

5 ANÁLISIS DEL FORMULARIO ENVIADO A LOS PRODUCTORES.

El presente trabajo de Evaluación del Impacto producido por el Programa en los productores se basa en toda la información recogida en los capítulos anteriores y la información recogida de los Formularios presentados por los productores. Esta información a tratar viene reflejada en el Anexo III.

Los objetivos de la presente Evaluación, que comentamos en el punto 1.1. de este documento, se alcanzan mediante el análisis de todos los datos suministrados por el Programa, tanto de los datos reflejados en dicho Formulario como de los datos conseguidos por la Evaluación Continua del Programa. Así como el cruce de todos los datos para determinar un análisis crítico más riguroso.

El formulario consta de 28 puntos a analizar, estructurado en 7 grandes bloques, los cuáles son:

- 1. Estructura del Grupo**
- 2. Sistema Productivo Propio**
- 3. Productores Asociados**
- 4. Comercialización**
- 5. Volumen de Negocio**
- 6. Impacto del Programa**
- 7. Otros datos del Grupo**

A continuación iremos desglosando los distintos puntos de cada bloque, y analizaremos los resultados obtenidos.

Para el mantenimiento de la confidencialidad de los datos aportados por los distintos productores del Programa, como garantía del secreto profesional, en todo momento se tratarán los datos como promedio, sin hacer mención a ningún grupo de productores en cuestión.

No obstante, el análisis individualizado en el caso de incidencias particulares y mayoritariamente problemáticas para el mantenimiento del Programa en una zona, se le hará llegar al grupo de productores afectados para que determine las causas e intente solucionarlas. Dicha transmisión de la información está fuera de la presente Evaluación.

5.1 ESTRUCTURA DE LOS GRUPOS DE PRODUCTORES.

Como ya mostramos en la tabla 1, en el curso 2009-2010, se encuentran trabajando para el Programa 8 grupos de productores. De los cuáles sólo 3 grupos se han mantenido desde los comienzos del Programa.

Durante el transcurso del Programa se han ido incorporando grupos de productores, pero también, se han ido saliendo otros por distintos motivos.

Según el análisis de los formularios entregados, el Capital Social medio de los 8 grupos de productores se sitúa en **21.069,75 €**. Siendo el capital social máximo de 60.000 € y el mínimo de 3.006 €, lo que da a entender que los grupos del Programa son pequeñas empresas, y orientadas sobre todo a los canales cortos de comercialización.

En el gráfico 8 se recogen los porcentajes de las distintas tipologías de organización empresarial de los grupos del Programa.

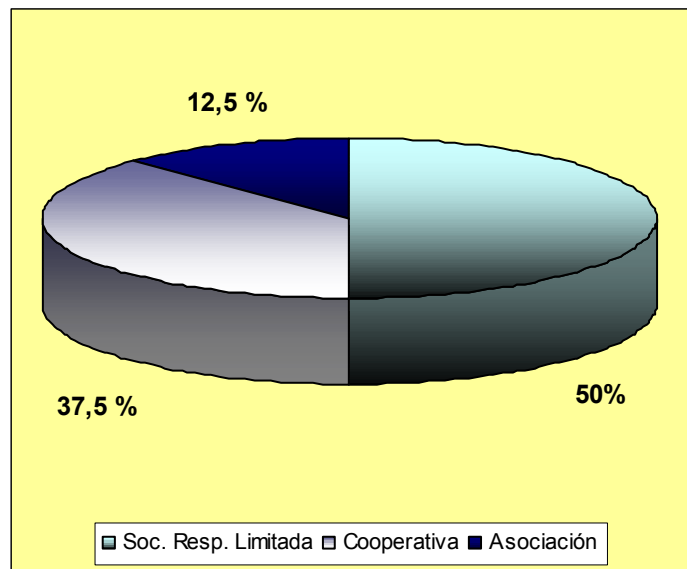


Gráfico 8: Distintos tipos de organización de los grupos de productores del Programa.

Se observa que el 50% son Sociedades de Responsabilidad Limitada, esto puede ser debido a que a medida que ha ido avanzando el Programa, y los productores evolucionando hacia una distribución completa de la gama de productos, éste es el tipo de organización que mejor se adapta a este tipo de exigencias. No obstante, las Cooperativas se acercan a las anteriores con un 37,5 %, demostrando que sigue siendo un tipo de organización igualmente válido.

Según la ubicación de los distintos productores y el reparto de centros realizado para el curso 2009-2010, se evidencia una falta de grupos en distintas zonas, ya sea por salida del Programa de los que había anteriormente y por deficiencia real de la zona.

En provincias como Huelva, Jaén, Almería y Córdoba faltan productores locales o provinciales para su abastecimiento dentro del Programa. Esta deficiencia se está cubriendo por el suministro de los productores actuales, pero realizando un alargamiento de los canales más de lo deseado y de lo que se establece como objetivo básico del Programa.

Analizando los datos presentados, se establece en **11** el promedio de **socios directos** de los grupos de productores, siendo el número máximo de socios de las organizaciones estudiadas de 25 y el mínimo de 4. Estos socios son los que pertenecen directamente como productores propios de la organización, aunque sabemos que se dispone de más productores o agricultores indirectos que participan en el Programa.

5.2 SISTEMA PRODUCTIVO PROPIO.

Del estudio de los datos de los sistemas productivos propios de los grupos del Programa llegamos a un total de superficie destinada a la producción agraria ecológica de **972 has.**, de las cuáles únicamente 20 has. son calificadas en conversión hacia la Agricultura Ecológica, y el resto sí están ya certificadas plenamente como ecológicas.

En cuanto a la superficie disponible por los productores para el alimento del ganado ecológico, la suma total asciende a **5.000 has.** para los distintos tipos de animales certificados.

En la tabla 5 se desglosa por tipo de producción las hectáreas dedicadas a la agricultura ecológica para el Programa. Se puede observar que el **61,93 %** de la superficie se dedica a Hortalizas, Tubérculos y Frutas. Dejando en manos de los productores asociados algunos grupos de alimentos, sobre todo los transformados.

Dentro del campo de “Otras”, los productores han manifestado, al dejarles la posibilidad, entre otras producciones Almendras y Vid.

Tabla 5: Superficie por tipo de cultivo de las producciones propias dentro del Programa.

	<u>Has.</u>	<u>Porcentaje sobre el Total</u>
Hortalizas	297	30,56%
Tubérculos	123	12,65%
Frutas	182	18,72%
Cereales	97	9,98%
Olivar	57	5,86%
Legumbres	3	0,31%
Otras	213	21,91%
	972	100,00%

En referencia a la disponibilidad de cabezas de ganado ecológico para el Programa, como se muestra en la tabla 6, el mayor número se encuentra en Pollos de engorde, seguidos de Ovino de Carne y Vacuno de Carne.

Se refleja de manera indirecta que la producción lechera es inexistente, hecho que es extrapolable al sector de la producción ecológica en Andalucía, casi teniendo que traer de fuera todas las necesidades en este campo.

De los datos reflejados en dicha tabla 6 se observa que la disponibilidad en el sector cárnico es completa para los 12.500 comensales del Programa en el curso 2008-2009 y curso 2009-2010. Máxime cuando muchas de las producciones cárnicas ecológicas se tienen que comercializar en mercados convencionales.

Como vimos en la página 44, por ejemplo para los CEIPs, dentro de la composición de la dieta equilibrada base de los Ecorrecetarios, la carne sólo suponía un 6,56 % del total de la alimentación. Mientras que el 61,82 % de la dieta venía representado por Hortalizas, Amiláceos y Frutas, porcentaje muy similar al 61,93 % que representa estos grupos de alimentos sobre la superficie de los productores del Programa. Se demuestra que la planificación de los cultivos se realiza en función de las necesidades (demandas de los centros) del Programa.

En el apartado siguiente analizaremos más profundamente, con los datos también de los productores asociados, si la disponibilidad del número de hectáreas para el Programa en referencia

a Hortalizas, Tubérculos y Frutas cumple con las necesidades, según el Ecorrecetario, del total de 12.500 comensales.

Tabla 6: Total de número de cabezas por tipo de ganado ecológico del Programa.

Tipo de Ganado	Nº Cabezas
Vacuno de carne	1.640,00
Ovino de Carne	4.900,00
Caprino carne	50,00
Caprino leche	0,00
Porcino (madres)	270,00
Gallinas ponedora	500,00
Pollos de engorde	20.000,00
Colmenas	200,00

Dentro de los sistemas productivos propios de los grupos del Programa también nos encontramos con Industrias de elaboración y transformación, que pueden tener como destino los comensales de los centros educativos. Entre estas industrias nos encontramos Almazaras; con capacidad de 200.000 kilos anual de Aceite de Oliva VE Ecológico, Industrias de Repostería y Dulces con capacidad de 72.000 unidades mensuales e Industria de procesado de productos cárnicos con una capacidad anual de 900.000 kilos.

Como viene recogido en la tabla 7, todos los grupos de productores objeto del estudio disponen de instalaciones de logística. Esto es debido a la necesaria preparación previa de los pedidos antes de ser suministrados a los centros, así como la necesidad de superficie de almacenamiento de los alimentos.

La superficie media de las instalaciones de los grupos es de **629,16 m²**, siendo la superficie máxima de todas las instalaciones de 1.500 m². Representativo es el hecho de que el 37,5 % de las instalaciones de dichos productores han sido creadas estando ya dentro del Programa, como necesidad añadida a las exigencias del Programa.

En referencia a las cámaras de refrigeración con las que cuenta estos productores, suman un total de 20, siendo el promedio de 2,5 cámaras por productor. Del total de ellas, un dato relevante

es que un 15% se han adquirido para el Programa, según las nuevas exigencias y necesidades que se han ido dando.

El total de superficie de refrigeración dentro del Programa es de **768,7 m3**, siendo el promedio por productor de 96,09 m3.

En la tabla 7 se refleja también que el número total de vehículos disponibles para la distribución de los centros del Programa es de 16, siendo el promedio de 2 vehículos por productor. Del total de vehículos un 25 % han sido adquiridos bajo el Programa, debido en parte al aumento de centros y al aumento de los niveles de consumo de éstos.

Tabla 7: Instalaciones de logística de los grupos de productores y dependencia del empleo de estos grupos dentro del Programa.

	Número	Promedio	Adquirido por el programa
Nave de procesado (m2)	8	629,16	37,5
Cámaras Frigoríficas- n^º	20	2,5	15
Cámaras Frigoríficas- m3	768,7	96,09	---
Furgonetas de reparto-n^º	16	2	25
Aplicaciones Informáticas	8	100	25
Trabajadores medios anuales	43	5,37	---
Dedicados al Programa al completo	10	23,25	---
Dedicados parcialmente	26	60,46	---
% de su tiempo de ocupación.	---	38,57	---

Una exigencia también del Programa, además de los controles oficiales a los que se enfrentan los productores, es el mantenimiento de la trazabilidad de todos los alimentos por ellos distribuidos, por ello todos los grupos disponen de aplicaciones informáticas para el mejor funcionamiento, pero significativo es el hecho de que un 25% de los grupos las adquirieron estando dentro del Programa.

En materia de empleo, se observa que hay 43 trabajadores como media anual dentro de los grupos de productores, trabajadores distintos a los propios socios, siendo éstos últimos un total de 88 socios trabajadores (ya comentamos antes que la media de socios por grupo era de 11).

En definitiva, como garantía de Desarrollo Rural en Andalucía, en los grupos de productores del Programa se generan 131 puestos de trabajo directos, a los que habría que añadir el trabajo indirecto de los productores asociados.

De los trabajadores asalariados, no socios, 10 se dedican a tiempo completo al Programa, lo que supone un 23,25 % del total. Se pone de manifiesto la fuerte dependencia en materia de empleo que supone sobre estos grupos su participación en el Programa. Y más cuando, se le añaden 26 trabajadores, un 60,46 % sobre el total, que se dedican parcialmente al Programa y con un porcentaje de ocupación del 38,57 % anual.

5.3 PRODUCTORES ASOCIADOS.

A los datos reflejados del sistema de producción propio de los grupos hay que añadir la producción que se revierte en el Programa y que proviene de otros productores con los que llegan a acuerdos por parte de los productores del Programa para su suministro a los centros, y como garantía de ofrecer la gama completa de los alimentos y en las cantidades demandadas.

De los datos recogidos en los distintos formularios, se establece un total de **31** agricultores asociados y **38** industrias de transformación asociadas con las que trabajan los productores del Programa para conseguir las exigencias de alimentación de los centros.

En la tabla 8 se desglosa por tipo de cultivo las hectáreas disponibles por los agricultores asociados. Del total de 165 has., hay de **Hortalizas, Tubérculos y Frutas** la cantidad de 75 has. Número que viene a sumarse para estos tres grupos de alimentos a las 602 has., ya comentadas en el punto anterior, del sistema productivo propio.

Para los tres grupos de alimentos mencionados se tiene una disponibilidad total de **677 has.** para el Programa de Consumo Social.

Tabla 8: Superficie por tipo de cultivo de los agricultores asociados al Programa.

	Has.
Hortalizas	26
Tubérculos	12
Frutas	37
Cereales	20
Olivar	50
Legumbres	20
	165

En la tabla 9 se recogen los datos del número de cabezas de ganado disponibles por ganaderos asociados a los productores del Programa para ser utilizadas en caso de necesidad.

Tabla 9: Número de cabezas de ganado de productores asociados al Programa.

	Cabezas
Vacuno de carne	140
Ovino de Carne	1.500
Caprino carne	50
Gallinas ponedoras	3.500

Como comentamos en el punto anterior, y dejamos emplazado para este momento, vamos a analizar según la disponibilidad de hectáreas de los grupos de alimentos de Hortalizas, Tubérculos y Frutas si cubren las necesidades, según los requerimientos nutricionales recogidos en los Ecorrechetarios, para todos los 12.500 comensales del Programa de los cursos 2008-2009 y 2009-2010.

Consideramos para el análisis los requerimientos más altos de los grupos de alimentos descritos, los cuáles son dados en las Escuelas Infantiles. En éstas se requiere una cantidad anual de alimentos de 182,29 kilos por comensal, y considerando que los tres grupos de alimentos estudiados suponen un 55,61% sobre la alimentación total del comensal en las Escuelas Infantiles, la cantidad a suministrar de estos tres grupos de alimentos es de **101,37 kilos** anuales por comensal.

Para la estimación de los kilos por hectárea hemos tenido en cuenta las producciones medias anuales de estos tres grupos de alimentos. Se ha tenido en cuenta a su vez, sobre todo en las hortalizas, que en una campaña anual se dan dos cosechas, incluso a veces hasta tres cosechas.

Se estima como media de producción de los tres grupos de alimentos la cantidad de 2.000 kilos por hectárea. Por tanto de la disponibilidad de superficie de producción propia de 602 has, saldrían 1.204.000 kilos anuales, que según los requerimientos por comensal descritos antes, cubrirían las necesidades de **11.877 comensales**. Por tanto, no cubriría las exigencias del Programa y de los 12.500 comensales que hay actualmente.

No obstante, si añadimos las 75 has. de estos grupos de alimentos de los agricultores asociados, siendo un total de **677 has.**, la producción anual se eleva hasta 1.354.000 kilos, por lo que se cubrirían las necesidades de **13.357 comensales potenciales**.

Mientras que las exigencias de requerimientos del Programa se manifiesta con estos datos que están cubiertas, si es verdad, que hay cierta dependencia de los agricultores asociados en la medida que los centros cumplan con los porcentajes de consumo establecidos en los Ecorrecetarios. Hecho que ya comprobamos en un punto anterior que no es así, estando el consumo medio de los centros en un **47,32%** sobre el potencial en el curso 2008-2009.

Ante esta última situación, el sistema productivo propio es suficiente, no obstante habría que canalizar el fomento de las producciones ecológicas para el mercado interno, debido a que todas las estimaciones pronostican aumentos en los consumos en años venideros.

5.4 COMERCIALIZACIÓN.

De los datos ofrecidos por los productores en los distintos formularios entregados, en cuanto a la comercialización, se pueden sacar varias conclusiones.

En primer lugar hemos separado los grupos de productores que ofrecen todos los alimentos distintos a la carne con respecto a los productores que ofrecen productos cárnicos en los centros. Ya que como podemos comprobar las conclusiones que se pueden sacar son distintas, por los canales de comercialización que tocan una tipología de empresas y los que tocan otras.

Además, hemos desglosado los distintos canales, según sean de las ventas de las producciones propias del Grupo o de las ventas totales, incluidas las producciones que se adquieren a otros productores asociados.

Como se demuestra en el gráfico 9, analizando el desglose de los distintos canales de comercialización de las empresas no cárnicas, el mayor porcentaje de las ventas tienen como destino los Grupos de consumidores, con un 25,33 % de las ventas. Este valor es el más representativo dentro de las producciones propias de los grupos del Programa.

En principio, desde el Programa se ha potenciado las ventas a los grupos de consumidores, base del desarrollo rural y del consumo local, y por ello siempre se ha facilitado la información de los productores a los centros y a los propios padres-madres de los comensales, en lo referido a las cajas de alimentos ecológicos, sobre todo productos frescos y variados (frutas y hortalizas) como base de la alimentación equilibrada, para los grupos de consumidores que se fueran generando.

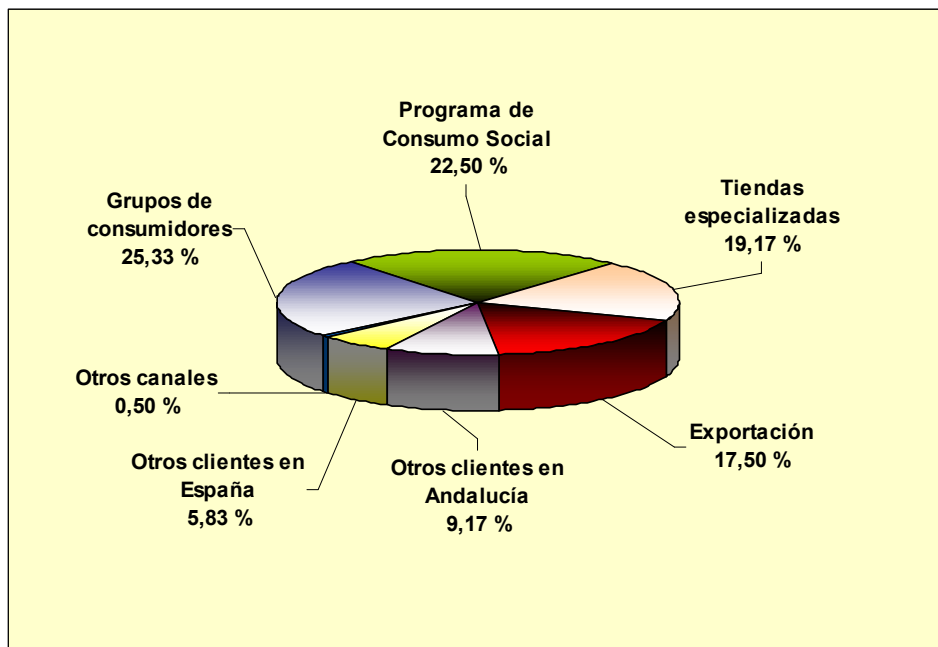


Gráfico 9: Distintos canales de comercialización de los productores no cárnicos del Programa considerando las producciones propias del Grupo.

El siguiente canal de comercialización con más peso dentro de los productores no cárnicos es el propio Programa de Consumo Social, con un 22,50 % sobre el total de las ventas. Se demuestra de esta forma la fuerte dependencia de estos productores con el Programa, y lo influenciado que pueden llegar a estar por el devenir de éste. Y más, cuando dentro de los grupos de consumidores, como comentamos en el párrafo anterior, parte también está relacionada con el propio Programa.

El tercer canal de salida de los productores no cárnicos del Programa son las Tiendas Especializadas con un 19,17 %, incluso por delante de la Exportación con un 17,50 %. Hecho que

demuestra la fuerte concienciación de los productores del Programa con el mercado interno de alimentos ecológicos. Base de los objetivos perseguidos desde los comienzos de éste.

En un mercado de la producción ecológica, donde según las estimaciones de los Organismos de Control Autorizados, el 80 % de la producción ecológica andaluza se exporta, el porcentaje mostrado por los productores del Programa en este canal demuestra el esfuerzo que realizan diariamente para la potenciación del mercado interior, y sobre todo, por los canales cortos de comercialización.

Este trabajo diario se refuerza aún más, como queda reflejado en el gráfico10, si analizamos los datos de todas las ventas del grupo, incluyendo los alimentos que se adquieren a productores asociados. Las ventas al Programa de Consumo Social y a los grupos de consumidores alcanzan un porcentaje del 26,67 % cada uno sobre el total de las ventas. Reduciéndose así aún un poco más el porcentaje destinado a la exportación, situándose en el **13,17 %**.

Se demuestra con estos datos que las compras realizadas a otros productores son para el mercado interno, y no para la exportación. Y muchas de ellas se realizan entre los propios productores del Programa, como garantía del cumplimiento de los compromisos y como necesidad, en parte, por el establecimiento de los precios mínimos y máximos.

Los tres primeros canales, todos canales cortos, representan el **74,17 %** sobre el total de las ventas.

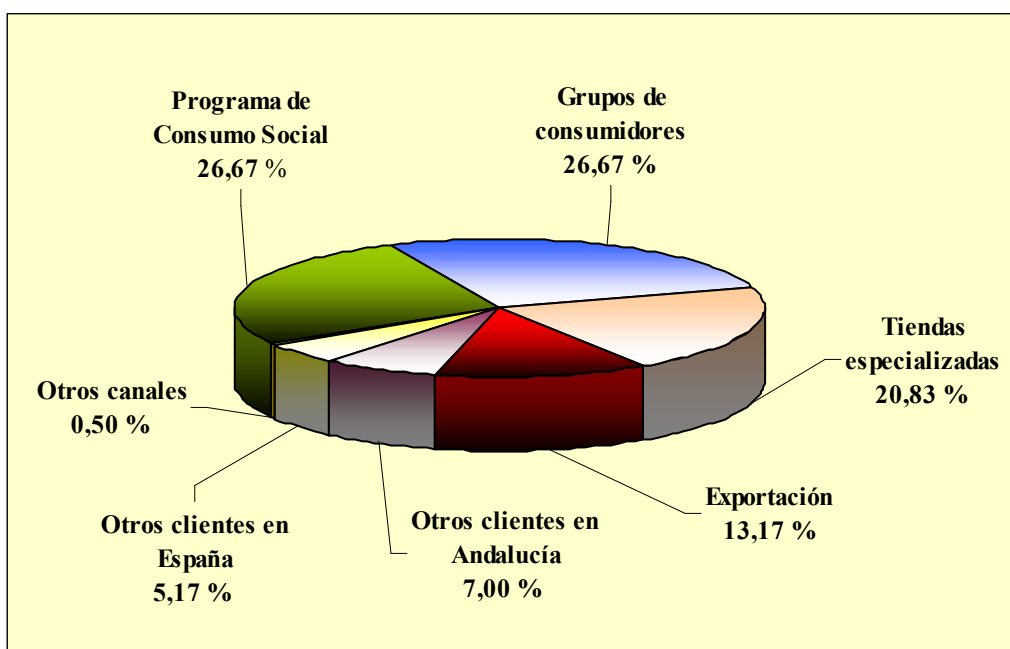


Gráfico 10: Distintos canales de comercialización de los productores no cárnicos del Programa considerando todas las ventas del Grupo.

A continuación, y como comentamos al principio de este punto, vamos a analizar los datos de los distintos canales de comercialización de los grupos de alimentos cárnicos del Programa de forma separada.

En el gráfico 11, se observa como los productores cárnicos tienen una composición de los canales de comercialización distintos a los grupos no cárnicos. El canal más utilizado para la salida de sus ventas es el denominado “Otros canales”, con un **69,18 %** sobre el total de ventas. En este canal están representadas las Ventas on line, el Sector Horeca, Tiendas o carnicerías propias, y sobre todo, un porcentaje alto (el 41,79 %) de ventas de productos cárnicos calificados como ecológicos en canales convencionales, al no encontrar salida con la calificación mencionada. Se ha considerado, por tanto, las ventas como productos convencionales como un canal distinto, aunque el destino final sean tiendas o grupos de consumidores, pero consideramos que éstos poseen un perfil distinto de compra.

En los grupos cárnicos del Programa no hay ventas para la exportación. Y las ventas al propio Programa representan un **16,91 %** sobre el total de ventas, lo que significa que la dependencia de estos grupos a Programa es menor a la de los otros grupos de productores no cárnicos.

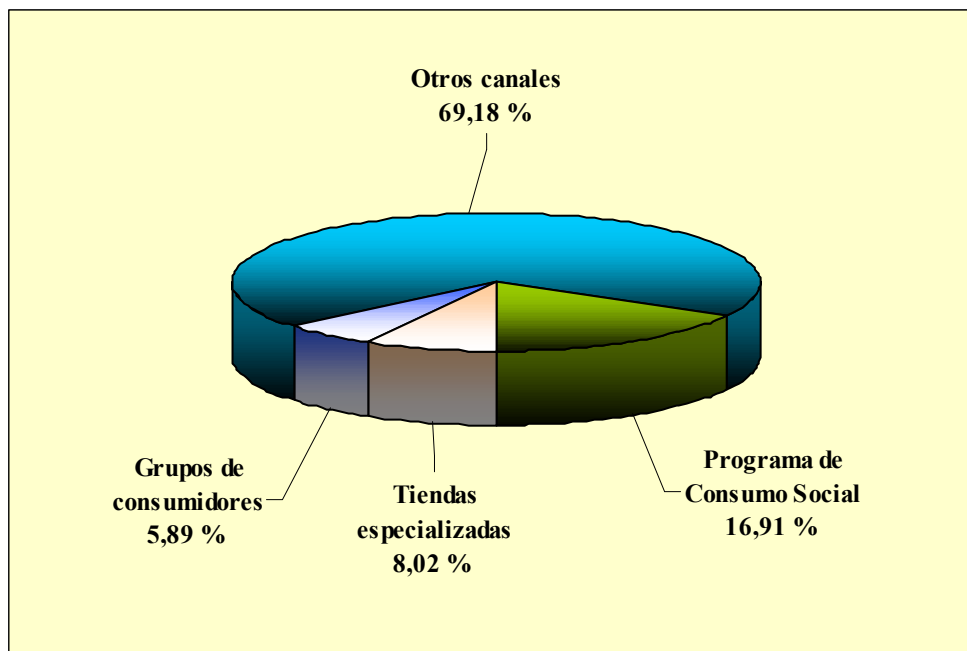


Gráfico 11: Distintos canales de comercialización de los productores cárnicos del Programa considerando todas las ventas del Grupo.

El Programa representa un canal de ventas complementario para los grupos cárnicos, pero no esencialmente básico para su sostenibilidad, como sí ocurre para los productores no cárnicos.

Para los productores cárnicos hemos considerado no diferenciar entre las ventas de las producciones propias del grupo y las ventas totales, ya que como comentamos antes, un porcentaje alto de los productos es comercializado como convencional, y por tanto, los datos reflejados en la tabla 9 son producciones asociadas, pero que sólo se hacen efectivas en caso de necesidad y para garantizar la disponibilidad. No obstante, considerando unas producciones u otras, en términos relativos sobre los canales de comercialización se reflejan datos muy similares.

5.5 VOLUMEN DE NEGOCIO.

Los productores del Programa, según la información aportada, han generado en el último curso escolar un total de 5.334.888,42 € de facturación. Desglosado este volumen de negocio, como se refleja en la tabla 10, el mayor porcentaje de esa facturación lo alcanza el propio Programa con un **32,74%** sobre el total. En este sentido, en esta tabla se muestran los datos globales de todos los grupos, incluidos los productores cárnicos, para ver de forma generalizada la facturación total.

La exportación sólo alcanza un 9,28 % sobre la facturación total de todos los grupos.

No obstante, al igual que en el punto anterior de comercialización, se necesita hacer una separación del análisis según sean productores cárnicos o no.

Tabla 10: Facturación anual de los productores del Programa según los distintos canales de comercialización.

	Facturación anual media (€). Curso 2008-2009.	%
Programa de Consumo Social	1.746.808,36	32,74
Otros canales	1.355.997,80	25,42
Tiendas especializadas	838.107,33	15,71
Grupos de consumidores	521.974,93	9,78
Exportación	495.000,00	9,28
Otros clientes en Andalucía	205.000,00	3,84
Otros clientes en España	172.000,00	3,22
TOTAL	5.334.888,42	100,00

Para los productores no cárnicos, como ya concluimos en el punto anterior, la dependencia de éstos por el Programa se hace patente también en cuanto al volumen de facturación. En el gráfico 12, podemos observar que el mayor porcentaje, un 40,91 % de la facturación total recae sobre el Programa de Consumo Social. Seguido, pero con algo de diferencia, se encuentran las Tiendas especializadas (un 19,86 %) y los grupos de consumidores (un 14,42 %). Más alejado se encuentra el volumen en exportación, con tan sólo un 14,08 % sobre el total de las ventas.

El porcentaje señalado de facturación al Programa debe ser analizado en consonancia con el porcentaje señalado en el gráfico 10 del punto anterior. Donde el total de kilos comercializado de todas las producciones, propias y de asociados, en el Programa representaba el 26,67 % sobre el total, y donde los Grupos de consumidores alcanzaban también ese mismo porcentaje.

Este incremento porcentual en cuanto a volumen facturado en el Programa, y en parte debido, a la disminución del porcentaje en los Grupos de consumidores, puede ser debido a que los productores para el Programa, como necesidad del mismo, deben servir toda la gama completa de alimentos, mientras que a los grupos de consumidores pueden orientarle el consumo, sobre todo con la confección de las cajas, hacia las producciones propias, y sobre las cuáles tienen controlado mejor los precios, y pueden de cierta forma establecer precios más bajos que a otros canales. Esto ocurre también con el Programa, pero sesgado un poco por las producciones que deben ser compradas a terceros, y por tanto, en términos absolutos de precios hacen elevar el porcentaje de la facturación total a este canal.

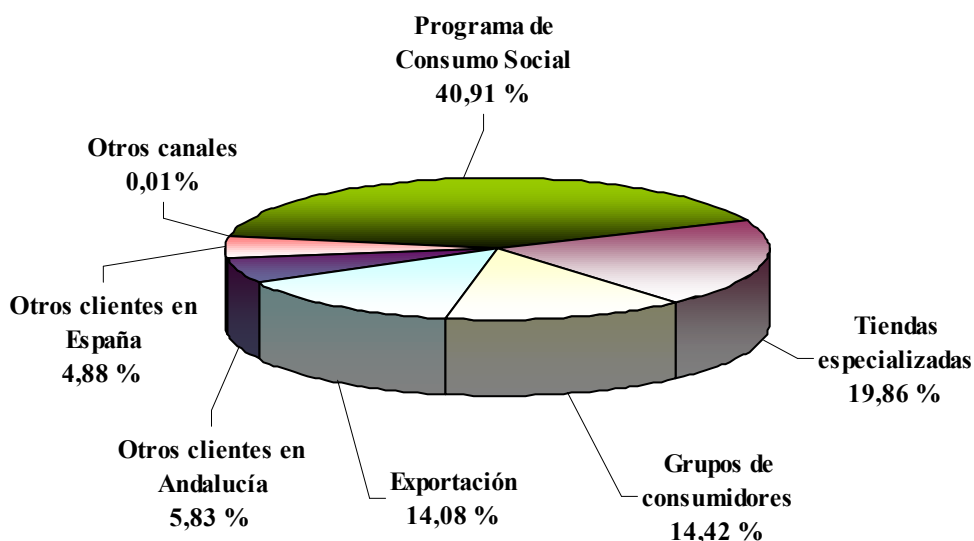


Gráfico 12: Facturación de los productores no cárnicos del Programa para los distintos canales de comercialización.

En referencia a los grupos de productores cárnicos del Programa, como venimos comentando y se observa en el gráfico 13, el desglose de canales es algo distinto al resto de productores. El canal de mayor volumen de negocio es el que llamamos “Otros canales”, mientras el Programa con un 16,98 % sobre el total mantiene casi la misma dependencia que se mostraba en el gráfico 11 en cuanto a la producción comercializada.

Un dato a reseñar de diferencia entre producción comercializada y volumen de facturación en estos productores cárnicos es el hecho del aumento del canal “Otros canales” en detrimento de los grupos de consumidores, pasando éstos del 5,89 % en referencia a kilos comercializados al 0,82 % en referencia al volumen de facturación. Esta situación puede ser debida a los distintos baremos de precios que manejan los productores, marcando unos precios distintos según el canal de comercialización utilizado. Y orientando el porcentaje de facturación hacia un sentido o el otro.

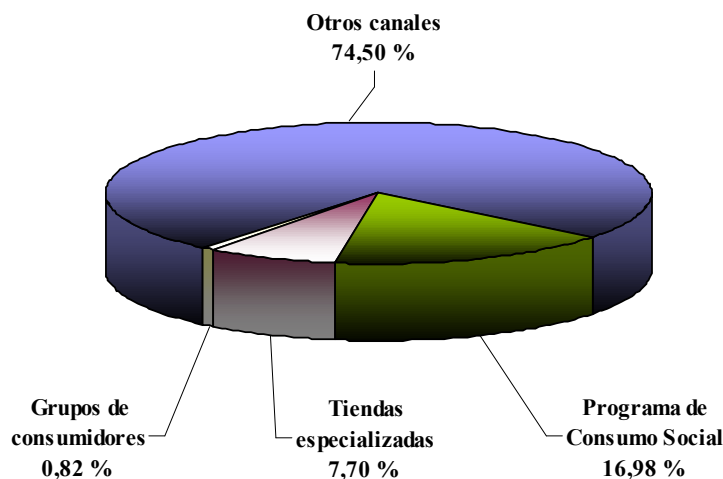


Gráfico 13: Facturación de los productores cárnicos del Programa para los distintos canales de comercialización.

Todos los datos analizados relativos a la facturación van referidos al último curso escolar completo, 2008-2009. No obstante, según los productores del Programa, analizando la evolución de éstos por los años que llevan participando en él, se establece una media de un **55,52 %** de incremento en las ventas directas al Programa y un **60,46%** de incremento en las ventas indirectas.

5.6 ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL PROGRAMA.

Dentro de este apartado analizaremos la visión que tienen los propios grupos de productores sobre la evolución del Programa, y como algunos aspectos han influido tanto positiva o negativamente en él.

En términos generales un 62,50 % de los productores nos han manifestado que durante el transcurso del Programa han incrementado el número de tiendas a las que suministran; un **87,50 %** de estos productores comentan que han comenzado a realizar ventas de cajas a domicilio, y un 25 % ha iniciado las ventas on line como nuevo canal de comercialización.

En el formulario enviado a los productores, llegados a este punto, se les solicitó que valoraran distintos aspectos de impacto del Programa sobre sus organizaciones, los cuáles vienen recogidos en el gráfico 14, dándoles una puntuación de 3 en el caso que lo consideraran “Importante”, de 2 puntos si el aspecto tiene una “Importancia media” y 1 punto si “No es importante”.

Los aspectos más valorados, y por los que se demuestra la exigencia del Programa, han sido *la mejora de las instalaciones de logística* con un promedio de valoración de 2,75 sobre 3 (donde el 75 % de los productores han dado la puntuación máxima), ante la necesidad de almacenamiento y lugar de preparación de pedidos; *el aumento del empleo en los grupos*, con una valoración de 2,375 (donde el 50% de los productores han dado la valoración máxima) y *el aumento de la cooperación entre los distintos grupos*, con la misma valoración de 2,375 (el 62,50 % de los productores dando la puntuación máxima), debido sobre todo a la exigencia de suministrar toda la gama de productos y en las cantidades adecuadas.

Circunstancia ésta última que hace que el *aumento de la diversidad de cultivos* se encuentre también entre los más valorados, con 2,25 puntos sobre 3.

En el extremo opuesto nos encontramos *la mejora de los medios productivos*, siendo el menos valorado por los productores, donde le conceden 1 punto sobre 3 (la puntuación de 1 es considerada como “No importante”); seguido de todo lo relacionado directamente con las ventas, sobre todo el *aumento de las ventas indirectas*, con una ponderación de 1,5, y el *aumento de las ventas directas* con 1,75 de promedio. Por tanto, los productores, en un 75 % de los resultados enviados, no consideran importante estos aspectos para el devenir del Programa, sustrayendo de

ésto que el Programa tiene muchos otros valores más importantes que la mera rentabilidad de las ventas.

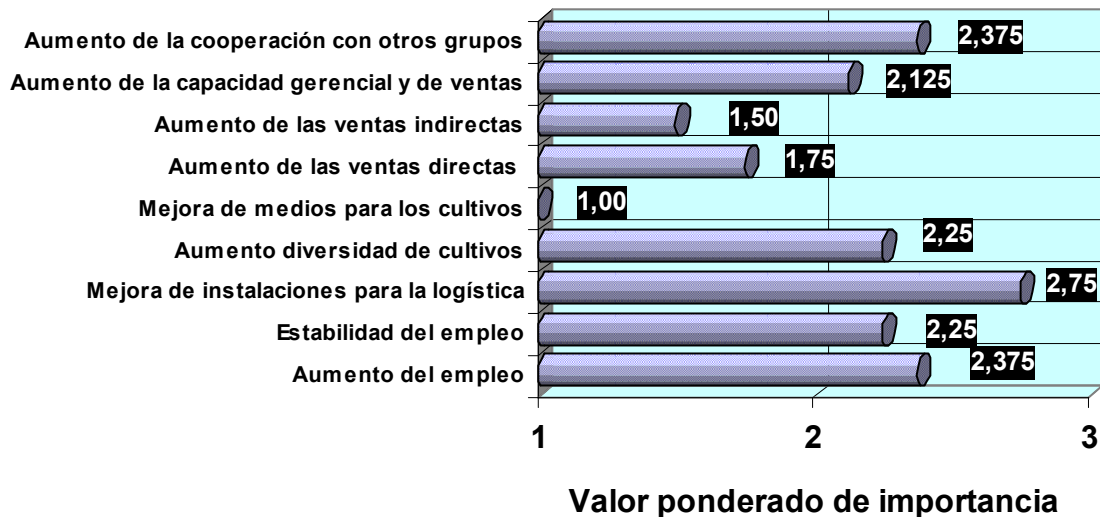


Gráfico 14: Principales impactos del Programa sobre los grupos de productores.

Dentro del análisis de los datos vamos a detenernos ahora en encontrar las mayores dificultades y barreras que tiene el Programa según los grupos de productores.

En el gráfico 15 podemos ver dos grandes dificultades que tiene el Programa:

- *Los pocos pedidos que realizan los centros*; aspecto de mayor valoración en cuanto a barrera al Programa, con una ponderación de 2,75, y donde los productores en un 75% creen que es de máxima importancia.
- *La alta dispersión de los centros*, con una ponderación de 2,5 sobre 3 en importancia, y con un 62,5 % de los productores dando la puntuación máxima a este aspecto.

Estos dos factores están muy relacionados con conclusiones sacadas en puntos anteriores, como por ejemplo, que en el curso 2008-2009 haya 55 centros que se encuentran muy próximos al punto de equilibrio, y por tanto, al umbral de rentabilidad de los productores. Este hecho se solventaría con un aumento del consumo en los centros, o que las distancias a recorrer fueran menores para minimizar los costes.

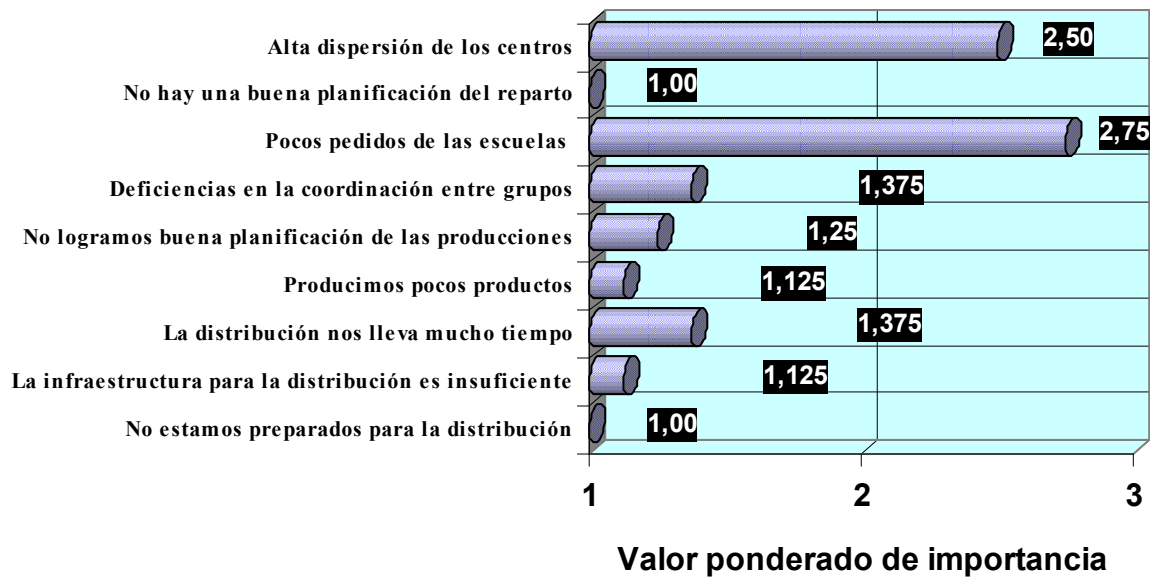


Gráfico 15: Principales dificultades y barreras del Programa según los grupos de productores.

Entre los aspectos que consideran los productores como no importantes, o que no son barrera del Programa, nos encontramos la *preparación para la distribución* y la *planificación de las rutas de reparto*, ponderándolas con 1 punto sobre 3.

En el gráfico 15 se muestran otros aspectos que en menor medida son dificultades o barreras para el Programa.

En el cuestionario enviado a los productores, asimismo, se les dejó un espacio en blanco para que expresaran los cambios tanto positivos como negativos que hayan observado en los centros que suministran.

Entre los aspectos positivos reflejados resumimos a continuación los más representativos:

- Tienen más conciencia e interés de ir aumentando los consumos de productos ecológicos.
- Los centros felicitan por el sabor de los productos.
- Los cocineros se involucran mucho y preguntan de todo a los productores.
- Necesitan menos kilos de productos para elaborar las comidas diarias.
- Muy buena acogida por parte de los padres, cuando les llega la información.
- Los padres están interesados en consumir alimentos ecológicos fuera del centro.

- Los niños reciben a los productores con mucha alegría y participan mucho en las actividades que se les organizan.
- Los niños han asimilado muy bien el cambio en los menús.

Y entre los aspectos negativos mayormente reflejados es que *a los padres no le llega mucha información del Programa.*

Otros puntos de interés relacionados con el impacto social del Programa que expresan los productores, y que ven ellos en el día a día, son:

- Agricultores de la zona se interesan en la producción ecológica, e intentan entrar en el Programa.
- En las poblaciones pequeñas se interesan mucho por las producciones locales y de calidad, ya que genera más justicia social y más cuidado medioambiental.
- La participación en el Programa ha dado estabilidad en la producción y en el empleo en la empresa.
- Fuerte concienciación en los pueblos en materias medioambientales y en desarrollo rural.

5.7 OTROS DATOS DE LOS GRUPOS.

Dentro de los aspectos que consideran los productores como los más importantes en cuanto a las actividades de apoyo al Programa, y los cuáles hay que seguir apoyando desde la administración, se encuentran:

- Seguir realizando las actividades de información y formación para alumnos, padres y profesores.
- Continuar propiciando encuentros entre los grupos.
- El reparto de material de merchandising, tanto a los centros del Programa como a los que no.
- Formación al personal de cocina.
- Mayor implicación del resto de Consejerías participantes en el Programa.
- Compromiso firmado por Educación de Apoyo al Programa, y mantenimiento de los centros de gestión directa del Programa y no pasarlos a catering.

Asimismo, los productores proponen una serie de actividades nuevas que se pueden implementar en el Programa, entre otras:

- Visita de los centros a los puntos de producción.
- Organización Logística común. Software especializado en distribución.
- Información más operativa y personalizada a los centros. Explicación del programa a las Asociaciones de Padres y Madres.
- Visita a los centros del Programa, tanto por los productores y representantes de la administración conjuntamente.
- Distribución conjunta para poder abordar el Programa.

A continuación, con los últimos datos suministrados por los productores, vamos a hacer una valoración final en cuanto a rentabilidad, y relacionarla con los pedidos mínimos rentables a partir del punto de equilibrio.

De los datos reflejados en los formularios obtenemos el valor promedio de **2,375** los días a la semana que realizan distribución de pedidos a los centros, siendo la distancia media por día de visita de **268,37 km**. No obstante, la media de suministro al mismo centro es de una vez a la semana.

De la suma de todos los trayectos y el número de 119 centros obtenemos un trayecto medio de 45,69 km. por pedido y centro. Sin embargo, aprovechando la logística de estos suministros se realiza un porcentaje promedio del **18,77 %** para otras ventas.

Según esta información, y los datos de facturación reflejados en la tabla 10, donde el total de facturación para el curso 2008-2009 en el Programa ha sido de 1.746.808,36 € para los 119 centros adscritos en ese curso, se llega a una facturación media por pedido **407,75 €**, para un total de 4.284 pedidos suministrados en dicho curso dentro del Programa.

Este dato de facturación media por pedido está por encima de los 206,25 € por pedido que habíamos estimado como el punto de equilibrio (825 € al mes). Y aún mejorando la rentabilidad si consideramos la facturación que se consigue por los otros canales, aprovechando los suministros en el 18,77 % reflejado anteriormente del volumen total de kilos comercializados.

No obstante, hay que advertir que los datos mostrados es la **rentabilidad total del Programa**, y por tanto, depende del número de centros a los que suministran cada uno de los

productores, por lo que de forma individualizada puede ocurrir que a algún productor no le sea rentable por el número de centros que posee. En este sentido, analizaremos caso a caso, y veremos la necesidad de adjudicación de más centros o del aumento en el consumo en los que ya suministra.

En este sentido, aunque la media de consumo para el curso 2008-2009 la fijamos en el 47,32 %, puede ocurrir la circunstancia que en un mismo productor muchos de sus centros estén en el límite de la rentabilidad, fijados en el 28,08 % de consumo en los CEIPs y en el 16,62 % de consumo en las Escuelas Infantiles.

Dicho porcentaje medio de consumo para el curso 2008-2009 (47,32 %), lo podemos enlazar con el total de facturación del Programa para dicho curso, mostrado en la tabla 10, de 1.746.808,36 €. Además, si consideramos el volumen de kilos a suministrar a los centros según los requerimientos nutricionales de los ecorrecetarios (recogidos en la tabla 3) por los distintos tipos de comensales (8.128 comensales de CEIPs y 4.372 comensales de Escuelas Infantiles), podemos llegar a valores potenciales, tanto de volumen de producción como de facturación para dicho curso.

En el gráfico 16 se muestra que consumiendo, para ese curso, el total de centros del Programa, la alimentación completa como ecológica se alcanzaría un valor de facturación de **3.694.381,31 €**. Lo cuál si consideramos que hay 170 días de comedor al año para el total de comensales reflejados se estimaría un promedio de coste de **1,74 € por menú y día (como media de todos los centros, CEIPs y Escuelas Infantiles)**, cantidad muy factible de poder ser asumida por los centros. Y cantidad que se sitúa entre el 1,472 € y 2,482 €, que habíamos estimado como coste de menú y día para los CEIPs y las Escuelas Infantiles, respectivamente.

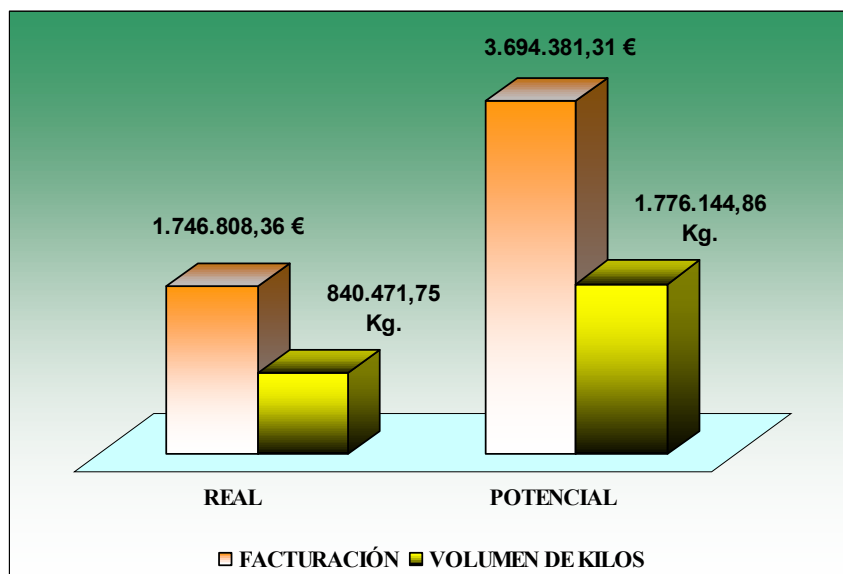


Gráfico 16: Comparación de la facturación y volumen de producción de todos los centros entre lo real y el potencial para el curso 2008-2009.