



INFORME DE ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA EXPERIENCIA

Viaje de familiarización n.º 2. 10 de junio de 2017. Tarbes.

1. METODOLOGÍA

Una semana después del viaje de familiarización a Lourdes, se realizaron 7 entrevistas telefónicas con los participantes del viaje a partir de un cuestionario semi-estructurado aprobado previamente por la AECT HP-HP. El cuestionario forma parte de los documentos que se entregan con el encargo.

Estas entrevistas fueron llevadas a cabo entre el 7 y el 12 de junio de 2017 y tuvieron una duración de entre 4 y 17 minutos, según la disponibilidad y forma de atender la entrevista de cada participante.

2. RESULTADOS

2.1- Valoración Global del viaje

Los participantes al viaje a Tarbes consideran que ha sido una experiencia muy positiva, otorgándole una valoración global de 8,7. Las palabras más utilizadas para describir el viaje fueron *muy interesante* y *estupendo*.

Con todo, muchos opinaban que fue muy corto, que teniendo en cuenta el largo viaje de autobús, se podría tal vez plantear una estancia más larga para poder disponer de más tiempo en cada parada y así desarrollar con más profundidad las experiencias propuestas. Varios se mostraron dispuestos a extender el viaje a dos días, incluso asumiendo los costes de alojamiento ellos mismos.

En cuanto a la comparación entre la experiencia real y las expectativas expresadas antes del viaje, no hubo ninguna decepción y todos fueron gratamente sorprendidos del alcance de la jornada: *te da muchas ideas de cómo hacer las cosas*.

De forma general, lo que más impactó y gustó fue::

- Poder conocer a otros productores.
- Ver lo organizados que son del otro lado de la frontera.
- Conocer otras formas de presentación/contacto con los clientes.
- Entender cómo funciona la Cámara de agricultura francesa y cual es su relación con los productores



Hecho en los
Pirineos



Proyecto EFA08/15 INSPYR financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Finalmente, se destacó el gran interés por el proyecto POCTEFA Hecho en Pirineos en su conjunto y el deseo de ver sus acciones desarrollarse.

2.2- Primera visita: la granja de Bienvenue à la ferme

La granja despertó mucho interés, con una valoración global media de 8,0.

La mayoría de los productores se quedaron impresionados con la limpieza, el orden e incluso la belleza del lugar

“fue ver ese patio y ya te daba ganas de comprar”

“todo muy cuidado”

“super limpio, muy trabajado”

Gustó mucho el poder ver en un mismo lugar todas las etapas de producción-transformación-venta: *“completan el círculo producción, elaboración, comercio”*, aunque algunos echaron de menos poder in-situ ver el proceso de elaboración *“ves el espacio, pero es difícil imaginar cómo lo hacen”*

Muchos fueron impresionados por la historia de la granja. En especial se destacó la capacidad de escucha y adaptación al mercado, al sucederse las generaciones con otros conocimientos y otras capacidades, y al tener que enfrentarse a momentos críticos tales como la crisis económica y la gripe aviar.

Finalmente, la mayoría destacaron la excelente presentación de los productos en la tienda que *“da ganas de comprar”*, incluso varios admitieron que tienen *“mucho por aprender en este terreno”*.

2.3- Segunda parte: Presentación del Drive Bio65 en la Chambre d'Agriculture

Con un 8,5 de valoración global, esta parte del viaje fue la que más interesó a los participantes. Sin embargo, es preciso indicar que las puntuaciones más bajas no reflejan una falta de interés sino, más bien respondieron a la falta de tiempo para poder profundizar más en el tema: *“estuvo muy bien, pero te quedas un poco a medias”*

La mayoría de los productores expresan su gran satisfacción con las explicaciones dadas, cualificándolas de claras, detalladas, y ajustadas al tipo de necesidad de información que buscaban:

- *Estaba muy bien explicado*
- *Una explicación muy completa*
- *Las explicaciones estaban orientadas a nosotros*
- *Me gustó la transparencia*
- *Se les veía dispuestos a ayudarnos*
- *Han puesto luz al camino que queremos coger*



- *Nos han enseñado los errores a no cometer*

Además, agradecen el poder disponer de un documento escrito de la información presentada *“así puedes estudiártelo tranquilamente en casa”*.

En cuanto al concepto del Drive en si, todos coinciden en que se trata de una idea muy interesante:

- *La idea es super buena*
- *Una iniciativa de la cual puedes sacar muchas ideas*
- *Habría que estudiar cómo podríamos adaptarlo a la provincia de Huesca*

Sin embargo, varios hicieron hincapié al apoyo que los productores recibieron por parte de la Cámara de Agricultura de Hautes Pyrénées y la necesidad de acompañamiento que requeriría desarrollar un proyecto similar en la provincia de Huesca.

2.4- Tercera parada: la panadería bio y punto de recogida

El nivel de interés en esta tercera y última visita se sitúa en un 7,3. Esta valoración inferior a las dos otras paradas está justificada por:

- La falta de tiempo
- La imposibilidad de poder ver una recogida de cesta in-situ
- No haber podido ver como hacen el pan, como lo trabajan o al menos el lugar donde lo hacen

Sin embargo, la tónica general fue de admiración por la organización y el sentido práctico de los productores para hacer llegar los productos a los consumidores:

- *Lo tienen muy bien organizado*
- *Esos chicos se merecen un diez*
- *Son muy prácticos*

Finalmente, dos productores comentaron la dificultad de poner en práctica este sistema de recogida en la provincia debido a la distancia entre productores y la geografía.

2.5- La organización y coordinación de la jornada

Además de la valoración de las visitas, se pidió a los productores que valoraran otros aspectos organizativos de la jornada. Las puntuaciones obtenidas fueron las siguientes:

| | |
|--|-----|
| Atención personal de los organizadores franceses | 9,3 |
| Comprensión y traducción | 9,1 |
| Explicaciones dadas en cada sitio | 9,0 |
| Logística (bus, horario...) | 8,7 |
| Comida | 8,0 |



Hecho en los
Pirineos



Proyecto EFA08/15 INSPYR financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Los participantes valoran positivamente todo el trabajo de organización y coordinación realizado por la AECT HP-HP para que las condiciones fueran óptimas y se pudiera sacar el mayor partido posible a esta experiencia, pero con un 9,3, la atención personal de los organizadores franceses es el aspecto que recibe la nota más alta, destacando la disposición de las personas que atendieron al grupo en Francia y su visible voluntad de que el viaje sea positivo para los productores de Huesca.

La comida y la organización fueron los dos únicos aspectos que no alcanzaron un nueve (8,0 y 8,7 respectivamente). Tal y como se comentó en el punto 2.1, a algunos les pareció que la duración de las visitas fue corta y que quizá se podría plantear jornadas más largas en el futuro.

En cuanto a la comida, la valoración en un 5 de uno de los participantes ha afectado la media. Sin embargo, obviando la respuesta de este productor -que justifica su insatisfacción con la comida por la falta de costumbre por ese tipo de platos-, este aspecto del viaje seguiría siendo la peor valorada, aunque con una nota aceptable: 8,3

2.6- Utilidad para su negocio

El objetivo clave de estas jornadas de familiarización es ofrecer a los productores de la provincia de Huesca una oportunidad para extraer ideas y conocimientos de los proyectos desarrollados en Hautes Pyrénées que puedan luego aprovechar en su negocio.

A la pregunta de si consideran que habían sacado información o ideas que les sean útiles para su negocio, todos contestaron que sí.

Entre las ideas retenidas se encuentran:

- *Como plantear un proyecto asociándonos*
- *El trato directo con el consumidor*
- *La organización*
- *La presentación de las tiendas, de todo*
- *Los errores que no debemos cometer.*

En varios casos, sin embargo, ha habido dudas sobre la aplicabilidad de las experiencias presentadas:

- *Nuestra geografía es diferente y sería complicado organizarlo como ellos*
- *Sin la ayuda de las administraciones, lo veo muy complicado*

3. CONCLUSIONES



Para los productores de la provincia de Huesca, este viaje ha sido de gran interés, principalmente por la novedad de los conceptos de red de productores (Bienvenue à la ferme) y del Drive (Bio65), y el potencial que representan como opción de comercialización de sus productos.

También consideran que pudieron sacar mucho provecho de la observación de los espacios de venta directa, destacando la capacidad de los franceses por crear un entorno agradable y atractivo para comprar.

Todos insistieron en que gran parte del éxito de este viaje ha sido debido a la gran predisposición de los productores y miembros de la Cámara de Agricultura por facilitar muchos datos y dar muchas explicaciones de manera transparente, y adaptada a su necesidad de información.

Aunque existen dudas sobre la aplicabilidad de dichos planteamientos de comercialización, principalmente debidas a la ausencia de asociaciones grandes et potentes de productores, la dificultad de organizar un punto de recogida por la geografía de la provincia, o el papel limitado de las Cámaras Agrarias de la Provincia, muchos expresaron su interés en seguir investigando y, posiblemente, solicitar nuevas reuniones con la Cámara de Agricultura y los organizadores de este viaje, con el fin de disponer de toda la información necesaria para evaluar la posibilidad que implantar un proyecto similar en la Provincia.

Finalmente, cabe destacar que muchos aprovecharon la entrevista para agradecer a la AECT por la organización y pertinencia de este viaje, y desear que el proyecto "Hecho en Pirineos" alcance los objetivos fijados y abra nuevas puertas de comercialización para sus productos.

Huesca, 16 de junio de 2017

La empresa consultora: ExMaS

