

INFORME DE MEDIOS SEPTIEMBRE

Proyecto Agroinfluencers

Ser Navarra

Entrevista a Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN

<https://cadenaser.com/audio/1693470358411/?ssm=tw>

Diario de Noticias

Reportaje

<https://www.noticiasdenavarra.com/sociedad/2023/08/31/agroinfluencers-agricultores-ganaderos-eligen-divulgar-7204300.html>

Europa Press

Reportaje

<https://www.europapress.es/navarra/noticia-uagn-forma-grupo-habilidades-comunicacion-reivindicar-actividad-agroalimentaria-redes-sociales-20230830143215.html>

La Vanguardia

Reportaje

<https://www.lavanguardia.com/local/navarra/20230830/9194624/uagn-forma-grupo-habilidades-comunicacion-reivindicar-actividad-agroalimentaria-redes-sociales.html>

Navarra Televisión

Reportaje

A partir del minuto 11.44

<https://www.navarratelevision.es/alcanta/aba313da-bdbf-0586-87e96b1edbbc3685/noticias-2>

Cope Navarra

Entrevista a Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN

https://www.cope.es/emisoras/navarra/navarra-provincia/pamplona/noticias/agroinfluencers-nuevo-proyecto-uagn-20230906_2884565

https://www.cope.es/actualidad/espana/noticias/uagn-forma-grupo-con-habilidades-comunicacion-para-reivindicar-actividad-agroalimentaria-redes-sociales-20230830_2874824

El País

Reportaje

<https://elpais.com/espana/2023-09-28/agroinfluencers-la-vida-en-la-espana-rural-a-traves-de-las-pantallas-hay-que-desterrar-la-idea-de-que-no-queremos-estudiar.html>

COMUNIDADES



Hodel Flores, con sus ovejas en el corral que tiene en Etxarri Aranatz (Navarra) el día 19. / PABLO LASAOSA

La Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra financia un curso para que los profesionales aprovechen la comunicación digital para mejorar el sector

La España rural siembra en las redes sociales

AMAI OTAZU. Pamplona
La palabra *agroinfluencer* les hace reír. "Vamos a enseñar lo que hacemos, pero de ahí a ser un influencer con un montón de seguidores, de los que se van a Andorra, yo creo que no", ríe Alberto Alfaro. Agricultor e ingeniero agrónomo, lleva toda la vida trabajando en el sector primario y cultiva cereal de invierno, leguminosas y olivo. Es uno de los seis elegidos por la Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra (UAGN) para cursar un itinerario de 12 horas, financiado por el Gobierno de Navarra a través de la convocatoria Cosmos, para formarse en habilidades de comunicación y en comunicación digital. Lecciones que se complementan con visitas a entidades del sector que aplican las nuevas tecnologías y con un grupo de apoyo para "tejer una red con espíritu de permanencia". El objetivo es que, a través de sus historias personales, valoren y den visibilidad a la vida y el trabajo en el campo.

La idea del proyecto surgió al detectar que "faltaba algo" en la comunicación institucional. Ese algo, describe Susana Villanueva, responsable de comunicación de la UAGN, era "el carácter personal de sus historias". De ahí que se haya apostado por formar a estos profesionales para que "a través de sus redes sociales, de sus canales digitales, nos cuenten sus historias". Los seis *agroinfluencers* han sido elegidos por Villanueva siguiendo dos criterios fundamentales: su juventud y su sensibilidad hacia los temas comunicativos. "No buscábamos que tuvieran redes sociales, ojo, pero para ellos tenía que ser importante la comunicación porque se dedican a la agricultura y a la ganadería y esto les supone un plus. Si no les gusta, no le van a dedicar tiempo".



Guillermo Asín, en uno de sus videos.

La formación está convenciendo a los participantes, porque ya

han pedido profundizar en conocimientos sobre algunas temáticas, cuenta Hodel Flores, educadora infantil de formación que regenta una explotación ganadera en Etxarri Aranatz con su marido. Se dedican a la cría de ganado ovino y a la producción y venta directa de leche y quesos. En su caso, una buena estrategia comunicativa podría ayudarle a mejorar su posicionamiento en el mercado. No descarta la finalidad didáctica: "Uno de nuestros

"Hay que desterrar la idea de que no queremos estudiar", dice un participante

Se trata de controlar las nuevas tecnologías para trabajar la tierra

objetivos es que se conozca lo que hacemos", explica. "Antes se decía que un niño de ciudad no sabe de dónde viene la leche. Igual ya no es tan literal, pero a lo mejor no sabe que, por ejemplo, para hacer el queso, estos animales tienen que comer cierta comida o cómo hay que ordeñarlos". Se lanza, poco a poco, con Instagram: "Yo empiezo como muy novata", se ríe.

Alfaro sí tiene experiencia en redes sociales —Instagram y

LinkedIn—, pero a nivel particular. Quiere difundir en "qué consiste la agricultura, sobre todo las nuevas tecnologías", como "las imágenes de satélite, la agricultura de precisión para reducir el uso de fertilizantes y abonos". Luego, quiere divulgar el tema de la digitalización. Es algo que está entrando en la agricultura y de aquí a dos años o menos todo el mundo va a tener que estar muy familiarizado con estos procesos", asegura.

"Hablar en público"

Para publicar, reconoce, es necesario tener buenas habilidades comunicativas. Esta es una de las partes de la formación que más le ha gustado porque "es un trabajo en el que se pasa mucho tiempo solo o con poca gente y luego cuesta más hablar en público". Todavía no se ha lanzado a grabar un video en Instagram, pero tiene claro que quiere probar. En su caso, prefiere LinkedIn por ser "más profesional, más técnico". No obstante, no descarta seguir impulsando Instagram por su potencial visual y su utilidad para llegar a más gente.

El agricultor Guillermo Asín si narra su día a día en su cuenta de Instagram. Cultiva maíz, espinacas y, sobre todo, cereales. "Yo soy agricultor, no soy comunicador. Soy autodidacta. Cuento lo que me funciona, lo que creo que va bien en esta zona y lo que no". Comenzó a publicar en redes sociales con idea de mejorar el rendimiento de sus tierras, pero también para compartir sus experiencias y ayudar a otros. "Empecé a mirar por internet qué funciona, qué no funciona, dónde mejorar, y como tampoco había nadie que te lo contara, dije, pues voy a crear una cuenta". Hoy tiene casi 2.300 seguidores e interactúa con personas de todo el mundo, desde Sevilla hasta Argentina o Uruguay. Las temáticas varían, desde las sondas de riego hasta los abonos de aminoácidos. "Agroinfluencer, pero a pequeña escala", dice, con humor.

Asín empezó el curso para mejorar el modo de transmitir su mensaje. Está satisfecho con la formación y ya trabaja en uno de sus retos: "Soy mucho de decir muletillas e intento corregirme", reconoce. Se define como una persona "supervergonzosa", pero ha optado por la "terapia de choque. Hala, venga". Así comenzó a grabar videos cortos, explicativos, de contenido técnico, que tienen un fundamento básico claro: "Sabemos que en agricultura dos más dos nunca son cuatro, porque un año va bien y otro va mal, pero vamos aprendiendo", dice.

El proyecto tiene un objetivo más: "Lograr que la ciudadanía destierre la idea de que el agricultor o ganadero es aquel que no quiere estudiar y que por eso se va al campo", dice Villanueva. Es más, subraya: "Ahora, el agricultor es una persona que se forma, que controla las nuevas tecnologías y que quiere realmente trabajar en el campo". Para transmitir este mensaje cuenta con un equipo de seis profesionales, por el momento, dispuestos a difundir los pormenores del trabajo en el campo. "Ojalá", concluye, "en unos años sean muchos más".

Radio Euskadi

Entrevista a Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN, y a los influencers Guillermo Asín y Pedro Mozaz

<https://uagn.es/wp-content/uploads/2023/10/AUDIO-2023-10-06-14-52-38.mp3>

📌 The Telegraph

Medio de comunicación británico

Reportaje

<https://www.telegraph.co.uk/world-news/2023/09/28/farmers-spain-tractors-animals-social-media-influencers/>

INFORME DE MEDIOS OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE

OCTUBRE, EN LOS MEDIOS

✓ Éxito en la tercera sesión en nuevas tecnologías, ciencia y casos de éxito del proyecto #AgroinfluencersUAGN, 5 de octubre

📌 UAGN

<https://uagn.es/extito-en-la-tercera-sesion-en-nuevas-tecnologias-ciencia-y-casos-de-exito-del-proyecto-agroinfluencers/>

✓ Entrevista a Susana Villanueva, responsable de Comunicación en UAGN, y a Guillermo Asín, sobre el proyecto #AgroinfluencersUAGN, 8 de octubre

📌 Programa 'Boulevard de Eitb' de Radio Euskadi

<https://uagn.es/wp-content/uploads/2023/10/AUDIO-2023-10-06-14-52-38.mp3>

✓ Día de la mujer rural y #AgroinfluencersUAGN, 13 de octubre



📌 Navarra Hoy, EITB

Entrevista a Hodei Flores, miembro de la ejecutiva de UAGN, y a Susana Villanueva, responsable de comunicación
https://www.eitb.eus/es/television/programas/navarra-hoy/videos/detalle/9331482/conocemos-a-hodei-agroinfluencer-que-reivindica-trabajo-de-ganaderos-en-redes/?utm_source=botonmovil&utm_medium=whatsapp&utm_campaign=whatsapp

✓ Entrevista a los #AgroinfluencersUAGN Guillermo Asín y Hodei Flores, 26 de octubre

📌 Programa de radio 'Gente despierta' (RTVE), desde el minuto 34,52
<https://www.rtve.es/play/audios/gente-despierta/tercera-hora-26-10-23/6997937/>

✓ Agroinfluencers, profesionales del campo que comunican, 29 de octubre

📌 ASAJA
<https://www.calameo.com/read/0028594227eee25420d7a?page=129>

ACTUALIDAD

Agroinfluencers, profesionales del campo que comunican



¿Cómo se producen los alimentos que comemos? ¿Cuáles son las dificultades de los profesionales del campo y cómo se enfrentan a ellas? ¿Qué es lo que más les preocupa: la alimentación, la despoblación, el medio ambiente...?

La Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra, a través del proyecto #AgroinfluencersUAGN, en el marco de la convocatoria Cosmos, financiada por Gobierno de Navarra, está formando a un grupo de profesionales del campo en habilidades de comunicación, nuevas tecnologías e innovación y comunicación digital, con el objetivo de que, a través de sus historias personales, pongan en valor su trabajo y la actividad agroalimentaria

Alberto Alfaro, de 39 años, de Cascante; Carlos Sánchez, de 29 años, de Fontellas; Guillermo Asín, de 37 años, de Penalt; Hodel Flores, de 37 años, de Lakuntza; Pedro Mozaz, de 42 años, de Caparroso; y Pello Sarate, de 29 años, de Almandoz; son algunos de los y las profesionales agrarios seleccionados, que durante estos meses se están formando a través de un itinerario, de 12 horas de duración, sobre habilidades de comunicación, nuevas tecnologías e innovación y comunicación digital de la mano de profesionales como Cristina Ochoa, periodista y formadora en habilidades de comunicación y portavoz; Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN; Iker Aranjuelo, jefe del Departamento de Biotecnología Vegetal, IDAB-CSIC; y Angie Gámez, doctoranda IDAB-CSIC.

128 | revista asaja | Octubre 2023

ACTUALIDAD



Es necesario un reconocimiento social del importante papel que tiene el sector agroalimentario, como así se ha demostrado durante la pandemia, y los profesionales de comunicación tenemos una responsabilidad en este sentido

ACTUALIDAD



Estas personas cuentan con un grupo de apoyo de referencia del sector agroalimentario, con interés por las nuevas tecnologías, la innovación sostenible, las buenas prácticas agrarias y la comunicación de sus valores, con las que podrán intercambiar conocimiento agrario, opiniones y comentarios sobre situaciones sectoriales de interés, con el objetivo de tejer una red con espíritu de permanencia.

Según el Libro Blanco de la Influencia Responsable 2022, elaborado por ICMedia para la Comisión Europea, a nivel europeo, España ocupa el cuarto puesto en la lista de países con más influencers, por detrás de Rusia, Italia y Reino Unido. Así mismo, según el Estudio anual de Redes Sociales 2022, de la asociación IAB Spain, el 85 % de los españoles entre 12 y 70 años son usuarios de redes sociales, de los cuales, uno de cada dos sigue a influencers.

"Teniendo en cuenta estas cifras y que, actualmente, la historia y experiencia de una persona tiene más fuerza que una prescripción que proviene directamente de una marca o entidad, UAGN apuesta por formar a profesionales del campo para que sean

prescriptores y pongan en valor su trabajo y el sector agroalimentario. Estas personas son capaces de generar influencia y se complementan perfectamente con la labor que realizamos los profesionales de la comunicación", manifiesta Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN.

"Es necesario un reconocimiento social del importante papel que tiene el sector agroalimentario, como así se ha demostrado durante la pandemia, y los profesionales de comunicación tenemos una responsabilidad en este sentido", continúa.

El itinerario formativo dio comienzo los días 13 y 15 de octubre con las sesiones de habilidades de comunicación a cargo de la periodista Cristina Ochoa. "Es un grupo muy participativo, con mucho que comunicar, un alto potencial y ganas de aprender. En la sesión, pudimos conocer cómo trabajan los medios de comunicación, qué buscan y desean, y cómo enganchar a la audiencia a través de distintas prácticas", exponía Ochoa.

A Pedro Mozaz el curso le está aportando unas herramientas sobre cómo trabajar con los medios de

ACTUALIDAD



comunicación, cómo dirigir el mensaje según el público objetivo, cómo comportarnos en una entrevista, o qué tenemos que tener en cuenta en un discurso... "Cristina Ochoa ha sembrado en nosotros unas pautas y conocimientos que ahora desarrollaremos y trabajaremos para poder evolucionar y obtener una buena cosecha".

Por su parte, Hodel Flores comenta como las sesiones le están pareciendo muy participativas. "Hemos hecho distintas prácticas, como una rueda de prensa, una entrevista, un vídeo para redes sociales, una exposición... lo cual nos ha permitido aprender de los compañeros distintas técnicas. Además, nos ha aportado las claves para tener más seguridad en nosotros mismos y saber lo importante que es tener una buena preparación".

El próximo 28 de septiembre tuvo lugar la sesión de nuevas tecnologías e innovación de la mano de Iker Aranjuelo, jefe del Departamento de Biotecnología Vegetal, IDAB-CSIC; y Angie Gámez, doctoranda IDAB-CSIC. "Hemos impartido una sesión dinámica en la que compartir e intercambiar el conocimiento agro-

rio entre los influencers y el grupo de apoyo, las necesidades detectadas, así como las líneas de trabajo y proyectos desarrollados en el marco de las nuevas tecnologías e innovación aplicadas al sector agro en los que estamos involucrados", explica Aranjuelo.

Por su parte, Susana Villanueva, en su sesión sobre comunicación digital el 9 de octubre explica que "tienen que ser personas auténticas y contar su relato transmitiendo emoción, para conectar y empatizar con el público. Creo que sus historias tienen una gran capacidad de persuasión e influencia positiva en la ciudadanía. Son el complemento perfecto para nuestro trabajo como periodistas, objetivo y contrastado con distintas fuentes informativas".

Complementarán sus conocimientos con visitas a entidades reconocidas del ámbito agroalimentario donde se han llevado a cabo en Navarra actividades de investigación y ensayos con nuevas tecnologías. A final de año, se organizará un Diálogo Agrario, moderado por Elisa Plumed, periodista agroalimentaria, donde expondremos los resultados del proyecto; y se editará un episodio, en formato podcast.

130 | revista asaja | Octubre 2023

Octubre 2023 | revista asaja | 131

NOVIEMBRE, EN LOS MEDIOS



✓ Agroinfluencers de UAGN, en el IX Congreso de ASAJA y Premio al Joven Agricultor, 14 de noviembre

 UAGN

<https://uagn.es/agroinfluencers-de-uagn-en-el-ix-congreso-de-asaja-y-premio-al-joven-agricultor/>

 Nota de prensa



NOTA DE PRENSA

Agroinfluencers de UAGN, en el IX Congreso y Premio al Joven Agricultor

En representación de la organización navarra, el ganadero de Almandoz (Baztan) Pello Sarratea, el agricultor de Peralta Guillermo Asín y la Responsable de Comunicación y del proyecto, Susana Villanueva, participaban en la mesa redonda sobre los retos y desafíos de las nuevas generaciones del sector.

El IX Congreso Anual de Jóvenes Agricultores, organizado por la Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (ASAJA), regresaba el pasado 10 de noviembre a Madrid con la participación de Pello Sarratea y Guillermo Asín, ambos agroinfluencers de la Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra. Asistían para intervenir en la mesa redonda 'Retos y desafíos de los jóvenes agricultores y ganaderos en la actualidad', la cual también contaba con la presencia de Susana Villanueva, Responsable de Comunicación de UAGN y de la iniciativa Agroinfluencers; un proyecto que veía la luz en septiembre y nacía con una mesa de trabajo que busca formar a los agroprofesionales y convertirlos en referentes de la escena digital, para divulgar, a través de las redes sociales, los nuevos avances en el sector y las nuevas tecnologías (NNTT) de valor empleadas en el mismo para fomentar el conocimiento científico y técnico de la sociedad navarra, además de poner en valor el trabajo agroalimentario y a sus profesionales, reflejando las oportunidades que ofrece desde una perspectiva medioambiental, económica y social.

De hecho, en sus escasos dos meses de andadura, Agroinfluencers ha alcanzado una alta repercusión que ha llegado incluso traspasar fronteras, con la publicación de un reportaje sobre el tema Reino Unido. En palabras de Villanueva, su valor se fundamenta en "el punto de vista realista, y con la mano en el corazón, de los agricultores y ganaderos, que ayudan a complementar las historias que los medios cuentan". "Llevo trabajando en la comunicación de UAGN más de 15 años y, a través de los canales institucionales: jornadas notas de prensa... Llegamos a la ciudadanía, pero veíamos que faltaba algo más: su relato, el estar en primera persona ahí en el campo... y era una manera de complementar el mensaje periodístico objetivo con sus historias", continúa.

Se trata de seis trabajadores del sector "de distintos perfiles y de toda Navarra, que además de ser buenos profesionales están sensibilizados con la importancia de la comunicación", contaba Villanueva. "Nos pusimos a trabajar con ellos, no sólo profundizando en herramientas digitales, sino en todas las habilidades comunicativas: cómo hacer una rueda de prensa, cómo realizar una entrevista... el cómo comunicar, trasladar los mensajes, incluso el estar aquí ahora mismo, para ellos es un reto; porque



lo que nos interesa es canalizar a través de ellos la realidad del campo y que la sociedad ponga en valor su trabajo, que es maravilloso; veo todos los días que hay muchos problemas, que la administración a veces no lo pone fácil... al final, es un sector dañado y las organizaciones agrarias estamos para reivindicar, pero quizá nos quedamos en lo negativo y nos cuesta mucho contar todo lo bueno que hacen: suministra alimentos, pero también mantiene el medioambiente, ya que son sus principales cuidadores”, detallaba.

Al hilo de esto, Sarratea tomaba la palabra y añadía: “Hablando con mis amigos sobre el proyecto... veo que la sociedad a veces no es consciente de la importancia de una alimentación sana, saludable, sostenible... lo cual administra este sector con sus productos, y creo que eso es, precisamente, lo que hay que defender y acercar a la sociedad mediante esta iniciativa”.

Es más, la Responsable de Comunicación de UAGN hacía hincapié en que es un sector esencial: “Así se reflejó en la Pandemia y la gente los aplaudía, pero luego sorprenden las manifestaciones. Hay mucho que contar a la ciudadanía sobre un sector en el que hay muchos tecnicismos, que muchas veces no se entienden, ni si quiera por los periodistas de medios generalistas; falta una formación, una comunicación especializada que traslade los mensajes y la realidad de los agroprofesionales; también en los colegios: que se aprenda sobre la importancia del producto local, qué es importante comer, cómo es el trabajo del agro... que los profesionales del sector vayan y lo cuenten”.

Asín, por su parte, trasladaba la relevancia de las redes para aportar otra visión de la agricultura: “Es un trabajo tradicional y no hay gente que te cuente realmente cómo es: me gustaría poner en valor lo que hacemos, las nuevas tecnologías que aplicamos, las diferentes vías de producir que tenemos... nuestro día a día; la iniciativa me pareció muy interesante para ello”. De hecho, el de Peralta, muy activo en LinkedIn describía, en la mesa redonda, cómo ya ha podido comprobar el interés de sus publicaciones: “Mi perfil en redes es más técnico, y la gente queda alucinada sobre cómo puedo realizar tres cosechas en una pacerla de regadío por aspersión en un año y me preguntan sobre sondas, riego eficiente, abonados variables... cómo utilizamos esta tecnología desde zonas de España y Latinoamérica. Yo lo veo como una plataforma donde poner en común el conocimiento: yo encantado de enseñar y aprender también de otros, de aprender todos”.

Ése es el fin último de Agroinfluencers: sumar. Aportar a la sociedad para el beneficio de ésta, y viceversa, al igual que las sinergias ya surgidas en la propia iniciativa: “Ha sido una gozada trabajar con Susana y mis cinco compañeros, Susana transmite mucha ilusión con lo que hace, no enseña... es imposible no escuchar sus clases y me va muy bien. Veo un intercambio con la sociedad, la gente responde, lee las historias... estoy muy contento”, comentaba el de Almandoz, de familia ganadera y perteneciente a la nueva generación de jóvenes del sector, que ya vio hacía años el potencial de las redes sociales para su negocio: “Necesitaba una mayor rentabilidad y empecé en las



redes sociales con el objetivo de acercarme más a la gente, ya que realizamos venta directa”.

El debate constituyó uno de los puntos clave de la cita, a la que también estuvieron igualmente convocados miembros del Parlamento Europeo, del Consejo Europeo de Jóvenes Agricultores y del Ministerio de Agricultura; así como, empresas patrocinadores del evento (Bayer, Yamaha y Beam Suntory) y expertos de distintos ámbitos.

Asimismo, la jornada abarcaba ponencias que versaban en torno a la innovación, sostenibilidad, comercialización, políticas agrarias (la nueva PAC) y tecnologías aplicadas a la actividad productiva; temáticas que fueron objeto de análisis por la mejora del sector.

De igual modo, la agenda abarcó un hueco para el reconocimiento al trabajo, con la entrega de premios, previa proclamación de los proyectos finalistas en la que se daba a conocer el nombre del ganador que representará a España en el IX Congreso Europeo de Jóvenes Agricultores del EPP que coorganizan ASAJA y la CAP, y que se celebrará en Bruselas el próximo 6 de diciembre: José Luis Alonso Zaragoza, ganadero y productor asturiano de queso «Gamoneu».

El acto de clausura de la jornada corrió a cargo del Secretario General de Agricultura y Alimentación del MAPA; Fernando Miranda y el presidente de ASAJA, Pedro Barato.

 **Europa Press**

<https://www.europapress.es/navarra/noticia-agroinfluencers-uagn-participan-madrid-ix-congreso-asaja-20231114144411.html>



📌 **La Vanguardia**

<https://www.lavanguardia.com/local/navarra/20231114/9377373/agroinfluencers-uagn-participan-madrid-ix-congreso-asaja-agenciaslv20231114.html>

📌 **Diario de Noticias**

<https://www.noticiasdenavarra.com/economia/2023/11/14/agroinfluencers-uagn-participan-madrid-ix-7514497.html>

✓ **Diálogo agrario: ‘¿Sabemos hacer marca en el sector agroalimentario?’, 29 de noviembre**

📌 **UAGN**

<https://uagn.es/gran-respuesta-al-primer-dialogo-agrario-enfocado-en-la-comunicacion-estrategica-del-campo/>

📌 **Nota de prensa**



REGISTRARSE AQUÍ



NOTA DE PRENSA

Gran respuesta al primer Diálogo Agrario enfocado en la comunicación estratégica del campo

Bajo el título ‘¿Sabemos hacer marca Navarra en el sector agroalimentario?’, y enmarcado en el proyecto #AgroinfluencersUAGN, esta cita consolidada en UAGN para debatir temas de actualidad, abre una nueva línea de trabajo centrada en la necesidad de construir una reputación acorde al valor del trabajo del agro.

La Fábrica de Gomas de Pamplona acogía, nuevamente, el Diálogo Agrario de UAGN. Fue el pasado 28 de noviembre, bajo el título ‘¿Sabemos hacer marca en el sector agroalimentario?’ y dentro del último proyecto de la organización agraria: #AgroinfluencersUAGN, iniciativa que busca transmitir la realidad de los agroprofesionales con relatos de primera mano. De este modo, el evento analizaba, con expertos en la materia, cómo el Plan de Comunicación puede incidir en la opinión pública para el beneficio tanto del propio sector como de la misma sociedad; al fin y al cabo, en un mundo cada vez más globalizado y con hechos como la Pandemia, que pusieron de manifiesto la sana interdependencia entre unos y otros, es necesaria la creación de nexos, sinergias, relaciones enriquecedoras, para lo cual la comunicación es clave.

Así, la jornada examinaba la evolución del discurso emitido desde el agro, muy centrado actualmente en la reivindicación, dada sus circunstancias; pero también ponía sobre la mesa cómo las nuevas tendencias comunicativas, especialmente las traídas por las redes sociales, pueden jugar a su favor para la creación de una marca y discurso que recoja también todas las bondades del sector, poniendo en valor su trabajo y su aportación social. No hay que olvidar que son quienes alimentan a la ciudadanía y cuidan del entorno en el que ésta vive: el medioambiente; así como del medio rural, que afronta el gran reto de la despoblación.

La cita daba comienzo a las 16.00 horas con la bienvenida de Elisa Plumed, periodista agroalimentaria, a los asistentes, quien iniciaba la creación de ese nexo entre periodismo e industria agroalimentaria de la siguiente manera: *“Hoy en día, donde todo el mundo quiere ser el primero en dar la primicia, en seguir el ritmo de la inmediatez, debemos lograr noticias reposadas, pensadas, analizadas, masticadas... igual que debe primar la ‘slow food’, comida tranquila, de calidad, con un origen estudiado... frente a la ‘fast food’ o comida rápida”*; para después, dar paso a la conferencia magistral a cargo de Gonzalo Alzueta, consultor en comunicación, reputación y propósito corporativo y profesor de comunicación en la Universidad de Navarra. Alzueta hacía hincapié en la importancia de generar confianza a la hora de crear cualquier tipo de campaña de comunicación, sobre lo cual añadía que se consigue *“al alinear el propósito corporativo con lo que se hace, con la coherencia; se basa en cumplir con las expectativas, y todavía mejor si se superan”*. Para ello, el experto considera a los agroinfluencers

como 'puntos de contacto' claves entre el sector y los consumidores. En otras palabras: los responsables de generar dicha confianza.

Era la antelata de la mesa redonda 'Comunicación y agro: obligados a entenderse', moderada por Plumed y en la que participaban Susana Villanueva, responsable de comunicación en UAGN; Alberto Alfaro y Carlos Sánchez, ambos agricultores y participantes en el proyecto AgroinfluencersUAGN; Pablo Rodríguez Pinilla, director de 'Onda Agraria' (Onda Cero); y Carlos Adín, Director del Servicio de Proyección Institucional de Gobierno de Navarra. Un debate que versó, entre otros temas, sobre la digitalización e innovación en el sector agroalimentario y cómo, a pesar de ello, la imagen que la sociedad tiene de éste dista de esa realidad. Es aquí, de hecho, donde el proyecto #AgroinfluencersUAGN cobra especial importancia, ya que llega para romper falsos mitos y acercar el contexto real del agro a la sociedad. "Que la gente sepa que el campo no es lo que era antes, hoy utilizamos un montón de nuevas tecnologías que requieren estar al día", explicaba Alfaro. "El campo ya no es el destino de las personas que no quieren estudiar, como antaño, sino que está compuesto por gente formada y muy preparada", continuaba Villanueva.

De hecho, tanto Sánchez como Alfaro cuentan con formación universitaria especializada, puesto que ambos son Ingenieros agrónomos y continúan con el constante aprendizaje que exige un sector cada vez más digitalizado y que aboga por prácticas más sostenibles. "Tenemos que tener ciertas cualificaciones, siempre hacen falta conocimientos en la gestión de los cultivos, pero es que ahora, además, es indispensable controlar de informática, del medio digital, de agricultura de precisión...", contaba Sánchez. Los dos son parte de una nueva generación de agricultores y ganaderos, cuando, precisamente, hay una alta demanda de jóvenes que se dediquen a ello.

El periodista de 'Onda Agraria' bien lo sabe, ya que lo observa cada día en su trabajo como comunicador agroalimentario, y expresaba cómo, justamente, proyectos como #AgroinfluencersUAGN pueden suponer una oportunidad para revertir este fenómeno. "Las redes sociales pueden captar nuevas promesas que faciliten el relevo generacional", decía. Aunque Rodríguez subrayaba que la clave de comunicar el campo, de modo que se traslade una imagen real de éste con el objetivo de que la sociedad lo conozca y valore todas sus aportaciones, radica en la educación; algo que también cumple el proyecto, ya que los agroinfluencers realizan visitas experimentales de distinta índole -a la cooperativa Grupo AN, al IdAB-CSIC...- donde adquieren y comparten conocimiento científico, para luego trasladarlo a sus seguidores.

Se trata de un proyecto desarrollado en colaboración con Gobierno de Navarra. Es más, Adín destacaba la necesidad de posicionar a la Comunidad Foral como referente tanto internamente como en el exterior, dentro de lo cual, por supuesto, está el agro. "El sector agroalimentario es inherente al territorio e iniciativas como ésta, el comunicar su trabajo y su importancia, son de gran relevancia. Necesitamos menos posturo y más profesionales que influyan", afirmaba, una tarea que Villanueva considera que "debe complementar la labor de los medios tradicionales".

Un diálogo constructivo y necesario, también para Félix Barlián, presidente de UAGN, que ve esencial comunicar el campo y cerraba el evento de la siguiente manera: "Hay que comunicar en positivo, pero la realidad es la que es: la falta de relevo generacional, la despoblación, los

precios por debajo del coste de producción... sufrimos distintos problemas con diversas causas, pero una de ellas es indudable: lo mal que hemos comunicado nuestro sector; y lo que no se cuenta no existe, y si no lo cuentas tú, lo hará otro, lo cual es todavía más peligroso". Una apuesta clara, la de Barlián, por la comunicación, así como por parte de una sala totalmente llena que pone de manifiesto que esta sinergia no ha hecho más que empezar.

Diario de Noticias

<https://www.noticiasdenavarra.com/economia/2023/11/29/agroinfluencers-conectan-sociedad-7578590.html>

Diario de Navarra

<https://www.diariodenavarra.es/noticias/negocios/dn-management/2023/12/01/uagn-promueve-dialogo-agrario-comunicacion-estrategica-campo-591236-2541.html>

Cadena SER

<https://cadenaser.com/navarra/2023/12/04/proyecto-dialogo-agrario-el-sector-primario-en-navarra-es-de-las-pocas-actividades-que-mantienen-el-medioambiente-y-la-vida-en-los-pueblos-radio-pamplona/>

Telenavarra (Informativo de RTVE), desde el minuto 9.03

<https://www.rtve.es/play/videos/telenavarra/segunda-edicion-29-11-2023/7023579/>



DICIEMBRE, EN LOS MEDIOS

✓ Reportaje a Carlos Sánchez,
#AgroinfluencerUAGN, 3 de diciembre

📌 Programa 'Aquí la Tierra' (RTVE), desde el minuto 15.44:
<https://www.rtve.es/play/videos/aqui-la-tierra/03-12-23/7027042/>



✓ Pello Sarratea, un ganadero agroinfluencer que da vida en el valle de Baztan, 6 de diciembre



Diario de Navarra

<https://www.diariodenavarra.es/noticias/navarra/2023/12/06/pello-sarratea-alumbrando-vida-590935-300.html>

PELLO SARRATEA SANZBERRO GANADERO DEL VALLE DE BAZTAN

Alumbrando vida

A Pello Sarratea Sanzberro le gusta asistir a los partos de sus vacas como hilo umbilical que le une a su profesión

DESDE la atalaya que ocupa una de las naves de su explotación, el pueblo de Almandoz, sumergido estos días en un mar de niebla, decora una imagen de postal del valle de Baztan. Curiosamente, la familia de Pello Sarratea Sanzberro vive en Betikoetxea, "la casa más abajo del pueblo". La dicotomía en un doble plano de ubicación es reflejo de la vida de un ganadero con 10 años de sus 30 de edad de experiencia en el cuidado de sus animales. Con los pies en la tierra, busca dar sentido al quehacer cotidiano con una mirada de trascendencia.

Hoy son "45 vacas nodrizas, 15 yeguas y unos 40 cerdos" los que componen su cabalía con idea de introducir la variedad de limousin en su ganado bovino, exclusivo hoy día de blondas. Sabe de la dificultad y el reto que encara al sector para encontrar relevo en jóvenes que como él disfrutan con lo que hacen. "Es admitir - muy complicado empezar de cero. Supone un esfuerzo económico potente desde el principio y más en sitios, como el mío, donde hacer una cuadra cuesta casi el doble que en el llano".

Como confiesa, recela de la producción en el desempeño de su labor para identificarla más con la reproducción por la emoción que siente cada vez que asiste a una de sus vacas en un parto. Es como si la experiencia del alumbramiento le atase a la vida con mayúsculas y a la naturaleza que, según dice, aprecia con hondura en "el bosque, los animales y la montaña".

Más allá de su oficio, aprendido con el ejemplo hallado en su linaje por la doble vía paterna y materna, tiene inquietud por formarse en terapias alternativas que sirvan de ayuda a las personas. Si se hizo ganadero, con dedicación exclusiva en horarios desahogados por la ayuda recibida de su madre, es porque desde pequeño quedó prendado con una actividad que es hoy su profesión. Solo como curiosidad, vino al mundo el mismo día que su madre inauguró la primera nave de vacas.

DNI

Nombre y apellidos. Pello Sarratea Sanzberro.

Edad. El lunes cumplió 30 años.

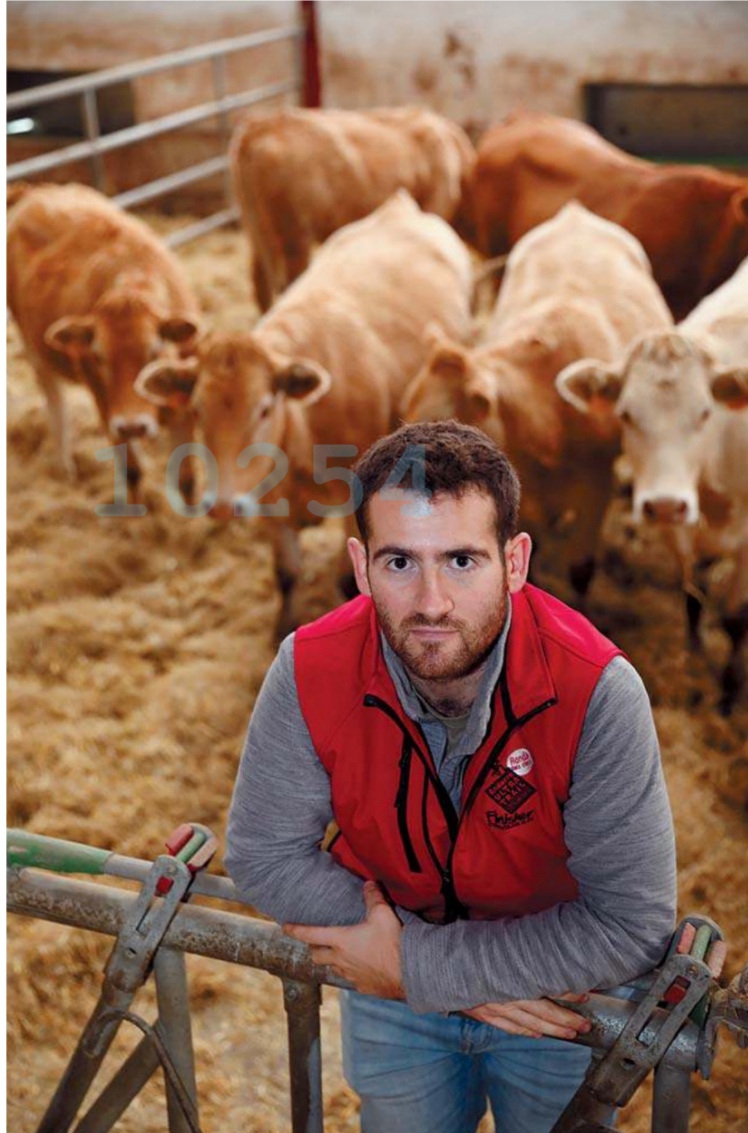
Estado civil. Soltero.

Padres. José Ramón y Begoña, vinculados a la ganadería.

Hermanos. Maite es arquitecta técnica y diseñadora de interiores; Leyre, bióloga y última la carrera de Psicología; y Patxi, químico empleado en Loz'y's, en Lekaroz.

Estudios. Grado superior de Ganadería y Asistencia Sanidad Animal. Terapias alternativas: constelaciones familiares. Diplomado en Mediumunidad.

Ocupación. Ganadero desde 2013. Participa en el proyecto de comunicación Agroiñfluencer de UAGN.



Pello Sarratea Sanzberro, ganadero de 30 años de edad de Almandoz, apostado en un acotado de vacas.

J.C. CORDOVILLA



TERESA DE ARÍSTEGUI LAVÍN
CONSULTORA

1-2 Acercar las empresas navarras a los centros formativos, que participen en foros de empleo. Un plan de prácticas con posibilidad de quedarse (prácticas como vía de captación del talento). Ayudas a la formación: es una forma de decir "invierto en ti para que te formes fuera, pero nos lo devuelves". Fomentar el relevo generacional de las empresas: que se vea que las empresas navarras son accesibles para los jóvenes. Hay un modelo de compromiso y pertenencia a la empresa que dificulta el movimiento y el acceso de nuevas personas. Hay puestos apetitosos pero están copados, no hay movimiento. Descentralizar el empleo en Madrid. Por ejemplo, Deloitte Pamplona no tienen los mismos departamentos que tiene Deloitte en Madrid. Si tuviera los mismos en Pamplona no haría falta marcharse.



MOHAMED OUNASSER
MECÁNICO

1-2 Tan solo hay que apostar por los jóvenes, ayudarles a superar las dificultades, confiar en ellos, como lo hicieron conmigo mis profesores, educadores y compañeros de trabajo.



MIRARI ETXEBERRIA GUERRERO
DIRECTORA DE JOVEN ORQUESTA

1 Para mí, el punto fuerte de Pamplona es que sus habitantes consideran la vida social una prioridad y esto suele estar ligado con la vida cultural. Hay mucha iniciativa por parte de la gente joven, mucho más que en otras ciudades y esto tiene que ser encaminado de alguna manera. Para esto es necesario el apoyo institucional y la mediación para crear proyectos sostenibles que beneficien a ambos artistas y público.

2 El talento sin trabajo es un desperdicio. Hay que invertir en educación. En el mundo globalizado de hoy en día, donde viajar es cada vez más fácil, los jóvenes tenemos la oportunidad de conocer diferentes sistemas y culturas desde una edad muy temprana. Esta exploración es necesaria e inevitable. Sin embargo, necesitamos una razón para volver. Necesitamos dar oportunidades a los jóvenes para demostrar que el futuro es posible.



PELO SARRATEA SANZBERRO
GANADERO

1 Lo principal es que te guste aquello que quieres hacer. Un urbanita, por muy cómodo que se sienta en el entorno le va a costar venir a una zona rural, al revés, igual. Es importante crear un entorno confortable, tener infraestructuras e Internet.

2 Lo mismo podría decir. Para atraer el talento al sector rural es preciso tener infraestructuras, servicios, escuela, médico, supermercados cercanos, facilidades a la hora de acceder a la vivienda, mayor flexibilidad de Príncipe de Viana para arreglar casas. Todos queremos vivir cerca de donde trabajamos.

1

¿CÓMO RETENER EL TALENTO QUE SE GENERA EN NAVARRA?

GRUPO ALIMENTARIO IAN
Avanzamos juntos, sumamos valor

SOMOS UN GRUPO EMPRESARIAL EN CRECIMIENTO 277,3 Millones/€ FACTURADOS +10,6% DE CRECIMIENTO (2022 vs 2021)	CREAMOS EMPLEO EN NAVARRA Dinamizando los entornos y comunidades en las que desarrollamos nuestra actividad. 499 EMPLEOS DIRECTOS EN NAVARRA (Media año 2022)
CON PROYECCIÓN INTERNACIONAL EXPORTAMOS EL 36% DE NUESTRA FACTURACIÓN A MÁS DE 55 PAÍSES EN LOS 5 CONTINENTES	COMPROMETIDO CON LAS PERSONAS +517 TONELADAS DE ALIMENTOS DONADAS EN 2023 DENTRO Y FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS (entre otros: Siria, Ucrania, Sierra Leona) AYUDA CONTENEDORES
APOSTAMOS POR LA INNOVACIÓN Impulsando la investigación con múltiples proyectos que aportan valor a la sociedad, en colaboración con Centros Tecnológicos de Referencia. Proyecto Vulcano: Desarrollo de envases biodegradables, como contribución a la mejora del medio ambiente. Proyecto Nutri+: Desarrollo de alimentos para personas mayores y con necesidades especiales.	LA CALIDAD ES NUESTRO PILAR Contamos con la Certificación IFS en todas nuestras plantas, corroborando nuestras buenas prácticas en materia de calidad y seguridad alimentaria. Calificación con nivel superior. CON EL AVAL Y GARANTÍA DE CARRETTILLA Marca de tradición, reconocida por su calidad y naturalidad en los hogares, desde hace 148 años.

www.grupoian.com

www.carretilla.info

Copia para uso exclusivo de 10254 - 17aff319b2ba47238cf477cfd2ed97aa

✓ Entrevista a Susana Villanueva, responsable de Comunicación de UAGN sobre el proyecto #AgroinfluencersUAGN, 9 de diciembre



📌 Programa 'Onda Agraria', de Onda Cero, desde el minuto 29.40:
https://www.ondacero.es/programas/onda-agraria/programas-completos/onda-agraria-09122023_2023120965741c050ec7c80001cca73a.html

✓ **Visita experimental de los
#AgroinfluencersUAGN a Grupo AN,
28 de diciembre**

📌 UAGN
<https://uagn.es/visita-experimental-de-los-agroinfluencersuagn-a-grupo-an/>