

INFORME DE MEDIOS

Acciones comunicativas e impacto mediático 2024 (agosto-diciembre)

Noticias en la web	12
Noticias en medios	43
Notas de prensa	2
Convocatorias de prensa	3
Escuelas visitadas	5
Eventos	11
Sinergias/colaboraciones	20
Nº de participantes	13
Impactos fuera de Navarra	4

Agosto

✓ ‘Agroinfluencers’, 25 de agosto

📌 Programa ‘Onda Agraria’ (Onda Cero), a partir del minuto 01.14.45
<https://www.ondacero.es/programas/onda-agraria/programas-completos/>

Septiembre

Agroinfluencers

✓ **Presentación de la segunda edición del proyecto 'Agroinfluencers' de UAGN, 11 de septiembre**

📌 **Convocatoria de prensa**

Agroinfluencers



CONVOCATORIA DE PRENSA

UAGN presenta la segunda edición del proyecto 'Agroinfluencers'

MOTIVO:	Presentación de la segunda edición del proyecto 'Agroinfluencers', con más participantes y un nuevo enfoque, que enriquece el trabajo realizado durante su primera edición.
DÍA:	mañana, miércoles 11 de septiembre
INTERVIENEN:	Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN Pello Sarratea, 'agroinfluencer' de la primera edición Guillermo Asín, 'agroinfluencer' de la primera edición Fernando Garrido, 'agroinfluencer' de la segunda edición Andrea Urzáiz, 'agroinfluencer' de la segunda edición
HORA:	12.00 horas
LUGAR:	La Bajera (sede de AJE Navarra)

UAGN: Nuevas acciones y mayor participación en la segunda edición del proyecto 'Agroinfluencers'

<https://uagn.es/nuevas-acciones-y-mayor-participacion-en-la-segunda-edicion-del-proyecto-agroinfluencers/>

Instituto Navarro de la Juventud: 'Jóvenes agros de Navarra se estrenan como influencers'

<https://www.juventudnavarra.es/es/noticias/jovenes-agros-de-navarra-se-estrenan-como-influencers>

Europa Press: Ocho hombres y 5 mujeres forman la II edición de Agroinfluencers, proyecto de UAGN para mostrar "la realidad" del campo

<https://www.europapress.es/navarra/noticia-ochos-hombres-mujeres-forman-ii-edicion-agroinfluencers-proyecto-uagn-mostrar-realidad-campo-20240911133155.html>

Diario de Noticias: Jóvenes agros de Navarra se estrenan como 'influencers'.

Estos son...

<https://www.noticiasdenavarra.com/economia/2024/09/11/jovenes-agros-navarra-estrenan-influencers-8676638.html>

14 ACTUALIDAD ECONOMÍA

Diario de Noticias - Jueves, 12 de septiembre de 2024

PROYECTO DE COMUNICACIÓN DE LA CONVOCATORIA COSMOS →



De pie: Anaïs Echeburri, Miguel Echeburri, María Echeburri, Andrea Uribe, Natalia Miramón, César Palacios, Néstor Martínez, Pablo Martínez, Pedro Maza, Carlos Sánchez y Alberto Alfaro. Sentados: José Miguel Asín, Fernando Garrido, Guillermo Asín, Susana Villanueva y Rafael Flores, en la sede de ARI, Barrio La Bajería.

A través de nuestra iniciativa se pretende que el campo sea conocido y que la agricultura y ganadería sean vistas como profesiones de futuro. Buscamos poner en valor la realidad del sector agropecuario y mostrar la realidad del campo. Queremos que se vea que el campo es un lugar donde se puede vivir y trabajar, donde se puede crecer y aprender.

UAGN presenta la 2ª edición del proyecto 'Agroinfluencers' para crear líderes de opinión, con la participación de 13 personas (ocho hombres y cinco mujeres). La iniciativa, apoyada por Cosmos 2024, se desarrollará entre septiembre y diciembre.

Un reportaje de Sagrario Zabala Echeburri y Fotografía Iban Aguirre

Jóvenes agros e influencers

UAGN, el organismo que vela por el futuro del sector agropecuario, ha lanzado la segunda edición del proyecto 'Agroinfluencers', impulsado por Cosmos 2024, para que por medio de los influencers se muestre la realidad del campo y se valore la agricultura y ganadería como profesiones de futuro.

La convocatoria de la convocatoria Cosmos 2024, para que por medio de los influencers se muestre la realidad del campo y se valore la agricultura y ganadería como profesiones de futuro.

Los alimentos para así combatir la desertificación que hace crecer en los campos de Navarra. Los influencers de la agricultura y ganadería son aquellos que, a través de sus redes sociales, muestran la realidad del campo y valoran la agricultura y ganadería como profesiones de futuro.

Los alimentos para así combatir la desertificación que hace crecer en los campos de Navarra. Los influencers de la agricultura y ganadería son aquellos que, a través de sus redes sociales, muestran la realidad del campo y valoran la agricultura y ganadería como profesiones de futuro.

Los alimentos para así combatir la desertificación que hace crecer en los campos de Navarra. Los influencers de la agricultura y ganadería son aquellos que, a través de sus redes sociales, muestran la realidad del campo y valoran la agricultura y ganadería como profesiones de futuro.

16 ACTUALIDAD ECONOMÍA

PROYECTO DE COMUNICACIÓN-CONVOCATORIA COSMOS



«Vamos a mostrar lo bonito y lo feo de nuestro día a día como ganaderos»
«Buscamos demostrar la desinformación que circula sobre el sector ganadero y agrícola»
«El campo ha cambiado y vamos a poner en valor la zona rural tan desatendida»
«Es crucial aportar por la comunicación para llegar hasta el consumidor»
«Los agricultores y ganaderos elaboramos arte en el campo, y hay que saber verlo»
«Este proyecto es una buena ventana para que la gente sepa que cultivamos la tierra y ganamos»

Diario de Navarra: Ocho hombres y 5 mujeres forman la II edición de Agroinfluencers, un proyecto de UAGN para mostrar "la realidad" del campo

<https://www.diariodenavarra.es/noticias/negocios/dn-management/2024/09/11/ochos-hombres-5-mujeres-forman-ii-edicion-agroinfluencers-proyecto-uagn-mostrar-realidad-campo-621557-2541.html>

Agroinfluencers

📌 **Navarra Televisión: 13 agricultores navarros saltan al mundo influencer**
<https://www.navarratelevision.es/noticia/zc827cc79-ec98-adac-7d9bfac64a286683/202409/13-agricultores-navarros-saltan-al-mundo-influencer>

📌 **Onda Cero (desde el minuto 10.35): entrevista a los ‘agroinfluencers’ Nerea Mortalena y Pello Sarratea**
https://www.ondacero.es/emisoras/navarra/pamplona/audios-podcast/la-brujula/bruja-la-navarra-12092024_2024091266e3297eb3741e0001e327b8.html

📌 **RNE:**
<https://uagn.es/wp-content/uploads/2025/01/WhatsApp-Ptt-2024-09-12-at-08.52.55.ogg>

📌 **Cadena SER (desde el minuto 52.30): entrevista a los ‘agroinfluencer’ Guillermo Asín y Marta Eslava; y a Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN**
https://www.ivoox.com/hoy-hoy-navarra-12-09-2024-audios-mp3_rf_133741355_1.html

📌 **Onda Vasca: entrevista al ‘agroinfluencer’ Alberto Alfaro; y a Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN**
<https://www.ondavasca.com/nuevas-semillas-en-el-sector-primario/>

📌 **Gazteberri: ‘Susana Villanueva: “Agroinfluencers-ek sektorearen benetako irudi bat helarazi nahi du”**
<https://www.gazteberri.eus/agroinfluencers/>

Elkarrizketa

“Agroinfluencers-ek sektorearen benetako irudi bat helarazi nahi du”

Susana Villanueva
UAGNko komunikazio-arduraduna

Duela 17 urtetik nekazaritzako elikagaien sektorean aditua den kazetaria. 4.000 kide baino gehiago dituen Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra (UAGN) elkarte profesionalaren komunikazio-arduraduna da. 2023. urteaz geroztik, Nafarroako Fundazioen Elkartearen presidentea da eta berriki APAE-Asociación de Periodistas Agroalimentarios de Españako batzordekide izendatu dute.

Zertan datza Agroinfluencers egitasmoa? Zerk bultzatu zaituzte horrelako egitasmo bat garatzera?

Agroinfluencers UAGN Nafarroako nekazarien sindikatuak martxan jarri duen komunikazio-ekimen berritzailea da eta Nafarroako Gobernuak antolatzen duen “Cosmos” laguntza deialdiaren esparruan sortu da. Gure proiektuak nekazaritzako elikagaien eta komunikazioaren sektoreak uztartzen ditu, nekazaritza-sektorea osatzen duten profesionalen bidez landa komunikatzeko. Egitasmo honen bidez, nekazariak komunikazio-kanal bilakatzen dira.

UAGNren komunikazioan 15 urte eman ditut lanean eta, jardunaldiak eta prentsa-oharrak bezalako ohiko kanalen bidez herritarrengana hurbiltzea lortu dugun, zerbait falta zela ikusten genuen: kontaketa, lehen pertsonan landan egotea... Agroinfluencers kazetaritza-mezu objektiboa osatzeko modu bat izan daitekeela uste dugu, egunero landan lan egiten duten horien istorioekin.

Zein nolako istorioak kontatzen dituzte Agroinfluencer-ek? Zeintzuk dute arrakasta gehien edo lortzen dute jende gehien erakartzea?

Oso talde heterogeneoa da, profil ezberdinekin osatua. Helburua da landan bizi den hori ikuspegi

ezberdinetatik ezagutzea ematea. Aurten, adibidez, emakumeen presentzia handiagoa da, eta horrek landa-eremuan lan egiten duten emakumeei agerikotasun handiagoa ematen die, berdintasunaren mesederako. Agroinfluencer batzuk teknikoagoak dira eta sektore honetan den teknologiaren inguruan hitz egiten dute. Eta, noski, badira bere egunerokotasuna azaltzen dutenak ere: elikagaiak nola ekoizten diren, nola egiten duten lan, nola bizi diren landa-eremuan... Helburua sektorearen benetako irudi bat helaraztea da eta duen garrantzia nabarmendu.

Bideoek oso harrera ona izan dute. Adibidez, zuzeneko salmenta egiten duen eta jada sareetan enpresaren profila zuen Pello Saratea bere ganadua zaintzen hasi da grabatzen, mendian; abeltzaintza nolakoa den azaltzen du, animaliak nola erditzen diren erakusten du, nola igarotzen dituen arratsaldeak abereekin...

Guillermo Asínek, adibidez, profil teknikoagoa du eta jada nahiko aktiboa zen sare sozialetan. Horrelako edukiak falta zirelako sortu zituen bere kontuak eta sareak ezagutza trukatzeko modu bat direla uste du. Hainbat nekazarien mezuak jasotzen ditu bere lanaren inguruan galdezka eta berak ere horien ezagutza bereganatzen du haiekin dituen solasaldien bidez.



Gazteberri #213 | 2024 Iraila

19



Programa honen bigarren edizioa aurkeztu berri duzue. Nolakoa izan da lehenengo edizioa? Zenbat nekazarik parte hartu zuten?

Lehen edizioaren oinarria izan zen sei abeltzain prestatzea komunikazio trebetasunetan eta sektoreko teknologia berrietan – ikerketa eta teknologia zentroetara bisita esperimentalak barne –, haiek beren lanaren bertute eta ekarpen guztiak modu zuzen eta erakargarrian Nafarroako herriarren artean zabal zituzten.

Bigarren edizio honetan Nafarroako puntu ezberdinetan jatorria duten beste zazpi pertsona gehitu dira. Horien artean daude, adibidez, olibazainak, abeltzainak, laboreak eta mahastiak lantzen dituzten nekazariak... Profilen aniztasun horrek gu jarraituzera

animatzen diren horiei guztiei, hainbat ikuspuntutatik eta modu zabalago batean, nekazaritzaren mundua nolakoa den ikusteko eta ezagutzeko aukera emango die.

Aurtengo ardatzetako bat desinformazioari aurre egitea izango da. Zein nolako ekintzak burutuko dituzue helburu hori lortzeko?

Nagusiki, ekintzak burutuko ditugu ingurune digitaletik kanpo. Ikastetxeetara eta unibertsitateetara, ikerketa- eta teknologia-zentroetara eta jendegabetutako inguruneetara joango gara landa-ingurunearen potentziala eta erakargarritasuna azaltzera eta talentua erakartzera. Era berean, beste autonomia erkidego batzuk ere bisitatu nahi ditugu gure proiektua ezagutzera

emateko eta sareak sortzeko, bereziki, emakumeen artean.

Gainera, nekazaritzako elikagaien sektorean lan egiten duten enpresekin landa-ingurunea bisitatuko dugu teknologia probatzeko; *fake news* delakoei aurre egiten espezializatua den *maldita.es* irabazi asmorik gabeko hedabidearekin saioak antolatuko ditugu; eta, podcastak, bideoak eta sarrerak sortzen jarraituko dugu. Horien emaitzak UAGNek antolatzen duen Diálogo Agrario ekitaldian ezagutzera emango dira.

Nola gauzatuko da *maldita.es* hedabidearekin izango duzuen elkarlan hori?

Maldita.es hedabidearekin hiru ekintza egingo ditugu. Lehenengo ekintzan nekazaritzako elikagaien sektorean den desinformazioaren



inguruko online formakuntza-saio bat eskainiko da. Bigarrenean infografia bat sortuko da, agroinfluencerrek zabaltu dezaten. Bertan, sektorearen inguruan diren narratibak, amen-omenak eta klaxeak bilduko dira eta horiei aurre egiteko eta benetako informazioa lortzeko gomendioak ere eskainiko dira. Azkenik, hirugarren ekintzan, maldita.es-eko kideek desinformazioaren inguruko hitzaldi bat eskainiko dute Diálogo Agrario jardunaldian.

Egitasmoaren beste helburuetako bat nekazaritza-sektorean lan egiten duten emakumeen ahalduntzea sustatzea da. Nola bultzatuko duzue emakumeen parte-hartzea eta zein nolako emaitzak espero dituzue?

Sarea sortzea eta sektorean lan egiten duten emakumeen esperientziak eta ikuspegiak trukatzeko helburu duen topaketa batean parte hartuko dugu. Sektorean lan egiten duten emakumeen agerikotasuna sustatu nahi dugu, eredu eta adibide izan daitezten. Erakutsi nahi dugu emakumeak ere lanbidearen parte direla fase guztietan, eta asko dutela kontatzeko. Proiektua erakusleihoa eta bozgorailua izango da, haiengan eta sektorearengan eragina duten erabakietan emakumeen iritzia ere kontua hartua izan dadin.

Zer nolako formakuntza jasotzen dute parte-hartzaileak? Eta formakuntza horrek zein neurritan hobetzen du beren komunikaziorako trebetasuna

Inspirazio eta motibazio izan nahi dugu, sektorearen eta landa-ingurunearen aukerak eta erakargarritasunak erakutsi gazte batzuen ikuspegitik. Izan ere, gazte horiek hala nahi izan dutelako lan egiten dute sektore honetan, ez beste aukerarik ez zutelako



eta iritzi publikoan eragiteko gaitasuna?

Pasa den urtean egitasmoa formakuntzan oinarritu zen, nekazaritza-sektorean zein komunikazioaren alorrean lan egiten duten profesionalak eskainitako 12 orduko ibilbide batekin.

Aurten, burutuko diren ekintzek abiapuntu hori izango dute eta formakuntza, nagusiki, UAGN-ren komunikazio-sailak egingo duen jarraipen eta aholkularitza pertsonalizatua oinarrituko da. Gainera, ingeniaritza sailak ezagutza tekniko eta agronomikoa ere eskainiko du.

Agroinfluencers-en helburuetako bat al da gazteei ikusaraztea nekazaritza-sektorea aukera profesionala izan daitekeela? Zein nolako emaitzak espero dituzue?

Gazteengana hurbilduko gara sare sozialen bidez eta ikastetxeetara

eta unibertsitateetara egingo ditugun bisitetan. Inspirazio eta motibazio izan nahi dugu, sektorearen eta landa-ingurunearen aukerak eta erakargarritasunak erakutsi nahi dizkiegu beste gazte batzuen ikuspegitik. Izan ere, gazte horiek, agroinfluencerrek, adierazten dutenez, hala nahi izan dutelako egiten dute lan sektore honetan, ez beste aukerarik ez zutelako. Horretan sinesten dute eta beren herrietan bizitzen jarraitu nahi dute.

Nola erabiltzen dituzue teknologia eta sare sozialak herritarrei zuen eguneroko lana helarazteko? Zeintzuk izan dira orain arte izan dituzuen erronkarik handienak?

Influencer edo eragin-sortzailearen figura berri hori sortu nahi izan dugu, sektore honen inguruko kalitatezko edukia sortuko dituen benetako figura bat. Era

berean, beste 'target' edo publiko objektibo bat sortu nahi izan da, nekazaritzako elikagaien sektorea, hain zuzen ere. Izan ere, lehen esan bezala, sareetako edukia murrizta da. Hori bai, publiko generalista bati ere zuzentzen gatzazkio, gizarte osoari, mundu interesgarri bat deskubrituko baitu, eta mundu horrekin lotura zuzena duena; izan ere, nekazariak dira herritarrak eta bizi diren etxea, ingurumena, elikatzen eta zaintzen dutenak.

Erronka zerotik hasia da, baina sortutako interesak jarraitzea animatu gaitu.

Etorkizunera begira, zeintzuk lirateke egitasmo honek dituen asmoak?

Idea asko ditugu, baina momentuz, hasi berri den bigarren edizio honetan hasitako lanei ekingo diegu. Proiektua jarraitzea eta komunitatearen parte izatera animatzen zaituztegu.

Agroinfluencers

Octubre

✓ Comienzan las acciones del proyecto Agroinfluencers con la visita al colegio Catalina de Foix, 7 de octubre

📌 Convocatoria de prensa

Agroinfluencers



CONVOCATORIA DE PRENSA

Comienzan las acciones del proyecto #AgroinfluencersUAGN: visita al colegio Catalina de Foix

MOTIVO:	Primera acción de la segunda edición del proyecto Agroinfluencers, con la visita al colegio Catalina de Foix, en Zizur. 36 niños, dos clases de 6º de primaria, conocerán de primera mano el campo y el sector primario.
DÍA:	lunes, 7 de octubre
INTERVIENEN:	Pello Sarratea, ganadero y 'agroinfluencer' Marta Eslava, agricultora y 'agroinfluencer' Nerea Mortalena, ganadera y 'agroinfluencer'
HORA:	11.00 horas
LUGAR:	CPEIP Zizur Catalina de Foix

 **Nota de prensa**



NOTA DE PRENSA

Comienzan las acciones del proyecto Agroinfluencers con la visita al colegio Catalina de Foix

36 niños y niñas, de dos clases de 6º de primaria, en Zizur, conocían de primera mano el campo, en una sesión a cargo de tres de los influyentes del agro de UAGN: los profesionales de la ganadería Pello Sarratea y Nerea Mortalena, y la agricultora Marta Eslava.

Los 'agroinfluencers' de UAGN ya están totalmente sumergidos en el proyecto homónimo, con la primera acción de esta segunda edición: la visita al colegio Catalina de Foix, de Zizur, esta mañana del 7 de octubre de 2024. Así, 36 niñas y niños de 6º de primaria aprendían en qué consiste y cuál es la importancia del sector primario, de la mano de tres de los influyentes del agro: Pello Sarratea, ganadero de Almandoz; Marta Eslava, agricultora de Barásoain; y Nerea Mortalena, ganadera de Arrayoz.

"Es muy importante que conozcan desde bien temprano de dónde provienen los alimentos, gracias a quiénes, a qué trabajo, llegan a su plato y de qué manera; es una labor esencial, es ser humano necesita comer, pero además es una cuestión mucho más amplia: es económica, ambiental, social...", detalla la directora técnica de UAGN Sandra Muñoz, que realizaba las presentaciones al comienzo de la cita. De hecho ése es precisamente el objetivo del proyecto, de 'Agroinfluencers': comunicar el sector agroalimentario a la sociedad, de manera directa, a través de sus profesionales, sin intermediarios -nunca mejor dicho-, de forma veraz, para combatir la desinformación o imagen distorsionada del campo, y mostrar todos sus atractivos.

'Agroinfluencers' en acción

"Les he explicado la diferencia entre las vacas de leche y de carne; cómo cuidamos de los animales; cómo dan a luz; cómo pasan una temporada en los establos y otra en el monte pastando y cómo con ello cuidamos del medioambiente y el paisaje navarro; etc.", cuenta Sarratea. *"Es más, hemos hecho hincapié en que los tres vivimos y trabajamos en zonas rurales, por elección; queremos vivir en nuestros pueblos, hay quienes, como yo o Marta, hemos dejado un empleo de oficina o en las aulas para ser parte del sector primario y poder conciliar. Gracias a trabajos como los nuestros, los pueblos no se abandonan, siguen viviendo personas y esto atrae también servicios como escuelas, médicos... para que más personas puedan vivir en ellos y en buenas condiciones y decidan quedarse",* continuaba su compañera de Arrayoz. Los dos también relataban que realizan todo el proceso que requieren sus productos: desde la cría de los animales hasta la elaboración de dichos alimentos y su venta directa.

Agroinfluencers



“En mi caso, he expuesto curiosidades, como el que el espárrago se recolecta de madrugada, porque al evitar que le dé la luz solar se conserva mejor el agua que lo componen; o que la agricultura y la ganadería nació en el Neolítico, tras un cambio en la técnica que hizo que el ser humano pasara de ser cazador-recolector a agricultor y ganadero”, expresaba Eslava, licenciada en Antropología. “No sólo eso, les hemos enseñado distintas semillas y aclarado que los paisajes que conocemos, como los campos integrados por plantas que nacen de esas semillas, son hechos por el hombre”, seguía.

Los y las estudiantes atendían con atención mientras tocaban esas distintas semillas presentadas en distintos sacos, antes de pasar a rellenar una ficha, en la que debían unir tres fotos de tres granos diferentes con sus respectivos paisajes, además de incluir el nombre de dicho grano. Más abajo, aparecía una pequeña explicación de cada producto obtenido de cada cultivo. *“La ficha es para que os la llevéis, para que os llevéis a casa lo aprendido; porque esto no se acaba aquí: podéis seguir descubriendo este mundo tan interesante de la agricultura y la ganadería y la vida en los pueblos a través de las redes sociales de nuestros agroinfluencers, que las hemos puesto también en las fichas”,* concluía Muñoz y con ella la primera acción de los ‘agroinfluencers’, que se tornaba un éxito.

 **UAGN: ‘Comienzan las acciones del proyecto Agroinfluencers con la visita al colegio Catalina de Foix’**

<https://uagn.es/comienzan-las-acciones-del-proyecto-agroinfluencers-con-la-visita-al-colegio-catalina-de-foix/>



Agroinfluencers

📌 **ASAJA: 'Agroinfluencers de UAGN explican a los más peques...'**

<https://www.instagram.com/p/DA295cosqmF/>

📌 **Radio Euskadi: 'Los "agroinfluencers" siguen de moda'**

<https://www.eitb.eus/es/radio/radio-euskadi/programas/boulevard/audios/detalle/9598294/audio-los-agroinfluencers-siguen-de-moda/>

📌 **ETB 2: Teleberri, desde el minuto 47.46**

https://www.eitb.eus/es/nahieran/teleberri/teleberri/detalle/7286/226265/?utm_source=botonmovil&utm_medium=whatsapp&utm_campaign=whatsapp

📌 **Diario de Noticias: 'Jóvenes 'influencers' del campo navarro llegan a las aulas'**

<https://www.noticiasdenavarra.com/economia/2024/10/07/jovenes-influencers-campo-navarro-llegan-8779932.html>

📌 **Diario de Noticias: formato físico**



(l-d) Miguel Oficialdegui (Aitacayo), Carmen Oroz (directora del Área de Comercio del Ayuntamiento de Pamplona), Mario Iliberri (Monte Sesma), Natalia Bellostas (directora gerente de Intia), José María Aierdi (consejero de Desarrollo Rural), Emilio Gurrea (Valle Arga), Jesús Mari Martínez (Benitoren), Ignacio Oficialdegui (Aitacayo) y Ana Barandiaran (Intia).

La marca Nuez de Navarra se presenta en el inicio de la campaña de recolección

La asociación engloba a ocho productores, con 96 hectáreas y 200 toneladas

✎ **Sagrario Zabaleta Echarte**
✎ **Iban Aguinaga**

PAMPLONA – “Nuez de Navarra es sabrosa y con una textura más dura, debido al clima del norte que sufre menos calor que otras zonas”, explica Emilio Gurrea, presidente de la Asociación para la Promoción de la Nuez de Navarra. Productor y uno de los rostros visibles de la empresa de frutos secos Valle Arga de Falces ha impulsado junto a otras siete explotaciones la marca colectiva Nuez de Navarra/Nafarroako Intxaurra, integrada en Reyno Gourmet.

“No es una Denominación de Origen ni una Indicación Geográfica Protegida sino una marca para que el consumidor identifique este producto de calidad procedente de la Comunidad Foral”, especifica Gurrea.

Además de Valle Arga, a esta aventura se han unido Nuez de Arizala en Arizala/Arizala; Aitacayo en Artajona; José Antonio Chocarro en Berbinzana; Nueces de Oteiza en Oteiza de la Solana; Nueces de Navarra en Riezu/Errezu; y Benitoren y Monte Sesma en Sesma. Desde el origen de la idea hasta su puesta en marcha han pasado dos años, en los que han estado apoyados por Intia y el departamento de Desarrollo Rural.

Representan 96 hectáreas con una producción de 200 toneladas cada año. La presentación de esta iniciativa ha coincidido con el inicio de la campaña de recolección de 2024. “Las lluvias han retrasado el comienzo de la cosecha y procuramos salir cuan-

to antes al mercado”, cuenta Gurrea. Prevé que las primeras nueces con esta marca puedan comprarse en la 9ª Semana de Producto Local que acogerá Pamplona entre este jueves y domingo en la plaza del Castillo. “Seguramente que algún puesto podrá ofrecer”, remarca.

Estos productores practican fundamentalmente la venta directa y la distribución en establecimientos de alimentación y fruterías. “Promocionamos por toda España y estamos abiertos a la entrada de más socios”, detalla Gurrea. La sede de Intia se convierte en el espacio físico de esta asociación.

UN TERCIO DEL TOTAL La directora gerente de esta sociedad pública, Natalia Bellostas, resalta que “alimentos como la nuez destacan por su producción limitada, autenticidad, estacionalidad y alta demanda por parte del consumidor”. Las 96 hectáreas suponen un tercio de la superficie de nogales registrada en Navarra, que asciende a unas 307. Estas últimas producen un total de 424 toneladas: así que Nuez de Navarra aglutina el 46% de la recolección.

El consejero de Desarrollo Rural, José María Aierdi, señala que “la puesta en marcha de esta marca colectiva y su inclusión en Reyno Gourmet reconocen un producto vinculado a nuestra tierra y que abarca toda la Comunidad Foral, tanto de secano como de regadío. Es un espaldarazo para ratificar su calidad, para sensibilizar a la parte consumidora y para difundirlo tanto dentro como fuera de Navarra”.

Son nueces recolectadas en su estado de madurez óptimo y acondicionadas rápidamente para mantener todo su sabor y sus cualidades nutritivas. Los agricultores se encargan del envasado, porque controlan todo el proceso, desde la explotación hasta el punto de venta. Para su comercialización deben cumplir una serie de requisitos y estar controladas y certificadas por un organismo externo.

Debe ser producida y acondicionada en Navarra por los productores; con variedades adaptadas al territorio; la cosecha se realiza en su momento óptimo de madurez; para el descortezado o limpieza del ruzno, solo podrá utilizarse agua; el secado se inicia como máximo dentro de las 48 horas siguientes a la limpieza; debe tener un tamaño mayor de 28 milímetros de diámetro; debe ser recolectada en la última cosecha y nunca pueden ser nueces que hayan sobrado de campañas anteriores; y su control certifica un mínimo porcentaje de nueces que no se ajustan a lo requerido (inferior a un 10%).

“En la feria de producto local de esta semana en Pamplona habrá Nuez de Navarra, seguramente”

EMILIO GURREA
Presidente de Asociación Nuez de Navarra

CEN, Nasertic y Caja Rural se unen para activar la ciberseguridad

ACUERDO – La CEN, Caja Rural y Nasertic, que gestiona el Navarra Cybersecurity Center, han firmado un convenio para establecer un marco de colaboración con el fin de fomentar la concienciación en materia de ciberseguridad entre las pymes navarras. Representantes de las tres entidades se reunieron ayer para sellar este acuerdo: Carlos Fernández Valdivielso (CEN); Iñaki Pinillos (Nasertic), y Ricardo Gofí (Caja Rural). El proyecto, liderado por el Navarra Cybersecurity Center, estará subvencionado por la acción social de Caja Rural, y contará con la colaboración de CEN, facilitando la formación entre los trabajadores de sus empresas asociadas. – E.P.

Embega Centro Stirling atrae talento a la Comunidad Foral

EMPRESA – La consejera de Universidad, Innovación y Transformación Digital, Patricia Fanlo, conoció este lunes Embega Centro Stirling, en Villatuerta, a su juicio “un centro puntero en el ámbito de la sensorica, un campo transversal que abarca desde la automoción hasta el sector biosanitario”. Según Fanlo, “este centro no solo se distingue por su avanzada tecnología, sino que también desempeña un papel fundamental en la atracción y retención de talento en la Zona Media, impulsando el desarrollo económico y social de la localidad”. Se constituyó en 2008 como cooperativa de servicios empresariales sin ánimo de lucro, con carácter de espacio de I+D+i tecnológico privado. – D.N.



‘Agroinfluencers’ de UAGN, ayer con el alumnado. Foto: cedita

Jóvenes ‘influencers’ del campo navarro llegan a las aulas

Pello Sarraitea, Marta Eslava y Nerea Mortalena se reúnen con alumnado de 6º de Primaria de un colegio de Zizur

PAMPLONA – Tres *agroinfluencers* de UAGN, que participan en un proyecto de comunicación que ya cumple su segunda edición, se desplazaron ayer hasta el colegio Catalina de Foix de Zizur para hablar con el alumnado sobre agricultura y ganadería. Pello Sarraitea, ganadero de Almandoz; Marta Eslava, agricultora de Barásain; y Nerea Mortalena, ganadera de Arrayoz, expusieron a 36 niños y niñas de 6º de Primaria la importancia del sector primario y sus tareas.

Marta Eslava, licenciada en Antropología y que renunció a la enseñanza para desarrollar su profesión como agricultora, indicó a este alumnado que “la agricultura y la ganadería nacieron en el Neolítico”. Nerea Mortalena, que dejó su

empleo en una oficina por el sector primario y para conciliar, relató que tanto Pello, Marta como ella escogieron esta vida de manera voluntaria. “A través de nuestros trabajos, los pueblos no se abandonan, siguen viviendo personas y eso favorece el mantenimiento o implantación de servicios como escuelas o médicos. Con esas condiciones, las zonas rurales se vuelven más atractivas para atraer a nuevos habitantes”.

La directora técnica de UAGN, Sandra Muñoz, subrayó: “Resulta clave que los niños y niñas aprendan desde pequeños la procedencia de los alimentos, quiénes los cultivan y el proceso que siguen hasta llegar al plato. Ejercemos una labor esencial porque el ser humano necesita comer; pero también este sector cumple su función económica, ambiental y social”.

La segunda edición de este programa sigue trabajando la comunicación directa para difundir las funciones de este sector y su importancia para la sociedad. – S.Z.E.

✎ **Navarra.com: ‘Los agricultores de Navarra se convierten en ‘agroinfluencers’ para acercar el campo a los colegios’**

<https://navarra.okdiario.com/articulo/sociedad/agricultores-navarra-convierte-agroinfluencers-acercar-campo-colegios/20241007182345564290.html>

✎ **Deia: ‘Los y las ‘agroinfluencers’**

✂ RTVE (Canal 24 horas): ‘De profesión, “agroinfluencer”’

<https://www.youtube.com/watch?v=JhmKMfjV6dE>

✓ **Agroinfluencers: colaboración con los grupos de Acción Local en los eventos ‘Rural Fest’, 30 de octubre**

✂ UAGN: ‘Los #AgroinfluencersUAGN, en el Rural Fest de Viana y San Adrián’

<https://uagn.es/los-agroinfluencersuagn-en-el-rural-fest-de-viana-y-san-adrian/>

✂ UAGN: ‘Los #AgroinfluencersUAGN impulsan el campo y sus pueblos desde el Rural Fest’

<https://uagn.es/los-agroinfluencersuagn-impulsan-el-campo-y-sus-pueblos-desde-el-rural-fest/>

✓ **Agroinfluencers: colaboración en el proyecto ‘Red de mujeres UAGN’ al intervenir en eventos (Koine-Aequalitas e INAI), 30 de octubre**

✂ UAGN: ‘Arrancan los Encuentros territoriales de mujeres rurales, organizados por UAGN’

<https://uagn.es/arrancan-los-encuentros-territoriales-de-mujeres-rurales-organizados-por-uagn/>

✂ UAGN: ‘Estella cierra los encuentros territoriales de mujeres rurales’

<https://uagn.es/estella-cierra-los-encuentros-territoriales-de-mujeres-rurales/>

Noviembre

✓ **Agroinfluencers: intervención de la agricultora de la Valdorba y ‘agroinfluencer’ Marta Eslava en ‘Foro-Hiria’, 5 de noviembre**

📌 **Diario de Noticias: 'Jóvenes en el agro navarro. Gazteak nafarroako nekazaritzan'**

<https://www.youtube.com/live/STVY05gTwN4>

📌 **Diario de Noticias: 'Foro Hiria aborda el reto del relevo generacional en el agro navarro'**

20 ACTUALIDAD ECONOMÍA

Diario de Noticias – Martes, 5 de noviembre de 2024



Pensionistas, en la plaza del Ayuntamiento de Pamplona. Foto: J. Bergasa

Los pensionistas ven positivo el acuerdo presupuestario de 1.035 €

Indican que "se aproxima al objetivo de 1.080 euros" que reclaman desde hace siete años para acercarse al SMI

PAMPLONA – El Movimiento de Pensionistas de Navarra valoró ayer como "un salto cuantitativo y cualitativo importante" el acuerdo firmado por el Gobierno foral y EH Bildu para los próximos Presupuestos, ya que contempla 1.035 euros para la pensión mínima, lo que se "acercará al objetivo" de los 1.080 reclamados. Lo constataron en una nota, tras celebrar una asamblea en Pamplona, en la que recordaron su reivindicación desde hace siete años de que el complemento de la pensión mínima alcance 1.080 euros en 14 mensualidades, "en la perspectiva de acercarse al SMI", y que su aplicación se realice de forma individualizada y no por unidades de convivencia. Tras constatar que Gobier-

no foral y EH Bildu acordaron para los próximos Presupuestos de Navarra un complemento de la pensión mínima que suma 1.035 euros, reconocen que no cumple con la reclamación pero "supone acercarse". Por ello, "valoramos positivamente este acuerdo, ya que supone un salto cuantitativo y cualitativo importante en la larga y difícil lucha que aspira a fijar una cifra mínima para una pensión digna", dijeron, aunque también advirtieron que "en esta lucha nada ha terminado".

INICIATIVA LEGISLATIVA POPULAR Así, avanzaron que desde el Movimiento de Pensionistas de Euzkadi Herria se está promoviendo en la CAV una Iniciativa Legislativa Popular que reivindica una pensión mínima equivalente al Salario Mínimo Interprofesional. "Ese debe ser nuestro próximo reto", confirmaron desde el movimiento en Navarra, que reivindicará esta cuestión en una manifestación el lunes. – *ije*

VW contempla en su ajuste amortizar puestos, prejubilación y reducir bonificaciones

Estima necesaria una aportación de 900 millones en su reestructuración en Alemania

PAMPLONA – El consejero delegado del grupo VW, Oliver Blume, defendió ayer el plan de ajuste planteado por la cúpula del fabricante alegando que es inevitable tras "décadas de problemas estructurales". "La débil demanda del mercado europeo y los ingresos menores de China revelan décadas de problemas estructurales en VW", aseguró Blume en una entrevista con el diario alemán *Bild*.

Hasta ahora, VW ha planteado el cierre de tres fábricas en Alemania y un recorte salarial generalizado de hasta el 10% para toda su plantilla, a fin de enderezar las cuentas de la compañía. Los sindicatos, por su parte, intentan mantener operativas las plantas. Blume no ve otra opción en el horizonte que el plan del grupo. VW asegura que es necesario reducir los costes laborales en Alemania donde son el doble, según el directivo, que en el resto de localizaciones de la compañía en la mayoría del resto de países europeos. Un informe admitía hace unos días que más de 10.000 empleados podrían verse afectados por los recortes.

Más allá de despidos, VW contempla congelar contrataciones, amortizar vacantes de jubilados, poner en marcha un plan de prejubilación para los nacidos entre 1961 y 1964, y reducir bonificaciones para directivos. Por todo ello, la empresa estima que será necesaria una aportación de hasta 900 millones para esta reestructuración, incluidos los pagos de las indemnizaciones por despido.

"Estamos en un punto de inflexión histórico para VW", aseguró el responsable de RRRH, Gunnar Killian,



Oliver Blume, CEO del Grupo Volkswagen. Foto: E.P.

EN BREVE

● **VW Navarra prevé 'salvar' la producción esta semana.** La dirección de VW Navarra prevé que pueda trabajar toda la semana, pero habrá que ir viendo la situación del suministro de los proveedores día a día, dijo el presidente del comité, Alfredo Morales.
● **Las matriculaciones en la Comunidad crecen un 1,58% hasta octubre.** Las matriculaciones de coches y todoterrenos crecieron un 1,58% en Navarra hasta octubre, con 5.997 vehículos vendidos. Solo en octubre se registraron 683 operaciones, un 7,11% más, según las asociaciones.

para añadir que los trabajadores deben ser conscientes de la situación. "Solo así VW podrá invertir en coches potentes, de los que depende nuestro éxito", sentenció.

Por su parte, VW Navarra comunicó al comité que este martes reanuda la producción de manera normal tras no fabricar el lunes por la DANA en Valencia. Ha obtenido las piezas que le hacen falta en otros proveedores de Chequia y Sudáfrica. Así se lo transmitió el presidente del comité, Alfredo Morales (UGT), al resto de sindicatos, CCOO, ELA, LAB y CGT. La planta ha logrado piezas de la manta capó insonorizante de caja de aguas e insonorizante del salpicadero en Sudáfrica; y el spoiler del Taigo en Chequia. Se fletaron aviones para traer esas piezas a tiempo. – *E.P./S.Z.E.*

Foro Hiria aborda el reto del relevo generacional en el agro navarro

El evento reflexionará el próximo viernes, 8 de noviembre, sobre la incorporación de los jóvenes al sector primario

PAMPLONA – El próximo viernes 8 de noviembre, DIARIO DE NOTICIAS organiza una nueva edición de Foro Hiria, bajo el título "Jóvenes en el agro navarro", con el patrocinio del departamento de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del Gobierno de Navarra. Este evento, que comenzará a las 10.30 horas en el Castillo de Gorraiz, busca reflexionar sobre el futuro del sector agroalimentario en un momento crítico, donde la falta de relevo generacional amenaza la continuidad de este sector vital para la economía y el

equilibrio territorial de Navarra.

El sector primario enfrenta retos globales como el cambio climático, la sostenibilidad y la transformación digital, así como barreras locales que dificultan la incorporación de jóvenes a la agricultura y ganadería. Factores como el acceso a la tierra, la falta de financiación y la burocracia son obstáculos que deben abordarse conjuntamente. En este contexto, el Gobierno de Navarra ha presentado el programa *Lurberri*, con un presupuesto de 22,2 millones de euros para los próximos seis años, cuyo objetivo es faci-

litar la incorporación de jóvenes al sector primario mediante ayudas directas, formación y tutorización.

El encuentro comenzará con unas palabras de bienvenida de Joseba Santamaria, director de DIARIO DE NOTICIAS, seguido de la apertura institucional de José María Aierdi, consejero de Desarrollo Rural y Medio Ambiente del Gobierno de Navarra. Entre los participantes, destaca la joven agricultora e *influencer* Clara Sarramián, quien compartirá su experiencia en el sector agroalimentario y los desafíos que enfrenta la juventud rural.

La primera mesa de debate contará con Arantxa Arregui, presidenta de Cederna Garalar; Félix Barrián, presi-



Los desafíos del campo. Foto: P. Puñal

dente de la UAGN; Fermín Gorraiz, presidente de EHNE; y Cristian Martínez, vicepresidente del Grupo de Trabajo de Jóvenes de Cooperativas Agro-Alimentarias de España y miembro de UCAN. Estos expertos profundizarán en el papel de las cooperativas y el relevo generacional.

La segunda mesa abordará temas de emprendimiento y nuevas oportunidades en el ámbito rural, con la participación de Rubén Gofí, director general de Desarrollo Rural del Gobierno de Navarra; Beatriz Preciado, responsable de Emprendimiento y Cadena de Valor en INTIA; Marta Urtaun, dinamizadora del Espacio Test Agrario de la Asociación para el Desarrollo Rural Zumbeltz; Marta Esalva, agricultora en Barisoin; y Koldo Vicente, ganadero en Otsagabia.

Si desea asistir al evento, puede inscribirse enviando un correo a forohiria@noticiasdenavarra.com o registrándose en el enlace disponible en la web de DIARIO DE NOTICIAS. – *N.R.P.*

Las mentiras acorralan a Mazón mientras el PP se muestra tibio con su gestión

El president y su gabinete siguen cambiando la versión sobre dónde estaba cuando se desató la catástrofe ● Feijóo evita dar un respaldo total a Mazón, cada vez más cuestionado en el partido por su tardanza

INFORMACIÓN EN PÁGINAS 10-13



LEYRE RUIZ PACHECO
ENFERMERA VOLUNTARIA

“La DANA ha empeorado la salud de muchas personas”

INSULTOS Y GRAVES ACUSACIONES DE IBARROLA A ASIRON Y OTRO CONCEJAL DE EH BILDU

PÁGINA 36

LAS FUERZAS DE PROGRESO CIERRAN LAS CUENTAS DE IRUÑA Y RATIFICAN SU PACTO POLÍTICO

PÁGINAS 34 Y 35

LOS JUZGADOS ATIENDEN UN 25% MÁS DE CASOS DE VIOLENCIA MACHISTA

PÁGINA 5

EMPRENDER EN EL PUEBLO, UNA OPCIÓN DE VIDA Y PROFESIONAL

● FORO HIRIA aborda los desafíos de jóvenes agricultores y ganaderos

● Seis de cada diez agricultores y ganaderos carecen de relevo en Navarra

PÁGINAS 22-25

Clara Sarramián (agricultora), Koldo Vicente (ganadero), Rubén Goñi (director general de Desarrollo Rural), Marta Eslava (agricultora), Beatriz Preciado (INTIA) y Marta Urtaun (Espacio Test Agrario Zubeltz). Foto: Javier Bergasa



Osasuna visita hoy a un Madrid en crisis

LA PLANTILLA RECIBE COMO UN ESTÍMULO EL REGRESO DE VICENTE MORENO TRAS LAS INUNDACIONES // PÁG. 44



DOS NAVARROS REPRESENTARON A AUSTRALIA EN EL MUNDIAL DE MUS DE PERÚ

PÁGINAS 33 Y 34



JUAN LUIS ROD Y JOSÉ NARANJO MUESTRAN LA CRISIS DEL SAHEL EN CONDESTABLE

PÁGINAS 54 Y 55

MIKEL ZUZA HISTORIADOR Y AUTOR DE "LIBRO REDONDO DE LEYRE"

“A la historia de Navarra se le puede sacar mucho más partido”

PÁGINA 56

El libro, mañana por solo 18,95 € + periódico



9 771576 545066

www.noticiasdenavarra.com

FORO HIRIA



Participantes en el foro Hiria. De izquierda a derecha: Ferrn Cortes, presidente de INTA; Arantza Urteaga, presidenta de Gobierno; Carlos Barrio, presidente de UCA; y Cristina Martínez, presidenta del Gobierno de Navarra.

EN NAVARRA, SEIS DE CADA DIEZ AGRICULTORES Y GANADEROS CARECEN DE UN RELEVO

● El programa Lurberri, dotado con más de 292 millones, busca asegurar el futuro del sector. ● La iniciativa quiere facilitar el acceso a tierras, acelerar el abono de ayudas y agilizar trámites

El programa Lurberri, dotado con más de 292 millones, busca asegurar el futuro del sector. La iniciativa quiere facilitar el acceso a tierras, acelerar el abono de ayudas y agilizar trámites. El programa Lurberri, dotado con más de 292 millones, busca asegurar el futuro del sector. La iniciativa quiere facilitar el acceso a tierras, acelerar el abono de ayudas y agilizar trámites.

En los últimos diez años se estima que la agricultura en Navarra ha perdido un 10% de su superficie. Los jóvenes que ingresan en el sector son cada vez más escasos. El programa Lurberri, dotado con más de 292 millones, busca asegurar el futuro del sector. La iniciativa quiere facilitar el acceso a tierras, acelerar el abono de ayudas y agilizar trámites.

El programa Lurberri, dotado con más de 292 millones, busca asegurar el futuro del sector. La iniciativa quiere facilitar el acceso a tierras, acelerar el abono de ayudas y agilizar trámites. El programa Lurberri, dotado con más de 292 millones, busca asegurar el futuro del sector. La iniciativa quiere facilitar el acceso a tierras, acelerar el abono de ayudas y agilizar trámites.

“La savia joven, tarea de todos

UAGN, EHNE y UCAN, CON SUS MATICES, GREEN QUE LURBERRI APOYA EL RELEVO Y PIDEN RAPIDEZ EN LA LEY DE DESARROLLO RURAL

Un reportaje de Sagrario Zubeldia Echazarri. Fotografía Javier Bergasa



Cristina Martínez (UCAN), Ferrn Cortes (EHNE), Julen Iturriz Garmendia, Félix Barrio (UAGN) y Arantza Urteaga (Gobierno de Navarra) durante la presentación de la Ley de Desarrollo Rural.

“No hay tiempo para mirar atrás y debemos cambiar la forma de trabajar en el apoyo al sector”

Arantza Urteaga, presidenta de Gobierno

“Las escuelas deben enseñar a niños y niñas sobre agricultura y ganadería para tener un concepto positivo”

Félix Barrio, presidente de UAGN

“Quiénes estamos cerca de la ciudad de jubilación debemos preocuparnos por el futuro”

Ferrn Cortes, presidente de INTA

“Hay que ampliar la formación y fomentar el asociacionismo para ser más rentables”

Cristina Martínez, presidenta de UCAN

FORO HIRIA



Koldo Vicens, Marta Estrella, Marta Urteaga, Julen Iturriz, Rubén Goyi y Beatriz Preciado en un momento del encuentro en el Palacio Castiella de Gurrut.

Las nuevas generaciones reivindican el mundo rural como una opción de vida

Foro Hiria abordó las inquietudes y desafíos de los que se enfrentan los jóvenes que desean emprender en el medio rural

● Natalia Barrio y Javier Bergasa

El debate sobre las oportunidades que ofrece el mundo rural como “una opción de vida y desarrollo profesional” resalta en la segunda mesa de la jornada de Foro Hiria, aglutinada en torno al sector agroalimentario. Desde el programa Lurberri hasta las experiencias personales de los jóvenes, se exploraron las fortalezas y desafíos del mundo rural, así como las herramientas para hacer viable el emprendimiento en estos territorios.

“Queremos que haya vida en el campo, que sea atractivo y que sea una opción de vida”

Arantza Urteaga, presidenta de Gobierno

“Queremos la oportunidad de que los jóvenes puedan vivir y trabajar en el campo”

Ferrn Cortes, presidente de INTA

“Emprender en el entorno rural ha sido un desafío personal y profesional”

La agricultura paterna se instaló como cuatro años en Barasoain cuando se abrió una nueva vida ligada al campo

Marta Estrella, agricultora de Barasoain



Koldo Vicens, Marta Estrella, Marta Urteaga, Julen Iturriz, Rubén Goyi y Beatriz Preciado en un momento del encuentro en el Palacio Castiella de Gurrut.

“El trabajo en el sector primario está infravalorado, pero es fundamental para el desarrollo de la sociedad”

Koldo Vicens, ganadero de Otsoyaga

“El retorno al campo supone un camino hacia una vida más auténtica”

El ganadero pamplonés dejó su vida en la ciudad para conectar con la naturaleza y ser felices

Koldo Vicens, ganadero de Otsoyaga

“Vivir en el pueblo, rodeado de la gente y la naturaleza, ha sido la mejor decisión. Aquí es donde me siento bien”

Koldo Vicens, ganadero de Otsoyaga

Diario de Navarra: “Emprender en el entorno rural ha sido un desafío personal y profesional”

https://www.noticiasdenavarra.com/foro-hiria/2024/11/09/emprender-entorno-rural-sido-desafio-8908566.html?bclid=IwZXh0bgNlZWV0CMTEAR3vDcj_yYNDtQh_HYqHE-Y-

✓ **Agroinfluencers: participación en II Congreso de Mujeres Rurales (ASAJA Mujeres), 7 de noviembre**

📌 **Revista ‘Tempero’ (página 24): ‘Red nacional de mujeres rurales’**

<https://uagn.es/wp-content/uploads/2024/11/Tempero-511-Septiembre-October-2024-LR-1.pdf>

✓ **Agroinfluencers: UAGN organiza una sesión formativa sobre desinformación en el sector, 11 de noviembre**

📌 **Nota de prensa:**



NOTA DE PRENSA

UAGN organiza una sesión formativa gratuita sobre desinformación en el sector agroalimentario

Mañana, martes 12 de noviembre de 18 a 19 horas y en formato online, la fundación Maldita.es ofrecerá distintas técnicas para combatir la desinformación, en el marco del proyecto Agroinfluencers, financiado por la convocatoria Cosmos de Gobierno de Navarra.

La tragedia de la Dana en Valencia ha puesto de nuevo a la información en el punto de mira. Los bulos y las noticias falsas están a la orden del día en los medios de comunicación y las redes sociales. *"Hace unos días escuchábamos al Rey Felipe hablar de 'intoxicación mediática interesada en fomentar el caos'. En este sentido, la información falsa puede hacer mucho daño y generar miedos y confusiones. Por lo tanto, los periodistas tenemos el compromiso y la responsabilidad de informar de manera objetiva y veraz; y la ciudadanía debe aprender a tener una mirada crítica y a contrastar la información. Desde este punto de vista, esta formación gratuita, dirigida a todos los públicos, nos va a permitir disponer de pautas para aprender a detectar bulos"*, explica Susana Villanueva, responsable de comunicación de UAGN. Se refiere a la sesión formativa online, a cargo de la entidad sin ánimo de lucro Maldita.es, que dotará de herramientas para combatir la desinformación, como otra de las acciones del proyecto 'Agroinfluencers', financiado por la convocatoria Cosmos de Gobierno de Navarra.

Maldita.es es un medio de comunicación constituido como una fundación dedicada a la *fact checking* o comprobación de hechos. Su objetivo es verificar informaciones que circulan en Internet, sobre todo en redes sociales como Facebook o Twitter y otras plataformas como Youtube y cadenas de mensajes en WhatsApp. También busca dotar a la ciudadanía de los recursos necesarios para tener una información veraz y contrastada sobre los sucesos cotidianos: en definitiva, desmentir noticias falsas. Rocío Benavente, periodista de largo recorrido y coordinadora de Maldita Ciencia en Maldita.es, dará las pautas para poder detectar mensajes falsos y saber cómo contrastarlos.

Las inscripciones se podrán llevar a cabo a través de los siguientes canales:

A través del teléfono: 666 361 587

A través del whatsapp: 666 361 587

A través del mail: uagn@uagn.es

A través del formulario:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSekNgedoiOaygBvOKwBnXd_TTtak7ep9nYI_i5jbtCYMWLuww/viewform

Agroinfluencers



Se enviará el enlace de zoom para disponer del acceso al curso (la sesión no puede ser grabada, por lo que solamente podrá seguirse en directo).

Colaboración en el marco del proyecto 'Agroinfluencers'

La formación es parte del proyecto 'Agroinfluencers', pero no es la única intervención de la fundación Maldita.es en la iniciativa. La organización agraria colabora con la entidad sin ánimo de lucro en otras dos acciones más: Maldita.es ha elaborado una infografía sobre la PAC, en la que se presenta esta política y sus características a modo de información objetiva, veraz y contrastada (se envía adjunta); igualmente, Maldita.es participará con una ponencia marco sobre desinformación en el Diálogo Agrario que tendrá lugar el próximo 12 de diciembre.

Agroinfluencers

📌 UAGN: 'UAGN organiza una sesión formativa gratuita sobre desinformación en el sector agroalimentario'

<https://uagn.es/uagn-organiza-una-sesion-formativa-gratuita-sobre-desinformacion-en-el-sector-agroalimentario/>

📌 Agencia EFE: 'El adormecimiento del pensamiento crítico da alas a la desinformación y los bulos'

<https://efe.com/navarra/2024-11-17/el-adormecimiento-del-pensamiento-critico-da-alas-a-la-desinformacion-y-los-bulos/>

✓ Agroinfluencers: intervención en el Congreso Jóvenes Agricultores en el Parlamento Europeo (Bruselas), 11 de diciembre

📌 Foto:

<https://uagn.es/wp-content/uploads/2025/03/WhatsApp-Image-2024-12-11-at-21.36.42.jpeg>

✓ Agroinfluencers: colaboración con el proyecto 'Territorio Eslava' participando en el evento 'Viaje sensorial a través de la Garnacha' (Ayto. de Eslava), 12 de diciembre

📌 Instagram de AgroinfluencersUAGN:

<https://www.instagram.com/p/DCRsKIHNsxR/>

✓ Agroinfluencers: UAGN organiza con Casa Gutier un encuentro de mujeres 'agroinfluencers' en Ciudad Real, 14 de noviembre

📌 UAGN: 'UAGN organiza con Casa Gutier un encuentro de mujeres 'agroinfluencers' en Ciudad Real'

<https://uagn.es/uagn-organiza-con-casa-gutier-un-encuentro-de-mujeres-agroinfluencers-en-ciudad-real/>

📌 ASAJA: 'UAGN organiza con Casa Gutier un encuentro de mujeres 'agroinfluencers' en Ciudad Real'

Agroinfluencers

https://www.asaja.com/publicaciones/uagn_organiza_con_casa_gutier_un_encuentro_de_mujeres_%E2%80%98agroinfluencers%E2%80%99_en_ciudad_real_12701

✓ **Agroinfluencers: intervención en el X Congreso Joven Agricultor (ASAJA Nacional) en Madrid, 21 de diciembre**

📌 **Instagram de AgroinfluencersUAGN:**

https://www.instagram.com/p/DCrdPRIO_Lf/

✓ **Agroinfluencers: Marca Navarra, 22 de noviembre**

📌 **UAGN: ‘#AgroinfluencersUAGN, como Marca Navarra’**

<https://uagn.es/agroinfluencersuagn-como-marca-navarra/>

📌 **Europa Press: ‘Marca Navarra despliega una estrategia para "reposicionarse en el mundo" y avanzar como "región innovadora"’**

<https://www.europapress.es/navarra/noticia-marca-navarra-despliega-estrategia-reposicionarse-mundo-avanzar-region-innovadora-20241122163024.html>

📌 **Gobierno de Navarra: ‘Navarra despliega su nueva estrategia para reposicionarse en el mundo y avanzar en su desarrollo como región innovadora, igualitaria y sostenible’**

<https://www.navarra.es/es/-/nota-prensa/navarra-despliega-su-nueva-estrategia-para-reposicionarse-en-el-mundo-y-avanzar-en-su-desarrollo-como-region-innovadora-igualitaria-y-sostenible?pageBackId=7574878&back=true>

📌 **Fundaciones de Navarra: ‘Villanueva demuestra el papel esencial de las fundaciones en la construcción de Marca Navarra’**

<https://www.fundacionesdenavarra.com/villanueva-demuestra-el-papel-esencial-de-las-fundaciones-en-la-construccion-de-marca-navarra/>

Diciembre

✓ **Diálogos Agrarios 2024, 12 de diciembre**

📌 **Convocatoria de prensa**

CONVOCATORIA DE PRENSA

Diálogo Agrario 2024: 'La información desinformada en agroalimentación'

MOTIVO:	En el marco del proyecto 'Agroinfluencers', por segundo año, esta cita anual de UAGN presentará los resultados del proyecto; y su programa, compuesto, como es habitual, por una ponencia marco y una mesa redonda de expertos, estará dedicado a la comunicación del campo. Concretamente, a la desinformación en el sector, temática en la que se ha centrado esta segunda edición de 'Agroinfluencers'.
DÍA:	jueves, 12 de diciembre
Canutazo:	Félix Bariáin, presidente de UAGN Félix Taberna, vicepresidente primero y consejero de Presidencia e Igualdad de Gobierno de Navarra José Molina, periodista encargado de la sección Maldita Agricultura de la Fundación Maldita.es
HORA:	10.15 horas
LUGAR:	Salón Ansoleaga (C/San Francisco 5, Pamplona; ubicación aquí)
FOTO GRUPAL:	11.40 horas

 **Europa Press: 'Bariáin (UAGN) emplaza a combatir la "desinformación" en el sector agrario, un "problema prácticamente diario"'**

Agroinfluencers

<https://www.europapress.es/navarra/noticia-bariain-uagn-emplaza-combatir-desinformacion-sector-agrario-problema-practicamente-diario-20241212113539.html>

📌 **Gobierno de Navarra: ‘El vicepresidente Taberna abre la jornada ‘Diálogo Agrario 2024: La información desinformada en agroalimentación’, organizada por la UAGN’**

<https://www.navarra.es/es/-/convocatoria/el-vicepresidente-taberna-abre-la-jornada-dialogo-agrario-2024-la-informacion-desinformada-en-agroalimentacion-organizada-por-la-union-de-agricultores-y-ganaderos-de-navarra-uagn->

📌 **RTVE (Telenavarra, informativo, desde el minuto 10.10):**

<https://www.rtve.es/play/videos/telenavarra/telenavarra-2-13-12-2024/16371581/>

📌 **RNE (desde el minuto -13.17): Crónica Navarra**

<https://www.rtve.es/play/audios/navarra-informativos/cronica-navarra-13-30-horas-12-12-2024/16369819/>

📌 **RNE (desde el minuto -2.45): Informativo Navarra**

<https://www.rtve.es/play/audios/navarra-informativos/informativo-navarra-19-50-12-12-2024/16370558/>

📌 **Cadena SER: ‘Proyecto Diálogo agrario: "El sector primario en Navarra es de las pocas actividades que mantienen el medioambiente y la vida en los pueblos"’**

<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/>

📌 **Diario de Noticias: ‘Bariáin (UAGN) emplaza a combatir la "desinformación" en el sector agrario, un "problema prácticamente diario"’**

<https://www.noticiasdenavarra.com/economia/2024/12/12/bariain-uagn-emplaza-combatir-desinformacion-9041796.html>



Trabajadores de VW Navarra y de empresas, durante la concentración del 25 de abril en defensa del sector del automóvil. Foto: Javier Bergasa

VW NAVARRA CIERRA CON UGT Y CCOO EL CALENDARIO DE TRABAJO Y EL ERTE PARA 2025

● El acuerdo entre la dirección y la mayoría sindical prevé casi cuatro meses sin producción ● También contempla un plan de formación que permitirá reducir los días de regulación

PAMPLONA – La dirección de Volkswagen Navarra y la mayoría sindical que conforman UGT y CCOO firmaron este jueves el acuerdo que establece el calendario laboral y el ERTE (Expediente de Regulación Temporal de Empleo) para el año 2025 que se aplicará por "causas técnicas, organizativas y productivas" en Landaben.

El comunicado emitido desde la compañía explica que la necesidad de este expediente de regulación obedece a "la falta de programa productivo, la modificación de instalaciones para preparar los lanzamientos de los coches eléctricos, la falta de capacidad de los proveedores y la falta de piezas para la fabricación de los coches".

El calendario ya pactado contempla que en la producción prevista para el año que viene en las instalaciones de Landaben será de entre 220.000 y 230.000 coches. Además, de forma paralela, se llevarán a cabo

las modificaciones de las instalaciones necesarias para el lanzamiento de dos coches eléctricos en 2026. Este acuerdo cuenta con el apoyo de UGT y CCOO, que representan el 68,9% la parte social, mientras que ELA, LAB y CGT finalmente no lo han suscrito, pese a que este martes reconocieron que en las condiciones del ERTE planteadas por la empresa había algunas mejoras.

Como ya adelantó la compañía a finales de noviembre, la planta de Landaben no producirá coches durante casi cuatro meses por causas organizativas y técnicas. Está previsto que en 2025 no se empiece a trabajar hasta el 23 de enero, en verano parará entre el 2 de julio y el 20 de agosto y no habrá actividad en diciembre.

PREMIO AL PRESENTISMO Según informó Volkswagen Navarra, las condiciones que se aplicarán partirán de las del ERTE aprobado el 29

LA CIFRA

300

EUROS. El ERTE se aplicará con las condiciones del que se aprobó el 29 de agosto del 2018, si bien se establecen mejoras como un pago de 300 euros vinculado al presentismo.

LA FRASE

ALFREDO MORALES "EL ACUERDO RESPETA EL EMPLEO Y LOS SALARIOS"
El presidente del comité de empresa, Alfredo Morales, destaca que la empresa no solo respeta el empleo y los salarios de la plantilla, sino que formará a trabajadores para las nuevas necesidades del coche eléctrico y también hará contrataciones.

de agosto del 2018, al tiempo que se establecen mejoras significativas como un pago de 300 euros vinculados al presentismo que se abonará de forma proporcional.

Asimismo, a las personas de la plantilla actual que a la firma del acuerdo no puedan acceder a la prestación por desempleo por falta

de días cotizados, se les compensará, a cargo de Volkswagen Navarra, la parte no abonada por el SEPE (Servicio Público de Empleo Estatal). La regulación, en cualquier caso, no será uniforme para todos los empleados, si bien pueden verse afectados por esta medida unos 60 días de media.

PLAN DE FORMACIÓN El acuerdo rubricado este jueves contempla, también, un "ambicioso" plan de formación, con el que se aminorarán los días de ERTE, que incluye cursos genéricos, de coche eléctrico, y de cualificación y promoción interna, para adecuar la plantilla de VW Navarra a las futuras necesidades. Se recurrirá a la contratación externa como alternativa en determinados casos específicos. Las profesiones más afectadas son electromecánico del automóvil, carrocerero, conductor de instalaciones, guarnecedor y revisionista.

VW estima que va a necesitar entre 450 y 500 empleados para amoldarse a nuevos perfiles vinculados al coche eléctrico y para cubrir puestos de personas que van a jubilarse.

En el primer balance comunicado este martes, la factoría calcula que va a demandar unos 100 carroceros, unos 180 revisionistas, unos 80 guarnecedores, unos 40 electromecánicos, y unos 115 conductores de instalación. -J.E.

El beneficio de Eroski cae mientras sube su facturación

El grupo gana 66,3 millones hasta octubre y destaca el "sólido" crecimiento de sus ventas

PAMPLONA – El grupo Eroski registró un beneficio de 66,3 millones en los nueve primeros meses de su ejercicio fiscal –del 1 de febrero al 31 de octubre–, lo que supone un 36,86% menos en el mismo periodo del año anterior, mientras que aumentó su facturación un 2,4%. En un comunicado, el grupo de distribución subrayó que, en un entorno "desafiante", han logrado un "sólido" crecimiento en ventas. En concreto, el volumen de actividad alcanzó unas ventas brutas de 4.367 millones de euros, lo que representa un auge del 2,4% respecto al mismo periodo del ejercicio previo.

Según subrayó, destaca especialmente la cifra de ventas brutas en el ámbito alimentario, que alcanzó los 4.149 millones de euros, un 3,1% superior a la registrada en los primeros nueve meses de 2023. Eroski ha indicado que esta evolución ha sido posible gracias a la "positiva acogida" del esfuerzo promocional y de "contención de precios" que el grupo ha implementado y mantenido desde 2021.

Para ello, se ha realizado un "fuerte esfuerzo" destinado a reducir dicho impacto, que ascendió a 33 millones durante los primeros seis meses de 2024. El resultado positivo del grupo se elevó hasta los 66,3 millones de euros. Esta cifra es inferior a la del año anterior en 38,7 millones, cuando obtuvo 105 millones. Eroski invertirá 22 millones en promociones, ya que la campaña *Los Ofertones de Navidad* incluirá descuentos "importantes" en más de 100 productos. -E.P.

UAGN reivindica información veraz para el sector agroalimentario

PAMPLONA – El presidente de UAGN, Félix Barrián, emplazó ayer a combatir la "desinformación" en el sector agrario, "un problema que en otros sectores puede ser puntual, pero que en un sector como el nuestro es prácticamente diario". Barrián hizo estas declaraciones antes de participar en la jornada *Diálogo Agrario 2024: la información desinformada en agroalimentación*, organizada por UAGN. -Agencias

📌 Navarra Televisión: 'UAGN llama a combatir la desinformación en el campo'

<https://www.navarratelevision.es/noticia/z4973b0e9-da7d-0c7b-fced6dc252ead117/202412/uagn-llama-a-combatir-la-desinformacion-en-el-sector-agrario>

Agroinfluencers

✓ **Agroinfluencers: colaboración en el proyecto ‘Red de mujeres UAGN’ (Koine-Aequalitas y Ayto. de Pamplona), 19 de diciembre**

📌 **UAGN: ‘La Red de Mujeres de UAGN echa a andar’**
<https://uagn.es/la-red-de-mujeres-uagn-echa-a-andar/>