



Trasfondo

Comprender los deseos de los consumidores puede ayudar a agregar valor a la leche (productos). Se ha descubierto que los consumidores se preocupan por la sostenibilidad, el bienestar animal y el pastoreo, sin embargo, a pesar de ver un mayor valor en los sistemas que apoyan el bienestar animal, la disposición a pagar no va necesariamente de la mano con las preferencias de los consumidores. Una de las preferencias más evidentes de los consumidores es tener leche de vacas lecheras que tengan un grado relativamente mayor de libertad de movimiento, típico de los sistemas de paseo libre, ya sea con o sin pastoreo, de acuerdo con su comportamiento natural y/o que se ajuste a la imagen cultural.

¿Cómo funciona la estrategia?

El sector lácteo necesita y quiere centrarse más en la sostenibilidad. Sin embargo, se necesita viabilidad económica para hacerlo. Esto significa proporcionar ingresos suficientes a los productores de leche y, al mismo tiempo, satisfacer las necesidades y deseos que existen tanto en el sector como en la sociedad. Como las opiniones, los deseos y las necesidades son muy diferentes dentro de la sociedad, es importante alinearse con las diferentes partes interesadas para establecer objetivos de logro para el sector.

Existen muchas partes interesadas, que van desde la industria (de procesamiento de productos lácteos), los consumidores, los agricultores, la banca, las ONG y más. En algunos países, existen enfoques de representación en cadena para unir a la cadena en cooperación y perseguir objetivos sectoriales. A modo de ejemplo, en los Países Bajos esta cadena de cooperación se denomina 'Duurzame Zuivelketen' (Cadena láctea sostenible) para trabajar en diferentes objetivos de sostenibilidad e imagen del sector. Este enfoque permite que las partes interesadas se beneficien de la cooperación para alinear mejor sus propios objetivos, metas y programas con los objetivos y preferencias del sector y la sociedad. En última instancia, contribuye a la percepción de valor del propio sector lácteo y, si se aborda adecuadamente, a los productos lácteos.

Establecimiento de objetivos en línea con los deseos de las partes interesadas Zuivelketen presenta un enfoque sectorial para alcanzar los objetivos para 2030 con respecto a tener un sector lácteo sostenible. Estos objetivos temáticos se clasifican por tema y se centran en temas específicos dentro de ese tema y se muestran en la Tabla 1. Los objetivos de pastoreo se destacan aún más en la sección amarilla de esta hoja informativa.

Tabla 1: Temas indicados por la cooperación de la cadena Zuivelketen hacia 2030 con los objetivos del sector y la sociedad

Tema	Asunto
Modelos de ingresos	Proporcionar información sobre los modelos de ingresos
Sector lácteo climáticamente responsable y energéticamente neutro	Reducción de gases de efecto invernadero Neutralidad energética Ahorro de energía
Mejora de la salud y el bienestar de los animales	La vaca sostenible (uso de medicamentos y longevidad) Mejorar el bienestar animal de forma continua
Preservación del pastoreo	Preservar los niveles actuales de pastoreo. Véase también la sección de aspectos positivos
Preservación de la biodiversidad	Alimentación animal sostenible Producción dentro de los límites medioambientales Contribuir positivamente al balance positivo sobre el impacto en la biodiversidad
Agricultura relacionada con la tierra (lechera)	Producción y adquisición óptimas a nivel local
Seguridad en el corral	Entorno seguro para agricultores, familias, empleados y visitantes

Aspectos positivos

1. Contribuye a alcanzar los objetivos sobre el clima, el bienestar animal y la biodiversidad
2. Una mejor conexión con las preferencias de los consumidores y las demandas de la sociedad, lo que conduce a un mayor valor de la leche y a una mayor apreciación de la cadena
3. Mayor porcentaje de vacas en pastoreo para apoyar la perspectiva del consumidor
4. Habilitación de la compensación a los agricultores debido a la implementación del programa
5. Contribuir a una imagen positiva del sector

Evaluación del método



El "valor" puede expresarse de muchas formas. La más común/aparente es la económica, objetiva. El valor añadido suele reflejar un aumento de €/unidad de producto vendida pagando por los esfuerzos/márgenes realizados dentro de la cadena, sin distribución predefinida. Los valores subjetivos (estándares de bienestar animal, sentimiento cultural, orgullo (lo mejor de), salud, por nombrar algunos) pueden ser igual de importantes sin necesariamente agregar valor económico.

"Grazing from a Dutch dairy perspective"

Las vacas pastando caracterizan el paisaje holandés. Como resultado, esto determina la percepción que la sociedad tiene predominantemente del sector lácteo holandés y sus productos. En los años anteriores a 2015, el número de granjas lecheras donde pastaban vacas estaba disminuyendo. Una reducción en el pastoreo de vacas no contribuirá a mejorar la percepción del consumidor, por lo que es necesario prestar más atención al pastoreo. Esto se hizo con éxito en el marco de una convención en el seno de 'Duurzame Zuivelketen' y de muchas partes interesadas. A raíz de esto, la preservación del pastoreo (vacas) es ahora un objetivo del sector para 2030: retener el 81,2% de las explotaciones que aplican una forma de pastoreo (y el 73,6% de pastoreo completo).

Alcanzar estos objetivos requirió una variedad de métodos y enfoques para hacer realidad esta tendencia de mejora. Es necesario apoyar a los agricultores en la transición a la aplicación del pastoreo frente a la alimentación en interiores (solamente). Dentro de diferentes proyectos, como Amazing Grazing y Robotic Milk and Grazing, se han desarrollado herramientas, tanto de baja como de alta tecnología, así como manejo del pastoreo y técnicas para apoyar a los agricultores. A continuación, para llegar al cliente, los envases de leche holandeses que contienen leche de vacas de pastoreo llevan el llamado 'weidelogo' (logotipo de pastoreo), un logotipo que garantiza de forma independiente el nivel de pastoreo de las vacas que produjeron la leche. Por último, pero no por ello menos importante, las empresas lácteas han estado promoviendo el pastoreo con sus agricultores proveedores mediante la concesión de primas por horas de pastoreo como parte de sus programas de sostenibilidad.

¿Qué es weidemelk?

Weidemelk es leche procedente de granjas en las que las vacas pueden caminar al aire libre desde la primavera hasta el otoño durante al menos 120 días al año y al menos 6 horas al día en pastos. Los agricultores también pueden optar por pastar durante 120 días al año y al menos 720 horas al año, aumentando la cantidad total de días, en lugar de una cantidad fija de horas/día, es decir, en caso de que haya menos hierba disponible



Cita del ganadero:
"El valor está en el punto de vista"