- Comité organizador Femoga. Cierre de programación de actividades.
- 15/09/2022. Presentación G. Cooperación en Centro de Testaje de raza Pirenaica en AIA (Guipúzcoa)

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

- Los trabajos en esta anualidad se han centrado fundamentalmente en:

- Desarrollo de Aplicación Informática. Gestión de contenidos, revisión de operatividad y funcionalidad de la web, así como actualización de operadores o establecimientos a través de los cuales se venden los productos de las ganaderías acogidas a las entidades promotoras del proyecto. Y en el caso de ASAPI, desarrollo de programa de gestión, trazabilidad y certificación de producto desde las explotaciones ganaderas hasta el punto de venta, bajo la marca "Raza Pirenaica" y el logo "100 % Raza Autóctona".
- Tipificar, trazar e identificar la carne de vacuno de Aragón. Recogida de muestras en canales sacrificadas para análisis de grasa intramuscular en la Facultad de Veterinaria de Zaragoza.
- Estudio de hábitos de consumo de carne de vacuno. Ultimar guión entrevista para estudio con el CITA. Realización de Estudio. Revisión y análisis de resultados obtenidos. Presentación y difusión de estos en la Expoferia de Aínsa (Huesca).
- Actividades de divulgación y comunicación. La actividad principal en esta partida ha consistido en la difusión de un plan de medios en RRSS entre el sector profesional y el público en general del "Recetario Sostenibles con vacuno de Aragón" compuesto por 22 video recetas, elaboradas con piezas convencionales de la canal para valorizar la cocina tradicional como elemento de identidad cultural, de desarrollo local y sostenible. Esta campaña, también se ha caracterizado por su contenido educativo en el que se ha hecho hincapié por dar a conocer entre la población aragonesa las piezas cárnicas, su localización, categoría, o principales usos y cortes culinarios, sin perder de vista el aprovechamiento de alimentos y los beneficios del consumo de proximidad y la distribución por canales cortos.

Otras actividades realizadas han sido:

- Visitas *guiadas a explotaciones* en extensivo de raza Pirenaica; para generar espacios de convivencia, reflexión y diálogo entre productores y consumidores.
-19/08/22. Visita a ganadería ecológica Casa Fes (Aínsa)
-10/09/22. Visita a ganadería Valeriano Tella (Sariñena)
- Reuniones con operadores del sector agroalimentario, restauración, comités organizadores de ferias, etc., para realizar promociones.
- Puesta en marcha, desarrollo y coordinación de *promociones* en restaurantes y establecimientos aragoneses:
- Bar de Tod@s (Zaragoza)
- Puesta en marcha, desarrollo y coordinación de *degustaciones en ferias* con producto procedente de ganaderías locales de las comarcas del Sobrarbe, los Monegros o Valdejalón.
-05/02/22. Degustación de propuestas gastronómicas de ternera "Roya Pirenaica" en la Ferieta (Aínsa).
-01/05/22. Degustación de ternera asada "Roya Pirenaica" en Valga (Épila)
-18/09/22. Taller de cocina y degustación popular de guiso de ternera "Roya Pirenaica" como muestra del patrimonio alimentario aragonés en Femoga (Sariñena).
- Organización de *charlas sobre nutrición, salud y mejora genética*.
-05/02/22. Charla "Carne de vacuno producida en el Pirineo: un producto saludable" Proyecto DietaPyr2 (Unizar). Ferieta (Aínsa)
-05/02/22. Charla "Beneficios de una alimentación sostenible en la salud humana" a cargo del Presidente de la Academia Española de Nutrición y dietética, D. Guiseppe Russolillo. Ferieta (Aínsa)
• 11/09/22. Charla "Situación y perspectivas de futuro de la mejora genética en ganado vacuno" a cargo de Juan Altarriba, catedrático de la Facultad de Veterinaria Unizar. Expoferia (Aínsa).
- Presentación del G. Cooperación y proyección del Video Promocional "Embajadores de la Roya Pirenaica".
-05/02/22. Ferieta de Aínsa.
-16/06/22. Asamblea ASAPI, celebrada en Sariñena.
-05/09/22. Centro de Testaje de raza Pirenaica en Aia (Guipúzcoa)
- Presentación de resultados del "Estudio sobre carne de vacuno en Aragón: hábitos de compra y consumo, conocimiento de asociaciones y distintivos de calidad y beneficios de los canales cortos", a cargo de Azucena Gracia de la Unidad de Economía Agroalimentaria del CITA.
-11/09/22. Expoferia (Aínsa).
- Colaboración con la Escuela Museo Origami de Zaragoza para la definición y desarrollo de figuras de origami con las que divulgar los beneficios y contribución del consumo de carne de vacuno de raza autóctona Pirenaica entre la población más joven.
- Impartición de Talleres de origami, dirigidos a un público infantil y juvenil, planteados como jornadas de educación, sensibilización medioambiental y de conservación del patrimonio.
-10/09/22. Taller Origami "Conoce la raza Pirenaica". Expoferia (Aínsa)
-17/09/22. Taller Origami "Conoce la raza Pirenaica". Femoga (Sariñena)
- Diseño e impresión de cartelería, folletos dípticos y soporte promocional.
- Seguimiento, gestión y dinamización de grupos de consumo existentes. Captación de nuevos miembros realizando tareas de información y divulgación del proyecto.
- Promoción y divulgación del grupo de Cooperación y sus acciones en web, RRSS, prensa y radio.
- Mantenimiento, actualización y gestión de contenidos web de ambas entidades.
- I Jornada de la carne de vacuno (Daroca)
- Carteles PVC.
- Inserción publicitaria revista Mercado Central Zaragoza.
- Vinilos punto de venta.

Otros trabajos realizados en esta anualidad han sido:

- Captación de nuevas ganaderías y su inscripción en el programa de calidad diferenciada C´alia.
- Captación de nuevas ganaderías y operadores y su inscripción en el Registro de operadores de la marca colectiva Roya Pirenaica y del logotipo “100 % Raza Autóctona”.
- Puesta en marcha, desarrollo y coordinación de nuevas redes de consumo y venta directa. Realizando acciones de divulgación, promoción y comunicación del proyecto, sus acciones y resultados.
- Acciones informativas y didácticas entre los grupos de consumidores, supermercados cooperativos, entidades y ferias del Mercado Social de Aragón.
- Captación de nuevos puntos de venta.
- Elaboración, documentación, justificación y recopilación de datos.

En cuanto a la formación en manejo de bovinos y técnicas de amansamiento previstas por parte de ASAPI, no han podido realizarse por falta de disponibilidad de los ganaderos. Sin embargo, la asociación no ha perdido la oportunidad de participar en jornadas educativas y actividades formativas como puede ser la realizada el 3 de mayo con la Escuela de Pastoreo de San Juan de Plan, La Estiva. En la que se compartió con el alumnado la experiencia profesional y personal de uno de los ganaderos de ASAPI dentro del marco de la ganadería ecológica, la cría y el manejo en extensivo de la raza Pirenaica.

En todas las reuniones mantenidas con cocineros, operadores, consumidores y establecimientos hemos presentado una información formativa y didáctica sobre ganadería de vacuno.

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

- Los principales objetivos de esta anualidad se han centrado en seguir potenciando la identificación y diferenciación de la carne de vacuno procedente de explotaciones locales en los mercados y entre la sociedad aragonesa, bajo las marcas de las entidades beneficiarias del proyecto, sirviéndonos de las herramientas desarrolladas, y las actividades citadas para dar a conocer las entidades, sus productores, valores, características de la carne de vacuno, puntos de ventas o los beneficios e implicaciones del consumo de proximidad, distribuido por canales cortos.

-Mejorar la competitividad y la viabilidad de las explotaciones ganaderas y la sostenibilidad de las mismas.

Durante esta anualidad y a pesar del fuerte condicionamiento de la crisis económica y la inestabilidad por la que atraviesa el sector ganadero, desde las entidades se ha mantenido el esfuerzo y el empeño por seguir divulgando entre los consumidores el valor añadido que aportan las producciones locales y en particular de razas autóctonas, en el medio rural, representando la tradición y singularidad de nuestra tierra y que nos vincula con el territorio y la conservación de la biodiversidad y nuestro patrimonio, al tiempo que mejora la viabilidad de las explotaciones ganaderas y su sostenibilidad.

-Impulsar la producción ecológica de alimentos, mejorar y fortalecer las técnicas de producción, de transformación y de comercialización. Si bien se ha aumentado la demanda de carne de vacuno de producción ecológica por parte de los consumidores el número de productores acogidos a este sistema no se ha visto incrementado.

Otras acciones desarrolladas:

- Consolidación de redes de consumo y venta directa creadas en la anterior anualidad. El número de miembros adheridos a la “experiencia piloto inicial” se ha visto incrementado y fidelizado
- Creación de nueva red de consumo y venta directa. A los grupos de venta ya existentes en las otras anualidades, se ha incrementado uno nuevo.

Estas acciones han permitido consolidar canales cortos de distribución y comercialización y promover de forma muy directa y personal los beneficios e implicaciones sociales, económicas o medio ambientales del uso de estas vías.

-Desarrollar vías de comercialización innovadoras. En esta anualidad, hemos puesto en marcha la web institucional, como herramienta y lugar de referencia para el vacuno procedente de ganaderías aragonesas. Que permite identificar y localizar los puntos de venta de carne de vacuno de Aragón entre los consumidores y servir de reclamo para operadores interesados en su uso con el fin de darse a conocer y ofrecer sus servicios y promociones. Dicha web alberga contenidos e información destinada a estimular el apoyo a las

producciones ganaderas locales y el consumo de proximidad distribuido por cadenas cortas de comercialización. También se ha dotado de cierto contenido divulgativo y educativo sobre los distintos tipos de piezas, cortes, usos y recomendaciones culinarias y un “Recetario sostenible”.

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

Como en la anualidad anterior, los principales beneficiarios han sido los ganaderos de vacuno a través de las propias entidades promotoras y beneficiarias del proyecto, que a pesar de las dificultades que atraviesa el sector primario en la actualidad han conseguido mantenerse e incrementar las cifras de certificación/comercialización de producto a través de sus operadores. Esto sirve de estímulo para animar a los propios ganaderos a hacer venta directa gracias a la experiencia, dinámicas y recursos adquiridos bajo el G. Cooperación.

Y en segundo lugar, los propios consumidores que disponen de mayor información sobre las características, tipo de producción y procedencia de la carne de vacuno de Aragón así como de una mayor oferta de establecimientos y vías alternativas en las que adquirir estos productos territorializados y de gran calidad.

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 estos momentos podemos afirmar que el proyecto ha obtenido los resultados esperados, principalmente por las diversas acciones de comunicación y divulgación que se han llevado a cabo por ambas entidades.

En cualquier caso, consideramos necesario contextualizar y exponer aquellos factores que han condicionado de forma significativa el sector de la carne de vacuno o lo están haciendo en general y que indudablemente influyen en los resultados y previsiones de este proyecto en particular, como la pandemia, la crisis económica, el cambio climático y el incremento de los costes de producción, que causan inestabilidad y desmotivación del sector ganadero.

En el caso de Asapi, el proyecto no sólo le ha permitido asentar la estructura para conectar la producción, la transformación y la comercialización de las pequeñas producciones locales, sino obtener mayor visibilidad y conocimiento de la entidad, de sus productores “con nombre y apellidos”, de su trayectoria y sus valores. También le ha permitido posicionarse entre los consumidores como una alternativa de producción y consumo sustentable y consolidar una tímida, pero creciente red de venta directa dirigida a un perfil de consumidor determinado, comprometido y exigente con su alimentación, su salud y el cuidado de la comunidad y del planeta. Todo ello constituye un estímulo para continuar con su línea de trabajo en defensa de la economía circular, la conservación del patrimonio genético y de la biodiversidad.

Desde la Asociación resaltamos la satisfacción de los cocineros y los consumidores acerca del producto y el éxito de las campañas promocionales.

El número de animales sacrificados y certificados bajo la marca colectiva “Roya Pirenaica” y el logotipo “Raza Autóctona” desde se comenzó a certificar en fecha 28 de abril de 2020 hasta el 29 de septiembre de 2022 ha sido de 245 animales. Procedentes de ganaderías de las comarcas del Sobrarbe, la Jacetania y Monegros. Comercializados a través de operadores autorizados. Contando en 2022 con un total de 8 explotaciones autorizadas, 4 operadores transformadores, 5 operadores comercializadores y 11 restaurantes. Recientemente, un socio ganadero de Teruel ha dado el paso a hacer venta directa al consumidor.

En cuanto a los resultados recabados con el estudio sobre el consumo de carne de vacuno de Aragón realizado con el CITA, indicar que nos ha aportado nuevos datos y conclusiones muy interesantes sobre los hábitos de consumo y preferencias de compra de este producto y que nos permitirá seguir trabajando en esa línea. Entre ellas, que la probabilidad de compra de carne de vacuno con distintivos de calidad, supera el 50 % y que el precio y el establecimiento a donde haya que trasladarse son esenciales en la toma de decisión de compra. Asimismo, el estudio pone de manifiesto que los consumidores percibieron igualmente una serie de beneficios vinculados al consumo de carne de vacuno de Aragón, entre los que destacan la conservación de las razas autóctonas, el hecho de favorecer el desarrollo sostenible en el medio rural y la disposición de alimentos locales de calidad.

Dificultades con las que nos hemos encontrado en este 2022:

- Ausencia, atomización de mataderos, salas de despiece o transformación próximos a las explotaciones ganaderas asociadas en Asapi.
- Hay una tendencia generalizada por parte de las carnicerías y comercializadoras a suministrar determinadas piezas de la canal en detrimento de su aprovechamiento completo y a fijar sus compromisos, preferencias y estándares de compra en términos de rentabilidad económica sobre otros aspectos. Hecho que va en contra de la sostenibilidad, generando un aumento de los desperdicios alimentarios y un distanciamiento de la gastronomía tradicional muy ligada al aprovechamiento completo de la canal y al apoyo y valorización de las pequeñas producciones tradicionalmente familiares.
- Necesidad de disponer de otros recursos y medios para articular y coordinar de manera más eficiente y sostenible los procesos de gestión de venta directa y el servicio logístico.
- Disponer de pequeñas instalaciones comunitarias o contar con establecimientos que sirvan de punto de recogida de los productos.

Necesidades:

- Necesidad de asesoramiento y estudios de viabilidad personalizados por ganadero para llevar a cabo la venta directa de su propia producción.
- Disposición de un agente comercial para detectar los establecimientos interesados en este tipo de producciones y fomentar su consumo, estimulando el aprovechamiento de la canal completa.
- Vertebrar una ruta logística que conecte las distintas iniciativas alimentarias de los territorios de origen hasta el consumidor final y que propicie sinergias y vínculos que fortalezcan y respondan por igual a las necesidades de los distintos agentes y destinatarios.
- Apoyo por parte de las administraciones e instituciones para potenciar la venta directa de productos locales y sostenibles de pequeños productores mediante centros de almacenaje o centros logísticos, instalaciones comunitarias para la transformación como pueden ser los obradores y salas de despiece y mayor flexibilidad en los operadores comercializadores habilitados como puntos de entrega y recogida de productos.
- Limitaciones y restricciones en los establecimientos de comercio al por menor de carnes frescas, según R.F. 1376/2003. Limitando a las carnicerías con obrador propio, la venta de producto a otros establecimientos fuera de su zona veterinaria, en detrimento de la competitividad de los pequeños productores locales.

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

- Las principales acciones de divulgación realizadas se han centrado en:

- Edición y Difusión de Video Recetas.
- Publicación de la web institucional.
- Estudio sobre carne de vacuno en Aragón: hábitos de compra y consumo, conocimiento de asociaciones y distintivos de calidad y beneficios de los canales cortos.
- Estudio comparativo de la calidad en carne de vacuno.
- Cartelería, folletos y soporte promocional y didáctico.
- Promoción y divulgación del Grupo de Cooperación en web y RRSS. www.razapirenaica.com y Facebook Asapi // www.carnedevacunodearagon.com

Entre los soportes y acciones de divulgación realizadas podemos citar (documentos adjuntos en **Archivo nº 6. Muestra de Material Divulgativo**).

- [Programa Ferieta de Aínsa \(Doc.1\)](#)
- [Programa Valga- Épila \(Doc. 2 y 3\)](#)
- [Programa Expoferia de Sobrarbe \(Doc. 4 y 5\)](#)

- Programa Femoga- Sariñena (Doc.6)
- Artículo de prensa. (Doc.7 RFEAGAS. 01.02.22)
- Artículo de prensa. (Doc.8. RFEAGAS. 08.02.22)
- Artículo de prensa. (Doc.9 RFEAGAS. 29.03.22)
- Artículo de prensa. (Doc.10 Magazine Mercado Social Aragón 31.03.22)
- Aragón Radio. Tempero. (<https://go.ivoox.com/rf/85903859> 11.04.22)
- Artículo de prensa. (Doc.11 Magazine Mercado Social Aragón. 28.04.22)
- Artículo de prensa. (Doc.12 RFEAGAS. 14.07.22)
- Artículo de prensa. (Doc.13 Diario del Alto Aragón. 23.08.22)
- Artículo de prensa. (Doc.14 RFEAGAS. 30.08.22)
- Artículo de prensa. (Doc.15 Heraldo Aragón. 11.09.22)
- Diseño cartelería y soporte promocional y didáctico. (Doc. Del 16 al 21 y Doc.52)
- Visitas guiadas a ganaderías (Doc. Del 22 al 25)
- Charlas Nutrición, salud y mejora genética (Doc. Del 26 al 28 y Doc. 45)
- Degustación Encuentro Entidades Mercado Social Aragón (Doc.29)
- Promoción Ferias Mercado Social Aragón (Doc.30 y 31)
- Promoción Zaragoza (Doc. 32)
- Degustación Ferieta - Aínsa. (Doc. Del 33 al 35)
- Degustación Valga - Épila (Doc. Del 36 al 38)
- Degustación Femoga - Sariñena (Doc. Del 39 al 41)
- Talleres de Origami (Doc. Del 42 al 44)
- Presentación Resultados Estudio Hábitos de Consumo (Doc.46 y 47)
- Presentación Grupo de Cooperación. (Doc.48 y 49)
- Plan de Medios Promoción y difusión Video Recetas (Doc. 50 y 51)
- Cartel editable (Doc. 53).

En Zaragoza a 10 de octubre de 2022.

Fdo.: (el coordinador del grupo de cooperación): Vicente Paul Gayan