

**ANEXO VIII**

Tipo de informe (marcar el que proceda):

- Anual, proyecto en curso (justificación de octubre o junio si se justifica la anualidad entera)
- 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. Convocatoria 2017. Pago junio 2019.**

<b>Nº Código del grupo de cooperación: GCP-2017-0028-00</b>
<b>Nombre del grupo de cooperación:</b> <b><u>PROYECTO PILOTO MARKETING DIGITAL EN SECTOR AGROALIMENTARIO DE ARAGON</u></b>
<b>Ámbito de actuación (señalar el que corresponda: productividad y sostenibilidad de explotaciones, mejora del regadío o aumento del valor añadido):</b> <b>DESARROLLO Y PROMOCION DE CADENAS DE DISTRIBUCIÓN CORTAS Y MERCADOS LOCALES</b>
<b>Número de miembros del grupo:</b>  <b>Beneficiarios:</b> - ASOCIACION ARAGON INNOVALIMEN -ASOCIACION DE INDUSTRIAS DE ALIMENTACION DE ARAGON – AIAA - FEDERACION ARAGONESA DE COOPERATIVAS AGRARIAS – FACA  <b>Miembros no beneficiarios:</b> -ASOCIACION VINOS DE LA TIERRA DE ARAGON - ASOCIACION PARA EL DESARROLLO Y FOMENTO DE PRODUCTOS DE CALIDAD AGROALIMENTARIA - ADEPACA - CENTRO DE INVESTIGACION Y TECNOLOGIA AGROALIMENTARIAS DE ARAGON - CITA
<b>Reseña de reuniones celebradas:</b>  1.- De coordinación del grupo: - 27-06-17 - 6-09-17 - 8 de Enero de 2018 – Coordinación Acciones de formación (Webinars) – reunión EFOR - 24 de Enero de 2018 – Coordinación Acciones de Marketing (Web y Facebook)  - 5 de Febrero de 2018 – Coordinación Acciones de formación (Webinars) - 19 de Febrero de 2018 – Coordinación Acciones de Marketing (Web y Facebook)  - 6 de Marzo de 2018 – Coordinación Acciones de formación (Webinars) - 19 de Marzo de 2018 – Coordinación Acciones de Marketing (Web y Facebook) – reunión EFOR  - 2 de Abril de 2018 – Coordinación Acciones de formación (Webinars) - 16 de Abril de 2018 – Coordinación Acciones de Marketing (Web y Facebook)  - 2 de Mayo de 2018 – Coordinación Acciones de formación (Webinars) - 14 de Mayo de 2018 – Coordinación Acciones de Marketing (Web y Facebook) - 28 de Mayo de 2018 – Coordinación Acciones de formación (Webinars)  - 11 de Junio de 2018 – Coordinación Acciones Marketing (Web, Facebook) – Preparación Jornada 28-6-18 - 21 de Junio de 2018 – Coordinación Justificación Junio 2018 - 3 de julio de 2018: reunión de coordinación. Estrategia para fomentar inclusión de empresas en el Club Sabor. - 18 de julio de 2018: reunión de coordinación. Fomentar nuevas promociones del Club Aragón Sabor a consumidores, en agosto y septiembre - 1 de agosto de 2018: reunión de coordinación. Seguimiento plataforma Club Sabor. Cómo potenciar inclusión de socios y empresas comercializadoras. - 8 de agosto de 2018: reunión de coordinación. Seguimiento plataforma Club sabor. Nuevas incorporaciones y promociones.

- 30 de agosto de 2018: reunión coordinación. Preparar webinars y contenido Facebook para septiembre y octubre.
- 18 de septiembre de 2018: reunión coordinación. Fomentar nuevas promociones del Club Aragón sabor a consumidores, en septiembre y octubre.
- 5 de octubre de 2018: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 15 de octubre de 2018: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 22 de octubre de 2018: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 26 de octubre de 2018: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 5 de noviembre de 2018: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 23 de noviembre de 2018: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 29 de noviembre de 2018: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 12 de diciembre de 2018: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 17 de diciembre de 2018: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 21 de enero de 2019: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 4 de febrero de 2019: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 18 de febrero de 2019: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 4 de marzo de 2019: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 18 de marzo de 2019: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 1 de abril de 2019: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 15 de abril de 2019: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 16 abril de 2019: reunión de coordinación. Confección borrador de encuesta hábitos de compra on line
- 24 abril de 2019: reunión de coordinación. Confección borrador de encuesta hábitos de compra on line
- 29 de abril de 2019: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 6 de mayo de 2019: Coordinación Acciones de formación (webinars).
- 13 de mayo de 2019: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 27 de mayo de 2019: coordinación acciones de marketing (Web y Facebook)
- 7 de junio de 2019: Coordinación Acciones de formación (webinars).

2.- Entre beneficiarios o socios del propio grupo:

- 5-07-17
- 6-10-17
- 8 de Mayo de 2018
- 6 de septiembre de 2018: reunión coordinación. Estrategia para fomentar inclusión de nuevas empresas en el Club.
- 28 de septiembre de 2018: reunión de coordinación. Programación webinars
- 11 de enero de 2019: reunión de coordinación, planificación año 2019.
- 16 de mayo de 2019: confección definitiva de encuestas hábitos de compra on line
- 30 de mayo de 2019: análisis resultados encuestas hábitos de compra on line
- 12 de junio de 2019: obtención conclusiones finales del proyecto
- 17 de junio de 2019: obtención conclusiones finales del proyecto

3.- Miembros del grupo con entidades externas:

- Jornada formativa para empresas agroalimentarias (Webinar) 20-07-17
- Jornada formativa presencial para empresas agroalimentarias 28-06-18
- 27 Webinars (ver en la web: [www.alimentadigital.es](http://www.alimentadigital.es) )
- Jornada difusión proyecto: 10 de junio de 2019
- Jornada difusión resultados encuesta hábitos de consumo y compra on line: 20 de junio de 2019

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

- Reuniones de coordinación entre beneficiarios y socios del proyecto.
- Planificación y ejecución de las acciones formativas en Marketing Digital (ver en la web [www.alimentadigital.es](http://www.alimentadigital.es) ).
- Realización de Estudio sobre Madurez digital de las empresas agroalimentarias en Aragón.
- Planificación de acciones de Marketing y difusión de comunicaciones de las empresas a través de los soportes digitales creados (Web y Facebook) ([www.clubaragonsabor.es](http://www.clubaragonsabor.es))
- Difusión a empresas del proyecto.
- 

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

- Impartición de 27 Webinars a través de Internet sobre herramientas digitales de promoción.

- Realización del Estudio sobre Madurez digital de empresas agroalimentarias.
- Creación del CLUB ARAGÓN SABOR, con el objetivo de difundir los alimentos y marcas de Aragón de un modo cercano a los consumidores en un entorno digital amigable.
- Gestión y dinamización del Ecosistema Digital (Web y Facebook), tanto con las empresas como consumidores. Participan 31 empresas agroalimentarias ofreciendo sus productos y más de 1400 socios consumidores adheridos al CLUB ARAGON SABOR.
- Realización de una encuesta con objeto de conocer los hábitos de consumo y compra en medios digitales de productos de alimentación y bebidas.

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

- Los beneficiarios del proyecto han sido las 31 pymes agroalimentarias participantes activas en el Club ARAGON SABOR
- También han sido beneficiarios del proyecto los más de 300 inscritos en total en los 27 Webinars desarrollados y una jornada presencial.
  
- Además lo más de 1400 socios del Club Aragón Sabor que han recibido información de los nuevos lanzamientos de las empresas, descuentos en compras de producto, participación en sorteos, visitas a empresas, etc.

**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):**

- Con este proyecto se ha demostrado que:
  - Es posible realizar acciones de promoción y marketing en colaboración entre pymes alimentarias, alcanzando cotas de difusión importantes.
  - Sigue faltando formación de las empresas y sus trabajadores sobre el potencial de promoción y comunicación que ofrecen las herramientas TIC a las empresas.
  - Los consumidores acogen con buena disposición a participar en iniciativas colectivas de promoción de empresas agroalimentarias.
  - Cada vez es mayor la utilización de redes sociales por los consumidores, por lo que es imprescindible la presencia de las empresas en RR.SS.
  - La compra on line de productos de alimentación y bebidas, si bien todavía es pequeña, está en aumento, por lo que es importante conocer los portales en los que los productos deben estar presentes.

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

- Newsletters y Circulares Informativas de AIAA, COOPERATIVAS y CLUSTER DE ALIMENTACIÓN
- PRENSA Regional, Periódico de Cooperativas Agroalimentarias de Aragón.
- Jornadas de Difusión Organizadas y Reuniones internas de los socios con empresas (Asambleas, etc.)
- Programas de Radio (Espacio Alianza Agroalimentaria en RNE-Aragón).
- Redes Sociales y Otros medios de comunicación Digitales.

En ZARAGOZA, a 27 de JUNIO de 2019.

Fdo (el coordinador del grupo de cooperación): JOSE IGNACIO DOMINGO