

**Mayo 2017**

Versión 12

# **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

<b>Presentación</b> .....	<b>5</b>
<hr/>	
<b>Marco de referencia</b> .....	<b>6</b>
<i>Marco de referencia europeo</i> .....	6
<i>Marco de referencia nacional</i> .....	10
<i>Marco de referencia regional</i> .....	11
Agenda por el Empleo: Plan Económico de Andalucía 2014-2020. Estrategia para la competitividad .....	12
Estrategia Industrial de Andalucía 2020 .....	15
Pacto andaluz por la Industria .....	18
Estrategia de Innovación de Andalucía 2020 (RIS3).....	18
Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020.....	20
<hr/>	
<b>Metodología de elaboración del Plan</b> .....	<b>24</b>
<hr/>	
<b>Caracterización y diagnóstico</b> .....	<b>27</b>
<i>Caracterización interna</i> .....	27
Contexto europeo y nacional .....	27
Principales características de la agroindustria andaluza.....	30
Internacionalización de la agroindustria andaluza.....	37
Vertebración del sector .....	42
Cooperativas agroalimentarias .....	47
Calidad alimentaria .....	50
Innovación y uso de tecnología .....	60

Sostenibilidad .....	64
Acceso al crédito .....	67
<i>Caracterización externa</i> .....	68
El sector primario .....	68
Canales de distribución agroalimentaria .....	71
Análisis del consumo .....	73
Industria auxiliar .....	79
<i>Análisis DAFO</i> .....	80
Debilidades .....	80
Amenazas .....	81
Fortalezas .....	82
Oportunidades .....	83
<hr style="border: 2px solid #FFD700;"/>	
<b>Nuevo contexto para la agroindustria. Retos de futuro</b> .....	<b>85</b>
<i>Bioeconomía y economía circular</i> .....	86
<i>Industria agroalimentaria 4.0.</i> .....	87
<i>Tecnologías facilitadoras esenciales (KET's)</i> .....	88
<i>Nuevos productos</i> .....	90
<i>Sostenibilidad integral de la industria alimentaria</i> .....	91
<i>Función social de la industria alimentaria</i> .....	92
<i>Tendencias geopolíticas y macroeconómicas</i> .....	93
<hr style="border: 2px solid #92D050;"/>	
<b>Estrategia Agroindustrial de Andalucía 2020</b> .....	<b>95</b>
<i>Visión</i> .....	95
<i>Misión</i> .....	95
<i>Principios</i> .....	95
<i>Objetivo general del Plan</i> .....	96
<i>Objetivos específicos e indicadores</i> .....	96
<i>Líneas estratégicas</i> .....	99
Línea estratégica 1: Eficiencia y dimensión .....	103
Línea estratégica 2: Fomento de las producciones de calidad diferenciada y nichos de mercado .....	105
Línea estratégica 3: Equilibrio y transparencia de la cadena agroalimentaria .....	106
Línea estratégica 4: Calidad Comercial, Garantía y Orientación a la persona consumidora .....	109

Línea estratégica 5: Internacionalización de la industria agroalimentaria andaluza .....	112
Línea estratégica 6: Impulso de la Sostenibilidad integral de la industria agroalimentaria	113
Línea estratégica 7: Innovación en productos y procesos y transferencia de conocimiento .....	116
Línea estratégica 8: Gobernanza.....	118
Línea estratégica 9: Impulso de la agroindustria 4.0. ....	121
<i>Actuaciones preferentes</i> .....	124
<hr style="border: 2px solid orange;"/>	
<b>Gobernanza, Seguimiento y Evaluación</b> .....	<b>125</b>
<i>Principios de funcionamiento</i> .....	125
<i>Elementos del Sistema de seguimiento y evaluación</i> .....	126
Panel de indicadores.....	126
Plan de seguimiento y evaluación .....	127
Revisión del Plan .....	128
<i>Difusión de los informes de seguimiento y evaluación</i> .....	129
<hr style="border: 2px solid blue;"/>	
<b>Marco financiero</b> .....	<b>130</b>

# Presentación

El Estatuto de Autonomía para Andalucía<sup>1</sup> 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.

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, que se presenta a continuación.

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, 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 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

---

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

de los diferentes sectores<sup>2</sup> y territorios que componen la agroindustria andaluza, las cuales podrán tenerse en cuenta también en su implementación cuando se considere necesario.

El Plan incluye los siguientes contenidos:

- Una presentación que incluye una introducción, alcance y contenidos del Plan.
- Una exposición del marco de referencia europeo, nacional y regional en el que se enmarca el Plan.
- Un apartado de metodología de elaboración del Plan.
- Una caracterización de la situación actual de la industria, en referencia al contexto nacional, europeo e internacional.
- Un análisis DAFO del entorno y de la situación competitiva de la agroindustria, con especial referencia a sus elementos diferenciadores.
- Una descripción del nuevo contexto de la agroindustria y los retos de futuro.
- La definición de la Estrategia Agroindustrial de Andalucía 2020, especificando la visión, misión, principios, objetivos, líneas estratégicas y operaciones que se llevarán a cabo.
- Un apartado de gobernanza, seguimiento y evaluación del Plan.
- Marco financiero

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.

## Marco de referencia

### Marco de referencia europeo

---

El Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020 nace en el marco de una serie de documentos estratégicos de alcance europeo, nacional y regional. El punto de partida en el ámbito de la UE parte de la “*Estrategia Europa 2020*”, lanzada en el año 2010 para abordar los desafíos a los que se enfrenta Europa en la presente década y lograr un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, que disfrute de altos niveles de empleo, de productividad y de cohesión social.

Europa 2020 propone tres prioridades que se refuerzan mutuamente:

- Crecimiento inteligente: desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación.

---

<sup>2</sup> Ver Anexo II

- Crecimiento sostenible: promoción de una economía que haga un uso más eficaz de los recursos, que sea más verde y competitiva.
- Crecimiento integrador: fomento de una economía con alto nivel de empleo que tenga cohesión social y territorial.

La Comisión Europea propone en este documento los siguientes objetivos principales de la UE:

- Alcanzar una tasa de empleo del 75 % de la población de entre 20 y 64 años
- Invertir un 3 % del Producto Interior Bruto (PIB) en la investigación y el desarrollo
- Reducir en un 20 % las emisiones de carbono, generar el 20 % de las necesidades de energía a partir de fuentes renovables y aumentar la eficacia energética un 20 %
- Reducir en 20 millones el número de personas que viven por debajo del umbral de la pobreza
- Reducir la tasa de abandono escolar a menos del 10 % y aumentar hasta el 40 % la tasa de titulados de la enseñanza superior

Para lograr estos objetivos define siete iniciativas emblemáticas, de las que una está centrada en la industria y cuatro tienen una gran influencia en el futuro industrial de Europa:

- Una política industrial para la era de la mundialización, para mejorar el entorno empresarial, especialmente para las PYME, y apoyar el desarrollo de una base industrial fuerte y sostenible, capaz de competir a nivel mundial.
- Unión por la innovación, con el fin de mejorar las condiciones generales y el acceso a la financiación para investigación e innovación y garantizar que las ideas innovadoras se puedan convertir en productos y servicios que generen crecimiento y empleo.
- Una agenda digital para Europa, con el fin de acelerar el despliegue de internet de alta velocidad y beneficiarse de un mercado único digital para las familias y empresas.
- Una Europa que utilice eficazmente los recursos, para ayudar a desligar crecimiento económico y utilización de recursos, apoyar el cambio hacia una economía con bajas emisiones de carbono, incrementar el uso de fuentes de energía renovables, modernizar nuestro sector del transporte y promover la eficacia energética.
- Agenda de nuevas cualificaciones y empleos, para modernizar los mercados laborales y potenciar la autonomía de las personas mediante el desarrollo de capacidades a lo largo de su vida con el fin de aumentar la participación laboral y adecuar mejor la oferta y la demanda de trabajos, en particular mediante la movilidad laboral.

Por otro lado, la Comunicación de la Comisión Europea *“Una política industrial integrada para la era de la globalización: poner la competitividad y la sostenibilidad en el punto de mira”* COM (2010) 614 final señala que es esencial aumentar la productividad de la industria manufacturera y de los servicios vinculados a la misma para apuntalar la recuperación del crecimiento y el empleo, contribuir al sostenimiento de nuestro modelo social y que la economía de la UE recobre la salud y la sostenibilidad.

Para lograr que la industria impulse a la economía de la UE por una vía dinámica de crecimiento en la que se potencie la competitividad de la Unión, se procuren crecimiento y empleo y se haga posible la transición a una economía con un nivel reducido de emisiones de

CO<sub>2</sub> y una mayor eficiencia en el uso de los recursos, la Comisión plantea un nuevo enfoque para la política industrial caracterizado por conjugar una base horizontal con una aplicación sectorial, por ofrecer medidas de actuación europeas coordinadas y por tener en cuenta toda la cadena de valor.

En concreto, en relación con la industria alimentaria esta Comunicación la incluye entre los sectores en los que las consideraciones en cuanto a la cadena de valor revisten especial importancia. Señala además que la cadena europea de abastecimiento de alimentos en su conjunto ha entrado en un periodo de ajuste como consecuencia de unas preferencias de consumo cambiantes, la escasez de recursos, los factores demográficos, sanitarios y medioambientales y las inquietudes de los consumidores acerca de la seguridad alimentaria, la salud y los precios. A pesar de ser muy competitiva, la industria agroalimentaria de la UE tiene que abordar estas cuestiones con carácter urgente, así como los desequilibrios en el poder negociador de los productores agroalimentarios y los minoristas, además de mejorar la eficiencia de las estructuras de abastecimiento y facilitar su reestructuración.

Adicionalmente, la Comisión Europea propuso en la mencionada Comunicación utilizar el *Foro de Alto Nivel sobre la Industria Alimentaria para garantizar un mejor funcionamiento de la cadena de abastecimiento de alimentos*. Este foro<sup>3</sup> fue creado por la Comisión Europea para identificar los factores que influyen en la posición competitiva y la sostenibilidad de la industria agroalimentaria europea. El Foro diseñó una hoja de ruta y unas iniciativas clave para impulsar la competitividad del sector, a través de un informe con 30 recomendaciones políticas y una hoja de ruta con iniciativas clave para llevar a cabo esas recomendaciones.

En el periodo 2010-2014 el citado Foro facilitó el lanzamiento de un código de conducta, la Iniciativa de Cadena de Suministro, con el fin de eliminar las prácticas comerciales desleales entre empresas en la cadena de suministro alimentario; animó para el establecimiento de un Comité de Diálogo Social para la industria de la alimentación y las bebidas; contribuyó a la mejora de la Herramienta Europea de Seguimiento de Precios Alimentarios a través del trabajo de una Plataforma de Expertos y debatió sobre formas de mejorar la sostenibilidad del sistema alimentario.

En 2010, la Comisión Europea reemplazó el Grupo por el *Foro de Alto Nivel para Mejorar el Funcionamiento de la Cadena Alimentaria*, para realizar un seguimiento y asesoramiento sobre la implementación de las recomendaciones. El Foro enumera 8 temas políticos clave para continuar en el nuevo periodo (2015-2019) con el diálogo multi-actor en la cadena de suministro alimentario, entre los cuales se señalan:

- Competitividad y PYME con la publicación por parte de la Comisión de informes de progreso sobre la competitividad de la industria de la alimentación y bebidas, con especial atención a las PYMES.
- Prácticas comerciales entre empresas: Trabajar en la eliminación de prácticas desleales en las relaciones empresariales. Para ellos se precisa un seguimiento y evaluación de la Iniciativa de la Cadena de Suministro establecida para llevar a cabo los principios de buenas prácticas comerciales.
- Mercado Interior. Realizar un análisis y discusión de barreras potenciales a la libre circulación de alimentos y bebidas en la UE para buscar maneras de eliminarlas.

<sup>3</sup> Los miembros del Grupo eran ministros de algunos Estados Miembros, directores de empresas, asociaciones comerciales o sindicales, representantes de la industria agroalimentaria europea y la sociedad civil.

- Acceso al mercado. Vigilar la agenda comercial de la UE en relación a la negociación e implementación de los acuerdos de libre comercio.

Otros temas que se abordan son la sostenibilidad, la dimensión social, la innovación y los precios, animando en este último tema a un mayor progreso de la herramienta de seguimiento de precios alimentarios de la UE y a establecer más observatorios de precios nacionales.

En el año 2012, debido al fuerte impacto que la crisis económica estaba teniendo en varios Estados miembro, la Comisión Europea elaboró la Comunicación “*Una industria europea más fuerte para el crecimiento y la recuperación económica*” COM (2012) 582 final, la cual, manteniendo el enfoque estratégico de la Comunicación de 2010, incorporaba una serie de medidas para afrontar el estancamiento económico de la UE y la crisis global. Esta Comunicación, destinada a apoyar la inversión en innovación, establece unos objetivos cuantificados :

- Aumentar la participación de la industria como porcentaje del PIB desde el 16% hasta un 20% en 2020.
- Incrementar el comercio de bienes desde el 21% hasta el 25% en 2020
- Lograr que en 2020 el 25% de las PYME exporten fuera del Mercado Único.

Se centra en seis áreas prioritarias con gran potencial (tecnologías avanzadas de fabricación con vistas a una producción limpia; tecnologías facilitadoras esenciales; bioproductos; política industrial y de la construcción y materias primas sostenibles; vehículos y buques limpios; y redes inteligentes). Dicha Comunicación también subrayaba la necesidad de mejores condiciones de mercado, de acceso a la financiación y al capital, y de capital humano y capacidades, como medios para fomentar la competitividad industrial.

En enero de 2014 la Comisión presentó la Comunicación titulada “*Por un renacimiento industrial europeo*”(COM(2014)0014). Dicha Comunicación se centra en invertir la tendencia del declive industrial y alcanzar el objetivo del 20 % del PIB para las actividades manufactureras para 2020. La Comisión afirma que, para atraer nuevas inversiones y crear un mejor entorno empresarial, la UE necesita políticas más coherentes en el ámbito del mercado interior, incluida la infraestructura europea como las redes de energía, transporte e información, así como para los bienes y servicios. También se menciona la importancia de una mejor cooperación en los ámbitos de la administración pública de calidad, el comercio, la investigación y las materias primas.

Por último, cabe mencionar las directrices y marco legal de la UE sobre los fondos estructurales y de inversión que se enmarcan dentro de la política de cohesión y la política agrícola común, de la UE. Entre ellos, el más directamente relacionado con la agroindustria es relativo al desarrollo rural, el FEADER, cuyo Reglamento<sup>4</sup> establece para el período 2014-2020 las normas generales que rigen la ayuda de la Unión Europea al desarrollo rural. Esta norma fija los objetivos fundamentales a los que debe contribuir la política de desarrollo rural (competitividad, gestión sostenible y equilibrio territorial) así como las prioridades de la Unión en materia de desarrollo rural. Para su consecución, los Estados miembros y las regiones elaboran Programas de Desarrollo Rural (PDR) que incluyen una serie de medidas y operaciones cofinanciadas por el FEADER En el apartado sobre el marco de referencia

---

<sup>4</sup> Reglamento (UE) nº 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y por el que se deroga el Reglamento (CE) nº 1698/2005 del Consejo

regional se detallan las medidas del PDR de Andalucía relacionadas con la agroindustria y que servirán de marco y soporte financiero para muchas de las actuaciones del presente Plan.

## Marco de referencia nacional

---

En el ámbito nacional la *Agenda por el fortalecimiento del sector industrial en España* fue aprobada por el Consejo de Ministros en julio de 2014, recogándose en ella las actuaciones del Ministerio de Industria, Energía y Turismo y de otros ministerios y entidades públicas orientadas a facilitar un entorno empresarial favorable al desarrollo del tejido industrial español.

Para fortalecer el sector industrial en España la Agenda establece unas Líneas de Actuación:

1. Estimular la demanda de bienes industriales con efecto multiplicador en la economía.
2. Mejorar la competitividad de los factores productivos clave.
3. Asegurar un suministro energético estable, competitivo y sostenible dentro de la Unión Europea.
4. Reforzar la estabilidad y uniformidad del marco regulatorio español.
5. Incrementar la eficiencia y la orientación al mercado y a los retos de la sociedad de la I+D+i.
6. Apoyar el crecimiento y profesionalización de las pyme españolas.
7. Adaptar el modelo educativo a las necesidades de las empresas.
8. Aumentar el peso de la financiación no convencional en las empresas industriales.
9. Apoyar la internacionalización de las empresas industriales y diversificación de mercados.
10. Orientar la capacidad de influencia de España a la defensa de sus intereses.

En relación al sector agroalimentario, el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente junto con la Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas diseñó en 2014 un *Marco Estratégico para la Industria de la Alimentación y las Bebidas*.

Este Marco Estratégico nace con la visión de mejorar la calidad de vida actual y futura de los ciudadanos a través de la alimentación por medio de la construcción de un sector industrial seguro, saludable y sostenible (económica, social y medioambientalmente).

Su misión es que la Industria de Alimentación y Bebidas sea la locomotora de la economía española, el empleo y la imagen de España, siendo competitiva en cualquier mercado global, atrayendo el mejor talento basada en su seguridad, calidad y desarrollo científico y tecnológico.

Plantea una serie de objetivos cuantificables para la Industria de Alimentación y Bebidas, con un horizonte a 2020, que pretenden generar un crecimiento sostenible en ventas netas (4% anual) y la creación de 60.000 empleos sostenibles.

Así, los **principales retos – o líneas de actuación** – que tiene que afrontar la Industria de Alimentación y Bebidas para alcanzar su misión se estructuran en cuatro grandes bloques. Cada uno de ellos plantea un ambicioso objetivo cuyo fin último es el impulso de la competitividad. Para cada uno de los cuatro retos define un Plan Operativo (PO) compuesto

por áreas de actuación, que su vez se desglosan en iniciativas. Los grandes bloques en los que se estructuran los retos o líneas de actuación son:

1. Eficiencia. El objetivo consiste, por un lado, en mejorar la productividad, competitividad, sostenibilidad y eficacia, y, por otro, tiene una vertiente medioambiental que busca la optimización de los insumos y la minimización de los residuos y emisiones.
2. Creación de valor. Su principal objetivo consiste en potenciar la diferenciación de la Industria de Alimentación y Bebidas basándose en la seguridad y calidad de los alimentos y bebidas. Se pretende alcanzar este fin a través de innovación accesible que aporte valor tanto al consumidor final como al cliente. Para ello es preciso fomentar la unión de la Industria y la imagen conjunta que proyecta.
3. Internacionalización. Su objetivo consiste en mejorar la presencia española en el exterior por medio de la exportación continuada, la apertura de nuevos mercados y la internacionalización de las empresas.
4. Dinamización. Se plantea a través de un Plan Operativo para ganar tamaño en la Industria de Alimentación y Bebidas. Con el fin de alcanzar una masa crítica suficiente de compañías que contribuya a que el sector alcance una mejor posición competitiva, este Plan Operativo pone énfasis en la eficiencia, la creación de valor y la internacionalización de las empresas.

Para alcanzar estos retos, el Marco Estratégico establece **seis líneas de actuación (o palancas dinamizadoras)** que persiguen potenciar e impulsar coordinadamente la consecución de los retos. Estas son:

- Regulación
- Comunicación
- Talento
- Coordinación y Cooperación
- I+D+i
- Financiación.

Cada dinamizador agrupa todas las iniciativas horizontales vinculadas a la palanca que representa. Los dinamizadores estructuran y ordenan la ejecución del Marco Estratégico para la Industria de Alimentación y Bebidas e impulsan – por materia – la consecución de los retos.

## Marco de referencia regional

---

El Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020 nace en el marco de una serie de documentos estratégicos de alcance regional, en los que se ha tratado la importancia de la agroindustria y se han formulado acciones generales y específicas para la misma. Esta estrategia de la propia Junta de Andalucía conforma un marco del cual parte este nuevo Plan Estratégico, ahondando en sus líneas y dándole profundidad sectorial.

## AGENDA POR EL EMPLEO: PLAN ECONÓMICO DE ANDALUCÍA 2014-2020. ESTRATEGIA PARA LA COMPETITIVIDAD

Entre los documentos estratégicos en los que se basa el presente Plan se encuentra, como punto de partida, la *Agenda por el Empleo: Plan Económico de Andalucía 2014-2020*, aprobada el 22 de julio de 2014, mediante Acuerdo de Consejo de Gobierno, cuya finalidad es definir el “planteamiento estratégico de desarrollo regional para Andalucía que permita impulsar el crecimiento económico y el empleo en coherencia con la Política Europea de Cohesión en el marco de la Estrategia Europa 2020”.

La Agenda por el Empleo tiene como objetivo final impulsar un modelo económico-productivo basado en la innovación, la sostenibilidad ambiental y la cohesión social, que sea capaz de aumentar el tejido empresarial y generar empleo de calidad, superando los niveles de empleo antes de la crisis. Para ello se incorporan además otros tres objetivos intermedios, que reflejan las tres dimensiones de la sostenibilidad:

- Una dimensión económica, centrada en las políticas de industrialización de Andalucía y mejora del tejido empresarial, desarrollo del conocimiento, I+D+i, y economía digital.
- Una dimensión ambiental y territorial, que desarrolla las políticas de ecoeficiencia y energías renovables, protección del medio ambiente y desarrollo territorial, y movilidad sostenible e infraestructuras de transporte.
- Una dimensión social e institucional, que dirige la economía al servicio de las personas priorizando las políticas activas de empleo, la lucha contra la pobreza y la inclusión social, las políticas educativas y las de modernización y transparencia de la administración pública.

Además, para el planteamiento del Plan de la Agroindustria, fueron determinados de forma previa los aspectos del diagnóstico de la Agenda que podrían ser de aplicación. Así, en la Agenda se diagnostican únicamente determinados aspectos concretos, mayormente de carácter positivo, como sus avances en la innovación, reflejados en una mayor diversificación productiva (si bien se reconoce cierto retraso tecnológico), o su alta productividad por empleado, al nivel de los sectores más productivos de toda la UE, y que justifica en gran medida su resistencia y mantenimiento del empleo durante la crisis económica.

No obstante, pueden señalarse otros aspectos más generales recogidos en el diagnóstico, que serían también de aplicación para el caso de la agroindustria:

- Es preciso potenciar el uso de nuevas formas de empleo (incluyendo el empleo a tiempo parcial) para paliar los efectos más negativos del desempleo en determinadas circunstancias económicas y para determinados colectivos (jóvenes, mujeres, parados de larga duración, etc.)
- Incrementar el tamaño del tejido empresarial es un factor estratégico en la dinámica económica actual porque son este tipo de empresas, las más dimensionadas, las que presentan una mayor capacidad exportadora, más productividad y mayor capacidad innovadora; es decir, configuran un tejido empresarial más competitivo.
- Igualmente, en un contexto como el actual de restricción del crédito para financiar actividades productivas, son las empresas de mayor tamaño las que presentan menores problemas de acceso a la financiación.

- La actividad logística constituye en la actualidad uno de los sectores de mayor potencial y efecto de arrastre sobre el resto de la economía, teniendo especial relevancia para sectores como la agroindustria.
- Se debe apoyar el cambio hacia una economía con bajas emisiones de carbono, que haga un uso eficiente y sostenible de los recursos; proteger el medio ambiente; incrementar el uso de fuentes de energía renovables; y promover la eficacia energética. En suma, obtener mayor producción o resultados consumiendo menos recursos (agua, energía, materias primas, etc.) y generando menos contaminantes (residuos, vertidos, emisiones) e impactos medioambientales.

Junto con el diagnóstico, se analizaron las líneas de actuación que, por su relación con la industria agraria pudieran ser consideradas a la hora de plantear el Plan Estratégico para la Agroindustria. Estas líneas de actuación se sitúan en los ejes 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 8 de la Agenda por el Empleo, algunas de ellas expresamente recogidas en la Agenda y otras resultaron de aplicar, sintetizar o particularizar para la agroindustria actuaciones de carácter más general. Se organizan según las dimensiones económica, ambiental y territorial, y social. Se muestran a continuación:

#### **A. Estrategias económicas: hacia una economía más competitiva para generar empleo**

##### **Eje 1. Investigación, innovación y especialización inteligente**

- Desarrollo de la investigación e innovación en agroindustria y alimentación saludable dentro de la Estrategia de Innovación de Andalucía 2014-2020 (RIS3):
  - Innovación en procesos, productos y comercialización, atendiendo a variables como:
    - Calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria.
    - Alimentación funcional y personalizada.
    - Conocimiento sobre los distintos componentes de la cadena de producción/valor y las características de la demanda.
- Potenciar las actuaciones de investigación con los siguientes medios/herramientas:
  - Apoyo a la red de centros de I+D en materia de agroalimentación.
  - Apoyo a la generación de proyectos innovadores en el marco de la Asociación Europea para la Innovación en materia de productividad y sostenibilidad agraria con la creación de grupos operativos.

##### **Eje 2. Desarrollo de la economía digital**

- Impulso a la comunicación, el negocio y el comercio digital en la agroindustria.
- Capacitación de agentes del sector agroalimentario.

##### **Eje 3. Renacimiento industrial de Andalucía**

- Mejora de la estructura empresarial y de servicios en el medio rural (ecosistema de apoyo a la agroindustria):
  - Fomento a la creación de empresas de servicios en los entornos rurales mediante la generación y adecuación de espacios.
  - Programas de apoyo a microempresas en zonas rurales.

- Desarrollo de un plan de fomento de la cultura emprendedora.
  - Desarrollo de un programa de acompañamiento a emprendedores.
  - Establecimiento de programas de colaboración y tutelaje para la formación especializada y la actualización tecnológica de empresarios ya establecidos y/o nuevos emprendedores.
  - Prestación de servicios avanzados en materia de innovación, internacionalización y servicios financieros.
  - Facilitar el acceso a la financiación privada y pública.
- Promover la internacionalización.

(Dentro del desarrollo del Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza 2014-2020)

- Promoción de la producción agroalimentaria.
- Desarrollo de nuevos modelos empresariales (con especial atención a PYME, empresas de trabajo autónomo y de economía social)
    - Fomento de la cooperación empresarial y desarrollo de clusters de actividad
    - Desarrollo de nuevos modelos empresariales en la industria agroalimentaria orientados al control de la trazabilidad, seguridad alimentaria y calidad de las producciones
    - Mejora de la estructura organizativa en sectores o productos como la producción ecológica, productos con sellos de calidad, productos artesanos, etc.

## **B. Estrategias ambientales y territoriales: hacia una economía más sostenible**

### **Eje 4. Ecoeficiencia y energías renovables**

(Dentro del Desarrollo de la Estrategia Energética de Andalucía 2014-2020)

- Medidas de ahorro y mejora de la eficiencia energética (incluyendo el autoabastecimiento y la diversificación energética) en las agroindustrias.
- Ayudas a la implantación de sistemas de gestión y auditoría medioambiental.

### **Eje 5. Cambio climático y prevención de riesgos**

- Diseño y promoción de medios para la medición de la huella de carbono.

### **Eje 6. Protección del medio ambiente y el territorio**

- Mejora y modernización de las agroindustrias a través de la mejor utilización de los residuos:
  - Medidas destinadas a la reducción del volumen de emisiones y efluentes.
  - Medidas destinadas a la incorporación de nuevas tecnologías para la depuración de residuos.
  - Implantación de sistemas de recogida, reciclado y reutilización de residuos generados.
  - Fomento del aprovechamiento energético de los residuos

- Medidas para la mejora de la gestión de los subproductos de la molturación de aceituna y otros subproductos orgánicos.
- Obtención de productos de alto valor añadido útiles como materias primas para otras industrias (química o farmacéutica).

### C. Estrategias sociales e institucionales: hacia una economía al servicio de las personas

#### Eje 8. Promoción del empleo.

- Desarrollo de programas de formación y asesoramiento para mejorar la empleabilidad de agentes del complejo agroalimentario.

## ESTRATEGIA INDUSTRIAL DE ANDALUCÍA 2020

La *Estrategia Industrial de Andalucía 2020 (EIA2020)*, aprobada en Consejo de Gobierno el 16 de octubre de 2016, tiene como finalidad orientar la Política Industrial de Andalucía hacia la mejora del entorno empresarial y el apoyo al desarrollo de una base industrial fuerte y sostenible, con empresas capaces de competir mundialmente. De esta forma, persigue mejorar las condiciones generales y de acceso a la financiación de las empresas, reforzar la cadena de innovación e impulsar los niveles de inversión.

Los objetivos de la EIA 2020, que inspiran y sobre los que se basa el presente Plan, tal y como se establecía en el Acuerdo de formulación, vienen además acompañados de una serie de indicadores de impacto con los que se pretende medir el grado de consecución de los mismos:

- I. **Industrializar Andalucía:** Desarrollar el tejido manufacturero andaluz aumentando el número de empresas y su dimensión, agilizando su puesta en marcha, haciéndolas más productivas y competitivas, mejorando sus estructuras financieras, avanzando en sostenibilidad medioambiental y ganando así en la calidad de los bienes y servicios que ponen a disposición de las personas consumidoras y usuarias y en su contribución social.
  - Elevar la aportación de la industria manufacturera y de los servicios avanzados científicos y técnicos al VAB de Andalucía hasta el 18%. (14,82% en 2013)
  - Aumentar en un 20% el número de empresas manufactureras y de servicios industriales de entre 10 y 50 personas trabajadoras. (de 3.311 a 4.104 empresas)
  - Aumentar un 50% el VAB generado por las actividades de media y alta tecnología. (hasta 9,4M€)
  - Reducir la intensidad energética de la industria andaluza en un 5%.
- II. **Aumentar el empleo industrial.** Avanzar en la creación de empleo industrial y mejorar la calidad del mismo a través de mejoras en la formación y cualificación de las personas trabajadoras que mejoren la estabilidad y la seguridad en el trabajo.
  - Incrementar el número de empleos en la industria manufacturera y los servicios avanzados científicos y técnicos situándolos en los niveles de antes de la crisis. (de 442.104 a 533.798)
  - Reducir en un 10% la tasa de temporalidad del sector industrial. (hasta un 22,3%)

- Disminuir la tasa de accidentes graves y mortales en la industria manufacturera y en los servicios avanzados científicos y técnicos en un 30%. (hasta el 0.26%)
- III. **Mejorar la innovación en la industria.** Reforzar la innovación en la industria manufacturera, incorporando conocimiento que permita la introducción de innovaciones aplicadas al mercado a través de la mejora en la transferencia tecnológica, de la incorporación intensiva de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y Tecnologías Facilitadoras (KET) y del aseguramiento de la propiedad industrial.
- Duplicar el número de empresas manufactureras innovadoras en el sector industrial. ( a 700)
  - Elevar un 20% la intensidad de innovación de las empresas con actividades innovadoras del sector industrial.
  - Elevar el número de solicitudes de patentes nacionales un 50%. (hasta 700)
  - Duplicar el porcentaje de empresas del sector industrial que se incorporan al mercado digital. (para alcanzar el 22,6% de empresas que ofrezcan servicios on line)
- IV. **Internacionalización de las empresas industriales.** Lograr un potente tejido industrial exportador con más empresas exportadoras de forma habitual y con mercados diversificados, así como aumentar la inversión extranjera directa industrial en Andalucía.
- Aumentar un 20% el número de empresas exportadoras regulares de productos de la industria manufacturera con volumen de exportación superior a los 50.000 euros anuales.
  - Incrementar un 20% el importe de las exportaciones de las industrias manufactureras.
  - Aumentar un 50% la exportación de actividades de media y alta tecnología.
  - Elevar la Inversión Extranjera directa (IED) en la industria manufacturera y en los servicios avanzados científicos y técnicos un 30% en el marco 2014-2020 respecto de la del marco anterior.
- V. **Incrementar el capital relacional del ecosistema industrial.** Propiciar la consolidación de un proceso de cooperación mutua entre empresas, agentes del sistema regional de innovación y administraciones en un marco abierto, transparente e interconectado en el que las relaciones permitan el intercambio de información y la colaboración para alcanzar objetivos comunes; así como mejorar las condiciones administrativas para que las empresas industriales puedan desarrollar todo su potencial junto a incrementar la vinculación de la industria con su entorno territorial y con la sociedad en general.
- Incrementar un 50% el número de empresas de la industria manufacturera con innovaciones en productos o procesos realizadas en colaboración.
  - Aumentar un 20% el porcentaje de directivas en empresas en la industria manufacturera y en los servicios avanzados científicos y técnicos.

Para ello, la EIA 2020 cuenta con 52 medidas horizontales distribuidas en 8 ejes de programación:

1. **Industria eficiente y competitiva.** En este eje se abordan las medidas que contribuyen a mejorar la innovación empresarial, la competitividad industrial y los servicios asociados a la industria.
2. **Tecnologías facilitadoras.** Según la Comisión Europea, estas tecnologías (KET, por sus siglas en inglés) son aquellas que, por su carácter multidisciplinar y por las posibilidades de aplicación en múltiples sectores productivos, más pueden contribuir a la mejora de la competitividad y la sostenibilidad de la economía de la UE. En ellas se incluyen tecnologías relacionadas con materiales avanzados, nanotecnología, micro y nano-electrónica, fotónica y tecnologías de producción avanzada. Estas tecnologías, junto con la introducción definitiva de las TIC, están llamadas a transformar la industria tal y como la conocemos hoy en día dando lugar a la “factoría del futuro” en la que se incluyen: Industria 4.0, Big Data, mecatrónica, Internet de las cosas, Impresión 3D, entre otras.
3. **Empresas innovadoras y generadoras de empleo.** Aquí están todas aquellas medidas que contribuyen a la creación de nuevas empresas de base tecnológica e innovadora, junto a otras personas emprendedoras que aprovechen nuevas oportunidades industriales, así como medidas para que las PYME sean más competitivas globalmente, con lo que se podría generar más empleo.
4. **Proyección exterior.** En este eje se incluyen medidas dirigidas a abrir las empresas andaluzas al exterior, sacarlas del mercado local al que ahora mismo atienden para acudir a mercados nacionales e internacionales, ganando una dimensión más global, así como la atracción de inversión extranjera directa a Andalucía.
5. **Educación, talento y entornos creativos.** Las medidas incluidas en este eje están encaminadas a incorporar a las personas formadas, preparadas y con experiencia para desarrollar los nuevos trabajos que se demandan en el ámbito industrial andaluz, incluidas aquellas medidas para recuperar el talento andaluz en el exterior, así como aquellas otras medidas que pueden permitir que estas personas adquieran estos conocimientos y habilidades.
6. **Innovación social.** Comprende este eje todas aquellas medidas conducentes a definir una Administración más innovadora y una organización económica y social más eficaz para que ambas afecten de forma positiva al desarrollo de la industria.
7. **Trabajar en red.** En este eje se recogen todas aquellas medidas tendentes a mejorar las conexiones entre las empresas y de éstas con el resto de agentes para conseguir que la información y las colaboraciones se desarrollen lo más posible para conseguir así el mayor grado de sinergias.
8. **Infraestructuras.** En el eje se incorporan las medidas que promuevan la dotación de infraestructuras compartidas básicas que son fundamentales para desarrollar la industria y que pueden ser tanto físicas como telemáticas.

Entre las medidas horizontales, las siguientes medidas inspiran buena parte de la estrategia y operaciones del presente Plan Estratégico:

- 1.1. Crecimiento orgánico de las industrias
- 1.3. Innovación tecnológica en procesos productivos
- 1.6. Consolidación de la excelencia industrial

- 1.7. Gestión eficiente de recursos naturales
- 1.9. Sostenibilidad ambiental de la industria
- 2.1. Implantación de TIC en la industria
- 2.4. Nuevos desarrollos TIC
- 3.1. Apoyo a proyectos de I+D+I empresariales
- 3.4. Nuevas oportunidades industriales
- 3.9. Transferencia de tecnología
- 6.9. Impulso de la responsabilidad social

Adicionalmente, define una serie de medidas verticales, destinadas a necesidades y entornos industriales concretos, incluyendo entre otros, el eje vertical de Alimentación que abarca la industria auxiliar de la agricultura, la industria agroalimentaria y plásticos.

En concreto, las siguientes medidas verticales de la EIA2020 guardan relación con el contenido del Plan que nos ocupa:

- 36. Alimentación funcional
- 37. Alimentos adaptados a nuevos clientes
- 82. Capacitación industrial on line
- 83. Big data en la industria
- 84. Industria e Internet de las Cosas

## PACTO ANDALUZ POR LA INDUSTRIA

Lo establecido en la EIA 2020 y en la Agenda por el Empleo vienen a refrendarse en el *Pacto Andaluz por la Industria*, firmado por la Junta de Andalucía y los principales agentes económicos y sociales, el 30 de enero de 2017, documento que viene a recoger esta voluntad de compromiso con el desarrollo de las inmensas posibilidades de la industria en Andalucía, impulsando las medidas compartidas y dialogadas para alcanzar los objetivos reflejados en la EIA 2020.

Este Pacto no sólo persigue incrementar el peso específico del sector en el PIB autonómico, sino también implicar al conjunto de la ciudadanía en ese gran objetivo. Para ello las partes acuerdan desarrollar el tejido industrial andaluz, aumentar el empleo industrial y mejorar su estabilidad, su calidad y su seguridad, reforzar la innovación en la industria, impulsar la internacionalización de las empresas industriales, y promocionar la cooperación mutua entre empresas, agentes del sistema regional de innovación y administraciones.

## ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN DE ANDALUCÍA 2020 (RIS3)

La Estrategia de Innovación de Andalucía 2020 (RIS3 Andalucía), aprobada en Consejo de Gobierno el 24 de febrero de 2015, es el documento que, en el marco de la estrategia Europa

2020 y la política de cohesión europea para el período 2014-2020, establece los objetivos y criterios de priorización de la administración de la Junta de Andalucía respecto de la investigación, la innovación y el uso de las tecnologías de la información, así como las prioridades de especialización de la economía andaluza.

En el proceso de elaboración de la misma la metodología establecida por la Comisión Europea para las estrategias de especialización inteligente (también denominada «RIS3», conforme a su acrónimo en inglés, «Research and Innovation Strategy for Smart Specialisation») ha permitido la participación en este proceso de los principales agentes del sistema de investigación e innovación en Andalucía, así como de los agentes económicos y sociales.

En cuanto a la parte propiamente estratégica, este documento se ha organizado en torno a los siguientes elementos Visión, Retos y Objetivos, junto a Prioridades de Especialización, que se desarrollarían a través de Dimensiones/ Ejes, Medidas e Instrumentos.

Así, las prioridades de especialización son los vectores de innovación que, teniendo en cuenta la dotación de recursos y capacidades de Andalucía y las tendencias globales, mejor permiten alcanzar las aspiraciones que aparecen formuladas en la “Visión Andalucía 2020”. Entre las líneas de acción que desarrollan estas prioridades, se desarrollan a continuación las que se han tenido principalmente en cuenta a la hora de elaborar el Plan Estratégico para la Agroindustria:

- P1. Movilidad y logística
  - L11. Investigación e Innovación en logística integral: Intermodalidad
  - L12. Desarrollo empresarial innovador en cadenas de valor internacional
  - L13. Nuevos modelos de movilidad sostenible y distribución
- P3. Recursos endógenos de base territorial
  - L32. Nuevos procesos y productos para el aprovechamiento de los recursos agropecuarios
  - L34. Innovación para la adaptación de los territorios al cambio climático
- P4. Turismo, cultura y ocio
  - L41. Investigación e Innovación en productos turísticos innovadores
  - L42. Desarrollo de nuevos modelos de turismo
  - L43. Investigación e Innovación sobre accesibilidad para el turismo
- P6. Agroindustria y alimentación saludable
  - L61. Avances en calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria
  - L62. Alimentación funcional y personalizada
  - L63. Aprovechar las nuevas oportunidades en economía azul y economía verde.
  - L64. Innovación en procesos y productos de las industrias alimentarias
- P7. Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible
  - L71. Desarrollo de energías renovables, terrestres y marinas

- L72. Redes inteligentes de energía
- L73. Sistemas de alta capacidad de almacenamiento de energía
- L74. Eficiencia energética en empresas, viviendas e instituciones
- L75. Sostenibilidad energética de las zonas rurales
- L76. Nuevos diseños y materiales para la construcción y los procesos sostenible
- P8. TIC y economía digital
  - L81. Nuevos desarrollos TIC
  - L82. TIC para el desarrollo empresarial
  - L83. Desarrollo de nuevos instrumentos para el E-Gobierno

La RIS 3 Andalucía prevé una serie de Dimensiones/ Ejes que se enumeran a continuación y que también se han tenido en cuenta en la elaboración del Plan que nos ocupa:

1. Industria eficiente y competitiva
2. Tecnologías facilitadoras esenciales
3. PYMES innovadoras y generadoras de empleo
4. Proyección exterior
5. Educación, talento y entornos creativos
6. Innovación social
7. Trabajo en red
8. Infraestructuras para la competitividad y excelencia

El planteamiento de la RIS 3 prevé la agroindustria expresamente entre los sectores a los que debe de aplicarse esta estrategia de innovación.

## PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE ANDALUCÍA 2014-2020

El Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020 (PDR de Andalucía) fue adoptado oficialmente por la Comisión Europea el 10 de agosto de 2015, y en él se presentan las prioridades de Andalucía en lo que respecta a la utilización de los fondos FEADER en cofinanciación con fondos nacionales.

La organización del PDR Andaluz en torno a 6 prioridades de desarrollo rural de la Unión Europea se corresponde a lo explicitado en la normativa del fondo FEADER: los objetivos de desarrollo rural que contribuyen a la Estrategia Europa 2020 se enmarcan en esas 6 prioridades. Estas prioridades se distinguen a su vez en ámbitos de interés, guardando especial relación con el Plan para la Agroindustria los siguientes:

- Prioridad 1: Fomentar la transferencia de conocimientos y la innovación en la agricultura, la silvicultura y las zonas rurales.

- **Ámbito de interés 1A:** Fomentar la innovación, la cooperación y la base de conocimientos en las zonas rurales.
- **Ámbito de interés 1B:** Fomentar los lazos entre la agricultura, la producción de alimentos y la silvicultura, por una parte, y la investigación y la innovación, por otra, para, entre otros fines, conseguir una mejor gestión y mejores resultados medioambientales.
- **Ámbito de interés 1C:** Fomentar el aprendizaje permanente y la formación profesional en el sector agrario e industrial.
- **Prioridad 3:** Fomentar la organización de la cadena alimentaria, incluyendo la transformación y la comercialización de los productos agrícolas, el bienestar animal y la gestión de riesgos.
  - **Ámbito de interés 3A:** Mejorar la competitividad de los productores primarios integrándolos mejor en la cadena alimentaria a través de regímenes de calidad, añadir valor a los productos agrícolas, promoción en mercados locales y en circuitos de distribución cortos, agrupaciones y organizaciones de productores y organizaciones interprofesionales.
- **Prioridad 5:** Eficiencia de los recursos y paso a una economía hipocarbónica y adaptable a los cambios climáticos en los sectores agrícola, alimentario y forestal.
  - **Ámbito de interés 5B:** Lograr un uso más eficiente de la energía en la agricultura y en la transformación de alimentos.
  - **Ámbito de interés 5C:** Facilitar el suministro y uso más eficiente de la energía en la agricultura y en la transformación de los alimentos.
- **Prioridad 6:** Inclusión social, reducción de la pobreza y desarrollo económico en las zonas rurales
  - **Ámbito de interés 6A.** Facilitar la diversificación, la creación y el desarrollo de pequeñas empresas y la creación de empleo
  - **Ámbito de interés 6B.** Fomento del desarrollo local en las zonas rurales
  - **Ámbito de interés 6C.** Mejorar la accesibilidad a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) así como su uso y calidad en las zonas rurales

De otro lado, las prioridades se concretan a través de las medidas del PDR. De las 19 medidas que propone la regulación específica del fondo FEADER, en Andalucía se seleccionaron 17. De ellas, se plasman a continuación las que tienen que ver con el Plan Estratégico que nos es de interés:

- M01: Transferencia de conocimiento e información
- M02: Servicios de asesoramiento, gestión y sustitución destinados a explotaciones agrícolas
- M03: Regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios
- M04: Inversiones en activos físicos
- M09: Creación de grupos y organizaciones de productores

- M16: Cooperación
- M19: Apoyo para el desarrollo local LEADER

Por último, ya a nivel de operaciones del PDR de Andalucía, cabe destacar las que siguen por su relación con el Plan para la Agroindustria:

- Operación 1.1.1: Programas formativos para mejorar la cualificación de los profesionales y el emprendimiento en el sector agroalimentario.
- Operación 1.2.2: Actividades de demostración e información para la reutilización de subproductos y la reducción de residuos y emisiones.
- Operación 1.2.3: Actividades de divulgación/demostración en otros sectores diferentes del olivar.
- Operación 2.1.1: Asesoramiento a las explotaciones agrarias (agrícolas y ganaderas) que no sean de olivar y a PYMEs agroindustriales.
  - Actuación 5. Asesoramiento a PYMEs agroalimentarias. Apoyo para el asesoramiento de la agroindustria en todo lo relacionado con la transformación de productos agroalimentarios, implantación de sistemas de calidad y medioambiental, trazabilidad, productividad/competitividad, uso de la energía, valoración de subproductos, comercialización, marketing y búsqueda de nuevos mercados
- Operación 2.1.2: Asesoramiento a las explotaciones agrícolas de olivar
  - Actuación 3. Asesoramiento específico a PYMEs agroalimentarias del sector del olivar. Apoyo para el asesoramiento de la agroindustria olivarera en todo lo relacionado con la transformación de productos derivados del olivar, tanto de la industria para aderezo como de obtención de aceite de oliva, implantación de sistemas de calidad y medioambiental, trazabilidad, productividad/competitividad, uso de la energía, valoración de subproductos, comercialización, marketing y búsqueda de nuevos mercados.
- Operación 2.1.3: Apoyo al asesoramiento para reducir el impacto de las empresas rurales sobre el medio ambiente.
- Operación 3.1.1: Ayudas para la participación por primera vez de agricultores y agrupaciones de agricultores en los regímenes de calidad.
- Operación 3.1.2. Apoyo para la certificación de productos agrícolas con la marca de calidad de los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía.
- Operación 3.2.1: Apoyo a las actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior, excluido el sector oleícola y aceituna de mesa
- Operación: 3.2.2: Promoción de productos agrícolas y alimenticios con la certificación de calidad de los espacios naturales protegidos.
- Operación: 3.2.3: Apoyo al sector oleícola y aceituna de mesa para actividades de información y promoción realizadas por grupos de productores en el mercado interior.

- Operación 4.2.1: Apoyo a inversiones materiales o inmateriales en transformación, comercialización o desarrollo de nuevos productos agrícolas, en el sector agroalimentario en general
- Operación 4.2.2: Apoyo a inversiones materiales o inmateriales en transformación, comercialización o desarrollo de nuevos productos agrícolas, en el sector oleícola y aceituna de mesa
- Operación 9.1.1: Ayuda para la creación de agrupaciones y organizaciones de productores de los sectores indicados en el Anexo I del Reglamento (UE) nº 1308/2013 (excluido el sector oleícola y aceituna de mesa).
- Operación 9.1.2: Ayuda creación de agrupaciones y organizaciones de productores del sector oleícola y aceituna de mesa. Esta operación se programa bajo el focus área 3A.
- Operación 16.1.1: Ayudas a la creación de grupos operativos de la AEI (Asociación Europea para la Innovación).
- Operación 16.1.2: Ayudas al funcionamiento de los grupos operativos de la AEI
- Operación 16.1.3: Ayudas al funcionamiento de los grupos operativos de la AEI en el sector del olivar.
- Operación 16.3.1: Creación y dinamización de grupos de cooperación para la promoción de un desarrollo turístico sostenible en Espacios Naturales Protegidos.
- Operación 16.4.1: Apoyo para la cooperación horizontal y vertical entre los agentes de la cadena de suministro para la creación y el desarrollo de cadenas de distribución cortas y mercados locales y para actividades de promoción en un contexto local relacionado con el desarrollo de cadenas de distribución cortas y mercados locales.
- Operación 16.10.1. Apoyar la cooperación entre dos o más entidades para la realización de estudios de viabilidad técnica y/o económica, estudios de integración de empresas, sectoriales, agroalimentarios, planes empresariales, planes de gestión o instrumentos equivalente.
- Operación 19.2.1. Implementación de operaciones en el ámbito de las EDL (Estrategias de Desarrollo Local).
- Operación 19.3.1. Preparación e implementación de actividades de cooperación.

## Metodología de elaboración del Plan

La metodología de trabajo ha partido de un análisis previo o caracterización de la situación actual del sector de la agroindustria andaluza, para lo cual se ha realizado 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.

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).

Adicionalmente, se ha tenido 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
- Pacto Andaluz por la Industria
- 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.

Teniendo en cuenta lo anterior, en especial la Estrategia Industrial de Andalucía 2020, se ha definido una **visión**, una **misión**, un **objetivo general** y unos **objetivos específicos**, que junto con las “**variables**” identificadas en el acuerdo de formulación (que constituyen los principios en los que se basa el Plan) y una serie de **líneas estratégicas** configuran la estrategia de la Administración andaluza para impulsar la actividad agroindustrial de esta región y la base sobre la que se sustentan las **operaciones** concretas.

Se establecen además un **Plan de Seguimiento y Evaluación** con un sistema de indicadores, que permite monitorizar el cumplimiento de los objetivos.

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 **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** se puede consultar los sectores seleccionados para esta consulta 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.

Así mismo el Plan ha sido también sometido al preceptivo procedimiento de **evaluación ambiental** tal y como viene establecido en la Ley 7/2007, de 9 de julio, de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental<sup>5</sup>. Este procedimiento se inició mediante la presentación por parte de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural del Documento de Inicio, que se sometió al análisis por parte del órgano ambiental (Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio) que posteriormente emitió el Documento de Alcance que proponía la amplitud, nivel

---

<sup>5</sup> Esta necesidad de someter los planes y programas al procedimiento de evaluación ambiental viene dada por la Directiva 2001/42/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de junio de 2001, relativa a la evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente, transpuesta a la normativa nacional a través de la Ley 9/2006 de 28 de abril, sobre evaluación de los efectos de determinados planes y programas en el medio ambiente, y recogida en el ámbito autonómico a través de la Ley 7/2007, de 9 de julio, de Gestión Integrada de la Calidad Ambiental.

de detalle y grado de especificación que habría de presentar el correspondiente Estudio Ambiental Estratégico (EAE).

El EAE junto con la propuesta de Plan fueron sometidos a **un proceso de información pública**, 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.

Posteriormente la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural remitió al órgano ambiental el expediente de evaluación ambiental estratégica, con la Propuesta final del Plan, el Estudio ambiental estratégico, el resultado de la información pública y de las consultas, así como un documento resumen en el que se describía cómo se ha integrado en la propuesta final del Plan los conceptos recogidos en el documento de alcance, el estudio ambiental estratégico y el resultado de las consultas realizadas.

Una vez analizado el expediente de evaluación ambiental estratégica, el órgano ambiental formuló la declaración ambiental estratégica, tras lo cual la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural introdujo el contenido de la declaración ambiental estratégica en la versión final del Plan.

Finalmente, la persona titular de la Consejería Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural ha elevado 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

## Caracterización interna

---

### CONTEXTO EUROPEO Y NACIONAL

La **industria agroalimentaria en la UE<sup>6</sup>** es la principal actividad de la industria manufacturera<sup>7</sup>. Con 290.452 agroindustrias, reúne a un 13% del total de industrias de la UE, que generan un 10% del VAB total de la industria comunitaria y un 13% del empleo industrial (4,4 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 en la UE ha disminuido desde 2008 un 1%, el valor de la producción, el empleo y el VAB han aumentado, un 15%, un 10% y un 13%, respectivamente.

Por sectores, en la UE destaca la industria cárnica, láctea, de bebidas y panadería como las que generan mayor valor de la producción (un 21, 13 y 12% los dos últimos, respectivamente). Le siguen el sector alimentación animal (7%), hortofrutícola (6%) y aceite y grasas (4%).

En comercio exterior<sup>8</sup>, el peso de los intercambios intracomunitarios es muy elevado, ya que el 73% de las exportaciones de la agroindustria de la UE son intracomunitarias (2015). 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, si bien, en el año 2015 la balanza comercial decreció un 45% respecto al ejercicio precedente. Los principales socios comerciales extracomunitarios son Estados Unidos (15% de las exportaciones UE), China (7%), Suiza (6%), Japón (4%), Rusia (4%) y Arabia Saudita (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, el quinto en valor de la producción agroindustrial y en valor añadido y el sexto en generación de empleo; un 9% del número de agroindustrias, un 8% del empleo y un 10% del valor añadido y del valor de la producción de la agroindustria comunitaria corresponden a España.

---

<sup>6</sup> Los datos sobre la UE que se aportan a continuación están extraídos de Eurostat, SBS, Structural Business Statistics. Son datos de la UE-28, los de valor de la producción son del año 2015, los de número de industrias, empleo y VAB son del año 2014. Los datos evolutivos se comparan los del último año respecto a 2008.

<sup>7</sup> Este dato se refiere al VAB de la agroindustria respecto al de la industria manufacturera del año 2014.

<sup>8</sup> Fuente: Datacomex

### Mapa 1 Reparto del valor añadido de la agroindustria de la UE (principales EEMM) 2014<sup>9</sup>



Fuente:Elaboración propia a partir de Eurostat, SBS Structural Business Statistics.

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%<sup>10</sup>, porcentaje que ha aumentado en los últimos años. Además, el VAB de la agroindustria española representa un 17% del VAB total industrial, porcentaje que también ha ido creciendo con los años<sup>11</sup> y emplea a más de 356.000 personas trabajadoras<sup>12</sup>, un 18% de las personas ocupadas en la industria en general y un 3% del empleo total en España<sup>13</sup>. El 36% de las personas ocupadas en la agroindustria española son mujeres, porcentaje inferior al total de las personas ocupadas en nuestro país (45%). El tejido agroindustrial español, con 28.090 agroindustrias<sup>14</sup>, reúne a un 17% del número total de industrias españolas, casi la totalidad son PYMES en términos de empleo, pues el 99% tienen menos de 200 personas trabajadoras<sup>15</sup>.

Los datos de evolución no son muy favorables para el empleo en el sector, se ha perdido un 8% (2008-2014) y el número de agroindustrias también ha disminuido, un 10% entre 2008 y 2016). En cambio, en términos económicos la agroindustria en España ha mejorado en los

<sup>9</sup> Los datos son de valor añadido a coste de los factores. Los % que se muestran son sobre el total UE-28.

<sup>10</sup> Fuente: INE, Encuesta Industrial Anual de Productos, año 2015.

<sup>11</sup> Fuente: INE, Contabilidad Nacional Anual de España. Dato del año 2014 (provisional)

<sup>12</sup> Fuente: INE, Encuesta Industrial de Empresas, año 2014.

<sup>13</sup> Los datos de empleo en España proceden de INE, Encuesta de Población Activa, año 2015.

<sup>14</sup> La fuente de los datos sobre el número de industrias es: INE, Directorio Central de Empresas, dato de enero de 2016.

<sup>15</sup> 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.

últimos años, aumenta el valor de la producción entre 2008-2015 un 8% y aumenta el VAB en un 6% (2008-2014).

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<sup>16</sup>, pero se sitúa en segundo lugar en datos de empleo y valor, pues genera un 13% del empleo de la agroindustria española, su valor de la producción representa un 15% del de España y su VAB supone un 12% respecto al VAB agroindustrial español.

Los sectores que generan mayor valor de la producción en nuestro país son el de cárnicos (25%), bebidas (20%), aceites y grasas (10%), alimentación animal (9%), hortofrutícola (8%) y panadería (8%).

En comercio exterior, es de destacar el aumento que han experimentado las exportaciones españolas de productos agroalimentarios, que han crecido un 58% entre los años 2009-2015, alcanzándose en el último año los 41.325 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), Alemania (16%), Italia (14%), Portugal (13%) y Reino Unido (11%). De los terceros países, nuestros principales socios comerciales son Estados Unidos (15% de las exportaciones extra-comunitarias), China (8%), Japón (7%), Suiza (5%), Argelia (4%) y Arabia Saudita (3%). Destaca el sector hortofrutícola, que supone un 38% de las exportaciones de productos agroindustriales de España, seguido muy de lejos por el sector de panadería (13%), cárnicos (12%) y grasas y aceites (9%).

- ❖ 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.
- ❖ En relación al empleo, la agroindustria europea ha aumentado el número de ocupados en los últimos años, mientras que España continúa perdiendo empleo en el sector.
- ❖ En términos económicos, tanto la agroindustria de la UE como la española han crecido en los últimos años. Ambas han ganado valor de la producción y valor añadido bruto (a mayor ritmo la UE en ambos casos).

<sup>16</sup> Fuente INE, Directorio Central de Empresas. Año 2016

## PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA AGROINDUSTRIA ANDALUZA

La industria agroalimentaria andaluza constituye una actividad de primera magnitud en la estructura productiva regional. Con 5.136 empresas, las agroindustrias representan un 22% del total de las industrias andaluzas, que dan empleo a 46.465 personas, un 24% del empleo generado por la industria andaluza y un 1,8% 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 empleadas<sup>17</sup>.

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 un valor de la producción que supone un 21% del total del valor de la producción industrial andaluza. El VAB que ésta genera representa un 18% del VAB de la industria andaluza<sup>18</sup>.

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 algunos valores. El número de empresas ha descendido un 10% entre 2008-2016 y el número de personas ocupadas se ha reducido un 11,5% entre 2008-2014.

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

Fabricación/ procesado/ conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Evol 08-16	% sector 2016
Panadería y pastas	2.576	2.572	2.490	2.463	2.411	2.389	2.302	2.282	2.259	-12,3%	44,0%
Aceites y grasas	783	756	769	757	767	767	759	756	756	-3,4%	14,7%
Carne y productos cárnicos	687	681	675	643	622	618	610	587	575	-16,3%	11,2%
Otros productos alimenticios	504	486	468	451	460	446	433	436	429	-14,9%	8,4%
Bebidas	421	411	417	389	396	378	394	398	403	-4,3%	7,8%
Frutas y hortalizas	330	314	344	330	337	314	336	346	354	7,3%	6,9%
Productos lácteos	179	171	175	169	163	163	164	155	155	-13,4%	3,0%
Pescados, crustáceos y moluscos	86	86	81	83	81	84	78	74	76	-11,6%	1,5%
Alimentación animal	84	82	77	69	68	66	70	70	75	-10,7%	1,5%
Molinería, almidones, prod. amiláceos	67	64	65	66	63	57	55	56	54	-19,4%	1,1%
<b>Total Agroindustria</b>	<b>5.717</b>	<b>5.623</b>	<b>5.561</b>	<b>5.420</b>	<b>5.368</b>	<b>5.282</b>	<b>5.201</b>	<b>5.160</b>	<b>5.136</b>	<b>-10,2%</b>	<b>22,5%</b>
<b>Total Industria</b>	<b>30.645</b>	<b>29.443</b>	<b>27.721</b>	<b>26.418</b>	<b>25.395</b>	<b>24.023</b>	<b>23.109</b>	<b>22.896</b>	<b>22.845</b>	<b>-25,5%</b>	

Fuente:INE, Dirce, Directorio Central de Empresas.

NOTA: Los datos son de fecha 1 de enero de cada año.

<sup>17</sup> 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.

<sup>18</sup> Dato obtenido de IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas que utiliza VAB a precios básicos. Este dato difiere al de la Contabilidad Regional Anual de Andalucía del IECA que aporta un VAB a precios corrientes de un 21%.

**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	2014	Evoluc.	% 2014
Panadería y pastas	13.519	11.763	13.173	13.129	12.081	13.610	13.164	-2,6%	28,3%
Aceites y grasas	7.129	7.198	7.444	7.243	7.134	7.127	6.877	-3,5%	14,8%
Industria cárnica	7.865	7.176	6.804	6.811	6.266	7.232	6.744	-14,3%	14,5%
Frutas y hortalizas	5.306	5.243	5.301	4.410	4.860	4.582	5.854	10,3%	12,6%
Bebidas	4.006	4.066	3.744	3.427	3.152	3.317	2.999	-25,1%	6,5%
Industria del pescado	2.133	2.144	2.077	1.926	1.811	1.918	1.969	-7,7%	4,2%
Otros productos	2.791	2.443	2.281	2.121	2.091	2.052	1.893	-32,2%	4,1%
Azúcar, café, infusiones, confitería	2.792	2.333	2.091	1.970	1.738	2.024	1.818	-34,9%	3,9%
Aguas y bebidas aromatizadas	2.078	1.929	1.929	1.838	1.915	1.597	1.743	-16,1%	3,8%
Productos lácteos	2.583	2.490	2.385	2.238	1.901	1.856	1.512	-41,5%	3,3%
Molinerías y almidones	1.061	1.051	1.069	1.194	1.079	1.076	1.018	-4,0%	2,2%
Comida para animales	1.241	1.130	1.118	958	875	779	873	-29,7%	1,9%
<b>Total Agroindustria</b>	<b>52.505</b>	<b>48.966</b>	<b>49.414</b>	<b>47.264</b>	<b>44.904</b>	<b>47.170</b>	<b>46.465</b>	<b>-11,5%</b>	<b>24,0%</b>
<b>Total Industria</b>	<b>254.550</b>	<b>220.579</b>	<b>213.137</b>	<b>206.961</b>	<b>189.766</b>	<b>197.658</b>	<b>193.425</b>	<b>-2,1%</b>	

Fuente:IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas.

Si se realiza el análisis por género, según la Encuesta de Población Activa, en 2015 el 37% de las personas ocupadas en la agroindustria andaluza eran mujeres, porcentaje ligeramente superior al de la agroindustria española (36%) y superior en mayor medida al de la industria manufacturera andaluza (23%).

**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%. El porcentaje de hombres es superior al de mujeres en todos los niveles de educación, pero el porcentaje de mujeres ocupadas con nivel de educación superior es más alto que en los demás niveles.

Los datos de valor de la producción en el último año (2014) han pasado de una tendencia que venía siendo más bien decreciente, a crecer un 3% con respecto al año 2008, y un 11% respecto al año anterior.

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

Fabricación, procesado, conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	% 08-14	%2014
Aceites y grasas	4.578	4.359	4.634	4.492	5.104	4.709	5.678	2,9%	39,8%
Industria cárnica	1.465	1.270	1.169	1.635	1.665	1.581	1.714	7,9%	12,0%
Frutas y hortalizas	1.144	1.028	1.181	986	988	1.119	1.677	-2,2%	11,8%
Fabricación de bebidas	1.065	1.216	1.123	1.095	1.069	1.130	1.001	6,1%	7,0%
Aguas y bebidas aromatizadas	997	1.002	979	949	955	777	894	-22,1%	6,3%
Panadería y pastas	944	721	829	765	760	767	733	-18,7%	5,1%
Molinerías y almidones	650	498	494	650	557	643	565	-1,0%	4,0%
Productos lácteos	951	864	728	727	524	566	526	-40,5%	3,7%
Comida para animales	771	642	622	575	639	594	517	-23,0%	3,6%
Otros productos	516	448	453	499	455	355	376	-31,2%	2,6%
Industria del pescado	362	339	362	350	304	335	317	-7,5%	2,2%
Azúcar, café, infusiones y confitería	380	277	273	254	270	275	253	-27,7%	1,8%
<b>Total agroindustria</b>	<b>13.821</b>	<b>12.665</b>	<b>12.847</b>	<b>12.978</b>	<b>13.290</b>	<b>12.849</b>	<b>14.252</b>	<b>3,1%</b>	<b>100,0%</b>

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 40%, seguido por el de la industria cárnica, con un 12% y el hortofrutícola (11,8%).

El comportamiento del VAB es ligeramente diferente, ya que si bien en el último año el VAB ha crecido un 8% respecto al año anterior (2013-2014), si se considera todo el periodo (2008-2014) el VAB ha decrecido un 3%. Esto quiere decir que la agroindustria andaluza ha perdido competitividad en el período considerado, pues, aunque el valor de su producción crece, sin embargo el valor añadido de la misma decrece.

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 el VAB de la agroindustria está entre los que menos decrece.

**Tabla 5** Porcentaje del VAB de la industria y agroindustria andaluza y española (% calculado a partir del VAB a precios corrientes)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
% VAB industria andaluza/española	9%	9%	10%	10%	10%	10%	10%
% VAB agroindustria andaluza/española	13%	12%	12%	12%	12%	11%	12%
% VAB agroindustria andaluza / industria andaluza	20%	22%	20%	20%	19%	20%	21%
% VAB agroindustria española / industria española	14%	16%	16%	16%	17%	17%	17%

Fuente:INE, Contabilidad Nacional Anual de España y IECA, Contabilidad Regional Anual de Andalucía.

**Tabla 6** Evolución del VAB (precios básicos) de la industria y la agroindustria en Andalucía (miles de euros)<sup>19</sup>

Fabricación/ procesado/ conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evol 08-14	
								%	%
Aceites y grasas	486.526	492.967	572.224	518.800	581.139	670.373	673.285	38%	27%
Industria cárnica	231.044	270.023	243.159	247.943	261.762	242.514	349.385	51%	14%
Fabricación de bebidas	357.342	480.869	360.182	354.936	315.535	280.036	317.236	-11%	13%
Panadería y pastas	331.201	289.610	350.954	308.272	288.152	297.779	300.825	-9%	12%
Frutas y hortalizas	263.252	153.537	288.057	242.396	227.357	192.277	290.643	10%	12%
Aguas y bebidas aromatizadas	258.952	277.237	302.930	266.216	224.269	182.050	215.140	-17%	9%
Molinerías y almidones	119.179	40.117	86.187	107.027	89.174	87.495	84.354	-29%	3%
Otros productos	194.393	179.099	133.874	228.829	110.886	36.344	83.869	-57%	3%
Industria del pescado	77.050	68.486	73.703	97.562	58.444	82.766	55.542	-28%	2%
Productos lácteos	182.402	187.520	169.308	109.712	80.011	79.208	55.312	-70%	2%
Azúcar, café, infusiones y confitería	104.958	64.993	64.538	72.703	83.249	87.151	35.721	-66%	1%
Comida para animales	76.616	80.174	48.049	55.840	59.183	49.368	3.521	-95%	0%
<b>Total agroindustria andaluza</b>	<b>2.682.914</b>	<b>2.584.632</b>	<b>2.693.165</b>	<b>2.610.237</b>	<b>2.379.160</b>	<b>2.287.363</b>	<b>2.464.835</b>	<b>-8%</b>	<b>18%</b>
<b>Total industria andaluza</b>	<b>13.700.691</b>	<b>11.259.992</b>	<b>14.786.104</b>	<b>14.580.232</b>	<b>14.227.692</b>	<b>13.601.284</b>	<b>13.693.894</b>	<b>0%</b>	

Fuente:IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas

Los sectores que destacan en VAB son parecidos a los mencionados en valor de la producción; aceite y grasas e industria cárnica (con un 27% y 14% respectivamente). En tercer lugar se sitúa el de bebidas, con un 13%, y a continuación los de panadería y pastas y frutas y hortalizas, ambos con una representatividad de un 12%.

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 (-21% respecto al año anterior). En todo el periodo (2008-2014) este índice decrece un 12%. Además, hay que indicar también que el valor de este índice en el total de la industria andaluza es bastante más alto que en la agroindustria.

**Tabla 7** Evolución del VAB (precios corrientes) por persona ocupada de la agroindustria por sectores (miles de euros)

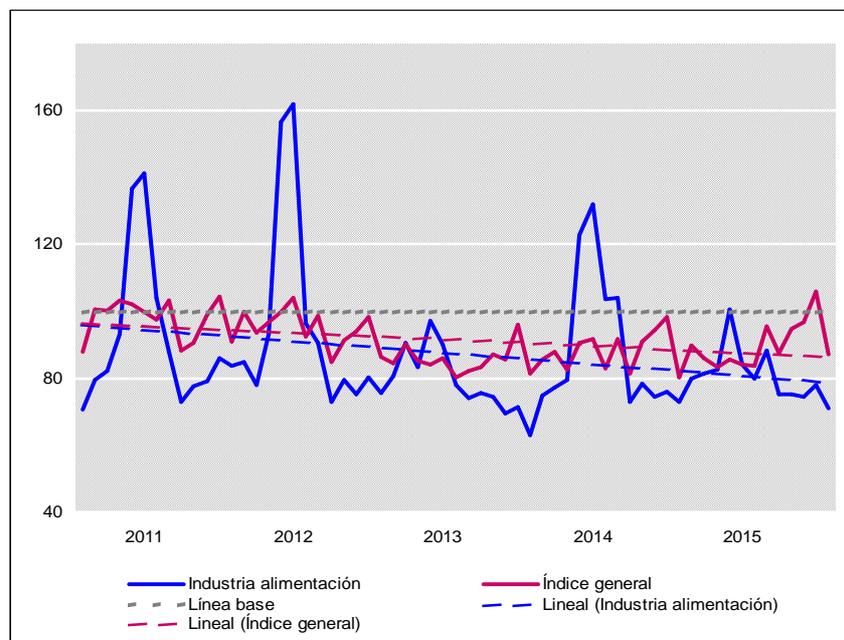
Fabricación/ procesado/ conservación de:	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evol 08-14	
								%	%
Aceites y grasas	68.245	68.490	76.872	71.625	81.463	94.056	97.904	43%	
Panadería y pastas	24.500	24.620	26.642	23.480	23.851	21.879	22.852	-7%	
Fabricación de bebidas	89.205	118.259	96.210	103.583	100.099	84.429	105.779	19%	
Carne y productos cárnicos	29.375	37.631	35.737	36.406	41.776	33.534	51.808	76%	
Frutas y hortalizas	49.613	29.282	54.345	54.966	46.780	41.962	49.651	0%	
Aguas y bebidas aromatizadas ó azucaradas	124.600	143.708	157.040	144.840	117.111	113.987	123.436	-1%	
Molinerías y almidones	112.362	38.176	80.612	89.605	82.634	81.341	82.862	-26%	
Azúcar, café, infusiones y confitería	37.599	27.861	30.870	36.902	47.895	43.069	19.644	-48%	
Pescados, crustáceos y moluscos	36.114	31.943	35.490	50.668	32.265	43.160	28.202	-22%	
Productos lácteos	70.605	75.322	70.994	49.017	42.088	42.675	36.576	-48%	
Comida para animales	61.724	70.945	42.987	58.305	67.664	63.362	4.033	-93%	
Otros productos alimenticios; tabaco	69.642	73.296	58.690	107.893	53.029	17.708	44.295	-36%	
<b>Total alimentación, bebidas y tabaco</b>	<b>60.102</b>	<b>61.847</b>	<b>63.205</b>	<b>64.524</b>	<b>61.576</b>	<b>48.492</b>	<b>53.047</b>	<b>-12%</b>	
<b>Total industria andaluza</b>						<b>68.812</b>	<b>70.797</b>		

Fuente:IECA, Encuesta Industrial Anual de Empresas (dato personas ocupadas) y Contabilidad Regional Anual de Andalucía (dato del VAB)

<sup>19</sup> 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.

El Índice de Producción Industrial<sup>20</sup> (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



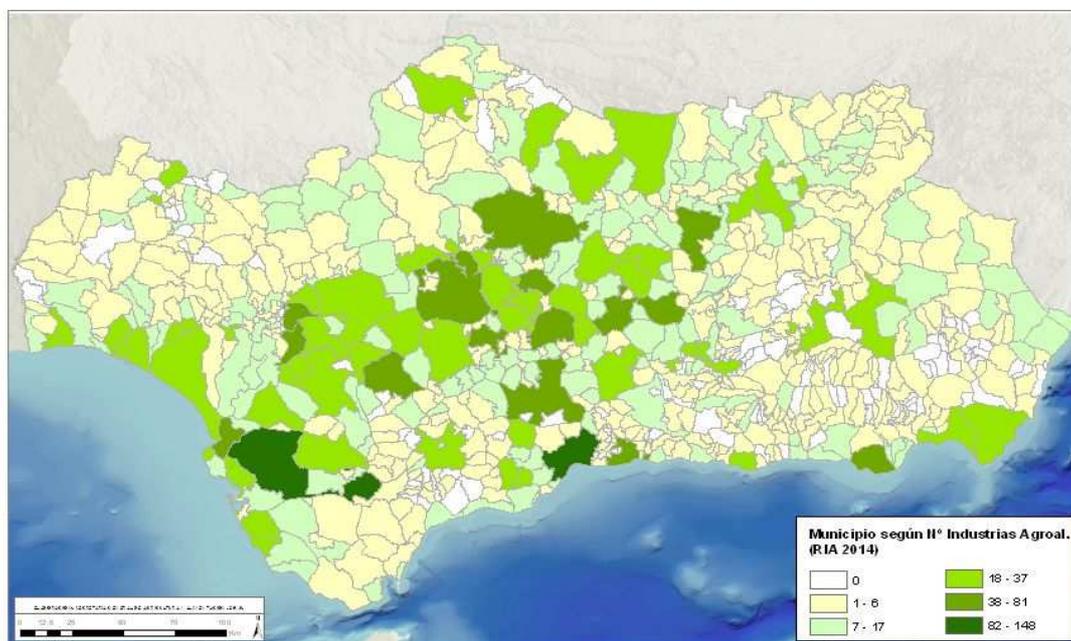
Fuente:IECA, Índice de Producción Industrial de Andalucía (Base 2010)

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 Alcornoques, 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 rurales<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> 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.

<sup>21</sup> En los anexos se pueden consultar mapas de población e infraestructuras que ilustran esta realidad.

## Mapa 2 Distribución territorial de las agroindustrias en Andalucía

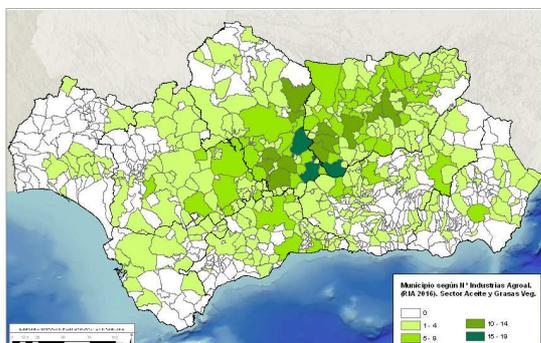


Fuente: Mapas elaborados a partir de datos del Registro de Industrias Agroalimentarias de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

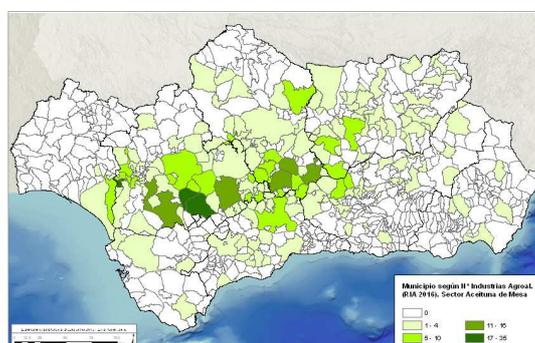
Por sectores, las industrias de cada sector se sitúan, por lo general, en torno a las zonas donde se encuentran sus correspondientes cultivos o cría de ganado. En algunos sectores, como el del aceite o el cárnico, están más repartidas por el territorio, mientras que en otros, como el hortofrutícola, 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 hortícolas 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.

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.

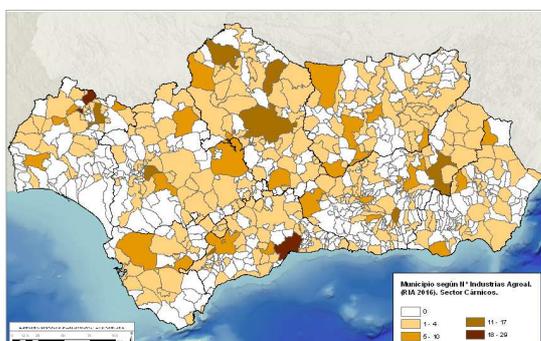
**Mapa 3 Industrias de aceite y grasas**



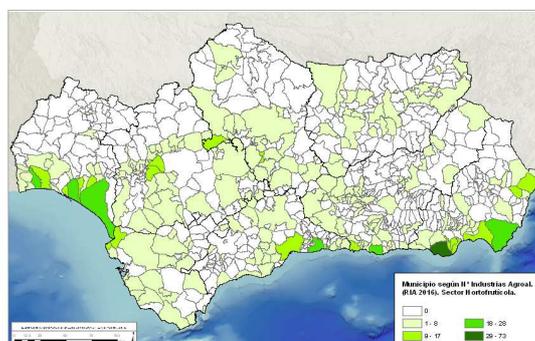
**Mapa 4 Industrias de aceituna de mesa**



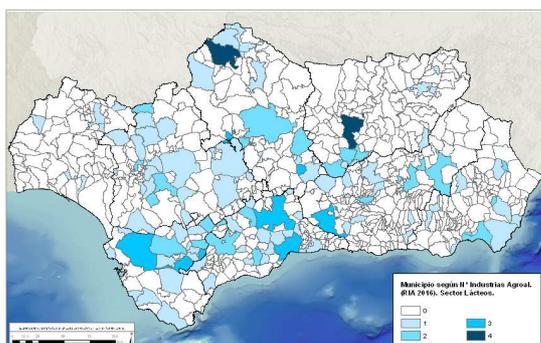
**Mapa 5 Industrias cárnicas**



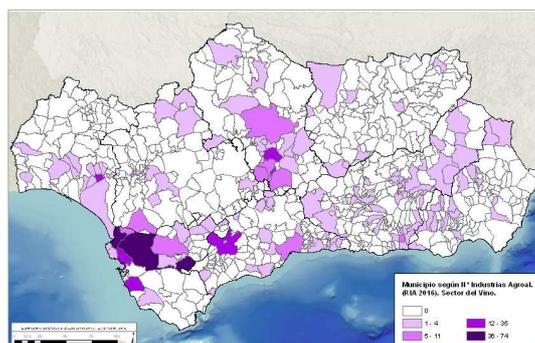
**Mapa 6 Industrias hortofrutícolas**



**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.

- ❖ La agroindustria es un sector de primera magnitud en la economía andaluza. Supone el 22% del número total de industrias de Andalucía y genera un 24% del empleo industrial, un 21% del valor de la producción industrial y un 18% del VAB generado por la industria 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.
- ❖ Destacan los sectores del aceite, cárnico y el hortofrutícola por ser los que generan mayor valor de la producción.
- ❖ En los últimos años, la agroindustria andaluza se ha visto afectada por los efectos de la crisis económica, decreciendo el número de empresas y el empleo generado. El valor de la producción, sin embargo, ha pasado de registrar una tendencia decreciente a crecer en 2014, pero el VAB, a pesar del crecimiento del último año, continúa por niveles inferiores al año 2008.

## INTERNACIONALIZACIÓN DE LA AGROINDUSTRIA ANDALUZA

En relación al comercio internacional<sup>22</sup>, Andalucía es la primera comunidad autónoma, junto con Cataluña, en porcentaje de exportaciones<sup>23</sup> agroindustriales de España (22%). Además, el valor de las exportaciones andaluzas ha aumentado un 69% en los últimos diez años (2006-2015), registrando la balanza comercial un saldo positivo constante y creciente hasta el año 2015, en el que se ha producido un retroceso del 2,7% respecto al ejercicio anterior. Este retroceso en la balanza comercial en 2015 se debe a un incremento de las importaciones en ese año.

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



Fuente: ICEX, Estacom

<sup>22</sup> Los datos para 2015 de los intercambios comerciales son provisionales.

<sup>23</sup> Contempla tanto destinos intracomunitario como extracomunitario

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 (58%), seguido del sector de grasas y aceites (un 25%) y a gran distancia el de panadería y otros (6%).

Como ocurría a nivel nacional, la mayor parte de las exportaciones andaluzas se destinan a países comunitarios (en 2015, 77%), siendo los principales destinos de los intercambios intra-comunitarios: Alemania (20%), debido principalmente al sector de productos hortofrutícolas, Italia (17%), Francia (16%), Reino Unido (13%) y Portugal (10%).

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

Sectores	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Evoluc 06-15
Productos hortofrutícolas	2.930	3.139	3.390	3.220	3.572	3.649	4.063	4.445	4.580	5.143	75%
Grasas y aceites	1.302	1.416	1.413	1.135	1.386	1.437	1.587	1.622	2.315	2.181	68%
Panadería y otros	327	329	449	380	380	532	486	512	472	519	59%
Productos cárnicos	125	126	149	148	182	222	242	248	255	270	117%
Pescados y marisco	140	169	190	164	165	207	224	248	237	242	73%
Otras bebidas alcohólicas	119	147	123	96	105	152	158	145	135	133	12%
Vinos	122	115	105	99	98	102	109	103	112	112	-8%
Lácteos	51	41	50	44	32	33	56	71	85	75	48%
Plantas vivas y productos de floricultura	60	60	62	54	51	55	58	70	74	80	33%
Tabaco	25	30	52	46	34	39	25	50	47	10	-60%
Animales vivos y sus productos	28	33	51	58	50	50	61	79	75	79	177%
Bebidas sin alcohol	28	31	30	31	36	32	21	23	26	30	9%
<b>Total</b>	<b>5.256</b>	<b>5.636</b>	<b>6.063</b>	<b>5.476</b>	<b>6.091</b>	<b>6.510</b>	<b>7.089</b>	<b>7.616</b>	<b>8.414</b>	<b>8.873</b>	<b>69%</b>

Fuente: ICEX, Estacom.

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 China (9%), Japón (7%) y Suiza (4%).

**Figura 1** Principales destinos de las exportaciones de la agroindustria andaluza 2015



Fuente: ICEX, Estacom

Analizando el valor económico de las exportaciones realizadas por Andalucía en los últimos años, se detectan posibles destinos emergentes. A nivel de la UE, se observa un incremento en las exportaciones andaluzas hacia Chipre, Rumanía, Eslovaquia, Letonia y Lituania, siendo más significativas en el último año. Este incremento es consecuencia del experimentado en panadería y otros, otras bebidas alcohólicas, vinos y productos cárnicos. En relación a los destinos extraUE, se observa un aumento de las exportaciones hacia China en el último año

del 76%, debido al incremento experimentado en grasas y aceites y en productos cárnicos. Así mismo, destaca el aumento producido en Colombia, del 48%, debido al incremento experimentado por los productos de la panadería y por las grasas y aceites.

**Tabla 9** Principales destinos IntraUE de las exportaciones agroindustria andaluza por sectores 2015

Sectores	IntraUE						% Intra/total
	1º		2º		3º		
	País	%	País	%	País	%	
Productos hortofrutícolas	Alemania	28%	Francia	17%	Reino Unido	14%	<b>89%</b>
Grasas y aceites	Italia	50%	Portugal	17%	Francia	14%	<b>64%</b>
Panadería y otros	Portugal	37%	Bélgica	17%	Francia	13%	<b>50%</b>
Productos cárnicos	Portugal	49%	Francia	20%	Italia	11%	<b>62%</b>
Pescados y marisco	Portugal	43%	Italia	42%	Francia	4%	<b>57%</b>
Otras bebidas alcohólicas	Reino Unido	43%	Alemania	15%	Portugal	12%	<b>56%</b>
Vinos	Reino Unido	51%	Países Bajos	18%	Alemania	11%	<b>70%</b>
Lácteos	Francia	85%	Portugal	5%	Italia	4%	<b>76%</b>
Plantas vivas y productos de floricultura	Francia	35%	Países Bajos	23%	Portugal	15%	<b>92%</b>
Tabaco	Unión Europea sin determinar	97%	Malta	0,02%	Portugal	0,02%	<b>36%</b>
Animales vivos y sus productos	Portugal	36%	Italia	23%	Francia	10%	<b>52%</b>
Bebidas sin alcohol	Portugal	73%	Reino Unido	6%	Francia	5%	<b>66%</b>

Fuente:ICEX, Estacom

**Tabla 10** Principales destinos ExtraUE de las exportaciones agroindustria andaluza por sectores 2015

Sectores	ExtraUE						% Extra/total
	1º		2º		3º		
	País	%	País	%	País	%	
Productos hortofrutícolas	Estados Unidos	38%	Suiza	11%	Arabia Saudita	7%	<b>11%</b>
Grasas y aceites	Estados Unidos	31%	China	13%	Japón	11%	<b>36%</b>
Panadería y otros	Colombia	10%	Estados Unidos	7%	China	7%	<b>50%</b>
Productos cárnicos	China	40%	Benin	11%	Japón	9%	<b>38%</b>
Pescados y marisco	Japón	27%	Estados Unidos	16%	Ecuador	10%	<b>43%</b>
Otras bebidas alcohólicas	Filipinas	51%	México	9%	Estados Unidos	5%	<b>44%</b>
Vinos	Estados Unidos	36%	Canadá	8%	Japón	6%	<b>30%</b>
Lácteos	Estados Unidos	77%	Gibraltar(*)	9%	Suiza	5%	<b>24%</b>
Plantas vivas y productos de floricultura	Marruecos	35%	Suiza	20%	Argelia	14%	<b>8%</b>
Tabaco	Union Europea sin determinar	36%	Avit Buq/Aeron T	30%	Países-Terr no determinados Terceros	13%	<b>64%</b>
Animales vivos y sus productos	China	22%	China Hong-Kong	15%	Arabia Saudita	9%	<b>48%</b>
Bebidas sin alcohol	Gibraltar(*)	14%	Libia	11%	Chad	8%	<b>34%</b>

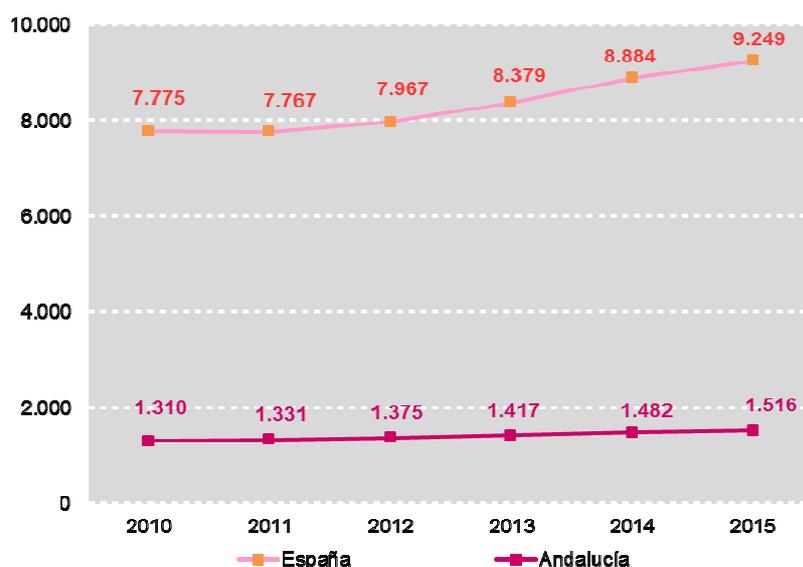
(\*) Gibraltar no forma parte del territorio aduanero comunitario, las exportaciones a este territorio se declaran en el DUA.

Fuente:ICEX, Estacom

El perfil de la agroindustria andaluza exportadora indica que el 43% de las empresas que exportaron en 2015 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 16% de las empresas españolas exportadoras regulares en 2015 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	2011		2012		2013		2014		2015	
	Nº Export	Exportación								
Menos de 5.000€	67	130	76	183	81	158	76	141	105	215
% / total empresas	2	0	3	0	3	0	2	0	3	0
Entre 5.000€ y < 25.000€	109	1.318	124	1.698	124	1.686	123	1.595	146	1.994
% / total empresas	4	0	4	0	4	0	4	0	4	0
Entre 25.000€ y < 50.000€	80	2.950	69	2.493	67	2.473	66	2.406	82	2.973
% / total empresas	3	0	2	0	2	0	2	0	2	0
Entre 50.000€ y < 500.000€	324	71.333	354	76.526	393	87.271	386	88.733	350	80.254
% / total empresas	11	1	12	1	12	1	11	1	10	1
Entre 500.000€ y < 5 M€	533	1.001.139	517	991.008	502	972.707	561	1.070.417	558	1.075.068
% / total empresas	19	15	17	14	16	13	16	13	16	12
Entre 5M€ y < 50 M€	189	2.417.549	206	2.626.597	220	2.891.194	239	3.195.789	240	3.182.622
% / total empresas	7	37	7	37	7	38	7	38	7	36
Entre 50M€ y < 250M€	29	2.307.639	29	2.612.994	30	2.745.022	S.E.	S.E.	S.E.	S.E.
% / total empresas	1	35	1	37	1	36	S.E.	S.E.	S.E.	S.E.

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

Fuente: ICEX. Perfil de los Exportadores Españoles

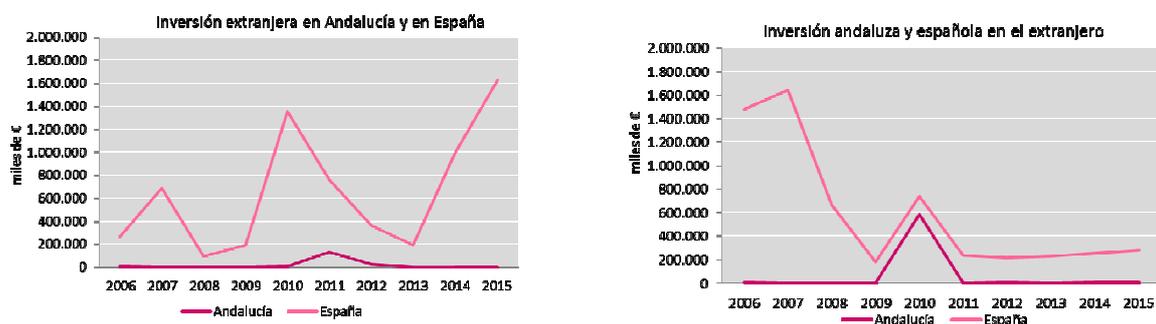
El estrato en el que se encuentran un mayor número de empresas exportadoras regulares es el de entre 500.000€ a 5 millones de €. Alrededor del 73% del volumen de exportación lo realizan las empresas grandes, en el rango de entre 5 millones de € a 250 millones de €.

Si se analiza la evolución en los últimos años (2011-2015), los rangos en los que más ha aumentado el volumen de exportación han sido el de menos de 5.000 € (57%) y el de entre 5.000 y 25.000 € (34%). A continuación, aparecen las empresas con un volumen de exportación de entre 5 millones y 50 millones de €, con un crecimiento del 27% en el periodo 2011-2015.

Analizando los datos del flujo de inversión bruta, entendiendo como tal los flujos de inversión, sin descontar las liquidaciones, realizados en un período, 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 Luxemburgo, Portugal, Marruecos, Panamá y EEUU. Con la inversión realizada por este sector en el exterior ocurre algo similar: ha sido un volumen escaso, concentrado en Líbano, EEUU, Argentina y Chile.

En general, el sector alimentario es el que concentra un mayor volumen de inversiones comparado con el resto de sectores económicos de Andalucía, aunque las inversiones se realizan de manera puntual, y no se observa una tendencia clara a la hora de estudiar su evolución. Por un lado, se aprecia que las inversiones realizadas en el extranjero por empresas agroalimentarias andaluzas son determinantes en el cómputo nacional, mientras que se observa cómo Andalucía no atrae el negocio de los inversores extranjeros que han operado en España en materia agroalimentaria.

**Gráfico 4** Flujos de inversión bruta en alimentación, bebidas y tabaco



Fuente: Datainvox

- ❖
- ❖ El comercio exterior de la agroindustria andaluza está creciendo de manera notable, aumentando el valor de las exportaciones andaluzas un 69% en los últimos diez años.
- ❖ Destacan los sectores hortofrutícola, con un 56% del valor de la exportación de la industria agroalimentaria andaluza, y el sector del aceite (25%).
- ❖ Un 43% de las empresas andaluzas que exportan lo hacen de forma regular, y este número evoluciona también de forma positiva.
- ❖ Las empresas grandes son las que más exportan pero las pequeñas son las que más están aumentando sus exportaciones.
- ❖ El principal destino de las exportaciones andaluzas es la UE, concentrándose más del 50% de las exportaciones en tan sólo 3 países (Alemania, Italia y Francia). Fuera de la UE destaca EEUU, con un 23% de las exportaciones extracomunitarias del sector

andaluz. Es de señalar también el incremento de las exportaciones a China y Colombia.

- ❖ 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 130 entidades de segundo grado que existen en España, concentraron el 29% de la facturación total del cooperativismo español en 2014<sup>24</sup>. En Andalucía las cooperativas de segundo grado reunieron en 2014 un 23% y en 2015 un 28% de la facturación de cooperativas andaluzas<sup>25</sup>.

## Interprofesionales

Las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias 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 reglamentaria y de autofinanciación, 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.

Las organizaciones interprofesionales cuentan con normativa de ámbito estatal, con la Ley 38/1994, de 30 de diciembre reguladora de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias, y, desde el año 2005, con regulación autonómica, con la publicación de la Ley 1/2005, de 4 de marzo, por la que se regula el régimen de las Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias en el ámbito de la Comunidad Autónoma. El Decreto 5/2007, de 9 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 1/2005 viene a completar su desarrollo.

En el ámbito nacional existen 26 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.

Además, están reconocidas las siguientes interprofesionales en el ámbito exclusivamente autonómico andaluz :

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

## Organizaciones de Productores

La OCM única fomenta la constitución de organizaciones de productores y sus asociaciones con el fin de estimular el trabajo conjunto y mejorar la posición en la cadena de los agricultores.

El sector de frutas y hortalizas es el que ha tenido un mayor desarrollo de esta figura. Las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas son entidades asociativas con personalidad jurídica propia (Cooperativas, Sociedades Agrarias de Transformación,

<sup>24</sup> Fuente: Macromagnitudes del Cooperativismo Agrario Español, OSCAE 2015, Cooperativas Agroalimentarias de España

<sup>25</sup> Memoria Anual de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía 2015

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 funcionamiento<sup>26</sup>.

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 en 2015 101 OPFH y una Asociación de Organizaciones de Productores, la mayoría de ellas en Huelva y Almería, que cuentan con un total de 18.093 miembros y 89 Programas Operativos.

**Tabla 12** N° OPFH, N° de miembros en OPFH y N° Programas Operativos en Andalucía por provincia y por sector 2015

PROVINCIA	CATEGORIA	Nº de OPFH	Nº de Socios (ROPAS 2015)	Nº PO 2015
ALMERÍA	Cítricos	1	523	
ALMERÍA	Frutas y Hortalizas	38	7.479	
ALMERÍA	Frutos de cáscara	1	341	
<b>TOTAL ALMERÍA</b>		<b>40</b>	<b>8.343</b>	<b>38</b>
CÁDIZ	Cítricos	2	179	
CÁDIZ	Frutas y Hortalizas	1	300	
<b>TOTAL CÁDIZ</b>		<b>3</b>	<b>479</b>	<b>3</b>
CÓRDOBA	Cítricos	2	342	
CÓRDOBA	Frutas y Hortalizas	1	44	
CÓRDOBA	Frutos de cáscara	1	683	
<b>TOTAL CÓRDOBA</b>		<b>4</b>	<b>1.069</b>	<b>3</b>
GRANADA	Frutas y Hortalizas	7	2.098	
GRANADA	Frutos de cáscara	3	719	
GRANADA	Hortalizas	2	950	
<b>TOTAL GRANADA</b>		<b>12</b>	<b>3.767</b>	<b>10</b>
HUELVA	Cítricos	1	30	
HUELVA	Frutas	21	1.027	
HUELVA	Frutas y Hortalizas	5	95	
<b>TOTAL HUELVA</b>		<b>27</b>	<b>1.152</b>	<b>25</b>
MÁLAGA	Frutas y Hortalizas	1	830	
MÁLAGA	Frutos de cáscara	1	1.300	
<b>TOTAL MÁLAGA</b>		<b>2</b>	<b>2.130</b>	<b>1</b>
SEVILLA	Cítricos	2	170	
SEVILLA	Frutas	3	220	
SEVILLA	Frutas y Hortalizas	5	367	
SEVILLA	Frutos de cáscara	1	101	
SEVILLA	Productos destinados a la transformación	2	295	
<b>TOTAL SEVILLA</b>		<b>13</b>	<b>1.153</b>	<b>9</b>
<b>TOTAL ANDALUCÍA</b>		<b>101</b>	<b>18.093</b>	<b>89</b>

+ 1 Asociación de Organizaciones de Productores (APROA) con un PO (Programa Operativo)

Fuente: Dirección General de Industrias y Cadena Alimentaria. CAPDR

<sup>26</sup> REAL DECRETO 1972/2008, de 28 de noviembre, sobre reconocimiento de organizaciones de productores de frutas y hortalizas

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
<b>TOTAL</b>	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.

NOTA: FO: Fondos operativos, VPC: Valor de la Producción Comercializada

**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
<b>TOTAL</b>		<b>177.640.702</b>	<b>158.103.977</b>

Fuente: Dirección General de Industrias y Cadena Alimentaria. CAPDR

Por otro lado, en el sector lácteo hay reconocida en Andalucía una Organización de Productores Lácteos para la especie de vacuno que tiene su sede social en Córdoba.

## 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. Cabe mencionar respecto al entramado asociativo empresarial agroindustrial y de la distribución las siguientes organizaciones agroalimentarias: CEA (Confederación de Empresarios de Andalucía), ASAJA (Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores), FIAB (Federación de Industrias de la Alimentación y Bebidas), ASEMESA (Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa); LANDALUZ (Asociación Empresarial Alimentos de Andalucía), FADAL (Federación Andaluza de Almazaras), ANGED (Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución), CEAEA (Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería), ACES (Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados), entre otras.

## 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 organizaciones de productores, entre otras, son un buen ejemplo de ello, que cuentan además con el apoyo de las instituciones.
- ❖ Cabe destacar el papel de las cooperativas, entre ellas las de segundo grado, que representan un 30% de la facturación total del cooperativismo español. Con la creación de la figura de Entidades Asociativas Prioritarias, se fomenta la integración de cooperativas y otras entidades asociativas de carácter agroalimentario.
- ❖ Existen 26 organizaciones interprofesionales reconocidas en España, entre ellas de sectores tan importantes para Andalucía como el de los cítricos, el ibérico, el vino, el aceite de oliva o la aceituna. A nivel autonómico además hay reconocidas dos interprofesionales, una del sector hortofrutícola y otra de la fresa.
- ❖ Las organizaciones de productores se configuran como una figura fomentada por la OCM única para reforzar el papel de los productores en la cadena agroalimentaria. Destacan las del sector hortofrutícola, las OPFH. Existen 100 OPFH en Andalucía con 89 Programas Operativos.

## 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 COGECA<sup>27</sup>, 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%<sup>28</sup>.

España cuenta con 3.762 cooperativas, (2014)<sup>29</sup>. 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 (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%<sup>30</sup>).

**Tabla 15** Datos de las principales cooperativas agroalimentarias en la UE (2012)<sup>31</sup>

	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
<b>TOTAL</b>	<b>21.769</b>	<b>100%</b>	<b>6.172.746</b>	<b>100%</b>	<b>347.344</b>	<b>100%</b>

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

<sup>27</sup> Datos recogidos en el informe publicado por COGECA "Development of Agricultural Cooperatives in the EU", 2014. Los datos corresponden al año 2012.

<sup>28</sup> 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.

<sup>29</sup> Los datos del nº de cooperativas en España son datos actualizados del MESS y son del año 2015. Incluye 3.292 cooperativas agrarias y 470 CEC (Cooperativas de explotación comunitaria de la tierra).

<sup>30</sup> "Support for Farmers' Cooperatives", Wageningen University, Nov 2012.

<sup>31</sup> 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.

Los datos de evolución muestran una tendencia a la baja en el número de cooperativas en nuestro país, que han descendido un 8% entre 2008-2015 y también en el empleo asociado, hay un 6% menos de personas trabajadoras en el mismo período. Sin embargo, los datos de facturación han aumentado de manera considerable, un 16% entre 2008-2013.

**Tabla 16** Datos de evolución de cooperativas agrarias en España<sup>32</sup>

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% evol
Nº coop agrarias	3.576	3.514	3.487	3.415	3.397	3.379	3.313	3.292	-8%
Nº trabajadores	68.980	65.656	67.013	64.108	64.280	64.853	64.054	65.177	-6%
Facturación (M€)	22.569	22.042	21.614	23.826	25.696	26.183	27.466		22%

Fuente: MESS (Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social) y Macromagnitudes del cooperativismo agrario español, OSCAE 2015, Cooperativas Agroalimentarias de España (datos de facturación).

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 total del cooperativismo agroalimentario en España supone un 28% de las ventas netas que genera la industria alimentaria española<sup>33</sup>.

El 70% de las cooperativas agroalimentarias de España tienen una dimensión inferior a 5 millones de euros y el 30% restante, factura el 88% del total del cooperativismo.

**Tabla 17** Nº cooperativas y facturación de las cooperativas agrarias españolas por estrato de facturación (miembros de Cooperativas Agroalimentarias de España)

Millones de €	Nº coop.	% Total	Facturación (M€)	% Facturación	Facturación media (M€)
500<1000 M€	4	0,2%	2.887	13,7%	721,6
100<500 M€	20	0,8%	3.344	15,9%	167,2
50<100 M€	32	1,2%	2.161	10,3%	67,5
15<50 M€	213	8,1%	5.690	27,0%	26,7
5<15 M€	509	19,4%	4.371	20,7%	8,6
1<5 M€	891	33,9%	2.276	10,8%	2,6
<1M€	961	36,5%	349	1,7%	0,4

Fuente: Macromagnitudes del cooperativismo agrario español, OSCAE 2015, Cooperativas Agroalimentarias de España.

Respecto al comercio internacional, un 26,5% de la facturación de las cooperativas españolas procede de ventas en el mercado exterior<sup>34</sup>.

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 30%, como en facturación, un 23%, respecto a España.

<sup>32</sup>Sólo incluye cooperativas agrarias, excluidas las CEC (cooperativas de explotación comunitaria de la tierra).

<sup>33</sup> Fuente: Facturación de cooperativas: Cooperativas Agroalimentarias de España. Año 2014. Ventas netas de la agroindustria: INE, Encuesta Industrial de Empresas. Año 2014.

<sup>34</sup> Dato del año 2013, extraído de Macromagnitudes del Cooperativismo agroalimentario español, OSCAE 2014

El número de cooperativas ha disminuido en nuestra comunidad autónoma, un 5% entre 2008 y 2015, mientras que el número de trabajadores ha aumentado un 15% y la facturación ha crecido de manera exponencial, un 79% en el mismo periodo, sobre todo en los últimos tres años. Se deduce de estos datos un proceso de concentración cooperativa que ha resultado claramente beneficiosa a la vista de los resultados económicos y de empleo.

**Tabla 18** Datos de evolución de cooperativas agrarias en Andalucía<sup>35</sup>

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	% evol
Nº coop agrarias	754	743	737	736	734	729	717	719	-5%
Nº trabajadores	16.820	16.467	16.756	16.515	16.746	17.607	17.385	19.369	15%
Facturación (M€)	4.251	4.403	4.312	4.383	4.566	5.956	6.373	7.623	79%

Fuente: MESS (Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social) y Memorias Anuales de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía.

Las cooperativas agroalimentarias andaluzas presentan una evolución más favorable que la agroindustria; el número de personas trabajadoras en la agroindustria disminuye un 11% (2008-2014), mientras que en las cooperativas aumenta un 5% en el mismo período y su facturación como hemos visto está creciendo de manera importante (79%), frente a la agroindustria que mantiene en 2014 valores similares de cifra de negocios a los de 2008<sup>36</sup>. Además, la facturación de las cooperativas andaluzas muestra también un crecimiento mucho mayor a las de España, un 50% frente a un 22%, respectivamente entre 2008 y 2014 y presenta una importancia aún mayor que en el ámbito nacional, pues supone un 49% de las ventas netas de productos que genera la industria alimentaria andaluza<sup>37</sup> (frente al 28% en España).

En el ámbito provincial destaca Jaén que reúne un 24% de las cooperativas andaluzas, y la provincia de Almería que da empleo a un 39% de las personas trabajadoras y genera un 21% de la facturación de las cooperativas agrarias de Andalucía.

**Tabla 19** Número de cooperativas agrarias y personas trabajadoras en Andalucía por provincia (2015)

	Nº Coop	%	Nº trab	% Facturación	%	
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>719</b>	<b>22%</b>	<b>19.369</b>	<b>30%</b>	<b>7.623</b>	<b>100%</b>
ALMERIA	80	11%	7.498	39%	1.591	21%
CADIZ	27	4%	1.066	6%	220	3%
CORDOBA	96	13%	2.096	11%	1.162	15%
GRANADA	85	12%	878	5%	547	7%
HUELVA	82	11%	2.074	11%	693	9%
JAEN	175	24%	2.257	12%	1.154	15%
MALAGA	64	9%	996	5%	1.326	17%
SEVILLA	110	15%	2.504	13%	929	12%
<b>ESPAÑA</b>	<b>3.292</b>		<b>65.177</b>			

Fuente: MESS (Ministerio de Empleo y de la Seguridad Social) y Memorias Anuales de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía.

<sup>35</sup> Sólo incluye cooperativas agrarias, excluidas las CEC (cooperativas de explotación comunitaria de la tierra).

<sup>36</sup> Dato de la Encuesta Industrial Anual de Empresas, IECA.

<sup>37</sup> Datos de 2014, calculado a partir de dato de facturación de las Memorias Anuales de Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía y dato de ventas netas de productos de la Encuesta Industrial de Empresas, IECA 2014.

- ❖ 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. Agrupa al 22% del número de cooperativas, el 30% del empleo y el 23% de facturación, respecto a las cooperativas agrarias de España.
- ❖ Su facturación representa un 49% de las ventas netas de productos que genera la industria alimentaria andaluza.
- ❖ Las cooperativas agroalimentarias andaluzas presentan además una evolución más favorable que su agroindustria. Aunque el número de cooperativas ha disminuido un 5% entre 2008-2015 (probablemente por una concentración cooperativa), el número de trabajadores ha aumentado un 15% y la facturación ha crecido de manera exponencial, un 79%.

## CALIDAD ALIMENTARIA

El concepto de calidad alimentaria engloba dos acepciones diferenciadas, por un lado la calidad obligatoria, que se garantiza a través del cumplimiento de la normativa de seguridad alimentaria y, por otro lado, la calidad diferenciada, de carácter voluntario, que garantiza unos estándares de calidad que van más allá de la normativa obligatoria, diferenciando estos productos en el mercado.

La normativa de **seguridad alimentaria** (calidad obligatoria) garantiza la inocuidad de los alimentos y se ha convertido desde hace tiempo en una exigencia legal de obligado cumplimiento en el ámbito europeo y prácticamente una condición previa en el comercio mundial de alimentos.

La cadena alimentaria en todas las fases que la componen está sometida a los programas de control oficial necesarios e interdependientes para garantizar el control de sus peligros y, en su caso, su eliminación.

La defensa de la calidad de los productos agroalimentarios andaluces, así como la dirección y coordinación de las labores de vigilancia e inspección en materia de calidad agroalimentaria, corresponden a la Dirección General de Industrias y Cadena Agroalimentaria, lo cual lleva a cabo mediante la aprobación de los planes de inspección y de las instrucciones para llevarlos a cabo, así como a través de la aprobación de actuaciones específicas. En el año 2014 se ejecutaron en Andalucía un total de 1.817 controles oficiales en cumplimiento de las directrices del sistema de control oficial de la calidad comercial alimentaria.

El análisis de las muestras tomadas en controles oficiales se lleva a cabo a través de una Red de laboratorios oficiales integrada por los laboratorios de Producción y Sanidad Animal, de Producción y Sanidad Vegetal (Laboratorios Agroganaderos), Agroalimentarios y Estaciones enológicas, aparte del laboratorio de Control de Calidad de los Recursos Pesqueros. Todos ellos se encuentran acreditados conforme a la norma EN-ISO/IEC 17015:2005.

Para cumplir con este sistema y garantizar la seguridad de sus producciones, las empresas tienen que establecer sus propios mecanismos de trazabilidad y autocontrol estando amenazada la supervivencia de aquellas empresas que no sean capaces de instaurar y demostrar la eficacia de sus controles.

Por otra parte, las certificaciones de **calidad diferenciada** (calidad voluntaria) 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 diferenciada en el ámbito agroalimentario, tanto de naturaleza pública como privada, que distinguen productos en base a unos 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 DOPs, 31 IGP<sup>38</sup>) y 3 ETGs, destacando los sectores del vino (8 DOPs, 16 IGP y 1 DOP de vino aromatizado) y el aceite de oliva (12 DOPs).

En términos económicos, las denominaciones de calidad andaluzas (DOPs, IGP) generan alrededor de los 372 millones de euros (a falta de datos no proporcionados por algunas denominaciones), procediendo casi la mitad de esta cantidad del sector del vino (48%), y una cantidad también relevante del sector del aceite (26%). Este valor ha aumentado en los últimos años (periodo 2013-2015) un 12%.

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 cinco figuras de calidad, DOP, tienen una facturación superior a los 20 millones de euros y 19 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.

**Tabla 20** Figuras de Especialidad Tradicional Garantizada

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

Fuente:CAPDR

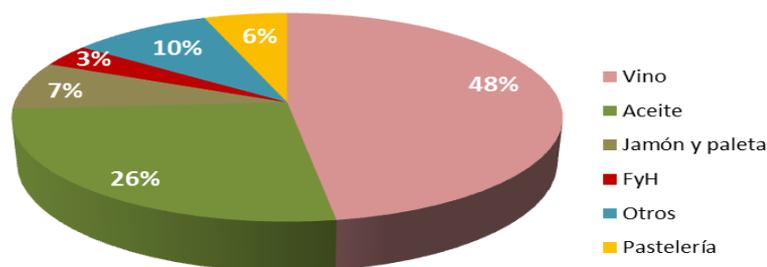
<sup>38</sup> A este número habrá que añadir, cuando se complete el proceso, dos nuevas IGP que se encuentran en tramitación, la Manzanilla Sevillana/ de Sevilla y la Gordal Sevillana/ de Sevilla.

**Tabla 21** Principales datos de las denominaciones de calidad por sectores en Andalucía 2015.<sup>39</sup>

Sector	Superficie/nº cerdos/nº colmenas	Producción	Comercialización	Valor económico (miles de €)
Vino DOP	15.672,02 ha	1.782.271,3 hl	686.241,29 hl	160.941,9
Vino IGP	1.563,98 ha	96.718,54 hl	62.105,14 hl	15.984,7
Aceite de oliva virgen extra	455.108,82 ha	62.008,54 t	20.079,95 t	98.607,8
Bebidas espirituosas	No procede	109.518,09 hl	109518,09	Dato no disponible
Jamones y Paletas	30.676 cerdos	391.825 piezas	451.311 piezas	27.641
Carnes frescas	15.557 corderos	117,93 t	117,93 t	740,00
Vinagre	No procede	36.413,40	80.914,29	24.320,02
Frutas y Hortalizas	2.248,77 ha	14.447,96 t	12.943,01 t	12.841,9
Pastelería	No procede	5.139,24	5.153,38	20.871,19
Aceituna	23.400,00 ha	957,02 (t)	956,72 (t)	4.783,6
Pasas	1.271 ha	15,1 t	15,1	87,58
Caballa y Melva	No procede	390	390	5.538,00
Miel	6.466 colmenas	109	Sin datos	Sin datos
Garbanzo de Escacena	409,19 ha	477,85	Dato no disponible	Dato no disponible

Fuente:CAPDR

**Gráfico 5** Distribución por sectores del valor económico de DOPs e IGP campaña 2014/15



Fuente:CAPDR

<sup>39</sup> Nota: No se dispone de algunos datos por diversos motivos:

Las figuras de calidad IGP Jamón de Serón aún no tiene actividad. Las IGP Mojama de Barbate y Mojama de Isla Cristina, se registraron a finales de 2015, aún no ha comercializado producto protegido. Igual ocurre con la IGP Pan de Alfacar, al constituirse en 2015, aún no elabora producto amparado por la IGP. La IGP Alfajor de Medina Sidonia no ha elaborado producto protegido en el año 2015.

La IGP Cordero Segureño y la DOP Jamón de Huelva son figuras supra autonómicas, por lo que la información facilitada abarca también producto procedente de fuera de Andalucía.

Las figuras de calidad: de la DOP Vino Naranja del Condado de Huelva no se dispone información y la DOP VC Granada no facilita todos los datos. Las IGP VT Desierto de Almería, VT Norte de Almería y VT Villaviciosa de Córdoba no tienen actividad desde hace varias campañas. La DOP Miel de Granada no aporta información completa. La IGP Garbanzo de Escacena ha iniciado recientemente su actividad, por lo que aún no dispone de toda la información.

**Tabla 22** 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 Jerez	IGP Tomate La Cañada	DOP Pasas de Málaga	IGP Mantecados de Estepa
DOP Montilla-Moriles	IGP VT Cádiz	DOP Estepa	IGP Jamón de Trevélez	IGP Jamón de Serón	DOP Montilla-Moriles	DOP Chirimoya de la Costa	IGP Caballa de Andalucía	IGP Polvorones de Estepa
DOP Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda	IGP VT Cumbres de Guadalfeo	DOP Aceite de Lucena	DOP Montes de Granada			DOP Tropical de Granada-Málaga	IGP Melva de Andalucía	
DOP Málaga	IGP VT Laderas del Genil	DOP Montoro-Adamuz					IGP Mojama de Barbate	IGP Pan de Alfacar
DOP Sierras de Málaga	IGP VT Laujar Alpujarra	DOP Poniente de Granada					IGP Mojama de Isla Cristina	
DOP Vino Naranja del Condado de Huelva	IGP VT Los Palacios	DOP Priego de Córdoba					DOP Miel de Granada	
DOP VC Lebrija	IGP VT Sierra Norte de Sevilla	DOP Sierra de Cádiz					IGP Garbanzo de Escacena	
DOP VC Granada	IGP VT Sierra Sur Jaén	DOP Sierra de Cazorla					IGP Cordero Segureño*	
	IGP VT S. Estancias y Filabres	DOP Sierra de Segura					IGP Aceituna Gordal Sevillana/ de Sevilla**	
	IGP VT Torreperogil	DOP Sierra Mágina					IGP Aceituna Manzanilla Sevillana/ de Sevilla**	
	IGP VT Desierto de Almería							
	IGP VT Norte de Almería							
	IGP VT Villaviciosa Córdoba							

\* De ámbito supraautonómico.

\*\* IGP en tramitación.

Fuente:CAPDR

## Calidad Certificada

Con el propósito de distinguir en el mercado a los productos que deseen darse a conocer por su calidad diferenciada, la Junta de Andalucía creó en el año 2001 la marca "Calidad Certificada", para su regulación, se redactó el Decreto 242/2001 de 6 de noviembre, hoy derogado por el Decreto 229/2007 de 31 de julio por el que se regula la marca "Calidad Certificada" para los productos agroalimentarios y pesqueros, que es el que se encuentra actualmente en vigor.

La finalidad de la marca "Calidad Certificada" es la de garantizar la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios y pesqueros elaborados o distribuidos por personas físicas o jurídicas debidamente autorizadas, así como facilitar su distinción en el mercado.

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.

Todos los productores o comercializadores que cumplan dichos requisitos podrán acceder a la marca. Para su tramitación se encuentra la Orden de 19 de abril de 2006, por la que se regula el procedimiento para la obtención de la marca "Calidad Certificada" para los productos agroalimentarios y pesqueros mediante tramitación electrónica.

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 503 empresas y 2.372 productos adheridos a la marca "Calidad Certificada".

## Artesanía Alimentaria

La artesanía alimentaria en Andalucía es una actividad de importancia para la Comunidad Autónoma, siendo preciso conservar, proteger y regular aquellos métodos de producción artesanales realizados por pequeñas empresas o explotaciones agrarias, en las que la intervención o proximidad de sus titulares es relevante en el proceso productivo. Desde el año 2011 la producción de artesanía alimentaria cuenta con regulación propia en Andalucía. Regulada por el Decreto 352/2011, de 29 de noviembre, esta norma protege y regula aquellos métodos de producción artesanales realizados por pequeñas empresas o explotaciones agrarias, dirigidas por una persona artesana cualificada como tal.



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, lo que justifica la conveniencia de su protección.

Asimismo, a nivel europeo, se ha consolidado el principio de que la artesanía representa, de modo armónico, la cultura de las diferencias. La artesanía expresa un modo social de

desarrollar la actividad económica, acercando a la ciudadanía al mundo de la empresa contribuyendo, en definitiva, al fortalecimiento de la cohesión social en el medio rural.

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.

## Certificaciones relacionadas con el respeto al medio ambiente

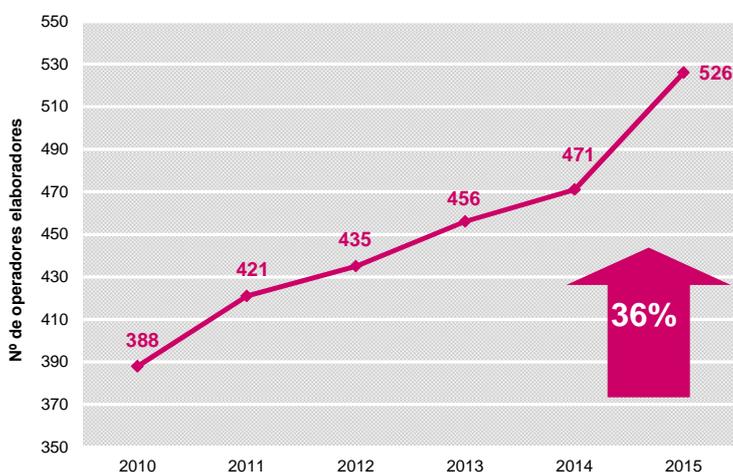
### ◆ Producción ecológica

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 comunitario<sup>40</sup>. 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 526 empresas o personas elaboradoras de productos ecológicos en 2015, que representan en torno al 10% del número de agroindustrias. Este número se ha ido incrementando en los últimos años, experimentando una subida del 36% respecto a 2010.

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

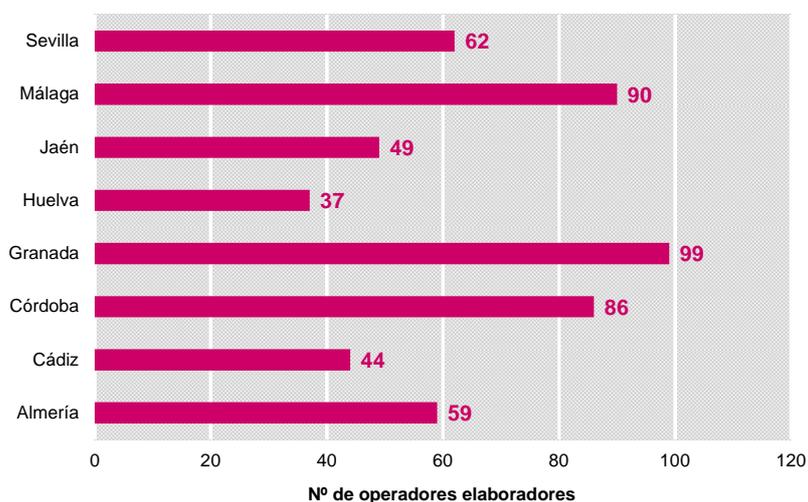


Fuente: Informe de estadísticas de Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Año 2015.

<sup>40</sup> 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.

Estas empresas o personas elaboradoras de productos ecológicos se localizan en mayor medida en las provincias de Granada, Málaga y Córdoba, aglutinando el 19%, el 17% y el 16% de las existentes en 2015, respectivamente.

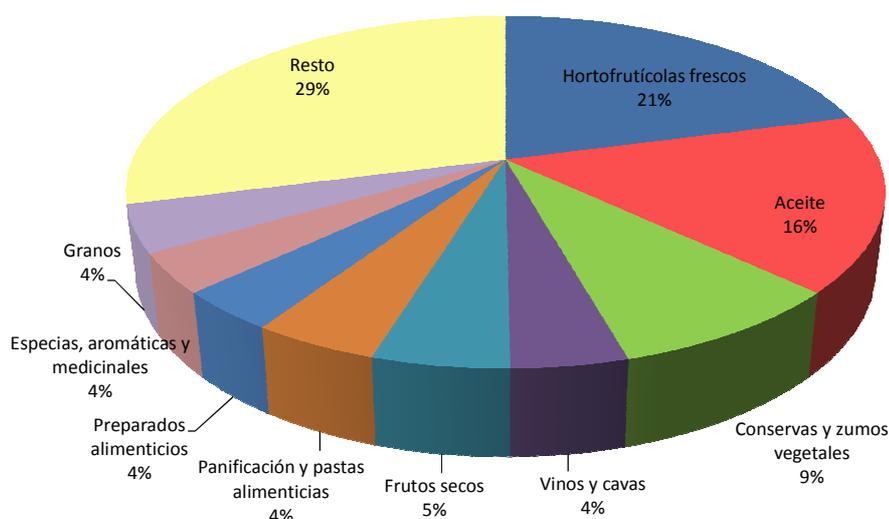
**Gráfico 7** Distribución provincial de las empresas o personas elaboradoras de productos ecológicos en Andalucía en 2015.



Fuente:Informe de estadísticas de Producción Ecológica de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural. Año 2015.

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 y Granada, y la de almazara y/o envasadora de aceite, en este caso representada principalmente en las provincias de Córdoba, Sevilla y Jaén.

**Gráfico 8** Representatividad de las actividades industriales ecológicas en 2015 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 2015.

## ◆ 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 23** 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
Alfalfa y forraje deshidratado	30/08/2006
Productos cárnicos de ganado vac	19/09/2007
Tomate para industria	20/10/2008
Vinos	27/09/2011

Fuente:CAPDR

## ◆ Huella ambiental

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.

Esta iniciativa, denominada "Single market for green products", tiene como objetivo el diseño de las Reglas de Categoría de producto para el cálculo de la huella ambiental de distintos productos, tanto alimentarios como no alimentarios, entre los que se encuentran el vino, los lácteos, cárnicos y el aceite de oliva. Sobre este último producto, la Junta de Andalucía está participando en la iniciativa, contribuyendo en el diseño de especificaciones concretas a nivel de producto que vendrá a complementar la guía metodológica general.

### ◆ **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 natural, 15 empresas, y en la categoría de artesanía, 56 empresas, sumando entre ambas casi 1.000 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 (un 6%, entre 2013-2015).
- ❖ 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 (un 36% entre 2010-2015). 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.

El triángulo del conocimiento y la innovación es un concepto europeo que consiste en relacionar, a través de vínculos estrechos y eficaces, la educación, la investigación y la innovación, que son los tres lados del “triángulo del conocimiento”. El actual avance hacia una innovación abierta ha dado lugar a una mayor transferencia del conocimiento y a nuevos tipos de cooperación entre instituciones docentes, organismos de investigación y empresas.

Así, se puede hablar de un ecosistema del conocimiento, tanto público como privado, en innovación que sirve de acompañamiento a la industria agroalimentaria (en Andalucía integrado tanto por el IFAPA como por Universidades, campus de excelencia internacional en agroalimentación, centros tecnológicos, empresas, etc.); sin embargo este ecosistema de conocimiento adolece de canales de interconexión.

Según datos de la Encuesta sobre Innovación en las empresas 2014<sup>41</sup> realizada por el Instituto Nacional de Estadística, en el período 2012-2014 un 26,04% de las empresas andaluzas consultadas se catalogan como empresas innovadoras, porcentaje inferior al nacional (28,57%). Concretamente la agroindustria (rama de actividad “Alimentación, bebidas y tabaco”) alcanza un porcentaje del 33,19%. Por tipo de innovación, un 18,61% realizaron innovaciones tecnológicas y un 23,29% innovaciones no tecnológicas, en ambos casos estos porcentajes se sitúan por debajo de la media nacional en empresas de la misma rama de actividad (22,15% y 28,54%, respectivamente).

Respecto a la intensidad de innovación<sup>42</sup>, esta se sitúa en el 2,22% para el total de empresas andaluzas con actividades innovadoras en 2014, dato superior a la media nacional que se sitúa en el 1,81%. Sin embargo, en el caso de la agroindustria la intensidad de innovación es solo del 0,85% en Andalucía frente al 1,01% registrado a nivel nacional.

En 2014, solo el 2,80% del total de las empresas agroalimentarias andaluzas realizan I+D. Este porcentaje se eleva hasta el 39,66% si se refiere a las industrias agroalimentarias con actividades innovadoras. Este porcentaje es inferior a la media del total de industrias (53,18%). Además, de las agroindustrias que han realizado actividades de I+D, el 58,28% las realizan de manera continua.

En relación a las actividades innovadoras más destacadas llevadas a cabo por las industrias agroalimentarias andaluzas en 2014, 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.

<sup>41</sup> 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.

<sup>42</sup> Intensidad de innovación (Gastos actividades innovadoras / Cifra de negocios)x100

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 2012-2014 la agroindustria andaluza solo solicitó el reconocimiento de 7 patentes de un total de 144 reconocidas en el total de la agroindustria a nivel nacional (este dato representa solo el 4,87% 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 2014<sup>43</sup>. 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.

**Tabla 24** 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
<b>TOTAL</b>	<b>0,75%</b>	<b>159.016,82</b>

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 la falta de información sobre tecnología y la falta de personal cualificado. Le siguen en importancia los factores relacionados con el mercado, principalmente la incertidumbre respecto a la demanda de bienes y servicios innovadores.

Destacar, por otro lado, 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.

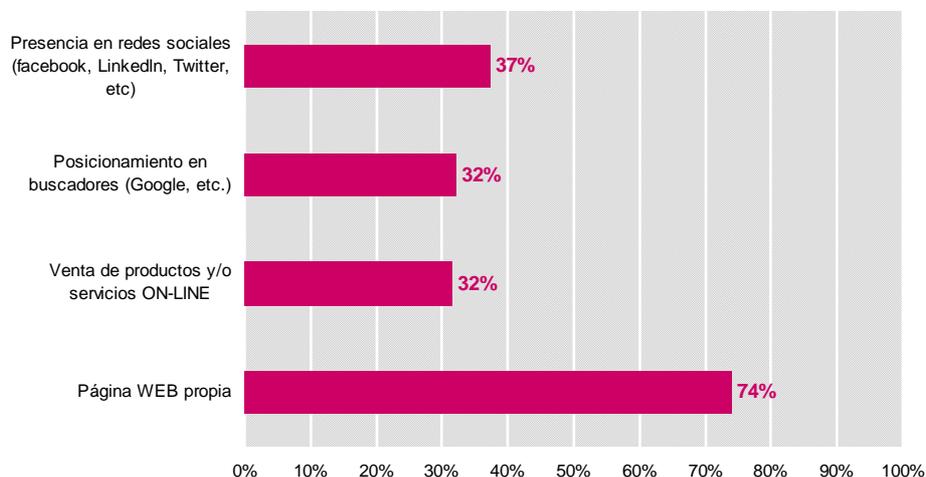
Hace ya bastantes años que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) están ofreciendo un gran beneficio al sector agroalimentario. Entre otras actuaciones, estas tecnologías están implicadas en la calidad y seguridad de los alimentos, además de tener un papel importante en el funcionamiento 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

<sup>43</sup> 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.

32% de las empresas consultadas<sup>44</sup> ya está empleando el comercio online para la venta de sus productos y/o servicios.

**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

<sup>44</sup> 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.

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.

- ❖ Un 33% de las agroindustrias andaluzas se consideran innovadoras, porcentaje superior al de la media de las empresas andaluzas.
- ❖ La intensidad de innovación de la agroindustria andaluza está por debajo tanto de la de la industria andaluza como de la agroindustria nacional.
- ❖ Las principales dificultades a la hora de innovar son, por este orden, las siguientes: los costes de la innovación, la falta de información sobre tecnología y falta de personal cualificado, así como la incertidumbre respecto a la demanda de bienes y servicios.
- ❖ Aunque existe en Andalucía un ecosistema del conocimiento, tanto público como privado, en innovación que sirve de acompañamiento a la industria agroalimentaria, sin embargo adolece de canales de interconexión.
- ❖ El uso de las TIC está cada vez más implantado en las agroindustrias andaluzas, con un avance importante en los últimos años.
- ❖ La Comisión Europea apuesta claramente por el futuro de las KET's aunque todavía la presencia de estas tecnologías es muy incipiente.

## SOSTENIBILIDAD<sup>45</sup>

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 sostenibilidad<sup>46</sup> 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 general<sup>47</sup>.

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 CO<sub>2</sub> 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%).

---

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

46 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).

47 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 energética<sup>48</sup>, 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 CO<sub>2</sub>, 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.

---

<sup>48</sup> 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 CO<sub>2</sub>. 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 CO<sub>2</sub> ha sido progresivo en los últimos años, de forma que el gas natural, cuyas emisiones de CO<sub>2</sub> 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 CO<sub>2</sub>. 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 CO<sub>2</sub> 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.

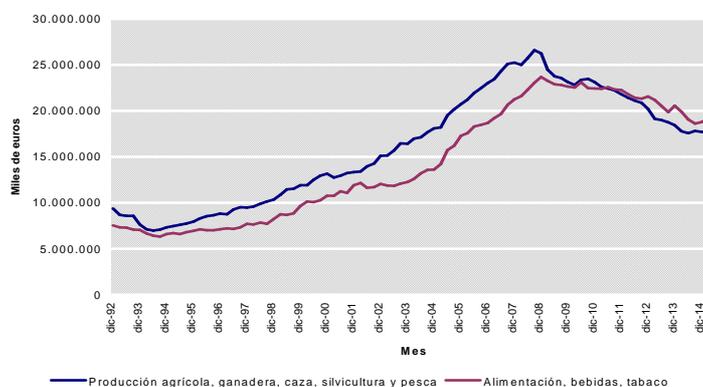
En España se reciclan 7 de cada 10 envases puestos en el mercado, destacando que reduciéndose un 23% la generación de residuos de envase, a su vez, la tasa de reciclado en España ha aumentado, superando el 70%.

- ❖ 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 25** 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 18,8% de la SAU nacional y un 2,5% de la comunitaria. Esta superficie muestra un equilibrio entre cultivos permanentes y anuales entre los que destaca la presencia del olivar, con 1,42 millones de hectáreas (32,6% SAU).

La SAU andaluza se reparte entre un total de 241.979 explotaciones según la Encuesta de Estructura de las Explotaciones Agrarias 2013, un 25,5% del total de explotaciones a nivel nacional y un 1,9% de las explotaciones agrarias comunitarias. El tamaño medio de estas explotaciones es de 18,1 hectáreas de SAU, siendo un 31,7% más reducido que la media nacional (26,5 hectáreas) y eso teniendo en cuenta que, en general, la Encuesta no contabiliza a aquellas explotaciones inferiores a 1 hectárea, las cuales son bastantes frecuentes en la realidad del sector agrario andaluz.

En el 93,6% de los casos los titulares de estas explotaciones son personas físicas, aglutinando el 63,8% de la SAU total andaluza y el 71,7% de las UTA generadas en la actividad agraria. Las sociedades mercantiles (titulares del 2,3% de las explotaciones), agrupan el 17,3% de la SAU total andaluza y el 16,8% del total del empleo generado en la actividad agraria. En cuanto a la edad de los jefes de explotación, en el 80% de los casos tienen más de 45 años (un 28% tienen al menos 65 años).

Desde el punto de vista económico, el VAB agrario andaluz representa el 4,2% del PIB total en 2015 y más de una cuarta parte (25,5%) del VAB 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 (2,3% y 1,3% (VAB agrario en relación al PIB total), de España la UE28, respectivamente).

De igual forma, el sector agrario en Andalucía participa en mayor medida en el Valor Añadido Bruto (VAB) (4,7% en 2015), que en otros ámbitos territoriales analizados, en los que esta aportación se sitúa en el 2,5% en el caso de España y en el 1,5% 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 2015 presenta un valor de 11.290,62 millones de euros, cifra que representa el 2,8% de la PRA de la UE-28 y el 25,8% de la PRA de España. El valor de la Producción de la Rama Vegetal es la de mayor importancia, con el 83,4% 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 71% de la PRA andaluza de media en el periodo 2010-2015 y el 82% 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, la PRA se ha incrementado en un 15,6% a nivel de Andalucía, una subida superior a la registrada a nivel nacional (4,2%).

La actividad agraria proporciona en Andalucía en torno a 245.000 UTA y una Producción estándar total de unos 8.114 millones de euros según datos de la Encuesta de Estructura de las Explotaciones Agrarias 2013.

La Renta Agraria de Andalucía, con 8.260,85 millones de euros, representaba en 2015 el 5,7% de la de la UE y el 34,4% de la de España. Esta Renta ha experimentado un aumento del 15,1% respecto a la renta agraria andaluza del 2012, mientras que para la renta agraria española este incremento fue del 8,3%. No obstante, la renta agraria ha seguido una trayectoria irregular en los últimos años, si bien en el periodo 2000-2015, ha experimentado una mejora del 28%, registrando su valor máximo en 2007 con un valor de 8.577 millones de euros.

Respecto a la evolución 2000-2015 de la Renta Agraria por UTA en Andalucía, considerándola en términos corrientes, esta ha experimentado un crecimiento del 38,6%, mientras que si se analiza en términos constantes, prácticamente se ha producido un estancamiento, con un incremento de apenas el 1,5% en el periodo considerado (frente al incremento del 4,6%

experimentado a nivel nacional). Por tanto, la Renta disponible para remunerar el empleo agrario se ha incrementado levemente, haciendo algo más atractivo el sector al demandante de empleo.

La población ocupada agraria en Andalucía se situaba en el año 2015 en el 7,9%, dato que es superior al nacional (4,1%) y al de la UE28 (4,2%), mientras que la tasa de desempleo agrario en Andalucía registrada de media en el año 2015 fue del 40,8% (frente al 31,5% de tasa de desempleo total).

Respecto al número de activos agrarios, a nivel nacional apenas ha variado (ha disminuido un 3,6% en el periodo 2008-2015), mientras que se ha incrementado hasta un 23% 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, con un retroceso del 11%, mientras que permaneció estable a nivel andaluz, con un leve descenso del 0,5%. 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, para volver a descender ligeramente en el año 2015, hasta situarse las personas ocupadas en el sector agrario sobre el total de personas ocupadas en Andalucía en el 7,9% y en el 4,1% a nivel nacional.

Con esta realidad, el número de parados en el sector agrario creció notablemente en el periodo 2008-2015 tanto a nivel nacional como a nivel andaluz, registrándose un total de 150.850 personas paradas en Andalucía y 253.575 personas a nivel nacional según datos del INE. Sin embargo, el peso de los parados agrarios en el total de la población parada experimentó leves oscilaciones, tanto en España como en Andalucía, en ese periodo, situándose para 2015 en un 11,8% en Andalucía y un 5,0% en España.

Por último, analizando el número de afiliados al Régimen Especial Agrario en Andalucía se observa un crecimiento del 11,1 % en el periodo 2007-2015, lo que supone un total de 50.000 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. 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.
- ❖ El VAB agrario andaluz representa el 4,2% del PIB total en Andalucía y más de una cuarta parte del VAB agrario nacional.
- ❖ Se aprecia una tendencia creciente en la Producción de la Rama Agraria desde el año 2000. Destacan los sectores de frutas, hortalizas y aceite de oliva, que suman en torno al 70% de la PRA andaluza.
- ❖ El número de personas ocupadas en el sector agrario en Andalucía permaneció

estable en los últimos años, con un leve descenso, mientras que el número de afiliados al Régimen Especial Agrario en Andalucía se observa un crecimiento. El paro en el sector agrario creció notablemente tanto a nivel nacional como a nivel andaluz.

- ❖ La Renta disponible para remunerar el empleo agrario ha decrecido, haciendo menos atractivo el sector al demandante de empleo.

## 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 en España es el canal de compra preferido por un 74%<sup>49</sup> de los consumidores para productos de alimentación. El 54% de la cuota de mercado de la distribución se concentra en seis empresas (la primera empresa representa el 23%)<sup>50</sup>. A pesar de estos niveles de concentración, España está muy lejos de países de nuestro entorno, como Austria, Bélgica, Suecia o Dinamarca, donde las primeras cadenas alcanzan niveles muy elevados de cuota.

Por tipo de establecimiento de compra, destaca el crecimiento del canal supermercado y autoservicio, del comercio electrónico y las tiendas descuento, frente a la caída de los canales de tienda tradicional e hipermercados<sup>51</sup>.

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, algunas personas consumidoras son cada vez más exigentes con los productos agroalimentarios y están demandando que lo que consumen 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 cortos<sup>52</sup> 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

<sup>49</sup> Informe del Consumo de Alimentación en España, 2015, MAPAMA.

<sup>50</sup> Las cuotas de las cadenas de distribución provienen del panel de consumidores de Kantar Worldpanel a fecha de diciembre de 2016. Los datos recogen las compras de Gran Consumo para consumo en el hogar (incluyendo alimentación (con frescos perecederos) + Droguería + Perfumería familiar + Baby + Pet Food)

<sup>51</sup> Informe del Consumo de Alimentación en España, 2015, MAPAMA.

<sup>52</sup> 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.

producción y unas 6.000 personas consumidoras habituales (en distinto grado)<sup>53</sup>. 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 MAPAMA 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 Alimentaria<sup>54</sup>.

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> )



<sup>53</sup> “Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía” del Instituto de Sociología y Estudios Campesinos de la Universidad de Córdoba. Centro de Estudios Andaluces. 2012.

<sup>54</sup> 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).

- ❖ El crecimiento en las últimas décadas de la gran distribución agroalimentaria ha tenido como consecuencia, el fortalecimiento de ésta frente a un sector agroindustrial disperso y con escaso poder negociador.
- ❖ La distribución organizada en España es el canal de compra preferido por un 74% de los consumidores para productos de alimentación. El 54% de la cuota de mercado de la distribución se concentra en seis empresas (la primera empresa representa el 23%).
- ❖ Hay una tendencia creciente de las iniciativas de canales cortos por una mayor demanda por parte de las personas consumidoras.
- ❖ En los últimos años se han desarrollado iniciativas para aportar transparencia al mercado y conocer el funcionamiento de las cadenas de distribución, tanto por parte del MAPAMA (Ley de la Cadena Agroalimentaria y el papel de la AICA) como 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 alimentarios<sup>55</sup>.

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 1,27% desde 2010-2015), así como una reducción del tamaño medio de la familia.

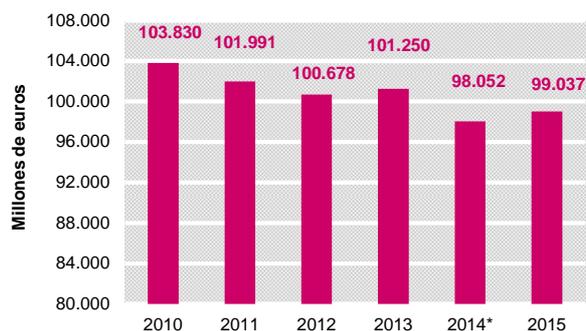
Además, desde 2010 tanto el IPC general como el de alimentos y bebidas no alcohólicas han experimentado una tendencia creciente, invirtiéndose en 2014 y 2015 en el caso del IPC general, y en 2014 en el caso del IPC correspondiente a alimentos y bebidas. Este

<sup>55</sup> Fuente: Informe del Consumo de Alimentación en España 2015. MAPAMA y Marco Estratégico para la Industria de Alimentación y Bebidas. MAPAMA y FIAB.

decrecimiento en el año 2014 se explica, fundamentalmente, por la caída en los precios de los alimentos sin elaborar. Sin embargo, a partir de 2015 el índice de precios de alimentos y bebidas no alcohólicas se ha recuperado.

Según los datos que aporta el MAPAMA en el Informe del Consumo de Alimentación en España del año 2015, dentro del consumo total en nuestro país, el gasto en alimentación en el hogar tiene un mayor peso que el extradoméstico, suponiendo en 2015 un 68% del total del gasto, habiéndose incrementado su importancia respecto a 2010, año en el que supuso un 65%.

**Gráfico 11** Evolución del gasto total en alimentación en España



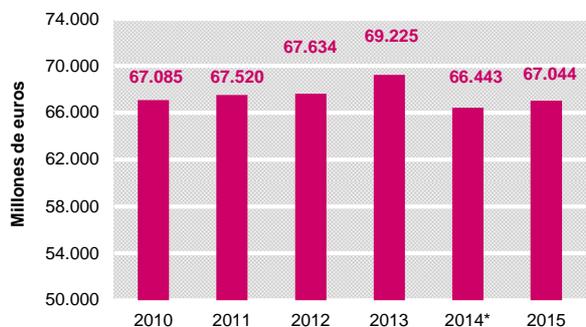
\* A partir de 2014, debido a un cambio metodológico, se produce un nuevo universo.

Fuente:MAPAMA. Informe del Consumo de Alimentación en España 2015

La evolución del gasto total en alimentación muestra una disminución del 4,6% entre 2010 y 2015. 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 en el hogar que en la alimentación extradoméstica. Sin embargo, en el último año se registra un ligero incremento del 1%.

## 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:MAPAMA. Informe del Consumo de Alimentación en España 2015

La evolución del gasto doméstico en alimentación es más estable, registrando una ligera caída del 0,1% en el periodo analizado.

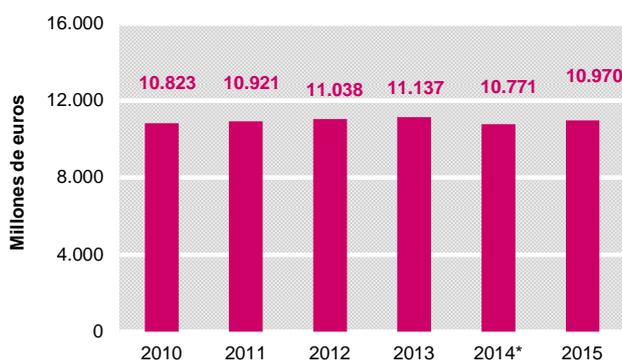
El canal de compra preferido para el consumo de alimentación en el hogar es el supermercado y autoservicio<sup>56</sup>, concentrando el 44% de las compras totales. Sin embargo, para la compra de alimentación fresca<sup>57</sup>, este porcentaje disminuye pasando a ser el principal canal de compra la tienda tradicional<sup>58</sup>.

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 tres últimos años, tiene mayor peso que en los años previos a la crisis.

Las marcas de distribuidor (MDD) tienen un gran peso en la cesta de la compra (87,7%). No obstante, se observa un aumento paulatino del porcentaje de consumidores que están dejando de consumir marcas blancas.

Andalucía es la tercera Comunidad Autónoma con menor consumo per capita, (616,5 kg\l) y con menor gasto per capita (1.301€) en alimentación.

**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:MAPAMA. Base de datos de consumo en hogares por CCAA

En el periodo analizado, la evolución del gasto doméstico en alimentación en Andalucía, ha crecido ligeramente, un 1,4%.

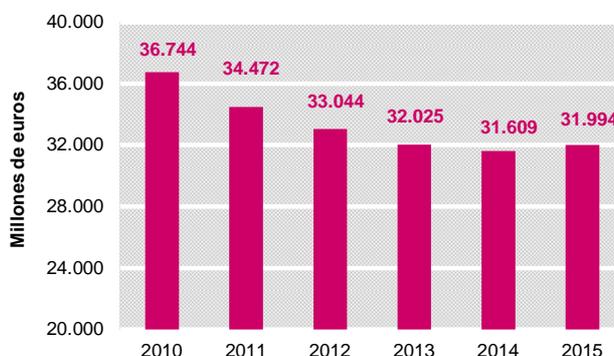
<sup>56</sup> Los tipos de establecimientos son: supermercados y autoservicio, hipermercados, tiendas descuento, tienda tradicional, otros canales (autoconsumo, mercadillos y otros canales)

<sup>57</sup> Por alimentación fresca se entiende: frutas frescas, hortalizas frescas (incluidas patatas frescas), carnes frescas, pescado fresco, marisco/ molusco fresco, pan fresco y huevos.

<sup>58</sup> Se entiende por tienda tradicional: pescaderías, carnicerías / charcuterías, lecherías, herboristerías, tiendas de congelados, mercados y plazas, panaderías, bares / bodegas, farmacias, verdulerías / fruterías, tiendas de alimentación / comestibles y ultramarinos.

## Consumo extradoméstico

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



Fuente:MAPAMA. Informe del Consumo de Alimentación en España 2015

En el periodo analizado, se ha producido un destacable descenso en el gasto en alimentación extradoméstico en nuestro país, del 12,9%, correspondiéndole al año 2011 la bajada más pronunciada. En 2014, se suavizó el descenso experimentado y en 2015 creció un 1% respecto al año anterior.

Respecto la evolución del consumo fuera del hogar, cabe destacar que, si bien en el periodo 2011-2013 los consumidores redujeron tanto el número de salidas a establecimientos de restauración como su gasto medio en cada salida, en el año 2014 el descenso en el número de visitas no llevó aparejado un menor gasto, sino que el ticket medio se incrementó ligeramente con respecto al año anterior. Esta tendencia se ve mejorada en 2015 donde se observa un incremento del número de visitas así como un incremento del gasto medio por comensal.

Dentro del sector Horeca, prácticamente la mitad de las ventas corresponde a restaurantes de servicio completo, seguidos de la restauración de servicio rápido que concentra el 32% de la facturación.

### 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 España<sup>59</sup>.

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%<sup>60</sup> de las personas entre 16 y 74 años compraron por internet productos de alimentación y otros de consumo no duraderos.

- ❖ En los últimos años se ha producido una disminución del gasto dedicado a la alimentación en España, alcanzando los niveles más bajos en 2014, con una ligera recuperación en 2015.
- ❖ El consumo doméstico de alimentación en nuestro país mantiene valores similares en 2015 a los de 2010, mientras que el extradoméstico decrece un 13% en los últimos años, registrando en 2015 una leve recuperación.
- ❖ La evolución del gasto doméstico en alimentación en Andalucía, ha crecido ligeramente, un 1,4%.
- ❖ El canal de compra preferido para el consumo de alimentación en el hogar es el supermercado y autoservicio, siendo la calidad de productos, proximidad y el precio, son los tres principales factores que determinan la elección del establecimiento de compra.
- ❖ Las marcas de distribuidor tienen un gran peso en la cesta de la compra (87,7%). No obstante, se observa un aumento paulatino del porcentaje de consumidores que están dejando de consumir marcas blancas.

<sup>59</sup> Fuente: <http://www.alimarket.es/noticia/194508/Amazon-desembarca-en-el-sector-de-la-alimentacion-en-Espana>

<sup>60</sup> Fuente: Informe Anual "La Sociedad en red 2014". MINETUR

## 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 hortalizas 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.

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 26** Fabricación de determinada maquinaria para la industria de la alimentación, bebidas y tabaco (valor, miles de euros)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Media 2010-2015	% evolucion.
Muebles frigoríficos de uso no doméstico	90.952	92.746	92.139	103.243	92.554	116.401	98.006	28%
Maquinaria para la preparación de frutas, hortalizas y legumbres	9.752	7.888	6.339	6.526	8.426	9.410	8.057	-4%
Maquinaria para la extracción o preparación de aceite y grasas	20.394	18.442	16.387	16.535	19.277	9.790	16.804	-52%
Reparación y mantenimiento de maquinaria para la industria de la alimentación, bebidas y tabaco	25.545	18.342	21.232	24.037	31.385	34.297	25.807	34%

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 Andalucía<sup>61</sup>. 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%).

<sup>61</sup>Datos de ICEX Estacom, código ICEX:40212 - MAQUINARIA PARA LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

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

## 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.
- D.19.** Escasez de recursos disponibles para llevar a cabo actuaciones de promoción de productos agroalimentarios.
- D.20.** Invisibilidad del trabajo de las mujeres en el sector, y la escasa presencia de las mismas en la interlocución y órganos de dirección de las entidades.

## 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.
- A.2.** Disminución de posibilidades del comercio internacional como consecuencia de los procesos proteccionistas de algunos países como Reino Unido, con la salida de la UE (Brexit) y EEUU, que está poniendo en cuestión la negociación de acuerdos comerciales.
- A.3.** Dinámica productiva global orientada a implantar modelos de competitividad basados en la reducción de mano de obra para disminuir costes.
- A.4.** Desequilibrios en la cadena de valor ocasionados por casos de falta de buenas prácticas negociadoras de los eslabones más fuertes de la cadena en detrimento de los más débiles.
- A.5.** Alta dependencia del mercado de la UE como destino de las exportaciones agroalimentarias.
- A.6.** 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.7.** Importante impacto y repercusiones inmediatas de cualquier alerta alimentaria, aunque sea infundada, sobre el sector.
- A.8.** 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.9.** 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.10.** Dificultad para el mantenimiento de la población de núcleos rurales.

- A.11.** Déficit de servicios básicos para la agroindustria en algunas zonas rurales (internet de banda ancha, potencia eléctrica, etc).
- A.12.** 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
- F.20.** Existencia de un campus de excelencia internacional en agroalimentación (ceiA3) instrumento de interconexión entre la comunidad científica y el sector.

## 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.

Desarrollo de nuevos nichos de trabajo en el medio rural (biomasa, productos locales, turismo rural, servicios, etc.).

## Nuevo contexto para la agroindustria. Retos 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
- 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 competitividad<sup>62</sup>.

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.

---

<sup>62</sup> 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.

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 para la Promoción de una Vida Saludable y una Alimentación Equilibrada en Andalucía, 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 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.

## Industria agroalimentaria 4.0.

---

El concepto de Industria 4.0, que tiene sus orígenes en Alemania, surge como una nueva revolución industrial consistente en incorporar las nuevas tecnologías (cloud, sistemas ciberfísicos, sensórica, entre muchas otras) a la industria. La transformación digital supone un desafío para la industria española y andaluza, pero también ofrece la oportunidad de mejorar su competitividad.

El término 'Industria 4.0' se refiere a la cuarta revolución industrial, impulsada por la transformación digital, y significa un salto cualitativo en la organización y gestión de la cadena de valor del sector, introduciendo las tecnologías digitales en la industria. Estas tecnologías digitales permiten la hibridación entre el mundo físico y el digital, posibilitan la vinculación del mundo físico (dispositivos, materiales, productos, maquinaria e instalaciones) al digital (sistemas). Esta conexión habilita que dispositivos y sistemas colaboren entre ellos y con otros sistemas para crear una industria inteligente. La transformación digital de la industria implica la aplicación de un conjunto de tecnologías en toda la cadena de valor de la misma. Estos cambios generan beneficios tanto a nivel de proceso, como de producto y de modelo de negocio.

Por tanto, la Industria 4.0. es una nueva forma de entender la industria y su relación con el mercado, la persona consumidora, la empresa proveedora y los sistemas de producción, entre otros. Su finalidad en el sector agroalimentario es establecer un mayor control en la seguridad alimentaria y lograr una mayor rapidez en la detección de alertas alimentarias, además de mejorar el proceso de producción y optimización, con lo que se lograría una reducción de los costes y una mayor eficacia de los productos. También se trata de conseguir una disminución de los residuos para contribuir con el medioambiente. Las exigencias de una nueva persona consumidora, la búsqueda de mayor competitividad y las nuevas tecnologías son algunas de las razones que están llevando a la industria agroalimentaria a ser parte de la cuarta revolución industrial.

El perfil de la persona consumidora se ha modificado y en él debemos incluir la variable conectividad. Teléfonos móviles, tabletas, wearables y pantallas inteligentes están en todo momento a disposición del consumidor y éste tiene acceso a un flujo de información constante, en cuya creación participa. Ante él se presenta una oferta, que también en el sector de la alimentación es prácticamente ilimitada. Todo esto está afectando a la forma y el lugar donde se finalizan los procesos de compra, caminamos hacia una multicanalidad y redes de personas interconectadas.

Por otro lado, el acceso generalizado a la información impone que los productos de alimentación se vinculen a valores como transparencia, salud y personalización. Esta última obliga a una cadena de valor que, aunque descentralizada y atomizada, debe ser capaz de hacer frente a las demandas del consumidor de forma flexible y sostenible.

Los beneficios se prevé sean muy importantes y pueden suponer una gran oportunidad para las industrias, ya que todos los miembros de las empresas podrán interactuar a tiempo real y tomar las decisiones de forma inmediata. Se trata de establecer un sistema totalmente automatizado con el que se mejorará la gestión de producción, planificación y distribución para que las empresas sean más rentables. Aunque esto no es tan sencillo, ya que aquellas empresas que quieren adaptarse, deben pasar por un proceso de cambio y mentalidad para acoplarse a este nuevo modelo de negocio. Sin embargo, encontrarán unos resultados y conseguirán satisfacer y cumplir las expectativas de los consumidores, dándoles confianza y seguridad.

## 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.

# Sostenibilidad integral de la industria alimentaria

---

Dado el carácter estratégico del sector agroalimentario, resulta prioritario mantener y fomentar la actividad productiva agroalimentaria procurando la sostenibilidad integral de las empresas. La sostenibilidad integral engloba tres ámbitos que han de considerarse de forma conjunta, como son el respeto al medio ambiente, los aspectos sociales de la producción y la rentabilidad económica de la actividad productiva.

El Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA) cuenta con una Estrategia para la Sostenibilidad Integral de la Industria Agroalimentaria, con la que pretende facilitar el desarrollo de instrumentos que pongan a disposición de las empresas alimentarias las herramientas necesarias para mejorar su sostenibilidad.

En el marco de esta Estrategia y con el objetivo de impulsar la sostenibilidad del sector y mejorar la competitividad de las empresas que conforman el sector agroalimentario, el MAPAMA ha elaborado un Decálogo de la Sostenibilidad Integral de la Industria Alimentaria al que pueden adherirse todas aquellas empresas que tengan un compromiso claro con este tema y cumplan una serie de requisitos:

- Ampliar los criterios de sostenibilidad propios a la cadena de suministro, teniendo en consideración principios tales como las buenas prácticas comerciales, los derechos laborales, la distribución eficiente, etc.
- Contribuir a la economía local y a la comunicación proactiva con los agentes de interés y consumidores.
- Mejorar en la consideración de las personas trabajadoras, en particular, a través de acciones relativas a su participación activa, formación, condiciones laborales, etc.
- Conocer el impacto ambiental de las actividades y productos en términos de emisiones de gases de efecto invernadero y de agua, con el fin de establecer reducciones en el marco de su gestión, estudio de las diferentes huellas ambientales.
- Establecer medidas de eficiencia energética en los procesos productivos, las energías renovables y el uso de fuentes de energía alternativas.
- Realizar prácticas en favor de mejorar la conducta ética empresarial, entre ellos códigos de buenas prácticas.
- Mejorar el abastecimiento de las materias primas alimentarias que favorezcan la conservación de los recursos naturales y el medio ambiente, así como el mantenimiento de la biodiversidad.
- Introducir el criterio medioambiental en el diseño de los productos y su packaging con el fin de minimizar su impacto en el medio ambiente.
- Reducir la cantidad generada de residuos, incluyendo el desperdicio alimentario, y de aplicación de medidas de valorización de los mismos.
- Introducir nuevas tecnologías y productos innovadores de forma compatible con una economía más sostenible, potenciar la I+D+i en la industria agroalimentaria.

## Función social de la industria alimentaria

---

La industria agroalimentaria, como eslabón importante dentro de la cadena alimentaria, tiene un papel significativo para abordar la forma de reducir las pérdidas y desperdicio alimentario, una cuestión que representa un problema ético, social, medioambiental e incluso económico principalmente en los países desarrollados.

Las pérdidas y el desperdicio de alimentos pueden producirse en todos los eslabones de la cadena alimentaria, tanto en el campo como en la industria de transformación, así como en la fase de distribución, en los comedores escolares y restaurantes y en las casas de los propios consumidores. Las causas no son siempre las mismas, y varían según el tipo de producto, según la producción, el almacenamiento, el transporte, el envasado y, por último, los malos hábitos o la falta de concienciación de los consumidores.

La principal causa de pérdidas y desperdicio alimentario en los países desarrollados, no es por la falta de instalaciones ni de tecnología, sino, una vez recogida la cosecha, el rechazo de productos por tener en cuenta criterios comerciales exigidos por las normas de calidad y por el mercado (calibre, color, peso, defectos o contenido en azúcares).

Además, las diversas operaciones de transformación generan así mismo pérdidas, en su mayoría debidas a recortes, cuando las partes comestibles (piel, grasa, piezas de los extremos) y las partes no comestibles (huesos) se extraen de los alimentos.

También pueden producirse pérdidas y desperdicio en la transformación, por los formatos de envases y embalajes que no estén adaptados a las necesidades de los consumidores o por los envases que son accidentalmente dañados durante el proceso.

Las pérdidas y desperdicio de alimentos no sólo representan, desde una perspectiva global, una oportunidad desaprovechada de alimentar a una población mundial en aumento, sino que, en el actual contexto, en el que la sociedad atraviesa momentos difíciles y se ha incrementado el número de personas en situación de vulnerabilidad social, la reducción de este desperdicio alimentario sería un paso preliminar importante para combatir el hambre y mejorar el nivel de nutrición de las poblaciones más desfavorecidas.

Además del problema ético y nutricional que supone que una cantidad considerable de alimentos en buen estado se desaproveche cada día, se plantea el impacto ambiental, en términos de cantidad de recursos naturales finitos, como los recursos hídricos, la tierra o los recursos marinos utilizados para la producción de estos alimentos no consumidos. Así mismo el vertido de residuos biodegradables, entre los que se encontrarían los alimentos no aprovechados contribuyen al cambio climático.

La industria agroalimentaria de los países desarrollados presta especial atención a la forma de reducir estas pérdidas y desperdicio alimentario, dado que los avances en el envasado y los materiales en contacto con los alimentos han sido una de las áreas más desarrolladas en los últimos años en el campo de la investigación.

El Parlamento Europeo, el 19 de enero de 2012, en su propuesta de Resolución sobre cómo evitar el desperdicio de alimentos: estrategias para mejorar la eficiencia de la cadena alimentaria en la UE, insta a los Estados miembros y a los agentes de la cadena agroalimentaria a que aborden urgentemente el problema de las pérdidas y el desperdicio de alimentos a lo largo de toda la cadena de suministro y de consumo y formulen y apoyen directrices sobre vías de mejora de la eficiencia de la cadena agroalimentaria sector por sector.

También les insta a que incluyan esta cuestión como prioritaria en la agenda política europea; En este contexto, pide también a la Comisión Europea, que fomente el conocimiento de los trabajos en curso tanto en el Foro de Alto Nivel sobre la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria como en la Mesa Redonda Europea sobre Consumo y Producción Sostenible, así como en lo referente a las recomendaciones acerca de cómo combatir las pérdidas y el desperdicio de alimentos.

Desde la Junta de Andalucía, según recoge el artículo 81 sobre Recuperación Alimentaria del Anteproyecto de Ley de Agricultura y Ganadería de Andalucía, se pretende promover un sistema alimentario y productivo que, con respeto a la sostenibilidad ambiental, social y económica, garantice una correcta y equitativa producción, distribución y consumo de los alimentos.

Para ello se pretende impulsar iniciativas dirigidas a favorecer la recuperación y donación de los excedentes alimentarios, dando prioridad a la utilización humana; desarrollar la obligación de que determinadas superficies comerciales, industrias agroalimentarias y otras hagan entrega del excedente alimentario a organizaciones humanitarias, o bien destinarlo al compostaje o a cualquier otro uso que suponga una reutilización, o una integración en un proceso de economía circular.

La Consejería cuenta con otras iniciativas relacionadas con la función social de la industria agroalimentaria, como las enunciadas en el artículo 82 del mismo Anteproyecto de Ley, donde se cita que la Administración de la Junta de Andalucía podrá fomentar, en la medida de lo posible, la utilización de los productos locales y regionales y los productos de temporada como materia prima en los servicios de restauración y en los comedores colectivos con el fin de acortar la cadena de producción y consumo, reduciendo las etapas de procesamiento y la generación de residuos en las diferentes fases. En este sentido se desarrollarán actuaciones en los ámbitos de venta directa, canales cortos de comercialización, mercados locales o mercados de productos alimentarios.

## **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 hortalizas, 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,

cuestionado por el nuevo presidente estadounidense, Donald Trump, o el acuerdo que se negocia entre la UE y Japón o de la UE con Mercosur, serán sin duda determinantes en el futuro de nuestra economía en general y de nuestras agroindustrias en particular. El escenario geopolítico a escala mundial está experimentando cambios de relevancia, con el surgimiento de políticas proteccionistas como la del Reino Unido con su salida de la Unión Europea (Brexit) o la retirada de EEUU del recientemente firmado Acuerdo Transpacífico (TPP, Trans-Pacific Partnership).

# Estrategia Agroindustrial de Andalucía 2020

## Visión

---

Siguiendo lo establecido en la EIA 2020, el Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía 2016-2020, asume como **visión** la aspiración de que la agroindustria sea clave en la generación de empleo a través de un modelo productivo regional donde el conocimiento y la innovación sean la base de la competitividad de la agroindustria andaluza, con empresas que usen de forma eficiente el capital territorial, integradas en cadenas de valor global internacionales y responsables con la sociedad andaluza y su medio ambiente.

## Misión

---

A su vez, incorpora la **misión** de la EIA 2020 de convertir a la agroindustria en el motor del nuevo modelo productivo de Andalucía con el que generar empleo estable y de calidad en la región a través de la mejora de la competitividad de sus empresas, de su capacidad innovadora, de su presencia internacional y de la cualificación de los recursos humanos que trabajan en la industria.

## Principios

---

Los principios sobre los que se sustenta el presente Plan Estratégico se corresponden con las variables anunciadas en el acuerdo de formulación estratégica y son los siguientes:

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.

A estas variables habría que añadir los principios y objetivos establecidos en el I Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad agroalimentaria y pesquera de Andalucía. Horizonte 2020, de avanzar en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad agroalimentaria de Andalucía y que la perspectiva de género forme parte de la cultura de la Consejería de Agricultura.

Así, el Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía se lleva a cabo con el fin fijar la hoja de ruta hacia donde debe ir el sector agroindustrial andaluz, aportando los instrumentos de los que dispone la Administración, para la consecución del objetivo general planteado. A partir de estos principios o variables se establecen los objetivos del Plan.

## Objetivo general del Plan

---

El **objetivo general** del presente Plan Estratégico es, tal y como se define en su Acuerdo de formulación, el 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.

## Objetivos específicos e indicadores

---

Además del objetivo general mencionado, el presente Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía plantea una serie de objetivos específicos que están en línea con el marco de referencia regional y, más concretamente con los objetivos establecidos en la Estrategia Industrial de Andalucía 2020 descritos anteriormente en el presente documento. Estos objetivos también son acordes con los principios del Plan que se corresponden con las

variables descritas en el acuerdo de formulación. Los objetivos específicos y sus correspondientes indicadores se mencionan a continuación:

### **I- Desarrollo de una agroindustria competitiva y sostenible en una cadena alimentaria equilibrada.**

Desarrollar el tejido agroindustrial andaluz con empresas más productivas y competitivas, aumentando el número de empresas y su dimensión, avanzando en la sostenibilidad medioambiental de las mismas y ofreciendo productos de mayor calidad y más adaptados a las necesidades de las personas consumidoras. Todo ello unido al fomento de unas relaciones comerciales equilibradas entre los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria.

- Elevar la aportación de la agroindustria andaluza al VAB total de Andalucía hasta el 2,8% (lo que supondría pasar de un 2,59% (3.327 millones de euros) en 2014 al 2,8% en 2.020 (3.659 millones de euros).
- Elevar la aportación del VAB de la agroindustrias del 31% actual (2014) al 33%, en relación al VAB de la industria manufacturera total de Andalucía.
- Aumentar en un 20% el número de agroindustrias de entre 6-49 personas trabajadoras (2014-2020). Lo que supondría pasar de 1.323 industrias en 2014 a 1.588 industrias en 2020.
- Incrementar la facturación de productos con denominación de calidad en un 42% (2013-2020), lo que supone pasar de un 2,4% (porcentaje de facturación de las denominaciones de calidad respecto a la facturación de la agroindustria en el año 2013) al 2,9% (porcentaje de facturación de las denominaciones de calidad respecto a la facturación de la agroindustria en 2020)
- Aumentar hasta el 23% el número de las industrias agroalimentarias en relación al total de la industria andaluza. Lo que supondría pasar de 5.201 empresas en 2014 a 5.717 en 2020.
- Aumentar el número de empresas elaboradoras de productos ecológicos en un 30% (2014-2020). Lo que supondría pasar de 471 empresas en 2014 a 612 en 2020.
- Aumentar hasta el 20 % la aportación de las energías renovables en el consumo total de la energía en la agroindustria andaluza en 2020. (Partiendo de una aportación del 11% en 2014).
- Aumentar el gasto per cápita en alimentación en Andalucía un 20% (2014-2020). Lo que supondría pasar de un gasto en alimentación (1.288 € per cápita en 2014) que representa el 14% del consumo total per capita en los hogares andaluces, a un gasto de 1.546 euros per capita en 2020, lo que respenta el 14,5% del gasto total del hogar andaluz.

### **II- Aumentar el empleo agroindustrial**

Progresar en la creación de empleo en la agroindustria y mejorar la calidad del mismo a través de una mayor formación y cualificación de las personas trabajadoras, mejorando la estabilidad y la seguridad en el trabajo. Promover asimismo una presencia más visible de la mujer en el sector agroindustrial.

- Incrementar el número de empleos en la agroindustria en un 15%. Lo que supondría pasar de 46.465 personas ocupadas en 2014 a 53.435 personas ocupadas en 2020.

- Aumentar el número de mujeres empleadas en la agroindustria para converger con España (En 2015 un 36% de las personas empleadas en la agroindustria andaluza eran mujeres, siendo en España un 45%).

### **III- Mejorar la innovación en la agroindustria**

Promover la innovación en la agroindustria, incorporando conocimiento que permita la introducción de innovaciones acordes con las necesidades del mercado a través de la mejora en la transferencia tecnológica, de la incorporación intensiva de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el desarrollo de datos abiertos (Open Data).

- Aumentar el número de empresas agroindustriales con actividad innovadora en un 30% (2014-2020). Lo que supondría pasar de 145 empresas en 2014 a 190 en 2020.
- Incrementar la intensidad de innovación en un 60%(2014-2020). Lo que supondría pasar de 0,58% en 2014 a 0,61% en 2020.
- Incrementar el número de empresas con innovación tecnológica un 60%, de manera que se pase de 160 empresas innovadoras tecnológicas en 2014 a 256 empresas en 2020.

### **IV- Internacionalización**

Conseguir un potente tejido agroindustrial exportador impulsando el emprendimiento agroalimentario internacional, con más empresas exportadoras de forma habitual y con mercados diversificados.

Aumento de la base exportadora

- Incrementar un 20% el número de empresas agroindustriales exportadoras. Lo que supondría pasar de 3.453 empresas en 2014 a 4.144 en 2020.
- Incrementar un 25% el número de empresas agroindustriales exportadoras regulares. Lo que supondría pasar de 1.482 empresas en 2014 a 1.853 en 2020.

Aumento valor exportaciones agroalimentarias

- Incrementar un 1,5% el peso de las exportaciones agroalimentarias andaluzas en el VAB total andaluz. Lo que supondría pasar del 6,56% en 2014 al 8,06% en 2020.
- Aumentar un 20% el importe de las exportaciones de la agroindustria andaluza (2014-2020). Lo que supondría pasar de 8.414 millones de euros en 2014 a 10.097 millones de euros en 2020.

Diversificación geográfica

- Aumentar las exportaciones al resto del mundo (extracomunitarias) a un porcentaje mayor del 50%. Lo que supondría pasar del 27% en 2014 a > del 50% en 2020.

### **V- Incrementar el capital relacional del ecosistema industrial**

Favorecer la consolidación de un proceso de cooperación mutua entre agroindustrias, agentes de la innovación en el ámbito regional y administraciones en un marco abierto, transparente e interconectado en el que las relaciones permitan el intercambio de información y la colaboración para alcanzar objetivos comunes. También se pretende mejorar las condiciones administrativas para facilitar la actividad de la agroindustria en su entorno.

- Incrementar un 50% el número de empresas agroindustriales con innovaciones realizadas en colaboración con otras empresas o instituciones, pasando de 52 empresas, en el período 2012-2014, a 78 empresas, en el período 2018-2020.
- Aumentar un 20% el número de mujeres directivas empleadas en las empresas agroindustriales andaluzas.

## Líneas estratégicas

---

Como se indica en el apartado de Metodología, para la elaboración del presente Plan se ha partido de una caracterización del sector agroindustrial andaluz, y la elaboración de un DAFO. Esta información, junto con los documentos estratégicos que conforman el marco de referencia europeo, nacional y regional, en especial la Estrategia Industrial de Andalucía 2020, ha servido para determinar una serie de **líneas estratégicas**.

Estas líneas estratégicas, 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", denominadas aquí principios, 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" o principios anteriores en ocho **líneas estratégicas**, que incorporan y agrupan todo su contenido temático, incluyendo una novena de **gobernanza**, para alinear en la misma dirección estratégica los intereses de todas las administraciones e instituciones andaluzas implicadas.

Por otro lado, los objetivos específicos y las líneas estratégicas definidas en el presente Plan han sido diseñados teniendo en cuenta los objetivos de la Estrategia Industrial de Andalucía 2020.

En la siguiente tabla se enumeran las líneas estratégicas del presente Plan y se indica la relación que se establece entre estas y los principios del propio Plan (o variables del acuerdo de formulación) y los objetivos específicos del Plan:

**Tabla 27** Líneas estratégicas y su relación con los principios (variables del acuerdo de formulación) y con los objetivos específicos

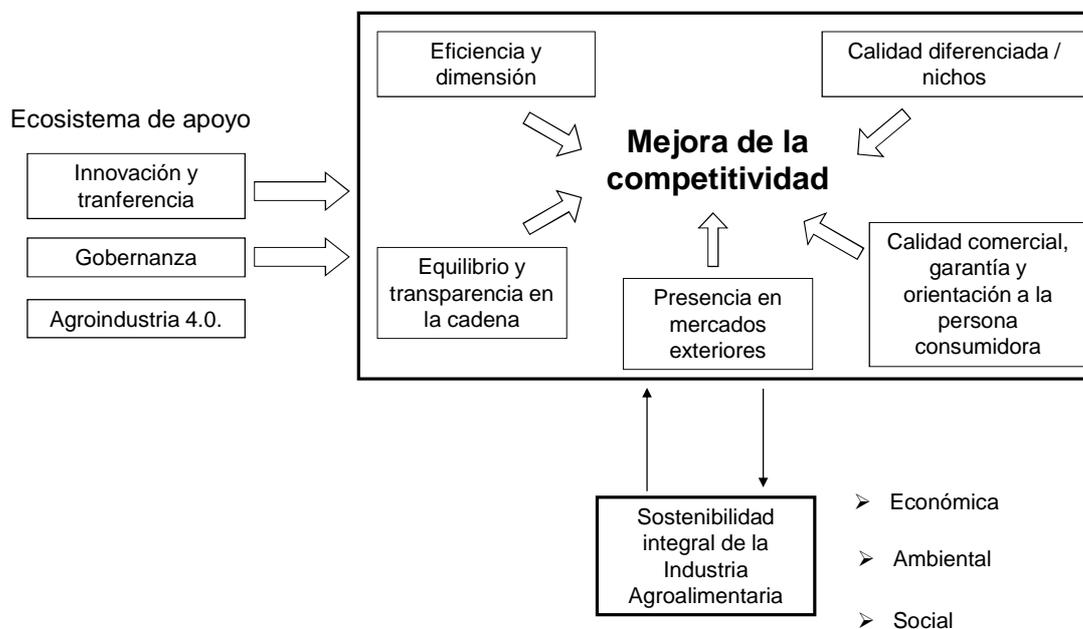
Líneas estratégicas	Principios o variables del Acuerdo de formulación	Objetivos específicos
<b>1. Eficiencia y dimensión</b>	<p>8. El fomento para que la agroindustria gane dimensión como arma competitiva, tanto en la producción como en la transformación y comercialización</p> <p>9. El reconocimiento 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</p>	I- Desarrollo de una agroindustria competitiva y sostenible en una cadena alimentaria equilibrada.
<b>2. Calidad diferenciada/ nichos</b>	<p>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</p> <p>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</p>	I- Desarrollo de una agroindustria competitiva y sostenible en una cadena alimentaria equilibrada.
<b>3. Equilibrio y transparencia en la cadena</b>	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	I- Desarrollo de una agroindustria competitiva y sostenible en una cadena alimentaria equilibrada.
<b>4. Calidad comercial. Orientación a la persona consumidora</b>	<p>1. La orientación constante al mercado, tomando a la persona consumidora como eje de las distintas fases del sistema productivo</p> <p>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</p>	I- Desarrollo de una agroindustria competitiva y sostenible en una cadena alimentaria equilibrada.
<b>5. Internacionalización</b>	2. La vocación de presencia permanente en los mercados internacionales, como fórmula para aumentar la competitividad y favorecer el crecimiento de la agroindustria	IV- Internacionalización de la agroindustria

Líneas estratégicas	Principios o variables del Acuerdo de formulación	Objetivos específicos
<b>6. Sostenibilidad integral</b>	<p>8. El fomento para que la agroindustria gane dimensión como arma competitiva, tanto en la producción como en la transformación y comercialización</p> <p>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</p> <p>11. El aseguramiento de la sostenibilidad ambiental de las industrias, mediante una mejora continua en su balance ecológico</p>	I- Desarrollo de una agroindustria competitiva y sostenible en una cadena alimentaria equilibrada.
<b>7. Innovación y transferencia</b>	<p>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</p> <p>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</p> <p>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.</p>	III- Mejorar la innovación en la agroindustria
<b>8. Gobernanza</b>	Todas las variables	V- Incrementar el capital relacional del ecosistema agroindustrial
<b>9. Impulso Agroindustria 4.0.</b>	<p>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</p> <p>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</p> <p>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.</p>	II- Aumentar el empleo agroindustrial

Fuente:Elaboración propia

Esquemáticamente, estas 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.



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** y garantizando una impecable **seguridad alimentaria y calidad comercial**.

Estas líneas estratégicas interaccionan con la línea estratégica de **sostenibilidad integral**, que incorpora las tres dimensiones de la sostenibilidad, la económica, la social y la medioambiental. 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. Todo ello asumiendo los retos de la responsabilidad social corporativa, de manera que se vele además por un empleo estable y seguro.

Por otra parte, la **innovación** y la **transferencia de conocimientos**, así como la mejora de los procesos de **gobernanza**, y la **agroindustria 4.0**, completan el esquema de las líneas estratégicas, articulándose 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. Y en relación con la Agroindustria 4.0., sabiendo aprovechar las ventajas que ofrecen las tecnologías digitales en las empresas del sector agroalimentario para crear una agroindustria inteligente capaz de revolucionar el modelo de negocio haciéndolo más competitivo.

Las líneas estratégicas que se describen a continuación se materializarán a través de una serie de operaciones que no son sino actuaciones concretas para desarrollar el objeto de cada línea estratégica.

## LÍNEA ESTRATÉGICA 1: EFICIENCIA Y DIMENSIÓN

### Objeto de la Línea Estratégica:

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.

Para ser competitivo es clave una dimensión estructural adecuada capaz de mejorar en la eficiencia o productividad de los procesos, reduciendo gastos y aumentando ingresos. 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.

Ello puede enfocarse hacia diversas opciones, no necesariamente excluyentes, orientadas a aumentar los ingresos, disminuir los costes (dentro de los cuales tienen especial significación los energéticos y la gestión de los recursos naturales) o aumentar la dimensión para conseguir mayores economías de escala.

Esta línea estratégica tiene el doble objetivo de ganar en eficiencia y dimensión y se fundamenta en dos pilares:

- Apoyar estrategias empresariales, inversiones materiales o inmateriales que tengan como finalidad el aumento de dimensión ligado a un aumento de competitividad y del valor añadido de los productos agrícolas:

1. La comercialización conjunta de productos agrarios, incluida la preparación para la venta, la centralización de las ventas y el abastecimiento a mayoristas.
  2. La adaptación de la producción a las exigencias de los mercados
- Impulso del asociacionismo, colaboración, fomento de alianzas, cooperaciones e integraciones, horizontales y verticales entre agentes en general, para obtener economías de escala eficiente, para minimizar los desequilibrios entre los diferentes eslabones de la cadena agroalimentaria.

### Operaciones:

- 1.1. **Fomento de las Entidades Asociativas Prioritarias de Andalucía.** Promover la integración de cooperativas a través de Entidades Asociativas Prioritarias para realizar una comercialización conjunta de la producción que logre una mejora de la estructuración y el funcionamiento de la cadena alimentaria, contribuyendo a la competitividad, redimensionamiento, modernización e internacionalización del sector cooperativo.
- 1.2. **Impulso de la dimensión a través de la integración, fusión o constitución de entidades asociativas de carácter agroalimentario.** Incrementar el tamaño de las empresas industriales andaluzas mediante la integración de dos o más de ellas, ya sea por la adquisición de una o más empresas por parte de otra, por la fusión de dos o más empresas o por acuerdos de carácter temporal entre varias empresas para realizar actividades de forma conjunta.
- 1.3. **Apoyo a la creación de agrupaciones y organizaciones de productores y su reconocimiento,** y en especial en los sectores de frutas y hortalizas, sector lácteo y sector oleícola. Se trata de fomentar el reagrupamiento de la oferta en los mercados en origen con el fin de estimular el trabajo conjunto y mejorar la posición de los agricultores en la cadena agroalimentaria.
- 1.4. **Potenciación de Programas Operativos de apoyo a las Organizaciones de Productores.** Promover el conjunto de inversiones y acciones que realizan las Organizaciones de Productores al objeto concentrar la oferta y la comercialización de la producción, de manera que se adapte a la demanda (en particular, la calidad y la cantidad), se optimicen los costes y se establezcan los precios.
- 1.5. **Fomento de otros tipos de cooperación y asociacionismo, con el objetivo de la comercialización conjunta de las producciones.** Promover otras formas de cooperación empresarial que concentren la oferta y aprovechen las economías de escala, de cara a ganar competitividad, mejorando la posición negociadora de los productores.
- 1.6. **Asesoramiento técnico: eficiencia y dimensión.** Diseñar e implementar estrategias de eficiencia y dimensión de las empresas agroindustriales andaluzas, que orienten acerca de una gestión más eficaz y productiva de los procesos (reducción de gastos y aumento de ingresos), y sobre cómo aumentar la dimensión empresarial, con el fin de reducir las debilidades propias de las empresas de menor tamaño.
- 1.7. **Capacitación y formación en capital humano: eficiencia y dimensión.** Incorporar a los conocimientos de las personas que trabajan en la agroindustria habilidades técnicas y organizacionales para mejorar la eficiencia y aumentar la dimensión empresarial, que

reviertan en un aumento de la competitividad y productividad de las empresas, incluyendo temas como la eficiencia energética, optimización de procesos, fórmulas de cooperación, etc.

## LÍNEA ESTRATÉGICA 2: FOMENTO DE LAS PRODUCCIONES DE CALIDAD DIFERENCIADA Y NICHOS DE MERCADO

### Objeto de la Línea Estratégica:

Esta línea estratégica tiene por objeto fomentar **la calidad y la diferenciación** de las producciones agroindustriales, buscando y explotando determinados nichos de mercado, lo cual se considera necesario 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 distintivos 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.

También se hace necesario prestar **apoyo técnico** al sector en relación con las figuras de calidad diferenciada, de cara a facilitar a las empresas el proceso de implantación de tales sistemas y reforzar una posición más competitiva de las producciones andaluzas.

Los **distintivos de calidad** ligados al territorio, a la protección del medio ambiente o a métodos artesanales de producción, así como el valor del gastroturismo son importantes baluartes de la producción agroalimentaria andaluza que se hace necesario promover para poner en valor estas cualidades diferenciales en un mercado cada vez más competitivo y globalizado.

### Operaciones:

- 2.1. **Consolidación, apoyo técnico, impulso y promoción de nuevas figuras de calidad diferenciada ligadas al origen (DOP, IGP, etc), producción ecológica y producción integrada.** Apoyar la implantación y el fortalecimiento de sistemas productivos basados en la calidad diferenciada como elemento distintivo de las producciones en el mercado a través de apoyo técnico para su implantación, actuaciones promocionales o cualesquiera otras actuaciones que sirvan para potenciar y reforzar dichos sistemas.
- 2.2. **Impulso y desarrollo normativo de la Artesanía agroalimentaria de Andalucía y su promoción.** Impulsar la figura de la artesanía alimentaria en Andalucía, desarrollando la normativa necesaria para completar su implantación y poniendo en valor, las ventajas de su distinción en el mercado entre el sector productor y elaborador, y las cualidades especiales de las producciones basadas en métodos artesanales de producción entre las personas consumidoras.
- 2.3. **Fomento y promoción de los productos agroalimentarios andaluces amparados en un régimen de calidad.** Reforzar y promocionar entre las personas consumidoras los

productos agroalimentarios andaluces que tienen unos atributos de calidad adicional, derivados del cumplimiento de normas que van más allá de las exigencias obligatorias de calidad comercial o estándar.

- 2.4. **Nueva marca de calidad agroalimentaria para la promoción de los productos agroalimentarios andaluces.** Creación y puesta en marcha de un nuevo distintivo que diferencie y aporte notoriedad a los productos agroalimentarios andaluces en el mercado a través de una nueva marca que evoque los valores de autenticidad, origen y calidad vinculados a la producción andaluza.
- 2.5. **Impulso del Consumo Social de productos ecológicos.** Fomentar el consumo de alimentos ecológicos andaluces, transmitiendo y dando a conocer las potencialidades del sistema productivo ecológico -sus buenas prácticas medioambientales, el respeto por la naturaleza, la biodiversidad, el crecimiento sostenible- mediante acciones de información y formación que creen hábitos de vida saludables, dirigidas a todos los sectores de la sociedad, principalmente, a la población infantil.
- 2.6. **Asesoramiento técnico, formación e información en figuras de calidad diferenciada.** Apoyar en la mejora de la capacitación del personal técnico de las agroindustrias sobre la implantación de sistemas de certificación de la calidad así como poner en marcha herramientas que presten el apoyo técnico necesario para facilitar su correcta implementación.
- 2.7. **Fomento de la promoción de la asociación de los productos de calidad con la naturaleza y/o turismo y cultura de Andalucía (gastroturismo, oleoturismo, enoturismo, etc.).** Aprovechar el potencial turístico y paisajístico de Andalucía para poner en valor los productos agroalimentarios en las acciones promocionales que se lleven a cabo, promoviendo iniciativas conjuntas que relacionen el sector turístico con la gastronomía y con el sector agroalimentario.

### LÍNEA ESTRATÉGICA 3: EQUILIBRIO Y TRANSPARENCIA DE LA CADENA AGROALIMENTARIA

#### Objeto de la Línea Estratégica:

Esta línea estratégica 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 que la conforman. Con este objetivo, las operaciones que aquí se proponen dotarán a la cadena de herramientas que aporten información sobre precios y funcionamiento del mercado en aras a mejorar la transparencia, colaborar en la detección de anomalías y ayudar en la resolución de conflictos. La identificación de mejores prácticas mercantiles de compra-venta y su distinción en el mercado, así como el fomento de contratos tipo son también instrumentos de apoyo que aportarán ejemplo de cooperación a todos los eslabones que conforman la cadena agroalimentaria.

Así mismo, el fomento de formas de **vertebración y colaboración entre los diferentes eslabones de la cadena** contribuirá a reforzar el papel del sector productor, normalmente eslabón más débil de la cadena.

Por otro lado, la industria agroalimentaria, como eslabón importante dentro de la cadena alimentaria, tiene un importante papel para abordar la forma de **reducir las pérdidas y el excedente alimentario**, una cuestión que representa un problema no sólo ético, sino también social, medioambiental e incluso económico. Para ello se pretende impulsar iniciativas dirigidas a favorecer la recuperación y donación de los excedentes alimentarios, con la entrega a organizaciones humanitarias, o para uso como compost, reutilización, o integración en un proceso de economía circular.

Por último, es preciso contemplar la oportunidad que representan los **canales de distribución cortos o la venta directa** en los entornos rurales, como iniciativas que aportan a las empresas nuevas vías de acceso a la persona consumidora, acercando la clientela al sector productor y elaborador, pudiendo contribuir al desarrollo local y a una participación más cercana de la persona consumidora en el proceso de producción-distribución.

Todo ello, se consolida con actuaciones encaminadas a dotar el sector agroindustrial de instrumentos que mejoren el conocimiento y capacitación técnica en esta materia vital para un funcionamiento óptimo y saludable del mercado.

#### **Operaciones:**

- 3.1. **Impulso y potenciación del Observatorio Andaluz de Precios de la Cadena Agroalimentaria: mejorar la transparencia del mercado.** Consolidar esta herramienta de apoyo en la toma de decisiones estratégicas que se pone al servicio del sector productor y elaborador, con el objetivo de mejorar el funcionamiento, cooperación y transparencia de la cadena alimentaria y de reducir el desequilibrio en las relaciones comerciales entre los diferentes eslabones de la cadena de valor.
- 3.2. **Creación de Foro Andaluz de la Cadena Agroalimentaria.** Foro de estudio, seguimiento y cooperación entre los diferentes eslabones de cadena, para impulsar la elaboración de códigos de buenas prácticas mercantiles en la contratación alimentaria, así como realizar el seguimiento, implantación y coordinación de la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria en Andalucía. En particular será objeto de especial atención el seguimiento de aquellas prácticas pudieran considerarse abusivas.
- 3.3. **Impulso y elaboración de Códigos de Buenas Prácticas Mercantiles en la contratación de la Cadena Alimentaria.** Con el fin de inspirar unas relaciones comerciales justas, equilibradas y leales entre los distintos operadores de la cadena alimentaria el Foro Andaluz de la Cadena Agroalimentaria promoverá y elaborará estos códigos voluntarios con los principios fundamentales y las mejores prácticas sobre las que se han de fundamentar estas relaciones contractuales.
- 3.4. **Creación de un distintivo en productos finales sobre el cumplimiento del Código de Buenas Prácticas.** Incentivar la adhesión de los operadores de la cadena alimentaria para la adopción de buenas prácticas comerciales establecidas en el Código voluntario de Buenas Prácticas Comerciales, dotando de mayor visibilidad en el mercado a aquellas empresas que favorezcan la transparencia y la equidad en las relaciones comerciales.
- 3.5. **Reforzar el papel de los agricultores en la cadena alimentaria, mediante la vertebración del sector y cooperación entre los agricultores y entre los diferentes eslabones de la cadena: interprofesionales, etc.** Con el fin de contribuir a la

ordenación y mejora de la oferta de productos agroalimentarios, potenciando la posición del sector productor a menudo en posición de mayor debilidad en el mercado agroalimentario, se pretende favorecer los mecanismos que creen, promuevan y consoliden sinergias y colaboración entre el sector productor y los distintos eslabones de la cadena, impulsando y haciendo uso de mecanismos como el Consejo Andaluz de Organizaciones Interprofesionales Agroalimentarias, entre otros.

- 3.6. **Refuerzo y coordinación de actuaciones de control con la AICA y los servicios de Inspección de Comercio.** Mejorar la transparencia del mercado y promover la adopción de buenas prácticas comerciales, coordinando actuaciones conjuntas con la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) y con la Inspección de Comercio, aprovechando recursos y favoreciendo sinergias entre los distintos organismos competentes.
- 3.7. **Impulso de sistemas de arbitraje y mediación entre los agentes del sector para la resolución de conflictos, alternativos al ámbito judicial.** Promover la utilización por parte de los agentes del sector agrario de mecanismos alternativos al ámbito jurisdiccional, como el arbitraje o la mediación, para la resolución de conflictos entre partes. A tales efectos, fomentará la inclusión en los contratos agrarios de cláusulas que permitan su uso.
- 3.8. **Impulso y homologación de los contratos-tipo de productos agroalimentarios.** Con el fin de mejorar la transparencia en el funcionamiento de la cadena, se promoverán y homologarán contratos-tipo de productos agroalimentarios promovidos por las organizaciones interprofesionales reconocidas en Andalucía, así como por organizaciones o, a falta de éstas, por empresas, representativas de la producción, por una parte, y de la transformación y comercialización, por otra.
- 3.9. **Fomento de las mejores prácticas disponibles en la compra de materias primas (sistema de evaluación de proveedores).** Con el fin de promover una adecuación de las materias primas que alimentan a la agroindustria, teniendo en cuenta la elección de la variedad más adecuada al proceso productivo, así como el manejo del cultivo y de la cosecha se desarrollan las mejores prácticas disponibles a la hora de realizar la compra de materias primas que aprovisionan la agroindustria.
- 3.10. **Impulso de la función social de la cadena alimentaria, mediante iniciativas dirigidas a favorecer la recuperación y donación de los excedentes alimentarios.** Con el fin de reducir las pérdidas y desperdicio alimentario se promueve la entrega del excedente alimentario a lo largo de toda la cadena alimentaria, a organizaciones humanitarias para su distribución, o destinarlo al compostaje o a cualquier otro uso que suponga una reutilización o que se integre en un proceso de economía circular.
- 3.11. **Asesoramiento técnico en materia de cadena agroalimentaria.** Facilitar al sector agroindustrial de información técnica especializada sobre la existencia y el uso de las herramientas existentes para favorecer la transparencia y el funcionamiento equilibrado de la cadena agroalimentaria, con el fin de fomentar su uso y fortalecer su posición competitiva en el mercado.
- 3.12. **Formación en capital humano en materia de cadena agroalimentaria.** Apoyar en la mejora de la capacitación del personal técnico de las agroindustrias sobre las herramientas que promueven el equilibrio y la transparencia en la cadena agroalimentaria, con el fin de facilitar y promover su uso para mejorar su posicionamiento comercial.

- 3.13. **Impulso de nuevos nichos de mercado y de comercialización: Venta Directa de productos agroalimentarios andaluces, Mercados Locales, Cadenas Cortas de comercialización.** Impulsar iniciativas que promuevan nuevas formas de comercialización basadas en el contacto más cercano entre el sector productor y las personas consumidoras, que fomenten el consumo de productos locales bien a través de venta directa o de canales cortos de comercialización.

## LÍNEA ESTRATÉGICA 4: CALIDAD COMERCIAL, GARANTÍA Y ORIENTACIÓN A LA PERSONA CONSUMIDORA

### Objeto de la Línea Estratégica:

Esta línea estrategia pretende garantizar a la persona consumidora alimentos seguros y saludables, al mismo tiempo que se conocen y satisfacen otras necesidades de la clientela en un mercado en constante cambio. Mantener a las personas consumidoras bien informadas sobre las cualidades de los productos y la concienciación sobre el buen uso de los alimentos son también objetivos prioritarios que se abordan en esta línea.

La protección de la salud de la persona consumidora se garantiza a través de un **sistema de seguridad alimentaria** consolidado, basado en la trazabilidad, y unos controles oficiales bien coordinados, en línea con lo establecido en la Estrategia de Seguridad Alimentaria para Andalucía 2016-2020. Ampliar la trazabilidad a lo largo de toda la cadena, consolidar la Red de Laboratorios Agroalimentarios y Estaciones Enológicas o el establecimiento de mecanismos de lucha contra el fraude resultan indispensables para completar las garantías de salubridad.

Pero, más allá de esta calidad comercial, en los últimos tiempos se ha producido una revolución en el mercado alimentario, en el que se demandan una serie de necesidades que dan un paso más de lo que un sistema obligatorio y consolidado ya desde hace muchos años viene ofreciendo. Se demanda rapidez a la vez que productos equilibrados y acordes a un estilo de vida saludable o cualidades como comodidad, flexibilidad, novedad o versatilidad. Se debe tener en mente que la persona consumidora es quien mantiene vivos los negocios, por ello, resulta necesario **conocer las tendencias del mercado** y orientar las producciones de acuerdo con las mismas, así como fomentar nuevas salidas comerciales.

Así como las empresas productoras deben conocer las necesidades de las personas consumidoras para adaptarse al mercado, resulta también de interés para el sector productor que el conocimiento viaje de vuelta, de manera que la persona consumidora conozca el modo de producción y las características del producto final que adquiere. Una **persona consumidora bien informada** sobre los requisitos obligatorios que han de cumplir los productos alimentarios, sobre las características diferenciadoras que estos pueden ofrecer, sobre valores como la dieta mediterránea, los beneficios del consumo de alimentos saludables entre escolares o la concienciación sobre la limitación de excedentes alimentarios, garantiza un mercado más maduro, inteligente, consolidado y con un funcionamiento más equilibrado. El uso de las herramientas tecnológicas como las **redes sociales** supone una oportunidad única para las empresas y para las personas consumidoras para conocer tanto la gama de oferta y las tendencias del mercado.

### Operaciones:

- 4.1. **Lucha contra el fraude agroalimentario.** Refuerzo y coordinación de todas las herramientas disponibles por la Administración que favorezcan la prevención y lucha contra el fraude en materia de control de la calidad en el sector agroalimentario andaluz.
- 4.2. **Consolidación del modelo andaluz de delegación de competencias de control oficial en las entidades de inspección y certificación acreditadas de productos agroalimentarios.** Afianzar la organización del sistema de control oficial de la certificación de productos agroalimentarios a través de las entidades de inspección y certificación acreditadas, promoviendo la coordinación y la colaboración entre éstas y los servicios competentes a nivel institucional.
- 4.3. **Refuerzo de coordinación entre los Servicios de Inspección de Calidad y los Servicios de Inspección de Consumo.** Consolidar la coordinación entre los distintos órganos competentes en materia de protección de la salud o seguridad de los consumidores y de control de la sanidad vegetal o de la salud de la cabaña ganadera, con el fin de mejorar la eficiencia de las inspecciones.
- 4.4. **Fomento de actuaciones de colaboración con las organizaciones de personas consumidoras y usuarias, asociaciones empresariales, asociaciones agrarias y cadena de distribución para la información y formación de las personas consumidoras sobre la calidad comercial obligatoria de los productos agroalimentarios, etiquetado y trazabilidad, etc.** Mejorar el conocimiento de la persona consumidora y de todos los agentes que conforman la cadena agroalimentaria sobre sus derechos y obligaciones en materia de seguridad y trazabilidad alimentaria, así como sobre etiquetado u otros requisitos legales de carácter obligatorio, a través de la cooperación con las organizaciones o asociaciones que los representen.
- 4.5. **Fomento de actuaciones de colaboración con las organizaciones de personas consumidoras y usuarias, asociaciones empresariales, asociaciones agrarias y cadena de distribución para la información y formación de las personas consumidoras sobre la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios: DOP, IGP, ETG, Agricultura Ecológica, Calidad Diferenciada, etc.** Mejorar el conocimiento de la persona consumidora y de todos los agentes que conforman la cadena sobre los requisitos y cualidades de los productos elaborados bajo sistemas de producción de calidad diferenciada, a través de la cooperación con las organizaciones o asociaciones que los representen.
- 4.6. **Creación de la Red Andaluza de Gestión de Alertas de fraude a la calidad comercial y diferenciada, y elaboración de su protocolo de actuación.** Establecer sistemas de coordinación, comunicación, información y colaboración eficaces entre autoridades competentes y otros entes implicados a efectos de evitar que entren en la cadena alimentaria productos con riesgo para la salud de las personas consumidoras o que supongan un fraude respecto a la calidad comercial o diferenciada.
- 4.7. **Elaboración de estudios y prospecciones de mercado que identifiquen nuevas necesidades de las personas consumidoras con el objetivo de anticiparse a ellas.** Favorecer la adaptación de las estrategias de gestión empresarial a las nuevas tendencias de mercado, detectando las necesidades de las personas consumidoras en cuanto al desarrollo de nuevos productos o sobre la incorporación de innovaciones tecnológicas o modos innovadores de organización empresarial.
- 4.8. **Formación del personal técnico de la administración agraria que realice tareas de inspección y control de la calidad agroalimentaria.** Mejorar y reciclar la capacitación

técnica del personal responsable de las labores de inspección y control de la calidad agroalimentaria con el fin de adaptar los conocimientos a las novedades reglamentarias y mejorar la eficiencia de los controles.

- 4.9. **Consolidación de la Red de Laboratorios Agroalimentarios y Estaciones Enológicas de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.** Reforzar el papel de esta red que da apoyo técnico especializado a las actividades de dicha Consejería, a través de la realización de actividades de análisis para la realización de controles zoonosanitarios, fitosanitarios, análisis de semillas y plantas de vivero, de calidad agroalimentaria, entre otras.
- 4.10. **Información y concienciación a la persona consumidora sobre la necesidad de reducir los excedentes y desperdicios agroalimentarios.** Promover formas de comercialización y hábitos de consumo alimentario sostenibles que favorezcan la reducción de los excedentes y el desperdicio alimentario a través de acciones de información y concienciación dirigidos a las personas consumidoras.
- 4.11. **Redes sociales como instrumento de promoción y comunicación con el consumidor.** Promover un uso especializado de las redes sociales que permita a las empresas agroindustriales aprovechar al máximo las oportunidades que estas herramientas aportan en cuanto a opciones para promocionar su oferta, realizar actividades de comunicación de manera directa y conocer de forma más inmediata y exhaustiva las nuevas necesidades y exigencias de su clientela real o potencial.
- 4.12. **Impulso de la ampliación de la trazabilidad a la producción agraria y ganadera e industria auxiliar.** Extender los sistemas de trazabilidad de los productos agroalimentarios para conocer su origen desde el estadio más inicial del proceso de producción. Se trata de completar la trazabilidad hasta el campo para poder conocer en cualquier momento que se requiera los proveedores, agrarios o industriales, y la explotación y/o industria de origen de cada uno de los componentes que se integran en el producto.
- 4.13. **Fomento y promoción de los productos agroalimentarios andaluces.** Promover la amplia variedad de productos que elabora la industria agroalimentaria andaluza entre las personas consumidoras, de manera que se ponga en valor la autenticidad y personalidad propias vinculadas a las circunstancias culturales, sociales y medioambientales de Andalucía.
- 4.14. **Colaboración público-privada para la promoción de productos agroalimentarios andaluces.** Propiciar la cooperación entre las empresas del sector agroindustrial y la Administración para llevar a cabo actuaciones conjuntas de promoción más eficaces que pongan en valor y refuercen la buena imagen de los productos agroalimentarios andaluces en el mercado.
- 4.15. **Ampliación del Programa Escolar de Consumo de Frutas, hortalizas, leche, aceite y productos apícolas en las escuelas.** Promover entre la población escolar el consumo de productos hortofrutícolas, leche, aceite y miel, informando sobre los beneficios de llevar una dieta sana y equilibrada. El objetivo final es disminuir entre la población infantil la obesidad, el sobrepeso y los problemas de salud relacionados con la alimentación.
- 4.16. **Impulso de la cultura alimentaria de la Dieta Mediterránea.** Difusión del modelo de Alimentación Mediterránea, como garante de salud, calidad y tradición alimentaria entre la población, a través de acciones de información, promoción y cooperación institucional.

## LÍNEA ESTRATÉGICA 5: INTERNACIONALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA ANDALUZA

### Objeto de la Línea Estratégica:

De conformidad con el Plan Estratégico de internacionalización de la economía andaluza horizonte 2020, esta línea estratégica tiene como objetivo el incremento del grado de internacionalización de las agroindustrias andaluzas, para contribuir al desarrollo económico de la región. Se trata de impulsar la comercialización internacional de la agroindustria andaluza en aras a ampliar, diversificar y consolidar mercados más allá de nuestras fronteras.

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, 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.

Apoyar el **emprendimiento agroalimentario** en mercados exteriores o la **implantación** de empresas agroalimentarias **en otros países** se consideran clave para impulsar la internacionalización en un sector que, en mayor o menor medida, lleva años exportando y viendo en otros mercados una oportunidad única para superar el estancamiento del consumo interno de años anteriores.

En esta línea se considera imprescindible también apoyar en la mejora de la **capacitación técnica** del personal en materia de internacionalización, que requiere un grado de cualificación especializado, en aras a facilitar el diseño de sólidas estrategias de internacionalización empresarial.

### Operaciones:

- 5.1. **Creación de la Comisión para el impulso de la Internacionalización del Sector Agroalimentario Andaluz.** Potenciar e impulsar la apertura al exterior del sector agroalimentario andaluz, así como coordinar y desarrollar una acción conjunta y coordinada en las políticas públicas de la Junta de Andalucía de apoyo a la internacionalización del sector agroalimentario, conjuntamente con los agentes económicos y sociales de Andalucía.
- 5.2. **Emprendimiento agroalimentario internacional.** Promover la iniciativa emprendedora y el desarrollo empresarial enfocados a la comercialización internacional de los productos agroalimentarios andaluces para contribuir a la dinamización de la internacionalización de la economía regional.
- 5.3. **Implantación o consolidación de las empresas agroalimentarias andaluzas en el exterior.** Fomentar y apoyar la creación y consolidación de empresas con vocación

internacional que establezcan su sede en otros países para contribuir a la competitividad de las mismas y a mejorar el posicionamiento de los productos agroalimentarios andaluces en el exterior.

- 5.4. **Fomento de la promoción internacional de productos agroalimentarios.** Promover acciones de promoción de productos agroalimentarios andaluces más allá de nuestras fronteras, incidiendo en las características intrínsecas que el origen confiere a tales productos, con el fin de contribuir en la notoriedad de los mismos en otros mercados y aumentar la demanda exterior.
- 5.5. **Prospección, seguimiento y apertura de nuevos mercados.** Apoyar a la agroindustria andaluza en su vocación exportadora proporcionando información técnica especializada inicialmente dispersa de carácter socioeconómico, sobre canales de distribución, que identifique oportunidades y posibilidades de apertura de nuevos mercados.
- 5.6. **Información, formación y asesoramiento en materia de internacionalización.** Apoyar los procesos de internacionalización de las empresas agroalimentarias contribuyendo a diseñar estrategias y planes de internacionalización adecuados y adaptados a cada empresa a través de actuaciones de asesoramiento, información y apoyo formativo.
- 5.7. **Fomento de proyectos de cooperación internacional: alianzas estratégicas y clúster.** Contribuir en la búsqueda de socios comerciales estratégicos, a través de los que establecer vías de comercialización internacional conjuntas y sólidas que sirvan de base para abrir y consolidar la presencia de las agroindustrias andaluzas en nuevos mercados.

## LÍNEA ESTRATÉGICA 6: IMPULSO DE LA SOSTENIBILIDAD INTEGRAL DE LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

### Objeto de la Línea Estratégica:

En línea con la Estrategia para la Sostenibilidad Integral de la Industria Agroalimentaria del MAPAMA, esta línea estratégica tiene por objetivo impulsar la sostenibilidad integral del ecosistema agroalimentario andaluz y mejorar la competitividad de las empresas que lo conforman, entendiendo que la sostenibilidad integral abarca tres dimensiones, el respeto al medio ambiente, los aspectos sociales de la producción y la rentabilidad económica de la actividad productiva.

La búsqueda de la **sostenibilidad ambiental y energética** no debe considerarse como un ámbito independiente del objetivo general de competitividad ni de la dimensión económica de la sostenibilidad. 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.

La sostenibilidad integral incorpora también **consideraciones sociales** en la toma de decisiones empresariales lo que abarca mejoras en la consideración y condiciones laborales de las personas trabajadoras, actuaciones relacionadas con el papel de la mujer en la agroindustria, así como otras dirigidas a recuperar los excedentes alimentarios para su uso social.

La **dimensión económica** de la sostenibilidad, en línea con la Estrategia Industrial de Andalucía 2020, pretende un crecimiento orgánico de la agroindustria basado en la excelencia, la modernización y la innovación que redunde en una mejora del rendimiento empresarial, de forma equilibrada con respecto a las otras dos dimensiones de la sostenibilidad. Todo ello con el objetivo de aumentar la competitividad de las agroindustrias, incidiendo en los márgenes económicos a través de mejoras en productividad, disminución de costes y aumento de ingresos, 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:**

##### Impulso Sostenibilidad económica de la Industria Agroalimentaria:

- 6.1. **Crecimiento orgánico de las industrias:** Diseñar e implementar estrategias de crecimiento de las agroindustrias andaluzas a partir de la mejora de sus factores internos (producto, tecnología, posición en canales, equipo humano, etc.), para así elevar su dimensión y reducir las debilidades que suelen sufrirse por contar con un pequeño tamaño operativo (dificultad de innovar, barreras para internacionalizarse, menor productividad, entre otras).
- 6.2. **Consolidación de la excelencia de la industria agroalimentaria:** Reforzar la excelencia de las agroindustrias, acentuar la tendencia de implantar y mantener sistemas de calidad e incrementar el interés por mejorar los activos intangibles, para así aumentar la productividad de la agroindustria andaluza y, en consecuencia, hacerla más competitiva.
- 6.3. **Ampliación y modernización de las industrias agroalimentarias.** Apoyo y fomento de inversiones físicas destinadas a aumentar la competitividad de las agroindustrias a través de la introducción de nuevos procesos que optimicen y mejoren la productividad, o que amplíen la capacidad de producción.
- 6.4. **Nuevas instalaciones industriales agroalimentarias.** Fomentar inversiones destinadas a la introducción de instalaciones de nueva creación, que contribuyan a regenerar el tejido productivo en el sector agroalimentario andaluz.

##### Impulso de la sostenibilidad ambiental de la Industria Agroalimentaria

#### **Gestión eficiente de los recursos naturales**

- 6.5. **Fomento de las energías renovables y el uso de fuentes de energía alternativas.** Promover la introducción o intensificación del uso de energías renovables y fuentes de energía alternativa en los procesos productivos, reduciendo el consumo de las fuentes no renovables, al objeto de reducir las emisiones a la atmósfera de la agroindustria andaluza así como ganar en eficiencia energética.
- 6.6. **Sistema de gestión y auditorías medioambientales.** Apoyar a las agroindustrias en el proceso de implantación de sistemas de gestión ambiental al objeto de mejorar el comportamiento ambiental de las empresas del sector, reduciendo los impactos del proceso de producción en el medio ambiente.

#### **Minimización ambiental de la industria agroalimentaria**

- 6.7. **Fomento de reducciones de huellas ambientales de productos agroalimentarios.** Promover entre las agroindustrias procesos de cálculo y compromiso de reducción de huella ambiental de producto a lo largo de su ciclo de vida, facilitando actuaciones también de comunicación de estas iniciativas.
- 6.8. **Minimización de subproductos y residuos.** Reducir la generación de residuos en el proceso productivo, y promover su reaprovechamiento como recurso.

#### **Fomento del ecodiseño.**

- 6.9. **Fomento del ecodiseño.** Reducir el impacto ambiental de los productos agroindustriales durante su ciclo de vida, promoviendo la toma de decisiones responsable medioambientalmente desde el momento del diseño de nuevos productos o rediseño de los ya existentes, tanto en la elección de las materias primas, como en el diseño del proceso de fabricación, pasando por la distribución, el uso, valorización o eliminación final.

#### Impulso de la sostenibilidad social de la Industria Agroalimentaria

- 6.10. **Fomento de la implementación de la Norma ISO 26000:2010 de responsabilidad social.** Apoyar a las agroindustrias a que operen de manera socialmente responsable apoyando la implantación de normas como la ISO 26000:2010 y promoviendo la comunicación de estos valores entre el sector agroindustrial y también ante las personas consumidoras.
- 6.11. **Iniciativas dirigidas a favorecer la recuperación y uso social de los excedentes alimentarios en la industria agroalimentaria.** Con el fin de reducir las pérdidas y desperdicio alimentario de las agroindustrias se promueven medidas de apoyo para fomentar la entrega del excedente alimentario a organizaciones humanitarias para su distribución, o destinarlo al compostaje o a cualquier otro uso que suponga una reutilización o que se integre en un proceso de economía circular.
- 6.12. **Iniciativas para evaluar el desperdicio de alimentos en la agroindustria.** Se pretende estudiar el origen, las causas y cuantificar las pérdidas y el desperdicio alimentario de las agroindustrias con el fin de contribuir a diseñar estrategias de reducción de desperdicios o alternativas de uso de los mismos.
- 6.13. **Diagnóstico de la situación de los hombres y mujeres en el sector agroindustrial, y su participación en los diferentes consejos u órganos de decisión.** Estudiar la presencia y el papel de la mujer en la industria agroalimentaria, en especial su

participación en los órganos de dirección de las empresas al objeto de conocer el estado de situación y proponer actuaciones que amplíen su participación y mejoren sus condiciones de igualdad.

#### Impulso de modelo de economía circular

- 6.14. **Fomento de la optimización de la gestión y valorización de los subproductos y residuos generados por la industria agroalimentaria.** Se trata de revalorizar los residuos y subproductos de la industria agroalimentaria, utilizándolos como materia prima de diversos biomateriales (bioplásticos, lubricantes, etc.), así como bioenergía (biocombustibles avanzados u otros aprovechamientos energéticos de la biomasa) lo que mejorará la eficiencia de utilización de los recursos, para optimizar su uso, avanzando hacia una economía sostenible y alejada del uso de recursos de origen fósil.
- 6.15. **Impulso de la bioeconomía, al objeto de la conversión de los residuos biológicos generados por la industria agroalimentaria en productos de valor añadido, bien destinados a la alimentación u otros usos.** Impulsar la competitividad y sostenibilidad del sector agroindustrial promoviendo la generación de conocimiento y su utilización para el desarrollo y aplicación de tecnologías derivadas que mejoren la eficiencia de utilización de los recursos de origen biológico, a través de la colaboración dentro del sistema de ciencia y tecnología y de las entidades públicas y privadas, consolidando empresas de base tecnológica. Igualmente, se contempla el desarrollo competitivo de nuevos sectores industriales y de nuevas capacitaciones profesionales.
- 6.16. **Asesoramiento técnico, formación y capacitación de personal en materias de sostenibilidad económica, social, medioambiental, economía circular y bioeconomía.** Incorporar a los conocimientos de las personas que trabajan en la agroindustria habilidades técnicas y organizacionales para mejorar la sostenibilidad de las empresas, incluyendo temas como la eficiencia energética, reducción de emisiones, igualdad de oportunidades, reducción, reutilización y reciclado de residuos de la agroindustria, etc.

## **LÍNEA ESTRATÉGICA 7: INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y PROCESOS Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO**

### **Objeto de la Línea Estratégica:**

El objetivo de esta línea estratégica es reforzar la innovación en la agroindustria andaluza y la bioeconomía incorporando conocimiento que permita la introducción de innovaciones demandadas por el mercado a través de la transferencia tecnológica, la cooperación y transferencia de conocimiento, la detección de oportunidades o el uso de big data en la toma de decisiones.

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 con los agentes del conocimiento y las **personas consumidoras para conocer sus necesidades reales** (en nuevas tecnologías más eficaces para sus procesos, identificar o anticipar la demanda de nuevos productos con atributos concretos como la V, VI gama, los alimentos funcionales, 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.

La incorporación por parte de la agroindustria de **innovaciones tecnológicas**, la investigación en la **bioeconomía y economía circular o la innovación ligada al uso de datos** resultan elementos claves para la modernización de la agroindustria y para situarse a la cabeza en competitividad.

#### **Operaciones:**

- 7.1. **Innovación tecnológica en procesos productivos de las empresas agroalimentarias.** Impulsar la actualización y adaptación de los equipos e instalaciones de producción de las empresas industriales mediante la incorporación de innovaciones tecnológicas, mejoras que se realizarán en un establecimiento existente para elevar su productividad, incrementar la eficiencia o mejorar la calidad y seguridad de los productos.
- 7.2. **Apoyo a proyectos de I + D + I de empresas agroalimentarias.** Aplicar un conjunto de instrumentos que faciliten la realización por las agroindustrias andaluzas de proyectos de I+D+I y reduzcan los riesgos financieros inherentes a este tipo de proyectos.
  - Participación en proyectos de I+D+i de la agroindustria en colaboración con universidades, campus de excelencia, etc.,
  - Cooperación con plataformas y centros de I+D (Universidades, centros y parques tecnológicos, etc)
- 7.3. **Impulso del Cluster Andaluz para la innovación y transferencia de conocimiento en la industria agroalimentaria.** Se trata de aprovechar el ecosistema del conocimiento en innovación, tanto público como privado, existente en Andalucía que sirve de acompañamiento a la industria agroalimentaria e integra tanto al IFAPA como a Universidades, campus de excelencia internacional en agroalimentación, centros tecnológicos, empresas, etc.
- 7.4. **Nuevas oportunidades industriales.** Facilitar la creación y consolidación de nuevos establecimientos agroindustriales que aprovechen un hueco en el mercado o un nuevo mercado con demanda creciente, propiciándose mediante ellos que surjan más empresas y que tengan más probabilidad de mantenerse de forma competitiva en el mercado.
- 7.5. **Transferencia de tecnología.** Intensificar las relaciones y facilitar la transferencia de tecnología entre organismos públicos de investigación, grupos de investigación, centros tecnológicos y el tejido productivo regional, de forma que se incremente de forma notable

la conexión entre la oferta científica y tecnológica y las necesidades reales de las agroindustrias andaluzas.

- 7.6. **Innovación en nuevas tendencias en alimentación funcional y personalizada.** Incorporar innovaciones en productos relacionados con nuevas tendencias en alimentación funcional y personalizada.
- 7.7. **Innovación en alimentos/productos adaptados a nuevos perfiles de clientes con diferentes necesidades de productos, preparaciones (IV y V gama), cantidades, nuevos formatos y envases, etc..** Innovar en productos/servicios para adaptarse a nuevos perfiles de clientes con diferentes necesidades en productos, preparaciones, cantidades, envases.
- 7.8. **Potenciación y especialización Agroindustrial de los Centros del IFAPA:** Enfocar una parte de la actividad realizada por los centros del IFAPA a proyectos que contribuyan a la mejora de la competitividad de la agroindustria:
  - En la innovación en productos y procesos y transferencia de conocimiento agroindustrial.
  - En formación especializada y actualización tecnológica en el sector agroalimentario.
- 7.9. **Fomento de los Grupos Operativos de la AEI para la generación de proyectos innovadores.** Promover la creación y el funcionamiento de grupos operativos de la Asociación Europea de Innovación (AEI) para la realización de proyectos piloto, desarrollo de nuevos productos, procesos y tecnologías en el sector de la industria alimentaria.
- 7.10. **Fomento de la innovación en bioeconomía y economía circular agroalimentaria.** Impulsar la innovación para buscar nuevas fórmulas de aprovechamiento de los residuos en la industria agroalimentaria, apostando por la economía circular, que supone evolucionar hacia un nuevo sistema de producción basado en la reutilización o reciclaje de los residuos, lo que redundará en una mejora de la competitividad de las industrias.
- 7.11. **Innovación analítica en la Red de Laboratorios Agroalimentarios y Estaciones de Enológicas de la Consejería de Agricultura.** Introducción de nuevas técnicas en los procesos de análisis realizados desde la Red de Laboratorios Agroalimentarios con el fin de ofrecer servicios avanzados a la agroindustria andaluza que redunde en una mejora de la calidad y seguridad alimentaria.
- 7.12. **Asesoramiento técnico, capacitación y formación en materia agroindustrial.** Mejorar la capacitación de los agentes del complejo agroalimentario, a través de actividades formativas y de transferencia en innovación y tecnología como herramienta de competitividad. Para alcanzar este objetivo es importante que los planes formativos y de asesoramiento den respuesta a las necesidades del mercado y de la industria.

## LÍNEA ESTRATÉGICA 8: GOBERNANZA

**Objeto de la Línea Estratégica:**

Con esta línea se pretende dar consistencia al desarrollo del Plan, alineando en la misma dirección estratégica las actuaciones de todas las administraciones e instituciones andaluzas implicadas en la redacción, implementación, seguimiento y evaluación del Plan con el fin de defender conjuntamente y de manera coordinada los intereses de la agroindustria andaluza.

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, incluidos los agentes sociales y empresariales.

La **simplificación administrativa** se configura aquí como una herramienta imprescindible con la que las instituciones pueden contribuir de manera directa en la mejora de la eficiencia de la actividad empresarial y su influencia en el entorno.

El impulso en temas cruciales como la internacionalización, el empleo, el papel de la mujer, la eficiencia energética, así como el análisis del impacto que los acuerdos comerciales y el contexto internacional pueden tener sobre la agroindustria andaluza, constituyen temas prioritarios en los que la Administración pretende colaborar con la industria agroalimentaria.

#### **Operaciones:**

- 8.1. **Comité Técnico Interconsejerías de Seguimiento y Evaluación.** Integrado por las Consejerías participantes en la redacción del Plan, así como la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales y la Consejería de Turismo y Deporte. Encargado de realizar el seguimiento y evaluación técnica del plan y realización de memorias e informes que se establezcan en el Plan, para su propuesta a la Comisión de Seguimiento y Evaluación del Plan.
- 8.2. **Comisión de Seguimiento y Evaluación del Plan.** Integrado por agentes económicos y sociales, organizaciones/asociaciones de consumidores, organizaciones agrarias, cooperativas agrarias de Andalucía, y el Área de Mujeres Rurales del Consejo Andaluz de Participación de la Mujeres. Entre sus funciones están la de efectuar el seguimiento y evaluación del grado de ejecución del Plan, proponer directrices para su ejecución, realizar la propuesta de revisión, conocer analizar y valorar las evaluaciones del Plan.
- 8.3. **Comisión para el impulso de la Internacionalización del Sector Agroalimentario Andaluz.** Su objetivo es coordinar esfuerzos entre diferentes organismos públicos y privados competentes en materia de comercio internacional, como EXTENDA o ICEX, entre otros, para impulsar actuaciones coordinadas que refuercen la presencia internacional de la industria agroalimentaria andaluza.
- 8.4. **Acuerdos de Concertación Social para la formación en empleo agroindustrial.** Establecer mecanismos de diálogo y negociación político-social entre los agentes sociales y el poder público como un mecanismo de adopción tripartita de grandes decisiones relativas a formación en empleo agroindustrial.
- 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.** El objetivo es reforzar la influencia de Andalucía en la toma

de decisiones sobre política agraria a través de la coordinación y defensa de intereses comunes con otras regiones en los sectores estratégicos para Andalucía como el de frutas y hortalizas, el vitivinícola y otros.

- 8.6. **Potenciación de la participación de Andalucía en AREPO para la defensa de las producciones de calidad de la agroindustria andaluza.** Defender los intereses de las figuras de calidad diferenciada en la toma de decisiones políticas de ámbitos comunitario e internacional a través de redes europeas creadas a tal efecto.
- 8.7. **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.** Incorporar la perspectiva del sector agroindustrial en las actuaciones llevadas a cabo por la Administración andaluza en otros ámbitos, que puedan afectar a los intereses de este sector, coordinando actuaciones conjuntas y aprovechando sinergias que sean favorables al desarrollo del sector.
- 8.8. **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.** Impulsar medidas para fomentar la presencia y participación de mujeres en los órganos de decisión de las entidades ligadas al sector agroindustrial, velando por el principio de representación equilibrada.
- 8.9. **Seguimiento del impacto de acuerdos y convenios internacionales y Brexit.** Analizar los avances en las negociaciones que la UE lleva a cabo para alcanzar acuerdos comerciales con países terceros o regiones a escala mundial, así como en el seno de la OMC. Entre ellas se hará especial seguimiento al impacto del Brexit y el seguimiento de las negociaciones del acuerdo de salida y el que rijan las nuevas relaciones con Reino Unido.
- 8.10. **Simplificación administrativa:** Se prevé una serie de actuaciones tendentes a mejorar la efectividad, agilidad, flexibilidad y coordinación en el funcionamiento de la Administración que redunde en una reducción de la carga administrativa para las agroindustrias.
  - Servicio efectivo a la ciudadanía y administración de proximidad.
  - Racionalización y agilidad en los procedimientos administrativos
  - Instauración de un sistema de ventanilla única para la tramitación de procedimientos
  - Flexibilización progresiva de los principios de intervención administrativa sobre la actividad agroindustrial, mediante la progresiva sustitución de autorizaciones para el ejercicio de la actividad, por la presentación, de declaraciones responsables y comunicaciones previas
  - 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.
- 8.11. **Impulso en aplicaciones informáticas, bases de datos, procesos informáticos, manuales de gestión y procedimientos administrativos que permitan la**

**segmentación por sexo para diagnosticar la participación de las mujeres y hombres en el sector.** Se trata de desagregar por sexo las estadísticas, recogida de datos y o registros oficiales, aplicaciones informáticas de gestión de ayudas, indicadores de seguimiento, estudios, o en cualquier otra herramienta que utilice la Administración en el ámbito de la agroindustria al objeto de conocer con mayor detalle la participación de la mujer en este sector.

- 8.12. **Impulsar la creación de redes de mujeres empresarias o cooperativistas agroindustriales a nivel europeo.** El objeto es de impulsar medidas para fomentar la presencia y participación de las mujeres en los órganos de decisión de las entidades ligadas al sector agroindustrial y fomentar su presencia en espacios de interlocución para incorporar la perspectiva de género.
- 8.13. **Acercar la información del sector agroalimentario, como medio de empoderamiento y relación del sector con asociaciones de mujeres relacionadas con el sector como CERES, AMFAR Y FADEMUR.** Apoyar el movimiento y redes de mujeres en el medio rural, acercando la información del sector agroindustrial a las asociaciones de mujeres de manera que se mejore en el conocimiento y defensa de los intereses de la mujer en este sector y que estas participen activamente y en igualdad de condiciones en los procesos participativos y de gobernanza.
- 8.14. **Impulso de medidas de igualdad en estatutos y reglamentos de funcionamiento de las diferentes entidades ligadas al sector agroindustrial.** Introducir la perspectiva de género en la normativa reguladora del funcionamiento de las entidades del sector agroindustrial, que garanticen una representación equilibrada de mujeres y hombres en los espacios de interlocución y promuevan el acceso y la participación activa de la mujer en igualdad de condiciones en la actividad agroindustrial.

## LÍNEA ESTRATÉGICA 9: IMPULSO DE LA AGROINDUSTRIA 4.0.

### Objeto de la Línea Estratégica:

El objetivo de esta línea estratégica es la introducción de las **tecnologías digitales** en las empresas del sector agroalimentario para crear una agroindustria inteligente capaz de generar beneficios tanto a nivel de proceso, como de producto y de modelo de negocio.

Se trata de que la agroindustria andaluza se suba al carro de la llamada cuarta revolución industrial que servirá de palanca competitiva diferencial para una mayor especialización de la agroindustria en la cadena de valor, para impulsar la conectividad entre los diferentes actores, y para crear nuevos sistemas industriales multiempresa.

La agroindustria ha de conocer al nuevo cliente digital, y propiciar un cambio de modelo de negocio basado en un nuevo nivel de organización y control de la cadena de valor mediante la utilización de la tecnología en el que el consumidor puede tomar parte del diseño del producto. Se trata de aprovechar la conectividad directa con la clientela para ofrecer productos personalizados y atender de forma inmediata a las necesidades de las personas consumidoras.

La aplicación de la tecnología digital en la agroindustria contribuirá también a un mayor control en la seguridad alimentaria, y a una mejora y optimización en el proceso de producción lo que redundará en una mayor eficiencia en la gestión empresarial. También puede tener

aplicaciones orientadas a la disminución de los residuos para contribuir a la protección del medioambiente.

Todo ello requerirá de un esfuerzo de cambio y adaptación constante por parte de la agroindustria andaluza y de los recursos humanos que la conforman, que además de requerir iniciativas de implantación y desarrollo de nuevas TIC, precisarán y contarán con herramientas de asesoramiento y capacitación que faciliten esta transición.

### **Operaciones:**

- 9.1. **Implantación de TIC en la industria agroalimentaria.** Ayuda a la evolución digital en la industria agroalimentaria. Facilitar la implantación de TIC en las empresas agroindustriales andaluzas mediante el apoyo a la realización de diagnósticos de necesidades TIC para el diseño e implantación de soluciones TIC en los procesos productivos y de gestión, así como para el diseño e implantación de los nuevos desarrollos TIC aplicables a la agroindustria que puedan surgir en los próximos años.
- 9.2. **Impulso del comercio electrónico.** Fomentar la implantación en el sector agroindustrial de sistemas de comercialización on-line, lo que requiere una buena planificación estratégica, así como adaptaciones específicas que tengan en cuenta no sólo el desarrollo web sino también aspectos como la situación empresarial, marketing, la seguridad, la logística, el pago, o los servicios post-venta, entre otros.
- 9.3. **Nuevos desarrollos TIC vinculados al sector agroindustrial.** Aplicar diversos instrumentos que faciliten la realización por los Agentes del Sistema de Conocimiento de Andalucía y por las empresas andaluzas de proyectos que tengan como objetivo generar nuevos desarrollos en el ámbito de las TIC vinculados a la agroindustria en áreas de actividad como el Internet de las cosas (IoT), Big data, Cloud Computing, seguridad y privacidad, entre otros.
- 9.4. **Capacitación industrias on line.** Capacitación y formación en el uso de TIC y comercio electrónico. Desarrollar innovaciones en los contenidos de la formación on line para hacerla compatible con la formación práctica en empresas agroindustriales.
- 9.5. **Asesoramiento y diagnóstico tecnológico en la industria agroalimentaria** al objeto de que conozcan en qué situación se encuentra en cuanto a digitalización o uso de la TIC, mediante herramientas de autoevaluación o con consultoría individualizada. Impulso de planes de acción con propuestas de actuación para la empresa como consecuencia de ese diagnóstico.
- 9.6. **Desarrollo de redes de información y bases de datos abiertas (Open Data).** Desarrollo de herramientas para una ampliar y mejorar la puesta a disposición de datos de la Administración de forma libre y en formatos reutilizables para fomentar su reutilización en aras a generar oportunidades de negocio a través del desarrollo de aplicaciones, productos y servicios a partir de los datos generados.
- 9.7. **Big data e internet de la cosas en la agroindustria.** Fomentar la innovación ligada a los datos, impulsando un ecosistema de acompañamiento digital para la agroindustria y el desarrollo de herramientas de toma de decisiones.
- 9.8. **Fomento del uso de las TIC para agilizar los procesos administrativos y establecer mecanismo ágiles de interacción de los administrados.** Promover una mayor realización de trámites administrativos a través de medios telemáticos adaptando las

herramientas y mecanismos internos de la Administración a tal efecto y dando facilidades al administrado para que se generalice su uso.

- 9.9. **Acciones de sensibilización y difusión al objeto de que las empresas agroalimentarias entiendan las oportunidades de negocio que hay en torno a la transformación digital.** El objetivo es concienciar a las agroindustrias del interés de introducir soluciones que ofrece la tecnología digital para su negocio a través de acciones de difusión que muestren casos exitosos.
- 9.10. **Formación para la adaptación de los conocimientos de los trabajadores y directivos de las empresas agroindustriales a los requerimientos de la industria 4.0., mejorando su cualificación y capacitación.** Incorporar a los conocimientos de las personas que trabajan en la agroindustria habilidades técnicas para introducir en las empresas tecnologías digitales, al objeto de establecer un sistema totalmente automatizado con el que se mejorará la gestión de producción, planificación y distribución para que las empresas sean más rentables.

## Actuaciones preferentes

---

Las diferentes líneas estratégicas y operaciones incluidas en este Plan, tendrá la consideración de actuaciones preferentes en el marco de las diferentes medidas de apoyo y fomento al sector agroindustrial que se implementen por parte de la Administración de la Junta de Andalucía.

Independientemente de las líneas estratégicas y operaciones incluidas en el Plan, tendrán también la consideración de actuación preferente, aquellas actuaciones que incluyan entre sus objetivos:

1. El objetivo general del I Plan de Igualdad de Oportunidades entre mujeres y hombres en la actividad agroalimentaria y pesquera de Andalucía. Horizonte 2020, de avanzar en la **igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres** en la actividad agroalimentaria de Andalucía y que la perspectiva de género forme parte de la cultura de la Consejería de Agricultura y particularmente:
  - a. Inversiones ligadas a una mejora de la participación de las mujeres en los órganos de dirección de las empresas agroalimentaria y cooperativas.
  - b. Inversiones ligadas a aumentar el número de mujeres empleadas en la agroindustria.
2. **Creación, consolidación y mejora en el empleo** en el ecosistema agroindustrial

Adicionalmente, se tendrán en cuenta como criterios de prioridad o de actuación preferente, aquéllos previstos en la normativa reguladora específica de concesión de ayudas y subvenciones que se implementen, gestionen o impulsen en el sector agroalimentario por la Junta de Andalucía. Concretamente, el Reglamento de los Procedimientos de Concesión de Subvenciones de la Administración de la Junta de Andalucía<sup>63</sup> prevé, además de los criterios anteriormente mencionados, los siguientes criterios objetivos, cuando proceda:

- La ponderación del grado de **compromiso medioambiental** de las personas solicitantes
- La valoración de actuaciones que incluyan la perspectiva de **discapacidad**.
- La ponderación del **impacto en la salud**.
- La **seguridad laboral**.

---

<sup>63</sup> Decreto 282/2010, de 4 de mayo (BOJA núm. 108, de 4 de junio)

# Gobernanza, 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.

Una vez aprobado el presente Plan, en el plazo de dos meses:

- se definirá el **panel de indicadores y plan de seguimiento y evaluación** así como el resto de elementos que conforman el sistema de seguimiento y evaluación.
- se constituirá la **Comisión de Seguimiento y Evaluación del Plan**, integrado por agentes económicos y sociales, organizaciones/asociaciones de consumidores, organizaciones agrarias y cooperativas agrarias de Andalucía y el Área de Mujeres Rurales del Consejo Andaluz de Participación de la Mujeres. Con la siguientes funciones:
  - Efectuar el seguimiento y evaluación del grado de ejecución del plan.
  - Proponer directrices para la ejecución de las diferentes Líneas Estratégicas y sus operaciones, así como sus prioridades.
  - Realizar la propuesta de revisión y actualización de sus líneas estratégicas a la persona titular de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.
  - Conocer, analizar y valorar las evaluaciones e informe elaborado por el Comité Técnico Interconsejerías.
- se constituirá **Comité Técnico Interconsejerías**, integrado por la Consejerías participantes en el Plan, junto con la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales así como la Consejería de Turismo y Deporte, que bajo la dirección y apoyo técnico de la Dirección General competente en materia de industrias y cadena agroalimentaria, será el órgano encargado del realizar el seguimiento y evaluación técnica del plan y realización de memorias e informes que se establezcan en el plan, para su propuesta a la Comisión de Seguimiento y Evaluación del Plan.

Aunque el horizonte temporal del presente Plan esté fijado entre 2016-2020, la repercusión presupuestaria del mismo podrá prolongarse hasta el año 2023.

## 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 actuaciones particulares que se lleven a cabo con las operaciones, donde proceda (número de empresas beneficiarias, importes monetarios movilizados, etc.).
- Por su parte, los **indicadores de resultado** están ligados a los objetivos específicos del Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía, y se calcularán, para cada objetivo a partir de los indicadores propuestos en el apartado de objetivos en cuestión, sin perjuicio de que se puedan añadir otros indicadores de resultado procedentes de la agregación de información cuantitativa relacionada con la finalidad de las líneas estratégicas u operaciones.

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 un **Comité Técnico Interconsejerías de Seguimiento y Evaluación**, integrado por las Consejerías participantes en el Plan, además de la Consejería de Igualdad y Políticas Sociales y la de Turismo y Deporte.

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 Técnico de Seguimiento y Evaluación 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 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.

## Marco financiero

La **financiación** de las acciones enumeradas en el capítulo anterior correrá a cargo fundamentalmente del **Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020** a través del **FEADER** (Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural), si bien determinadas acciones, especialmente las relacionadas con innovación, internacionalización e infraestructuras, podrán financiarse a través del **Programa Operativo FEDER de Andalucía 2014-2020** (Fondo Europeo de Desarrollo Regional). En el caso de las acciones de *formación y transferencia, asesoramiento, cooperación y elaboración de estudios* podrían financiarse también a través del **Programa Operativo FSE de Andalucía 2014-2020** (Fondo Social Europeo).

Por otro lado, el FEAGA (Fondo Europeo Agrícola de Garantía Agraria) podrá financiar las medidas de información y promoción de los productos agrícolas en el mercado interior y en los terceros países. Este mismo fondo financiará las actuaciones incluidas en los Programas Operativos de las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) así como los Programas de Apoyo al sector vitivinícola.

Adicionalmente, todas las acciones podrán complementarse con **financiación autónoma** de las consejerías involucradas. Finalmente, **algunas de las acciones propuestas no requieren de financiación**, como es el caso de las correspondientes a *elaboración de normas y protocolos y cooperación dentro de la administración*.

En la mayor parte de las acciones el **apoyo** se concederá principalmente en forma de **reembolso** total o parcial de los **costes** que se definan como **subvencionables** en cada caso. En el caso de las **inversiones**, éstas podrán tener la forma de **ayudas directas**, o bien de apoyo a su financiación a través de la **bonificación de intereses**, aportación de **garantías o avales**, o a través de **fondos reembolsables**. En todo caso, se cumplirán las disposiciones sobre la normativa de la Unión sobre ayudas de Estado.