

## FICHA PARA LA RECOGIDA DE BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE IGUALDAD

- **Nombre de la empresa:** UAGN
- **Breve descripción de la empresa: ¿Quiénes somos?** La Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra (UAGN) es una organización profesional agraria plural e independiente, cuyo principal objetivo es representar y defender los intereses del mundo rural navarro; de los y las profesionales que lo habitan y sustentan. Para ello, además, UAGN realiza una labor de servicio técnico hacia sus afiliados y afiliadas, que les permita el desarrollo óptimo de su actividad en el sector agrario.
- **Lema:** La fuerza de la unión
- **Objetivo estratégico:** Tenemos dos objetivos diferenciados: la representación política del sector y defensa del mismo y, por otro, la prestación de servicios especializados nuestras personas afiliadas.  
  
Además, en 2023, UAGN introdujo en los fines de sus estatutos el fomentar la igualdad de género y la participación de las mujeres en todos los ámbitos de la vida rural. Así, UAGN emprendía una nueva ruta por hacer realidad ese compromiso con la equidad entre hombres y mujeres del sector agroalimentario y entorno rural, con jornadas, estudios-diagnóstico y proyectos como los dos que estamos llevando a cabo este 2025, bajo el paraguas del INAI y del Ayuntamiento de Pamplona.

- **¿En qué consiste?**

INAI: el proyecto **“Voces que brotan: las mujeres que sostienen la vida en el campo”** busca promover la igualdad de género en el medio rural mediante un enfoque feminista que visibiliza y fortalece la participación de las mujeres en el sector primario. A través de un video-podcast colectivo y una campaña digital que difundirá una serie de vídeos breves divididos por

distintos subtemas. La propuesta, participativa e inclusiva, genera un archivo testimonial y apuesta por un cambio de valores con impacto social duradero.

Ayuntamiento de Pamplona: el proyecto de UAGN tiene como objetivo **investigar** las necesidades, barreras y motivaciones de las mujeres asociadas para mejorar su participación en la red de mujeres creada por la organización para **elaborar un informe diagnóstico**. Mediante un enfoque interseccional y participativo, se recogerán sus percepciones y propuestas para diseñar acciones que impulsen su empoderamiento y liderazgo, y así construir un sector agrario más inclusivo y equitativo. **Los resultados se presentarán en una jornada abierta en Pamplona** con ponencias, talleres y espacios de encuentro, **y se difundirán públicamente** para asegurar una amplia transferencia del conocimiento generado.

➤ **Periodo de ejecución:**

Proyecto con el INAI: mayo de 2025 – diciembre de 2025

Proyecto con el Ayuntamiento de Pamplona: del 1 de enero de 2025 y al 15 de diciembre de 2025

➤ **Ámbito/Área de actuación:** igualdad

➤ **Stakeholders:**

1. Stakeholders internos

**Equipo del proyecto:** coordinadores/as, técnicos/as, comunicadores/as.

**Financiadores:** administraciones públicas.

**Organizaciones promotoras:** entidades por la igualdad, organización agraria.

2. Stakeholders externos directos

**Mujeres trabajadoras del sector primario:** principales beneficiarias (agricultoras y ganaderas).

**Hombres trabajadores del sector:** compañeros y empleadores, cuya sensibilización es clave.

**Organizaciones agrarias y cooperativas:** influyen en la contratación, distribución de recursos y toma de decisiones.

3. Stakeholders externos indirectos

**Ciudadanía en general:** objetivo de las campañas de concienciación.

**Medios de comunicación:** difunden el proyecto y sus mensajes.

**Administraciones públicas:** responsables de políticas de igualdad y subvenciones.

**Entidades feministas como Koine Aequalitas:** aliadas para impulsar acciones conjuntas.

➤ **Otros colaboradores:**

➤ **Impacto generado:** aún estamos en fase organizativa, no contamos con los datos del impacto.

➤ **Carácter innovador:** Los proyectos destacan por su **enfoque innovador** al combinar investigación participativa, comunicación digital y creación de redes para visibilizar el papel de las mujeres en el sector primario. La utilización de formatos actuales como el **video-podcast colectivo** y las **campañas digitales con micro-vídeos** permite llegar tanto a la población rural como a la ciudadanía urbana, generando un impacto social más amplio y duradero. Asimismo, resulta novedoso el hecho de **mostrar y normalizar a las mujeres opinando y compartiendo conocimientos técnicos** sobre cuestiones clave como la **PAC, la gestión de cosechas, la ganadería o la comercialización**, en lugar de centrar el discurso únicamente en la soledad o los cuidados. Este cambio de enfoque visibiliza a las mujeres como **profesionales competentes y referentes del sector agroalimentario**,

contribuyendo a derribar estereotipos y ampliando el imaginario colectivo sobre su rol en el medio rural.

➤ **Foto o imagen de la buena práctica:**

Una de las jornadas de 2024, en la que realizamos dinámicas de grupo en la recién creada Red de mujeres de UAGN, y en la que Koine Aequalitas presentó los resultados de otro diagnóstico:



Otra de las jornadas realizadas en 2024: el Encuentro de mujeres 'agroinfluencers' en Casa Gutier (Ciudad Real):



Otra foto del Encuentro de mujeres 'agroinfluencers' en Casa Gutier (Ciudad Real):

