

La toma de decisiones y el papel del asesoramiento en la innovación sostenible

El proyecto Agrilink

El proyecto Agrilink, que ha sido desarrollado de forma colaborativa entre 16 socios de 13 países europeos, está permitiendo analizar la toma de decisiones de las personas productoras y el papel del asesoramiento en este proceso. La sociedad pública INTIA ha participado activamente en el proyecto y ha centrado su análisis en tres áreas de innovación: implementación de técnicas de Gestión Integrada de Plagas (GIP) en Navarra, circuitos cortos de comercialización también en el ámbito de Navarra y retro-innovación en productos lácteos. Este último caso se ha realizado en colaboración con HAZI y los Centros de Gestión de la CAV, analizando casos en Navarra, Guipúzcoa y Álava. Para cada caso se ha entrevistado a una muestra de 40 personas productoras con diferentes perfiles: decidieron adoptar la innovación, decidieron no adoptarla o decidieron abandonarla después de haberla implantado. Además, se ha entrevistado a algunas de las organizaciones de asesoramiento mencionadas durante las entrevistas.

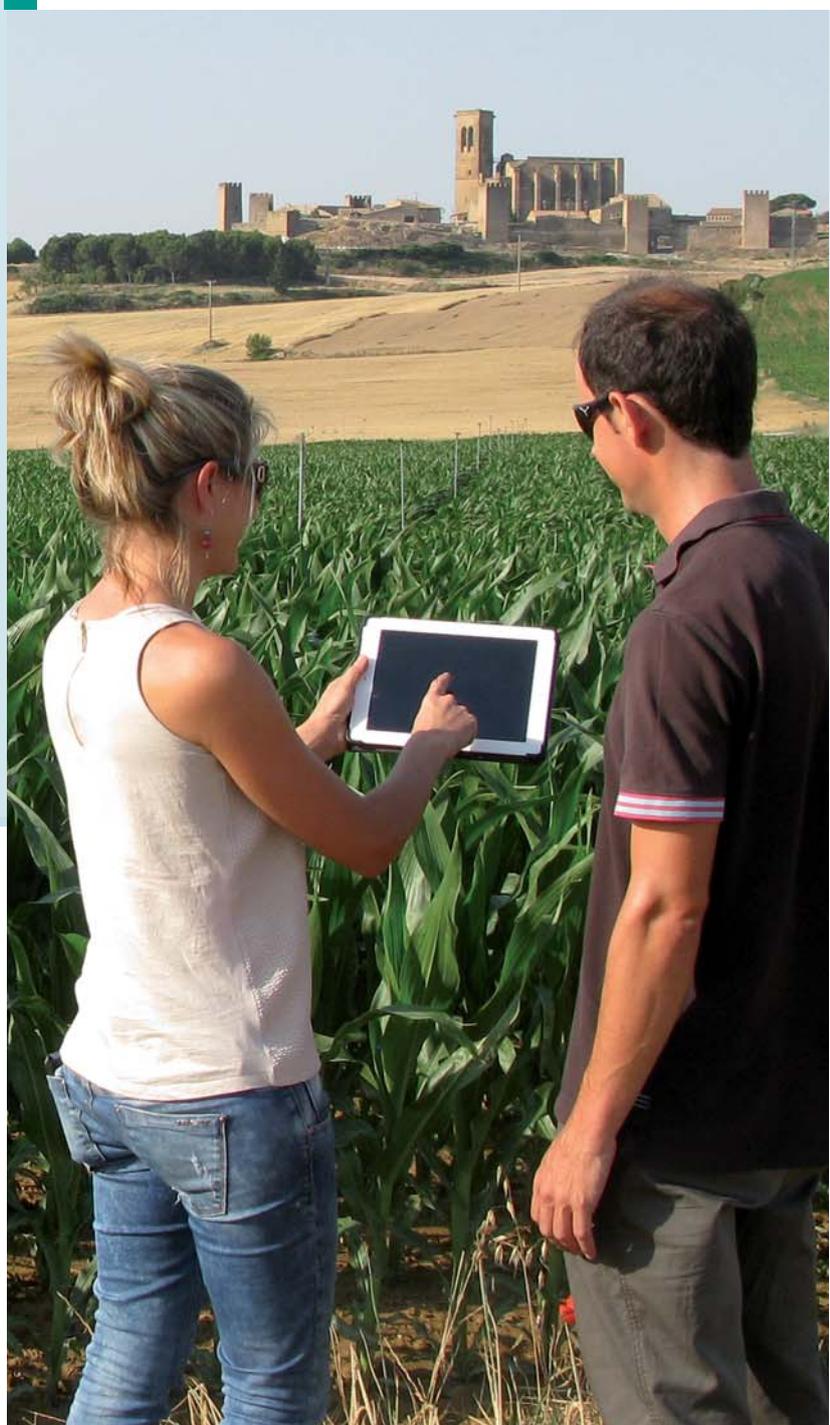
El objetivo de este artículo es explicar cómo funcionan los procesos de decisión para la innovación y de qué forma pueden potenciarse a la vista de los resultados obtenidos en el proyecto.

La transición hacia una agricultura y ganadería sostenibles requiere la adopción de innovaciones que sean económicamente viables, medioambientalmente beneficiosas y positivas a nivel social.

La adopción de estas innovaciones se entiende como la puesta en uso en la explotación, no solo de tecnologías sino también de prácticas agrícolas y ganaderas nuevas o ya existentes, o bien de nuevos procesos y formas de organización o de comercialización.

La innovación es un proceso complejo, con diferentes fases y que normalmente se da en respuesta a

Noelia Telletxea Senosiain y Ana Barandiaran del Olmo. INTIA

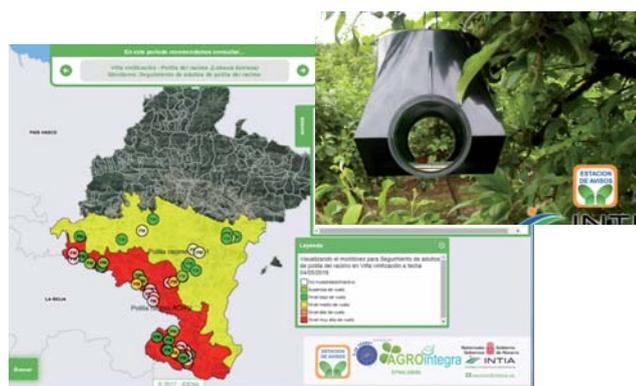


un evento desencadenante (relevo generacional, cambios en normativa, falta de rentabilidad, aumento de la demanda,...). Involucra a muchos actores que tienen diferentes papeles tratando de incentivar y extender su uso. El conocimiento de la innovación es un prerrequisito fundamental para poder adoptarla. **Tener fácil acceso a este conocimiento es esencial y el papel del asesoramiento impulsando la expansión de las innovaciones es clave en este sentido.**

Además del conocimiento, **la toma de decisiones innovadoras de las personas agricultoras y ganaderas está influenciada por otros múltiples factores:** factores relativos a la innovación (coste económico, facilidad para implantarla, beneficios, demanda...); factores relativos a la persona como la edad, la motivación, la tolerancia a asumir riesgos, la resistencia a cambio o la conciencia moral o medioambiental; y factores sociales y relaciones interpersonales de los/as agricultores/as y ganaderos/as.

El proyecto Agrilink ha permitido analizar en 13 países europeos cómo se lleva a cabo la toma de decisiones de las personas productoras y el papel del asesoramiento en este proceso. Concretamente en Navarra, INTIA ha estudiado este proceso, contando con la colaboración de productores y técnicos asesores, en **tres áreas de innovación: implementación de técnicas de Gestión Integrada de Plagas (GIP) en Navarra, circuitos cortos de comercialización en Navarra y retro-innovación en productos lácteos en Navarra y la CAV.**

GESTIÓN INTEGRADA DE PLAGAS O TÉCNICAS GIP

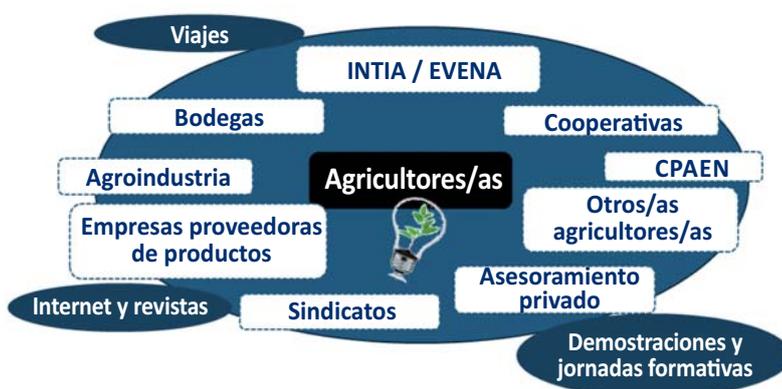


Los métodos de protección de cultivos basados exclusivamente en el uso de productos fitosanitarios y, a veces, su uso excesivo conllevan un importante riesgo medioambiental.

Existe un interés creciente en innovaciones basadas en la utilización de métodos alternativos que permitan reducir el uso de fitosanitarios y mejorar la biodiversidad, mitigando el impacto medioambiental de la protección de cultivos.

Tradicionalmente, el uso de técnicas GIP en Navarra ha estado basado en el uso de medidas preventivas y la Estación de Avi-

Gráfico 1. Actores que participan en la toma de decisiones de innovación en la agricultura



sos e INTIA han sido claves en la transmisión de este conocimiento a las personas que se dedican profesionalmente a la agricultura.

Otras técnicas GIP, como el control biológico y el uso de feromonas, han sido utilizadas principalmente en cultivos de invernadero y viña por agricultores ecológicos o aquellos más preocupados por aspectos medioambientales y de salud. Sin embargo en los últimos años, las nuevas normativas europeas, el aumento de la demanda, la participación en proyectos europeos y la pérdida de otras alternativas de control convencionales han acrecentado el interés y las necesidades de los/as agricultores/as para extender el uso de las técnicas a otros cultivos y más organizaciones de asesoramiento han entrado a formar parte de este área de innovación.

Quienes se dedican a la agricultura recurren a un amplio rango de fuentes de conocimiento y asesoramiento para recabar información sobre las técnicas (asesoramiento público, empresas proveedoras de productos, agroindustria, cooperativas...). La mayoría cuenta con una persona asesora de confianza que visita la explotación con regularidad, da soluciones a sus problemas y que juega un papel importante dando a conocer las innovaciones. En muchas ocasiones la actividad de los equipos asesores en la difusión de estas innovaciones es complementaria y más de un actor participa en la toma de decisiones. **(Gráfico 1)**

Quienes adoptan las decisiones de innovación lo hacen porque tienen una demanda, porque quieren reducir el uso de fitosanitarios y el número de tratamientos o porque conocen agricultores o agricultoras que las han aplicado y funcionan bien. De hecho, **la mayoría de profesionales agrícolas considera crucial la opinión y experiencia de otros agricultores o agricultoras vecinos a la hora de implementar innovaciones en sus parcelas.**

Al adoptarlas, admiten enfrentarse a muchas incertidumbres y a algunas barreras técnicas y económicas. Quienes deciden implantar las técnicas no lo hacen por obtener un mayor beneficio económico. Sí que se valora que su utilización presenta beneficios medioambientales. En esto hay coincidencia total.

La decisión de no adoptar la innovación viene determinada porque se consideran alternativas técnicamente más complejas de aplicar y más caras, por falta de demanda del mercado, miedos a peores eficacias y reducción de producciones, etc. Sin embargo, se observa que solo algunos/as agricultores/as de la muestra analizada deciden abandonar la innovación una vez implementada.

Tanto agricultores y agricultoras como personal técnico entrevistado consideran importante la formación y aumento de la tecnificación del personal de asesoramiento para que promuevan el uso de estas técnicas entre los profesionales a través de formación continua, demostrando su viabilidad técnica y económica en parcelas y compartiendo experiencias y buenas prácticas.

CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN

La innovación sostenible analizada en este caso está basada en el uso de técnicas de comercialización alternativas para productos agrícolas (frutas y verduras) y ganaderos (leche y productos lácteos, carne y huevos).

Desde la década de 1980, la mayoría de la producción agrícola y ganadera en Navarra ha llevado un camino hacia la intensificación y ha sido comercializada por la agroindustria. Esto ha obligado a las explotaciones a tener que maximizar su producción para poder conseguir unos márgenes que les permitan subsistir.

Este tipo de comercialización a través de circuitos cortos solo se ha mantenido en el caso del queso de oveja, impulsado por la asociación Artzai Gazta, y en algunos casos concretos de frutas y verduras muy ligados a la gastronomía y al territorio (espárragos, cerezas, pimientos,...).

Durante esta última década también han crecido iniciativas de productores/as ecológicos/as que comercializan sus hortalizas frescas y de temporada a grupos de consumo mediante cestas semanales, a asociaciones de personas consumidoras (Landare, Bidazi) y en mercados de venta directa de productos frescos de granja como el de Estella-Lizarra.

Durante estos años no ha existido una estructura específica de apoyo para quienes quisieran hacer venta directa y el análisis demuestra que la decisión ha estado influenciada por personas de confianza como la familia, clave en este caso, por otras personas productoras cercanas y personal de asesoramiento de INTIA que, aunque su papel era el asesoramiento en la gestión técnico-económica de la explotación, les apoyaban en la inquietud por buscar nuevas alternativas para mejorar la rentabilidad de la explotación. (Gráfico 2)



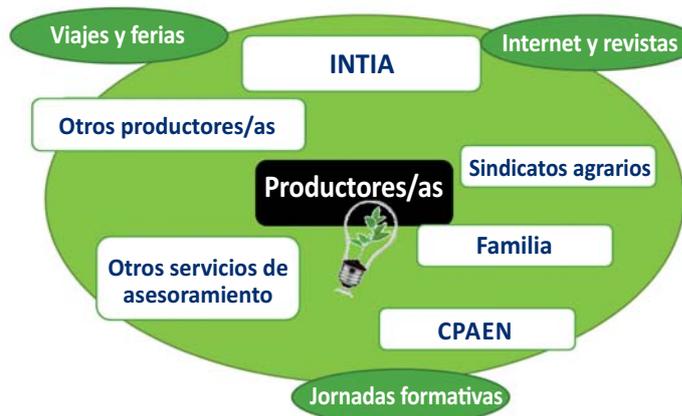
Foto de grupo de los participantes en la Jornada Agrilink organizada por INTIA en 2019, procedentes de diversos lugares de Europa.

Sin embargo, en la actualidad, la tendencia a conocer el origen de lo que comemos y su proceso de elaboración ha fomentado la demanda de productos locales más sostenibles y existen varias iniciativas para fomentar este tipo de comercialización que ofrece garantía de calidad y, al mismo tiempo, promueve el desarrollo local y la recuperación del sector agrícola y ganadero, afectado por un declive constante en los últimos años. Una de estas iniciativas es la puesta en marcha del centro de acopio de productos ecológicos EKOALDE para distribuir conjuntamente los productos de sus socios, gestionada por las propias personas productoras y especializada en la restauración colectiva.

La decisión de hacer venta directa aúna valores agroecológicos junto con intereses productivos y económicos. Se trata de explotaciones mayoritariamente familiares con miembros de la familia trabajando en la misma. En general, se entiende como una filosofía de vida unida a la satisfacción de poder quedarse en zonas rurales, con una producción diferenciada, con mayor calidad y valor añadido y teniendo comunicación directa con los/as consumidores/as.

La decisión de no adoptar este método de comercialización directa está motivada por la mayor carga de trabajo que supone la transformación, venta y distribución de los productos. En mu-

Gráfico 2. Actores que participan en la toma de decisiones de innovación en la comercialización por venta directa



chas ocasiones, quienes producen prefieren centrarse exclusivamente en la producción. **Los costes son un factor importante a la hora de evaluar la implementación de la venta directa**, sobre todo cuando la adopción supone inversiones importantes como en el caso de una quesería. Además, **las normas higiénico-sanitarias son un obstáculo importante para explotaciones pequeñas** y las personas entrevistadas solicitan su flexibilización, como ocurre en otros países europeos.

Para el fomento de este modo de comercialización, las personas productoras encuestadas creen que hace falta una mejor estructura de apoyo que trabaje entre otros temas en:

- El desarrollo del consumo de productos locales, utilizando los circuitos cortos en la restauración colectiva en general y los comedores escolares en particular.
- La creación de una marca que defina los criterios de 'Producto local' y permita poder publicitar conjuntamente.



RETROINNOVACIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS

La innovación analizada en este caso se basa en el uso de la leche de vaca y oveja para la elaboración de nuevos productos lácteos (queso azul y otros tipos de queso, yogures, helados...) o la recuperación de viejas recetas (retroinnovación).

Durante las últimas décadas, la diversidad de productos lácteos se ha perdido en Navarra y País Vasco. La mayoría de los/as productores/as se han dedicado a la producción de queso con denominación (D.O. Idiazábal en el caso de las personas encuestadas) o han vendido la leche, olvidándose de las viejas recetas y conocimiento existente. A su vez, quienes querían diversificar el consumo han optado por la compra de lácteos de otros lugares.

La crisis y las condiciones desfavorables en el sector, la demanda de otro tipo de productos o la búsqueda de valor añadido son algunas razones que han motivado que algunas personas productoras decidan innovar y reintroducir estos nuevos productos en sus explotaciones. **Esta diversificación puede ser una oportunidad para la elaboración de nuevas familias de productos que complementen al clásico queso Idiazábal.**

En general, los desencadenantes para plantearse esta innovación son la necesidad de buscar nuevas oportunidades y soluciones ante los problemas que surgen en la explotación, la

Gráfico 3. Actores que participan en la toma de decisiones de innovación en el sector ganadero



demanda de nuevos productos por parte de la clientela habitual, el relevo generacional que hace que la persona que se va a hacer cargo de la explotación plantee nuevas estrategias, etc.

Se trata de una innovación ligada a la familia y al territorio y en muchos casos va ligada a la adopción de la venta directa como forma de comercialización. La diversificación proporciona una mayor independencia, permite residir en zonas rurales y supone una oportunidad de negocio. Sin embargo, implica una mayor carga de trabajo, mayores inversiones y enfrentarse a barreras técnicas y administrativas complejas. Al igual que en el caso anterior, la normativa higiénico-sanitaria también es un obstáculo muy importante.

La decisión de innovar es un proceso largo que requiere de una evaluación intensa (inversión, modificación instalaciones, nuevas recetas, etc.). En relación al asesoramiento, se diferencian dos fases en la toma de decisiones. En la primera fase quienes apoyan a los/as ganaderos/as no están necesariamente ligados a la innovación y fundamentalmente son las personas asesoras de confianza quienes les ayudan en la búsqueda de soluciones a los problemas o en el análisis de la viabilidad de diferentes opciones. Asociaciones y Agencias de Desarrollo Rural también son relevantes.

En una segunda fase, además del asesoramiento de la persona de confianza, requieren el apoyo de equipos asesores específicos sobre el producto a desarrollar y los centros de innovación alimentaria son los más importantes.



Más información del proyecto **AgriLink**

Página web: www.agrilink2020.eu

Facebook: <https://www.facebook.com/agrilink2020/>

Twitter: <https://twitter.com/AgriLink2020>



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 Research and Innovation Programme under Grant Agreement No 727577