

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN EN LA CADENA ALIMENTARIA: RELEVANCIA DE LA COLABORACIÓN

Silverio ALARCÓN

Universidad Politécnica Madrid

Ramo BARRENA

Teresa GARCÍA

Universidad Pública de Navarra

Emilio PINDADO

Universidad Politécnica Madrid

Mercedes SÁNCHEZ

Katrin SIMÓN

Universidad Pública de Navarra

LA innovación en el sector agroalimentario es decisiva para mejorar la competitividad de las empresas y sus resultados empresariales, así como para responder a los nuevos desafíos de sostenibilidad y demanda cambiante. La naturaleza de sus procesos productivos biológicos con mayores riesgos, el carácter estratégico para la población, una estructura empresarial atomizada y los condicionantes rurales influyen en los procesos de innovación, y han conducido a que se configuren con una mayor implicación del sector público y con una red de colaboraciones más densa.

En las últimas décadas la preocupación por aspectos ambientales y sociales ha llevado a una conexión entre innovación y sostenibilidad, con un equilibrio entre conocimiento tradicional y conocimiento científico. Así, la producción agroalimentaria llamada convencional, tiende a minorar su impacto medioambiental y avanza hacia una mayor sostenibilidad. Al mismo tiempo crece en importancia la agricultura ecológica, que supone principalmente nuevas formas de producción a partir de insumos y procesos naturales (innovación en proceso), pero también de organización de la actividad (innovación en organización) y de formas de venta con mayor conexión entre productores y consumidores (innovación comercial). En este sentido, el Pacto Verde Europeo se configura como una estrategia de crecimiento para avanzar en la competitividad del sistema agroalimentario al mismo tiempo que se consigue mayor sostenibilidad y circularidad.

Junto a la evolución hacia la sostenibilidad un eje adicional diferencial del proceso innovador del sector agroalimentario se centra en la relevancia del sector público y los organismos internacionales, como consecuencia de la necesidad de alimentar a una población creciente y de una estructura productiva conformada mayoritariamente por pequeñas empresas con escasa capacidad para invertir de forma individual en actividades de investigación y desarrollo. La financiación regional y estatal son vías comunes de las empresas para acceder a recursos para la innovación en agricultura y la alimentación. La financiación mediante proyectos europeos es menos accesible para las empresas agroalimentarias, si bien es cierto que, en la última década, se ha incrementado su participación. Otra iniciativa europea es el enfoque LEADER, que ha sido durante décadas un elemento básico en la política europea de desarrollo rural, y que ha promovido y apoyado financieramente la generación y adopción de innovaciones en el mundo rural mediante proyectos y actividades sostenibles. Por parte de la iniciativa privada se han ido generando otras actuaciones colectivas que han favorecido la renovación e innovación, destacando los Grupos de Acción Local, las cooperativas agroalimen-

tarias y otras formas iniciativas como las denominaciones de origen e indicaciones geográficas protegidas, entre otras.

La *Encuesta de la innovación en las empresas* del INE muestra que la industria agroalimentaria realizó un gasto en innovación del 22,53 por 100, frente a la agricultura que supuso un 7,42 por 100, siendo las empresas de mayor tamaño las que realizaron el mayor esfuerzo en innovación. Estos sectores son ligeramente más abiertos que otros, pues son frecuentes sus actuaciones colaborativas con otras empresas del sector, consultoras, universidades y centros de investigación.

En este contexto colaborativo se quieren destacar varias iniciativas que puedan servir de ejemplo para el sector primario. Así, los *AKIS (Agricultural Knowledge and Innovation Systems)* están constituidos por actores que participan en la generación, transferencia y utilización de conocimiento en el ámbito agrario, y que son una fuente clave de información para los agricultores y ganaderos. Las relaciones más estrechas se establecen entre los agricultores y ganaderos individuales y las cooperativas, lo que indica una confianza significativa en estas entidades.

También es importante destacar el impulso de la FIAB, que trabaja por la competitividad del sector, y promueve su innovación y sostenibilidad económica, a través de diferentes iniciativas. Por ejemplo, la Plataforma Tecnológica Europea Food for Life es una estructura colaborativa público-privada que tiene como objetivos establecer prioridades de investigación y desarrollar proyectos de I+D liderados por el sector privado.

En cuanto a las tendencias en digitalización cabe destacar un interés elevado en implementar estas tecnologías tanto en empresas de agricultura como de alimentación, y se observan ventajas de productividad y de gestión en su implantación, a pesar de que existen barreras en la búsqueda de fondos y socios. Por el lado de las ecoinnovaciones, se detecta que aquellos cambios dirigidos a reducir el impacto ambiental de las actividades empresariales han sido motivados por razones normativas, presión de la demanda y buenas prácticas medioambientales.

Es interesante también estudiar la generación de empresas en el sector y su conexión con la innovación. Así, dentro de la cadena agroalimentaria el emprendimiento es un proceso crucial para dinamizar el sector y las zonas rurales. Diversas causas como la liberalización del mercado, las reformas en las políticas agrarias, el cambio de preferencias de los consumidores, la integración de las cadenas de valor, los nuevos canales de información, y una mayor preocupación por la sostenibilidad, han aumentado el comportamiento emprendedor e innovador de las empresas ya establecidas y han fomentado la entrada de nuevos participantes con una mayor orientación emprendedora y comportamiento innovador. Los nuevos emprendedores del sector agrícola español disponen de una mayor capacidad para identificar nuevas oportunidades, mayor confianza en sus habilidades emprendedoras, y mayor capacidad para adoptar las últimas tecnologías.

Para finalizar se incorporan algunas ideas sobre las particularidades de la aceptación de innovaciones por los consumidores. Así, las innovaciones científicas y tecnológicas han contribuido significativamente a mejorar la calidad de vida de los consumidores. Muchas de estas innovaciones se han incorporado a la vida cotidiana con un elevado nivel de aceptación, mientras que otras han encontrado resistencia. En el proceso de compra de un nuevo alimento, el consumidor menos innovador proyecta más aspectos de su personalidad a través de los atributos del producto. En cualquier caso, los consumidores adoptan un nuevo alimento por razones hedónicas (el sabor y disfrute a la hora de consumirlo), por su conveniencia (facilidad de preparación) y por la importancia concedida a la marca.