

ORGANIZACIONES AGRARIAS

Reivindicando a un sector esencial

El sector primario fue declarado esencial desde el primer momento y parece que la sociedad lo ha "redescubierto" y empieza a darse cuenta de su importancia, a raíz del confinamiento y la crisis ocasionada por la epidemia de coronavirus. Tanto desde UAGN como desde EHNE, manifiestan su satisfacción por el despertar de la sociedad y consideran importante continuar con la campaña de sensibilización para lograr que las reivindicaciones de agricultores y ganaderos por lograr la rentabilidad de sus explotaciones sean atendidas, ya que la sostenibilidad social y medioambiental van de la mano de la económica.



punto de vista

Félix Bariáin

Presidente de UAGN



El papel de UAGN ha sido fundamental, se ha hecho una intensa labor técnica y de negociación con la Administración, durante toda la pandemia. "Hemos trabajado a un ritmo frenético para resolver todas las dudas en el sector. Me gustaría agradecer a todos los técnicos de la organización su implicación durante estos meses, sin su trabajo hubiera sido imposible seguir trabajando en el campo", declara Félix Bariáin.

Pregunta | ¿Cómo valoráis el papel del sector agrario durante el confinamiento por la pandemia del Covid-19?

Respuesta | El sector agrario ha sido esencial; **agricultores y ganaderos hemos trabajado sin descanso para poder suministrar alimentos y más en los primeros días de tanta incertidumbre.** Además, desde UAGN transmitimos la tranquilidad de poder abastecer a toda la ciudadanía, ¿que hubiera

pasado si hubiéramos dependido de terceros países como con los EPIS? Durante la covid-19 **hemos tenido apoyo fundamental de la población, que nos ha dado impulso para seguir trabajando, sin importarnos los bajos costes que cobramos por nuestros productos.** Y ese apoyo también lo demostraron en El Encierro Agrario y tractorada que organizamos el 19 de febrero en Pamplona. Ahora, **el ciudadano es más consciente** que nunca de la importancia y el valor que merece la agricultura y la ganadería como base de la economía. Y nosotros tenemos el compromiso de trabajar unidos y aprovechar esta situación. En UAGN estamos trabajando campañas de comunicación para valorizar el sector, actualmente estamos en plena campaña **#AhoraNoTeOlvidesDeNosotros.**

P. | ¿Qué ha supuesto la crisis a nivel de empleo? ¿Es solo un paréntesis o supondrá un cambio estructural?

R. | En el sector agrario hubo un primer momento de incertidumbre sobre lo que se podía o no hacer, pero a continuación se ha trabajado con normalidad. Pero, en el agro existe un problema de fondo que es la necesidad de mano de obra. En este sentido, estamos trabajando en un proyecto con el Servicio Navarro de Empleo, para intentar minimizarlo. Si no encontramos soluciones nos veremos obligados a dejar de cultivar hortaliza, que necesita más mano de obra, y pasar a cereal por ejemplo, y eso sí puede generar un problema de tensiones en la cadena de suministro para la potente estructura cooperativa y agroindustria que tenemos en Navarra.

P. | Se han impulsado proyectos de venta directa o campañas de promoción como “Comemos EN casa, Comemos DE casa” ¿Hemos tenido que tener más creatividad “gracias” al coronavirus?

R. | Sí, nosotros trabajamos constantemente en esta línea, durante la pandemia colaboramos con el Grupo de Acción Local de Tierra Estella, Teder, para acercar el producto al consumidor. La covid-19 ha potenciado la venta en canales cortos y a través de Internet y es fundamental impulsar estos canales que han venido para quedarse. Además, desde UAGN, hemos firmado un convenio con Eroski para velar por una cadena alimentaria equilibrada, así como garantizar una comercialización de los productos agrarios justa, que respete a productores y garantice una sostenibilidad económica en el sector. Este tipo de acuerdos son positivos porque nos permiten crear redes de colaboración para que a través de medidas ágiles a corto plazo podamos reducir el impacto económico negativo que nos está causando esta crisis.

P. | ¿Qué podemos sacar de positivo de esta crisis?

Se ha conseguido dar valor a la alimentación. Muchas veces gastamos más dinero en ropa, móviles o viajes sin darnos cuenta de que es fundamental mantener una dieta equilibrada y consumir productos locales. Ahora que se puede salir de casa y el consumidor tiene acceso a todo lo demás, es importante mantenernos y la comunicación es clave.

P. | ¿Cómo veis el futuro? ¿qué hace falta (o qué medidas considerarías necesarias) para salir de la crisis y adaptarse a la “nueva normalidad” con el Covid-19?

R. | Lo más importante es que el agricultor y ganadero cobre unos precios dignos por su productos que son de calidad y

cumplen unas estrictas normas de seguridad y trazabilidad. Es imprescindible el cumplimiento íntegro de la Ley de la Cadena alimentaria, que implica una relación justa con el sector primario, principio más necesario que nunca para preservar nuestra actividad en estos momentos. Y a partir de ahí, hay que apoyar a los pueblos para evitar el despoblamiento, con ayudas, servicios... Hemos propuesto una serie de medidas en el Plan Reactiva Navarra, que presentamos en el Consejo Asesor Agrario en este sentido.

P. | Después del coronavirus ¿qué nuevos retos/nuevas líneas de trabajo se plantean para la recuperación? Por ejemplo, digitalización, sostenibilidad, producto local...

R. | El 20 de mayo la Comisión presentó su iniciativa “del Campo a la Mesa” eje central del Pacto Verde Europeo. Esta estrategia prioriza los fundamentos ambientales sobre cualquier otro argumento y está poniendo en peligro la actividad agrícola ya que se eliminan muchas herramientas actuales como el 20% de abonos o el 50% de fitosanitarios, sin ofrecer alternativas para los agricultores que verán reducidos sus cosechas, aumentados sus costes de producción y por tanto mermados sus ingresos. La apuesta de UAGN por la sostenibilidad es firme. Pero no debemos olvidar que la sostenibilidad medioambiental no perdura sin la sostenibilidad económica y social. La sostenibilidad económica es la que permite desarrollar medidas medioambientales y de manejo más eficiente, y debe nacer desde el reconocimiento del agricultor y ganadero como primer agente de valor de la cadena alimentaria, con unos precios dignos.

P. | Puntos fuertes del asociacionismo para superar la crisis.

R. | Para poder salir de la crisis es fundamental la unión del sector, tal y como en las manifestaciones de febrero.



Presentación del “sello social” de UAGN al Presidente del Parlamento de Navarra en julio de 2020, una certificación de la trazabilidad social del producto agroalimentario regional, pensado para la reactivación del sector agrícola y ganadero.



Durante la crisis del Covid-19 y a causa del confinamiento, algunos sectores han visto cerrados sus canales naturales de comercialización, por hacer venta directa o por estar ligados al canal HORECA. Por ello mucha gente ha tomado iniciativas de venta on line y a domicilio. Vimos con preocupación cómo desde medios oficiales se legitimaban solo grandes superficies, pero por suerte una gran parte de la sociedad optó por el pequeño comercio o ventas directas a domicilio y gracias a eso muchos productores pequeños han aguantado. También comentar que algunas grandes superficies actúan de forma desleal con los productores.

Pregunta | ¿Creéis que se ha valorado el esfuerzo que han hecho los agricultores y ganaderos en este periodo?

Respuesta | En cierta forma, **ha servido para que la gente tome conciencia de que come todos los días, y de que el producto que compra en la tienda del barrio, en el super o en el hipermercado es de primera necesidad y alguien lo está produciendo.** Creemos que la gente cuando compramos no somos conscientes de ello, no solo de los productos de este sector sino de todos en general, y si ha servido para concienciar a la gente de la importancia de la alimentación pues algo que ganamos. Cuando hablamos de **soberanía alimentaria hablamos entre otras cosas de la capacidad de los pueblos de producir sus alimentos, pero también de la conciencia social de entender que es importante consumir lo propio, lo cercano, a fin de que haya una complicidad del consumidor con el productor de alimentos cercano.**

P. | ¿Qué ha supuesto la crisis a nivel de empleo?

R. | En cuanto al empleo en el sector agrario, hemos visto que ciertos tipos de trabajo por las restricciones en movilidad han costado cubrir; por ejemplo, los esquiladores que no podían venir desde sus países de origen. Además es un problema que se ha dado a nivel europeo con campañas muy concretas que son cubiertas por trabajadores inmigrantes. No creemos que esto vaya a suponer un cambio estructural, la demanda cada vez mayor de mano de obra obedece más a un fenómeno relacionado con la acumulación de tierra cada vez en más pocas manos que necesitan acceder al mercado laboral en campañas concretas, obedece más a un cambio de modelo que está pasando de una agricultura familiar (en la que la mano de obra era cubierta por el propio agricultor o ganadero) a un tipo de agricultura más industrial y más concentrada en explotaciones cada vez mayores.

P. | ¿Hemos tenido que ser más creativos “gracias” al coronavirus?

R. | Sin duda que sí, las nuevas costumbres a la hora de comprar se van imponiendo y pequeños productores pueden sacar sus productos mediante venta a domicilio, es una forma de vender que puede competir con las grandes superficies. Durante el confinamiento, **la venta online y a domicilio ha sido una herramienta que a quien la tenía desarrollada le ha servido para no quedarse parado y para el resto de productores que transforman su producto y/o lo venden de forma directa hacerles ver que es un canal de comercialización posible, con**

Imanol Ibero Presidente de EHNE



un esfuerzo extra que también hay que tener en cuenta.

P. | ¿Qué podemos sacar de positivo de esta crisis?

R. | Nos gustaría que esto haya servido para darnos cuenta de que la alimentación es un tema importante y hay que tratarlo como un sector estratégico, y que por tanto es indispensable desarrollar el concepto de soberanía alimentaria en su sentido más amplio, buscando la sostenibilidad del sector desde el punto de vista ambiental, social y económico, desarrollando para ello una normativa que contemple límites para las explotaciones agrícolas y ganaderas.

P. | ¿Cómo veis el futuro? ¿qué medidas considerarías necesarias para salir de la crisis y adaptarse a la “nueva normalidad”?

R. | **Es preocupante la situación que van a tener que enfrentar sectores como el vino, la carne de ovino u otros productos con mayor valor añadido (quesos DO, partes nobles de carne de vacuno...) que dependen del canal HORECA o son más caros para el bolsillo del consumidor que se prevé va a sufrir en este periodo de crisis.** Creemos que el sector primario en general no se tiene que ver especialmente afectado por esta nueva normalidad ya que, como decíamos antes, **la gente come todos los días y en ese sentido es importante lanzar un mensaje de tranquilidad al propio sector.** Es cierto que arrastramos una problemática que viene de años atrás, más estructural, que tiene que ver sobre todo con los precios que recibe el agricultor por su producto y no por esta situación coyuntural que durará más o menos.

P. | Después del coronavirus ¿qué nuevos retos/nuevas líneas de trabajo se plantean para la recuperación?

R. | Entendemos que en el mundo en general y aquí también, dada la concentración de personas en los núcleos urbanos, la gran distribución con supermercados, hipermercado va a ser el punto de compra principal de la gente, por tanto el gran reto sigue siendo el que teníamos antes, mayor poder de negociación e incluso normativa legal para que los márgenes de beneficio se repartan de una forma más justa en la cadena alimentaria y que la dependencia en las ayudas PAC no sea tan fuerte como ahora lo es. Sin duda la promoción del producto local vinculado a producciones social, económica y medioambientalmente sostenibles, y conseguir un consumidor concienciado es otro gran reto para el sector.

P. | Puntos fuertes del asociacionismo para superar la crisis.

R. | **El asociacionismo ayuda a todos los niveles, reducción de costos de producción, organización de la oferta, comercialización etc.** y es un camino que hay que seguir mejorando. No obstante, también **somos críticos con un asociacionismo masivo** que crea estructuras que a veces se convierten en un fin en sí mismo y dejan de ser la herramienta para lo que se crearon, y no son efectivas para el agricultor o ganadero.