

“**N**uestro mayor valor es conocer y mantener la relación con nuestros productores y ponerlos en contacto con distribuidores, comercios y restaurantes”, indica Rosa Rived, coordinadora de la iniciativa. Toda esa información del sector agroalimentario aragonés está disponible y estructurada por sectores y comarcas en la [web](#) del proyecto, que recoge recursos para productores y compradores profesionales, además de para emprendedores (manual de empresa y ayudas), colegios (material didáctico del huerto y unidades para el aula sobre alimentos) y consumidores (dónde comprar, noticias de actividades, mercados, etc.), entre otros.

Otra característica fundamental es la atención personalizada. “En cada comarca hay un técnico que escucha a esos productores y valora sus necesidades para transformarlas en acciones que ayuden a mejorar la gestión de sus negocios”.

Dentro de sus tres pilares fundamentales: comercialización, formación y comunicación, se han realizado diversas acciones. Por ejemplo, la organización de ferias y encuentros comerciales para poner en contacto a productores y compradores o las colaboraciones entre diversos agentes del sector para dar respuesta a necesidades comunes. Ya se han ejecutado seis proyectos piloto sobre temas

como la puesta en valor de productos y rutas turísticas para conocer a productores locales.

La formación en habilidades digitales y de comercialización, como *E-commerce*, *marketing*, distribución y segmentación y posicionamiento se ha dirigido a productores y emprendedores. “También de *storytelling*, para dar a conocer el verdadero valor de nuestros productos. Tenemos muy buena materia prima, pero no la sabemos vender como se merece”.

La comunicación se ha centrado en la difusión de los valores del proyecto y de sus protagonistas, los productores agroalimentarios aragoneses, y en transmitir la pasión por el producto de proximidad y la implicación de su consumo en la economía local. “Es como si fuésemos el gabinete de prensa de 1.500 productores”, comenta Rived. “Después de 15 años trabajando con todos los públicos: consumidores, escolares, tiendas, hostelería, turismo y productores, nos hemos ganado la confianza del sector. Gestionamos entrevistas, apariciones en medios de comunicación, suministramos contenidos de producto y productores al sector; además, la difusión en redes sociales ha sido impresionante. Tenemos más de 75.000 impresiones, lo que nos sitúa como uno de los canales de comunicación agroalimentaria más potentes de Aragón”.

ACCIÓN LOCAL



Texto: Rosa Ruiz / Fotografías: Pon Aragón en tu mesa

La gastronomía aragonesa como motor de desarrollo

[Pon Aragón en tu mesa](#) es un proyecto de cooperación en el que participan 16 grupos de acción local de esta comunidad y que pone en valor la calidad de los productos agroalimentarios producidos en el medio rural aragonés. Una iniciativa que impulsa el desarrollo de estos territorios y dinamiza el sector, dando a conocer las cualidades de sus productos, apoyando el emprendimiento y facilitando la comercialización. [Adefo Cinco Villas](#) es el coordinador de este proyecto que da visibilidad a más de 1.500 productores rurales y contribuye al desarrollo del medio rural, a generar empleo y a fijar población.



Crema de cebolla de Fuentes.



Las rutas gastronómicas ofrecen al visitante el doble placer de la mesa y el paisaje.



Los encuentros comerciales acercan a productores y consumidores.

LA FUERZA DE LA UNIÓN

Además de su grupo coordinador, Adefo Cinco Villas, en Pon Aragón en tu mesa participan también ADRI Calatayud Aranda, ADRI Comarca de Teruel, AGUJAMA, CEDEMAR, ADECUARA, CEDER Zona Oriental de Huesca, FEDIVALCA, OFYCUMI Cuencas Mineras, ASIADER, Centro de Desarrollo del SOMONTANO, ADRAE Ribera Alta del Ebro, Bajo Aragón Matarraña, ADECOBEL, ADRI Bajo Martín Andorra-Sierra de Arcos y ADRI Jiloca-Gallocanta.

ES BUENO, ES DE ARAGÓN

Lanzar y promover el lema “Es bueno, es de Aragón” es una de las acciones más importantes que ha desarrollado el proyecto. En ella participan más de 80 establecimientos aragoneses, y su objetivo es concienciar a las tiendas de la región sobre la importancia de vender productos agroalimentarios elaborados en las comarcas aragonesas.

Todos trabajan bajo la misma imagen corporativa. “Les proporcionamos un logo que identifica el establecimiento, unos carteles para destacar las estanterías con productos aragoneses y unas bolsas de la compra para sus clientes. “Así le decimos al consumidor que el producto es de Aragón y con su compra está generando beneficios en el territorio”. Los comercios ponen en valor los productos de la tierra y “a cambio, cuentan con un apartado dentro de la web, participan en presentaciones de productos, catas, maridajes, etc., y se ponen en contacto productores y vendedores para dar a conocer nuestra riqueza agroalimentaria. Además, tienen mayor visibilidad en las redes sociales”, explica Rosa Rived.

Otra de las sinergias de este proyecto ha sido con el Gobierno de Aragón en la Estrategia de Promoción de la Agroalimentación Aragonesa. Bajo el lema “Comparte el secreto. Pon Aragón en tu mesa”, el proyecto participa en el Círculo Alimentario que trabaja por una imagen conjunta para la promoción de los alimentos aragoneses y colabora en un grupo de trabajo que pretende desarrollar nuevas acciones para beneficio de los productores de la comunidad.

Aunque todavía quedan cosas por hacer, Rosa está orgullosa del camino recorrido y tiene claro que el éxito del proyecto radica en que “todos nos sentimos partícipes de su filosofía: dar a conocer nuestros productos y animar a consumir lo que tienes más cerca porque generas valor en tu territorio. Los productores de alimentos, los que los venden en sus estanterías, los que los ponen en sus tapas y menús o en sus catálogos, y por supuesto, quienes los compramos, cooperamos para poner Aragón en nuestras mesas”. ■