

APRENDER DE OTROS, TRABAJAR CON OTROS

Luis Ángel Collado

Unidad Española del Observatorio Europeo

De todos son conocidos los estrangulamientos con los que se encuentran los productos agroalimentarios locales para sobrevivir en mercados cada vez más competitivos y globales. En este sentido la acumulación de fuerzas y el intercambio de experiencias pueden ayudar a los productores individuales para conocer mejor los deseos y necesidades de los consumidores, mejorar los sistemas de producción, rentabilizar sistemas de distribución y venta o, en definitiva, presentar una oferta con mayores posibilidades de éxito.

FORMACIÓN

Gran parte de los productos locales que se producen en las comarcas rurales tienen un carácter tradicional y cuentan con unas técnicas de elaboración transmitidas de generación a generación. Este modo de producción tradicional es uno de los principales valores con los que cuenta el producto; no obstante, esos modos de producción tradicionales necesitan en algunos casos modificarse con el fin de satisfacer medidas higiénico-sanitarias y estándares, bien de obligado cumplimiento, bien valoradas por determinados consumidores (pasteurización de la leche para la elaboración de quesos, denominaciones de origen, etc.). De otra parte, las técni-

Las asociaciones de productores, en ocasiones surgidas de mesas sectoriales promovidas por los propios Grupos, han modificado el tradicional aislamiento de los productores.

La formación también es de gran importancia cuando de lo que se trata es de introducir nuevos productos o técnicas, tanto propios de la comarca como ajenos a la misma. Cuando la implantación que se pretende o se demanda es generalizada, lo habitual ha sido la realización de jornadas y cursos de carácter amplio con el fin de atraer al mayor número de asistentes posible. Ha sido, por ejemplo, el caso de jornadas y cursos orientados a promover la agricultura ecológica, desarrollados en una gran parte de las comarcas LEADER y PRODER. Sin embargo, cuando las necesidades parten de promotores concretos o con intereses muy diversos y específicos la alternativa más eficaz, y en ocasiones más económica o eficiente, ha sido la realización de cursos "a la carta" en los que los potenciales productores reciben *in situ* o en otro lugar la mejor formación para sus propósitos.

Pero no es suficiente con mejorar el producto. Realizar una gestión empresarial del negocio, conocer los circuitos de comercialización y tener nociones de marketing (producto, precio, promoción y distribución) pueden cambiar de forma sustancial las posibilidades de éxito de un

La formación puede orientarse a modificar los modos de producción tradicionales con el fin de satisfacer las medidas higiénico-sanitarias o los gustos de los consumidores.

Foto: Joaquín Guijarro

cas de producción tradicionales antes citadas y las características que proporcionan al producto final no son siempre apreciadas por los consumidores ajenos a la comarca y poco habitados a él, tales como sabores fuertes o alto contenido de grasas. Conscientes de estas situaciones, se han apoyado numerosos cursos con el fin adaptar métodos y técnicas a la normativa, a los sistemas de control autoimpuestos o, simplemente, a la demanda, sin desvirtuar necesariamente su carácter típico.





productor. Tal y como sucedía anteriormente, hay conocimientos que son generales y que pueden ser compartidos por diferentes productores (contabilidad, gestión, facturación, etc.), mientras que otros van a estar muy ligados al tipo de producto o incluso a la estrategia que se quiera aplicar (forma de venta, clientes potenciales, etc.), por lo que esta formación debería estar más personalizada o diferenciada.

Finalmente destacar lo que viene siendo una regla en nuestro contexto: la importancia de que la formación sea aplicada, tanto para la inserción de jóvenes como para el perfeccionamiento de lo que están en activo. En este sentido deben destacarse las acciones emprendidas por algunos grupos orientadas a la creación de centros estables de formación a agricultores y artesanos agroalimentarios, dotados con equipamiento moderno para la realización de prácticas que superan la escasez de formación reglada para estos fines, incluso en zonas urbanas. Además resulta siempre de interés contar con la presencia de otros productores e incluso realizar visitas a sus explotaciones y empresas, pues aprender de los éxitos y fracasos de otros resulta ser la experiencia formativa más útil y valorada.

COOPERATIVISMO Y ASOCIACIONISMO

Problemas como la limitación de las producciones ante mayoristas e industria, la necesidad de rentabilizar los sistemas de producción y distribución o la importancia de ofrecer una amplia gama de productos han sido tradicionalmente resueltos por la vía cooperativa, con diferente incidencia según sectores y zonas geográficas concretas. LEADER y PRODER no han sido ajenos a esta realidad y han permitido modernizar cooperativas y abrir nuevos horizontes a las mismas por la vía de la transfor-

Los proyectos de cooperación transnacional se han relacionado en muchos casos con productos mediterráneos de calidad como el aceite o el vino.

Foto: Joaquín Guíjarro



COOPERACIÓN TRANSNACIONAL

Los proyectos de cooperación transnacional han sido también un marco fundamental para el intercambio de experiencias y el trabajo conjunto en temas relacionados con los productos locales. De hecho, junto al turismo, los productos locales han sido la base para establecer numerosos proyectos de cooperación.

En unas ocasiones el proyecto se ha basado en un intercambio experiencias y técnicas de producción y comercialización, especialmente relacionadas con productos mediterráneos de calidad (aceite y vino) pero también con nuevos productos, que han dado lugar a la celebración y participación en ferias, elaboración de protocolos de calidad, ediciones de catálogos y material promocional, creación de foros, WEB, etc.

Otras veces los Grupos han dado los primeros casos para ampliar los mercados tradicionales de las comarcas con un salto hacia la internacionalización por vías muy diversas, tanto con presencia física en restaurantes, tiendas o expositores, como virtual en páginas WEB en las que resulta posible conocer a los productores, sus técnicas e incluso adquirir los productos, en ocasiones bajo una marca internacional común.

mación e incluso comercialización de productos, aumentando la participación de los productores en el valor añadido final.

De igual manera la forma jurídica de las cooperativas y de las S.A.T. ha sido frecuentemente de interés para nuevos promotores, deseosos de trabajar con otros para compartir experiencias, recursos, esfuerzos y responsabilidades. En la mayoría de los casos la creación de un empleo estable y de calidad en las zonas rurales es uno de los efectos positivos que más claramente se deben destacar.

Sin embargo no debemos limitarnos a las cooperativas y a las S.A.T., pues otras formas de economía social como las sociedades laborales e incluso asociaciones y redes de empresas han emprendido actividades y promovido el cambio para superar la crisis del sistema productivo agrario dentro del marco más amplio y diversificado que ofrece el desarrollo rural, pero sin abandonar su papel de zonas productoras de alimentos. Las asociaciones de productores, en ocasiones surgidas incluso de mesas sectoriales promovidas por los propios Grupos de Acción Local, han modificado el tradicional aislamiento de productores que veían al otro como un competidor y han sido, de manera frecuente, demandantes y promotoras de cursos, seminarios, estudios sectoriales, visitas de trabajo, asesoramiento técnico, etc. ■

FORMACIÓN, ASOCIACIONISMO Y COOPERACIÓN

| | PRODUCTO | NOMBRE DEL TERRITORIO | ACCIÓN | |
|----------------|--------------------------------|-------------------------------------|---|--|
| FORMACIÓN | Castaña | Montaña del Teleno | Curso de castañicultura: cultivo, control de plagas y comercialización | |
| | Hortícolas | Aranjuez-Las Vegas | Centro 3D (Divulgación, Desarrollo y Demostración) del sector hortícola | |
| | Vino | La Gomera | Plan de formación para una asociación de viticultores y bodegueros orientada a promover una D.O. | |
| | Vino | Zona Media de Navarra | Formación en cultura del vino a bodegas, empresas turísticas y población en general | |
| | Queso | La Palma | Formación higiénico sanitaria en el sector quesero | |
| | Varios comarcales | Montiel y Sierra de Alcaraz | Programa de cursos y jornadas para el Desarrollo del tejido agroalimentario y mejora de la calidad | |
| | Varios comarcales | Campoo-Los Valles | Centro integral formativo de artesanía agroalimentaria: conservas, quesería y chacinería | |
| | Varios comarcales | Sierra de Aracena y Picos de Aroche | Jornada formativa para los restauradores de la zona con productos típicos de la comarca | |
| | Varios | Pedro Ibarra | Jornadas formativas para la incorporación y consolidación de agricultores | |
| | Varios | Tierra Estella | Curso sobre agricultura ecológica: plagas, fertilización, manejo del suelo y estudios de mercado | |
| ASOCIACIONISMO | Mermelada Frutos bosque | Sierra del Segura | Diversificación de actividades por cooperativa forestal mediante elaboración de mermeladas ecológicas | |
| | Remolacha | Tierras Sorianas del Cid | Cooperativa para la compra de maquinaria para la recolección y limpieza de la remolacha | |
| | Aromáticas y medicinales | Garrotxa | Cooperativa para el cultivo y transformación de plantas aromáticas y medicinales | |
| | Aromáticas y aceite ecológicos | Mezquín y Matarraña | Asociación de productores de agricultura ecológica para asesoramiento técnico y comercialización | |
| | Aceite | PRODER Subética Cordobesa | Consolidación de cooperativa oleícola y diversificación hacia nuevos servicios y productos | |
| | Queso | Comarca de Daimiel | Cooperativa de ganaderos para la fabricación de queso artesano con D.O. | |
| | Vacuno | PRODER Montaña de Riaño | Complejo Integral Cárnico: Red de empresas para producción y el control de carne de calidad | |
| | Ovino | Ibiza y Formentera | Centro de asistencia a ganaderos y marca de calidad de la Asociación de Productos Ovínos Ibicencos | |
| | Caprino y Ovino | Conso-Frieiras | Explotación ganadera de ovino y caprino chachemir por Comunidad de Montes Vecinales | |
| | Conejo | Daroca y Calamocha | Cooperativa de trabajo asociado de mujeres para la creación de un matadero de conejos | |
| | Varios | Serranía de Ronda | Plan de desarrollo integral por cooperativa: formación, diversificación y recuperación de patrimonio | |
| | Varios | Poniente Granadino | Asociación para la recuperación de la biodiversidad agrícola | |
| | Aromáticas | Gállego-Sotón | Valorización de plantas medicinales y aromáticas: ferias, jornadas, protocolos de calidad y web | |
| | Trufa | Albarraicín | Eurotuber: promoción del cultivo, conservación, transformación y utilización de la trufa negra | |
| | Champiñón | Almazan-Arcos de Jalón | Red micológica del champiñón | |
| | COOPERACIÓN | Tabaco | Campo Arañuelo, La Jara y Los Ibores | Fomento de la producción y transformación de tabaco ecológico apoyado con acciones formativas |
| | | Vino | Paradanta | Ruta internacional del vino con D.O. Rías Baixas y Vinho Verde: visitas a bodegas y Museo del Vino |
| | | Miel | Portodemouros | Apicultura, el sabor de una historia: Investigación, mejora de calidad y comercialización de la miel |
| | | Varios | Barco-Piedrahita-Gredos | Agroleader: Red de productos agrícolas locales y alimentos tradicionales |
| Varios | | Montaña de Navarra | Eurorganic Network: Red técnica para la producción y comercialización de agricultura ecológica | |
| Varios | | Macizo del Caroig | Valorización de cultivos mediterráneos ecológicos y compatibles con el medio ambiente | |
| Varios | | Condado de Jaén | Rural Market Place: mercado electrónico para productos regionales de alta calidad | |
| Varios | | Tierra de Campos | Red de comercialización de productos locales: página WEB y vitrinas expositoras de productos | |
| Varios | | Miajadas-Trujillo | Ruta europea de productos locales | |
| Varios | | Cabañeros | Catálogo para la promoción de productos típicos de calidad y ruta gastronómica por el Mediterráneo | |