Primero el sector primario

Big Good

Resumen Ejecutivo



La contribución de McDonald's por un sector agrario español más sostenible, competitivo e igualitario.

1. Esquema del proceso

El libro blanco "Primero el Sector Primario" de +Campo tiene como objetivo contribuir a que el sector agrario español avance hacia la sostenibilidad, la competitividad y la igualdad. La iniciativa forma parte del **Proyecto Big Good** de McDonald's para apoyar al campo español.

El contenido muestra una radiografía completa del sector y destaca los actuales retos a los que se enfrenta, y pone a disposición de las explotaciones agrarias y de la cadena de valor, un conjunto de pistas de acción y buenas prácticas para abordar los desafíos en pro de su desarrollo sostenible.

La sostenibilidad se aborda desde una triple visión, económica, ambiental y social. La competitividad se analiza a través de la incorporación de herramientas digitales tanto en la producción agrícola como en la ganadera, orientada especialmente a la sostenibilidad. La igualdad se analiza también desde una triple perspectiva: la plena integración de la mujer en todos los ámbitos del sistema productivo, sin restricciones o limitaciones; el análisis de la interrelación juventud y campo y el relevo generacional; y finalmente, la consideración del territorio rural como factor que condiciona el desarrollo laboral y vital de las personas trabajadoras del sector.

Metodología

La elaboración de este libro blanco se ha basado en un **enfoque participativo**, **inclusivo** y **plural**. La metodología se ha desarrollado en cuatro fases: inmersión, presentación, escucha activa y publicación. La inmersión ha consistido en la constitución de un panel de personas expertas que, organizadas en Comisiones y con el impulso de dos coordinadores, uno de sostenibilidad y digitalización y otra de igualdad, han conducido todo el proceso. Una vez presentado el proyecto y definido un calendario de trabajo, se han codiseñado los materiales a utilizar en todas las fases, especialmente en la fase de escucha activa.

La escucha activa ha consistido en la realización de un sondeo telefónico a 400 profesionales de los sectores agrícola y ganadero, la formalización de 400 encuestas on line, cumplimentadas por consumidores pertenecientes a un panel de internautas y la ejecución de entrevistas a 9 personas expertas en diferentes subsectores productivos.

El equipo coordinador del proyecto realizó un primer estudio de las respuestas obtenidas a las preguntas tipificadas. Dicho estudio estadístico fue sometido a análisis, discusión y debate en el marco de las dos Comisiones. Los resultados se sintetizaron en un informe que contenía los principales puntos fuertes y débiles detectados, que fue contrastado y enriquecido de nuevo en las Comisiones. Consensuado aquel se avanzó con la misma sistemática de trabajo hacia la identificación de retos y propuestas, para llegar a un documento integrador o primer borrador del Libro Blanco. La revisión y propuestas finales de los miembros de las Comisiones, llevó al libro "Primero el Sector Primario".

3. La representatividad

En las Comisiones han participado personas con amplia experiencia en los sectores agrícola y ganadero, con actividad reconocida en los ámbitos de la sostenibilidad, digitalización e igualdad. Participaron en representación de diferentes colectivos: organizaciones sectoriales, asociaciones, proveedores, empresas, instituciones académicas, organizaciones no gubernamentales, institutos técnicos, etc.

La selección de participantes en la fase de escucha activa fue totalmente aleatoria. Las personas del sector agrario encuestadas representaban a todos los subsectores agrarios, todos los grupos de edad, tamaños de explotación, tipos de titularidad y sexo, así como todas las Comunidades Autónomas. Lo mismo se puede decir de la representatividad territorial, de grupos de edad y sexo del panel de consumo consultado. La elección de personas expertas a entrevistar fue dirigida, con el fin de obtener una visión amplia en agricultura, ganadería, igualdad y medio rural.

Los resultados generales en el sector productor

Dos tercios de las explotaciones utilizan métodos de lucha integrada, apoyada casi siempre por agentes externos. Entre los manejos sostenibles habituales en agricultura destacan la incorporación de restos de cultivo al suelo, el laboreo de conservación o el mantenimiento de la cubierta vegetal; también el disponer de planes a abonado y la realización de análisis. El control del uso del agua de riego también está bastante extendido, con sistemas de riego localizado en casi todos los productores consultados, el control de consumos o el empleo de programadores. Dos tercios de las explotaciones utilizan métodos de lucha integrada, apoyada casi siempre por agentes externos. También hay preocupación por la biodiversidad en la mitad de las explotaciones.

En ganadería, los productores están muy sensibilizados con el uso eficiente del agua, al igual que con el uso de los antibióticos y la mejora de la biodiversidad. El contenido en proteína de los piensos está, casi siempre, adaptado al tipo de animales, aunque en el caso de los engordes la preocupación por la eficiencia no está tan extendida. El pastoreo es habitual en dos terceras partes de la muestra consultada y, cuando lo practican, lo hacen con sistemas rotacionales que evitan el sobrepastoreo. En dos terceras partes de la muestra se obtiene estiércoles sólidos, utilizando mayoritariamente camas que se retiran al final de la crianza. Algo más de la mitad de los consultados producen estiércoles líquidos, manteniendo slats, vaciando las fosas con frecuencia inferior a un mes y cubriendo las balsas de almacenamiento en casi dos tercios de los casos.

El destino de los estiércoles y purines suele ser la fertilización agrícola. La mayoría de las personas productoras tienen en cuenta la climatología a la hora de aplicarlos en campo. La mitad de ellas hace análisis del suelo, controla la dosis a aplicar y entierra estos fertilizantes orgánicos el mismo día de su incorporación al suelo. Las explotaciones agrícolas también utilizan, en un porcentaje elevado, los restos de cultivos como fertilizante.

La práctica totalidad de las explotaciones realiza mantenimiento preventivo de su maquinaria para mejorar la eficiencia energética, dos tercios de ellas miden los consumos y algo más de la mitad han incorporado medidas de eficiencia energética y de optimización de la logística y el transporte.

Entre las barreras a la digitalización destacan los costes o la cobertura de internet, siendo factores tractores la demanda de la cadena, las ayudas o la formación.

Todos los factores que se propusieron a los productores como tractores de la sostenibilidad se reconocieron de interés, destacando las ayudas, la importancia de asociarlas a productividad, la adaptación a su entorno, la formación o la demanda de los clientes. La certificación es un elemento de demostración de las prácticas sostenibles. Para su implantación, desde las explotaciones se considera necesario un mayor margen económico, se valora la posibilidad de asociarlas a nuevos mercados y se considera que la exigencia de los clientes también es un elemento importante. El uso de herramientas de medición de huellas apenas está implantado. Sí que lo está la certificación en bienestar animal.

Las herramientas digitales básicas son utilizadas por algo más de la mitad de las explotaciones, aunque hay un grupo importante de ellas, superior a la tercera parte, que delega en terceros las tareas asociadas. El uso de sensores o sondas está bastante extendido, acercándose a la mitad de las personas encuestadas, cayendo la frecuencia de uso de imágenes satelitales o herramientas de apoyo en la toma de decisiones. En agricultura, algo más de la mitad de respuestas dice disponer de equipos que les permitirían la agricultura de precisión. En ganadería los porcentajes son inferiores. Casi dos tercios de las explotaciones comparten los datos que disponen con diferentes agentes, ya sean cooperativas, integradoras o proveedores. Las dos primeras son importantes agentes digitalizadores, aunque también sobresale el personal propio o los consultores. Entre las barreras a la digitalización destacan los costes o la cobertura de internet, siendo factores tractores la demanda de la cadena, las ayudas o la formación.

Los comportamientos discriminatorios en el sector agrario se reproducen con bastante menor intensidad que en el pasado, si bien aún se reproducen ciertos roles de género que dificultan el pleno desarrollo de las mujeres en el campo. Este hecho se magnifica debido al desigual reparto del tiempo entre hombres y mujeres productores, ya que las mujeres continúan desempeñando mayoritariamente tareas domésticas, reproductivas y de cuidados, restándoles tiempo para utilizarlo en la explotación.

Las mujeres toman decisiones importantes en la explotación en un porcentaje ostensiblemente inferior en relación con los hombres, sobre todo en lo referente a cuestiones técnicas y de gestión económica. Si bien tanto hombres como mujeres se sienten valorados en su entorno por su trabajo, posteriormente hay una buena parte que prefieren que sus hijos e hijas no continúen con la explotación.

La falta de formación entre los y las profesionales del sector es una característica común que afecta con mayor intensidad a las mujeres y a los productores de mayor edad. Las mayores carencias se detectan en gestión económica, digitalización y sostenibilidad. La pertenencia a órganos asociativos como cooperativas, asociaciones o redes también es relativamente escasa y vuelve a ser más desfavorable en el caso femenino, así como la ocupación de puestos de responsabilidad en esas organizaciones.

Los elementos asociados a la sostenibilidad de los alimentos con mayor influencia en la decisión de compra son el origen del alimento y el contar con etiqueta ambiental. Solo en torno a la mitad de las explotaciones consultadas poseen medidas de conciliación en la explotación, coincidiendo la mayor parte con explotaciones grandes. Como otras medidas de apoyo a las mujeres productoras se destaca la formación, las rebajas fiscales, disponer de servicios sociales y la visibilización de explotaciones exitosas lideradas por mujeres.

En cuanto a los resultados en relación con los consumidores, destacan diversas conclusiones. Los elementos asociados a la sostenibilidad de los alimentos con mayor influencia en la decisión de compra son el origen del alimento y el contar con etiqueta ambiental (producto ecológico u otras certificaciones). Afectan a la decisión de compra, aunque de forma secundaria, ser producto de proximidad y el etiquetado europeo de calidad (DOP, IGP, ETG). La información económica y social influiría, pero en menor grado (aspectos como la remuneración justa o la igualdad de género en las condiciones laborales).

La información sobre el uso de las tecnologías en el proceso de producción agraria parece mostrar potencial positivo para la elección. Más de la mitad de las personas encuestadas consideran que la sostenibilidad económica o social para elaborar alimentos debería ser obligatoria por ley. Un tercio de ellas estaría dispuesto a asumir un pequeño sobrecoste en los alimentos. En el consumo de alimentos en restauración, también se muestra un interés considerable en conocer información sobre sostenibilidad; esta información sería un factor importante de decisión en la selección del establecimiento. La digitalización del sector primario permite facilitar gran cantidad de información específica del producto mediante etiquetados inteligentes (como códigos QR).

El tipo de información que suscita mayor interés al panel de consumo es la relacionada con la trazabilidad, tanto de insumos utilizados, como de agentes que intervienen en la cadena productiva. Al igual que con otros aspectos de la sostenibilidad, la mayoría de los consumidores no asumiría un sobrecoste por disponer de etiquetado inteligente. No obstante, un tercio de las personas encuestadas presenta cierta disposición a pagar algo más, lo cual indica una oportunidad para el desarrollo de este etiquetado.

La digitalización puede ayudar también a avanzar en sostenibilidad con datos de tipología y comportamiento del consumo. En este sentido, las personas encuestadas muestran buena predisposición a facilitar información relevante, como la experiencia y momentos de consumo y canales de compra, incluso asociada a las características demográficas básicas. Hay más reticencias en personas jóvenes.

Las aplicaciones informáticas parecen una herramienta útil y adecuada para valorar la sostenibilidad de los alimentos, una mayoría significativa de consumidores tiene predisposición a utilizarlas para comparar la sostenibilidad entre alimentos.

Un análisis crítico de los resultados

Los productores reflejan un importante nivel de sensibilización por la producción sostenible. El análisis de los resultados de la escucha activa realizados en el marco de las Comisiones ha llevado a concluir que las respuestas de **los productores reflejan un importante nivel de sensibilización** por la producción sostenible y, a la vez, un cierto nivel de autocomplacencia en todos los ámbitos.

En el ámbito de la digitalización hay que constatar la polisemia en el uso de la palabra digital. No todo el mundo está pensando en el mismo concepto al hablar de digitalización y de gestión de datos. Sorprende que la mitad de las explotaciones dispongan de personal propio formado para la digitalización.

Llama la atención que más del 50% de los hombres y el 26% de las mujeres dediquen más de ocho horas a la explotación, con una cifra nada despreciable de jornadas de más de 12 horas.

Todas estas opiniones han condicionado la configuración del apartado de puntos fuertes y débiles, cuyo resumen se describe a continuación.

Los puntos fuertes y débiles



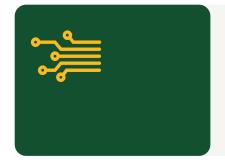
Los sectores agrícola y ganadero están sensibilizados con la sostenibilidad y además parece clara la extensión en el empleo de buenas prácticas, especialmente en el uso de residuos orgánicos y en el control de la energía. No obstante, se observa una importante diferencia entre la percepción de la sociedad, a través de los medios de comunicación, y la visión que tiene de sí mismo el sector. Queda claro que no se disponen de estándares independientes para evaluar la sostenibilidad en la producción agraria. La economía circular o las energías renovables son una oportunidad de futuro.



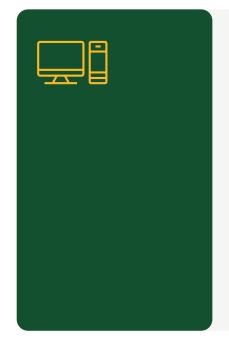
Las prácticas sostenibles en el manejo del suelo, del agua y de los restos de cultivo están bastante implantadas en la agricultura, como el uso de planes de abonado o la implantación de la lucha integrada o biológica, con apoyo técnico. No obstante, estas buenas prácticas están menos implantadas en las explotaciones pequeñas. La reutilización del agua tiene muchas oportunidades, como también el empleo de plataformas para el control del riego y de la lucha contra plagas, donde se echa de menos asesoramiento independiente.



La normativa, las ayudas y los requerimientos del mercado son acicates para implantar la sostenibilidad, como lo está siendo el incremento del coste de la energía para mejorar la eficiencia. Entre los puntos débiles destacan la poca implantación de herramientas para el diagnóstico y la medición de la sostenibilidad, reclamándose tanto generación de conocimiento como protocolos técnicos, asesoramiento y visión a largo plazo. El sector no está familiarizado con el concepto de agricultura regenerativa o de carbono.



La digitalización puede ser una herramienta para extender la sostenibilidad. No obstante, el precio de mercado percibido por las explotaciones no acompaña para invertir en esa tecnología o para implantar manejos sostenibles, especialmente debido a la competencia de los productos de terceros países.



El uso de herramientas ofimáticas para tareas administrativas está bastante extendido, al igual que el uso de sensores y el equipamiento de la maquinaria. Existe una red de asesoramiento a las explotaciones, aunque los conocimientos especializados no se identifiquen como un problema. También hay experiencia en la compartición de datos. Por el contrario, todavía hay muchas explotaciones donde no se usan herramientas digitales, incluso las que existen para el control de insumos, lo que lleva a un reducido control digital de los procesos, tanto en agricultura como en ganadería. Hay un porcentaje elevado de explotaciones sin formación, e incluso sin asesoramiento, en el manejo de herramientas digitales. La baja cobertura de internet y el coste de las herramientas son barreras importantes.



La participación activa de las mujeres y las personas jóvenes en la agricultura y la ganadería es indispensable para el desarrollo del sector. Su mayor sensibilidad hacia temas medioambientales, su tendencia creciente en el uso de herramientas digitales (sobre todo por parte de los jóvenes) y la progresiva adaptación hacia manejos más sostenibles (a destacar en ganadería), representan una baza en pro del futuro del agro. Sin embargo, también cabe mencionar una serie de obstáculos que aún prevalecen y que en el caso del colectivo de mujeres agricultoras y ganaderas se relacionan con la mayor carga para éstas en tareas domésticas y de cuidados, lo que les resta tiempo para dedicarlo a la explotación, a formarse y a participar y liderar organizaciones. El actual devenir del territorio rural, caracterizado por un descenso demográfico generalizado y el desmantelamiento y escasez de servicios e infraestructuras básicas, tampoco benefician el porvenir laboral de las personas que trabajan en el campo.

4. Consumidores

Los consumidores muestran una alta conciencia hacia la sostenibilidad de la producción de alimentos. Los consumidores muestran una alta conciencia hacia la sostenibilidad de la producción de alimentos, si bien este concepto se asocia mayoritariamente con el desperdicio alimentario, el bienestar animal y el origen del producto. En relación con esto, al comprar se presta atención principalmente a las certificaciones de calidad y al lugar de origen. Estos elementos, junto con la certificación ambiental, tienen influencia alta en la decisión de compra. Aunque se señala que el etiquetado de la sostenibilidad genera un nivel de confianza de grado medio.

Los consumidores muestran también predisposición a elegir productos con información sobre la sostenibilidad económica y social. Los consumidores muestran también predisposición a elegir productos con información sobre la sostenibilidad económica (remuneración justa) y social (igualdad de género, relevo generacional), un tercio apoyaría vía precios este tipo de sostenibilidad. El etiquetado inteligente tiene potencial para ampliar la comunicación sobre sostenibilidad, dado que hay interés por parte del panel de consumo, pero de nuevo sin sobrecoste.

La conclusión: los retos del sector primario

Para responder a estos retos, es preciso extender la implantación de manejos integrales de **sostenibilidad** ambiental, utilizando la transformación digital para la medición, comparación y mejora de los avances. Sin embargo, eso no será posible si no se compatibiliza la sostenibilidad ambiental con la económica y la social, lo que requiere la implicación de toda la cadena de valor, incluyendo a los consumidores.



La digitalización es una herramienta imprescindible para mejorar la competitividad del sector agrario de este país. Por ello, extender la conectividad en todas las zonas rurales es el primer paso para no dejar a nadie atrás. A la vez es preciso promover la utilización de las herramientas de transformación digital disponibles, facilitando el acceso a ellas y utilizándolas para informar a toda la cadena de valor, especialmente al sector consumidor y a la sociedad. Es un instrumento válido para mostrar el progreso que se está realizando y los valores añadidos que se incorporan a los alimentos.



Avanzar con rapidez hacia un sector agrario más **igualitario** exige visualizar, visibilizar y valorar el trabajo de la mujer, eliminando estereotipos, reduciendo la segregación ocupacional por razón de género y promoviendo su liderazgo. El movimiento asociativo y el liderazgo de las mujeres y los jóvenes en sus órganos de representación pueden contribuir a ese objetivo. La digitalización y la sostenibilidad del sector agrario y la dotación de servicios e infraestructuras de las zonas rurales harán la profesión de agricultor y ganadero más atractiva para mujeres y jóvenes. La formación es una herramienta imprescindible para conseguirlo.



4.2 La conclusión: los retos del sector primario



- **R1.** Aumentar la implantación de manejos integrales de sostenibilidad ambiental.
- R2. Utilizar la transformación digital para la medición, comparación y mejora de la sostenibilidad.
- R3. Compatibilizar la sostenibilidad ambiental con la económica y la social.
- R4. Abordar la sostenibilidad en el marco de toda la cadena de valor.
- R5.Implicar a los consumidores en la sostenibilidad de la producción de alimentos.



- **R6.** Extender la conectividad en todo el territorio.
- R7. Ampliar la utilización de herramientas para la transformación digital.
- R8. Facilitar el acceso a herramientas digitales.
- **R9.** Utilizar la transformación digital en las cadenas de valor agroalimentarias como herramienta para informar al consumidor y a la sociedad.



Sector más igualitario

- **R10.** Visualizar, visibilizar y valorar el trabajo de la mujer en el sector agrario, eliminando estereotipos y reduciendo la segregación ocupacional por razón de género.
- R11. Impulsar el movimiento asociativo y el liderazgo de las mujeres y los jóvenes en órganos de representación y en la propia explotación.
- **R12.** Fomentar el futuro del sector vinculado a la digitalización y la sostenibilidad, como profesiones viables y atractivas para mujeres y jóvenes.
- R13. Mejorar la formación de mujeres y jóvenes en sostenibilidad, digitalización, liderazgo y gestión empresarial.
- **R14.** Dotar de mayor atractivo a las zonas rurales como espacio digno en el que habiten profesionales del sector agrario y sus familias.















































Proyecto Big Good