

Diciembre 2016

Versión 11

Propuesta de Plan Estratégico para la agroindustria de Andalucía 2016-2020

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS Y CADENA AGROALIMENTARIA

Plan Estratégico para la agroindustria de Andalucía 2016-2020

Índice de Contenidos

Introducción	4
Metodología y proceso de gobernanza	8
Caracterización y diagnóstico de la agroindustria	12
<i>Caracterización interna</i>	12
Contexto europeo y nacional	12
Principales características de la agroindustria andaluza.....	14
Vertebración del sector	25
Cooperativas agroalimentarias	29
Calidad diferenciada	33
Innovación y uso de tecnología	42
Sostenibilidad.....	46
Acceso al crédito.....	49
<i>Caracterización externa</i>	51
El sector primario	51
Canales de distribución agroalimentaria.....	53
Análisis del consumo	56
Industria auxiliar	61
<i>Perspectivas de futuro</i>	62
Bioeconomía y economía circular.....	63
Tecnologías facilitadoras esenciales (KET's).....	65

Nuevos productos	66
Tendencias geopolíticas y macroeconómicas	67
<hr/>	
Análisis DAFO.....	69
<i>Debilidades</i>	69
<i>Amenazas</i>	70
<i>Fortalezas</i>	70
<i>Oportunidades</i>	71
<hr/>	
Definición de estrategias	73
<i>Línea estratégica 1: Eficiencia y dimensión</i>	75
<i>Línea estratégica 2: Fomento de las producciones de calidad diferenciada y nichos de mercado</i>	77
<i>Línea estratégica 3: Equilibrio y transparencia de la cadena agroalimentaria</i>	78
<i>Línea estratégica 4: Orientación a la persona consumidora</i>	79
<i>Línea estratégica 5: Internacionalización de la industria agroalimentaria andaluza</i>	79
<i>Línea estratégica 6: Sostenibilidad ambiental y energética y lucha contra el cambio climático</i>	80
<i>Línea estratégica 7: Innovación en productos y procesos y transferencia de conocimiento</i> ..	81
<i>Línea estratégica 8: Gobernanza</i>	82
<i>Línea estratégica 9: Impulso de la agroindustria en las zonas rurales</i>	83
<hr/>	
Acciones.....	85
<i>Formación y transferencia</i>	86
<i>Asesoramiento</i>	89
<i>Inversiones en agroindustrias</i>	91
<i>Inversiones en infraestructuras</i>	94
<i>Ayudas a la implantación de certificaciones</i>	96
<i>Promoción</i>	97
<i>Cooperación</i>	99
<i>Elaboración de estudios</i>	101
<i>Elaboración de normas y protocolos</i>	102
<i>Cooperación dentro de la administración</i>	103
<hr/>	
Sistema de seguimiento y evaluación	104
<i>Principios de funcionamiento</i>	104

<i>Elementos del Sistema de seguimiento y evaluación</i>	<i>105</i>
Panel de indicadores.....	105
Plan de seguimiento y evaluación	105
Revisión del Plan	106
<i>Difusión de los informes de seguimiento y evaluación.....</i>	<i>107</i>

Anexos 108

<i>Información relativa a la selección de sectores.....</i>	<i>108</i>
Introducción.....	108
Sectores propuestos	108
<i>Anexo I: Mapas de infraestructuras y población.....</i>	<i>115</i>

Introducción

El Estatuto de Autonomía para Andalucía¹ establece que corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de agricultura, ganadería y desarrollo rural, teniendo atribuidas estas competencias la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

En su debate de investidura, la Presidenta de la Junta de Andalucía anunció las prioridades de su Gobierno en materia agraria para esta legislatura, destacando su compromiso en la aprobación de un Plan Estratégico para la Agroindustria 2020, con el objetivo principal de provocar una profunda renovación del sector, de la mano de la innovación, la transferencia tecnológica, la calidad y la formación.

En la misma línea, la Consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, expuso en la Comisión de Agricultura del Parlamento, las prioridades políticas de su Consejería para esta Legislatura (2014-2018), destacando la consecución de un “modelo productivo más innovador, sostenible y que genere mayor valor añadido y empleo para jóvenes”, y como medio para conseguirlo, anunció, entre otras medidas, la elaboración del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020.

Este compromiso quedó plasmado en el acuerdo de 22 de septiembre de 2015, del Consejo de Gobierno, por el que se aprobó la formulación del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020, donde se destaca el importante peso del sector agroindustrial en la economía andaluza, así como su carácter de refugio y sostén de muchos empleos durante el prolongado período de crisis y retroceso industrial que se ha sufrido en los últimos años. El Acuerdo justifica la necesidad de reformular la estrategia agroindustrial andaluza, para adaptarla a las circunstancias actuales, muy diferentes de las que se daban en el contexto socioeconómico en que fue elaborado el anterior Plan de Apoyo para la Agroindustria, firmado en 2009, el Plan Estratégico de la Agroindustria Andaluza, Horizonte 2013.

Para continuar y potenciar la progresión de este sector en los últimos años la Administración se ha planteado una serie de retos a los que se pretende hacer frente con el Plan que ahora se elabora:

- El desequilibrio de la cadena de valor.
- La conveniencia de ganar dimensión mediante fórmulas de integración o cooperación.
- La oportunidad que supone la transformación de productos de alto valor añadido, como los formatos de IV y V gama.
- O la apuesta por una mayor presencia en los mercados internacionales.

Así, la Dirección General de Industrias y Cadena Agroalimentaria, de acuerdo a las funciones atribuidas mediante el Decreto 215/2015, tiene el mandato de elaborar el Plan Estratégico para la Agroindustria Andaluza, con horizonte 2020, con el objetivo general de mejorar la competitividad de la agroindustria andaluza, promoviendo la creación de empleo de calidad en el sector y favoreciendo el mejor equilibrio posible dentro de la cadena agroalimentaria.

¹ Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía.

Este objetivo general se basa en una serie de variables que forman parte del núcleo de la formulación estratégica y que se relacionan a continuación:

1. La orientación constante al mercado, tomando a la persona consumidora como eje de las distintas fases del sistema productivo.
2. La vocación de presencia permanente en los mercados internacionales, como fórmula para aumentar la competitividad y favorecer el crecimiento de la agroindustria.
3. La innovación en productos como elemento diferenciador de la oferta, adaptándolos a las exigencias de la persona consumidora, basándose en las nuevas tendencias de consumo.
4. La continua adaptación tecnológica de la producción, vehículo ineludible para poder competir en los mercados más exigentes en cuanto a calidad, costes y seguridad alimentaria.
5. La transferencia de conocimiento desde las entidades públicas de investigación y formación, mejorando la cultura empresarial mediante la concienciación, formación y cualificación de personas trabajadoras, directivas y empresarias, usando como un vehículo preferente las asociaciones de productores e industria.
6. El mantenimiento y potenciación de la calidad de nuestros productos, tomando la seguridad agroalimentaria como un elemento de partida y buscando la diferenciación a través de la propia calidad.
7. La potenciación de la cooperación entre profesionales de la producción e industria, buscando el equilibrio en la cadena agroalimentaria, cuidando especialmente de los intereses de los eslabones más débiles, generalmente identificados con las personas productoras y consumidoras.
8. El fomento para que la agroindustria gane dimensión como arma competitiva, tanto en la producción como en la transformación y comercialización.
9. El reconocimiento e impulso del papel de la agroindustria en las zonas rurales, como fórmula de desarrollo económico, preservación del entorno ambiental y de fijación de población a través del empleo.
10. La atención especial prestada a las producciones de calidad diferenciada, especialmente las vinculadas al territorio (como las Denominaciones de Origen Protegidas o las Indicaciones Geográficas Protegidas), la ecológica e integrada, así como a la artesanía agroalimentaria y el aprovechamiento de productos forestales.
11. El aseguramiento de la sostenibilidad ambiental de las industrias, mediante una mejora continua en su balance ecológico.

Prueba de que el Plan está cumpliendo los objetivos y la variables mencionadas se materializará a través de:

- Un crecimiento del VAB de la agroindustria y una mayor contribución sobre el PIB de Andalucía.
- Un aumento y mejora de la calidad del empleo.
- Un aumento de las exportaciones, tanto en número de empresas exportadoras, como en destinos alcanzados y también en valor económico.

- Una cadena de valor que funcione de manera equilibrada, transparente y en la que el papel de la agroindustria sea más significativo.
- Una mayor dimensión de las empresas que conforman la agroindustria andaluza a través de la cooperación, promoviendo sinergias y colaboraciones.
- Una agroindustria que favorezca el dinamismo en las zonas rurales, que contribuya a fijar población en estos territorios, que promueva más y mejores servicios y que potencie el papel de la mujer rural.

Así, el Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía se lleva a cabo con el fin de apoyar al sector, aportando los instrumentos de los que dispone la Administración, para la consecución del objetivo general planteado. El Plan se ha realizado para el conjunto de la agroindustria andaluza, sin consideraciones sectoriales ni territoriales, si bien para su diseño se han tenido en cuenta las particularidades de los diferentes sectores y territorios que componen la agroindustria andaluza, las cuales podrán tenerse en cuenta también en su implementación cuando se considere necesario.

Para el buen desarrollo del Plan, se hace necesaria la colaboración de todos los organismos públicos implicados en la gestión y ordenación del sector agroindustrial andaluz, destacando el papel de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural como impulsor y mediador entre el sector agroindustrial y la administración. En función de las acciones propuestas (ayudas e incentivos, acompañamiento, apoyo técnico) se requerirá la participación de los correspondientes organismos competentes, de forma adecuadamente coordinada.

El Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020 será de aplicación para toda la agroindustria que desarrolle su actividad industrial en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Se entiende por agroindustria a los efectos de este Plan aquella persona física o jurídica, o sus agrupaciones, que ejerzan y asuman actividades de transformación y/o acondicionamiento para la comercialización de productos agrarios recogidos en el Anexo I del Tratado de la Unión Europea, independientemente de si su resultado final es o no un producto alimentario (incluyendo a las industrias que gestionen, produzcan o transformen biomasa agraria o subproductos agroalimentarios y sus productos resultantes). No será de aplicación a los productos e industrias pesqueras.

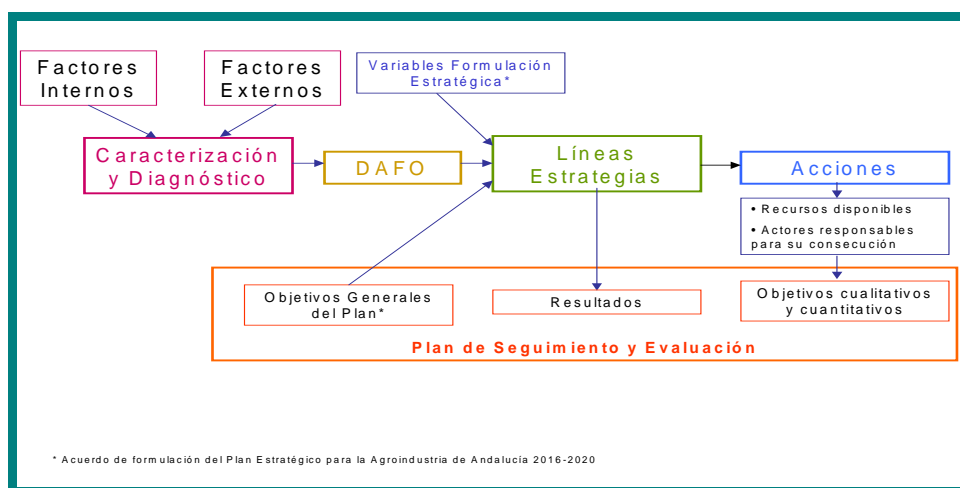
El Plan incluye los siguientes contenidos:

- Una introducción con los aspectos conceptuales más destacados.
- Un apartado de metodología y gobernanza.
- Una caracterización de la situación actual de la industria, en referencia al contexto nacional, europeo e internacional.
- Un análisis estratégico del entorno y de la situación competitiva de la agroindustria, con especial referencia a sus elementos diferenciadores.
- La definición de líneas estratégicas globales, las cuales deben tener una clara justificación de mercado.
- Una estructuración de las anteriores líneas en acciones, con objetivos cualitativos y cuantitativos, así como los recursos disponibles.
- Un seguimiento y evaluación del Plan, creando un sistema de indicadores.

Metodología y proceso de gobernanza

La metodología de trabajo se basa en el establecimiento de un Modelo de Intervención Lógica (MIL). El propósito de este modelo es facilitar el entendimiento de la intervención mediante un marco analítico adecuado, estableciendo el vínculo lógico entre los problemas que se necesitan abordar, las causas subyacentes de esos problemas, y las opciones políticas disponibles para dirigir ese problema.

Figura 1 Esquema general de la metodología



El Modelo de Intervención Lógica por tanto permite identificar de forma lógica la cadena de efectos esperados por las acciones emprendidas para alcanzar los objetivos establecidos. Requiere por tanto de un análisis previo de la situación actual del sector, para lo cual se realiza una revisión bibliográfica y la consulta a bases de datos de estadísticas, teniendo en cuenta tanto los factores intrínsecos del sector como su conexión con el resto de la economía y la sociedad. Se tienen en cuenta asimismo los documentos estratégicos realizados recientemente (o en proceso de elaboración) por parte de la Junta de Andalucía, con los que el Plan tiene que ser coherente:

- Agenda por el Empleo. Plan económico de Andalucía 2014-2020. Estrategia para la competitividad
- Estrategia de Innovación de Andalucía 2014 – 2020 (RIS3)
- Estrategia Industrial de Andalucía 2020
- Plan Estratégico de internacionalización de la economía andaluza horizonte 2020
- Estrategia de Seguridad Alimentaria para Andalucía 2016 – 2020
- Estrategia Energética de Andalucía 2020
- I Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres en la Actividad Agroalimentaria y Pesquera.
- Plan Andaluz de Medio Ambiente Horizonte 2017
- Plan Andaluz de Acción por el Clima

- Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014 – 2020
- Programa Operativo Andalucía FEDER 2014 – 2020
- Programa Operativo FSE Andalucía 2014 – 2020
- Ley de Agricultura y Ganadería de Andalucía
- III Plan Andaluz de la Producción Ecológica Horizonte 2020

Así mismo, se ha tenido en cuenta el enfoque de la Declaración de Helsinki sobre Salud en Todas las Políticas de 2013.

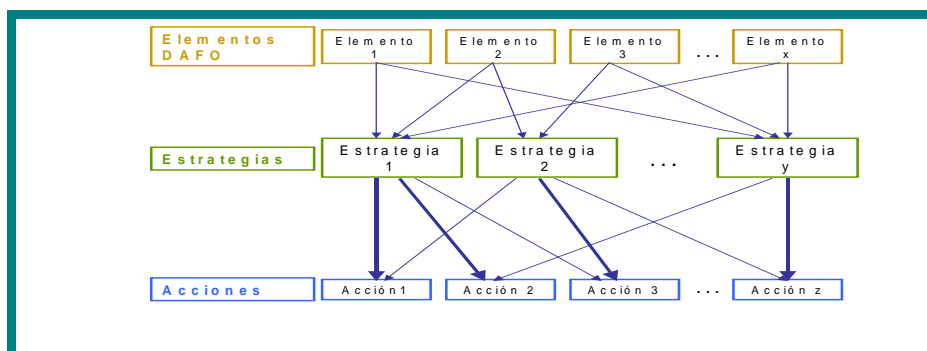
Este análisis de la situación actual constituye la Caracterización y Diagnóstico del sector, el cual sirve como base para determinar sus Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades (análisis DAFO).

De los elementos identificados en el análisis DAFO se extraen las **líneas estratégicas** en torno a las cuales se estructura el Plan. Estas líneas son asimismo coherentes con el objetivo general y las “variables” identificadas en el acuerdo de formulación.

Las líneas estratégicas se detallan en acciones concretas a impulsar por parte de la administración andaluza para alcanzar el objetivo general del Plan. Estas acciones cuentan con objetivos cualitativos y cuantitativos y recursos disponibles. Si bien las acciones se vinculan a una línea estratégica concreta, pueden responder de forma secundaria a otras líneas estratégicas.

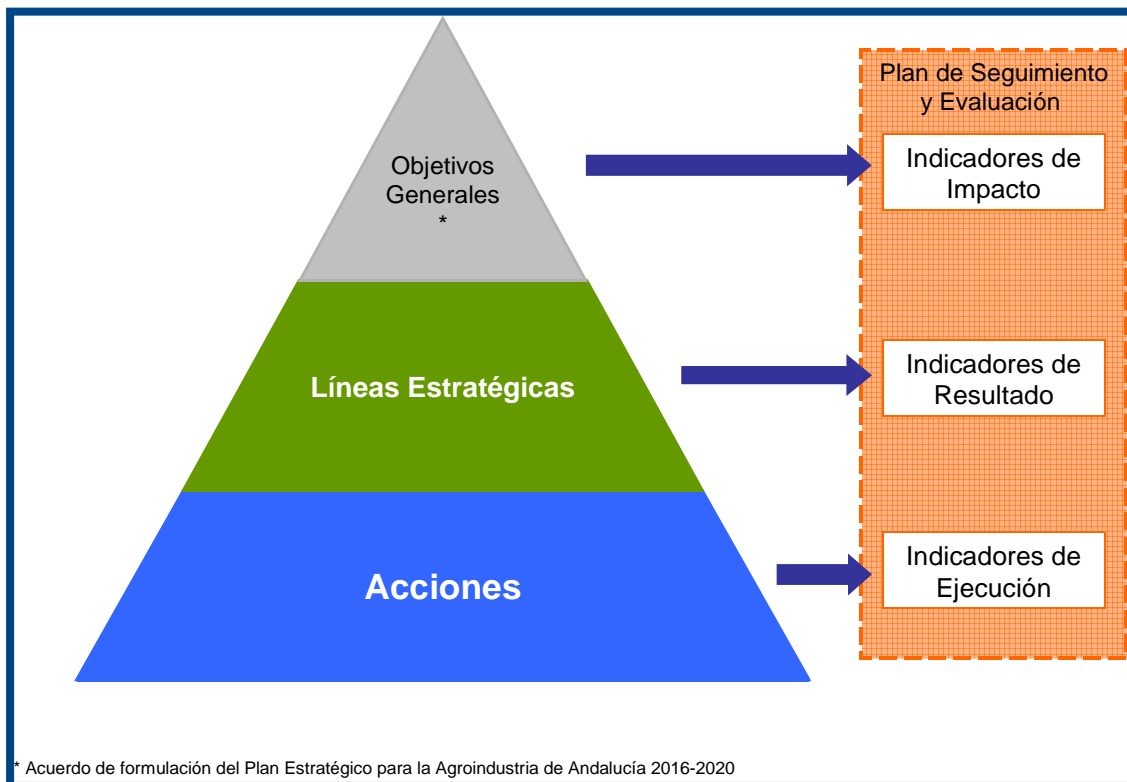
Existe por tanto un vínculo entre la caracterización y diagnóstico del sector a través del análisis DAFO, las líneas estratégicas y las acciones establecidas, de forma que todos los elementos del DAFO están representados en al menos una línea estratégica, y que todas las líneas estratégicas están basadas en los elementos del DAFO, lo que asegura la coherencia entre las acciones y la situación actual del sector a la que se pretende dar respuesta.

Figura 2 Vínculo entre acciones, líneas estratégicas y DAFO



Se establecen además un Plan de Seguimiento y Evaluación con un sistema de indicadores, que permite monitorizar el cumplimiento de los objetivos establecidos a distintos niveles: a nivel de objetivos generales, mediante indicadores de impacto, a nivel de líneas estratégicas mediante indicadores de resultado, y a nivel de acciones mediante indicadores de ejecución.

Figura 3 Jerarquía de indicadores



Si bien la elaboración del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020, corresponde a la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, para su aprobación se ha seguido una metodología de trabajo conjunto y de consenso de todas las partes implicadas.

Para ello se ha constituido una comisión de redacción, con la siguiente composición:

- a) Presidencia: titular de la Secretaría General de Agricultura y Alimentación.
- b) Vicepresidencia: titular de la Dirección General de Industrias y Cadena Agroalimentaria.
- c) Vocales:
 - 2 por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.
 - 2 por la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.
 - 2 por la Consejería de Economía y Conocimiento.
 - 2 por la Consejería de Salud.
 - 1 por la Consejería de Empleo, Empresa y Comercio.
- d) Secretaría: La persona vocal que así designe la Presidencia.

Para la elaboración de la propuesta inicial del Plan, se ha consultado a las personas representantes de los principales sectores agroindustriales de Andalucía con el objetivo de identificar retos y dificultades que sirvieran para definir tipologías de proyectos. Para ello se tuvo en cuenta los datos sectoriales extraídos en la caracterización así como información

extraída de otras fuentes. En los Anexos se puede consultar los sectores seleccionados así como la información utilizada para su selección. Para cada sector se convocaron sendas reuniones cuyas aportaciones se incorporaron en la definición de estrategias y actuaciones al Plan.

Una vez elaborada una propuesta inicial del Plan, la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural la ha trasladado a todas las Consejerías de la Junta de Andalucía involucradas en el proceso de elaboración para su análisis y aportación de propuestas.

La propuesta de Plan ha sido sometida asimismo a la consideración de los agentes económicos y sociales más representativos, así como de las asociaciones de personas consumidoras y usuarias, de ámbito autonómico.

Posteriormente la propuesta de Plan será sometida a un proceso de información pública por un período de un mes, anunciándose en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía y en el sitio web de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, donde además se ha implementado, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de la ciudadanía a los Servicios Públicos, un procedimiento telemático de presentación de alegaciones.

Finalmente, la persona titular de la Consejería Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural elevará la propuesta definitiva y consensuada de Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020, al Consejo de Gobierno para su aprobación definitiva mediante Acuerdo.

Caracterización y diagnóstico de la agroindustria

Caracterización interna

CONTEXTO EUROPEO Y NACIONAL

La **industria agroalimentaria en la UE** es la principal actividad de la industria manufacturera. Con 285.625 agroindustrias, reúne a un 13% del total de industrias de la UE, que generan un 10% del VAB total de la industria comunitaria (203,9 billones de euros) y un 13% del empleo industrial (4,3 millones de personas empleadas). El 99% de las agroindustrias europeas son PYMES en términos de empleo, pues emplean a menos de 250 personas trabajadoras.

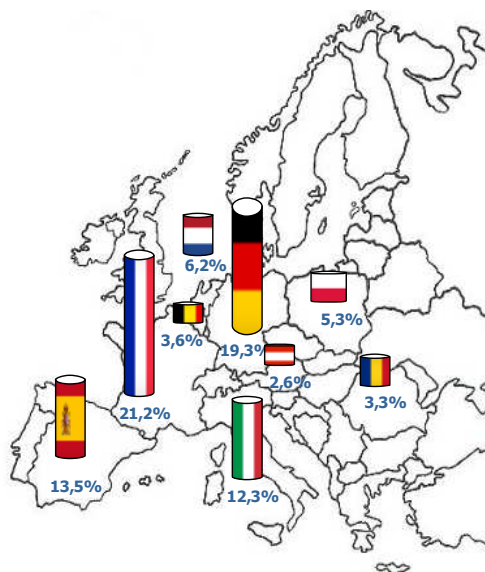
En términos evolutivos, aunque el número de agroindustrias y el empleo que genera en la UE han disminuido ligeramente (un 1,2% en el periodo 2008-2012 y un 3% en el periodo 2010-2012, respectivamente), el valor de la producción y el VAB han aumentado, un 15% (2008-2013) y un 4% (2008-2012), respectivamente.

Por sectores, en la UE destaca la industria cárnica, láctea y de bebidas como las que generan mayor valor de la producción (un 21, 13 y 12%, respectivamente). Le siguen el sector de panadería (11%), alimentación animal (7%), hortofrutícola (6%) y aceite y grasas (5%).

En comercio exterior, el peso de los intercambios intracomunitarios es muy elevado, ya que el 73% de las exportaciones de la agroindustria de la UE son intracomunitarias. La balanza comercial total (intra y extra-comunitaria) de la agroindustria de la UE ha pasado de ser negativa en 2012 y años previos a ser positiva desde 2013, es decir, que las exportaciones totales agroindustriales actualmente superan a las importaciones. Los principales socios comerciales extracomunitarios son Estados Unidos (14% de las exportaciones UE), Rusia (8%), Suiza (6%), China (5%) y Japón (4%).

La **agroindustria española** se sitúa entre las de mayor peso de los Estados miembros. España es el cuarto país de la UE en número de industrias, en generación de empleo y en valor de la producción agroindustrial; un 10% del número de agroindustrias, un 9% del empleo y un 10% del valor de la producción de la agroindustria comunitaria corresponden a España. En VAB se sitúa en el tercer puesto, reuniendo España un 13,5% del VAB de la agroindustria de la UE, por detrás de Francia y Alemania.

Mapa 1 Reparto por países del VAB de la agroindustria de la UE (principales EEMM) 2012²



Fuente:Elaboración propia a partir de Eurostat, Annual National Accounts

En España el peso del sector agroindustrial es muy relevante, ya que es el primero en importancia respecto al total del valor de la producción industrial en nuestro país, un 22%, porcentaje que ha aumentado en los últimos años. Además, el VAB de la agroindustria española representa un 16,9% del VAB total industrial, porcentaje que también ha ido creciendo con los años y emplea a casi 358.000 personas trabajadoras, un 16% de las personas ocupadas en la industria en general y un 2,3% del empleo total en España. El tejido agroindustrial español, con 28.394 agroindustrias, reúne a un 14% del número total de industrias españolas, casi la totalidad son PYMES en términos de empleo, pues el 99% tienen menos de 200 personas trabajadoras³.

Los datos de evolución no son muy favorables para el empleo en el sector, se ha perdido un 9% (2008-2013) y el número de agroindustrias también ha disminuido el mismo porcentaje (2008-2014). En cambio, en términos económicos la agroindustria en España ha mejorado en los últimos años, aumenta el valor de la producción entre 2008-2013 un 5,6% y aumenta el VAB en el mismo período un 8,6%.

A nivel territorial, destacan las CCAA de Cataluña, Andalucía y Castilla-León por ser las que tienen un sector agroindustrial más fuerte. Andalucía es la que cuenta con mayor número de agroindustrias, un 18% de las españolas, pero se sitúa en segundo lugar en datos de empleo y valor, pues genera un 13,5% del empleo de la agroindustria española, su valor de la producción representa un 13% del de España y su VAB supone un 8% respecto al VAB agroindustrial español.

² Los % que se muestran son sobre el total UE

³ Las empresas con menos de 250 empleados se consideran PYMES a efectos de empleo. Sin embargo, la estratificación que realiza el INE es de 0 a 199 personas trabajadoras y de 200 a 499, por lo que no es posible mostrar el dato de las empresas con menos de 250 personas trabajadoras.

Los sectores que generan mayor valor de la producción en nuestro país son el de cárnicos (25%), bebidas (19%), alimentación animal (10%) aceites y grasas (9%), panadería (8%) y hortofrutícola (8%).

En comercio exterior, es de destacar el aumento que han experimentado las exportaciones españolas de productos agroalimentarios, que han crecido un 38% entre los años 2008-2014, alcanzándose en el último año los 38.000 millones de euros, según datos mostrados por el ICEX. La mayoría de ellas, el 76%, se destinan a países comunitarios, principalmente a Francia (23% de las exportaciones intra-comunitarias), Italia (15%), Alemania (15%), Portugal (14%) y Reino Unido (11%). De los terceros países, nuestros principales socios comerciales son Estados Unidos (14% de las exportaciones extra-comunitarias), Japón (6%), China (6%), Suiza (5%) y Rusia (5%). Destaca el sector hortofrutícola, que supone un 40% de las exportaciones de productos agroindustriales de España, seguido muy de lejos por el sector de panadería (13%), cárnicos (12%) y grasas y aceites (10%).

- ❖ El peso del sector agroindustrial es muy relevante tanto en la UE como en España, país que se sitúa como uno de los principales de la UE en este sector.
- ❖ La mayor parte del comercio de productos agroindustriales en la UE es intracomunitario (73%) lo que denota un importante flujo comercial entre los EEMM.
- ❖ La agroindustria europea y española pierden empleo y número de industrias en los últimos años (a mayor ritmo la española que la de la UE).
- ❖ Sin embargo, en términos económicos, tanto la agroindustria de la UE como la española han crecido en los últimos 5 años. Ambas han ganado valor de la producción y valor añadido bruto (a mayor ritmo la UE en el primer caso y la española en el segundo).

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA AGROINDUSTRIA ANDALUZA

La industria agroalimentaria andaluza constituye una actividad de primera magnitud en la estructura productiva regional. Con 5.200 empresas, las agroindustrias representan un 19% del total de las industrias andaluzas, que dan empleo a 47.170 personas, un 24% del empleo generado por la industria andaluza y un 2% del empleo total en Andalucía. Este tejido agroindustrial está constituido por empresas de pequeño tamaño en términos de empleo, casi el 100% son PYMES con menos de 200 personas empleadas⁴.

En términos económicos, la agroindustria ocupa el 2º lugar en la producción industrial andaluza, por detrás de la agrupación de industrias extractivas, energía, agua y residuos, con

⁴ Las empresas con menos de 250 personas empleadas se consideran PYMES a efectos de empleo. Sin embargo, la estratificación que realiza el IECA es de 0 a 199 personas trabajadoras y de 200 a 499, por lo que no es posible mostrar el dato de las empresas con menos de 250 personas trabajadoras.

un valor de la producción que supone un 19% del total del valor de la producción industrial andaluza. El VAB que ésta genera representa un 16,8% del VAB de la industria andaluza.

Sin embargo, la agroindustria andaluza no ha estado exenta de los avatares de la crisis económica y ha registrado en los últimos años un decrecimiento en casi todos los valores. El número de empresas ha descendido un 9% entre 2008-2014 y el número de personas ocupadas se ha reducido un 10,2%.

Tabla 1 Evolución del número de industrias y agroindustrias por sectores en Andalucía

Fabricación/ procesado/ conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evol 08-14	% sector 2014
Panadería y pastas	2.576	2.572	2.490	2.463	2.411	2.389	2.302	-10,6%	44,3%
Aceites y grasas	783	756	769	757	767	767	759	-3,1%	14,6%
Carne y productos cárnicos	687	681	675	643	622	618	610	-11,2%	11,7%
Otros productos alimenticios	504	486	468	451	460	446	433	-14,1%	8,3%
Bebidas	421	411	417	389	396	378	394	-6,4%	7,6%
Frutas y hortalizas	330	314	344	330	337	314	336	1,8%	6,5%
Productos lácteos	179	171	175	169	163	163	164	-8,4%	3,2%
Pescados, crustáceos y moluscos	86	86	81	83	81	84	78	-9,3%	1,5%
Alimentación animal	84	82	77	69	68	66	70	-16,7%	1,3%
Molinería, almidones, prod. amiláceos	67	64	65	66	63	57	55	-17,9%	1,1%
Total Agroindustria	5.717	5.623	5.561	5.420	5.368	5.282	5.201	-9,0%	19,2%
Total Industria	34.730	34.258	32.023	30.608	29.483	27.935	27.100	-22,0%	

Fuente:INE, Dirce, Directorio Central de Empresas.

Tabla 2 Evolución de las personas ocupadas por la industria y la agroindustria por sectores en Andalucía

Fabricación/ procesado/ conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Evoluc. 08-13	% 2013
Panadería y pastas	13.519	11.763	13.173	13.129	12.081	13.610	0,7%	28,9%
Carne y productos cárnicos	7.865	7.176	6.804	6.811	6.266	7.232	-8,1%	15,3%
Aceites y grasas	7.129	7.198	7.444	7.243	7.134	7.127	0,0%	15,1%
Frutas y hortalizas	5.306	5.243	5.301	4.410	4.860	4.582	-13,6%	9,7%
Bebidas	4.006	4.066	3.744	3.427	3.152	3.317	-17,2%	7,0%
Otros productos alimenticios; Industria del tabaco	2.791	2.443	2.281	2.121	2.091	2.052	-26,5%	4,4%
Azúcar, café, infusiones y confitería	2.792	2.333	2.091	1.970	1.738	2.024	-27,5%	4,3%
Pescados, crustáceos y moluscos	2.133	2.144	2.077	1.926	1.811	1.918	-10,1%	4,1%
Productos lácteos	2.583	2.490	2.385	2.238	1.901	1.856	-28,2%	3,9%
Aguas y bebidas aromatizadas ó azucaradas	2.078	1.929	1.929	1.838	1.915	1.597	-23,2%	3,4%
Molinerías y almidones	1.061	1.051	1.069	1.194	1.079	1.076	1,4%	2,3%
Comida para animales	1.241	1.130	1.118	958	875	779	-37,2%	1,7%
Total Alimentación, bebidas y tabaco	52.505	48.966	49.414	47.264	44.904	47.170	-10,2%	23,9%
Total Industria						197.658		

Fuente:IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas.

Si se realiza el análisis por género, según la Encuesta de Población Activa, en 2014 el 32% de las personas ocupadas en la agroindustria andaluza eran mujeres.

Tabla 3 Nivel de formación de las personas ocupadas en la agroindustria andaluza en 2014

Nivel de formación	2014
Personas analfabetas y Educación primaria	14%
Primera etapa de educación secundaria y similar	47%
Segunda etapa de educación secundaria y educación postsecundaria no superior	21%
Educación superior	17%

Fuente:IECA. Encuesta de población activa

En el periodo 2008-2014, el porcentaje de personas ocupadas en la agroindustria andaluza con nivel de formación “personas analfabetas y educación primaria” disminuyó alrededor del 30%, mientras que los catalogados en “2ª etapa de educación secundaria” aumentó alrededor de un 17% y los que poseían “estudios superiores” aumentaron un 13%.

En el valor de la producción los datos también son decrecientes, pues disminuye un 7% entre 2008-2013, registrándose dos años de caídas, en 2009 (-8%) y en 2013 (-3%), pero tres años de tímido crecimiento entre medias (entre un 1 y un 2,4%).

Tabla 4 Evolución del valor de la producción agroindustrial por sectores en Andalucía (millones de euros)

Sectores económicos	2008	2009	2010	2011	2012	2013	% 08-13
Aceites y grasas	4.578	4.359	4.634	4.492	5.104	4.709	3%
Industria cárnica	1.465	1.270	1.169	1.635	1.665	1.581	8%
Fabricación de bebidas	1.065	1.216	1.123	1.095	1.069	1.130	6%
Preparación y conservación de frutas y hortalizas	1.144	1.028	1.181	986	988	1.119	-2%
Producción de aguas embotelladas y bebidas aromatizadas ó azucaradas	997	1.002	979	949	955	777	-22%
Panadería y pastas alimenticias	944	721	829	765	760	767	-19%
Molinerías, almidones y productos amiláceos	650	498	494	650	557	643	-1%
Comida para animales	771	642	622	575	639	594	-23%
Productos lácteos	951	864	728	727	524	566	-40%
Otros productos alimenticios; Industria del tabaco	516	448	453	499	455	355	-31%
Industria del pescado	362	339	362	350	304	335	-7%
Azúcar, café, te e infusiones y productos de confitería	380	277	273	254	270	275	-28%
Total alimentación, bebidas y tabaco	13.821	12.665	12.847	12.978	13.290	12.849	-7%

Fuente:IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas

Si se realiza el análisis por sectores, destaca en Andalucía el sector del aceite y grasas, por ser el que genera mayor valor de la producción, un 37%, seguido por el de las bebidas, con un 15% (agrupa a distintos tipos de bebidas, alcohólicas y no alcohólicas), el de los cárnicos (12%) y el hortofrutícola (9%).

El comportamiento del VAB es diferente, ya que aunque también ha decrecido, lo ha hecho en bastante mayor medida que el valor de la producción, un 14,7% (2008-2013), con una bajada de en torno al 3-4% anual, salvo en 2010 que creció un 4% y en 2012 que decreció un 8,9% con respecto al año anterior. Esto quiere decir que la agroindustria andaluza está perdiendo competitividad, pues, el valor de su producción decrece, pero el valor añadido de la misma decrece a mayor ritmo, habiendo, por tanto, una pérdida de valor añadido.

A pesar de la evolución decreciente en casi todos los valores, tal y como se puede comprobar en los datos anteriormente mostrados, la agroindustria ha sido una de las ramas de la industria que mejor ha soportado la crisis, pues comparado con los demás sectores industriales la agroindustria está entre los que menos decrece.

Tabla 5 VAB de la industria y agroindustria andaluza y española

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
% VAB industria andaluza/española	7,5%	6,7%	8,7%	8,5%	8,5%	8,1%
% VAB agroindustria andaluza/española	10,2%	9,8%	10,0%	9,3%	8,7%	8,0%
% VAB agroindustria andaluza / industria andaluza	19,6%	23,0%	18,2%	17,9%	16,7%	16,8%

Fuente:INE, Contabilidad Nacional de España y IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas.

Tabla 6 Evolución del VAB de la industria y la agroindustria en Andalucía (miles de euros)⁵

Fabricación/ procesado/ conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Evol 08-13	% 2013
Aceites y grasas	486.526	492.967	572.224	518.800	581.139	670.373	37,8%	29,3%
Panadería y pastas	331.201	289.610	350.954	308.272	288.152	297.779	-10,1%	13,0%
Fabricación de bebidas	357.342	480.869	360.182	354.936	315.535	280.036	-21,6%	12,2%
Carne y productos cárnicos	231.044	270.023	243.159	247.943	261.762	242.514	5,0%	10,6%
Frutas y hortalizas	263.252	153.537	288.057	242.396	227.357	192.277	-27,0%	8,4%
Aguas y bebidas aromatizadas ó azucaradas	258.952	277.237	302.930	266.216	224.269	182.050	-29,7%	8,0%
Molinerías y almidones	119.179	40.117	86.187	107.027	89.174	87.495	-26,6%	3,8%
Azúcar, café, infusiones y confitería	104.958	64.993	64.538	72.703	83.249	87.151	-17,0%	3,8%
Pescados, crustáceos y moluscos	77.050	68.486	73.703	97.562	58.444	82.766	7,4%	3,6%
Productos lácteos	182.402	187.520	169.308	109.712	80.011	79.208	-56,6%	3,5%
Comida para animales	76.616	80.174	48.049	55.840	59.183	49.368	-35,6%	2,2%
Otros productos alimenticios; tabaco	194.393	179.099	133.874	228.829	110.886	36.344	-81,3%	1,6%
Total alimentación, bebidas y tabaco	2.682.914	2.584.632	2.693.165	2.610.237	2.379.160	2.287.363	-14,7%	16,8%
Total industria andaluza	13.700.691	11.259.992	14.786.104	14.580.232	14.227.692	13.601.284	-0,7%	

Fuente:IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas

Los sectores que destacan en VAB son los mismos, y en porcentajes similares, a los destacados en valor de la producción, pero irrumpe el de panadería que se sitúa en segunda posición con un 13% del VAB de la agroindustria, lo que indica una mayor competitividad de este sector.

A continuación se desglosa por sectores, la Productividad Laboral Aparente, medida como Valor Añadido Bruto por persona ocupada. Este índice muestra una tendencia creciente hasta el año 2011. A partir de ese año cambia la tendencia, siendo la caída más pronunciada en 2013. Para este último año, el valor de este índice en el total de la industria andaluza es bastante más alto que en la agroindustria.

⁵ La evolución entre 2008 y 2013 del VAB del sector de industrias extractivas, energía, agua y residuos experimenta una fuerte subida (75%) lo que provoca que el VAB total de la industria andaluza no decrezca tanto. No obstante, el resto de sectores, salvo dos, decrecen en mayor medida que la agroindustria.

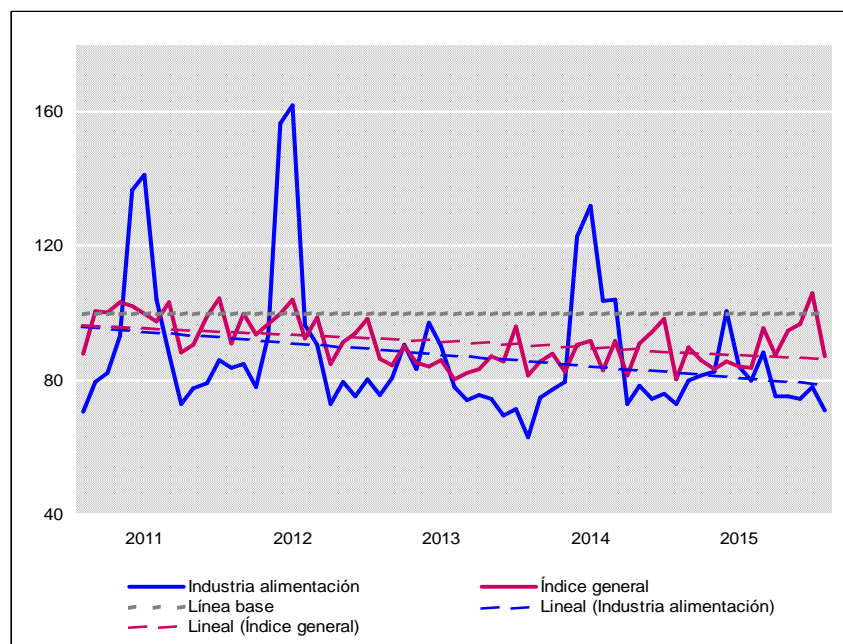
Tabla 7 Evolución del Valor Añadido Bruto por persona ocupada de la agroindustria por sectores

Fabricación/ procesado/ conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Evol 08-13
Aceites y grasas	68.245	68.490	76.872	71.625	81.463	94.056	37,8%
Panadería y pastas	24.500	24.620	26.642	23.480	23.851	21.879	-10,7%
Fabricación de bebidas	89.205	118.259	96.210	103.583	100.099	84.429	-5,4%
Carne y productos cárnicos	29.375	37.631	35.737	36.406	41.776	33.534	14,2%
Frutas y hortalizas	49.613	29.282	54.345	54.966	46.780	41.962	-15,4%
Aguas y bebidas aromatizadas ó azucaradas	124.600	143.708	157.040	144.840	117.111	113.987	-8,5%
Molinerías y almidones	112.362	38.176	80.612	89.605	82.634	81.341	-27,6%
Azúcar, café, infusiones y confitería	37.599	27.861	30.870	36.902	47.895	43.069	14,5%
Pescados, crustáceos y moluscos	36.114	31.943	35.490	50.668	32.265	43.160	19,5%
Productos lácteos	70.605	75.322	70.994	49.017	42.088	42.675	-39,6%
Comida para animales	61.724	70.945	42.987	58.305	67.664	63.362	2,7%
Otros productos alimenticios; tabaco	69.642	73.296	58.690	107.893	53.029	17.708	-74,6%
Total alimentación, bebidas y tabaco	60.102	61.847	63.205	64.524	61.576	48.492	-19,3%
Total industria andaluza						68.812	

Fuente:IECA, Encuesta Industrial de Empresas.

El Índice de Producción Industrial⁶ (IPI) de la industria de la alimentación en Andalucía muestra grandes fluctuaciones, fundamentalmente en los primeros años analizados, en contraposición al IPI del total de la industria (índice general) que se comporta de manera más estable. El IPI de la agroindustria andaluza tiende a decrecer a mayor ritmo que el índice general.

Gráfico 1 Evolución Índice de Producción Industrial de Andalucía



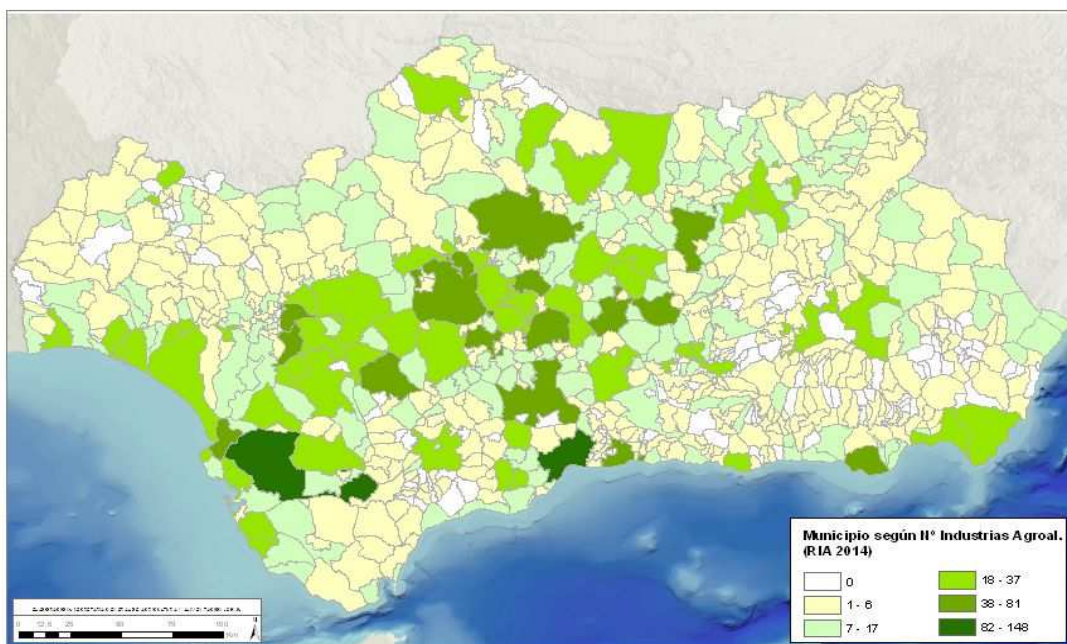
Fuente:IECA, Índice de Producción Industrial de Andalucía (Base 2010)

⁶ El Índice de Producción Industrial tiene por objeto medir la evolución de la producción del sector industrial con respecto a un periodo base, en este caso el periodo base es 2010.

Respecto a la distribución territorial, la agroindustria andaluza se caracteriza por estar repartida por todo el territorio de la comunidad andaluza, sobre todo en el centro y valle del Guadalquivir, con escasa o nula presencia en algunas zonas de sierra, como Sierra Morena, la Sierra de los Alcornocales, o en zonas de parques nacionales o naturales. Buena parte de esta agroindustria se sitúa en zonas rurales, contribuyendo a fijar población en estas áreas que con frecuencia presentan problemas de despoblamiento o envejecimiento poblacional, padeciendo, por otro lado, las carencias de infraestructuras de transporte y servicios básicos que sufren a menudo las zonas rurales⁷.

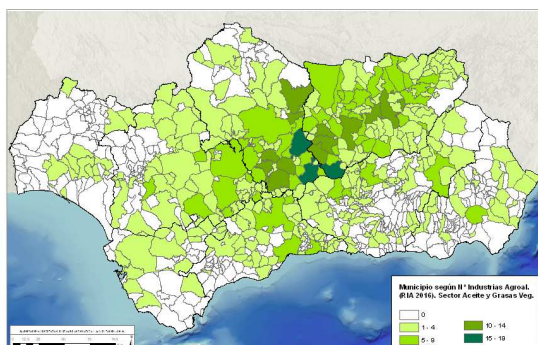
Por sectores, las industrias de cada sector se sitúan, por lo general, en torno a las zonas donde se encuentran sus correspondientes cultivos o cría de ganado. En algunos sectores, como el del aceite o el cárnico, están más repartidas por el territorio, mientras que en otros, como el hortofrutícola, se encuentran más concentradas. El olivar destinado a la producción de aceite abunda más en las provincias de Jaén y Córdoba, mientras que el destinado a aceituna de mesa se centra sobre todo en Sevilla y sur de Córdoba. Las industrias hortofrutícolas se concentran mucho en el litoral, en las zonas de horticolas protegidos de Almería, fresa de Huelva, y subtropicales de Granada y Málaga. Las industrias vitícolas son más abundantes en las zonas donde existen denominaciones de calidad.

Mapa 2 Distribución territorial de las agroindustrias en Andalucía

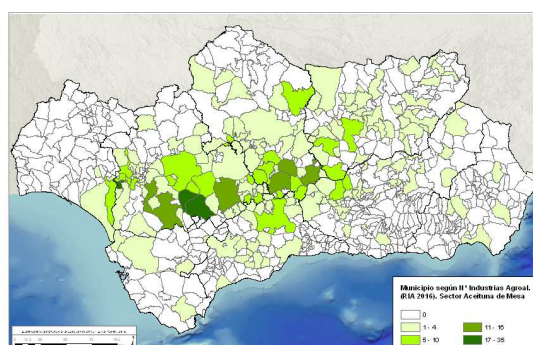


⁷ En el anexo se pueden consultar mapas de población e infraestructuras que ilustran esta realidad.

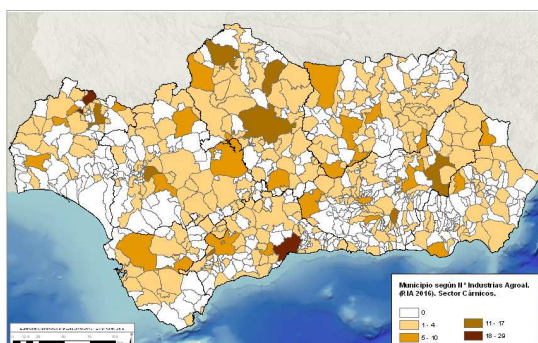
Mapa 3 Industrias de aceite y grasas



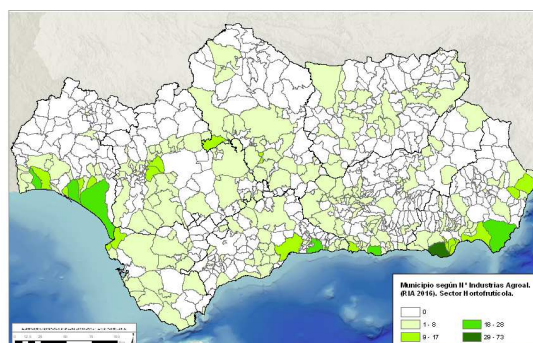
Mapa 4 Industrias de aceituna de mesa



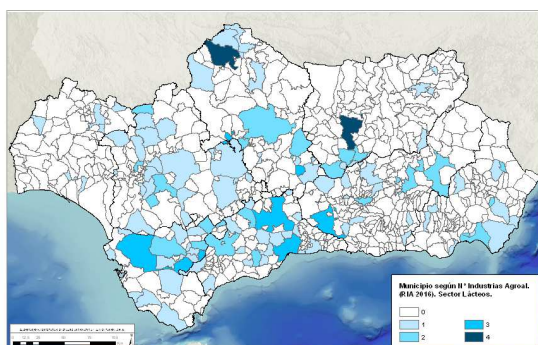
Mapa 5 Industrias cárnicas



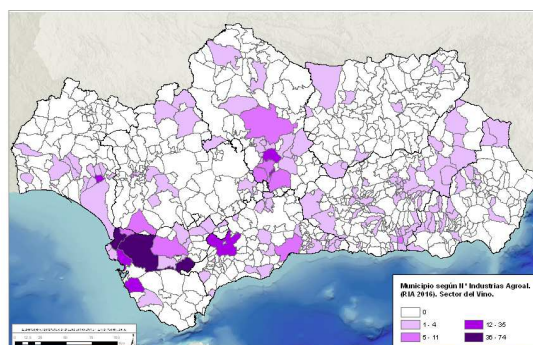
Mapa 6 Industrias hortofrutícolas



Mapa 7 Industrias lácteas



Mapa 8 Industrias vinícolas

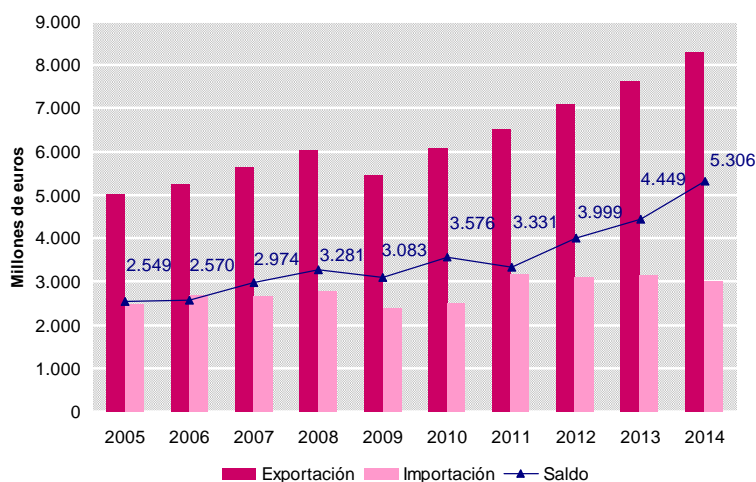


Fuente: Mapas elaborados a partir de datos del Registro de Industrias Agroalimentarias de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

En ciertas zonas forestales, cabe mencionar el potencial de la industria de transformación de productos forestales como el piñón, la castaña y las setas, cuya actividad industrial es actualmente escasa pero que presenta una interesante potencialidad de dinamización de las zonas rurales, fijando población a través del aprovechamiento de los recursos endógenos.

En relación al comercio internacional⁸, Andalucía es la primera comunidad autónoma, junto con Cataluña, en porcentaje de exportaciones⁹ agroindustriales de España (22%). Además, el valor de las exportaciones andaluzas ha aumentado un 65% en los últimos años (2005-2014), registrando la balanza comercial un saldo positivo constante y creciente. En los últimos años las importaciones son relativamente estables, mientras que las exportaciones han sufrido incrementos importantes.

Gráfico 2 Balanza comercial de la agroindustria andaluza (millones de euros)



Fuente: ICEX, Estacom

Si se analizan las exportaciones por sectores, en el último año destaca el sector de productos hortofrutícolas, representando más de la mitad del valor de lo exportado por la agroindustria andaluza (55%), seguido del sector de grasas y aceites (un 27%) y a gran distancia el de panadería y otros (5%).

Tabla 8 Evolución exportaciones andaluzas por sectores (millones de euros)

Sectores	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evoluc 05-14
Productos hortofrutícolas	2902	2954	3168	3415	3244	3597	3680	4105	4496	4563	57%
Grasas y aceites	1181	1302	1416	1413	1135	1386	1437	1587	1622	2284	93%
Panadería y otros	232	311	307	432	367	367	515	464	502	452	94%
Productos cárnicos	117	125	126	149	148	182	222	242	248	260	123%
Pescados y marisco	122	140	169	190	164	165	207	224	248	237	94%
Otras bebidas alcohólicas	160	121	149	125	98	107	153	159	147	138	-14%
Vinos	125	119	113	104	98	97	100	108	102	109	-13%
Lácteos	49	51	41	50	44	32	33	56	71	85	75%
Plantas vivas y productos de floricultura	62	60	60	62	54	51	55	58	70	72	17%
Tabaco	20	25	30	52	46	34	39	25	50	47	135%
Animales vivos y sus productos	20	21	25	42	46	36	35	40	36	39	97%
Bebidas sin alcohol	40	28	31	30	31	36	32	21	23	26	-35%
Total	5.028	5.255	5.635	6.062	5.474	6.090	6.509	7.088	7.615	8.312	65%

Fuente: ICEX. Estacom.

⁸ Los datos para 2014 de los intercambios comerciales son provisionales.

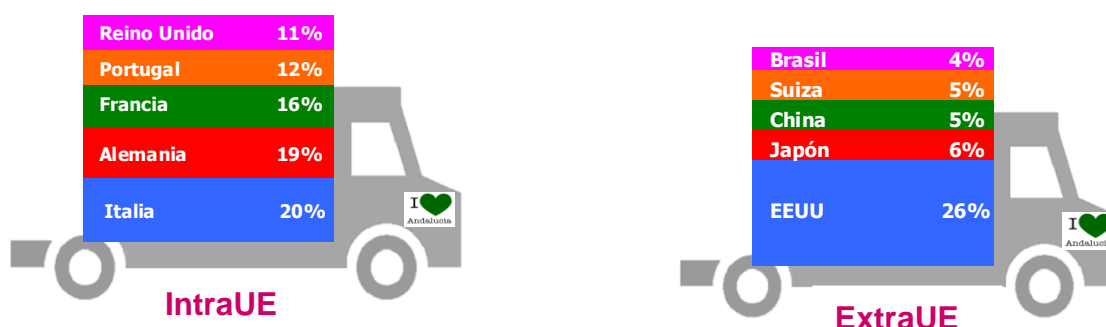
⁹ Contempla tanto destinos intracomunitario como extracomunitario

Como ocurría a nivel nacional, la mayor parte de las exportaciones andaluzas se destinan a países comunitarios (en 2014, 77%), siendo los principales destinos de los intercambios intra-comunitarios: Italia (20%), debido principalmente al sector de grasas y aceites, Alemania (19%), Francia (16%), Portugal (12%) y Reino Unido (11%).

De los países terceros, nuestro principal mercado es EEUU (26%), donde destaca el incremento experimentado en grasas y aceites y frutas y hortalizas, seguido muy de lejos por Japón (6%), China (5%) y Suiza (4%).

Analizando el volumen exportado en los últimos años, se detectan posibles destinos emergentes. A nivel de la UE, se observa un incremento en las exportaciones andaluzas hacia Finlandia, siendo más significativas en el último año. Este incremento es consecuencia del experimentado en frutas y hortalizas. En relación a los destinos extraUE, se observa un aumento de las exportaciones a Emiratos Árabes Unidos en el último año del 60%, debido al incremento experimentado en productos hortofrutícolas, grasas y aceites y productos cárnicos. Así mismo, destaca el aumento producido en Japón, del 55%, debido al aumento experimentado en productos cárnicos y grasas y aceites.

Figura 4 Principales destinos de las exportaciones de la agroindustria andaluza 2014



Fuente: ICEX, Estacom

Tabla 9 Principales destinos IntraUE de las exportaciones agroindustria andaluza por sectores 2014

Sectores	IntraUE						% Intra/total
	1º		2º		3º		
	País	%	País	%	País	%	
Productos hortofrutícolas	Alemania	29%	Francia	17%	Reino Unido	13%	87%
Grasas y aceites	Italia	58%	Portugal	18%	Francia	11%	69%
Panadería y otros	Portugal	38%	Bélgica	17%	Francia	13%	47%
Productos cárnicos	Portugal	59%	Francia	17%	Italia	10%	66%
Pescados y marisco	Portugal	49%	Italia	38%	Francia	4%	55%
Otras bebidas alcohólicas	Reino Unido	38%	Alemania	17%	Portugal	17%	48%
Vinos	Reino Unido	49%	Países Bajos	18%	Alemania	9%	71%
Lácteos	Francia	89%	Portugal	7%	Italia	2%	86%
Plantas vivas y productos de floricultura	Francia	35%	Países Bajos	25%	Reino Unido	12%	88%
Tabaco	Francia	90%	Polonia	2%			85%
Animales vivos y sus productos	Portugal	55%	Francia	13%	Países Bajos	12%	54%
Bebidas sin alcohol	Portugal	78%	Países Bajos	8%	Polonia	4%	78%

Fuente: ICEX, Estacom

Tabla 10 Principales destinos ExtraUE de las exportaciones agroindustria andaluza por sectores 2014

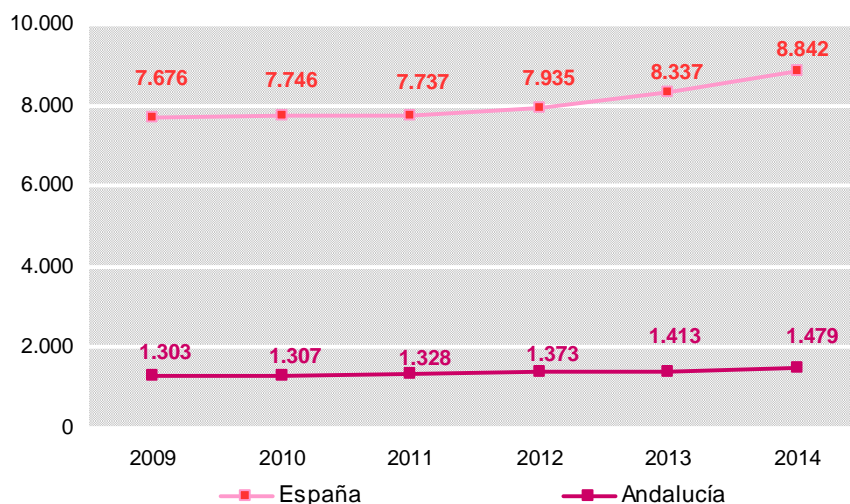
Sectores	ExtraUE						% Extra/total
	1º		2º		3º		
	País	%	País	%	País	%	
Productos hortofrutícolas	Estados Unidos	32%	Suiza	13%	Rusia	7%	13%
Grasas y aceites	Estados Unidos	35%	Japón	9%	China	8%	31%
Panadería y otros	Túnez	15%	Venezuela	6%	Colombia	6%	53%
Productos cárnicos	China	22%	Japón	18%	Benín	14%	34%
Pescados y marisco	Ecuador	24%	Mauricio	12%	Estados Unidos	12%	45%
Otras bebidas alcohólicas	Filipinas	50%	Guinea Ecuatorial	11%	México	7%	52%
Vinos	Estados Unidos	41%	Canadá	7%	Japón	5%	29%
Lácteos	Estados Unidos	63%	Reino Unido*	21%	Marruecos	9%	14%
Plantas vivas y productos de floricultura	Marruecos	48%	Suiza	16%	Argelia	7%	12%
Tabaco	Reino Unido*	8%	Rusia	7%	Marruecos	5%	15%
Animales vivos y sus productos	China	34%	Marruecos	18%	China-Hong Kong	15%	46%
Bebidas sin alcohol	Ghana	9%	Chile	8%	Guinea Ecuatorial	5%	22%

* Reino Unido incluye a Gibraltar.

Fuente: ICEX, Estacom

El perfil de la agroindustria andaluza exportadora indica que el 43% de las empresas que exportaron en 2014 pueden considerarse exportadoras regulares, es decir, han exportado en los 4 últimos años consecutivos. La evolución del número de empresas exportadoras regulares ha sido positiva, aunque en menor medida que a nivel nacional. El 17% de las empresas españolas exportadoras regulares en 2014 eran andaluzas. El sector agroalimentario es el segundo sector exportador en importancia en Andalucía, por detrás de *materias primas*, *productos industriales* y *bienes de equipo*, tanto en valor como en número de empresas exportadoras.

Gráfico 3 Evolución del nº de industrias agroalimentarias exportadoras regulares en España y Andalucía.



Fuente: ICEX. Perfil de los exportadores españoles.

Tabla 11 Concentración de empresas exportadoras regulares andaluzas por volumen de exportación (miles de euros)

Estratos por volumen de exportación	2010		2011		2012		2013		2014	
	Nº Export	Exportación	Nº Export	Exportación	Nº Export	Exportación	Nº Export	Exportación	Nº Export	Exportación
Menos de 5.000€	70	149	65	129	76	183	79	160	75	142
% / total empresas	3	0	2	0	3	0	3	0	2	0
Entre 5.000€ y < 25.000€	103	1.417	110	1.381	122	1.674	123	1.667	121	1.576
% / total empresas	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0
Entre 25.000€ y < 50.000€	70	2.584	80	2.944	71	2.575	67	2.466	66	2.406
% / total empresas	3	0	3	0	2	0	2	0	2	0
Entre 50.000€ y < 500.000€	336	75.820	322	70.738	353	76.370	392	86.854	386	88.435
% / total empresas	13	1	11	1	12	1	12	1	11	1
Entre 500.000€ y < 5 M€	526	995.724	533	1.001.133	516	990.478	502	972.694	561	1.070.371
% / total empresas	20	16	19	15	17	14	16	13	16	13
Entre 5M€ y < 50 M€	176	2.339.449	189	2.417.500	206	2.626.597	220	2.891.194	239	3.195.789
% / total empresas	7	38	7	37	7	37	7	38	7	38
Entre 50M€ y < 250M€	26	2.044.723	29	2.307.621	29	2.612.994	30	2.745.022	se	se
% / total empresas	1	34	1	36	1	37	1	36	se	se

El % / total se calcula sobre el total de empresas exportadoras regulares y no regulares

Fuente: ICEX. Perfil de los Exportadores Españoles

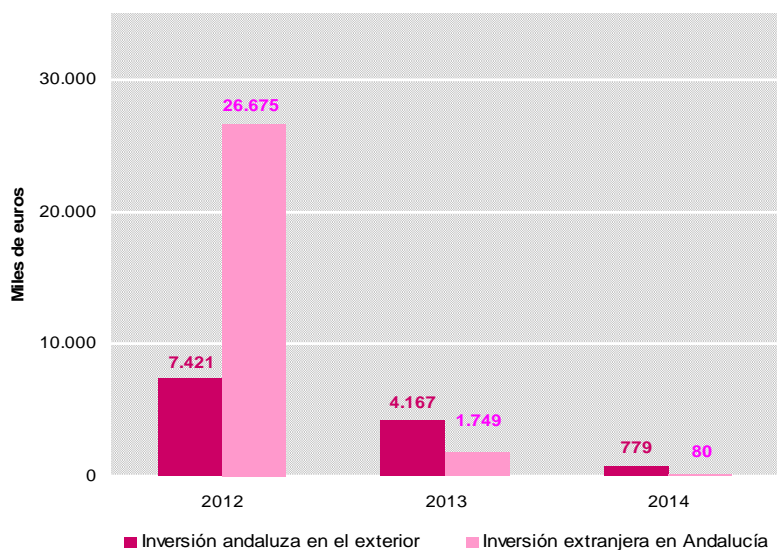
El estrato en el que se encuentran un mayor número de empresas exportadoras regulares es el de entre 500.000€ a 5 millones de €. Alrededor del 75% del volumen de exportación lo realizan las empresas grandes, en el rango de entre 5 millones de € a 250 millones de €.

Si se analiza la evolución en los últimos años, el rango en el que más ha aumentado el volumen de exportación ha sido el de entre 5 millones de € a 50 millones de €, experimentando un incremento superior al 35%. Por el contrario, el rango de entre 25.000€ y < 50.000€ ha sufrido una caída del volumen de exportación del 6%.

Analizando los datos del flujo de inversión bruta en el sector de alimentación, bebidas y tabaco de los últimos años, se observa que el volumen de capital extranjero invertido en este sector es bajo, caracterizado por inversiones puntuales procedentes de pocos países, principalmente Portugal, EEUU y Países Bajos. Con la inversión realizada por este sector en el exterior ocurre algo similar: ha sido un volumen escaso, concentrado en Líbano, Brasil, Argentina y EEUU.

A pesar de esto, es el sector alimentario el que concentra un mayor volumen de inversiones comparado con el resto de sectores económicos de Andalucía.

Gráfico 4 Flujos de inversión bruta en alimentación bebidas y tabaco



Fuente: Datainvox

- ❖ La agroindustria es un sector de primera magnitud en la economía andaluza.
- ❖ Está constituida por empresas de pequeño tamaño distribuidas por todo el territorio andaluz, ayudando a fijar población en zonas rurales, pero sufriendo las deficiencias en infraestructuras y servicios propias de estas zonas.
- ❖ En los últimos años, la agroindustria andaluza se ha visto afectada por los efectos de la crisis económica, registrando pérdidas tanto económicas como de empleo, que denotan una pérdida de competitividad.
- ❖ Sin embargo, el comercio exterior está creciendo, con un aumento de las exportaciones, más pronunciado en los últimos años y una evolución positiva del número de empresas exportadoras regulares en los últimos años.
- ❖ El principal destino de las exportaciones andaluzas es la UE, concentrándose más del 50% de las exportaciones en tan sólo 3 países.
- ❖ Los flujos de inversión exterior o extranjera en la agroindustria andaluza, sin llegar a ser significativos, es el sector andaluz en el que son más elevados

VERTEBRACIÓN DEL SECTOR

En un contexto de mercado cada vez más abierto a la competencia internacional y una distribución cada vez más concentrada, para hacer frente a la atomización y pequeña dimensión del sector productor agroalimentario, una parte del mismo está realizando un esfuerzo de vertebración que se ha instrumentado a través de distintas figuras organizativas de cooperación empresarial que promueven la concentración de la oferta y un aprovechamiento de las economías de escala.

Este movimiento de vertebración y organización del sector, ha sido auspiciado con el apoyo institucional fomentando la cooperación empresarial, las fusiones, la integración y alianzas estratégicas de empresas así como la constitución de entidades asociativas de 2º y ulterior grado.

Cooperativas

El apoyo al sector cooperativo ha sido una constante en la política de la Consejería competente en agricultura en las sucesivas legislaturas, promoviendo la participación activa de los profesionales de la producción en los procesos de transformación industrial. A grandes rasgos, dicho apoyo se ha materializado en dos grandes líneas, por un lado, en la priorización de las cooperativas en el acceso a determinadas ayudas (mayoritariamente, de inversiones), y por otro, incentivando la agrupación de cooperativas en estructuras de mayor dimensión, lo cual, eventualmente, ha exigido el desarrollo de nuevas figuras normativas.

Así, la Ley 14/2011, de 23 de diciembre, de Sociedades Cooperativas Andaluzas prevé la figura de las cooperativas de segundo y ulterior grado así como el asociacionismo cooperativo.

Más recientemente, y en ámbito nacional, la Ley 13/2013, de 2 de agosto, de fomento de la integración de cooperativas y de otras entidades asociativas de carácter agroalimentario, pretende impulsar un modelo cooperativo empresarial, profesionalizado, generador de valor y empleo, con dimensión relevante. Esto se articula mediante el desarrollo de dos instrumentos:

- ❖ El Plan Nacional de Integración Cooperativa, con objeto de coordinar las políticas de fomento asociativo, tanto del Ministerio como de las Comunidades Autónomas, en colaboración con el sector, para aunar esfuerzos y eliminar las medidas que puedan conducir a la dispersión de la oferta.
- ❖ La creación de la figura de la Entidad Asociativa Prioritaria. Para su reconocimiento las entidades han de tener carácter supra autonómico, comercialización conjunta y entrega de la totalidad de la producción, un volumen anual mínimo de facturación y un control democrático en su funcionamiento.

Todas estas políticas de fomento del asociacionismo cooperativo se nutren de diferentes instrumentos de apoyo, bien desde los programas de desarrollo rural, autonómicos o nacionales, o a partir de financiación autónoma.

Es de destacar el papel de las cooperativas de segundo grado como estructuras vertebradoras. Las 138 entidades de segundo grado que existen en España, concentraron el 41% de la facturación total del cooperativismo español en 2012.

Interprofesionales

Las Organizaciones Interprofesionales Agrolimentarias son foros paritarios, abiertos, constituidos en cada sector con la participación voluntaria de las personas representantes de las organizaciones de las diferentes categorías profesionales implicadas, desde los profesionales de la producción agraria, pasando por las industrias transformadoras hasta el eslabón de comercialización.

Su finalidad es contribuir a la ordenación y mejora de la oferta de productos agroalimentarios, potenciando su posición en los mercados, además de tener capacidad de autofinanciación y reglamentaria, siendo sus decisiones de obligado cumplimiento para las empresas y personas representadas. Incluso se les puede reconocer la potestad de extensión de norma al total de las empresas y personas que operan en los sectores o productos afectados.

En el ámbito autonómico andaluz están reconocidas las siguientes interprofesionales:

- ❖ Organización interprofesional andaluza de las frutas y hortalizas (HORTYFRUTA)
- ❖ Asociación interprofesional de la fresa andaluza (INTERFRESA)

En el ámbito nacional existen otras 27 organizaciones interprofesionales reconocidas, de diversos sectores, algunos de gran importancia en Andalucía, como los cítricos (INTERCITRUS), el cerdo ibérico (ASICI), el vino, el aceite de oliva, la aceituna de mesa o la recientemente creada del aceite de orujo de oliva.

OPFH

Las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas son entidades asociativas con personalidad jurídica propia (Cooperativas, Sociedades Agrarias de Transformación, Sociedades Mercantiles) constituidas por profesionales de la producción de frutas y hortalizas o entidades que los agrupen. Estas entidades deben reunir unos requisitos mínimos en cuanto a número de miembros y valor de la producción comercializada para poder ser reconocidas como tales OPFH por los Estados Miembros, y se deben comprometer a cumplir determinadas normas en relación con su objeto, organización y funcionamiento¹⁰.

Las OPFH se configuran como elemento base del régimen normativo del sector de Frutas y Hortalizas para el reagrupamiento, con carácter voluntario de la oferta en los mercados en origen y por ello, deben tener por objeto principalmente el asegurar la programación de la producción y su adaptación a la demanda en lo que respecta, en particular, a la calidad y la cantidad y concentrar la oferta y la comercialización de la producción al objeto de poder optimizar los costes de producción y estabilizar los precios de producción.

En Andalucía hay reconocidas 100 OPFH, la mayoría de ellas en Huelva y Almería, que cuentan con un total de 19.823 miembros y 89 Programas Operativos.

¹⁰ REAL DECRETO 1972/2008, de 28 de noviembre, sobre reconocimiento de organizaciones de productores de frutas y hortalizas

Tabla 12 N° OPFH, N° de miembros en OPFH y N° Programas Operativos en Andalucía por provincia y por sector

PROVINCIA	CATEGORIA	Nº de OPFH	Nº de Socios (ROPAS 2014)	Nº PO
ALMERÍA	Cítricos	1	574	
ALMERÍA	Frutas y Hortalizas	39	7.657	
ALMERÍA	Frutos de cáscara	1	421	
TOTAL ALMERÍA		41	8.652	38
CÁDIZ	Cítricos	2	175	
CÁDIZ	Frutas y Hortalizas	1	321	
TOTAL CÁDIZ		3	496	3
CÓRDOBA	Cítricos	2	330	
CÓRDOBA	Frutas y Hortalizas	1	55	
CÓRDOBA	Frutos de cáscara	1	741	
TOTAL CÓRDOBA		4	1.126	3
GRANADA	Frutas y Hortalizas	7	2.136	
GRANADA	Frutos de cáscara	3	1.081	
GRANADA	Hortalizas	2	870	
TOTAL GRANADA		12	4.087	10
HUELVA	Cítricos	1	29	
HUELVA	Frutas	20	1.759	
HUELVA	Frutas y Hortalizas	5	89	
TOTAL HUELVA		26	1.877	25
MÁLAGA	Frutas y Hortalizas	1	973	
MÁLAGA	Frutos de cáscara	1	1.596	
TOTAL MÁLAGA		2	2.569	1
SEVILLA	Cítricos	2	189	
SEVILLA	Frutas	3	235	
SEVILLA	Frutas y Hortalizas	5	105	
SEVILLA	Frutos de cáscara	1		
SEVILLA	Productos destinados a la transformación	1	487	
TOTAL SEVILLA		12	1.016	9
TOTAL ANDALUCÍA		100	19.823	89

+ 1 Asociación de Organizaciones de Productores (APROA)

Fuente: Dirección General de Industrias y Cadena Alimentaria. CAPDR

Las OPFH pueden acceder a ayudas financieras comunitarias para la constitución de un fondo financiero, denominado Fondo Operativo, que servirá para financiar el contenido del respectivo Programa Operativo que la entidad tenga aprobado para un período de 3 a 5 años. El Programa Operativo no es sino el Plan de Acción establecido por la OPFH en el cual desglosa el conjunto de inversiones y acciones que pretende llevar a cabo en la anualidad que se trate.

Tabla 13 VPC, FO, Aportaciones miembros y Aportaciones FEAGA para Andalucía

Total PO 2015 Andalucía				
	AYUDA	SOCIOS	FO	VPC
TOTAL	79.692.717,35 €	78.387.121,42 €	158.079.838,77 €	2.015345.899,32 €

Fuente: Dirección General de Industrias y Cadena Alimentaria. CAPDR.

Tabla 14 Desglose del importe de las medidas de los Programas Operativos para Andalucía

Total PO 2015 Andalucía x Medidas			
COD_MED	DESCRIPCION	REALIZACION	FINANCIACION
1	Medida dirigida a planificar la producción	77.422.085	66.490.009
2	Medida dirigida a mejorar o mantener la calidad de los productos	24.286.290	24.161.351
3	Medida dirigida a mejorar la comercialización	38.701.316	33.183.856
4	Medida dirigida a investigación y producción experimental	106.166	106.166
5	Medida dirigida a formación y servicios de asesoría	1.127.062	1.127.058
6	Medida dirigida a prevención y gestión de crisis	6.289.462	6.289.462
7	Medida dirigida a objetivos medioambientales	25.680.675	22.718.519
8	Otras acciones, actuaciones, inversiones y conceptos de gasto	4.027.647	4.027.556
TOTAL		177.640.702	158.103.977

Fuente: Dirección General de Industrias y Cadena Alimentaria. CAPDR

Asociaciones empresariales

Otro tipo de uniones y alianzas que promueven la vertebración del sector son las asociaciones y organizaciones empresariales. Las asociaciones reúnen a empresas de un determinado sector con el objetivo de abordar conjuntamente aspectos que ayuden a las industrias asociadas a progresar y a ganar competitividad. A través de las asociaciones empresariales se crean sinergias y colaboraciones entre las personas socias y se promueven intereses comunes que se materializan en múltiples actividades que pueden ir desde la promoción y difusión, a inversiones comunes para comercialización conjunta.

La unidad empresarial es fundamental para paliar la escasa dimensión que caracteriza a nuestra agroindustria, así como la dispersión territorial. Una mayor dimensión se traduce en un aumento de la competitividad y la capacidad de negociación. Además, la creación de consorcios y asociaciones reduce el tiempo de reacción hacia las nuevas tendencias de las personas consumidoras.

En la actualidad existen en Andalucía asociaciones que están realizando una gran labor de concentración y representación en los sectores más representativos de nuestra Comunidad.

Redes Europeas

Existen tres redes en el ámbito europeo que hacen labor de representación y defensa de los intereses del sector agroindustrial ante las instituciones comunitarias que cuentan con la participación de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Se trata de organizaciones que representan a una parte del sector agroindustrial pero de forma sectorial o temática: AREPO (Asociación de Regiones Europeas con Productos de Origen), AREFLH (Asamblea de las Regiones Europeas Hortofrutícolas) y AREV (Asamblea de las Regiones Europeas Vitícolas).

- ❖ La organización y vertebración del sector es un elemento clave para ganar fuerza en un mercado cada vez más globalizado y competitivo. Las cooperativas y sus agrupaciones, las organizaciones interprofesionales, las OPFH, entre otras, son un buen ejemplo de ello, que cuentan además con el apoyo financiero de las instituciones.

COOPERATIVAS AGROALIMENTARIAS

Las organizaciones cooperativas tienen un importante peso en el sector agroalimentario tanto en el ámbito europeo, como en España y aún más en Andalucía.

Según datos que aporta COGECA¹¹, en la UE existen 21.769 cooperativas agroalimentarias que agrupan a un total de 6.172.746 miembros y facturan 347 billones de euros. La facturación de las 100 primeras cooperativas europeas ha aumentado en los últimos años, un 4% entre 2011-2012 y un 14% entre 2012-2013. Este entramado genera una cuota de mercado media del 40%¹².

España cuenta con 3.780 cooperativas, (2014)¹³. Es el segundo país comunitario en número de cooperativas, (un 18% de las cooperativas de la UE) y también es el segundo en número de miembros (1.179.323, un 19% respecto a la UE). Sin embargo, cuando analizamos los datos de mercado, España pierde puestos, es el 5º país en facturación (25.696 millones de euros, un 7% de la facturación de las cooperativas agroalimentarias de la UE) y el 12º en cuota de mercado (España se sitúa un poco por encima de la media europea, con un 46%¹⁴).

¹¹ Datos recogidos en el informe publicado por COGECA "Development of Agricultural Cooperatives in the EU", 2014. Los datos corresponden al año 2012.

¹² Cuota de mercado estimada de todas las cooperativas, en términos de ventas en origen, para ocho sectores. Datos del proyecto "Support for Farmers' Cooperatives" Wageningen University, para la DG-Agri de la Comisión Europea. Nov 2012.

¹³ Los datos del nº de cooperativas en España son datos actualizados del MESS y son del año 2014. Incluye 3.313 cooperativas agrarias y 467 CEC (Cooperativas de explotación comunitaria de la tierra).

¹⁴ "Support for Farmers' Cooperatives", Wageningen University, Nov 2012.

Tabla 15 Datos de las principales cooperativas agroalimentarias en la UE (2012)¹⁵

	Nº cooperativas		Nº miembros		Facturación	
	Nº	%	Nº	%	(mill €)	%
Francia	2.400	11%	858.000	14%	84.350	24%
Alemania	2.400	11%	1.440.600	23%	67.502	19%
Italia	5.834	27%	863.323	14%	34.362	10%
Países Bajos	215	1%	140.000	2%	32.000	9%
España	3.844	18%	1.179.323	19%	25.696	7%
Dinamarca	28	0%	45.710	1%	25.009	7%
Polonia	136	1%		0%	15.311	4%
Irlanda	75	0%	201.684	3%	14.149	4%
Finlandia	35	0%	170.776	3%	13.225	4%
Austria	217	1%	306.300	5%	8.475	2%
Suecia	30	0%	160.350	3%	7.438	2%
Reino Unido	200	1%	138.021	2%	6.207	2%
Bélgica	301	1%		0%	3.257	1%
Portugal	735	3%		0%	2.437	1%
Resto de EEMM	5.319	3%	668.659	0%	7.926	0
TOTAL	21.769	100%	6.172.746	100%	347.344	100%

Fuente:COGECA "Development of Agricultural Cooperatives in the EU", 2014.

Los datos de evolución muestran una tendencia a la baja en el número de cooperativas en nuestro país, que han descendido un 7,4% entre 2008-2014 y también en el empleo asociado, hay un 7,1% menos de personas trabajadoras en el mismo período. Sin embargo, los datos de facturación han aumentado de manera considerable, un 13,9% entre 2008-2012.

Tabla 16 Datos de evolución de cooperativas agrarias en España y Andalucía¹⁶

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% evol
ESPAÑA	Nº coop agrarie	3.576	3.514	3.487	3.415	3.397	3.379	3.313	-7,4%
	Nº pers. trabaj.	68.980	65.656	67.013	64.108	64.280	64.853	64.054	-7,1%
	Facturación (M€)	22.569	22.042	21.614	23.826	25.696			13,9%
ANDALUCÍA	Nº coop agrarie	754	743	737	736	734	729	717	-4,9%
	Nº per. trabaj.	16.820	16.467	16.756	16.515	16.746	17.607	17.385	3,4%

Fuente:MESS (Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social) y OSCAE 2013, Cooperativas Agroalimentarias de España.

De hecho, los datos de facturación dan una muestra de la importancia del sector cooperativo si se compara con la industria agroalimentaria. La facturación directa total¹⁷ del cooperativismo agroalimentario en España supone un 32% del valor de la producción de la industria alimentaria española.

El 72% de las cooperativas agroalimentarias de España tienen una dimensión inferior a 5 millones de euros y el 28% restante, factura el 86% del total del cooperativismo.

¹⁵ Los datos de la UE son de 2012 y son de COGECA. El dato incluye Cooperativas agrarias y CEC (Cooperativas de explotación comunitaria de la tierra). En España ese año eran 3.397 cooperativas agrarias y 447 CEC.

¹⁶ Sólo incluye cooperativas agrarias, excluidas las CEC (cooperativas de explotación comunitaria de la tierra).

¹⁷ No incluye mercantiles participadas. Datos del año 2012.

Tabla 17 Nº cooperativas y facturación de las cooperativas agroalimentarias españolas por estrato de facturación

Millones de €	Nº coop.	% Total	Facturación (M€)	% Facturación total	Facturación media
500<1000 M€	4	0,1%	2.695	13,6%	673,8
100<500 M€	17	0,6%	2.877	14,5%	169,2
50<100 M€	31	1,1%	2.148	10,9%	69,3
15<50 M€	202	7,4%	5.116	25,8%	25,3
5<15 M€	500	18,4%	4.186	21,1%	8,4
1<5 M€	945	34,8%	2.396	12,1%	2,5
<1M€	1.019	37,5%	379	1,9%	0,4

Fuente:OSCAE 2013, Cooperativas Agroalimentarias de España.

Respecto al comercio internacional, un 24% de la facturación de las cooperativas españolas procede de ventas en el mercado exterior.

Andalucía es la Comunidad Autónoma con mayor grado de cooperativismo agroalimentario, tanto en número de cooperativas, un 22% del total de cooperativas agroalimentarias españolas, como en número de personas trabajadoras, un 27%, como en facturación, un 32%, respecto a España. Es de las pocas CCAA que destaca por tener mayor porcentaje de facturación que de número de cooperativas. Con todo, el número de cooperativas ha disminuido en nuestra comunidad autónoma, un 4,9% en 2008-2014, mientras que el número de trabajadores ha aumentado un 3,4% en el mismo periodo.

Las cooperativas agroalimentarias andaluzas presentan una evolución más favorable que su agroindustria, pues el número de cooperativas disminuye menos que el de agroindustrias (que caían un 9% en 2008-2014), y el número de personas trabajadoras en la agroindustria disminuía un 10,2%, mientras que en las cooperativas aumenta un 5% entre 2008-2013. Además, la facturación de las cooperativas andaluzas muestra una importancia aún mayor que en el ámbito nacional, pues supone un 67% del valor de la producción de la industria alimentaria andaluza.

En el ámbito provincial destaca Jaén que reúne un 25% de las cooperativas andaluzas, y la provincia de Almería que da empleo a un 40% de las personas trabajadoras de cooperativas agrarias de Andalucía.

Tabla 18 Número de cooperativas agroalimentarias y personas trabajadoras en Andalucía por provincia (2014)

	Nº Coop	%	Nº trab	%
ANDALUCIA	717	22%	17.385	27%
ALMERIA	79	11%	7.016	40%
CADIZ	27	4%	1040	6%
CORDOBA	97	14%	1.886	11%
GRANADA	86	12%	840	5%
HUELVA	83	12%	1.453	8%
JAEN	177	25%	1.845	11%
MALAGA	62	9%	967	6%
SEVILLA	106	15%	2.338	13%
ESPAÑA	3.313		64.054	

Fuente:MESS (Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social)

- ❖ Las cooperativas tienen un importante peso en el sector agroalimentario tanto en la UE, como en España y Andalucía. Suponen un 40% de la cuota de mercado en la UE y un 46% en nuestro país.
- ❖ Andalucía es la Comunidad Autónoma con mayor grado de cooperativismo agroalimentario. Su facturación representa un 67% del valor de la producción de la industria alimentaria andaluza. Las cooperativas agroalimentarias andaluzas presentan una evolución más favorable que su agroindustria.

CALIDAD DIFERENCIADA

Las certificaciones de calidad diferenciada tienen la utilidad de distinguir aquellos productos agroalimentarios con características de calidad adicional que cumplen unas normas que van más allá de las exigencias obligatorias de calidad comercial o estándar, implantando para ello un sistema de control y un etiquetado específico que distingue a estos productos en el mercado.

Existen diversas certificaciones de calidad en el ámbito agroalimentario, tanto de naturaleza pública como privada, que diferencian productos en base a distintos criterios, bien un origen geográfico concreto, o un método de producción y/o elaboración determinado, o relacionados con el respeto al medio ambiente, entre otros. Estas certificaciones están orientadas a cubrir determinados nichos de demanda que priman productos de alto valor añadido cuyas producciones son, en la mayoría de los casos, de un volumen restringido.

Andalucía cuenta con una amplia implantación de estos sistemas de certificación de la calidad diferenciada. A continuación se describen los sistemas que cuentan con protección normativa de carácter público pero existen también una serie de sistemas de certificación privados, cuya implantación viene dictada en muchos casos por la demanda de la distribución o por la propia inquietud de mejora empresarial. En este ámbito están, por ejemplo, protocolos privados que certifican procesos, como GlobalGAP, BRC, IFS etc. o certificaciones de gestión de calidad que certifican la gestión de las empresas en distintas esferas, como las normas ISO, en sus distintos ámbitos.

Las Denominaciones de Calidad

Las Denominaciones de Calidad son figuras de calidad diferenciada vinculada a un origen, que protegen las indicaciones geográficas en la Unión Europea. Se distinguen tres regímenes de aplicación en función de los productos amparados por las mismas: vinos, productos agroalimentarios y bebidas espirituosas; y dos instrumentos de protección: la Denominación de Origen Protegida (DOP) y la Indicación Geográfica Protegida (IGP).

La mención **Denominación de Origen Protegida** ampara productos agroalimentarios cuya calidad o características se deben a factores naturales y humanos de la zona geográfica que se protege. Es indispensable que tanto el proceso de producción de las materias primas, como la transformación y elaboración del alimento, tengan lugar en la zona geográfica delimitada de la DOP.

La mención **Indicación Geográfica Protegida** hace referencia a aquellos productos que poseen alguna cualidad determinada o reputación u otra característica que pueda atribuirse a un origen geográfico. En el caso de los vinos se exige que tanto su producción como su transformación y elaboración tengan lugar dentro de la zona geográfica, si bien se admite que hasta un máximo del 15% de la uva utilizada pueda producirse en otras zonas, mientras que en el resto de productos agroalimentarios solo se exige que una de las etapas del proceso, ya sea la producción, o bien la transformación o la elaboración, se desarrolle en la zona geográfica delimitada de la que también toma su nombre.

La mención **Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)** no hace referencia al origen, sino que tiene por objeto proteger los métodos de producción y las recetas tradicionales.

Andalucía se sitúa como principal comunidad autónoma en número de denominaciones de calidad, con 61 denominaciones vinculadas al origen (30 DOPs¹⁸, 31 IGPs) y 3 ETGs, destacando los sectores del vino (8 DOPs, 16 IGPs y 1 DOP de vino aromatizado) y el aceite de oliva (12 DOPs).

En términos económicos, las denominaciones de calidad andaluzas (DOPs, IGPs) generan alrededor de los 330 millones de euros (a falta de datos no proporcionados por algunas denominaciones), siendo más de la mitad de esta cantidad del sector del vino (55%), y una cantidad también relevante del sector del aceite (18%). Este valor ha aumentado en los últimos años (periodo 2011-2013) un 13%.

Las DOP/IGP andaluzas, al igual que en el ámbito español, se caracterizan por tener una dimensión económica reducida, situándose en el mercado, salvo en el caso del vino, como productos de nicho. En Andalucía, sólo 3 DOPs tienen una facturación superior a los 20 millones de euros y 18 de ellas no superan el nivel de facturación de 1 millón de euros.

La cantidad de producto que se destina a la exportación, en términos generales, es bastante alta, salvo en los productos de repostería. Destacan el tomate La Cañada, el Brandy y el vino, con una comercialización en el mercado exterior superior al mercado interior. En el lado opuesto se encuentran 4 DOP's en las que la totalidad de la producción se destina al mercado nacional.



¹⁸ Polvorones de Estepa se encuentra en periodo de oposición comunitario, a punto de registrarse en el Registro comunitario.

Tabla 19 Listado de Denominaciones de Origen Protegidas e Indicaciones Geográficas Protegidas por sectores:

Vino DOP	Vino IGP	Aceite de oliva virgen extra	Bebidas espirituosas	Jamon y paleta	Vinagre	Frutas y Hortalizas	Otros	Panadería y repostería
DOP Condado de Huelva	IGP VT Altiplano Sierra Nevada	DOP Antequera	IGP Brandy de Jerez	DOP Jamon de Huelva*	DOP Condado de Huelva	IGP Espárrago de Huétor-Tajar	DOP Aceituna Aloreña de Málaga	IGP Alfajor de Medina Sidonia
DOP Jerez-Xerés-Sherry	IGP VT Bailén	DOP Baena		DOP Los Pedroches				
DOP Montilla-Moriles	IGP VT Cádiz	DOP Estepa		IGP Jamón de Trevélez	DOP Jerez	IGP Tomate La Cañada	DOP Pasas de Málaga	IGP Mantecados de Estepa
DOP Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda	IGP VT Córdoba	DOP Aceite de Lucena		IGP Jamón de Serón	DOP Montilla-Moriles	DOP Chirimoya de la Costa	IGP Caballa de Andalucía	
DOP Málaga	IGP VT Cumbres de Guadalupe	DOP Montes de Granada				Tropical de Granada-Málaga	IGP Melva de Andalucía	IGP Polvorones de Estepa
DOP Sierras de Málaga	IGP VT Laderas del Genil	DOP Montoro-Adamuz					IGP Mojama de Barbate	IGP Pan de Alfacar
DOP Vino Naranja del Condado de Huelva	IGP VT Laujar Alpujarra	DOP Poniente de Granada					IGP Mojama de Isla Cristina	
DOP VC Lebrija	IGP VT Los Palacios						DOP Miel de Granada	
DOP VC Granada	IGP VT Ribera del Andarax	DOP Priego de Córdoba					IGP Garbanzo de Escacena	
	IGP VT Sierra Norte de Sevilla							
	IGP VT Sierra Sur Jaén	DOP Sierra de Cádiz						
	IGP VT S. Estancias y Filabre	DOP Sierra de Cazorla						
	IGP VT Torreperogil	DOP Sierra de Segura						
	IGP VT Desierto de Almería	DOP Sierra Mágina						
	IGP VT Norte de Almería							
	IGP VT Villaviciosa Córdoba							

* De ámbito supraautonómico.

Fuente:CAPDR

Tabla 20 Figuras de Especialidad Tradicional Garantizada

Jamón y paleta	Otros	Pastelería
Jamón serrano	Leche certificada de granja	Tortas de aceite de Castilleja de la Cuesta

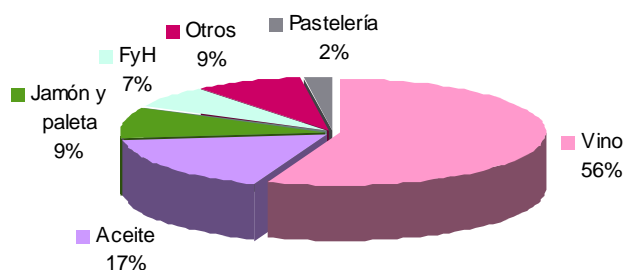
Fuente:CAPDR

Tabla 21 Principales datos de las denominaciones de calidad por sectores en Andalucía 2013.¹⁹

Sector	Superficie/nº de cerdos/ nº colmenas	Producción	Comercialización	Valor económico miles de euros
Vino DOP	15.647 ha	1.040.582 hl	674.648 hl	167.432
Vino IGP	2.292 ha	86.438 hl	130.336 hl	18.181
Aceite oliva virgen extra	464.514 ha	47.858 tm	14.227 tm	58.128
Bebidas espirituosas	no procede	139.415 hl	139.415 hl	dato no disponible
Jamones y Paletas	29.317 animales	110.574 piezas	258.029 piezas	29.420
Vinagre	no procede	57.866 hl	70.253 hl	dato no disponible
Frutas y hortalizas	1.177 ha	22.006 tm	22.051 tm	22.851
Pastelería	no procede	2,96 tm	2,99 tm	7.453
Aceituna	25.000 ha	1.500 tm	1.500 tm	7.500
Pasas	1.550	209	209	677
Caballa y melva	no procede	1.730 tm	1.730 tm	18.191
Miel	13.018 colmenas	0,22 tm	0,22 tm	2.479

Fuente:CAPDR.

Gráfico 5 Distribución por sectores del valor económico de DOPs e IGP campaña 2013/14



Fuente:CAPDR

¹⁹ Nota: No se dispone de algunos datos por diversos motivos:

Las figuras de calidad: DOP Aceite de Lucena, IGP Jamón de Serón, DOP Vinagre Montilla-Moriles, IGP Garbanzo de Escacena, IGP Cordero Segureño y IGP Pan de Alfacar no disponen de datos por ser de reciente creación.

Las figuras de calidad: DOP vinagre de Jerez, DOP vinagre Condado de Huelva, IGP Brandy de Jerez, VC de Granada, vino de naranja del Condado de Huelva y los vinos de la tierra: Desierto de Almería, Norte de Almería y Villaviciosa de Córdoba, no aportan datos.

Calidad certificada

Con el propósito de distinguir en el mercado a los productos de calidad diferenciada, la Junta de Andalucía creó en el año 2001 la marca “Calidad Certificada”²⁰. A esta marca pueden optar todos aquellos productos certificados o amparados por Denominaciones de Origen Protegidas, Indicaciones Geográficas Protegidas, Especialidades Tradicionales Garantizadas, o procedentes de Producción Ecológica, Producción Integrada, así como los productos agroalimentarios y pesqueros certificados por organismos autorizados.

Además de distinguir productos de calidad en el mercado a través del logotipo propio de la marca, “Calidad Certificada” permite a las empresas beneficiarse de campañas de comunicación y estrategias colectivas de promoción de ámbito nacional e internacional, incorporando el aval de un organismo oficial, como es la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Agricultura y Pesca.



En la actualidad existen en Andalucía alrededor de 400 empresas y algo más de 2.000 productos adheridos a la marca “Calidad Certificada”.

Artesanía alimentaria

Desde el año 2011 la producción de artesanía alimentaria cuenta con regulación propia en Andalucía²¹. A través de esta norma se protege y regula aquellos métodos de producción artesanales realizados por pequeñas empresas o explotaciones agrarias, dirigidas por una persona artesana cualificada como tal.



Para su diferenciación en el mercado se crea un distintivo identificativo, al que se le puede añadir la mención “directamente del productor al consumidor”, en caso de que se comercialicen alimentos artesanos a través de venta directa.

La producción artesanal alimentaria es una actividad que tiene su importancia para la Comunidad Autónoma de Andalucía, sobre todo por la vinculación de este sector al medio rural, con lo que ello tiene de fijación de población a dicho medio.

²⁰ a través del Decreto 242/2001 de 6 de noviembre (hoy derogado por el Decreto 229/2007 de 31 de julio).

²¹ Decreto 352/2011, de 29 de noviembre, por el que se regula la artesanía alimentaria en Andalucía

Certificaciones relacionadas con el respeto al medio ambiente

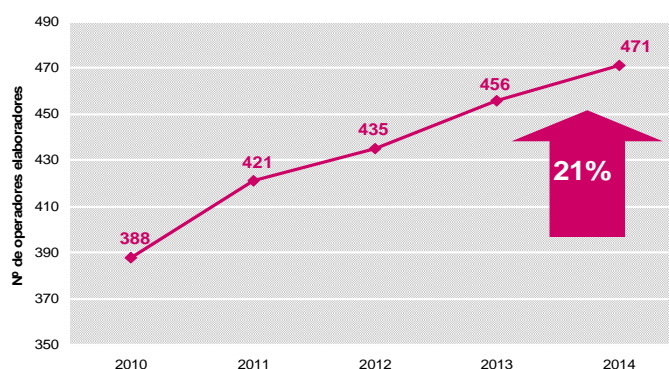
◆ Producción ecológica

Entre las certificaciones relacionadas con el respeto al medio ambiente destaca la de producción ecológica, por contar, al igual que las denominaciones de calidad, con un sistema de protección en el ámbito comunitario²². Se protege en este caso un sistema agrario que excluye normalmente el uso de productos químicos de síntesis con el propósito de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.



En Andalucía operan un total de 471 empresas o personas elaboradoras de productos ecológicos en 2014, que representan en torno al 10% del número de agroindustrias. Este número se ha ido incrementando en los últimos años, experimentando una subida del 21% respecto a 2010.

Gráfico 6 Evolución de las empresas o personas elaboradoras ecológicos en Andalucía

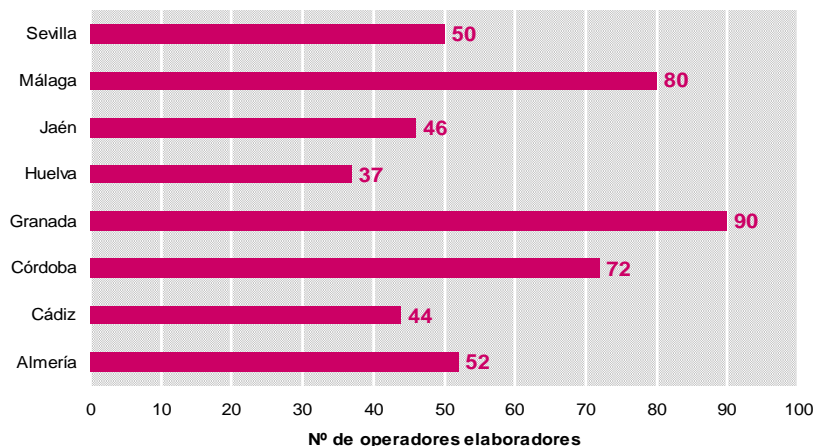


Fuente: Informe de estadísticas de Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Año 2014.

Estas empresas o personas elaboradoras de productos ecológicos se localizan en mayor medida en las provincias de Granada y Málaga, aglutinando el 19% y 17% de las existentes en 2014.

²² Actualmente la producción ecológica se encuentra regulada por el Reglamento (CE) 834/2007 del Consejo sobre producción y etiquetado de los productos ecológicos y por el que se deroga el Reglamento (CEE) 2092/91, entre otros. Este reglamento está siendo en la actualidad objeto de revisión para su reforma por parte de las instituciones comunitarias, que previsiblemente en 2016 alcanzarán un acuerdo al respecto.

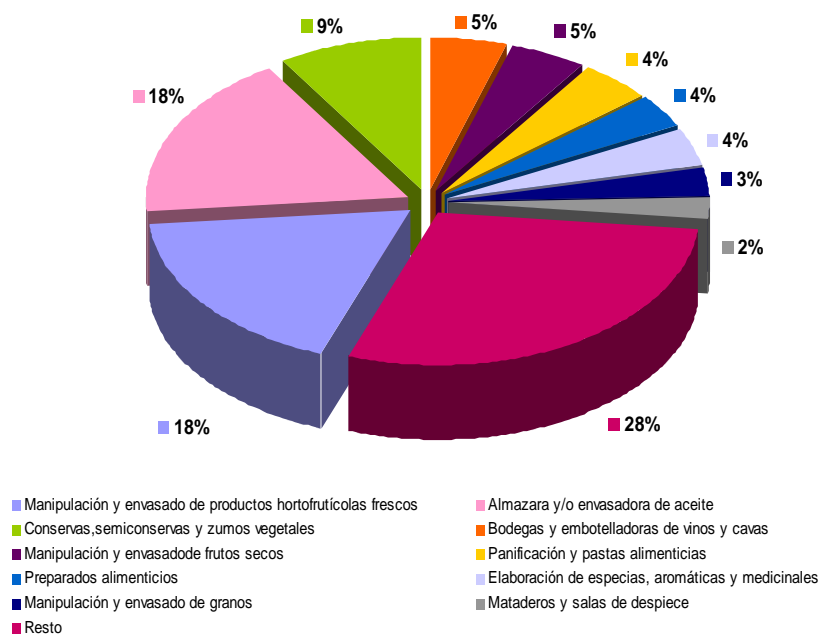
Gráfico 7 Distribución provincial de las empresas o personas elaboradoras de productos ecológicos en Andalucía en 2014.



Fuente: Informe de estadísticas de Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Año 2014.

Las dos actividades más destacadas de las industrias ecológicas son la manipulación de productos hortofrutícolas frescos, destacando su importancia en las provincias de Almería, Málaga, Granada y Huelva, y la de almazara y/o envasadora de aceite, en este caso representada principalmente en las provincias de Córdoba, Jaén y Sevilla.

Gráfico 8 Representatividad de las actividades industriales ecológicas en 2014 según el número de las empresas y personas que operan en el sector.



Fuente: Informe de estadísticas de Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Año 2014.

◆ Producción integrada

Otra de las certificaciones relacionada con el respeto al medio ambiente es la producción integrada. Este tipo de producción utiliza técnicas que compatibilizan las exigencias de la sociedad, la protección del medio ambiente y la productividad agrícola. En Andalucía, existe una normativa que regula la producción integrada en centros de manipulación e industrias de transformación de manera general, así como reglamentos específicos para diversos sectores. Estos Reglamentos definen las prácticas de obtención, elaboración y envasado, que bajo la dirección de un servicio técnico competente, deben llevar a cabo las industrias en los procesos de obtención de estos productos para la utilización del distintivo de la Marca de Garantía de Producción Integrada de Andalucía. La revisión de estos reglamentos se lleva a cabo, al menos, cada 5 años, aunque se puede realizar en cualquier momento.



La Orden de 24 de octubre de 2003, es la que establece los requisitos generales de producción integrada de Andalucía para centros de manipulación e industrias de transformación de productos.

A continuación se muestran los sectores que poseen un reglamento específico de producción integrada, así como la fecha de las Órdenes por las que se aprueban estos reglamentos.

Tabla 22 Listado de Reglamentos específicos de producción integrada para industrias

Reglamentos específicos para industrias	Fecha Orden de
Aceite de oliva	24/10/2003
Frutas y hortalizas	24/10/2003
Aceituna de mesa	16/06/2004
Arroz	08/11/2005
Flor cortada	29/06/2006
Forraje deshidratado	30/08/2006
Productos cárnicos de ganado vacuno, ovino, caprino y porcino	19/09/2007
Tomate para industria	20/10/2008
Vinos	27/09/2011

Fuente:CAPDR

◆ Huella ambiental y huella de carbono

Pero la preocupación de la persona consumidora por el medio ambiente no se acaba en el ámbito estrictamente del proceso productivo sino que abarca cada vez más todo el ciclo de vida de un producto, y de los elementos necesarios para su elaboración y puesta en el mercado.

En respuesta a esta inquietud de la sociedad por conocer cual es el impacto ambiental de los productos que consume y la proliferación en el mercado de etiquetados de productos y empresas respetuosos con el medioambiente, la Unión Europea está diseñando la manera en la que se va a calcular y comunicar al mercado la huella ambiental de los productos y de las organizaciones.

La Junta de Andalucía está participando en esta iniciativa, denominada "Single market for green products", en concreto en el diseño de las Reglas de Categoría de producto para el cálculo de la huella ambiental del aceite de oliva que vendrá a complementar la guía metodológica general, proporcionando especificaciones concretas a nivel de producto.

◆ **Parque Natural de Andalucía**

La marca Parque Natural de Andalucía es un distintivo de calidad para productos artesanales y naturales, así como servicios turísticos que se elaboran o prestan en el interior de los Parques Naturales Andaluces y sus áreas de influencia socioeconómica.



A través de esta marca, la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía, da apoyo a iniciativas empresariales acordes con los principios del desarrollo sostenible ofreciendo unos productos y servicios diferenciados, asociados a los valores medioambientales de los Parques.

Para obtener esta marca los productos artesanales y naturales, entre los que se encuentran algunos productos agroalimentarios, han de cumplir una serie de requisitos de origen y fabricación de productos, requisitos de calidad y requisitos medioambientales establecidos en la Orden de 15 de diciembre de 2004, por la que se regula el Régimen Jurídico y el Procedimiento de Concesión de Licencia de Uso de la marca Parque Natural de Andalucía.

En la actualidad, se encuentran adheridas a este distintivo en la categoría de producto artesanal, 60 empresas, y en la categoría de producto natural, 18 empresas, sumando entre ambas más de 1000 productos.

- ❖ Andalucía cuenta con una amplia implantación de sistemas de certificación de calidad diferenciada.
- ❖ Es la principal Comunidad Autónoma en número de denominaciones de calidad, destacando el sector del vino y el del aceite de oliva. Aunque estas denominaciones en su mayoría tienen una dimensión más de nicho, destaca el hecho de que, en su globalidad, el valor económico de estas figuras está creciendo en los últimos años.
- ❖ En las certificaciones relacionadas con el respeto al medio ambiente destaca la Producción Ecológica, cuyo número de empresas o personas elaboradoras está experimentando un crecimiento interesante. El sector hortofrutícola y el del aceite son los más punteros.
- ❖ Con la creación de distintivos como "Calidad Certificada" o "Artesanía Alimentaria de Andalucía" la Junta de Andalucía promueve y apoya las producciones con calidad diferenciada en distintos ámbitos.

INNOVACIÓN Y USO DE TECNOLOGÍA

La innovación es un eje fundamental que está presente en multitud de políticas desarrolladas en todos los ámbitos: autonómico, nacional y europeo. Concretamente en Andalucía, la innovación se convierte en el eje de la Estrategia de innovación de Andalucía 2014-2020

(RIS3), en la cual, la agroindustria aparece como una prioridad de especialización “P6. Agroindustria y alimentación saludable”, dando pie a establecer diferentes líneas de acción.

Según datos de la Encuesta sobre Innovación en las empresas 2013²³ realizada por el Instituto Nacional de Estadística, en el período 2011-2013 un 21,6% de las empresas andaluzas consultadas se catalogan como empresas innovadoras, porcentaje inferior al nacional (26%). Concretamente la agroindustria (rama de actividad “Alimentación, bebidas y tabaco”) alcanza un porcentaje del 25,87%. Por tipo de innovación, un 15% realizaron innovaciones tecnológicas y un 20% innovaciones no tecnológicas, en ambos casos estos porcentajes se sitúan por debajo de la media nacional en empresas de la misma rama de actividad (21% y 27%, respectivamente).

Respecto a la intensidad de innovación²⁴, esta se sitúa en el 2,38% para el total de empresas andaluzas con actividades innovadoras en 2013, dato superior a la media nacional que se sitúa en el 1,85%. Sin embargo, en el caso de la agroindustria la intensidad de innovación es solo del 0,81% en Andalucía frente al 1,12% registrado a nivel nacional.

En 2013, solo el 5,82% del total de las empresas agroalimentarias andaluzas realizan I+D. Este porcentaje se eleva hasta el 54,7% si se refiere a las industrias agroalimentarias con actividades innovadoras. Este porcentaje es superior a la media del total de industrias (40%). Además, de las agroindustrias que han realizado actividades de I+D, el 70% las realizan de manera continua.

En relación a las actividades innovadoras más destacadas llevadas a cabo por las industrias agroalimentarias andaluzas en 2013, tanto por el número de empresas que las han desarrollado como por el gasto destinado a ellas, son las relacionadas con el desarrollo de I+D interna y la adquisición de maquinaria, equipos, hardware o software avanzados.

En cuanto al tema de las patentes, según datos del INE se observa que este campo está poco desarrollado en la agroindustria. Concretamente, en el período 2011-2013 la agroindustria andaluza solo solicitó el reconocimiento de 4 patentes de un total de 68 reconocidas en el total de la agroindustria a nivel nacional (este dato representa solo el 4% del total de patentes solicitadas en ese período).

Si bien, la encuesta del INE presenta un sesgo al referirse a la agroindustria de Andalucía, ya que al no contemplar aquellas industrias de menos de 10 personas empleadas, dejan fuera un importante porcentaje del total del sector. Para tener en cuenta estas microempresas, se han analizado los datos de la consulta realizada a empresas agroalimentarias en 2014²⁵. Según esta consulta, los datos de intensidad de innovación y gasto medio en la agroindustria andaluza son los que se presentan en la siguiente tabla para el año 2013.

²³ La Encuesta sobre Innovación en las Empresas es un estudio integrado en los planes de estadística de la UE que tiene como finalidad ofrecer información sobre el denominado proceso de innovación, elaborando indicadores que permitan conocer los distintos aspectos de este proceso (impacto económico, actividades innovadoras, coste, ...). Se trata de un estudio que se ha dirigido a una muestra de más de 39.300 empresas de 10 o más asalariados del sector industrial, de la construcción y de servicios, incluyendo desde el año 2006 el estudio de la rama de agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.

²⁴ Intensidad de innovación (Gastos actividades innovadoras / Cifra de negocios)x100)

²⁵ Esta consulta se llevó a cabo por el Departamento de Prospectiva de ÁGAPA y se remitió a todas las agroindustrias registradas en el Registro de Industrias de Andalucía que disponían de correo electrónico, obteniéndose un total de 367 encuestas.

Tabla 23 Intensidad de innovación y gasto medio según tamaño de empresa.

Nº personas empleadas	Intensidad innovación	Gasto medio innovación
Menos de 10	2,43%	80.079,29
Más de 10	0,66%	199.646,42
TOTAL	0,75%	159.016,82

Fuente: Consulta agroindustria andaluza 2014. Departamento de Prospectiva.

Por otro lado, si se analizan los principales factores que dificultan las actividades de innovación o influyen en la decisión de innovar, la encuesta del INE identifica que los más importantes en la agroindustria son los relacionados con los costes de la innovación (tanto por el coste en sí mismo de la innovación como por falta de fondos en la empresa). Otro aspecto a tener en cuenta son los factores relacionados con el conocimiento, principalmente las dificultades que se plantean para encontrar socios para innovar. Le siguen en importancia los factores relacionados con el mercado, principalmente la incertidumbre respecto a la demanda de bienes y servicios innovadores.

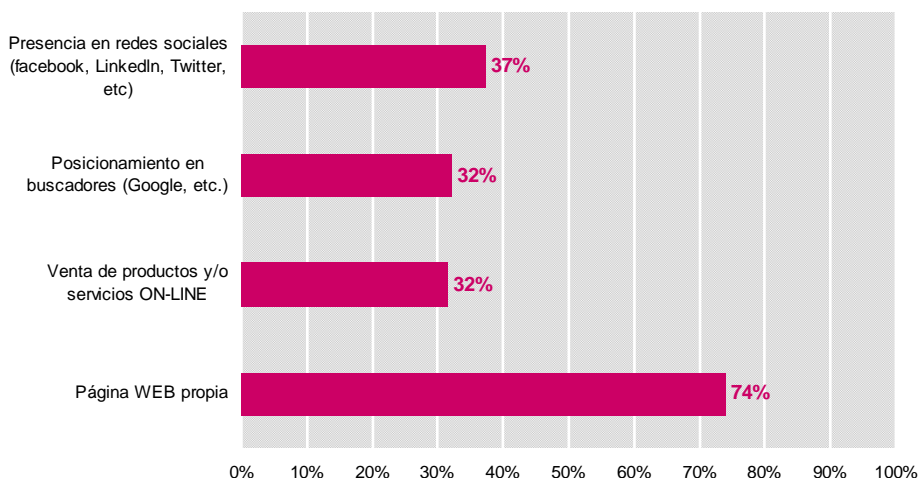
Destacar que apenas un 20% de las empresas agroalimentarias consideran que no tienen motivos para innovar ya sea porque no lo consideran necesario debido a innovaciones realizadas con anterioridad o porque no tienen demanda de innovaciones.

Hace ya bastantes años que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están ofreciendo un gran beneficio al sector agroalimentario. Entre otras actuaciones, estas tecnologías están implicadas en la calidad y seguridad de los alimentos, además de tener un papel importante en el funcionamiento interno de la empresa, facilitando la circulación de la información entre los diferentes servicios o realizando la gestión de la clientela.

En cuanto al uso de las TIC por parte de las industrias alimentarias andaluzas, destacar que en los últimos años se ha producido un avance bastante importante en este sentido. Cada vez son más las empresas que hacen uso de estas herramientas para mejorar su presencia en el mercado, especialmente en las empresas con diez o más personas trabajadoras. Concretamente, según datos de la consulta realizada en 2014 a la agroindustria andaluza, un 32% de las empresas consultadas²⁶ ya está empleando el comercio online para la venta de sus productos y/o servicios.

²⁶ Hay que tener en cuenta que esta consulta se realizó vía correo electrónico por lo que prácticamente la totalidad de las empresas que respondieron al cuestionario hacen uso del correo electrónico de manera habitual.

Gráfico 9 Uso de las TIC en la agroindustria andaluza.



Fuente: Consulta agroindustria andaluza 2014. Departamento de Prospectiva.

La Comisión Europea, a través de la publicación en 2012 de la Comunicación: “Estrategia europea para las tecnologías facilitadoras esenciales: un puente para el crecimiento y el empleo”, muestra su apuesta por estas tecnologías de futuro. Las Tecnologías Facilitadoras Esenciales TEF, (en inglés, Key Enabling Technologies, KET) son aquellas tecnologías con un uso intensivo del conocimiento que están asociadas a una elevada intensidad de I+D+i, unos ciclos rápidos de innovación, un gasto elevado de capital y una mano de obra muy cualificada. Las tecnologías identificadas como KET’s por la UE son: micro y nanoelectrónica, nanotecnología, fotónica, biotecnología, nuevos materiales y sistemas de fabricación avanzada.

La Comisión establece la inversión en innovación en las KET’s, como uno de los pilares de la nueva política industrial europea, ya que ayudará a la competitividad y al crecimiento sostenible de la economía de la UE, contribuyendo a implantar una verdadera cultura tecnológica aplicada. Hay que resaltar el impacto medioambiental que tienen las KET’s, ya que las tecnologías de ahorro energético y de reducción de las emisiones, facilitan a la UE el cumplimiento de sus objetivos en términos energéticos y de cambio climático.

Así mismo, en la citada Comunicación, se menciona a la alimentación como uno de los principales sectores de aplicación de estas tecnologías facilitadoras, principalmente la biotecnología.

En los últimos años, se han puesto en marcha en Europa distintas políticas, dentro de la estrategia Europa 2020 (se incluye la iniciativa "agenda digital para Europa" que proporciona una medida del progreso de la economía digital europea), dirigidas a abrir la información del sector público a la sociedad en general, con el fin de que ésta pueda ser reutilizada por parte de empresas, instituciones públicas y ciudadanía. Este concepto, conocido como Open Data, desarrolla la idea de que ciertos datos de la administración pública, de carácter técnico (por ejemplo información geográfica, estadística, meteorológica o datos de proyectos de investigación financiados con fondos públicos), deberían estar disponibles a la sociedad de forma libre y en un formato adecuado, que permita su uso y reutilización.

Las principales razones por las que Europa apuesta por el Open Data son:

- Su gran potencial para ser reutilizados en el desarrollo de nuevos productos y servicios
- Contribuyen a cambios sociales, ya que los datos abiertos podrán ayudar a descubrir nuevas soluciones más innovadoras para una mejor calidad de vida de nuestra sociedad
- El hecho de compartir los datos públicos mejora la eficiencia, tanto interna como entre administraciones públicas
- Permiten la futura participación de la ciudadanía en la vida social y política e incrementan la transparencia de los gobiernos

El Open Data se muestra como una oportunidad para los sectores productivos europeos en general, y para el sector agroalimentario andaluz en particular, ya que esta información pública disponible en forma directamente reutilizable por las personas usuarias, contribuirá al desarrollo de negocio y la creación de nuevas empresas.

En base a esta información, resulta necesario seguir fomentando el desarrollo de la innovación de la agroindustria andaluza con el propósito de mejorar la posición de la misma en el conjunto del sector industrial andaluz y nacional.

- ❖ Las agroindustrias son más innovadoras que la media de la industria andaluza, aunque por debajo de la media nacional.
- ❖ La intensidad de innovación de la agroindustria andaluza está por debajo tanto de la industria andaluza como de la agroindustria nacional.
- ❖ Las principales dificultades a la hora de innovar son: falta de fondos, elevado coste de innovación, falta de conocimiento y la dificultad para encontrar socios con los que innovar.
- ❖ El uso de las TIC está cada vez más implantado en las agroindustrias andaluzas.
- ❖ La Comisión Europea apuesta claramente por el futuro de las KET's aunque todavía la presencia de estas tecnologías es muy incipiente.

SOSTENIBILIDAD²⁷

La agroindustria española viene apostando en los últimos años por un modelo de producción y consumo sostenible a lo largo de toda la cadena de suministro. El concepto de sostenibilidad²⁸ de la industria alimentaria hoy en día va unido al de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) entendida como la forma de conducir los negocios de las empresas teniendo en cuenta los impactos que sus actividades generan sobre su clientela, plantilla, accionariado, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general²⁹.

Centrando la atención en el aspecto ambiental, la agroindustria española ha implementado un gran número de iniciativas y acciones para reducir el impacto ambiental que generan los productos alimentarios en cada una de las etapas de su ciclo de vida, desde su producción hasta su consumo, pasando por el transporte, procesado, distribución y venta, con el fin de mejorar la sostenibilidad de los productos agroalimentarios.

Desde el punto de vista de un consumo responsable del agua, la industria alimentaria española ha logrado una reducción del consumo anual de agua en un 33% en el período 2006-2010. De igual forma, se ha reducido el consumo específico de agua (consumo de agua por unidad de producto elaborado) en todos los sectores alimentarios, así por ejemplo, la reducción del consumo de agua en el sector de bebidas refrescantes fue del 8% entre 2010 y 2012. También se han conseguido reducir los vertidos gracias a la mejora de los equipos de depuración de aguas. El número de plantas industriales que invirtieron en equipos de depuración de aguas aumentó de un 6,1 % en 2004, a 8,38 % en 2008, lo que demuestra el esfuerzo que las industrias alimentarias están haciendo para mejorar la calidad de los vertidos de aguas residuales y, cuando es posible, aumentar las posibilidades de reutilización del agua de acuerdo con los requisitos de higiene establecidos.

En este punto, la industria alimentaria es pionera en la utilización de herramientas basadas en el Análisis del Ciclo de Vida, como la “huella hídrica” para identificar los puntos críticos de consumo a lo largo de la cadena de producto. De esta forma esta industria trabaja por un consumo de agua responsable y apuesta por sistemas de depuración más efectivos y, siempre que es posible, por la reutilización.

En cuanto al aspecto energético, los principales impactos ambientales asociados al consumo de energía son el consumo de recursos energéticos no renovables (petróleo, gas natural) y las emisiones de CO₂ que contribuyen al aumento del efecto invernadero.

El consumo de energía en la industria alimentaria española en 2011 fue de 2.097 ktep (IDEA 2014a), lo que representó el 9,9% del total del consumo industrial y el 17% del valor de la energía consumida por el sector manufacturero en 2011. De la energía total consumida por la industria alimentaria, la electricidad representa un 42% y la energía térmica un 58%. La mayor parte de la energía térmica utilizada procede de combustibles fósiles como el gas natural (25%), gasóleo (13%) y fuel (5%).

27 Fuente: Programa para la sostenibilidad integral de la industria agroalimentaria, MAGRAMA (Febrero 2015) y Alimentamos un futuro sostenible. Retos medioambientales de la Industria Alimentaria a 2020, FIAB (2014).

²⁸ De acuerdo con estos criterios podría representarse gráficamente el concepto de sostenibilidad mediante la imagen propuesta por la Comisión Europea en la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones Hoja de ruta hacia una Europa eficiente en el uso de los recursos (COM (2011) 571 final).

²⁹ Definición según el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.

La industria de alimentación y bebidas española ha sido el sector -detrás de la industria química- que más ha mejorado su eficiencia energética, medida como intensidad energética³⁰, la cual entre los años 2007 y 2010 se redujo un 2,9%. De igual forma, en el periodo 2002-2011, la industria alimentaria consiguió reducir su intensidad energética en un 46%, evidenciando así una clara mejora de la eficiencia energética y un avance en el desacople entre el consumo energético y la producción.

El sector de alimentación y bebidas lidera el ranking por número de plantas de cogeneración en España con 159 plantas (79,6% son motores de combustión interna), que suman 1.270 MW de potencia eléctrica instalada, y una producción eléctrica de 6.032 GWh. El uso de energías renovables es otro de los apartados en los que la industria alimentaria es puntera. En 2011 la industria alimentaria produjo 266 ktep de energía de fuentes renovables, la mayor parte de ellos mediante aprovechamiento de biomasa (89%) y biogás (10%). Según datos del IDAE, el ahorro energético global en la industria de alimentación, bebidas y tabaco en el periodo 2007-2010 fue de un 2,7%.

Concretamente en Andalucía, en los últimos años la agroindustria también ha llevado a cabo acciones para la valorización de los subproductos generados en los procesos industriales. En este sentido, la generación eléctrica a partir de estos subproductos ha tenido un crecimiento mayor, frente al de otras alternativas como la alimentación animal, la incorporación directa al suelo o el compostaje, conformándose en muchos casos como el principal destino de los mismos.

Como muestra de estos avances en Andalucía, el sector agroindustrial del olivar, puede considerarse como un ejemplo de utilización en cascada eficiente de los recursos o de economía circular, en el que se realiza un aprovechamiento de todos los flujos de subproductos (estos subproductos comprenden principalmente el hojín, el alperujo, el hueso de aceituna y el orujillo). Algunos de estos usos representan una importante fuente de ingresos y de generación empleo en el ámbito rural andaluz, con un impacto positivo en la lucha contra el cambio climático. Los principales usos de estos subproductos son los energéticos; en concreto, el 47,0% de la cantidad total generada de los mismos se emplea para generación eléctrica o cogeneración, y el 32,9% para usos térmicos (en conjunto los usos energéticos suponen el 79,9%). La incorporación como materia orgánica del suelo representa el 14,3%, y el resto de usos como la alimentación animal, gestión como residuo, etc. suponen el 5,9%.

Además del sector agroindustrial del olivar, otras agroindustrias, como las de elaboración de cerveza, zumo, vino y tomate de transformación, también han avanzado en la valorización de los subproductos que generan.

Pese a este avance en alguno de los sectores más importantes de la agroindustria andaluza, resulta necesario que el sector agroindustrial andaluz siga avanzando en estos aspectos para mejorar los sistemas de valorización de los diferentes subproductos generados por la industria alimentaria, haciéndolos además más sostenibles en aras a proteger el medio ambiente y la salud de las personas.

En lo que respecta a las emisiones de CO₂, la industria alimentaria es consciente de la necesidad de minimizar las consecuencias del cambio climático y por eso la reducción de las emisiones ha constituido una de las prioridades de la industria de alimentación y bebidas española.

³⁰ La intensidad energética es una forma de medir la eficiencia energética y viene dada como la cantidad de energía usada por cada euro producido.

Los esfuerzos realizados por la industria alimentaria han propiciado que en el periodo 1990-2011 se haya conseguido desacoplar el aumento de la producción de alimentos respecto de las emisiones de CO₂. Por ejemplo, la industria cervecera española, consiguió reducir en cerca de un 14% la emisión de gases de efecto invernadero entre los años 2008 y 2010.

El cambio hacia el uso de combustibles con menores emisiones de CO₂ ha sido progresivo en los últimos años, de forma que el gas natural, cuyas emisiones de CO₂ son un 25-30% menores que el fuel, representa actualmente el 63% del consumo total de combustibles consumido por las industrias de alimentación y bebidas en España.

La incorporación de energías renovables como la biomasa, el biogás o la energía solar térmica es también una estrategia efectiva para la reducción de las emisiones de CO₂. Cada vez es mayor el uso de subproductos y residuos como una fuente de energía renovable y las inversiones en tecnologías bajas en carbono, como la cogeneración, están permitiendo reducir las emisiones en mayor medida. Asimismo el sector está adoptando el uso de refrigerantes alternativos en los casos en los que son técnica y económicamente viables, seguros y energéticamente eficientes.

El transporte y la logística del suministro de materias primas a las industrias alimentarias y de la distribución del producto final es otra actividad relevante desde el punto de vista de las emisiones de GEI y el consumo de combustibles. Para aminorar los efectos, las industrias están adoptando diversas estrategias como el uso de vehículos más eficientes, programación de rutas, etc.

Por otro lado, las industrias alimentarias son pioneras en el uso de herramientas de cálculo de la huella de carbono (GHG Protocol, ISO 14067, ISO 14040, PAS 2050) con la aspiración de comprender, cuantificar, y reducir sus emisiones de GEI a lo largo del ciclo de vida del producto.

Como parte de su compromiso con el medio ambiente, la industria alimentaria ha volcado sus esfuerzos en mejorar la gestión de los residuos que produce para reducir en lo posible el impacto ambiental de los mismos. La mayoría de los residuos generados por este sector son residuos de envase (papel y cartón, plásticos, madera, etc.). Estos envases juegan un papel esencial en la seguridad, calidad y vida útil de los alimentos y constituyen el soporte principal para comunicar a las personas consumidoras la información relevante sobre el producto. Las industrias agroalimentarias llevan muchos años desarrollando e implementando estrategias para minimizar el impacto medioambiental de los envases puestos en el mercado, manteniendo la calidad y seguridad alimentaria de los productos a lo largo de toda su vida útil.

Las industrias de alimentación y bebidas representan aproximadamente el 80% del peso de los envases adheridos a ECOEMBES y casi el 99% de las empresas adheridas de ECOVIDRIO (2.655 empresas adheridas). Según datos de ECOVIDRIO, en los últimos 5 años se han implantado más de 6.000 medidas de minimización de envases de vidrio en la industria alimentaria, lo que ha permitido reducir el peso medio de los envases en un 10%.

La tasa de reciclado se ha situado en un 66,6%, equivalente a 4.188.543 t de vidrio reciclado y se han evitado la emisión de 2.806.324 t de CO₂ a la atmósfera. Sólo en el año 2003, las medidas de mejora implantadas por las industrias alimentarias permitieron ahorrar 825.220t de materias primas y 1.038.401 kWh de energía.

Por otra parte, el peso medio de los envases se ha reducido, así, mientras que en el año 2000 se requerían 75,7 g de material para envasar 1 Kg de alimentos, en el año 2013 sólo se requirieron 66,5 gramos para envasar esa misma cantidad, es decir, un 12% menos de material.

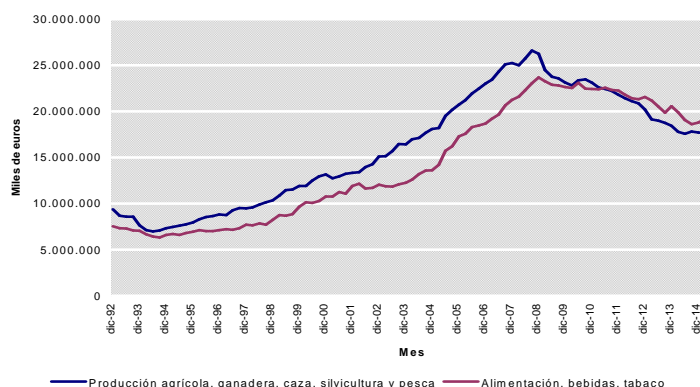
En España se reciclan 7 de cada 10 envases puestos en el mercado, destacando que reduciéndose un 23% la generación de residuos de envase, a su vez, la tasa de reciclado en España ha aumentado, superando el 70%.

- ❖ En los últimos años la industria alimentaria ha llevado a cabo acciones con el propósito de mejorar la gestión sostenible del agua, energías renovables y residuos, alcanzando importantes avances en estos aspectos en relación al total de la industria. No obstante, resulta necesario seguir trabajando en esta línea para conseguir mejorar la sostenibilidad de la agroindustria nacional y andaluza.
- ❖ Concretamente la valorización de los subproductos, pese a los logros alcanzados en algunos sectores en los últimos años, sigue sin tomar fuerza en importantes sectores de la industria alimentaria.

ACCESO AL CRÉDITO

Según datos del Banco de España, se ha producido una caída en el crédito otorgado a la industria de la alimentación, bebidas y tabaco, desde los niveles máximos alcanzados a finales de 2008, aunque su evolución ha sido menos negativa que, por ejemplo, las actividades de producción agrícola, ganadera, caza, silvicultura y pesca.

Gráfico 10 Créditos aplicados a financiar actividades productivas en España



Fuente: Banco de España

Pese a haberse producido una caída en los créditos, sí que se puede observar cómo a partir de diciembre de 2014 se ha producido una cierta subida en los niveles crediticios, aunque es pronto para saber si será sostenida en el tiempo. Actualmente los niveles crediticios se corresponden con los existentes a finales de 2006, frente, por ejemplo, a la agricultura, cuyos niveles actuales se corresponderían a los existentes en 2004.

Si se tiene en cuenta los créditos totales concedidos a residentes en España (excluido el propio sistema financiero y las administraciones públicas), en junio de 2015, el sector de la alimentación, la bebida y el tabaco representaría un 1,4% de los créditos totales, frente al 1,3% que representa la producción agropecuaria. Aunque podría pensarse que esta cifra es pequeña

teniendo en cuenta que la participación del VAB del sector de la industria de la alimentación y las bebidas representan un 2,4% sobre el PIB, debe tenerse en cuenta que el crédito a otros sectores residentes incluye también operaciones relacionadas con las personas consumidoras finales, tales como préstamos para la adquisición de viviendas o vehículos, y que la agricultura, con un nivel crediticio en la actualidad menor representa un 2,5% sobre el PIB .

Si se acude a analizar los datos disponibles en ICO la utilización de fondos se ha mantenido en parámetros muy similares en los últimos años lo que parece no indicar que existan necesidades específicas crediticias para el sector.

Tabla 24 Utilización de fondos ICO en España

Sector	2014		2013		2008	
	Empresa y emprendedores	Internacionalización	Empresa y emprendedores	Internacionalización	Empresa y emprendedores	Internacionalización
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	6%	4%	6%	3%	5%	2%
Industria de la alimentación	6%	14%	7%	14%	6%	13%

Fuente: Instituto de Crédito Oficial.

- ❖ En los últimos años se ha producido una caída en el crédito otorgado a la agroindustria en nuestro país, aunque esta disminución ha sido menos acusada que en el sector agrario y está cambiando de tendencia en el último mes de 2014.
- ❖ La utilización de fondos ICO se ha mantenido en los últimos años, lo que parece indicar que no hay necesidades específicas crediticias en este sector.

Caracterización externa

EL SECTOR PRIMARIO

La industria agroalimentaria andaluza se nutre de un sector primario de gran importancia en el territorio andaluz tanto desde el punto de vista económico, social y territorial. El sector agrario en Andalucía es el motor económico de muchos de los municipios andaluces además de ser la principal fuente de empleo en la mitad de ellos.

Más de la mitad de la superficie total de Andalucía se clasifica como superficie agraria útil (SAU), registrándose un total de 4,4 millones de hectáreas, lo que representa el 18,5% de la SAU nacional y un 2,6% de la comunitaria. Esta superficie muestra un equilibrio entre cultivos permanentes y anuales entre los que destaca la presencia del olivar, con 1,5 millones de hectáreas (30,9% SAU).

La SAU andaluza se reparte entre un total de 246.104 explotaciones según el Censo de 2009, un 24% del total de explotaciones a nivel nacional y un 1,8% de las explotaciones agrarias comunitarias. El tamaño medio de estas explotaciones es de 17,9 hectáreas de SAU, siendo un 25,4% más reducido que la media nacional (24,0 hectáreas) y eso teniendo en cuenta que, en general, el Censo no contabiliza a aquellas explotaciones inferiores a 1 hectárea, las cuales son bastantes frecuentes en la realidad del sector agrario andaluz.

En el 94% de los casos los titulares de esta explotaciones son personas físicas, aglutinando el 64% de la SAU total andaluza y el 71% de las UTA generadas en la actividad agraria. Las sociedades mercantiles (titulares del 3% de las explotaciones), agrupan el 18% de la SAU total andaluza y el 18% del total del empleo generado en la actividad agraria. En cuanto a la edad de los jefes de explotación, en un 74% de los casos tienen más de 45 años (un 25% tienen al menos 65 años).

Desde el punto de vista económico, el PIB agrario andaluz representa el 4,5% del PIB total en 2013 y más de una cuarta parte (26%) del PIB agrario nacional en ese mismo año. Estos valores son elevados si se comparan con los registrados a nivel nacional y a nivel de la UE (2,5% y 1,7% (PIB agrario andaluz en relación al PIB total), respectivamente).

De igual forma, el sector agrario en Andalucía participa en mayor medida en el Valor Añadido Bruto (VAB) (5% en 2010), que en otros ámbitos territoriales analizados, en los que esta aportación se sitúa en el 2,3% en el caso de España y en el 1,4% para la UE. No obstante, en los últimos años, tanto el sector primario como el secundario han ido perdiendo peso en la economía andaluza, en favor del sector servicios, aunque esta caída ha sido más acusada en el sector secundario.

La Producción de la Rama Agraria (PRA) andaluza para el año 2013 presenta un valor de 9.831 millones de euros, cifra que representa el 2,4% de la PRA de la UE-28 y el 22,2% de la PRA de España. El valor de la Producción de la Rama Vegetal es la de mayor importancia, con más del 80% del total, frente al valor de la Producción de la Rama Animal. Los sectores de Frutas, Hortalizas y Aceite de Oliva suman en torno al 70% de la PRA andaluza de media en el periodo 2010-2014 y el 85% de la Producción de la Rama Vegetal. Analizando su evolución, se aprecia una tendencia creciente en la Producción de la Rama Agraria desde el año 2000. Respecto al año 2012, esta producción se ha incrementado en un 0,6% a nivel de Andalucía, una subida inferior a la registrada a nivel nacional (2,6%).

La actividad agraria proporciona en Andalucía en torno a 260.000 UTA y una Producción estándar total de unos 7.818 millones de euros según datos del Censo Agrario de 2009.

La Renta Agraria de Andalucía, con 7.201 millones de euros, representaba en 2013 el 5,0% de la de la UE y el 29,6% de la de España. Esta Renta ha experimentado un aumento del 0,4% respecto a la renta agraria andaluza del 2012, mientras que para la renta agraria española este incremento fue del 7,0%. No obstante, la renta agraria ha seguido una trayectoria irregular en los últimos años, si bien en el periodo 2000-2014, ha experimentado una mejora del 24%, registrando su valor máximo en 2007 con un valor de 8.577 millones de euros.

Respecto a la evolución 2000-2014 de la Renta Agraria por UTA en Andalucía, considerándola en términos corrientes, esta ha experimentado un crecimiento del 53,3%, mientras que si se analiza en términos constantes, prácticamente se ha producido un estancamiento, decreciendo un 2,9% en el periodo considerado (frente a un leve incremento del 1,9% experimentado a nivel nacional). Por tanto, la Renta disponible para remunerar el empleo agrario se ha mantenido prácticamente invariable, haciendo menos atractivo el sector al demandante de empleo.

La población ocupada agraria en Andalucía se situaba en el año 2013 en el 7,6%, dato que es superior al nacional (4,3%) y al de la zona euro (3,4%), mientras que la tasa de desempleo agrario en Andalucía registrada de media en el año 2013 fue del 44,4% (frente al 36,2% de tasa de desempleo total).

Respecto al número de activos agrarios, a nivel nacional apenas ha variado (ha disminuido sólo un 0,3% en el periodo 2008-2014), mientras que se ha incrementado hasta un 19,1% en el caso de Andalucía. En este sentido, la relación de la población activa agraria respecto al total de población activa es más representativa en Andalucía que en España en todo el periodo considerado. Sin embargo, el número de personas ocupadas en el sector agrario en ese mismo periodo, descendió sensiblemente tanto a nivel nacional como a nivel andaluz, con retrocesos del 16,3% y del 6,0% respectivamente. A partir de 2010, el peso de las personas ocupadas agrarios sobre el total de la población comenzó a perder representatividad a nivel andaluz y nacional, aunque en el caso de Andalucía, en el año 2014 cambió de nuevo la tendencia alcanzándose el máximo del período analizado con un 8,4% de personas ocupadas en el sector agrario sobre el total de personas ocupadas, frente al 4,2% registrado a nivel nacional.

Con esta realidad, el número de parados en el sector agrario creció notablemente en el periodo 2008-2014 tanto a nivel nacional como a nivel andaluz, registrándose un total de 155.175 personas paradas en Andalucía y 277.675 personas a nivel nacional según datos del INE. Sin embargo, el peso de los parados agrarios en el total de la población parada disminuyó, tanto en España como en Andalucía, en ese periodo, situándose para 2014 en un 11,2% en Andalucía y un 4,8% en España.

Por último, analizando el número de afiliados al Régimen Especial Agrario en Andalucía se observa un crecimiento del 6,29% en el periodo 2007-2014, lo que supone un total de 28.229 nuevos afiliados. Esto puede tener su origen en que son muchas las personas trabajadoras que han regresado al sector agrario después de haber desempeñado durante años labores en otros sectores productivos.

- ❖ El sector agrario andaluz, de gran importancia económica, social y territorial, permite abastecer a la agroindustria andaluza de una amplia gama de productos de gran calidad distribuidos por todo el territorio.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN AGROALIMENTARIA

El crecimiento en las últimas décadas de la gran distribución agroalimentaria ha tenido como consecuencia, entre otras, el debilitamiento del poder negociador de los profesionales de la producción y de la industria agroalimentaria, en especial cuando se trata de pequeños profesionales de la producción y Pymes, que, en muchos casos se han visto excluidos de esta forma de venta que aboga por grandes volúmenes, pequeños precios y una desvinculación cada vez mayor entre las personas productoras y las consumidoras.

La distribución organizada tiene en España el 72,2% de la cuota de mercado por facturación, concentrándose en cinco empresas el 57% de las ventas (la primera empresa representa el 25%). El resto de cuota (27,8%) corresponde a la distribución especializada. A pesar de estos

niveles de concentración, España está muy lejos de países de nuestro entorno, como Austria, Bélgica, Suecia o Dinamarca, donde las tres primeras cadenas superan el 70% de la cuota.

Por tipo de establecimiento de compra, las tiendas tradicionales son las que han sufrido un mayor descenso en el último año y el mayor incremento de ventas lo han experimentado las tiendas descuento.

En la distribución de cadena larga, las personas consumidoras en general suelen estar desvinculados del sector productor, ignorando en muchos casos el origen y las condiciones de producción de los productos que consumen, sin tener a menudo la opción de acceso a productos locales.

Desde esta perspectiva, una persona consumidora cada vez más exigente con los productos agroalimentarios, está demandando que lo que consume sea fresco y mantenga unas propiedades y unas características excelentes. En este sentido, en los últimos años se constata una tendencia creciente de las iniciativas de canales cortos³¹ que suelen ir vinculados a la proximidad geográfica, participación de la persona consumidora en el proceso de producción-distribución, respeto al medioambiente y al bienestar animal, remuneraciones justas, soberanía alimentaria, productos diferenciados o contribución al desarrollo local. En Andalucía existen más de 400 profesionales de la producción y unas 6.000 personas consumidoras habituales (en distinto grado)³². Estas iniciativas aglutinan a profesionales de la producción, grupos de personas consumidoras y en ocasiones son impulsadas por organizaciones agrarias, agentes de desarrollo local o asociaciones.

En este análisis de los canales de distribución, resulta imprescindible tener en cuenta las diferentes acciones que en los últimos años se están llevando a cabo con la intención de aportar una mayor transparencia al mercado y contribuir a mejorar el conocimiento de cómo funcionan las cadenas de distribución de los productos agroalimentarios.

En esta línea, el MAGRAMA aprobó la Ley de la Cadena Agroalimentaria, la cual establece medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, e incluye mecanismos y herramientas necesarias para su cumplimiento, como la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), el Observatorio de la Cadena Alimentaria y el Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria³³.

Por su parte, la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía cuenta con el Observatorio de Precios y Mercados (desde el año 2006), un instrumento de análisis de tendencia del mercado y una herramienta de apoyo fundamental para la toma de decisiones estratégicas del sector agroalimentario andaluz, que pretende dotar de una mayor transparencia al mercado agrario. Recientemente se ha creado una aplicación móvil, herramienta de utilidad para acercar a un público amplio esta plataforma de información, que se puede descargar desde la URL del Observatorio de Precios y Mercados (<http://www.cap.junta-andalucia.es/agriculturaypesca/observatorio/servlet/FrontController?ec=default>)

³¹ Entendido como un canal directo o circuito corto de comercialización, en el que no existen intermediarios o bien como un canal indirecto corto, en el cual solo opera un único intermediario.

³² “Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía” del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de la Universidad de Córdoba. Centro de Estudios Andaluces. 2012.

³³ Ha sido suscrito, de manera voluntaria, por las Organizaciones Profesionales Agrarias ASAJA, COAG y UPA; Cooperativas Agro-alimentarias de España, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y la Asociación Española de Distribuidores de Autoservicio y Supermercados (ASEDAS).



- ❖ Fortaleza de la gran distribución frente a un sector agroindustrial disperso con poco poder negociador
- ❖ Tendencia creciente de las iniciativas de canales cortos por una mayor demanda por parte de las personas consumidoras.
- ❖ Desarrollo de iniciativas para aportar transparencia al mercado y conocer el funcionamiento de las cadenas de distribución, tanto por parte del MAGRAMA (Ley de la Cadena Agroalimentaria y el papel de la AICA) y por parte de la CAPDR (principalmente destacar el papel del Observatorio de Precios y Mercados).

ANÁLISIS DEL CONSUMO

El acceso a información actualizada y de calidad sobre el mercado, sus tendencias y el comportamiento de la persona consumidora se configura como un factor decisivo a la hora de adoptar decisiones adecuadas para mejorar el nivel competitivo de la industria agroalimentaria. En los últimos años, sobre todo las grandes empresas han cambiado del tradicional enfoque transaccional, dirigido a captar clientela, por un sistema de marketing relacional, enfocado a mantener con su clientela una relación más duradera basada en el conocimiento de sus gustos y la satisfacción de sus expectativas. Sin embargo, la agroindustria andaluza, que, como se ha visto, está compuesta en su mayoría por PYMES, dispersas por todo el territorio andaluz, adolece aún de una falta de conocimiento del mercado y de la persona consumidora, lo que acarrea una falta de adecuación de la oferta a la demanda, productos escasamente diferenciados y competencia más agresiva en precios.

En este contexto, resulta necesario analizar el comportamiento de las personas consumidoras de cara a que la agroindustria centre sus esfuerzos en satisfacer esas demandas. Como punto de partida, se analiza a continuación información sobre el consumo alimentario en España describiendo el consumo en el hogar, el consumo extradoméstico y algunas tendencias y comportamientos de la persona consumidora al comprar productos alimentarios³⁴.

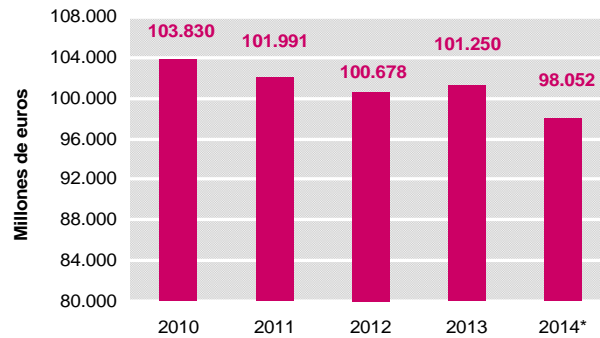
De manera general, comentar previamente que se ha producido en los últimos años un envejecimiento y una disminución del número de personas consumidoras en nuestro país (la población española ha disminuido un 1,18% desde 2010-2014), así como una reducción del tamaño medio de la familia.

Además, desde 2010, tanto el IPC general como el de alimentos y bebidas no alcohólicas han experimentado una tendencia creciente, invirtiéndose en 2013-2014 (tasa de variación anual de -1% y 0,3%, respectivamente). Este decrecimiento del último año se debe fundamentalmente a la caída de los precios en los alimentos sin elaborar.

Dentro del consumo total en España, el consumo en el hogar tiene un mayor peso que el extradoméstico, suponiendo en 2014 un 68% del total del gasto, habiéndose incrementado su importancia respecto a 2010, año en el que supuso un 65%.

³⁴ Fuente: Informe del Consumo de Alimentación en España 2014. MAGRAMA y Marco Estratégico para la Industria de Alimentación y Bebidas. MAGRAMA y FIAB.

Gráfico 11 Evolución del gasto total en alimentación en España



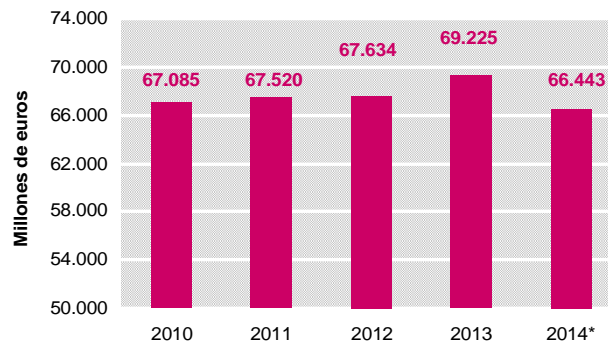
* A partir de 2014, debido a un cambio metodológico, se produce un nuevo universo.

Fuente: MAGRAMA. Informe consumo alimentación 2014

La evolución del gasto total en alimentación muestra una disminución del 5,6%. La mayor caída se produce en 2014, siendo ésta del 3,2%. Esta caída acontecida en 2014, es consecuencia, en mayor medida, al descenso experimentado en el gasto de alimentación para consumo en el hogar que en la alimentación extradoméstica.

Consumo en el hogar

Gráfico 12 Evolución del gasto en alimentación en el hogar (Retail) en España



* debido a un cambio metodológico se produce un nuevo universo. La diferencia es inferior al 1%, obteniéndose para 2013 un dato corregido de 68.876 millones de euros.

Fuente: MAGRAMA. Informe consumo alimentación 2014

En el periodo analizado, la evolución del gasto doméstico en alimentación muestra una ligera caída del 1%. Respecto al último año, se produjo una caída del gasto del 3,5%, estando ésta debida tanto a un descenso en el consumo, -2,3%, como a un menor precio medio, -1,2%.

El canal de compra preferido para el consumo de alimentación en el hogar es el supermercado³⁵, concentrando el 43% de las compras totales. Sin embargo, para la compra de

³⁵ Los tipos de establecimientos son: supermercados, hipermercados, establecimientos descuento, comercio especializado, resto de canales (autoconsumo, mercadillos y otros canales)

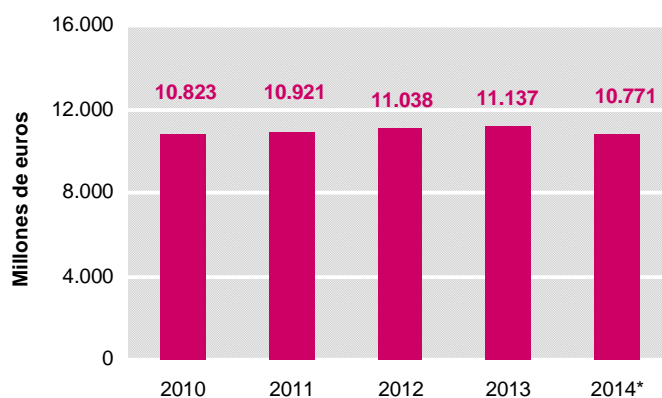
alimentación fresca³⁶, este porcentaje disminuye pasando a ser el principal canal de compra el comercio especializado³⁷.

La calidad de productos, proximidad/cercanía y los buenos precios aparte de ofertas, son los tres principales factores que determinan la elección del establecimiento de compra. El factor precio, aunque ha descendido en importancia en los dos últimos años, tiene mayor peso que en los años previos a la crisis.

Las marcas de distribuidor (MDD), ya suponen el 42% de sus ventas, para el año 2014, siendo el 2º país en el ranking de penetración de la MDD, por detrás del Reino Unido.

Andalucía es la tercera Comunidad Autónoma con menor consumo per capita en alimentación, siendo éste de 621,5 kg-l y la cuarta con menor gasto per capita, con una cifra de 1.289,7 €.

Gráfico 13 Evolución del gasto en alimentación en el hogar (Retail) en Andalucía



* debido a un cambio metodológico se produce un nuevo universo. La diferencia es inferior al 1%, obteniéndose para 2013 un dato corregido de 11.225 millones de euros.

Fuente: MAGRAMA. Base de datos de consumo en hogares por CCAA

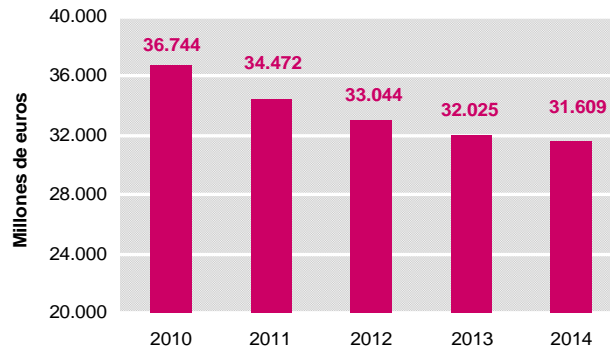
En el periodo analizado, la evolución del gasto doméstico en alimentación en Andalucía, muestra una ligera caída del 0,5%. Respecto al último año, la caída experimentada ha sido mas pronunciada, alcanzando un 4%.

³⁶ Por alimentación fresca se entiende: frutas frescas, hortalizas frescas (incluidas patatas frescas), carnes frescas, pescado fresco, marisco/ molusco fresco, pan fresco y huevos.

³⁷ Se entiende por comercio especializado: tienda tradicional, panadería, carnicería/charcutería, pescadería, tienda de congelados, y mercados y plazas.

Consumo extradoméstico

Gráfico 14 Evolución gasto en alimentación extradoméstico (Horeca) en España



Fuente: MAGRAMA. Informe consumo alimentación 2014

En el periodo analizado, se ha producido un fuerte descenso en el gasto en alimentación extradoméstico, del 14%, correspondiéndole al año 2011 la bajada más pronunciada. En 2014, se suavizó el descenso experimentado.

Respecto al total de gasto realizado en 2014, el ticket medio se ha mantenido casi estable, con una subida de 0,4%, mientras que el número de visitas ha disminuido un 1,6%, resultando una disminución de las ventas del 1,3%.

El peso del canal Horeca en el total del gasto realizado en alimentación es significativo, en comparación a otros países de Europa.

Dentro del sector Horeca, el 50% de la cuota corresponde a restaurantes.

Tendencias:

Tendencias socio demográficas:

Se espera un crecimiento y envejecimiento de la población mundial. Esto vendrá acompañado de un incremento de la clase media mundial, principalmente en Asia. Teniendo en cuenta este crecimiento, la producción primaria global de alimentos se tendrá que incrementar un 70% en las próximas cuatro décadas.

Se produce una amplitud del concepto de unidad familiar, debido a la proliferación de hogares unipersonales y familias sin descendencia.

Tendencias de consumo:

Según un estudio de Nielsen, el 81% de las personas residentes en España ha modificado sus hábitos de consumo por la coyuntura económica. Las personas consumidoras han adoptado medidas de ahorro, tales como reducir el ocio fuera de casa (65%) o comprar productos de alimentación más baratos (48%). La compra se realiza de manera más reflexiva, realizando una mayor comparativa y optando por opciones más económicas como MDD y los discounts. A pesar de esto, sigue existiendo una fidelidad alta en la compra de las mismas marcas (70,9%).

En línea a la realización de la compra de manera más reflexiva, aparece en el mercado un nuevo tipo de minorista: las tiendas gourmet o de calidad gourmet. En nuestro país han aparecido pequeñas tiendas especializadas de alimentos frescos en las que se potencia el

servicio a domicilio de productos de alta calidad, así como la venta de alimentos frescos que provienen directamente de granjas y de profesionales de la producción.

Se solicitan alimentos con mensaje, que supongan una experiencia multisensorial, alimentos individualizados, un consumo inteligente con soluciones simples y flexibles.

Aparecen nuevos tipos de personas consumidoras. En relación con la cercanía surgen huertos urbanos y alimentos directamente adquiridos de los profesionales de la producción. Aparece también en escena el comprador de marca España o marca de la región.

Tendencias en nutrición y salud:

La salud, como valor añadido en la alimentación, es cada vez más importante. Se demandan alimentos seguros, equilibrados, saludables, naturales, denominados “libres de “ o “bajos en”, eco y bio. Existe interés por nuevos productos como los alimentos funcionales. Aparece en escena una persona consumidora superinformada y demandante de información nutricional.

Se demanda un consumo de calidad, pero no sólo como concepto asociado a las características intrínsecas de un alimento. Se va más lejos, aplicando el término calidad en el ámbito de la alimentación saludable (desde el punto de vista del contenido en grasas y azúcares y basada en la simplicidad), de la información transparente y de la seguridad alimentaria.

Tendencias medioambientales:

Se establece una relación entre industria eficiente y sostenibilidad del medio ambiente. El 54% de las personas consumidoras considera la sostenibilidad ambiental como uno de los factores de compra que más valora. Se demanda un uso más responsable y eficiente del agua y de las fuentes de energía, así como una mayor implicación en la gestión de residuos, vertidos y emisiones.

Existe un aumento de la preocupación social por el bienestar animal desde el punto de vista de la producción, el transporte y el sacrificio de los animales, aunque el nivel de conciencia con el bienestar animal varía dependiendo del país, destacando los países nórdicos y los centroeuropeos como los que más se preocupan por esta cuestión.

Tendencias normativas:

La apertura de los mercados someterá a las empresas a mayor normativa. Esto unido a la alta dispersión competencial española pone en riesgo la competitividad de las empresas. Los impuestos especiales pueden afectar negativamente a algunos productos concretos. Se está produciendo un creciente control administrativo relacionado con la seguridad alimentaria y la calidad.

Tendencias tecnológicas:

Las nuevas tecnologías facilitan la trazabilidad, ayudan en la conservación de alimentos así como una optimización productiva en términos generales. Se establecen nuevos modelos de comunicación empresarial y distintas formas de organización social.

Aparece un nuevo horizonte: la distribución online.

Las compras de alimentación realizadas a través de internet en 2014 se han incrementado de forma significativa. A nivel mundial este incremento ha sido del 28%, mientras que a nivel español ha experimentado un crecimiento del 25% en volumen y 27% en valor con respecto a 2013. A pesar de esto, este canal sólo representa el 0,8% de las compras en alimentación totales, lo que supone una facturación online cercana a los 600 millones. Recientemente una

potente empresa de venta de productos online, ha incorporado la alimentación, incluido los frescos, como uno de los sectores que comercializa en España³⁸.

Por otro lado, de los 19 millones de internautas que realizan compras online en España, sólo un 1,2% compra alimentación vía Internet. Otra característica del eCommerce en alimentación es que disminuye a medida que aumenta la edad y es más bajo también en poblaciones más pequeñas.

El comercio online en la alimentación todavía tiene un largo recorrido por delante, detectándose como una de las principales trabas para su despegue la logística.

En Andalucía, en el año 2013, el 12,5%³⁹ de las personas entre 16 y 74 años compraron por internet productos de alimentación y otros de consumo no duraderos.

- ❖ Disminución del gasto dedicado a la alimentación en los últimos años, alcanzando los niveles más bajos en 2014.
- ❖ La compra se realiza de manera más estudiada y realizando una mayor comparativa.
- ❖ Continúa en aumento la presencia de la marca del distribuidor, alcanzando en 2014, el 42% de la cuota de mercado.

INDUSTRIA AUXILIAR

El desarrollo de la actividad agraria y agroindustrial ha impulsado la creación y posterior consolidación de una industria auxiliar, constituida por un conjunto amplio y heterogéneo de empresas que proporcionan insumos en forma de productos y servicios necesarios para la producción y comercialización de productos agroalimentarios.

La variedad de subsectores y tipo de empresas es amplia, desde empresas relacionadas con la agroindustria como proveedores de envases y embalajes, equipos de control y climatización, maquinaria de manipulación, empresas de servicios avanzados, de tratamiento de residuos, de logística y transporte, etc., hasta la industria auxiliar de la actividad agraria en sí, que indirectamente están también relacionadas de alguna manera con la agroindustria y que abarca empresas de sustratos, agroquímicos, semillas y viveros, riego y fertirrigación, plásticos, estructuras de invernaderos, maquinaria y utillaje, entre otras.

Aunque no existen datos completos para cuantificar este sector tan amplio y heterogéneo, sí se puede afirmar que esta industria auxiliar tiene una importancia creciente, sobre todo en zonas de hortícolas protegidos o de olivar, aportando un valor añadido a la industria agroalimentaria andaluza. En los últimos años esta industria auxiliar ha experimentado un crecimiento, pasando de una alta dependencia de la adquisición de insumos del exterior hace décadas a la apertura de nuevos mercados para abastecer a agroindustrias y profesionales de la producción en destinos más lejanos.

³⁸ Fuente: <http://www.alimarket.es/noticia/194508/Amazon-desembarca-en-el-sector-de-la-alimentacion-en-Espana>

³⁹ Fuente: Informe Anual "La Sociedad en red 2014". MINETUR

A modo de ejemplo se aportan datos de fabricación de determinada maquinaria para la industria de la alimentación, bebidas y tabaco en Andalucía, en concreto de maquinaria de refrigeración para uso no doméstico (buena parte destinada a la agroindustria, aunque no toda), maquinaria para la preparación de frutas, hortalizas o legumbres, para la extracción o la preparación de aceites o grasas y el valor del mantenimiento de la maquinaria agroindustrial.

Tabla 25 Fabricación de determinada maquinaria para la industria de la alimentación, bebidas y tabaco (valor, miles de euros)⁴⁰

	2010	2011	2012	2013	2014	Media 2010-2014	% evoluc.
Muebles frigoríficos de uso no doméstico	90.952	92.746	92.139	103.243	92.554	94.327	2%
Maquinaria para la preparación de frutas, hortalizas y legumbres	9.752	7.888	6.339	6.526	8.426	7.786	-14%
Maquinaria para la extracción o preparación de aceite y grasas	20.394	18.442	16.387	16.535	19.277	18.207	-5%
Reparación y mantenimiento de maquinaria para la industria de la alimentación, bebidas y tabaco	25.545	18.342	21.232	24.037	31.385	24.108	23%

Fuente: Encuesta Industrial Anual de Productos, IECA.

España exportó en el año 2015 maquinaria para la industria alimentaria por valor de casi 556 millones de euros, de los cuales casi 42 millones corresponden a Andalucía⁴¹. En los últimos 5 años las exportaciones andaluzas de este tipo de maquinaria han crecido un 55% (2011-2015), y se destinan sobre todo a mercados como Rusia (20%), Marruecos (17%), Portugal (8%), Argelia (6%), Italia (5%), Alemania (3%) y Grecia (3%) en 2015. El tipo de maquinaria es principalmente para la industria de bebidas (21%), molinería (19%), maquinaria de selección (16%), frutas y hortalizas (9%) y aceites (9%).

- ❖ Entorno a la agroindustria andaluza se desarrolla una industria auxiliar, amplia y heterogénea, que está creciendo en los últimos años en los mercados exteriores.

Perspectivas de futuro

En un contexto global, en el que las personas consumidoras cada vez se muestran más preocupados por la salud y más exigentes con la composición y condiciones de procesado de los alimentos, al mismo tiempo que exigen precios más competitivos y respeto medioambiental, el futuro de la industria agroalimentaria andaluza pasa sin más remedio por adaptar estrategias encaminadas al crecimiento industrial. Para ello será necesario que se aborden retos estructurales relevantes:

- Falta de tamaño
- Aumento de competitividad
- Falta de inversión en I+D

⁴⁰ No se pueden aportar datos más globales de maquinaria total para la industria de la alimentación, bebidas y tabaco por falta de datos en la fuente, por secreto estadístico.

⁴¹ Datos de ICEX Estacom, código ICEX:40212 - MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

- Necesidad de cooperación entre todos los eslabones de la cadena

Acciones como la fusión de empresas o la formación de clústeres especializados, la captación de talento y la capacitación o el aumento de eficiencia en la inversión en I+D de las agroindustrias a través de la cooperación empresarial se hacen imprescindibles. Así mismo, resulta de vital importancia la cooperación entre todos los eslabones de la cadena, clave para garantizar la viabilidad del sector primario, la agroindustria y de la propia distribución. Para cambiar el paradigma de confrontación entre producción y distribución, se están realizando esfuerzos para consolidar una cadena agroalimentaria sostenible, compartiendo conocimientos entre los eslabones que ayuden a alcanzar un mayor nivel de eficiencia y competitividad⁴².

La disrupción tecnológica que se está produciendo representa una oportunidad muy relevante para el sector agroindustrial. La aplicación de los avances de la ciencia y la tecnología a los procesos y productos de la industria agroalimentaria se ha convertido en una prioridad. Robótica, clonación, nanotecnología, ultrasonidos...son campos tecnológicos en los que la industria agroalimentaria ya está trabajando para producir los alimentos del futuro.

La innovación en procesos (más respetuosos con el medio ambiente, que generen menos desperdicios o que consuman menos energía y recursos), nuevos ingredientes, productos y formas de presentación que respondan a las demandas de la clientela, es indispensable para hacer frente a los desafíos que plantea la persona consumidora.

Una de las tendencias actuales en las sociedades desarrolladas como la andaluza, es una creciente influencia de factores relacionados con la salud en la toma de decisiones de la ciudadanía. El creciente esfuerzo por ofertar una alimentación más saludable por parte de las empresas alimentarias desarrollando nuevos productos y ofreciendo más y mejor información, constituyen una oportunidad para diferenciar sus productos de la competencia. Debido a sus características particulares, la agroindustria disfruta de una posición privilegiada, dada su cercanía a las materias primas, su relación con los canales cortos de comercialización y en su caso, su presencia directa en mercados locales.

A pesar de esta preocupación creciente por mejorar la salud a través de una buena alimentación, es evidente que uno de los principales problemas de salud pública actual es la prevalencia del sobrepeso y la obesidad en la población. Para intentar atajar este grave problema, desde la Administración se están realizando diversas actuaciones, entre otras, en el desarrollo normativo de una futura Ley contra la obesidad, además de la promoción de los beneficios que reporta la dieta mediterránea, declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, en la salud de las personas.

A continuación se comentan algunas tendencias que ya están condicionando el futuro de la industria agroalimentaria y que pueden acabar implantándose y generalizándose:

BIOECONOMÍA Y ECONOMÍA CIRCULAR

La sociedad se enfrenta a serios problemas a nivel mundial en las próximas décadas. El incremento de la población previsto del 30% en el 2050 prevé una sobre explotación de los recursos naturales, cambios en el clima, presiones sobre el medio ambiente y pérdida de la biodiversidad. En este contexto, Europa se plantea el reto de hacer una transición de una economía basada en los recursos fósiles, a basarla en bio-recursos, bajo el nuevo paradigma

⁴² En el epígrafe sobre canales de distribución agroalimentaria se hace referencia a las iniciativas que la Administración está llevando a cabo para mejorar el equilibrio en la cadena agroalimentaria.

de la economía circular, en la que se pone en juego un nuevo modelo productivo y de consumo, basado en el cierre de los flujos y el reaprovechamiento de los residuos como recursos.

En dicha transición surge el concepto de bioeconomía, como economía que utiliza los recursos biológicos terrestres o marinos, o residuos orgánicos, como base para la producción de alimentos y piensos, bioenergía y otros bioproductos. En la bioeconomía participan decisivamente los sectores agrario y pesquero, pero también la industria agroalimentaria, u otras como la industria química, farmacéutica, biotecnológica o energética.

La agricultura, pesca y agroindustria están ya contribuyendo decisivamente a la bioeconomía, pero es necesario mejorar significativamente la gestión de los recursos biológicos renovables y abrir nuevos mercados a los bioproductos. La Comisión Europea, en el actual marco comunitario 2014-2020, está ya favoreciendo las sinergias y la complementariedad con otros ámbitos políticos, instrumentos y fuentes de financiación que comparten y abordan los mismos objetivos, como los Fondos de Cohesión, las políticas comunes agrícola y pesquera, y las políticas de medio ambiente, industria, o energía. Además, la creación del partenariado público-privado Bio-based Industries y la puesta en marcha de acciones de investigación e innovación, que financian en parte el programa Horizonte 2020, y en otra parte las propias industrias de los sectores afectados (3.800 M euros en 2014-2020), darán un impulso decisivo al procesado sostenible de biomasa en un amplio espectro de productos de interés comercial, en las denominadas biorrefinerías.

Las materias primas que procesan dichas biorrefinerías (biomasa) tienen, entre otros, un origen agrícola, ganadero y agroindustrial, y pueden ser desde restos de poda en cultivos leñosos, pasando por restos de cultivos hortícolas o industriales, paja de cereales, y deyecciones ganaderas, hasta bagazos, melazas alpechines y orujo, o pieles, hueso y pulpa de la industria agroalimentaria.

Con todo ello, la inversión en investigación, desarrollo e innovación en los procesos físicos, químicos, termoquímicos, bioquímicos que se desarrolla en las mencionadas biorrefinerías, está ya contribuyendo a la generación de bioproductos como piensos, biofertilizantes, biomateriales (bioplásticos, biofibras...).

Andalucía, como región con un enorme potencial en la puesta en juego de la economía circular basada en los recursos de biomasa e industria agroalimentaria, acaba de ser elegida por la Comisión Europea, junto con otras 5 regiones europeas como región modelo de demostración, y recibirá asesoramiento desde el «Servicio europeo de apoyo para productos químicos sostenibles» (siglas en inglés, ESCS). Estas regiones mostrarán el camino hacia la producción de productos químicos sostenibles en Europa mediante el aprovechamiento de materia prima (biomasa o residuos) y compartirán experiencias con otras regiones europeas, con el fin de proporcionar una guía práctica sobre cómo fortalecer la cooperación entre las industrias de productos químicos y otras industrias y sectores, para contribuir al desarrollo de la economía circular y de la bioeconomía en particular.

Existen en Andalucía además iniciativas privadas de promoción de la innovación en el ámbito de la bioeconomía. Un ejemplo es la Asociación empresarial SHAVILAB, impulsada por un Grupo de Desarrollo Rural (Campiña Sur) y un grupo de empresas de diversos sectores agroalimentarios, y que actualmente está compuesta por más de 60 empresas de la Campiña cordobesa. Su objetivo principal es crear un ecosistema apropiado para desarrollar proyectos innovadores en empresas de base bioeconómica en la modalidad de cooperación.

TECNOLOGÍAS FACILITADORAS ESENCIALES (KET'S)

Sin duda las llamadas tecnologías facilitadoras esenciales (KET's) juegan un papel muy importante en la modernización agroalimentaria.

Centros de investigación ubicados en Andalucía como el CATEC (Centro para las Tecnologías Aeroespaciales Avanzadas) están avanzando mucho en el desarrollo de tecnología para aparatos de vuelo no tripulados (drones). El desarrollo de esta tecnología ha encontrado valiosas aplicaciones en el mundo agrario, y en ello trabajan investigadores de la Universidad de Córdoba, por ejemplo. Desarrollan aplicaciones y modificaciones de este tipo de tecnología para emplearla en actividades agrarias como la siembra de precisión, riego, fertilización o aplicación de plaguicidas.

Su desarrollo aún no está muy avanzado en el ámbito de la industria agroalimentaria como tal, pero su uso hace que la materia prima sea más acorde a las necesidades de las industrias, de mayor calidad y en el momento óptimo de maduración, con el consiguiente ahorro de costes para las agroindustrias.

Así, el uso combinado de los drones con la tecnología big data e información contextual para la agricultura de precisión, demuestran grandes ventajas, por ejemplo de cara a obtener una información meteorológica en tiempo real, relacionándola con control de riego automático y mapas cartográficos, etc. La integración de estas tecnologías está permitiendo la obtención de sistemas de trazabilidad mucho más precisos, la generación de información para potenciar la confianza de la clientela y personas consumidoras y un significativo ahorro de costes.

Según el AINIA (Centro Tecnológico), los últimos avances apuntan a que, junto a los drones de aire, los drones de tierra, también conocidos como sensores, podrán ofrecer soluciones incluso más eficaces para los cultivos, cada vez más afectados a causa del cambio climático. La combinación entre sensores de aire y de tierra controlará aspectos como la rotación de los cultivos, la pérdida de humedad, el riego, la composición química del suelo, la madurez de los frutos y la presencia de malas hierbas o plagas.

El uso de la robótica se hace indispensable en una industria agroalimentaria que pretende ser más eficiente, flexible, inteligente e interconectada con otras fábricas en el futuro. La integración de la robótica es una prioridad para la industria agroalimentaria, pues supone la oportunidad para la automatización de los procesos.

Según datos de la British Automation and Robotics Association (BARA), el desarrollo de la robótica en la manufacturación de alimentos en el Reino Unido en 2013 se incrementó un 60% en comparación con el 2.000. Por otro lado, la Asociación Española de Robótica y Automatización de Tecnologías de la producción, destaca que si bien el sector del automóvil es el que mayor demanda hace en empleo de robótica industrial y automatización de procesos (31% de los robots incorporados), el sector agroalimentario es el segundo en importancia y recorta año a año distancias con el primero.

Es previsible el crecimiento de la incorporación de robots en la industria agroalimentaria, aportando nuevas ventajas a los procesos. Además de los beneficios actuales, como son velocidad, confiabilidad, control, ahorro de producto o reducción de residuos, se incorporarán ventajas relacionadas con la reducción del riesgo de contaminación de alimentos al eliminar el contacto humano con los mismos en la producción y envasado, con el corte mecánico de la carne, el queso o las porciones de pizza por ultrasonido, trabajos en el interior de

congeladores, decoración de pasteles, colocación de etiquetas, etc, acompañados de tecnología de visión artificial.

Es de sobra conocido el potencial de las impresoras 3D, principalmente en sectores como el de la automoción, la aviación o la construcción. Si nos trasladamos al ámbito de la alimentación, podríamos imaginar aplicaciones por ejemplo para la fabricación in situ de envases y embalajes, ya sea de vidrio, plástico o bioplásticos o papel y cartón, lo que podría solventar problemas de logística, almacenamiento, quizá una reducción de costes o incluso una disminución de la huella ambiental en los productos finales.

Ya se han llevado a cabo proyectos que emplean impresoras 3D para elaborar alimentos. De momento se ha probado con queso, chocolate, pastas y productos de confitería, para lo cual es necesario que el producto sea introducido en la impresora en forma de puré. ¿Y si existiese alguna forma de que la persona consumidora o el restaurante comprara los alimentos liofilizados y en polvo (sin fecha de caducidad) y a la hora de consumir simplemente tuviese que mezclar con agua e introducir en su impresora 3D para obtener un queso, una tarta, pasta recién hecha, surimi de pescado o un plato más elaborado? ¿Estaríamos hablando de una séptima u octava gama de alimentos? Tendría múltiples aplicaciones, sin duda.

De hecho, se han llevado a cabo intentos, por parte de un centro tecnológico, de realizar una cena en 3D y de forma simultánea en dos ciudades del mundo. Tanto el entorno y la vajilla como el menú estarían elaborados por impresoras 3D. Desconocemos los resultados del experimento, pero no cabe duda de que se abre una puerta al desarrollo de este tipo de tecnología en el mundo de la industria agroalimentaria y el de la gastronomía.

Además de lo anterior, el espectacular y dinámico avance las tecnologías de la información y la comunicación en combinación con otras tecnologías facilitadoras esenciales, va a provocar una revolución en el mundo de la alimentación y especialmente en los últimos eslabones en la experiencia de la persona consumidora. Dispositivos digitales que permitan apreciar el olor de los alimentos en una imagen enviada por dispositivo móvil, las gafas de realidad aumentada que facilitan la compra en el supermercado (señalando la posición de los productos de la lista, el precio y la cantidad por ejemplo y que al mismo tiempo permitan realizar llamadas de voz o video), desarrollo de dispositivos que con solo acercarlos al alimento nos informe de la composición (detección de pesticidas en frutas y hortalizas por ejemplo) o dispositivos que nos faciliten hacer la compra desde casa y solo a través de voz con servicio rápido y eficaz.

Estos son sólo algunos ejemplos de lo que está por venir, la industria agroalimentaria deberá prepararse para adaptarse a estos cambios.

Quizá la combinación de alimentación y gastronomía con las tecnologías emergentes y disruptivas e innovación e imaginación, sean la solución a algunos de los retos que están por resolver: superalimentos sanos y asequibles que sean capaces de aportar en una sola comida todos los nutrientes que el organismo necesita en un día, erradicar el hambre a pesar del aumento de población que se prevé para el año 2050, proporcionar alimentos sanos y seguros, asequibles, cuya producción sea sostenible, preservando el medio ambiente, con menor consumo de recursos y que cumplan las necesidades de la persona consumidora.

NUEVOS PRODUCTOS

La investigación en el desarrollo de nuevos productos y servicios, en la forma de colaboración entre la empresa y el investigador comienza a dar resultados, aunque aún es necesario seguir avanzando en el acercamiento entre la investigación básica a las necesidades del mercado,

haciendo que la primera se adapte a las necesidades del segundo. Un ejemplo a destacar en Andalucía es el de la investigación y empleo de nuevos productos en la alta cocina. Universidades como Cádiz y Córdoba están colaborando con cocineros de reconocido prestigio para descubrir nuevos alimentos y nuevas formas de uso y de presentación de éstos en las mesas de algunos de los restaurantes más prestigiosos de la alta cocina.

Otro ejemplo es la diversificación de los modelos de negocio de empresas tradicionales agroalimentarias, que desarrollan nuevos productos a partir de sus propios subproductos, o la creación de nuevas empresas que se dedican a la elaboración de nuevos productos a partir de los subproductos generados por sus empresas vecinas, en el desarrollo de las oportunidades de negocio que genera el concepto de la economía circular.

En el sector del vino también se están produciendo avances en la obtención de nuevos productos. Es el caso del proyecto dirigido por investigadores de la Universidad de Cádiz y del ceiA3, que han identificado una levadura que fermenta a temperaturas inferiores a las habituales. Este proceso afecta a la producción de ciertos compuestos relacionados con el aroma y abre la puerta a la elaboración de vinos con aromas a la carta.

Ya se habla de la sexta gama de productos, que englobaría aquellos alimentos liofilizados, con un extenso período de caducidad, a los que únicamente habría que añadirles agua y calentar para ser consumidos.

TENDENCIAS GEOPOLÍTICAS Y MACROECONÓMICAS

Los acontecimientos geopolíticos, las circunstancias macroeconómicas están condicionando y continuarán condicionando los mercados y la producción agroalimentaria, hasta el punto de que ésta ha de estar constantemente adaptándose a las nuevas circunstancias de forma ágil y rápida, innovando, buscando nuevos mercados y clientela. Es el ejemplo del veto ruso y cómo afecta éste a las exportaciones españolas de frutas y hortalizas.

Si bien los invernaderos en Rusia no han sido muy significativos hasta ahora e incluso adolecen de obsolescencia, con el veto ruso y el corte de suministro de hortofrutícolas, se ha vuelto una prioridad para el gobierno ruso apoyar a sus agricultores para aumentar su producción interna. Este hecho ya está afectando a Europa que trata de buscar mercados alternativos al ruso, pero esta situación si se prolonga puede favorecer el desarrollo del sector hortofrutícola ruso y que este país se haga menos dependiente de las importaciones hortofrutícolas.

Como este ejemplo, también los grandes acuerdos comerciales en proceso de negociación, como el TTIP (Transatlantic Trade and Investment Partnership) entre la UE y EEUU, el acuerdo que se negocia entre la UE y Japón o con de la UE con Mercosur, serán sin duda determinantes en el futuro de nuestra economía en general y de nuestras agroindustrias en particular.

- ❖ El futuro de la industria agroalimentaria está condicionado por su capacidad de adaptación a las circunstancias y tendencias actuales y futuras. La bioeconomía, las tecnologías facilitadoras esenciales (KET's), el desarrollo de nuevos productos representan oportunidades relevantes para el sector agroindustrial.

Análisis DAFO

Debilidades

- D.1.** Pequeño tamaño medio de las empresas agroalimentarias andaluzas, lo que dificulta la realización de inversiones, en especial para la innovación, para la obtención de financiación, para la captación de talento y para la profesionalización, así como para la cooperación empresarial y la exportación.
- D.2.** Dispersión de la oferta de productos agroalimentarios, especialmente en productos ecológicos, y persistencia de dificultades para incorporarse a la cadena de distribución y comercialización.
- D.3.** Deficiencias en la estrategia comercial que se suele enfocar a atraer nueva clientela y no a mantener y cuidar los ya establecidos fidelizándolos.
- D.4.** Escasa utilización de la información sobre los mercados; insuficiente conocimiento de las personas consumidoras y poco uso de la investigación comercial.
- D.5.** Insuficiente aprovechamiento de las organizaciones interprofesionales y falta de relaciones intersectoriales.
- D.6.** Producción que muchas veces se centra en la calidad del producto pero no en el valor de la oferta conjunta y en su diferenciación.
- D.7.** Debilidades financieras y escasez de apoyos financieros específicos.
- D.8.** Poca predisposición a la inversión en intangibles: promoción, comunicación, servicio etc.
- D.9.** Escasa valorización de los residuos como fuente potencial de energía como forma de disminuir los costes de producción y aumentar la eficiencia.
- D.10.** Necesidad de ecoeficiencia de las infraestructuras, de la medición de la huella ambiental; y de la gestión estacional de residuos.
- D.11.** Elevado coste de la factura energética para las actividades productivas
- D.12.** Amplia implantación del transporte de mercancías por carretera en la agroindustria, utilizándose este tipo de transporte en el 76% de las exportaciones de la agroindustria andaluza.
- D.13.** Dificultades para ajustar la oferta y la demanda de I+D.
- D.14.** Escasa participación del sector privado agroalimentario en la financiación de la I+D.
- D.15.** Baja tasa de innovación y de lanzamiento de nuevos productos.
- D.16.** Excesiva legislación y normativa diversa (relacionada con el ámbito de la sanidad, el agrario, el medioambiental, ...) que afecta a la agroindustria y genera confusión, demasiados trámites y burocracia administrativa.
- D.17.** Multiplicidad de administraciones que afectan a la agroindustria a la hora de cumplir requisitos, percibir subvenciones, etc.

- D.18.** Falta de cualificación técnica en proyectos agroindustriales, especialmente en sus etapas iniciales.

Amenazas

- A.1.** Impacto del proceso globalizador en la producción andaluza de menor valor añadido o poco diferenciada por la apertura de nuevos mercados, la firma de acuerdos comerciales con países terceros, el TTIP con EEUU, ...
- A.2.** Dinámica productiva global orientada a implantar modelos de competitividad basados únicamente en la reducción de mano de obra para disminuir costes.
- A.3.** Mantenimiento del poder de la gran distribución minorista.
- A.4.** Alta dependencia del mercado de la UE como destino de las exportaciones agroalimentarias.
- A.5.** Creciente preocupación por la sociedad sobre el cambio climático y sus efectos y nuevos compromisos de reducción de Gases de Efecto Invernadero adoptados por la UE
- A.6.** Importante impacto y repercusiones inmediatas de cualquier alerta alimentaria, aunque sea infundada, sobre el sector.
- A.7.** Competencia de países emergentes en el acceso a los mercados. Esta competencia puede acentuarse por la distinta aplicación de normativa medioambiental o en materia de salud (normativa europea más exigente).
- A.8.** Baja integración de los diferentes elementos del sistema Ciencia, Tecnología e Innovación, y especialmente en los que intervienen en la transformación de la investigación en innovación.
- A.9.** Dificultad para el mantenimiento de la población de núcleos rurales.
- A.10.** Déficit de servicios básicos para la agroindustria en algunas zonas rurales (internet de banda ancha, potencia eléctrica, etc).
- A.11.** Infraestructura de transporte inadecuadas en algunas zonas rurales y falta de conexión con las vías principales de comunicación

Fortalezas

- F.1.** Elevada producción agraria con destino a la agroindustria en la región.
- F.2.** Alto nivel de especialización y productividad.
- F.3.** Tendencia ascendente en el grado de internacionalización y apertura a nuevos mercados de la agroindustria.
- F.4.** Elevado grado de diversificación productiva con amplia gama y variedad de productos.

- F.5.** Presencia de algunas empresas transformadoras fuertes en algunos sectores, aunque pequeñas en un contexto global.
- F.6.** Integración en el mercado único y posición estratégica en Europa frente a los competidores de países terceros.
- F.7.** Incremento de la presencia de empresas agroalimentarias andaluzas en el exterior, diversificándose en productos y países y con capacidad de tracción de otras empresas, que cuentan con la ventaja de la accesibilidad lingüística y cultural en muchos mercados.
- F.8.** Fuerte implantación de entidades asociativas agrarias.
- F.9.** Importante desarrollo de figuras o sellos distintivos de calidad
- F.10.** Aumento significativo del número de empresas y personas que operan en producción ecológica.
- F.11.** Existencia del Registro de Patentes y Marcas que protege la propiedad intelectual.
- F.12.** Existencia del Registro de Industrias Agroalimentarias.
- F.13.** Existencia del Observatorio de Precios y Mercados que permite analizar las tendencias del mercado de los productos agroalimentarios andaluces y aporta transparencia.
- F.14.** Potencial de generación de energía a partir de biomasa u otras fuentes de energía renovables que pueden ayudar a reducir costes e incrementar la eficiencia productiva.
- F.15.** Avances en la autenticación, control y aseguramiento ante la persona consumidora de los productos y procesos agroalimentarios.
- F.16.** Tejido agroindustrial muy ligado al territorio a modo de red formada por un conjunto de pequeñas y medianas empresas que constituyen el soporte de la actividad industrial en las zonas rurales, y que suponen una fuente de empleo en áreas con una alta tasa de paro agrario.
- F.17.** Posición geoestratégica privilegiada de Andalucía en la que confluyen la dimensión atlántica y mediterránea de la Unión Europea como una de las principales puertas de acceso a Europa, siendo frontera con el norte de África y fachada suratlántica europea en su proyección hacia Iberoamérica.
- F.18.** Existencia de importantes puertos para el transporte marítimo de mercancías, especialmente el de Algeciras, que permite a Andalucía integrarse en las grandes rutas marítimas internacionales de transporte de mercancías (entre Asia, Europa y América, entre Europa y África).
- F.19.** Red de centros IFAPA con implantación en el territorio con elevadas capacidades técnicas y KET respectivamente

Oportunidades

- O.1.** Desarrollo de las redes transeuropeas de transporte (a través del instrumento Conecta Europa), que mejorarán la conexión ferroviaria de mercancías y la interoperatividad entre redes, que tienen en Andalucía (Algeciras) uno de sus vértices.

- O.2.** Creciente demanda de productos diferenciados, con nuevas funcionalidades, producidos de manera más sostenible o en entornos locales.
- O.3.** Desarrollo de nuevas formas de comercialización: canales cortos, mercados locales o de "proximidad".
- O.4.** Potencial de crecimiento en las fases avanzadas de los procesos de transformación. (numerosas producciones salen de la región para ser industrializadas y envasadas fuera).
- O.5.** Desarrollo del Decreto de Artesanía Alimentaria.
- O.6.** Desarrollo de la Ley de la Cadena Alimentaria y del papel de la AICA.
- O.7.** Crecimiento de los segmentos ecológicos y de producción integrada.
- O.8.** Posibilidades de negocio que ofrece el cada vez mayor desarrollo de Open Data.
- O.9.** Enorme desarrollo del comercio electrónico y protagonismo de las TIC.
- O.10.** Potencial utilización de las KET (Key Enabling Technologies) en el sector agroalimentario.
- O.11.** Orientación de la financiación europea hacia la inversión en fuentes de energía renovables.
- O.12.** Desarrollos tecnológicos tendentes a un consumo eficiente de energía.
- O.13.** Impulso de la financiación europea a la I+D, y a la innovación y especialización productiva.
- O.14.** Existencia de una importante red de infraestructuras científico – tecnológicas que generan importantes entornos de oportunidades en Andalucía (laboratorios agroalimentarios, centros de IFAPA, Universidades y Campus de excelencia especializados en investigación e innovación agroalimentaria...).
- O.15.** Aprovechamiento del apoyo institucional y de su papel para desarrollo del sector.
- O.16.** Incremento del turismo en España que actúa incrementando el consumo de alimentación tanto a nivel nacional (durante el tiempo que dure la estancia) como internacional (una vez que se conoce el producto puede existir la demanda en los lugares de origen).
- O.17.** Amplia red de áreas, zonas y polígonos industriales para la instalación de empresas en las zonas rurales.
- O.18.** Desarrollo de nuevos nichos de trabajo en el medio rural (biomasa, productos locales, turismo rural, servicios, etc.).

Definición de estrategias

Como se indica en el apartado de Metodología, el planteamiento estratégico del presente Plan se basa en un Modelo de Intervención Lógica (MIL) con un DAFO a partir del cual se extraen determinadas **líneas estratégicas**.

Estas líneas estratégicas derivadas del análisis DAFO, en todo caso, han de ser coherentes con el objetivo general y las "variables" identificadas en el Acuerdo de 22 de septiembre de 2015, del Consejo de Gobierno, por el que se aprueba la formulación del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020.

Así, según se establece en el punto segundo del citado Acuerdo, el objetivo general del Plan es "mejorar la competitividad de la agroindustria en Andalucía, promoviendo la creación de empleo de calidad en el sector y favoreciendo el mejor equilibrio posible dentro de la cadena agroalimentaria".

Dicho objetivo general puede analizarse o dividirse en tres planos diferentes, con un objetivo concreto, la **mejora de la competitividad**, un objetivo instrumental para conseguir dicha competitividad, el **equilibrio** en la cadena agroalimentaria, y un objetivo finalista o de resultado, la **creación de empleo**.

Aparte de fijar este objetivo general como marco de referencia, el Acuerdo también señala que dicho objetivo debe basarse en once "variables", las cuales precisan más los ámbitos temáticos del Plan y subrayan otros elementos clave que han de considerarse dentro de la estrategia, como son la **innovación y la sostenibilidad ambiental**.

Cabe indicar que, de forma operativa, el presente Plan simplifica las once "variables" anteriores en ocho **líneas estratégicas**, que incorporan y agrupan todo su contenido temático, añadiendo una novena de **gobernanza**, para alinear en la misma dirección estratégica los intereses de todas las administraciones e instituciones andaluzas implicadas.

En la siguiente tabla se indica la relación que se ha realizado entre variables y líneas estratégicas:

Tabla 26 Relación entre las variables del acuerdo de formulación y las líneas estratégicas planteadas.

Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020: Líneas estratégicas	Variables del Acuerdo de formulación del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía
1. Eficiencia y dimensión	8. El fomento para que la agroindustria gane dimensión como arma competitiva, tanto en la producción como en la transformación y comercialización
2. Calidad diferenciada/nichos	10. La atención especial prestada a las producciones de calidad diferenciadas, especialmente las vinculadas al territorio (como las Denominaciones de Origen Protegidas o las Indicaciones Geográficas Protegidas), la ecológica e integrada, así como a la artesanía agroalimentaria y el aprovechamiento de productos forestales
3. Equilibrio y	7. La potenciación de la cooperación entre profesionales de la producción e industria,

Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020: Líneas estratégicas	Variables del Acuerdo de formulación del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía
transparencia en la cadena	buscando el equilibrio en la cadena agroalimentaria, cuidando especialmente de los intereses de los eslabones más débiles, generalmente identificados con las personas productoras y consumidoras
4. Orientación a la persona consumidora	1. La orientación constante al mercado, tomando a la persona consumidora como eje de las distintas fases del sistema productivo 6. El mantenimiento y potenciación de la calidad de nuestros productos, tomando la seguridad agroalimentaria como un elemento de partida y buscando la diferenciación a través de la propia calidad
5. Internacionalización	2. La vocación de presencia permanente en los mercados internacionales, como fórmula para aumentar la competitividad y favorecer el crecimiento de la agroindustria
6. Sostenibilidad ambiental y energética. Cambio climático	11. El aseguramiento de la sostenibilidad ambiental de las industrias, mediante una mejora continua en su balance ecológico
7. Innovación y transferencia	3. La innovación en productos como elemento diferenciador de la oferta, adaptándolos a las exigencias de la persona consumidora, basándose en las nuevas tendencias de consumo 4. La continua adaptación tecnológica de la producción, vehículo ineludible para poder competir en los mercados más exigentes en cuanto a calidad, costes y seguridad alimentaria 5. La transferencia de conocimiento desde las entidades públicas de investigación y formación, mejorando la cultura empresarial mediante la concienciación, formación y cualificación de personas trabajadoras, directivas y empresarias, usando como un vehículo preferente las asociaciones de productores e industria.
8. Gobernanza	Todas las variables
9. Impulso zonas rurales	9. El reconocimiento e impulso del papel de la agroindustria en las zonas rurales, como fórmula de desarrollo económico, preservación del entorno ambiental y de fijación de población a través del empleo

Fuente:Elaboración propia

Esquemáticamente, estas nueve líneas estratégicas se organizan según se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico 15 Estructura de las líneas estratégicas del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020.



Como puede observarse, el objetivo general de **mejora de la competitividad** se articula de forma directa a través de cinco líneas estratégicas, las cuales representan otras tantas vías, no necesariamente excluyentes:

- Competir a través de mejoras en la **eficiencia o productividad** de los procesos, reduciendo gastos y aumentando ingresos, todo ello en el contexto de una **dimensión** estructural adecuada.
- Competir a través de la **calidad** y la **diferenciación**, buscando y explotando nichos de mercado, reforzando el control, aseguramiento y trazabilidad de las producciones y procesos, así como a través de la comunicación y promoción de sus atributos de valor.
- Competir en **una cadena agroalimentaria** cada vez más **equilibrada y transparente** con una colaboración cada vez más estrecha entre los diferentes agentes que la componen.
- Competir en los **mercados internacionales**, avanzando en los procesos de internacionalización de nuestras producciones agroalimentarias y fomentando la incorporación de las agroindustrias andaluzas a las cadenas globales de valor.
- Ganar competitividad a partir de un conocimiento profundo del mercado **orientando** la actividad empresarial a las demandas de la **persona consumidora**.

Estas líneas estratégicas interaccionan con la línea estratégica de **sostenibilidad ambiental y energética**, la cual no debe considerarse como un ámbito independiente del objetivo general de competitividad. Antes al contrario, igualmente se trata de aumentar la productividad, esto es, obtener más resultados consumiendo menos recursos (agua, energía, materias primas, etc.) a la vez que se generan menos impactos contaminantes (residuos, vertidos, emisiones) y se posiciona a la agroindustria andaluza en la vanguardia ante el reto del cambio climático.

Por otra parte, la **innovación** y la **transferencia de conocimientos**, así como la mejora de los procesos de **gobernanza**, se articulan como herramientas horizontales que colaboran en el desarrollo de las líneas estratégicas en su conjunto ("ecosistema de apoyo"). En la innovación,

teniendo siempre presente que la agroindustria es uno de los sectores expresamente previstos en la **Estrategia de Especialización Inteligente de Andalucía**, lo que la convierte en un ámbito objetivo para la generación y el fomento de actitudes y acciones innovadoras (prospección de nuevos productos orientados a la persona consumidora, valor añadido, automatización de procesos, etc.). En relación con la gobernanza, promoviéndose la colaboración entre todos los agentes institucionales implicados.

Finalmente, el desarrollo óptimo de todo el planteamiento estratégico debe tener siempre como referencia y resultado finalista -en sentido amplio- lograr un sector agroindustrial al servicio de las personas, particularmente las que habitan el **medio rural**. En concreto, en las órdenes de ayudas destinadas a la inversión o concentración, se priorizará la **creación y mantenimiento de empleo de calidad** y, consecuentemente, la mejora de la calidad de vida en estas zonas.

En relación a la priorización y teniendo en cuenta la masculinización del sector, la perspectiva de género se ha incluido de manera transversal en el Plan, priorizándose las acciones en las que participen mujeres. Además de la priorización en función del género, se priorizará en las ayudas y subvenciones a las industrias acogidas al Código de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria, ya que esto redundará en la sostenibilidad de la cadena agroalimentaria. También la dimensión medioambiental tendrá un tratamiento prioritario, de manera que los proyectos que incorporen actuaciones para proteger o mejorar el medio ambiente se considerarán preferentes.

Línea estratégica 1: Eficiencia y dimensión

Para ser competitivo es clave mejorar en la **eficiencia o productividad de los procesos**, reduciendo gastos y aumentando ingresos, todo ello en el contexto de una dimensión estructural adecuada. Dichas mejoras en eficiencia y dimensión pueden abordarse a nivel interno de cada industria, o ampliarse a las cadenas de valor, buscando el reequilibrio y reorganización de las mismas.

En este sentido, maximizar el balance económico de ingresos-gastos por unidad de producto comercializado, esto es, generar *valor añadido en sentido amplio*, es la única vía para que el sector agroindustrial pueda competir y ser capaz de generar empleo estable, remunerando de forma adecuada los factores trabajo y capital.

En consonancia con la Estrategia Industrial de Andalucía 2020, esta línea estratégica pretende generar un tejido empresarial extenso, diversificado, fuerte y sostenible formado por empresas de mayor dimensión, más competitivas, innovadoras y más seguras.

Ello puede enfocarse hacia diversas opciones, no necesariamente excluyentes, orientadas a aumentar los ingresos (relacionado con las siguientes líneas estratégicas, 2 y 3), disminuir los costes (dentro de los cuales tienen especial significación los energéticos y la gestión de los recursos naturales -línea estratégica 4-) o aumentar la dimensión para conseguir mayores economías de escala.

Operaciones:

- 1.1. Inversiones en maquinaria de mayor productividad

- 1.2. Inversiones para automatización de procesos
- 1.3. Inversiones para optimización de procesos
- 1.4. Inversiones para ampliación de instalaciones y aumento de la capacidad de producción
- 1.5. Inversiones para ampliar la participación en la cadena de valor
- 1.6. Inversiones para ampliación y mejora de instalaciones comunes
- 1.7. Inversiones para diversificación de nuevas líneas de productos
- 1.8. Inversiones para desarrollo de productos innovadores (V, VI gama, alimentos funcionales)
- 1.9. Inversiones para desarrollo de nuevos formatos
- 1.10. Inversiones para desarrollo de nuevos envases
- 1.11. Dotación y mejora de la red pública de laboratorios
- 1.12. Inversiones en instalaciones comunes para almacenamiento y comercialización
- 1.13. Asesoramiento técnico para la mejora de la productividad y la eficiencia de la agroindustria
- 1.14. Asesoramiento técnico al proceso de registro de patentes y marcas
- 1.15. Elaboración de guías o manuales para el cumplimiento de la normativa aplicable
- 1.16. Campañas de información a las personas consumidoras sobre trazabilidad y seguridad alimentaria
- 1.17. Campañas de promoción de los productos agroindustriales andaluces
- 1.18. Fomento de la colaboración entre agentes agroindustriales para contratar servicios básicos
- 1.19. Fomento de la colaboración entre agentes agroindustriales para compras colectivas de bienes
- 1.20. Fomento de la fusión entre entidades
- 1.21. Desarrollo de planes de contingencia ante alertas sanitarias
- 1.22. Mejora del acceso al crédito a las PYME y cooperativas agroindustriales para inversiones y/o circulante
- 1.23. Iniciativas y proyectos empresariales de comercialización conjunta de productos agrarios y alimentarios de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- 1.24. Campañas de promoción y divulgación público-privadas de productos agroalimentarios que impulsen la cultura alimentaria de la Dieta Mediterránea
- 1.25. Fomento de otros tipos de cooperación y asociacionismo
- 1.26. Inversiones en materia de prevención de riesgos laborales para la mejora de la seguridad de las empresas y su plantilla.

Línea estratégica 2: Fomento de las producciones de calidad diferenciada y nichos de mercado

El **fomento de la calidad y la diferenciación**, buscando y explotando determinados nichos de mercado, es una orientación estratégica especialmente necesaria en un contexto globalizado donde se mueven grandes volúmenes que compiten por ofrecer productos a la persona consumidora al menor coste posible.

Así, en la tarea de obtener mayor diferenciación es importante la consolidación de las figuras o sellos de calidad, siendo necesario su **promoción y divulgación**, clarificando e informando a las personas consumidoras del valor añadido que éstas suponen.

En este ámbito, es esencial que la persona consumidora pueda reconocer claramente los elementos diferenciales o de calidad intrínseca de determinadas producciones, evitando situaciones donde compiten en el mismo nicho producciones que no han sido generadas bajo los mismos parámetros.

Operaciones:

- 2.1. Inversiones para ampliar la trazabilidad a campo
- 2.2. Apoyo a la certificación de agroindustrias con figuras de calidad ligadas al territorio (IGP, DOP, etc)
- 2.3. Apoyo a la certificación de agroindustrias respecto al Decreto de artesanía alimentaria
- 2.4. Apoyo a la certificación de agroindustrias en producción ecológica
- 2.5. Apoyo a la certificación de agroindustrias en producción integrada
- 2.6. Apoyo a la certificación de agroindustrias respecto a otras figuras de calidad
- 2.7. Asesoramiento técnico para la implantación de sistemas de calidad
- 2.8. Asesoramiento técnico en trazabilidad
- 2.9. Promoción de producciones bajo figuras de calidad (IGP, DOP, ETG, marcas de garantía, producción ecológica, etc)
- 2.10. Promoción de productos regulados por el Decreto de artesanía alimentaria
- 2.11. Revisión de la normativa asociada a la figura de artesanía alimentaria así como su distintivo
- 2.12. Desarrollo de la producción integrada para la agroindustria en nuevos sectores

Línea estratégica 3: Equilibrio y transparencia de la cadena agroalimentaria

Esta línea pretende mejorar el funcionamiento, la vertebración, la cooperación y la transparencia de la cadena alimentaria de manera que aumente la eficacia y competitividad del sector agroalimentario andaluz y se reduzca el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes eslabones de la cadena de valor.

La **cooperación entre todos los eslabones de la cadena agroalimentaria** dotará de sostenibilidad a las relaciones entre los diferentes agentes de la cadena, y pondrá a disposición de la persona consumidora alimentos seguros, saludables y de alta calidad.

La integridad de la cadena alimentaria se garantiza a través de un sistema de seguridad alimentaria consolidado, basado en la trazabilidad, los autocontroles del propio sector y la coordinación en los controles oficiales en línea con lo establecido en la Estrategia de Seguridad Alimentaria para Andalucía 2016-2020.

Por último, es preciso contemplar la oportunidad que representan como elemento diferenciador los **canales de distribución cortos** en los entornos rurales, prestando atención a la explotación de sinergias que nuevas formas de distribución de producciones agroalimentarias pueden establecer con sistemas productivos íntimamente ligados e identificados con su territorio.

Operaciones:

- 3.1. Potenciación del Observatorio de precios y mercados
- 3.2. Fomento de la colaboración entre agentes agroindustriales y otros eslabones de la cadena agroalimentaria para formalizar contratos a largo plazo y otras formas de cooperación como el intercambio de conocimientos, modelos de gestión compartidos y desarrollo conjunto de productos.
- 3.3. Colaboración con las Interprofesionales existentes para el desarrollo de sus funciones.
- 3.4. Coordinación con AICA para los controles y sanciones en la cadena agroalimentaria
- 3.5. Inversiones para el desarrollo de canales de cortos de comercialización y mercados locales
- 3.6. Participación en canales cortos de comercialización y mercados locales
- 3.7. Fomento de sistemas de autocontrol acreditados por la Administración, sobre seguridad alimentaria y calidad, en todos los eslabones de la cadena.

Línea estratégica 4: Orientación a la persona consumidora

En los últimos tiempos se ha producido una revolución de la alimentación, demandando rapidez a la vez que productos equilibrados y acordes a un estilo de vida saludable. Se debe tener en mente que la persona consumidora es quien mantiene vivos los negocios, por ello, resulta necesario orientar las producciones de acuerdo con las tendencias del mercado, así como fomentar nuevas salidas comerciales.

Operaciones:

- 4.1. Asesoramiento técnico en comercialización, orientación a la clientela y búsqueda de nuevos mercados.
- 4.2. Elaboración de estudios y prospecciones de mercado que identifiquen las necesidades de las personas consumidoras con el objetivo de anticiparse a ellas.

Línea estratégica 5: Internacionalización de la industria agroalimentaria andaluza

Gran parte de las agroindustrias pueden tener la llave para su competitividad en el acceso a los mercados internacionales y su participación en las **cadena globales de valor**, profundizando con ello en el exitoso camino de internacionalización ya iniciado por gran parte de las producciones agroalimentarias andaluzas (aceite y aceitunas, frutas y hortalizas).

En este sentido, en consonancia con el Plan Estratégico de internacionalización de la economía andaluza horizonte 2020, se considera necesario el apoyo para la prospección y búsqueda continua de nuevos mercados exteriores, a través de acciones de **cooperación** entre actores y agentes, públicos y privados, para obtener una masa crítica suficiente, así como el acompañamiento desde la Administración en aspectos de **homologación y promoción** de los productos agroalimentarios andaluces en terceros países.

Operaciones:

- 5.1. Apoyo a la homologación de instalaciones con estándares internacionales
- 5.2. Asesoramiento técnico en comercio exterior
- 5.3. Formación específica para la internacionalización de las empresas
- 5.4. Desarrollo de una plataforma para la internacionalización de la agroindustria (elaboración de estudios y prospecciones de mercado, detección de oportunidades, etc.)
- 5.5. Promoción internacional de productos agroalimentarios.
- 5.6. Promoción de la cooperación empresarial para el acceso a mercados exteriores

5.7. Programa de garantías económicas para las empresas que comienzan su internacionalización

Línea estratégica 6: Sostenibilidad ambiental y energética y lucha contra el cambio climático

La búsqueda de la **sostenibilidad ambiental y energética** no debe considerarse como un ámbito independiente del objetivo general de competitividad. Por el contrario, también se trata de aumentar la productividad, esto es, obtener más resultados consumiendo menos recursos (energía, materias primas, etc.) a la vez que se generan menos impactos contaminantes (residuos, vertidos, emisiones) y se posiciona a la agroindustria andaluza en la vanguardia ante el reto del cambio climático.

Así, se ha de proseguir en el estudio y desarrollo de actuaciones que reduzcan o eviten los desechos y la **contaminación**, profundizando en la protección ambiental. La denominada "*economía circular*", que informa todas las políticas comunitarias, alienta a valorizar como recursos lo que hoy día se consideran únicamente como residuos. Así, frente a la economía lineal (uso-residuo), se propone un nuevo modelo productivo que cierre los ciclos productivos.

En consonancia con la Estrategia Energética de Andalucía 2020, la utilización de **fuentes renovables de energía** y la **valoración de subproductos** se consideran claves para la mejora de la eficiencia energética de la agroindustria. Un uso más racional de los insumos en los procesos, así como la **monitorización** efectiva de los mismos, propician la toma de decisiones y una gestión óptima.

Por último, se fomentará el uso de dos herramientas, recogidas en el Anteproyecto de Ley Andaluza de Cambio Climático, las cuales permiten a las empresas participar de manera activa en la lucha contra el cambio climático: el régimen voluntario del Sistema Andaluz de Compensación de Emisiones y de la Huella de Carbono de productos y servicios.

Operaciones:

- 6.1. Inversiones en maquinaria de mayor eficiencia energética
- 6.2. Inversiones para aprovechamiento de energías renovables
- 6.3. Inversiones en maquinaria para aprovechamiento energético de los residuos o subproductos
- 6.4. Inversiones para medición de la huella de carbono
- 6.5. Inversiones en infraestructuras comunes para aprovechamiento de energías renovables
- 6.6. Inversiones en centros de acopio para aprovechamiento energético de los residuos o subproductos
- 6.7. Inversiones para mejora energética de instalaciones (cableado, aislamiento, conexión a red, etc.)
- 6.8. Inversiones para gestión ambiental de residuos (almacenaje y eliminación controlada)

- 6.9. Inversiones en infraestructuras comunes para gestión ambiental de residuos (almacenaje y eliminación controlada)
- 6.10. Inversiones en vehículos de transporte eficientes o basados en energías renovables
- 6.11. Inversión en infraestructuras de transporte marítimo
- 6.12. Apoyo a la certificación en sistemas de gestión y auditoría medioambiental
- 6.13. Apoyo a la certificación de agroindustrias respecto a figuras ligadas a la reducción de CO2, huella ambiental, etc
- 6.14. Asesoramiento técnico para la implantación de sistemas de gestión y auditoría medioambiental
- 6.15. Asesoramiento técnico en eficiencia energética
- 6.16. Asesoramiento técnico en energías renovables
- 6.17. Asesoramiento técnico para la valorización de subproductos
- 6.18. Acciones para difundir las ventajas del transporte marítimo y ferroviario
- 6.19. Participación de la administración en la elaboración de reglas de producto y reglas de organización para la medición de la huella ambiental de los productos agroalimentarios
- 6.20. Realizar estudios para evaluar el desperdicio de alimentos en todos los eslabones de la cadena, especialmente la agroindustria, por parte de la administración
- 6.21. Iniciativas dirigidas a favorecer la recuperación y uso social de los excedentes alimentarios
- 6.22. Información y concienciación a la persona consumidora sobre la necesidad de reducir los excedentes y desperdicios agroalimentarios
- 6.23. Estrategias dirigidas al desarrollo de la economía circular en algunas cadenas de valor
- 6.24. Actuaciones de promoción de la bioeconomía a través de la difusión de casos de éxito
- 6.25. Actuaciones de fomento para la adhesión de las empresas en el régimen voluntario del Sistema Andaluz de Compensación de Emisiones
- 6.26. Actuaciones de fomento para que las empresas calculen su Huella de Carbono

Línea estratégica 7: Innovación en productos y procesos y transferencia de conocimiento

Como elemento horizontal a todos los aspectos estratégicos comentados, la innovación se convierte en un *medio esencial* para el desarrollo eficaz del Plan para la Agroindustria de Andalucía, teniendo siempre como referencia que la agroindustria es uno de los sectores

expresamente previstos en la **Estrategia de Especialización Inteligente de Andalucía**, lo que la convierte en un ámbito objetivo para la generación y el fomento de actitudes y acciones innovadoras.

Así, la mejora de la planificación, **organización y coordinación del sistema de I+D+i** en el complejo agroalimentario permitirá el impulso real y efectivo de la innovación de este sector, siendo imprescindible contar en todo momento con la interlocución del sector agroindustrial y las personas consumidoras para conocer sus necesidades reales (en nuevas tecnologías más eficaces para sus procesos, identificar o anticipar la demanda de productos con atributos concretos como la V, VI gama, etc.).

En este aspecto, es básica la comunicación interna de la información generada en este sistema de I+D+i, desarrollando para ello diferentes formas o modelos de cooperación y organización, para que la información de valor pueda fluir y ser aprovechada de forma efectiva. Para que la información llegue a las empresas y por lo tanto a sus personas trabajadoras, se han desarrollado una serie de operaciones que favorezcan la formación de las personas trabajadoras. Estas acciones formativas redundarán en la productividad de las empresas. Para facilitar y asegurar la asistencia y la participación de las mujeres, estas acciones formativas se adaptarán a sus necesidades prácticas en aspectos tales como horarios, localización, entre otros.

Operaciones:

- 7.1. Inversiones en infraestructuras privadas de I+D
- 7.2. Fomento de las tecnologías facilitadoras esenciales (nanotecnología, microelectrónica y nanoelectrónica, fotónica, materiales avanzados y biotecnología)
- 7.3. Apoyo a la red de centros de IFAPA y potenciación de la investigación en agroindustria
- 7.4. Establecimiento de programas de colaboración y tutelaje para la formación especializada y la actualización tecnológica en el sector agroalimentario a través del IFAPA
- 7.5. Asesoramiento en el uso de TIC y comercio electrónico
- 7.6. Desarrollo de una Red Andaluza de Experimentación para la agroindustria
- 7.7. Participación en proyectos de I+D+i de la agroindustria en colaboración con universidades, campus de excelencia, etc., financiando la preparación de convocatorias
- 7.8. Ayudas a Grupos Operativos de la AEI para la generación de proyectos innovadores
- 7.9. Cooperación con plataformas y centros de I+D (Universidades, centros y parques tecnológicos, etc)
- 7.10. Desarrollo de redes de información y bases de datos Open Data
- 7.11. Promoción de la investigación en bioeconomía y economía circular

Línea estratégica 8: Gobernanza

Con esta línea se pretende dar consistencia al desarrollo del Plan, alineando en la misma dirección estratégica los intereses de todas las administraciones e instituciones andaluzas implicadas.

Cabe señalar en este sentido que la agroindustria ocupa una posición intermedia entre la política agraria y la industrial, lo que en ocasiones ha podido generar disfunciones, con zonas de solape y, por contra, otras sin tratar de forma adecuada.

Igualmente, su ámbito de actuación está cada vez más influenciado por otras políticas como la ambiental o la energética. Por ello, es pertinente establecer un contexto claro de apoyo a la agroindustria con la **colaboración de todos los agentes, institucionales y privados**, implicados.

Operaciones:

- 8.1. Acuerdos de Concertación Social para la formación en empleo agroindustrial
- 8.2. Estudios de evaluación de impacto de políticas y crisis
- 8.3. Coordinación del Registro de Industrias Agroalimentarias con otros registros existentes en la administración, de manera que se tienda a una convergencia, interoperatividad y simplificación entre los mismos.
- 8.4. Revisión de la legislación de la CAPDER para la simplificación, donde sea posible, de los trámites administrativos para la agroindustria
- 8.5. Potenciación de la participación de Andalucía en redes europeas (AREFLH, AREV) para defender los intereses del sector y promover la creación de redes para otros sectores agroalimentarios
- 8.6. Potenciación de la participación de Andalucía en AREPO para la defensa de las producciones de calidad de la agroindustria andaluza
- 8.7. Creación de un Comité Asesor de Política Agroindustrial
- 8.8. Coordinación con el resto de Consejerías y Entes Instrumentales de la Junta de Andalucía para que se tengan en cuenta los intereses de la agroindustria andaluza en temas como la internacionalización, eficiencia energética, formación para el empleo, etc.
- 8.9. Colaboración con las organizaciones empresariales representativas del cooperativismo andaluz en el sector agroalimentario o cualquier otra organización que aglutine estas entidades, para fomentar la presencia y participación de las mujeres en los órganos de decisión de las entidades ligadas a este sector.

Línea estratégica 9: Impulso de la agroindustria en las zonas rurales

Todas las operaciones anteriormente citadas tienen necesariamente su repercusión sobre el territorio, especialmente sobre el territorio rural andaluz sobre el que se asientan la gran mayoría de las agroindustrias andaluzas.

No obstante, de forma adicional a todo lo anterior, se plantearían bajo esta línea estratégica **actuaciones** con un claro vínculo al territorio (**mejora de servicios e infraestructuras, sinergias con el sector servicios**) así como el desarrollo de **actuaciones** directamente relacionadas con el **empleo**, objetivo último y finalista del Plan.

Así mismo, se recogen actuaciones que contribuyan a visibilizar las acciones que realizan las mujeres en relación con las agroindustrias. Tal y como se ha indicado en la línea estratégica 7, para facilitar y asegurar la asistencia y la participación de las mujeres, estas acciones formativas se adaptarán a sus necesidades prácticas en aspectos tales como horarios, localización, entre otros.

Operaciones:

- 9.1. Implantación y mejora de los servicios básicos en zonas rurales (electricidad, internet de banda ancha...)
- 9.2. Mejora de las infraestructuras de transporte en las zonas rurales y conexión con las principales vías de comunicación
- 9.3. Programas empleabilidad IFAPA para el sector agroindustrial
- 9.4. Promoción de la asociación de los productos de calidad con naturaleza y/o turismo y cultura de Andalucía, dentro de la interlocución con las Consejerías implicadas
- 9.5. Apoyo a agroindustrias promovidas principalmente por mujeres
- 9.6. Fomento de actuaciones que promuevan mayor visibilidad al papel de la mujer en la agroindustria
- 9.7. Acciones de formación avanzada destinadas a mujeres con el objetivo de que puedan desarrollar un plan de carrera para acceder a órganos directivos en las empresas, especialmente en cooperativas
- 9.8. Profesionalizar las actividades realizadas tradicionalmente por mujeres
- 9.9. Apoyar el movimiento y redes de mujeres del medio rural

Acciones

Las diferentes **operaciones** se agrupan en un conjunto de **acciones**, que reflejan la forma en que se materializarán operativamente.

Esto es, mientras las **líneas estratégicas** agrupan las operaciones desde una perspectiva estratégica, las **acciones** las agrupan según los diferentes instrumentos de apoyo o tipologías de intervención con los que se pondrán en marcha, ofreciendo un marco tangible sobre el cual realizar el seguimiento y evaluación de los resultados del Plan.

La base de partida de este elenco de acciones la conforman la acción de formación y transferencia y la de asesoramiento, abordando ambos aspectos y temáticas transversales de índole económica, ambiental y social, todo ello en un marco que pretende fomentar las actitudes innovadoras.

De la adecuada implementación de estas dos acciones depende en gran medida el correcto desarrollo del resto de acciones, en particular las relacionadas con el apoyo a la inversión, que debe basarse en un análisis pormenorizado y justificado de la necesidad y viabilidad de las actuaciones que se acometan.

En relación con los indicadores de las acciones propuestas, se atenderá a lo dispuesto en el apartado de "Elementos del Sistema de seguimiento y evaluación".

Formación y transferencia

Esta acción comprende una serie de operaciones enfocadas a la capacitación de los agentes del complejo agroalimentario, a través de actividades formativas y de transferencia en temáticas o herramientas horizontales de la estrategia del Plan (innovación y tecnología, internacionalización, etc.) información generadora de valor (precios, mercados) o guías de apoyo.

Este Plan apuesta por la formación como herramienta de competitividad. Para alcanzar este objetivo es importante que los planes formativos den respuesta a las necesidades del mercado y de la industria

Operaciones relacionadas

- 1.15. Elaboración de guías o manuales para el cumplimiento de la normativa aplicable
- 3.1. Potenciación del Observatorio de precios y mercados
- 5.3. Formación específica para la internacionalización de las empresas
- 5.4. Desarrollo de una plataforma para la internacionalización de la agroindustria (elaboración de estudios y prospecciones de mercado, detección de oportunidades, etc.)
- 6.18. Acciones para difundir las ventajas del transporte marítimo y ferroviario
- 6.23. Estrategias dirigidas al desarrollo de la economía circular en algunas cadenas de valor
- 6.24. Actuaciones de promoción de la bioeconomía a través de la difusión de casos de éxito
- 7.2. Fomento de las tecnologías facilitadoras esenciales (nanotecnología, microelectrónica y nanoelectrónica, fotónica, materiales avanzados y biotecnología)
- 7.4. Establecimiento de programas de colaboración y tutelaje para la formación especializada y la actualización tecnológica en el sector agroalimentario a través del IFAPA
- 7.6. Desarrollo de una Red Andaluza de Experimentación para la agroindustria
- 7.11. Promoción de la investigación en bioeconomía y economía circular
- 8.1. Acuerdos de Concertación Social para la formación en empleo agroindustrial
- 9.3. Programas empleabilidad IFAPA para el sector agroindustrial
- 9.6. Fomento de actuaciones que promuevan mayor visibilidad al papel de la mujer en la agroindustria
- 9.7. Acciones de formación avanzada destinadas a mujeres con el objetivo de que puedan desarrollar un plan de carrera para acceder a órganos directivos en las empresas, especialmente en cooperativas

Principales instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FSE de Andalucía 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020.

Financiación autónoma.

Tipo de apoyo / intervención

Reembolso, parcial o total, de los costes subvencionables de la actividad de formación/transferencia.

Serán apoyados tanto los organismos o asociaciones que proporcionen las actividades de formación/transferencia como las agroindustrias para el acceso a las mismas.

Costes subvencionables

Costes ocasionados por la organización de actividades de formación y/o transferencia, entre los que pueden señalarse:

- Salarios del personal implicado en las actividades.
- Costes de desplazamiento, alojamiento.
- Material divulgativo o plataformas de difusión (incluyendo soporte electrónico).
- Material fungible.
- Gastos de funcionamiento de aulas o instalaciones.
- Adquisición y mantenimiento de aplicaciones informáticas.
- Actividades divulgativas o de promoción de la acción formativa o de transferencia.

Indicadores

- Gasto en actividades formativas/transferencia (apoyo público)
- Gasto en actividades formativas/transferencia total (apoyo público + privado)
- Número de actividades de formación/transferencia desarrolladas.
- Número de entidades o asociaciones de formación/transferencia apoyadas.
- Número de agroindustrias apoyadas para acceso a actividades formación/transferencia

Asesoramiento

Esta acción comprende una serie de operaciones para propiciar un salto cualitativo en el sistema de asesoramiento a las agroindustrias. A diferencia de la acción de formación y transferencia, el asesoramiento debe caracterizarse por adaptarse a las particularidades de cada agente o clientela, así como abordar de manera sistemática y proactiva las cuestiones centrales de la estrategia: competitividad, medio ambiente y energía.

Operaciones relacionadas

- 1.13. Asesoramiento técnico para la mejora de la productividad y la eficiencia de la agroindustria
- 1.14. Asesoramiento técnico al proceso de registro de patentes y marcas
- 2.7. Asesoramiento técnico para la implantación de sistemas de calidad
- 2.8. Asesoramiento técnico en trazabilidad
- 4.1. Asesoramiento técnico en comercialización, orientación a la clientela y búsqueda de nuevos mercados
- 5.2. Asesoramiento técnico en comercio exterior
- 6.14. Asesoramiento técnico para la implantación de sistemas de gestión y auditoría medioambiental
- 6.15. Asesoramiento técnico en eficiencia energética
- 6.16. Asesoramiento técnico en energías renovables
- 6.17. Asesoramiento técnico para la valorización de subproductos
- 7.5. Asesoramiento en el uso de TIC y comercio electrónico
- 9.8. Profesionalizar las actividades realizadas tradicionalmente por mujeres

Principales instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FSE de Andalucía 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020, financiación autónoma.

Tipo de apoyo / intervención

Reembolso, parcial o total, de los costes subvencionables de la actividad de asesoramiento.

Serán apoyados tanto los organismos o asociaciones que proporcionen las actividades de asesoramiento como las agroindustrias para la contratación de dichos servicios.

Costes subvencionables

Costes ocasionados por las actividades de asesoramiento (por su prestación o por su contratación), entre los que pueden señalarse:

- Salarios del personal implicado en las actividades.
- Costes de desplazamiento, alojamiento.
- Material fungible.
- Costes de funcionamiento de instalaciones donde se preste el asesoramiento.
- Adquisición y mantenimiento de aplicaciones informáticas.

Indicadores

- Gasto en actividades de asesoramiento (apoyo público)
- Gasto en actividades de asesoramiento total (apoyo público + privado)
- Número actividades de asesoramiento desarrolladas
- Número de entidades o asociaciones de asesoramiento apoyadas
- Número de agroindustrias apoyadas para contratar servicios de asesoramiento

Inversiones en agroindustrias

Bajo esta acción se engloban diferentes operaciones relacionadas con el apoyo o fomento de inversiones físicas destinadas a aumentar la competitividad de las agroindustrias, incidiendo en los márgenes económicos a través de mejoras en productividad, disminución de costes y aumento de ingresos, todo ello en el contexto del tránsito hacia una economía inteligente, baja en carbono y menos impactante en el medioambiente, que ha de ser aprovechado como oportunidad para generar empleo, diferenciación y valor añadido.

Operaciones relacionadas

- 1.1. Inversiones en maquinaria de mayor productividad
- 1.2. Inversiones para automatización de procesos
- 1.3. Inversiones para optimización de procesos
- 1.4. Inversiones para ampliación de instalaciones y aumento de la capacidad de producción
- 1.5. Inversiones para ampliar la participación en la cadena de valor
- 1.6. Inversiones para ampliación y mejora de instalaciones comunes
- 1.7. Inversiones para diversificación de nuevas líneas de productos
- 1.8. Inversiones para desarrollo de productos innovadores (V, VI gama, alimentos funcionales)
- 1.9. Inversiones para desarrollo de nuevos formatos
- 1.10. Inversiones para desarrollo de nuevos envases
- 1.22. Mejora del acceso al crédito a las PYME y cooperativas agroindustriales para inversiones y/o circulante
- 1.26. Inversiones en materia de prevención de riesgos laborales para la mejora de la seguridad de las empresas y su plantilla.
- 2.1. Inversiones para ampliar la trazabilidad a campo
- 3.7. Fomento de sistemas de autocontrol acreditados por la Administración, sobre seguridad alimentaria y calidad, en todos los eslabones de la cadena.
- 5.1. Apoyo a la homologación de instalaciones con estándares internacionales
- 5.7. Programa de garantías económicas para las empresas que comienzan su internacionalización
- 6.1. Inversiones en maquinaria de mayor eficiencia energética
- 6.2. Inversiones para aprovechamiento de energías renovables
- 6.3. Inversiones en maquinaria para aprovechamiento energético de los residuos o subproductos
- 6.4. Inversiones para medición de la huella de carbono
- 6.7. Inversiones para mejora energética de instalaciones (cableado, aislamiento, conexión a red, etc.)

- 6.8. Inversiones para gestión ambiental de residuos (almacenaje y eliminación controlada)
- 6.10. Inversiones en vehículos de transporte eficientes o basados en energías renovables
- 9.5. Apoyo a agroindustrias promovidas principalmente por mujeres

Instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020.

Tipo de apoyo / intervención

- **Ayuda directa**, en la que subvencionará un porcentaje de la inversión.
- **Bonificación de intereses.**
- **Garantías o avales.**
- **Fondos reembolsables.**

En todo caso, se cumplirán las disposiciones sobre la normativa de la Unión sobre ayudas de Estado.

Tendrán prioridad las inversiones que:

- Aborden de forma combinada aspectos de eficiencia-dimensión, calidad-nichos de mercado, medioambiente y energía, internacionalización y/o I+D.
- Se justifiquen en base a un proyecto que estime su necesidad, factibilidad y permita medir sus resultados, incluyendo en éstos su impacto laboral.
- Que cuenten con una formación/transferencia o asesoramiento adecuado relacionado con la temática que aborde la inversión.
- Que resulten de un proyecto de cooperación.
- Se acometan por agroindustrias de sectores considerados estratégicos.

Conceptos subvencionables

- Construcción, adquisición o mejora de bienes inmuebles.
- Compra de maquinaria y equipos, incluidos los programas informáticos.
- Costes generales vinculados a los gastos contemplados en los dos puntos anteriores, (profesionales de la arquitectura, ingeniería y consultoría, estudios de viabilidad, adquisición de patentes y licencias, etc.).

Indicadores

- Gasto en inversiones (apoyo público)
- Gasto en inversiones total (apoyo público + privado)
- Número de proyectos subvencionados

Los tres indicadores se desglosarán según eficiencia-dimensión, calidad-nichos de mercado, medioambiente y energía, internacionalización y/o I+D.

Inversiones en infraestructuras

Bajo esta acción, que complementa a la anterior, se engloban diferentes operaciones relacionadas con el apoyo o fomento de la creación y mejora de inversiones físicas en infraestructuras, destinadas a aumentar la competitividad de las agroindustrias andaluzas así como su sostenibilidad ambiental.

Dichas infraestructuras serán tanto las de uso común del propio complejo agroindustrial, como las de entorno de apoyo al mismo (redes de transporte, centros de I+D, etc.), buscando en todos los casos una mayor eficiencia económica a través de efectos de escala y una minimización de su impacto ambiental.

Operaciones relacionadas

- 1.11. Dotación y mejora de la red pública de laboratorios
- 1.12. Inversiones en instalaciones comunes para almacenamiento y comercialización
- 3.5. Inversiones para el desarrollo de canales de cortos de comercialización y mercados locales
- 6.5. Inversiones en infraestructuras comunes para aprovechamiento de energías renovables
- 6.6. Inversiones en centros de acopio para aprovechamiento energético de los residuos o subproductos
- 6.9. Inversiones en infraestructuras comunes para gestión ambiental de residuos (almacenaje y eliminación controlada)
- 6.11. Inversión en infraestructuras de transporte marítimo
- 7.1. Inversiones en infraestructuras privadas de I+D
- 7.3. Apoyo a la red de centros de IFAPA y potenciación de la investigación en agroindustria
- 9.1. Implantación y mejora de los servicios básicos en zonas rurales (electricidad, internet de banda ancha...)
- 9.2. Mejora de las infraestructuras de transporte en las zonas rurales y conexión con las principales vías de comunicación

Principales instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020.

Tipo de apoyo / intervención

- **Ayuda directa**, en la que subvencionará un porcentaje de la inversión.
- **Bonificación de intereses.**
- **Garantías o avales.**
- **Fondos reembolsables.**

En todo caso, se cumplirán las disposiciones sobre la normativa de la Unión sobre ayudas de Estado.

Tendrán prioridad las inversiones que:

- Aborden de forma combinada aspectos de eficiencia-dimensión, calidad-nichos de mercado, medioambiente y energía, internacionalización y/o I+D.
- Se justifiquen en base a un proyecto que estime su necesidad, factibilidad y permita medir sus resultados, incluyendo en éstos su impacto laboral.
- Cuenten con el mayor número de socios o entidades implicados.
- Que supongan un menor impacto ambiental.
- Que resulten de un proyecto de cooperación.

Costes subvencionables

- Construcción, adquisición o mejora de bienes inmuebles.
- Compra de maquinaria y equipos, incluidos los programas informáticos.
- Costes generales vinculados a los gastos contemplados en los dos puntos anteriores, (arquitectos, ingenieros y consultores, estudios de viabilidad, adquisición de patentes y licencias, etc.)

Indicadores

- Gasto en inversiones (apoyo público)
- Gasto en inversiones total (apoyo público + privado)
- Número de proyectos subvencionados

Los tres indicadores se desglosarán según eficiencia-dimensión, calidad-nichos de mercado, medioambiente y energía, internacionalización y/o I+D.

Ayudas a la implantación de certificaciones

En esta acción se integran operaciones que se corresponden con diferentes apoyos para avanzar en la autentificación, control y aseguramiento, y explotación en los mercados del valor añadido de productos y procesos agroalimentarios obtenidos bajo determinados parámetros sistematizados.

Operaciones relacionadas

- 2.2. Apoyo a la certificación de agroindustrias con figuras de calidad ligadas al territorio (IGP, DOP, etc)
- 2.3. Apoyo a la certificación de agroindustrias respecto al Decreto de artesanía alimentaria
- 2.4. Apoyo a la certificación de agroindustrias en producción ecológica
- 2.5. Apoyo a la certificación de agroindustrias en producción integrada
- 2.6. Apoyo a la certificación de agroindustrias respecto a otras figuras de calidad
- 6.12. Apoyo a la certificación en sistemas de gestión y auditoría medioambiental
- 6.13. Apoyo a la certificación de agroindustrias respecto a figuras ligadas a la reducción de CO₂, huella ambiental, etc

- 6.25. Actuaciones de fomento para la adhesión de las empresas en el régimen voluntario del Sistema Andaluz de Compensación de Emisiones
- 6.26. Actuaciones de fomento para que las empresas calculen su Huella de Carbono

Principales instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020.

Tipo de apoyo / intervención

Reembolse, parcial o total, de los costes derivados de la certificación

Costes subvencionables

Costes relacionados con la certificación en los sistemas de calidad que se definen.

Indicadores

- Gasto en certificación (apoyo público)
- Gasto en certificación total (apoyo público + privado)
- Número de proyectos apoyados.

Los tres indicadores se desglosarán, en su caso, según el sistema de calidad promocionado.

Promoción

Se engloban en esta acción diferentes operaciones de promoción de producciones obtenidas bajo determinados sellos diferenciadores, actuando de forma complementaria a la certificación en dichos sistemas de la acción precedente.

Operaciones relacionadas

- 1.16. Campañas de información a las personas consumidoras sobre trazabilidad y seguridad alimentaria
- 1.17. Campañas de promoción de los productos agroindustriales andaluces
- 1.24. Campañas de promoción y divulgación público-privadas de productos agroalimentarios que impulsen la cultura alimentaria de la Dieta Mediterránea
- 2.9. Promoción de producciones bajo figuras de calidad (IGP, DOP, ETG, marcas de garantía, producción ecológica, etc)
- 2.10. Promoción de productos regulados por el Decreto de artesanía alimentaria
- 5.5. Promoción internacional de productos agroalimentarios
- 6.22. Información y concienciación a la persona consumidora sobre la necesidad de reducir los excedentes y desperdicios agroalimentarios
- 9.4. Promoción de la asociación de los productos de calidad con naturaleza y/o turismo y cultura de Andalucía, dentro de la interlocución con las Consejerías implicadas

Principales instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020, programas de promoción de productos agroalimentarios de la UE, financiación autónoma.

Tipo de apoyo / intervención

Reembolso, parcial o total, de los costes subvencionables de la actividad de promoción.

Costes subvencionables

Costes asociados a las actividades de promoción, entre los que pueden señalarse los gastos en:

- Material divulgativo y promocional, dossiers y monográficos
- Jornadas técnicas, catas y degustaciones, presentaciones de productos, promociones en puntos de venta.
- Relaciones públicas y misiones comerciales,
- Organización o participación en ferias u otras exposiciones.

Indicadores

- Gasto en promoción (apoyo público)
- Gasto en promoción total (apoyo público + privado)
- Número de actividades de promoción realizadas

Los tres indicadores se desglosarán, en su caso, según el sistema de calidad promocionado.

Cooperación

Esta actuación integra las operaciones cuya finalidad es el establecimiento de alianzas y mecanismos de cooperación entre agentes y actores del complejo agroindustrial andaluz para obtener masas críticas adecuadas en el ámbito de internacionalización, economías de escala, desarrollo de nuevas formas de comercialización, acceso y explotación de la I+D y fomento de las mujeres.

Operaciones relacionadas

- 1.18. Fomento de la colaboración entre agentes agroindustriales para contratar servicios básicos
- 1.19. Fomento de la colaboración entre agentes agroindustriales para compras colectivas de bienes
- 1.20. Fomento de la fusión entre entidades
- 1.23. Iniciativas y proyectos empresariales de comercialización conjunta de productos agrarios y alimentarios de la Comunidad Autónoma de Andalucía
- 1.25. Fomento de otros tipos de cooperación y asociacionismo
- 3.2. Fomento de la colaboración entre agentes agroindustriales y otros eslabones de la cadena agroalimentaria para formalizar contratos a largo plazo y otras formas de cooperación como el intercambio de conocimientos, modelos de gestión compartidos y desarrollo conjunto de productos
- 3.6. Participación en canales cortos de comercialización y mercados locales
- 5.6. Promoción de la cooperación empresarial para el acceso a mercados exteriores
- 6.21. Iniciativas dirigidas a favorecer la recuperación y uso social de los excedentes alimentarios
- 7.7. Participación en proyectos de I+D+i de la agroindustria en colaboración con universidades, campus de excelencia, etc., financiando la preparación de convocatorias
- 7.8. Ayudas a Grupos Operativos de la AEI para la generación de proyectos innovadores
- 7.9. Cooperación con plataformas y centros de I+D (Universidades, centros y parques tecnológicos, etc)
- 8.9. Colaboración con las organizaciones empresariales representativas del cooperativismo andaluz en el sector agroalimentario o cualquier otra organización que aglutine estas entidades, para fomentar la presencia y participación de las mujeres en los órganos de decisión de las entidades ligadas a este sector.
- 9.9. Apoyar el movimiento y redes de mujeres del medio rural

Principales instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FSE de Andalucía 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020.

Tipo de apoyo / intervención

Reembolso, parcial o total, de los costes subvencionables de las actividades de promoción.

Costes subvencionables

Costes directamente derivados de las actividades de cooperación entre agentes, dentro de los cuales se podrán incluir gastos en:

- Funcionamiento y organización de la acción de cooperación.
- Estudios, planes de viabilidad, planes empresariales o similares.
- Actividades de animación o promoción.

Las inversiones que, eventualmente fuesen necesarias para la cooperación, no serán apoyadas con esta acción, sino con, en su caso, las acciones de inversiones en agroindustrias o infraestructuras.

Los solicitantes de acciones de cooperación tendrán prioridad para acceder a las acciones de inversión (en agroindustrias e infraestructuras).

Indicadores

- Gasto en cooperación (apoyo público)
- Gasto en cooperación total (apoyo público + privado)
- Número de actividades de cooperación realizadas

Elaboración de estudios

Esta acción comprende cuatro operaciones relacionadas con el desarrollo de estudios en diferentes temáticas que, eventualmente, pueden dar lugar a desarrollos normativos a partir de las conclusiones de los mismos.

Operaciones relacionadas

4.2. Elaboración de estudios y prospecciones de mercado que identifiquen las necesidades de las personas consumidoras con el objetivo de anticiparse a ellas

6.19. Participación de la administración en la elaboración de reglas de producto y reglas de organización para la medición de la huella ambiental de los productos agroalimentarios

6.20. Realizar estudios para evaluar el desperdicio de alimentos en todos los eslabones de la cadena, especialmente la agroindustria, por parte de la administración

8.2. Estudios de evaluación de impacto de políticas y crisis

Principales instrumentos de programación

Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FSE de Andalucía 2014-2020, Programa Operativo (P.O.) FEDER de Andalucía 2014-2020, financiación autónoma.

Tipo de apoyo / intervención

Reembolso, parcial o total, de los costes subvencionables.

Costes subvencionables

Costes relacionados con la elaboración de estudios.

Indicadores

- Gasto en elaboración de estudios (apoyo público)
- Gasto en elaboración de estudios total (apoyo público + privado)
- Número de estudios realizados

Elaboración de normas y protocolos

Bajo esta acción se integran las operaciones tendentes al desarrollo normativo en el ámbito de la agroindustria, todo ello en un contexto tendente a racionalizar el *corpus* legislativo y normativo para simplificar la labor de los administrados, así como establecer criterios para que la información que se genere desde la administración sea de acceso público para su eventual uso y explotación (*open data*).

Operaciones relacionadas

- 1.21. Desarrollo de planes de contingencia ante alertas sanitarias
- 2.11. Revisión de la normativa asociada a la figura de artesanía alimentaria así como su distintivo
- 2.12. Desarrollo de la producción integrada para la agroindustria en nuevos sectores
- 7.10. Desarrollo de redes de información y bases de datos Open Data
- 8.3. Coordinación del Registro de Industrias Agroalimentarias con otros registros existentes en la administración
- 8.4. Revisión de la legislación de la CAPDER para la simplificación, donde sea posible, de los trámites administrativos para la agroindustria

Principales instrumentos de programación

No procede

Tipo de apoyo / intervención

No procede

Costes subvencionables

No procede

Indicadores

- Número de instrumentos normativos desarrollados.
- Número de trámites simplificados

Cooperación dentro de la administración

Esta acción engloba las operaciones relacionadas con la mejora de la organización interna entre diferentes administraciones, entidades y agentes público-privados, para conseguir una coherencia, complementariedad y eficiencia en el uso de recursos públicos en las diferentes actuaciones que desarrollan en el campo de la agroindustria.

Operaciones relacionadas

- 3.3. Colaboración con las Interprofesionales existentes para el desarrollo de sus funciones
- 3.4. Coordinación con AICA para los controles y sanciones en la cadena agroalimentaria
- 8.5. Potenciación de la participación de Andalucía en redes europeas (AREFLH, AREV) para defender los intereses del sector y promover la creación de redes para otros sectores agroalimentarios
- 8.6. Potenciación de la participación de Andalucía en AREPO para la defensa de las producciones de calidad de la agroindustria andaluza
- 8.7. Creación de un Comité Asesor de Política Agroindustrial
- 8.8. Coordinación con el resto de Consejerías y Entes Instrumentales de la Junta de Andalucía para que se tengan en cuenta los intereses de la agroindustria andaluza en temas como la internacionalización, eficiencia energética, formación para el empleo, etc.

Principales instrumentos de programación

No procede

Tipo de apoyo / intervención

Formalización de convenios o acuerdos de colaboración con diferentes entidades.

Costes subvencionables

No procede

Indicadores

- Número de convenios o acuerdos formalizados
- Número de reuniones celebradas
- Número de acuerdos alcanzados

Sistema de seguimiento y evaluación

Principios de funcionamiento

La orientación a los resultados es una premisa clara en la programación de las políticas de la UE para el periodo 2014-2020. En consonancia con ello se considera que el establecimiento de un sistema de seguimiento y evaluación para valorar la eficacia del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020 también resulta ineludible. Disponer de un sistema de seguimiento y evaluación proporcionará la información necesaria para revisar la planificación y modificar la intervención, de manera que se asegure en mayor medida el logro de los objetivos marcados.

El propósito del seguimiento es verificar que las acciones se ejecutan conforme a lo planificado, que los fondos se utilizan correctamente y que los indicadores de resultado evolucionan en la dirección deseada. Por su parte con la evaluación se persigue identificar los efectos generados por las acciones ejecutadas y comprender cómo y por qué se han obtenido dichos efectos, teniendo en cuenta también posibles resultados no intencionados y cuál ha sido su origen.

Seguimiento y evaluación constituyen dos procesos complementarios donde el seguimiento aporta información básica para la evaluación, y la evaluación permite identificar la necesidad de mejorar la selección de indicadores u otras herramientas utilizadas en el proceso de seguimiento.

Para realizar tanto uno como otra es imprescindible contar con mecanismos o elementos que permitan monitorizar la ejecución de las acciones y evaluar el nivel de cumplimiento de los objetivos establecidos en función de los resultados.

Los elementos que articulan el Sistema de seguimiento y evaluación del Plan Estratégico para la Agroindustria son los siguientes:

1. **Panel de indicadores:** Serán tanto de resultado como de ejecución. Constituyen la principal fuente de información en los procesos de seguimiento y evaluación del Plan. Para la definición y cálculo de los indicadores de resultado se utilizarán fuentes estadísticas y cartográficas oficiales las cuales cuentan con datos regionalizados y de publicación periódica. De este modo, los indicadores resultarán homogéneos, comparables y estables a lo largo de período de vigencia del Plan. Para cada indicador de resultado se detallará: el objetivo del Plan al que queda asociado, código del indicador, denominación, tipo de indicador, definición, procedimiento de cálculo, unidad de medida, periodicidad, gestor de la información, fuente de información, valor de referencia o de partida, valor intermedio y valor final.
2. **Plan de seguimiento y evaluación:** en él se establecerán los objetivos, alcance, periodicidad en las tareas de seguimiento y evaluación del Plan para la Agroindustria de Andalucía, determinando las personas y organismos responsables de su ejecución.
3. **Mecanismos de revisión:** complementan los mecanismos de seguimiento y evaluación, valorando si las líneas estratégicas definidas en el Plan siguen siendo pertinentes con los cambios que pueden acontecer durante el periodo de ejecución del Plan y proponiendo los cambios que sean necesarios.

Elementos del Sistema de seguimiento y evaluación

PANEL DE INDICADORES

Los indicadores constituyen una herramienta clave en el seguimiento y evaluación del Plan ya que a través de ellos se puede constatar qué se ha realizado y cuáles son los resultados e impactos que se están generando.

Los indicadores del panel podrán ser de **dos tipos: de ejecución y resultados**. Ambos serán, preferentemente, de tipo cuantitativo, se actualizarán con la frecuencia que se determine y se desglosarán al mayor nivel posible (según ámbito territorial, perfil del beneficiario, etc.).

Si se diese el caso de que existiera falta de información concreta para su cálculo, se podrán reformular, siempre que proporcionen información similar sobre el mismo concepto a analizar, y dentro de los mecanismos previstos en el Plan de seguimiento y en el de Evaluación.

Operativamente, los **indicadores de ejecución** medirán de forma directa las acciones particulares que se lleven a cabo con las medidas (número de empresas beneficiarias, importes monetarios movilizados, etc.). El apartado de acciones del presente Plan contiene, para cada grupo de acciones, una propuesta de indicadores de ejecución.

Por su parte, los **indicadores de resultado** se ligarán a los objetivos del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía, y se calcularán, para cada objetivo a partir de la agregación de información cuantitativa de las medidas que contribuyan al mismo.

Con vistas a asegurar la eficacia y eficiencia de este sistema de indicadores, en la medida de lo posible **se ajustarán los mismos a los sistemas de indicadores ya establecidos en los Programas Operativos y el Programa de Desarrollo Rural**, todo ello en aras de coordinar y evaluar las actuaciones, teniendo siempre como referencia el marco de la Política de Cohesión y los grandes objetivos de la Estrategia Europa 2020. Hay que puntualizar que, para que sean de utilidad en el seguimiento del presente Plan, los indicadores establecidos en tales programas tendrán que ser adaptados, recabando, cuando se disponga, del dato específico para el sector de la agroindustria.

PLAN DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Los principales **propósitos del Plan de seguimiento** son los siguientes:

- Generar información sobre el Plan Estratégico para la Agroindustria, comprobando si se van cumpliendo los objetivos y la evolución de los resultados.
- Identificar posibles desviaciones en la ejecución y las causas de las mismas.
- Alertar a las personas u organismos responsables sobre situaciones no previstas.
- Trasladar, mediante los documentos correspondientes, la información obtenida a las personas y organismos responsables del Plan para que puedan disponer de una base sólida sobre la que tomar decisiones operativas o estratégicas.

Para lograr estos objetivos, aunque el proceso de seguimiento y evaluación del Plan Estratégico deberá ser continuo, se realizarán **evaluaciones en dos momentos concretos**, que se corresponden con la **mitad del período de ejecución del Plan y al término del mismo**.

Los contenidos mínimos que se abordarán en la **evaluación intermedia** son:

- Relevancia del Plan: constatación de la pertinencia y significación de los avances logrados.
- Eficacia: determinación del nivel en el que se han alcanzado los objetivos fijados, enjuiciándose las causas de los niveles alcanzados y las consecuencias que de ello se derivan.
- Eficiencia: determinación del grado en el que el logro de los objetivos ha sido más o menos costoso de lo previsto, valorándose sus causas y consecuencias.
- Efectos colaterales: valoración de los efectos generados que no estaban previstos, ya sean positivos o negativos.
- Satisfacción: nivel en el que los agentes regionales están satisfechos con los resultados obtenidos hasta ese momento.

La evaluación intermedia del Plan irá acompañada de la *Memoria de Sostenibilidad* que valorará los efectos ambientales del mismo y, llegado el caso, podrá proponer mejoras en el Plan en aras a solventar algún problema medioambiental o alcanzar una mayor sostenibilidad de la agroindustria.

En el caso de la **evaluación final**, de forma paralela al análisis de los resultados conseguidos, se podrá analizar buena parte del impacto de las actuaciones y del efecto global del Plan en el contexto regional andaluz. Junto a los contenidos que se desarrollan en la evaluación intermedia, la evaluación final podrá integrar el tipo y dimensión de los impactos generados o que previsiblemente se generarán y la perdurabilidad de los efectos de las acciones ejecutadas.

La evaluación final del Plan irá así mismo acompañada de su correspondiente *Memoria de Sostenibilidad*, que ampliará el contenido de la evaluación intermedia analizando también el impacto ambiental del Plan Estratégico.

REVISIÓN DEL PLAN

Durante el periodo de ejecución del Plan Estratégico para la Agroindustria y a la luz de los resultados que se obtengan en el informe de seguimiento y evaluación intermedia, puede resultar adecuado realizar modificaciones para adaptar el Plan a cambios en el entorno y a necesidades surgidas.

Las revisiones se referirán a contenidos sustanciales, tales como la visión, los retos, los objetivos finales y las líneas estratégicas.

Estas tareas serán realizadas por el **Comité asesor de Política Agroindustrial** cuya composición será definida por el Comité Redactor de este Plan.

Se levantará acta de cada una de las reuniones en las que, con los informes de seguimiento y evaluación elaborados, así como con todo tipo de información, cualitativa o cuantitativa, que se considere pertinente para facilitar el análisis, el Comité Asesor podrá proponer:

- La **reorientación o modificación** del esquema de líneas estratégicas del Plan, por eventuales deficiencias operativas detectadas en su aplicación práctica, por su incoherencia con los objetivos generales del Plan, por modificaciones relevantes del diagnóstico de partida, o por ineficiencia o ineficacia en el uso de los recursos presupuestarios que eventualmente se destinen a dichas líneas.
- La **incorporación de nuevos indicadores**, o modificaciones en los ya existentes, que solventen carencias detectadas en la batería de indicadores del sistema de seguimiento y evaluación del Plan (por falta de datos, dificultades de interpretación, irrelevancia de la información suministrada, etc.).

A las reuniones se podrá invitar a asesores externos que colaboren en las tareas de seguimiento y evaluación.

Difusión de los informes de seguimiento y evaluación

Para garantizar la máxima transparencia en la ejecución del Plan, los resultados de los procesos de seguimiento y evaluación estarán disponibles en la web de la CAPDR para todas aquellas personas, empresas y entidades interesadas en conocer cómo se están llevando a cabo las medidas y qué resultados se están logrando con ellas.

Anexos

Información relativa a la selección de sectores

INTRODUCCIÓN

La selección de los sectores ha sido realizada en base a los datos que se muestran en el apartado de caracterización del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020, junto a las fichas sectoriales de la agroindustria y la ficha de principales indicadores y ratios de la industria alimentaria de Andalucía, por subsectores, año 2013, elaboradas por el MAGRAMA.

Para el análisis por subsectores se ha tenido en cuenta la información recogida en el Anuario de Estadística de 2014, en las Macromagnitudes agrarias y la información relacionada con las figuras de calidad, todo procedente de la CAPDR, los datos de exportaciones del ICEX, así como la base de datos del panel de consumo en hogares del MAGRAMA.

Para elaborar el ranking de sectores no se ha analizado el sector de panadería, ya que algunos datos tienen en cuenta a los obradores de pan, ni algunas agregaciones amplias de sectores productivos como “Azúcar, café, infusiones y confitería” u “otros productos alimenticios”.

SECTORES PROPUESTOS

◆ Fabricación de aceites y grasas/ aceite de oliva

A nivel español, y dentro del sector de aceites y grasas, Andalucía es la principal Comunidad Autónoma en ventas netas, personas ocupadas y valor añadido (56%, 59% y 60% respectivamente).

El sector aceite y grasas es el principal sector a nivel andaluz en número de empresas, valor de la producción, valor añadido bruto, valor añadido bruto por persona ocupada y por inversiones en activos materiales; así como el segundo sector en número de personas ocupadas y en el valor de las exportaciones.

Particularizando en el aceite de oliva, y a nivel de Andalucía, es el principal producto exportado de grasas y aceites, las cooperativas andaluzas de este producto son las primeras en cifra de negocio, es el segundo producto con figura de calidad en valor económico, así como en número de empresas con producción ecológica.

Las principales empresas en este sector a nivel español, tienen su sede en Andalucía (Deoleo, Sovena, Migasa, Dcoop, Coosur, Ybarra).

Si el sector abarcara los aceites y grasas, en vez, de solamente el aceite de oliva, habría que convocar a empresas tanto de aceite de oliva como de aceite de semillas.

◆ Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos

A nivel español, y dentro de este sector, es la tercera Comunidad Autónoma en número de personas ocupadas (9% sobre el total del sector).

A nivel andaluz, este sector destaca como primero en número de personas ocupadas. El sector ocupa el segundo lugar en número de empresas. Ocupa el tercer lugar en el valor generado por sus exportaciones, en valor añadido bruto, en el valor de la producción y en el número de empresas con producción ecológica, así como el cuarto lugar en el valor económico generado por las figuras de calidad.

Dentro del sector cárnico se encuentran dos subsectores: la carne fresca (incluye tanto fresca como congelada) y los elaborados cárnicos. En 2014, Andalucía produjo 615.643 toneladas de carne, destinándose 507.209 toneladas al consumo directo y 108.434 toneladas al consumo industrial, suponen el 13% y 6% de la producción nacional, respectivamente.

Si se analiza el consumo doméstico de carnes y elaborados, el 64% del total de carne consumida en Andalucía, en términos de valor, corresponde a carne fresca y congelada. A nivel español, este mismo dato representa el 69%.

Continuando con el análisis de estos subsectores, en relación con las exportaciones, el 44% de la carne producida para consumo directo se exporta, mientras que para consumo industrial este porcentaje baja al 27%.

Los productos cárnicos elaborados tienen en Andalucía 4 figuras de calidad que hacen referencia a su origen: DOP Los Pedroches, DOP Jamón de Huelva, IGP Jamón de Trevélez y IGP Jamón de Serón.

A la hora de convocar al sector se debería abarcar tanto empresas de carne para consumo directo como de productos elaborados.

◆ Procesado y conservación de frutas y hortalizas

A nivel andaluz, el sector de frutas y hortalizas destaca por el valor generado en sus exportaciones y en el número de empresas con producción ecológica. Las cooperativas de este sector ocupan el segundo puesto en cifra de negocio. El sector también ocupa el segundo puesto en inversiones en activos materiales. Es el tercer sector en el valor económico que aportan sus figuras de calidad y es el cuarto sector en personas ocupadas, número de empresas, valor de la producción y valor añadido bruto.

Importancia de empresas a nivel europeo como García Carrión, líder en producción de zumos en España y 2ª en Europa, con fábricas en Andalucía.

Dentro del sector hortofrutícola destacan por su importancia 5 subsectores: hortícolas, frutos rojos, subtropicales, cítricos y frutales de hueso.

Hortícolas: Este subsector ocupa el primer lugar tanto en producción como en exportación dentro del sector hortofrutícola, alcanzado niveles cercanos al 70%. En relación a la producción, en 2014 se obtuvieron 5.848.080 toneladas de hortalizas, de las cuales 2 millones de toneladas corresponden a tomate. El 44% de la producción se destina a la exportación. El valor de la producción del subgrupo hortalizas alcanzó en 2014 los 2.869,79 millones de €, cifra similar a la de 2013. Existen dos figuras de calidad para productos hortícolas andaluces: IGP

Tomate La Cañada e IGP Espárrago de Huétor-Tájar, las cuales generaron en 2013, un valor económico de 21 millones de euros. Este subsector cuenta con una Organización Interprofesional para los hortícolas protegidos: HORTYFRUTA.

Frutos rojos: Andalucía destaca por ser un territorio líder en producción de frutos rojos a nivel europeo. Esto le confiere un fuerte carácter exportador, destinándose la práctica totalidad de la producción a la exportación. Estos productos se encuentran entre los de mayor valor exportado desde Andalucía, ya que en 2014 las operaciones de venta de fresas frescas, producto más significativo dentro de este subsector, generaron 417 millones de euros y de frambuesas frescas 165 millones de euros. El valor de la producción de fresa y fresón, alcanzó en 2014 los 256,87 millones de €, lo que supone un descenso del 12% respecto a 2013. Este subsector cuenta con una Organización Interprofesional: INTERFRESA.

Subtropicales: Siendo España prácticamente el único productor de subtropicales en la UE, Andalucía goza de gran importancia en nuestro país como productora de subtropicales a escala comercial, destinándose a la exportación la mayor parte de la producción de aguacate y mango. Por superficie y valor económico destacan: aguacate, chirimoya y mango. El valor de la producción de las frutas tropicales alcanzó en 2014 los 161,68 millones de €, lo que supone un aumento del 17% respecto a 2013. Existe una figura de calidad para la chirimoya, DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga, figura que generó en 2013 un valor económico de 2,3 millones de euros.

Frutas hueso: La producción se concentra en la provincia de Sevilla, siguiéndole de lejos Huelva, Granada y Córdoba. Los productos más significativos son la nectarina y el melocotón. El 40% de la producción de frutas de hueso se destina a la exportación, aprovechando que Andalucía es una de las zonas más precoces de Europa. El valor de la producción del melocotón, producto con mayor importancia dentro de este subsector, en 2014 fue de 137,16 millones de €, lo que supone una caída del 18% respecto al valor obtenido en 2013.

Cítricos: Este subsector tiene una importancia significativa dentro del sector hortofrutícola andaluz, ocupando el segundo puesto tanto en producción como en exportación. En base al total de cítricos producidos, destacan las provincias de Sevilla, fundamentalmente en naranja, y Huelva, en mandarina. En relación a la exportación, en 2014 se exportó el 18% de la producción andaluza de cítricos, correspondiéndole a la provincia de Sevilla el 40% de los cítricos exportados. El valor de la producción de los cítricos alcanzó en 2014 los 565,57 millones de €, lo que supone un descenso del 8% respecto a 2013. El cítrícola es uno de los sectores andaluces con mayor capacidad de generar empleo, con 2,1 millones de jornales al año en las centrales. Dentro de este subsector se encuentra la marca de garantía Naranjas del Valle del Guadalquivir.

No obstante, a la hora de convocar al sector, habría que tener en cuenta que existen empresas de productos frescos, de productos transformados (por ejemplo tomate de industria, mermeladas o conservas vegetales) y zumos.

◆ Elaboración de vinos

A nivel español, y dentro del tipo de vino de licor, Andalucía se sitúa como principal CCAA, ya que el 95% de la comercialización total de vino con DOP tipo de licor, se realiza a través de figuras de calidad andaluzas.

A nivel andaluz, el vino es el producto que tiene una mayor importancia en el valor económico generado por las figuras de calidad. Es el cuarto sector en el valor generado en sus exportaciones y en el número de empresas con producción ecológica.

Existen importantes empresas en este sector a nivel español, que tienen su sede en Andalucía, como Grupo Osborne (4ª empresa más importante en España en el sector vino por ventas y por empleo) y González Byass (6ª empresa más importante en España en sector vino por empleo y 7ª por ventas).

◆ **Procesado y conservación de aceitunas**

El sector de la aceituna tiene una gran importancia como producto endógeno de Andalucía, siendo esta Comunidad Autónoma la principal productora.

El valor de la producción de la aceituna es de 609 Millones de €, por encima de sectores como el lácteo.

◆ **Fabricación de productos lácteos**

A nivel andaluz, el sector de productos lácteos es el quinto en importancia en número de industrias. Las cooperativas de este sector ocupan el cuarto puesto por cifra de negocio.

Presencia de una empresa con importancia en nuestro territorio como COVAP.

La Organización de Productores Lácteos presente en Andalucía, OPL del Sur, es un ejemplo para el resto de España, por su buen funcionamiento.

Problemática de bajos precios por la que está pasando el sector.

Tabla 27 Ranking por sectores de la agroindustria andaluza

Nº de empresas		Personas ocupadas		Valor de la producción (M€)		Valor añadido bruto (M€)		Valor añadido bruto por ocupado (€/persona)		Exportaciones (M€)		Valor económico de la figuras de calidad (M€)		Nº Empresas ecológicas		Cifra de negocio de las cooperativas (M€)	
Sector	Valor	Sector	Valor	Sector	Valor	Sector	Valor	Sector	Valor	Sector	Valor	Sector	Valor	Sector	Valor	Sector	Valor
Aceite y grasas	759	Carne	7.232	Aceite y grasas	4.709	Aceite y grasas	670	Aceite y grasas	94.056	Frutas y hortalizas	4.563	Vino	183	Frutas y hort frescas y zumos	315	Aceite de oliva	2.226
Carne	610	Aceite y grasas	7.127	Bebidas	1.907	Bebidas	462	Bebidas	94.036	Aceite y grasas	2.284	Aceite	58	Aceite	209	Frutas y hortalizas	1.869
Bebidas	394	Bebidas	4.914	Carne	1.581	Carne	243	Molinerías	81.341	Cárnicos	260	Frutas, hortalizas y aceitunas	30	Cárnicos	62	Aceituna de Mesa	335
Frutas y hortalizas	336	Frutas y Hortalizas	4.582	Frutas y hortalizas	1.119	Frutas y hortalizas	192	Lácteos	42.675	Vino	109	Cárnico	29	Vino	57	Lácteos	257
Lácteos	164	Pesca	1.918	Molinería	643	Molinería	87	Frutas y hortalizas	41.962	Lácteos	85						
		Lácteos	1.856	Aceitunas	609	Lácteos	79										
				Lácteos	566												

Fuente: Número de empresas: Directorio Central de Empresas. INE

Personas ocupadas: Encuesta Industrial Anual de Empresas. IECA

Valor de la producción: Encuesta Industrial Anual de Empresas. IECA

Valor añadido bruto: Encuesta Industrial Anual de Empresas. IECA

Valor añadido bruto por persona ocupada: Elaboración propia a partir de la encuesta Industrial Anual de Empresas. IECA

Exportaciones: ESTACOM. ICEX

Valor económico de las figuras de calidad: CAPDR.

Número de empresas ecológicas: CAPDR

Cifra de negocio de las cooperativas: Directorio de Cooperativas Agrarias 2013. Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía.

Producción de carne por tipo de consumo en Andalucía y España. 2014 (tm)

Territorio	Producción total	Consumo directo	Consumo industrial
Andalucía	615.643	507.209	108.434
España	5.833.790	4.013.125	1.820.665

Fuente: MAGRAMA. Anuario de Estadística. 2014

Valor económico por figura de calidad. 2013

Figura de calidad	Valor económico (M€)
DOP Los Pedroches	5,52
DOP Jamón de Huelva	14,84
IGP Jamón de Trevélez	9,07
IGP Jamón de Serón	Inscrip. Agosto 2014

Fuente: CAPDR

Consumo en el hogar en Andalucía y España. 2014

Producto	Andalucía		España		Andal/España	
	Volumen (tm)	Valor (miles de €)	Volumen (tm)	Valor (miles de €)	Volumen %	Valor %
Total carne	396.317	2.296.433	2.287.162	14.572.979	17%	16%
Carne fresca	273.299	1.423.109	1.688.849	9.853.694	16%	14%
Carne congelada	12.013	54.347	63.518	272.864	19%	20%
Carne transformada	111.005	818.977	534.795	4.446.422	21%	18%

Fuente: MAGRAMA. Base de datos de consumo en hogares por CCAA

Exportación andaluza por tipo de carne. 2014

Producto	Exportación	% producto /total
Total productos cárnicos	254.710	41%
Carnes frescas y congeladas	225.312	44%
Jamón y paleta	14.757	27%
Transformados cárnicos	14.641	

Fuente: ICEX. ESTACOM

Imagen 2 Subsectores del sector hortofrutícola

Producción y exportación andaluza por subsectores. 2014 (tm)

Subsector	Producción	Exportación
Hortalizas	5.848.080	2.543.956
Cítricos	1.942.155	340.056
Frutos rojos (Fresa, frambuesa y arándano)	310.953	299.665
Frutas hueso	202.265	87.276
Subtropicales	144.577	97.720

Consumo en el hogar en Andalucía y España. 2014

Producto	Andalucía		España		Andal/España	
	Volumen (toneladas)	Valor (miles de €)	Volumen (toneladas)	Valor (miles de €)	Volumen %	Valor %
Hortalizas (hort. frescas, melón y sandía)	606.839	780.369	3.561.301	4.978.378	17%	16%
Cítricos	205.855	179.861	1.315.367	1.252.466	16%	14%
Frutas hueso	53.663	90.832	373.560	663.801	14%	14%
Fresas / fresón	21.417	42.993	133.077	277.469	16%	15%
Aguacate	7.106	17.699	40.393	98.985	18%	18%

Fuente: MAGRAMA. Base de datos de consumo en hogares por CCAA

Valor de la producción. 2014

Subsector/ producto	Valor de la producción (M€)	
	2013	2014
Hortalizas	2.874	2.870
Cítricos	616	566
Fresa	292	257
Subtropicales	139	162
Melocotón	168	137

Fuente: CAPDR, Macromagnitudes Agrarias Andalucía 2014

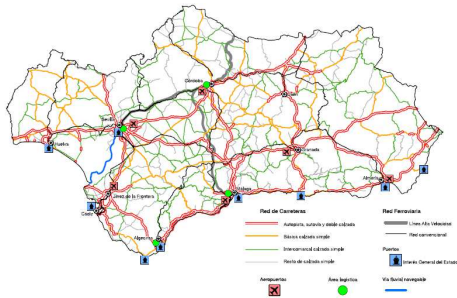
Valor económico por figura de calidad. 2013

Figura de calidad	Valor económico (M€)
IGP Tomate La Cañada	20
IGP Espárrago de Huétor-Tájar	0,3
DOP Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga	2,3

Fuente: CAPDR

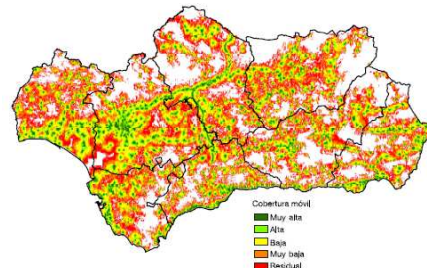
Anexo I: Mapas de infraestructuras y población

Mapa 9 Infraestructuras de transporte en Andalucía. 2012



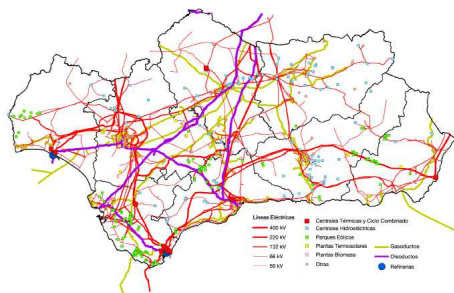
Fuente: Datos básicos de Andalucía 2013, IECA.

Mapa 10 Cobertura de banda ancha de móvil en Andalucía 2012



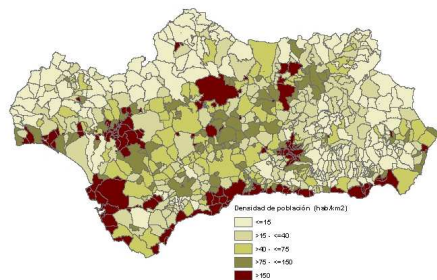
Fuente: Datos básicos de Andalucía 2013, IECA.

Mapa 11 Infraestructuras energéticas en Andalucía 2012



Fuente: Datos básicos de Andalucía 2013, IECA.

Mapa 12 Densidad de población por municipios 2013



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IE

