

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.

Nº Código del grupo de cooperación: GCP2016001400
Nombre del grupo de cooperación: Grupo de Cooperación para el desarrollo, estudio y divulgación de nuevos productos curados de carne de cordero.
Ámbito de actuación (señalar el que corresponda: productividad y sostenibilidad de explotaciones, mejora del regadío o aumento del valor añadido): Aumento del valor añadido.
Número de miembros del grupo: 2 Beneficiarios: <ul style="list-style-type: none">• Pastores Grupo Cooperativo• Los Mañicos, herederos de Primitivo Aznar CB Miembros no beneficiarios: 1 <ul style="list-style-type: none">• Centro de Investigación y tecnología agroalimentaria de Aragón (CITA)
Reseña de reuniones celebradas: <p>1.- De coordinación del grupo:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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.• Planificación entre los miembros del grupo para fijar un calendario aproximado de las acciones de divulgación a desarrollar con cargo al presupuesto 2018, así como analizar los contenidos y materiales para el desarrollo de las mismas.• Reuniones continuas de análisis del avance de los productos en desarrollo• Reunión de exposición y análisis de los resultados obtenidos y revisión de los planes ejecutados.• Reunión para la recopilación de documentación justificativa del expediente del proyecto. <p>2.- Entre beneficiarios o socios del propio grupo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Reunión entre los miembros del grupo para fijar el calendario aproximado de pruebas y ensayos así como para analizar los resultados. <p>3.- Miembros del grupo con entidades externas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Reuniones con la agencia de comunicación para planificar las acciones de divulgación a realizar así como los soportes gráficos a utilizar y la evaluación de diseños en materiales.• Reuniones de exposición del plan previsto para el presupuesto 2018, de desarrollo de actividades y de análisis de resultados con clientes.

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

- Pruebas de producto y desarrollo de la panceta curada de cordero Agnei Ibérico, y su versión halal.
- Pruebas de producto y desarrollo del jamón curado de cordero Agnei Ibérico, y su versión halal.
- Pruebas y diseño final del packaging para el producto jamón curado entero de cordero Agnei Ibérico y las versiones de blíster 80 gramos para jamón y panceta.
- Acciones de divulgación en ferias comerciales de carácter internacional.
- Desarrollo, producción y entrega de muestras de producto en pack presentación de divulgación a potenciales clientes.
- Acciones de formación, divulgación y degustación a distribuidores de hostelería y chefs.
- Divulgación de los nuevos curados de cordero Agnei Ibérico a través de medios digitales (web, redes sociales...)
- Divulgación de los nuevos curados de cordero Agnei Ibérico a través de medios de comunicación tradicionales.

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

Los productos obtenidos han sido desarrollados con éxito de cata organoléptica, ajustando todos los matices necesarios para dar como resultado un producto gourmet, y con todos los controles y análisis de calidad en regla. También se han desarrollado con éxito las referencias halal para mercados musulmanes.

Los productos obtenidos han salido al mercado y están siendo aceptados por este, tras el proceso de divulgación inicial, con un margen medio superior a 1,5 euros de media respecto al precio de venta anterior de la falda y la pierna de Agnei Ibérico. 0,5 euros por encima del objetivo marcado en el proyecto, por lo que conforme vaya comercializándose el volumen estimado podrán obtenerse resultados globales muy positivos que permitirán incrementar el valor añadido de la canal de cordero Agnei Ibérico y por tanto la rentabilidad de los ganaderos que lo producen.

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, que suponen un censo de explotaciones ganaderas de aproximadamente 800 ganaderías.
- Del mismo modo, son potenciales beneficiarios el resto de ganaderos de ovino de Aragón y del resto de España. En definitiva todo el sector ganadero ovino español, puesto que el trabajo realizado con éxito desde Aragón 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 Los Mañicos: distribuidoras de hostelería, establecimientos hosteleros y cadenas de distribución premium. Y las empresas jamoneras aragonesas a las que se les abre la posibilidad de diversificar no solo en producto sino también en mercados.

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):

El objetivo principal del proyecto era desarrollar una nueva gama que permita aumentar el valor añadido de las dos referencias que menor rentabilidad están aportando en la comercialización del cordero premium Agnei Ibérico: la falda y la pierna.

Para lograrlo se analizó el mercado premium internacional y, visto el potencial de venta que puede tener, principalmente en mercados asiáticos y árabes, se decide desarrollar un gama de curados de cordero Agnei Ibérico para hostelería y retail de nicho gourmet, con dos primeras referencias: Jamón y Panceta.

Una vez desarrollados los productos y sus diferentes presentaciones, estos se han testado en los mercados potenciales, recibiendo unos resultados positivos, y se ha comenzado con la producción y comercialización. Primero de panceta que, con un tiempo de producción de solo 15 días, ya está comercializándose en restaurantes de lujo con buena aceptación. Y en segundo lugar con el jamón que, debido a un tiempo de producción de 100 días y los diferentes ajustes en el desarrollo de producto que han sido necesarios hasta llegar a su punto óptimo, su primera producción saldrá a la venta en Noviembre de 2019, previo al periodo navideño en el que se estima mejor pueda funcionar.

La conclusión es positiva y el futuro de la gama marca un importante crecimiento en volumen y valor añadido de las piezas, pero es necesario algo más de tiempo (tras el largo y necesario periodo de desarrollo) para ver evolución más amplia de ventas, que necesitará más apoyo en la divulgación de los productos y sus usos, y en el desarrollo de nuevas referencias que refuercen la gama.

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:

- Acciones de divulgación en ferias comerciales internacionales.
- Difusión en páginas web y redes sociales.
- Difusión en medios internos a socios de los beneficiarios del proyecto, tales como boletines.
- Difusión en diferentes medios de comunicación nacionales.

En Zaragoza a 31 de octubre de 2018.

Fdo.: Angel Tarancón Lapeña