



## GANADERÍA DE MONTAÑA. Mitos y realidades.

Potes, 3 de Julio de 2012.



**Colegio Oficial  
de Ingenieros Agrónomos**  
DE ARAGÓN, NAVARRA Y PAÍS VASCO



*Joaquín Olona Blasco*  
*Ingeniero Agrónomo. Decano*

## INTRODUCCIÓN

*La ganadería extensiva tradicional está particularmente vinculada a las zonas de montaña.*

*las ayudas públicas (GOBIERNO)son imprescindibles en las zonas de montaña, pero es necesario poner en valor también la acción colectiva (COMUNAL) así como desarrollar y avanzar en la valorización de los productos comerciales (MERCADO).*

### **Las Zonas de Montaña:**

- Representan el 40% del territorio europeo y concentran el 19% de la población.
- En España, las zonas de montaña suponen más del 50% del territorio y la ganadería desempeña un papel esencial.
- Son paisajes transformados por el hombre pero, por lo general, en relación armónica con el medio natural.
- *Depositarias de valores ambientales y culturales reconocidos por la sociedad.*
- Sensibles a eventos extremos tales como los incendios y el Cambio Climático.

## **EL RECONOCIMIENTO POLÍTICO-INSTITUCIONAL DE LAS ZONAS DE MONTAÑA**

### **Ley 25/1982, de 30 de junio, de Agricultura de Montaña.**

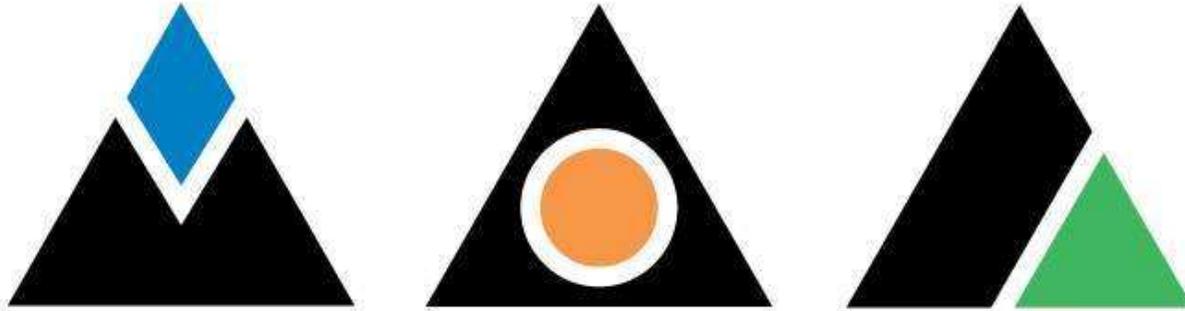
*“La presente Ley tiene por objeto el establecimiento de un régimen jurídico especial para las zonas de agricultura de montaña con el fin de posibilitar su desarrollo social y económico, especialmente en sus aspectos agrarios, manteniendo un nivel demográfico adecuado y atendiendo a la conservación y restauración del medio físico, como hábitat de sus poblaciones.”*

### **Tratado de la Unión Europea (Política de Cohesión).**

El artículo 174 (antiguo 158) establece la necesidad de prestar una atención especial a las regiones que padecen desventajas naturales o demográficas graves y permanentes, entre ellas las de montaña.

### **Política Agrícola Común (PAC).**

Incluye las llamadas *Indemnizaciones Compensatorias para Zonas de Montaña*, actualmente incluidas en los Programas de Desarrollo Rural 2007-2013 cofinanciados con cargo al FEADER (Segundo Pilar de la PAC).



11 de diciembre

## Día Internacional de las MONTAÑAS

**Desde el año 2003, el 11 de diciembre fue declarado por la Asamblea General de las Naciones Unidas como Día Internacional de las Montañas.**

La conciencia sobre la importancia de las comunidades y de los ecosistemas de montaña ha aumentado desde 2002, que se celebró como Año Internacional de las Montañas.

Martes, 23 de septiembre de 2008

## Agricultura en las regiones de montaña

P6\_TA(2008)0438

Resolución del Parlamento Europeo, de 23 de septiembre de 2008, sobre la situación y las perspectivas de la agricultura en las regiones de montaña (2008/2066(INI))

(2010/C 8 E/09)

- Destaca el papel de la agricultura como base de la **multifuncionalidad** y como elemento distintivo del paisaje transformado por el hombre y de las estructuras sociales tradicionales.
- Señala que las zonas de montaña sufren **desventajas** que hacen más difícil que la agricultura se adapte a las condiciones de la competencia y que acarrear **costes adicionales** de modo que no se puede producir a bajo coste.
- Reivindica **la multifuncionalidad de la agricultura y la compensación financiera** de las prestaciones ecológicas de la agricultura de montaña (bienes públicos).
- Insta a la formulación de **una Estrategia de la UE para las zonas de montaña**.
  - *Importancia transectorial de los productos típicos tradicionales de calidad*
  - *Fomento y protección de los productos agroalimentarios, de los procesos de elaboración y de su certificación.*
  - *Fondos específicos para la promoción de los alimentos de calidad, como los pastos de montaña, los quesos de granja y la carne de calidad superior.*

**Estrategia europea para el desarrollo económico y social de las zonas montañosas,  
las islas y las zonas poco pobladas**

P7\_TA(2010)0341

**Resolución del Parlamento Europeo, de 22 de septiembre de 2010, sobre la estrategia europea para el desarrollo económico y social de las regiones de montaña, las islas y las zonas escasamente pobladas**

(2012/C 50 E/07)

Nuevamente, se constata la imposibilidad de una acción política específica a favor de las zonas de montaña.....PORQUE NO SON LAS ÚNICAS QUE TIENEN DESVENTAJAS OBJETIVAS (como reconoce el propio Tratado de la UE).

## **LAS OBJECIONES A LA MULTIFUNCIONALIDAD (Provisión de bienes públicos)**

- La multifuncionalidad no es cuestionable como característica de la agricultura pero sí que lo es como objetivo político.
  - LA CE (1999) identifica 3 funciones esenciales: producción competitiva de materias primas y alimentos conservación del medio ambiente y del paisaje rural y contribución a la viabilidad de las áreas rurales y al desarrollo territorial equilibrado.
- La agricultura desempeña distintas funciones proveyendo a la sociedad de bienes (y males) públicos y privados.
  - La agricultura de montaña es particularmente reconocida como proveedora de bienes públicos particularmente valorados por la sociedad. También es cierto que esta agricultura incurre en mayores los costes y dificultades para competir en los mercados.
- Pero la multifuncionalidad, como objetivo político, no está plenamente aceptada. La compensación financiera en concepto de provisión de bienes públicos, base de la justificación oficial del apoyo público a la agricultura en la UE y en otros países como Japón o Noruega, está cuestionado por razones técnicas y políticas:
  - Se considera un objetivo excesivamente vago, genérico y confuso.
  - Tiende a valorarse como “excusa” para justificar determinadas ayudas.
  - Si se paga por generar bienes ¿Por qué no se cobra por generar “males”?

## EL GOBIERNO: Apoyo de las zonas de montaña a través de la PAC (Resultados obtenidos para Aragón).

Zona	Pagos directos		I.C.B.		Agorambientales		Pagos totales		
	nº exp	media €	nº exp	media €	contamb	media €	nº exp	media €	millones de euros
Montaña	9.238	8.038	3.260	1.986	2.226	2.508	9.353	9.228	86,3
Despoblamiento	21.295	5.684	5.398	1.015	1.816	2.777	21.682	6.068	131,6
Total desfavorecidas	30.533	6.396	8.658	1.380	4.042	2.629	31.035	7.020	217,9
Resto Aragón	24.517	8.508	56	1.336	1.745	3.176	24.546	8.726	214,2
ARAGON	55.050	7.336	8.714	1.380	5.787	2.794	55.581	7.774	432,1

Fuente: Evaluación a priori del PDR de Aragón 2007-2013 (datos relativos a 2006)

*El importe medio percibido por las beneficiarios de la PAC ubicados en zonas de montaña es un 19% superior al importe medio regional.*

*Las zonas de montaña, con 16,8% de los beneficiarios de la PAC, concentran el 20% de los pagos totales de la PAC.*

*Las zonas de montaña concentran el 37,4 % de los beneficiarios de IC en Aragón y perciben el 53,75% del importe total de IC de la Comunidad Autónoma.*

## LA ACCIÓN COLECTIVA : la evidencia de su eficacia en la gestión de los pastos y la necesidad de apostar por ella para valorizar el territorio.

**Garret J. Hardin (1915-2003):**

***LA TRAGEDIA DE LOS COMUNES,***

***“The tragedy of Commons”. Science, v. 162 (1968) pp. 1243-1248***

Un pastizal compartido entre varios ganaderos que observan cómo a pesar de ese uso, queda suficiente pasto no consumido como para pensar en alimentar más animales. Consecuentemente, uno tras otro lo hacen. Pero en ese proceso de expansión de la explotación del pastizal se sobrepasa su capacidad y todos los animales perecen.



**Elinor Ostrom (1933-2012). Politóloga y Premio Nobel de Economía (2009) por demostrar que los bienes comunes pueden administrarse eficazmente por los propios usuarios.**

*De la evidencia empírica acumulada concluye que no suelen ser ni el estado ni el mercado las instituciones que mejor solucionan los problemas de los recursos comunes. Observa, por el contrario, que suelen ser los propios usuarios, organizados de un modo u otro y dotados de sus propias reglas formales o informales, quienes mejor y con mayor eficiencia gestionan los comunes, el agua de riego por ejemplo. Al profundizar en su estudio encuentra que los casos de éxito comparten los mismos patrones: utilización de conocimientos locales, articulación de reglas que cambian con el tiempo para adaptarse al contexto (en ocasiones, muy lentamente) y utilización de mecanismos de prueba y error.*



## **EL MERCADO: apostar por el LECHAZO MONTAÑAS DE LIÉBANA como fórmula de valorización comercial del territorio liebanés.**

Es cierto que el mercado no paga (directamente) los beneficios públicos generados por la agricultura (paisaje, tradiciones, cultura, etc.)

Sin embargo, los consumidores sí que están dispuestos a pagar un plus por disfrutar de determinadas **cualidades intangibles** asociadas a ciertos productos .  
Para ello es preciso:

- 1. Identificar con claridad los valores (intangibles) ofrecidos, que deben ser fácilmente reconocibles por los consumidores: LECHAZO DE LIÉBANA*
- 2. Garantizar la satisfacción de las expectativas de los clientes (realidad del valor).*
- 3. Apostar por **LA ACCIÓN COLECTIVA** (ganaderos, restauradores, hosteleros, comerciantes, población local, administraciones públicas).*
- 4. Potenciar y explotar la complementariedad entre agroalimentación, turismo, restauración, gastronomía, cultura, artesanía, comercio y ocio dentro del propio territorio.*
- 5. Asegurar una distribución justa y razonable entre todos los agentes implicados.*

# CONCLUSIONES

- Las zonas de montaña seguirán siendo, con toda probabilidad, objeto de atención y apoyo público, pero sin alcanzar los niveles que derivaría el desarrollo de un estatuto propio para la agricultura de montaña, y que tras más de 30 años no ha logrado implantarse.
- A pesar del enfoque adoptado en las sucesivas reformas de la PAC, las ayudas públicas basadas en la multifuncionalidad y la provisión de bienes públicos presenta notables riesgos e incertidumbres, en un contexto, donde además, las subvenciones públicas van a encontrar dificultades presupuestarias, políticas y sociales crecientes.
- La defensa del **APOYO PÚBLICO** a la agricultura no debe impedir renunciar a las posibilidades que ofrece LA **ACCIÓN COLECTIVA** así como el **MERCADO**:
  - Las ayuda públicas son necesarias
  - La acción colectiva es imprescindible (pastos,
  - Pero debe ser el mercado quien también remunere los productos comerciales de alto valor ofrecidos.
- La valorización comercial es **NECESARIA, LEGÍTIMA Y POSIBLE**, pero no puede hacerse de cualquier modo: los intangibles asociados al producto deben ser reales, fiables, garantizados, reconocibles, creíbles, etc. Y **DEBEN REPERCUTIR SOBRE TODOS LOS AGENTE INVOLUCRADOS** .