

PLAN ESTRATÉGICO DE LA GASTRONOMÍA Y ALIMENTACIÓN DE EUSKADI

20 _ 20

ESTRATEGIA DE PAÍS

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

EKONOMIAREN GARAPEN
ETA AZPIEGITURA SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO E INFRAESTRUCTURAS

ÍNDICE

1. Presentación del Plan	4
2. Un plan para situar a Euskadi como referente en materia gastronómica y alimentaria a nivel local e internacional	5
2.1. La alimentación y la gastronomía, territorio de oportunidad y estrategia de país	5
2.2. Confluencia de estrategias en un fin común	6
2.3. Fruto del trabajo conjunto y la colaboración	6
2.4. Hacer posibles objetivos ambiciosos	7
3. Antecedentes y contexto	8
3.1. Situación socioeconómica de Euskadi y tendencias de consumo globales	8
Situación Económica	8
Cambios sociales y demográficos en Euskadi	8
Desarrollo Sostenible	9
Cambios en los hábitos de consumo	9
La Innovación en Euskadi	10
3.2. Marco Institucional y Normativo	12
4. Cadena de Valor de la Alimentación	14
4.1. Interrelaciones de la Cadena de Valor de la Alimentación con otros ámbitos	16
Alimentación – Salud	16
Alimentación – Cultura	16
Alimentación – Medio Ambiente	17
5. Proceso de reflexión participativo e integrador	18
5.1. Retos para la Gastronomía y Alimentación Vasca	20
6. Plan Estratégico Gastronomía y Alimentación	28
6.1. Misión y Alcance del Plan	28
6.2. Visión	29
6.3. Principios del Plan	29
Impulso de una cadena de valor vertebrada y transversal	29
Apuesta por una industria competitiva	29
Colaboración multiagente	30
Foco en las Personas	30
Apuesta por Desarrollo Sostenible del Territorio	30
Creación de Soluciones Saludables para las Personas	30
Agilidad y flexibilidad	30
Focalización de esfuerzos y orientación a resultados	30
6.4. Objetivos estratégicos	30
6.5. Ejes y líneas de actuación	31
6.5.1. Apoyo a las Pymes para generación de negocio	32
6.5.2. Internacionalización y Desarrollo de Mercados	33
6.5.3. Tecnologías y Conocimiento para negocios de valor añadido	35
6.5.4. Personas sensibilizadas, capacitadas y empleo de calidad	37
6.5.5. Proyectos Estratégicos y Transformadores	39
6.5.6. Contexto para la Competitividad	40
6.6. Alimentación saludable: un alto estándar de bienestar y calidad de vida en Euskadi	42

7. Modelo de Gobernanza, Seguimiento y Marco Presupuestario	44
7.1. Modelo de Gobernanza	44
Coordinación Interdepartamental	45
Coordinación Interinstitucional	45
Mesas temáticas e intersectoriales	45
7.2. Sistema de seguimiento y evaluación	45
Cuadro de Mando	46
7.3. Marco Económico y Presupuestario	47
Anexo I	49
Anexo II	51
1. Sector primario	51
2. Industria de la alimentación y bebidas (IAB)	55
3. Comercio y distribución	63
4. Horeca	67
5. Transporte	69
6. Turismo	71
7. Consumo	75
Anexo III	81
1. Contexto a nivel global según la FAO	81
1.1 Tendencias a nivel mundial	82
Crecimiento demográfico, urbanización y envejecimiento	82
Crecimiento Económico mundial, Inversiones, Comercio y Precio de los Alimentos	82
Aumento de la competencia por los recursos naturales	83
Cambio Climático	84
Productividad agrícola e Innovación	85
Plagas y enfermedades transfronterizas	85
Conflictos, crisis y desastres naturales	86
Pobreza, desigualdad e inseguridad alimentaria	86
Nutrición y Salud	88
Cambios estructurales y empleo	88
Migraciones y feminización de la agricultura	89
Cambios en los Sistemas Alimentarios	90
Pérdida y desperdicio de alimentos	91
Gobernanza para la seguridad alimentaria y la nutrición	91
Financiación para el desarrollo	92
1.2. Los 10 desafíos a abordar según la FAO	92
DESAFÍOS PARA LA ESTABILIDAD ALIMENTARIA Y LA DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS	93
DESAFÍOS EN EL ACCESO A LOS ALIMENTOS Y SU UTILIZACIÓN	93
DESAFÍOS SISTÉMICOS	93

I. PRESENTACIÓN DEL PLAN

Vivimos en un mundo cada vez más globalizado, que cambia a una velocidad sin precedentes, que unido a los avances científicos y tecnológicos están revolucionando las formas de producción y comunicación a nivel mundial. La urgencia de resolver retos globales que ponen en riesgo nuestro devenir como especie (tales como el calentamiento global; la creciente demanda de alimentos frente a un sistema de producción insostenible; el agotamiento de recursos no renovables; el alto volumen de desperdicios y la malnutrición) y las estrategias emergentes de otras Comunidades Autónomas, o de otros países, con altas cotas de crecimiento, hacen que sea necesario definir una **estrategia de país en materia gastronómica y alimentaria en Euskadi**. Para ello, se ha revisado los conceptos de alimentación y gastronomía, para adaptar tanto sus significados como sus objetivos a los tiempos de cambio venideros, y dar un enfoque de pensamiento sistémico y multidisciplinar a la búsqueda de soluciones.

Nuestra trayectoria así lo avala, porque es innegable que Euskadi constituye un territorio privilegiado en materia gastronómica y alimentaria. El gusto por comer y beber bien es cultural en este país, es nuestra seña de identidad, destacado por su marcado carácter social y una curiosa mezcla entre la tradición más inamovible y su espíritu innovador, el mismo que ha llevado a un territorio tan pequeño a convertirse en una gran cocina que triunfa en el mundo entero, que marca tendencia y es fuente de inspiración para otros modelos de alta cocina a nivel mundial.

En este afán porque nuestra gastronomía adquiera cotas de reconocimiento aún mayores, porque las generaciones actuales y futuras conozcan el legado recibido y por seguir transmitiendo nuestros valores en materia gastronómica, el objetivo del Plan Estratégico de la Gastronomía y Alimentación es trabajar y avanzar en las **4 S de la alimentación y gastronomía vasca: Segura, Saludable Singular y Sostenible (social, cultura, económica y medioambientalmente)**. Porque si algo caracteriza a nuestra gastronomía, y por ende a la alimentación, es el respeto por el producto de proximidad, por lo que toca comer en cada estación, la sabiduría técnica, la creatividad e innovación, la mezcla perfecta de tradición y vanguardia, y por supuesto la cooperación y colaboración.

Para alcanzar este objetivo es necesario impulsar, promover y desarrollar la gastronomía y la alimentación de Euskadi a través del desarrollo de nuestra industria agroalimentaria y gastronomía, en especial la que tracciona un producto local de calidad y saludable, que impulsa la sostenibilidad, la creación de una propuesta de valor turística excepcional, la conservación del patrimonio cultural, paisajístico y gastronómico y por supuesto, alcanzar cotas aún mayores de reconocimiento a nivel mundial. Pero desde una nueva óptica, el paradigma de Cadena de Valor de la Alimentación, desde la producción primaria hasta el consumo de alimentos; teniendo a las personas - consumidoras de los alimentos- en la centralidad de toda la cadena de valor y siempre teniendo en cuenta las interrelaciones con otros sectores económicos, culturales y sociales.

2. UN PLAN PARA SITUAR A EUSKADI COMO REFERENTE EN MATERIA GASTRONÓMICA Y ALIMENTARIA A NIVEL LOCAL E INTERNACIONAL

2.1. LA ALIMENTACIÓN Y LA GASTRONOMÍA, TERRITORIO DE OPORTUNIDAD Y ESTRATEGIA DE PAÍS

Este documento recoge los principios fundamentales, objetivos y medios del Plan Estratégico de Gastronomía y Alimentación (PEGA) elaborado por el Gobierno Vasco y que constituye una de las principales apuestas estratégicas de la presente legislatura para avanzar en el desarrollo de la Cadena de Valor de la Alimentación vasca, lo que revertirá en el resto del entramado socioeconómico de Euskadi.

Este Plan es fruto de la estrecha colaboración con todos los agentes sectoriales e instituciones competentes y tiene un carácter transversal dentro del ejecutivo autónomo, ya que, liderado por el Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras, implica y se alinea con los planes estratégicos de otros departamentos, tales como los de Turismo y Comercio, Sanidad o Acción Exterior, entre otros.

El Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras se ha planteado desde el inicio de esta legislatura toda **la Cadena de Valor de la Alimentación**, como **un territorio de oportunidad** y como **uno de los signos de identidad de Euskadi** tanto dentro de nuestras fronteras como en resto de un mundo.

En la Estrategia de Especialización Inteligente RIS 3 para Euskadi incluido en el Plan de Ciencia Tecnología e Innovación 2020, se ha detectado la Alimentación más ligada a la sostenibilidad y al entorno humano como un área de oportunidad donde se pueden dar grandes avances en un futuro próximo y con este Plan se pretende apoyar esta circunstancia para que la alimentación forme parte de las prioridades estratégicas en el RIS 3 en Euskadi en los próximos años.

Para lograr este objetivo tan ambicioso es vital que la Cadena de Valor de la Alimentación se apoye en la formación, para promover la evolución y profesionalización del sector alimentario y gastronómico vasco. Tanto en la formación profesional (escuelas de hostelería y ciclos formativos asociados a la Hostelería, Turismo y de la Industria alimentaria), en la formación para el empleo así como en la formación universitaria (con el Basque Culinary Center (BCC) y otras facultades con grados relacionados con el sector alimentario).

Todas estas herramientas buscan adecuar la cualificación profesional de las personas y así colaborar en la mejora de la competitividad y la sostenibilidad de la Cadena de Valor de la Alimentación y la Gastronomía vasca.

La Cadena de Valor de la Alimentación, desde la producción primaria hasta el consumo final contribuye de una manera notable a la generación de empleo, al crecimiento económico y al desarrollo de una economía basada en el conocimiento, el respeto por las raíces y la sostenibilidad. Sin olvidar el respeto por los modos de hacer de siempre, se deberá abordar la conjunción de los sectores tradicionales con nuevas tecnologías convergentes mediante estrategias de colaboración a lo largo de toda la cadena de valor.

Todo ello, por supuesto, sin olvidar que nuestra industria alimentaria desempeña un papel esencial en el desarrollo socioeconómico de Euskadi, realizando un importante papel tractor del sector primario y el medio rural, lo que plantea la oportunidad de impulsar y afianzar el empleo y generar riqueza en estas zonas. Con iniciativas como NIREA, puesta en marcha en 2014 para el desarrollo y puesta en valor de nuestro sector primario y medio rural y litoral, y que servirá para visibilizarlos diferentes compromisos que se asuman en el desarrollo de este Plan Estratégico.

2.2. CONFLUENCIA DE ESTRATEGIAS EN UN FIN COMÚN

Es, en definitiva, un reto que debe ser abordado desde estrategias de colaboración público-privadas a lo largo de toda la cadena para **generar más actividad económica y empleo en el sector**, así como consolidar el posicionamiento e influencia de Euskadi a nivel internacional, convirtiéndonos en **territorio de referencia en materia “gastroalimentaria”**.

Asimismo, es un reto que entronca y se enmarca directamente en las principales líneas transversales básicas incluidas en el programa de Gobierno Vasco para la XI legislatura, tales como la Estrategia Marco de Internacionalización de Euskadi 2020 (Estrategia Basque Country), la Estrategia de Especialización Inteligente RIS3 (dentro de del Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación), o la Estrategia de Promoción Turística (Euskadi Gastronomika) y el Plan de Alimentación Saludable.

Así, en el marco de la Estrategia de Especialización Inteligente RIS3, se realizó un análisis para conocer objetivamente el alcance, dimensión y contribución económica de la alimentación y la gastronomía en Euskadi, en base al concepto de cadena de valor; con alcance desde el sector primario al terciario, y transversal hacia otros sectores económicos. Los resultados fueron claros y nada desdeñables: **esta cadena de valor representa el 10,56% del PIB y da empleo directo a 96.000 personas en Euskadi**.

No podemos olvidar otros muchos beneficios que la alimentación y la gastronomía aporta a nuestro país, a la cultura, la convivencia, la biodiversidad y el paisaje, la salud y el bienestar, la ciencia y tecnología, el turismo, y al desarrollo sostenible... una serie de intangibles que en su conjunto conforman la identidad de este país y sitúan a Euskadi como un referente de calidad de vida en el resto del mundo.

2.3. FRUTO DEL TRABAJO CONJUNTO Y LA COLABORACIÓN

Este Plan es fruto de un **proceso participativo y colaborativo** iniciado en el mes de abril en el que han tomado parte los más diversos agentes de la Cadena de Valor de la Alimentación y de las diferentes instituciones implicadas. Juntos hemos realizado un diagnóstico de situación para identificar oportunidades y alinear objetivos, que se desplegarán en acciones y proyectos de colaboración concretos para impulsar, promover y desarrollar el sector.

Se han celebrado multitud de reuniones de trabajo y un total de 10 mesas sectoriales, en las que se han acordado los pilares básicos del Plan, tales **como primar el producto local y generar empleo y riqueza económica, creando una propuesta de valor turístico, que conlleve la conservación del patrimonio cultural, paisajístico y territorial, junto con la difusión y promoción a nivel internacional de la marca Euskadi Basque Country, todo ello abordado desde principios de colaboración e innovación**.

2.4. HACER POSIBLES OBJETIVOS AMBICIOSOS

Las principales metas marcadas en este Plan son:

- **Incrementar la producción de alimentos en Euskadi y reforzar el peso de la alimentación en la economía vasca**, poniendo el foco en los productos locales, y ampliando la gama con la creación de más empresas innovadoras, elevando la excelencia científico–tecnológica y desarrollando el capital humano y el bienestar social. Para ello, se promoverá la innovación en cooperación, apoyando proyectos que surjan desde la colaboración entre los diferentes agentes de la cadena de valor, estructurando y aunando las diferentes iniciativas en el ámbito gastronómico y alimentario.
- **Consolidar el posicionamiento e influencia de Euskadi a nivel internacional**, convirtiéndolo en territorio de referencia en materia gastroalimentaria. La proyección de Euskadi en el exterior ha de servir para alcanzar un espacio propio en el contexto internacional con el fin de proyectar su identidad y valores y profundizar en ellos, al tiempo que se contribuye a la configuración de un nuevo modelo social más justo y sostenible, al servicio de las personas.
- **Establecer o mantener lazos con la vanguardia internacional** en distintos campos (económico, político, social, medioambiental, intelectual, cultural, científico–tecnológico, sanitario, y por supuesto, gastronómico), con el fin de compartir visiones y buenas prácticas y captar jóvenes valores, que se sumen al ecosistema gastronómico y alimentario vasco.
- Todo ello, **priorizando el desarrollo sostenible del territorio y la mejora de la calidad de vida de la población** y afrontando los retos desde una perspectiva multidisciplinar: salud, alimentación, hábitos y estilos de vida. Es decir, entendiendo la alimentación y la gastronomía como motor de cambio que busca soluciones a problemas sociales.

3. ANTECEDENTES Y CONTEXTO

3.1. SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA DE EUSKADI Y TENDENCIAS DE CONSUMO GLOBALES.

Situación Económica

Hasta el año 2009 la economía de Euskadi estaba creciendo de forma sostenida, tendencia que se truncó con la llegada de la crisis financiera y la posterior crisis económica en el año 2009, fecha en que se inició un proceso de recesión económica que ha perdurado hasta 2014.

A partir de 2015 comienza un periodo de crecimiento económico, que se tradujo en un crecimiento del PIB vasco en torno al 3%, y las perspectivas para los próximos años son también positivas, aunque de moderada desaceleración.

La situación del empleo en Euskadi está mejorando desde 2013 si bien la tasa de paro es aún elevada (12,5%), lejos del objetivo de Gobierno situar la tasa de paro por debajo del 10% para el 2020.

En cuanto a la productividad, en 2013 la situación de Euskadi era mejor que la de España y la media de la UE- 15.

Comparando los ratios de Euskadi con el resto de comunidades autónomas españolas, con los de las 21 regiones europeas de referencia, y con los valores promedio de la UE-28, estas son algunas de las conclusiones reseñables:

- PIB per cápita y renta disponible per cápita presentan una buena situación relativa de Euskadi. Esta situación empeora cuando se consideran los indicadores de carácter social, como el desempleo de larga duración.
- En los indicadores de desempeño intermedio la posición de Euskadi es buena a nivel nacional, pero no tan favorable comparado con sus regiones europeas de referencia, especialmente en tasas de empleo y patentes.
- Euskadi se mantiene entre las regiones que más recursos personales y financieros dedican a I+D si bien es claramente superada por las restantes regiones europeas en los indicadores de colaboración en innovación.
- La buena posición de Euskadi en Europa en términos de cualificación de la mano de obra y de I+D se ve enturbiada por el relativamente bajo porcentaje de población con formación intermedia o profesional, así como por una posición intermedia-baja en el ámbito de las TIC.

En cuanto a los **ámbitos de especialización económica y científico-tecnológica**, es en la industria donde Euskadi presenta, simultáneamente, un índice de especialización notable y un saldo comercial positivo relativo con el exterior.

En las actividades de servicios, se pueden destacar las de servicios intensivos en conocimiento la Investigación, y el Desarrollo y las Telecomunicaciones.

Cambios sociales y demográficos en Euskadi.

Las **tendencias socioculturales** irán transformando la manera de vivir de la población de Euskadi durante las próximas décadas, dando lugar a nuevas necesidades y a nuevas oportunidades de negocio y generación de empleo. Algunas de estas tendencias son la preocupación por una vida sana, una mayor conciencia social y ecológica, un aumento del individualismo y un mayor interés por la cultura y las actividades de ocio.

El reto de la Cadena de Valor de la Alimentación es producir alimentos seguros y saludables a la vez que gastronómicamente de alta calidad.

Con una población estabilizada ligeramente superior a los 2 millones de habitantes, Euskadi es una de las sociedades con mayor esperanza de vida y menor tasa de natalidad. Esto provoca una estructura demográfica envejecida, donde **el grupo de población de 65 o más años ya supone más del 21% de la población total**. El crecimiento de este grupo de edad, que supone una oportunidad para diversos sectores, también para la Cadena de Valor de la Alimentación, ejerce una fuerte presión sobre el sistema de bienestar social y reduce la disponibilidad de mano de obra. Aunque resulte paradójico con el actual nivel de desempleo, lo cierto es que las empresas de Euskadi se enfrentan a un problema de escasez de personas con el perfil demandado.

Por otro lado, se está produciendo una carrera global por la **captación de talento**, tanto por parte de las empresas como por los territorios, que compiten internacionalmente por aumentar su atractivo. Ante este escenario, son numerosos los gobiernos, a menudo de la mano de centros formativos y redes universitarias, que han comenzado a desarrollar estrategias e iniciativas de atracción de jóvenes talentos al país, como medida para garantizar una fuerza profesional cualificada para el futuro. Este hecho también es patente en el sector alimentario y gastronómico que tendrá que ser abordado en el presente plan.

Desarrollo Sostenible

Una mayor concienciación por los problemas relacionados con el cambio climático supondrá desarrollar un nuevo modelo de producción y consumo con una mayor base en fundamentos ecológicos y de desarrollo sostenible. Hay que tener en cuenta que **el impacto ambiental del sector de la Alimentación es considerable**, es responsable del 25% de las emisiones totales de CO₂. Además, el 32% de los alimentos son desechados y consume el 70% del agua dulce. El desarrollo de la economía verde puede verse como una necesidad, pero también como una oportunidad que encontrará en la mayor concienciación social una demanda más fiel y solvente.

En los últimos años, la Unión Europea se ha esforzado por orientar las economías de los países miembros hacia un modelo de desarrollo sostenible, basado en el aprovechamiento eficaz de los recursos. Las apuestas más importantes en este ámbito giran en torno al concepto de economía circular.

Cambios en los hábitos de consumo.

Se están produciendo cambios importantes y vertiginosos en los **hábitos de consumo a nivel global**, que habrá que tener en cuenta en la estrategia gastronómica y alimentaria vasca, como son:

- Los consumidores han pasado de preferir a depender de lo barato.
- El 62% de los consumidores europeos manifiestan que están dispuestos a pagar más por marcas sostenibles y por productos locales.
- El 25% de los ciudadanos europeos realizan compra on-line de alimentos y el 5% espera hacerlo en un futuro próximo.
- Vivimos en un mundo urbano que demanda algo más que alimentos (comodidad, inmediatez...).
- Más del 50% de los ciudadanos europeos tiene sobrepeso. Nos estamos alejando además del modelo de dieta mediterránea y la socialización en torno a la comida.
- Más hogares pero más pequeños que implica adaptar la oferta en formatos, ensamblaje de recetas, etc.

La Innovación en Euskadi.

La innovación es una apuesta intensa y prolongada de Gobierno Vasco a lo largo del tiempo, apuesta que comenzó en los 80 con la construcción de la red de centros tecnológicos y que ha tenido su recorrido hasta llegar a la política vigente de especialización (RIS 3), transferencia tecnológica, gestión avanzada y emprendimiento.

La estrategia de Especialización Inteligente RIS 3, se refleja en el “PCTI Euskadi 2020” y está alineado con la estrategia de crecimiento que plantea la Unión Europea para esta década, donde propone tres prioridades que se refuerzan mutuamente: **Crecimiento inteligente, crecimiento sostenible y crecimiento integrador.**

La estrategia incluye además siete «iniciativas emblemáticas» que servirán para catalizar los avances en cada tema prioritario:

CRECIMIENTO INTELIGENTE	CRECIMIENTO SOSTENIBLE	CRECIMIENTO INTEGRADOR
INNOVACIÓN Unión por la innovación	CLIMA, ENERGÍA Y MOVILIDAD Una Europa que aproveche eficazmente los recursos	EMPLEO Y CUALIFICACIONES Una agenda para nuevas cualificaciones y empleos
EDUCACIÓN Juventud en movimiento	COMPETITIVIDAD Una política industria para la era de la mundialización	LUCHA CONTRA LA POBREZA Plataforma europea contra la pobreza
SOCIEDAD DIGITAL Una agenda digital para Europa		

La «Unión por la innovación» es la iniciativa emblemática vinculada al crecimiento inteligente. Dotado con un presupuesto de casi 80.000 millones de euros en ciencia e innovación desde el 2014 hasta el 2020, constituye el principal programa de financiación para las actividades de investigación y la innovación en la UE.

El “PCTI Euskadi 2020” toma de referencia la estrategia RIS3 de especialización inteligente aprobada por la Unión Europea como requisito obligatorio para poder acceder a los fondos de cohesión¹⁶.

La especialización inteligente (RIS 3), ‘Research and Innovation Smart Specialisation Strategy’, pretende identificar las características y activos exclusivos de cada país y región, subrayar sus ventajas competitivas y reunir a las partes interesadas y recursos regionales en torno a una visión de su futuro que tienda a la excelencia, maximizando, a su vez, los flujos de conocimiento.

Para Euskadi se han identificado **tres prioridades estratégicas y 4 territorios de oportunidad**

Prioridades Estratégicas:

- Fabricación Avanzada.
- Energía.
- Biociencias / Salud.

Áreas de oportunidad:

- Alimentación más ligada a la sostenibilidad y al entorno humano.
- Planificación territorial y regeneración urbana.
- Ciertos nichos relacionados con el ocio, el entretenimiento y la cultura.
- Actividades específicas en relación a los ecosistemas.

El comité de Pilotaje de la Alimentación ha realizado una labor muy importante de cuantificar la aportación de la Cadena de Valor de la Alimentación a la Economía Vasca y de identificar las líneas de investigación prioritarias para los próximos años, que son:

1. Alimentación Saludable – dieta personalizada -.
2. Nuevos sistemas de Producción de Alimentos.
3. Nuevos Desarrollos Gastronómicos para poblaciones especialmente sensibles: niños y seniors.
4. Alimentación segura y de calidad – nuevas tecnologías de conservación -.
5. Integración de las TICs en los procesos productivos, logísticos y comercialización.
6. Alimentos con nuevas prestaciones de usabilidad adecuados a las nuevas tendencias de consumo.

Sin embargo, en la última edición del RIS, realizada en 2017 (**Regional Innovation Scoreboard** http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/regional_es) se ha observado que a pesar de que Euskadi se sitúa dentro del grupo de regiones de alta innovación, muestra una tendencia de empeoramiento con respecto al resto de regiones europeas iniciada en la edición de 2016. Siendo las principales debilidades:

- La innovación en las PYMES, tanto tecnológica como no tecnológica.
- La gestión de la propiedad industrial.

Datos del EUSTAT avalan la tendencia descendente en materia de I+D en Euskadi.

Dada la importancia, en cualquier economía, del gasto empresarial en I+D y teniendo en cuenta que la **Alimentación es un área de oportunidad identificada en la Estrategia de Especialización Inteligente de Euskadi**, es necesario que el Plan Estratégico de la Gastronomía y Alimentación ponga especial atención en la Innovación como estrategia para ganar dimensión y situar a la Cadena de Valor de la Alimentación como prioridad estratégica en los próximos años.

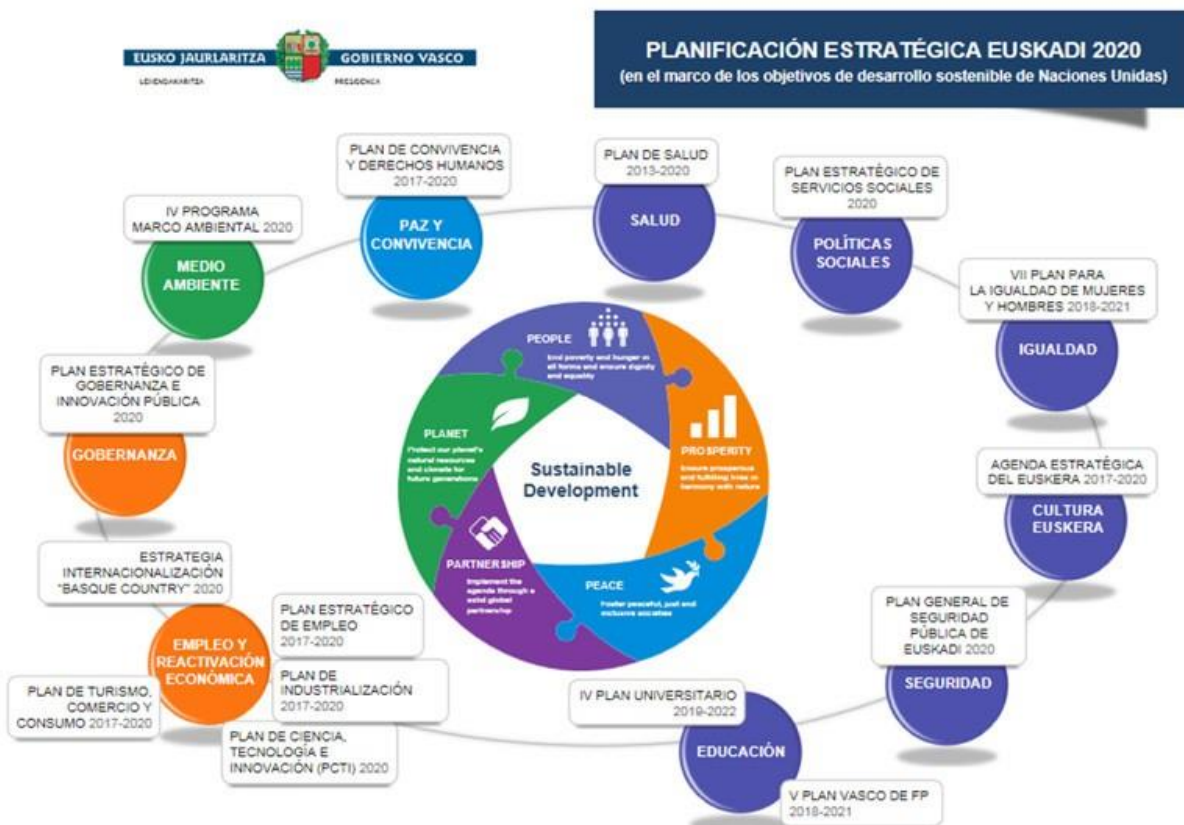
3.2. MARCO INSTITUCIONAL Y NORMATIVO

Este Plan Estratégico de la Gastronomía y Alimentación se inspira en la estrategia “Un desarrollo Humano Sostenible” que es la base del Programa de Gobierno Vasco para la XI Legislatura y que tiene cuatro objetivos básicos:

- El Empleo, la Reactivación y la Sostenibilidad.
- El Desarrollo Humano, la Integración Social, la Igualdad y los Servicios Públicos de calidad.
- La Convivencia y los Derechos Humanos.
- Más y Mejor Autogobierno.

También fija como objetivos de país reducir el paro por debajo de un 10%, lograr que 20.000 personas jóvenes dispongan de una primera experiencia laboral, lograr que la industria suponga el 25% del PIB vasco y alcanzar el 125% del PIB per cápita de la UE.

Estos objetivos se concretan en 15 planes estratégicos(que se ilustran en la siguiente figura)que, a su vez, sirven de marco para diversos planes sectoriales.



Estos son los planes que guardan una mayor relación y posibilidades de interacción con el Plan Estratégico de la Gastronomía y Alimentación:

- Plan de Desarrollo Rural Sostenible 2020 (OSOA).
- Plan de Competitividad de la Industria Alimentaria (PCIA).
- Plan Interinstitucional de Emprendimiento de Euskadi 2020.
- Plan de Industrialización 2017-2020.
- Estrategia Marco de Internacionalización 2020: Estrategia Basque Country.
- Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación-PCTI Euskadi 2020.
- IV Programa Marco Ambiental de Euskadi 2020.
- Programa Marco por el Empleo y la Reactivación Económica 2017-2020.
- Plan Estratégico Turismo Vasco 2020.
- Plan Vasco de Alimentación Saludable.
- Estrategia Viva de Innovación y Cooperación (EVIC).

En el Anexo nº 1 se presenta un breve resumen de cada uno de estos planes.

4. CADENA DE VALOR DE LA ALIMENTACIÓN

Actualmente se tiende a identificar la cadena agroalimentaria con industria alimentaria únicamente, no interpretando adecuadamente el sistema alimentario en su conjunto.

Desde la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria se viene trabajando en el nuevo paradigma de la Cadena de Valor de la Alimentación, llegando a la conclusión que el sector alimentario en su sentido más amplio se define tanto por la industria alimentaria como por otros sectores como son el primario (agricultura, pesca y ganadería), la distribución, la comercialización (al por menor y al por mayor), la restauración pero también aspectos como el marketing y servicios asociados, la investigación y la educación entran en esta cadena de valor conocida como sistema alimentario (Besch, 1993) (Mauleón, 2014).

Del análisis realizado en el marco de la Estrategia de Especialización Inteligente RIS3 se desprende que **esta cadena de valor representa el 10,56 % del PIB y da empleo directo a 96.000 personas en Euskadi.**



10,6% del PIF y 96.50 empleos directos
un sector estratégico para la economía de Euskadi
 definido como territorio de oportunidad y
 descubrimiento emprendedor dentro del plan RIS3

A continuación, se muestra un resumen de la aportación cuantitativa y las principales características de los diferentes sectores que componen la Cadena de Valor de la alimentación.

El análisis detallado de los sectores que componen la Cadena de Valor de la alimentación se localiza en el Anexo nº2.

Cadena de Valor de la Alimentación Euskadi

<p>SECTOR PRIMARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Papel como gestor de un paisaje único. - Emplea 17.390 personas, el 2% del conjunto de la CAE - 0,84% del PIB de la economía vasca. Tendencia a la baja desde década anterior. - ¾ partes actividad agroganadera y forestal; ¼ parte pesca. - Producción agrícola: tendencia alcista; Ganadería: leve y continua tendencia descendente y recuperación tímida desde 2011; Forestal: caída y leve inicio de recuperación desde 2009. - El 21% de explotaciones agrarias son profesionales - Subsectores vitivinícola, ovino, frutales (sidra): muchas se acogen a las D.O. o marcas de calidad. - Transcendencia del sector forestal en el marco de gestión medioambiental y territorial. - Reducción del peso del sector pesquero en el PIB de la economía vasca: del 0,31% en 2000 al 0,20% en 2015). - Competencia por el suelo con otras actividades. - Grandes fluctuaciones de producción y precio de venta - Legislaciones internacionales más laxas o incumplimientos: competencia desigual - Dureza de la actividad. Desigualdad de género. Falta de relevo generacional y de mano de obra cualificada. 	<p>INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (IAB)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sector muy atomizado. Tamaño muy reducido > problemas de competitividad. - Papel dinamizador del sector primario. - Papel crucial en el desarrollo e implantación exitosa del PEGA. - Aunque con un peso menor con respecto al estado y UE, ocupa un lugar relevante en la industria vasca: dentro de las 6 ramas industriales de mayor contribución al PIB industrial vasco, con una participación del 6,34% en 2015. - Peso en el PIB de la economía vasca cercano al 2%. Ligero debilitamiento en la última década. - Destaca la proyección exterior de la industria de bebidas, subsector con mayor cifra de ventas.
<p>COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evolución decreciente continuada del sector del comercio. Los establecimientos de alimentación, muestran sin embargo evolución positiva. - Gran dinamismo del sector comercial en Euskadi. - Alimentación representa 29% del comercio minorista. Tasa de micropymes del 97%. - En contra, la distribución moderna cuenta con grandes grupos comerciales - Distribución sometida a tensiones coyunturales y estructurales. Concentración de grandes operadores. Cambios tecnológicos, apertura de nuevos canales de comercialización, etc. - Crecimiento del 0,9% en valor de compras de alimentación en hogares en último año si bien no se alcanzan los niveles pre-crisis. - Incrementos continuados en modelo de supermercado y discount. Tienda tradicional cae. - Evolución de venta de alimentos por Internet si bien es un canal muy poco desarrollado aún. 	<p>HORECA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Con la crisis económica, el consumidor intenta reducir el gasto de alimentación fuera del hogar. - Disminución de la cifra de establecimientos y ventas del canal Horeca en los últimos años. - Aportación al PIB del total de la economía del 3,81% en 2014, frente al 3,94% en 2009. <p>TRANSPORTE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recuperación progresiva del sector tras la crisis, con un incremento de valor del 5,7% en 2015.
<p>TURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Progresivo aumento del peso del turismo receptor en la economía vasca, si bien el turismo emisor sigue teniendo aún más peso que el receptor. - Gasto turístico en la CAE de 4.100 millones de €, que supone una aportación al PIB del 5,9%. - El personal ocupado en establecimientos turísticos ha caído un 7% entre 2011 y 2016. - Alimentación supone alrededor de 41% del gasto de los turistas, muy similar al gasto en alojamiento. - El principal motivo de visita a Euskadi es hacer turismo de ciudad (25%). En segundo lugar (21%) se sitúa la gastronomía y vinos. 	<p>CONSUMO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gasto per cápita en alimentación: -2,1% 2015/2014. - Evolución de hábitos de lugar de compra a favor de superficies más grandes. Pequeños establecimientos se resienten. <p>Tendencias de consumo en alimentación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Alimentación efímera: adaptación a los nuevos ritmos de vida urbanos, con alimentos disponibles en cualquier momento y lugar. - Aumenta demanda de productos y servicios éticos y sostenibles medioambientalmente. - Apuesta por la Salud personalizada y el concepto a "A mi medida". - Búsqueda de soluciones simples e Inteligentes, que nos ahorren tiempo y nos faciliten la vida. - El origen si importa: importante preferencia por lo local y cercano. - Experiencia alimentaria: la diversión, la atracción por la novedad y la búsqueda de estados emocionales. - Crece la cultura participativa en torno a la alimentación. - Conciencia: apuesta por productos, empresas y marcas más abiertas, honestas y empáticas.

4.1. INTERRELACIONES DE LA CADENA DE VALOR DE LA ALIMENTACIÓN CON OTROS ÁMBITOS

Además de los sectores íntimamente ligados a la Cadena de Valor de la Alimentación no debemos olvidar las interrelaciones de la alimentación y la gastronomía con la cultura, la biodiversidad y el paisaje, la salud y el bienestar, la ciencia y tecnología y la educación.

El “Valor” de la Cadena Gastronómica y Alimentaria va más allá de los aspectos económicos, y aspectos, como los sociales, culturales y medioambientales, entre otros, deben ser también tenidos en cuenta.

Alimentación – Salud

Una alimentación sana y equilibrada influye directamente en nuestra salud y bienestar y nos ayudará a prevenir muchas enfermedades o incluso a tener una mayor esperanza de vida y de mejor calidad.

Las entidades responsables de la promoción de la salud incluyen la promoción de la alimentación saludable como una de sus actividades fundamentales.

El Plan de Salud 2013-2020 del País Vasco recoge en su objetivo 5.2.- Salud y Alimentación, el “Diseñar e implantar una estrategia de alimentación saludable para la población de Euskadi teniendo en cuenta las desigualdades sociales y de género en los patrones de consumo”.

Entre las acciones a desarrollar se plantea entre otros, la formulación de recomendaciones alimentarias a la población de Euskadi, facilitar el acceso a una alimentación saludable de calidad, fresca y variada, potenciar la innovación y la investigación en hábitos alimentarios saludables y mejorar la colaboración entre sectores para disminuir el consumo de azúcares, sal y grasas saturadas.

En el despliegue de la estrategia de Especialización Inteligente RIS 3, se observó que se estaba produciendo un cruce de las áreas de interés común entre los grupos de pilotaje, y una de ellas era la alimentación con la salud, promoviendo de esta manera las capacidades científico tecnológicas en Euskadi.

Alimentación – Cultura

La “gastronomía” es el conocimiento razonado de lo que comemos y cómo lo comemos. Un área de conocimiento interdisciplinar que estudia y genera procesos físico-químicos, culturales y socioeconómicos donde el ser humano cultiva, procesa, distribuye y consume buenos alimentos y bebidas que afectan a su bienestar físico, mental y social.

La alimentación y la gastronomía se han convertido en elementos indispensables para conocer la cultura y el modo de vida de un territorio. Sin olvidar aspectos tan **relevantes y singulares** de nuestra cultura como son los hábitos del “poteo” o los “pintxos” o la existencia de las **“Sociedades Gastronómicas”**, fenómeno único en el mundo que se manifiesta como un **elemento de cohesión social**.

La identidad cultural vasca se construye en torno a un **patrimonio material** que enlaza con un pasado directamente ligado a las actividades productivas: el baserri, el paisaje agrario o pesquero, la artesanía pastoril..., pero también un **patrimonio inmaterial** en el que la lengua, las leyendas, el folclore, las fiestas o el deporte remiten a actividades agrarias o pesqueras y en las que la vertiente gastronómica es siempre elemento integrante y prioritario. Sin olvidar los productos alimenticios tradicionales en muchos casos amparados por certificaciones de calidad tanto propias como europeas.

En este PEGA se realizará un esfuerzo multidisciplinar para **identificar e inventariar las actividades relacionadas con el patrimonio material e inmaterial**, con el objeto de ponerlas a disposición del conjunto de la Sociedad Vasca, para la visibilización de este conocimiento.

Alimentación – Medio Ambiente

Hoy en día, el sistema alimentario mundial es responsable del 60% de la pérdida de biodiversidad terrestre, alrededor del 24% de las emisiones de gases invernadero, del 33% de los suelos degradados, de la explotación total o sobreexplotación de alrededor del 90% de los pescados comerciales y de la sobreexplotación del 20% de los recursos acuíferos.

Por todo ello, la alimentación está ahora en la cima de las agendas políticas en todo el mundo a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 (ONU, 2015). Dos objetivos se relacionan directamente con los alimentos, son el SDG 2, “acabar con el hambre, lograr la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición y promover la sostenibilidad en la agricultura” y el SDG 14, “conservar y utilizar de manera sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible”.

El Séptimo Programa de Acción en materia de Medio Ambiente de la UE (7º PAE) tiene como objetivo reducir los impactos globales de la producción y el consumo en el sector alimentario. Para ello, pide que se modifiquen los patrones de consumo y los estilos de vida para reducir el impacto ambiental global de la producción y el consumo, en particular en los sectores de la alimentación, la vivienda y la movilidad (UE, 2013).

Además de tomar como referencia la agenda 2030 de la FAO para el desarrollo sostenible y el 7º PAE, deberemos alinear el Plan con otras políticas, estrategias y planes de acción dictadas desde la UE en materia de Medio Ambiente, como son:

- EUROPE 2020 STRATEGY
- EU ACTION PLAN FOR THE CIRCULAR ECONOMY (COM/2015/0614 FINAL)
- DIRECTIVE 2010/75/EU ON INDUSTRIAL EMISSIONS (INTEGRATED POLLUTION PREVENTION AND CONTROL).
- THE ECO-INNOVATION ACTION PLAN (COM/2011/0899 final)
- GREEN ACTION PLAN (GAP) FOR SMES
- SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION AND SUSTAINABLE INDUSTRIAL POLICY (SCP/SIP) ACTION PLAN
- THE FLAGSHIP INITIATIVE FOR A RESOURCE-EFFICIENT EUROPE UNDER THE EUROPE 2020 STRATEGY
- THE ROADMAP TO A RESOURCE EFFICIENT EUROPE (COM (2011) 571)
- BIOECONOMY STRATEGY: “INNOVATING FOR SUSTAINABLE GROWTH: A BIOECONOMY FOR EUROPE”.

El Proyecto Clave denominado Alimentación Circular desarrollado dentro del Programa Marco Ambiental vigente en Euskadi (2015-2020) tiene por objeto **optimizar el impacto de las actividades ligadas a la alimentación en el medio ambiente, minimizando su impacto ecológico y fortaleciendo con su actividad el stock de capital natural**.

Los principales temas a trabajar son: la transformación del modelo agrario, las nuevas formas de transformación y distribución de productos agrarios, la activación del mercado de productos locales sostenibles, el aprovechamiento de subproductos y minimización de residuos y la investigación y monitorización.

Para el año 2020, el proyecto tiene como objetivo consolidar en Euskadi un nuevo modelo agrario respetuoso con el medio ambiente que promueva y facilite conductas alimentarias responsables.

5. PROCESO DE REFLEXIÓN PARTICIPATIVO E INTEGRADOR

La Estrategia en materia gastronómica y alimentaria es un instrumento que da respuesta a la necesidad de definir una **Estrategia de País** integradora, reflejo de las diferentes realidades sectoriales que directamente pertenecen al ámbito gastronómico y alimentario y otras realidades que tienen una estrecha vinculación con el sector. Por este motivo, es necesario identificar oportunidades y alinear objetivos comunes, para seguir construyendo conjuntamente y en colaboración, pero siempre **sobre la base de lo que ya existe**, para impulsar, promover y desarrollar un sector fuerte, competitivo y sostenible.

Además, las estrategias definidas se desplegarán en acciones y proyectos de colaboración concretos, es decir, será **práctico y aplicable**, lo que permitirá alcanzar mayores cotas de crecimiento económico y generación de empleo, que revertirá en un mayor grado de sostenibilidad y por ende, de bienestar para todos los vascos y vascas.

El día 3 de abril se dio inicio al Plan Estratégico de la Gastronomía y Alimentación de Euskadi, con una jornada de trabajo **participativa** con representantes de todos los eslabones de la cadena de valor de la alimentación, que se celebró en el Kursaal. En dicha jornada participaron alrededor de 170 personas, donde se realizó un primer diagnóstico del sector y un acercamiento a las posibles acciones o proyectos que debería contemplar este plan.

Tras este encuentro, durante el mes de abril se comenzó a trabajar en la definición de la estructura de gestión del plan, así como la identificación de toda la documentación de base: agentes, información estadística, planes estratégicos ya existentes, así como definir el proceso de consulta y participación con los diferentes agentes económicos, sociales, culturales e institucionales que han constituido el principal eje sobre el que se ha construido esta Estrategia de País.

Este **proceso participativo e integrador** ha permitido, por un lado, validar el diagnóstico realizado, y por otro, definir las líneas de actuación que conformarán el Plan. La participación se ha realizado celebrando entrevistas personales, reuniones sectoriales e intersectoriales.

Teniendo en cuenta la transversalidad del sector, el proceso ha congregado y recabado las opiniones de agentes de muy diferente perfil, con el firme objetivo de propiciar el debate sobre el futuro de la gastronomía y alimentación vasca.

El proceso general ha congregado más de 300 personas pertenecientes al ámbito empresarial, educativo, cultural, científico-tecnológico, sanitario, de la innovación, incluso al ámbito de la internacionalización y posicionamiento de la marca Euskadi-Basque Country.

		ASISTENTES
GOBIERNO VASCO	28	26
DFFF	5	2
AYUNTAMIENTOS	11	9
FUNDACIÓN PÚBLICA	38	21
CENTRO INVESTIGACIÓN	7	5
SINDICATOS	3	-
SECTOR PRIMARIO	53	46
INDUSTRIA	19	8
GRAN DISTRIBUCIÓN	6	5
MERCADOS	6	5
EMPRESAS CATERING	2	2
ASOC. HOSTELERÍA	5	3
CAMARA COMERCIO	3	2
RESTAURACIÓN	6	5
EDUCACIÓN	28	16
OTROS AGENTES	40	21
TOTAL	260	176

En este proceso han participado cientos de personas, entre los que se encontraban representantes de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria, la Viceconsejería de Comercio y Turismo, las Diputaciones Forales de Araba, Bizkaia y Gipuzkoa, organizaciones sectoriales, pequeños productores, sindicatos, empresas productoras y comercializadoras, mercados, escuelas de hostelería, Basque Culinary Center, cocineros, centros de investigación, agentes de innovación y asociaciones de consumidores.

Se han celebrado 10 mesas temáticas de contraste en los siguientes ámbitos i) turístico, ii) de la restauración y hostelería, iii) Sector primario, iv) Industria de la Alimentación y Bebidas, v) posicionamiento internacional, vi) patrimonio y cultura, vii) formativo, viii) comercialización, ix) innovación, x) otras iniciativas en alimentación, y xi) cocineros vascos de prestigio. Por falta de quorum, los grupos de formación y patrimonio y cultura se celebraron conjuntamente.

	CONVOCADOS	ASISTENTES	%ASISTENTES
PRODUCTO SECTOR PRIMARIO	32	26	81,3%
TURISMO	30	20	66,7%
HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN	25	20	80,0%
INDUSTRIA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	27	14	51,9%
POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL	22	15	68,2%
COMERCIALIZACIÓN	25	18	72,0%
OTRAS INICIATIVAS EN ALIMENTACIÓN	24	17	70,8%
CULTURA Y FORMACIÓN	45	18	40,0%
INNOVACIÓN	16	14	87,5%
TOTAL	246	162	65,9%

Además, se han llevado a cabo entrevistas personales con aquellos agentes que no han podido participar en alguno de los grupos de contraste y estaban interesados en aportar su realidad al plan.

Cabe resaltar, también, que durante el proceso de reflexión se ha convocado una comisión interdepartamental de Gobierno Vasco, con el fin de colaborar y realizar el seguimiento al trabajo realizado.

5.1 RETOS PARA LA GASTRONOMÍA Y ALIMENTACIÓN VASCA

A partir del diagnóstico realizado, se presenta un breve análisis DAFO de la Gastronomía y Alimentación vasca, a modo de resumen:

D

DEBILIDADES

A

AMENAZAS

INTERNO		ENTORNO	
D1	Administración territorial y central compleja y compleja y falta de colaboración interinstitucional e intrainstitucional.	Incremento de la competencia de otras regiones y a nivel internacional porque han puesto en marcha sus propias estrategias más competitivas. Globalización en todos los sectores.	A1
D2	Sector muy atomizado.	Cambio en los hábitos y tendencias de consumo.	A2
D3	Producción agraria pequeña y de temporada.	Mitos y modas sin contraste científico (lácteos, carnes rojas, etc.).	A3
D4	Insuficiente grado de competitividad en algunos sectores. Explotaciones poco rentables. Altos costes de producción (mano obra, costes de alimentación, etc.).	Pérdida de identidad por la globalización (fast food, etc.).	A4
D5	Falta de relevo generacional. Elevada edad media de las personas y disminución del número de empresas.	Excesiva regularización (exigencia en protocolos de calidad) que tiene como consecuencia que haya mucho producto sin regular.	A5
D6	Falta de emprendedores.	Elevada edad de los titulares de algunos sectores. Falta de relevo generacional y falta de asesoramiento para abordar el mismo.	A6
D7	Cultura individualista. Escasa cooperación y colaboración entre los diferentes eslabones de la cadena de valor. Falta de visión general y de intereses comunes.	Sector poco atractivo para las nuevas generaciones.	A7
D8	Poca diversidad en referencias y formatos (quesos, V gama, etc.).	Dificultades de financiación. Desconocimiento de las herramientas existentes.	A8
D9	Falta de mayor compromiso de las estructuras formativas con el producto local de Euskadi.	Priorización del precio sobre la calidad. Consumidor no dispuesto a pagar un plus por el producto local y de calidad.	A9
D10	Falta de profesionalización en el ámbito comercial en las empresas. No sabemos vender bien nuestro producto. Falta de comunicación del sector.	Falta de profesionales que aseguren la continuidad de los negocios.	A10
D11	Formación no alineada a las necesidades del sector.	Pérdida de transferencia de la cultura gastronómica local que tiene como consecuencia la pérdida de autenticidad de nuestros valores.	A11
D12	Condiciones naturales (orografía, etc.) que limitan la productividad agraria y pesquero-acuícola. Competencia por el suelo con otras actividades	Legislaciones externas de países exportadores más laxas o incumplimiento permitido: Competencia desigual	A12
D13	Bajo nivel de apuesta por la innovación y el I+D. Alta dependencia de subvención	Confusión del consumidor por fraude de identificación de productos en el mercado	A13
D14	Alto nivel de fracciones de materias primas, alimentos y subproductos no aprovechados que son eliminados: desperdicio alimentario	Sobre-explotación de recursos naturales, cambio climático y contaminación del entorno: incertidumbre de disponibilidad y precio de recursos (materias primas, suministros, etc.).	A14
D15	Bajo conocimiento e implicación de los problemas de salud poblacional derivados de la dieta. Falta de formación en nutrición y salud de los profesionales de la alimentación y gastronomía		
D16	Falta de objetividad para impulsar la producción de productos locales y sus derivados		
D17	Falta de integración de la información de diferentes ámbitos (salud, ambiental, producción, ...)		
D18	Falta de organizaciones logísticas y comerciales fuertes.		
D19	Mejorable la presencia del producto local como proveedor del sector gastronómico		

F

FORTALEZAS

O

OPORTUNIDADES

INTERNO		ENTORNO	
F1	Cultura gastronómica como seña de identidad vasca.	Sensibilidad creciente en el consumidor y en la administración por la salud: obesidad, alcoholismo, colesterol, grasas saturadas y trans, azúcar, etc.	O1
F2	Producto local de calidad con potencial de crecimiento.	Incremento de los consumidores sensibles por el producto local. Aprovechar la moda por lo "local". Posibilidad de seguir creciendo.	O2
F3	Apoyo y acompañamiento de la Administración al sector.	Visibilización y puesta en valor del sector. Mayor comunicación del sector. Dignificación.	O3
F4	Productos con relato. Tradición y saber hacer.	Existencia de un público objetivo de futuro para el sector (milenials, tercera edad, etc.).	O4
F5	Productos de calidad y origen diferenciada certificada bien posicionados (Eusko Label, Euskal Baserri, etc.).	Aunar creatividad gastronómica con conocimiento científico y tecnológico para el desarrollo de proyectos innovadores que hagan diferenciarnos.	O5
F6	Valoración positiva y reconocimiento de los productos vascos resultado de las actividades comerciales desarrolladas (empresas, administración, gastronomía, etc.).	Consideración del sector de la alimentación como estratégico y reconocimiento más allá del valor económico (impacto en el medio rural, paisajístico, cultura, salud poblacional, etc.).	O6
F7	Buena imagen de Euskadi en el interior y exterior. Marca País. Buena imagen pero poco conocida.	Existencia de potencial de crecimiento en ventas, en productos de mayor valor añadido y en diversificación de productos.	O7
F8	Gastronomía vasca con mucha notoriedad, potente comunicador y tractor de nuestra imagen, tanto en el exterior como en el mercado interno.	Búsqueda de sinergias entre los distintos sectores. Construir proyectos vertebrando cadena de valor. Cooperación multidisciplinar en el sector y capacidad de trabajar en equipo.	O8
F9	Centros tecnológicos propios. Existencia y buena imagen de las infraestructuras en investigación, innovación y formación (AZTI, BCC, etc.).	Posibilidad de crecimiento comercial en el mercado local. Aprovechar la cercanía entre sector-mercado-consumidor.	O9
F10	Valores compartidos por la sociedad vasca en general y reconocidos a nivel internacional: cultura del esfuerzo, profesionalidad, mentalidad emprendedora, creatividad, innovación y perseverancia.	Creación de organizaciones logísticas y comerciales fuertes	O10
F11	Niveles de integración social y seguridad-confort laboral aceptable	Euskadi en general irrumpe con fuerza en el mercado turístico enogastronómico, una modalidad no masificada con posibilidad de seguir creciendo.	O11
F12	Existencia de cluster ya consolidado que favorece mayor cooperación y sinergias dentro del sector	Producto y gastronomía como eje de la promoción y para visibilizar el sector (agrario, industria transformadora, el sector turístico, gastronómico, etc.). El turismo como herramienta en el canal de venta. Turismo Gourmet.	O12
		Formación para los profesionales comerciales, vendedores y hosteleros sobre los productos locales y el sector alimentario y gastronómico vasco en general	O13
		Problemas ambientales y sociales a nivel planetario: creciente sensibilidad del consumidor por el comportamiento ambiental y social-ético de los alimentos.	O14
		Disponibilidad de tecnologías y soluciones en la CAV para la mejora de la eficiencia y aumento del valor de los productos	O15

De todo lo anterior, **teniendo a las personas -consumidores de los alimentos- en la centralidad de toda la cadena de valor**, se desprenden los siguientes grandes retos que deberá afrontar la Gastronomía y Alimentación vasca durante los próximos años.

- Nuevos sistemas alimentarios más seguros y Sostenibles
- Procesos más eficientes y automáticos
- Alimentación saludable y de conveniencia
- Omnicanalidad



- Cooperación para incrementar la masa crítica empresarial
- Desarrollo de mercados locales, estatales e internacionales
- Sostenibilidad empresarial y Centros de decisión en Euskadi
- Emprendimiento empresarial y creación de nuevas empresas

- Empresas abiertas y conectadas con los consumidores
- Promoción internacional del Ecosistema de Referencia Internacional basado en el triángulo: Alimentación-Gastronomía-Turismo
- Puesta en valor de la cadena de valor de la gastronomía y alimentación
- Cultura Gastronómica

- Innovación en Modelos de Negocio
- Formación de las Personas en Gestión Avanzada
- Promoción y Atracción de talento

1. Nuevos sistemas alimentarios más Seguros y Sostenibles

La problemática ambiental actual a nivel planetario (cambio climático, sobre-explotación de recursos naturales, contaminación del medio,...), está afectando a la calidad de vida de los seres humanos, y a los sistemas alimentarios en particular. La producción, elaboración y suministro de alimentos a un coste razonable y de forma sostenible en el tiempo está cada vez más amenazada.

Asimismo, el impacto social y en las culturas de las formas de producción, transformación, elaboración y comercialización de alimentos, está cobrando un mayor interés para la sociedad.

El desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, la preocupación social por el desperdicio alimentario y otras cuestiones ambientales y sociales, así como la demanda creciente por consumo de productos que cuenten con trazabilidad y seguridad garantizada y vinculados a sistemas de producción cercanos, generan un aumento de la demanda de nuevos y mejorados sistemas de producción en toda la cadena de valor que contribuyan a dar respuesta a éstas tendencias ambientales y sociales, siendo generadoras a su vez de oportunidades de nuevos negocios.

Las empresas vascas están avanzando en esta dirección, pero aún queda un largo camino por recorrer. La agricultura y ganadería de precisión, la producción de nuevas variedades y especies, la producción de alimentos libres de antibióticos y otros contaminantes, la acuicultura en mar abierto o en circuito cerrado, sistemas de elaboración y distribución de alimentos en el canal HORECA más sostenibles son algunos de los retos y oportunidades de desarrollo para las empresas y profesionales del sector.

2. Procesos más Eficientes y Automáticos

Nuestras empresas en toda la cadena de valor deben continuar avanzado en la mejora de los procesos productivos con alcance a todas las fases de los mismos: adquisición de materias primas, transformación y elaboración, logística, transformación y distribución.

La automatización y modernización de los procesos productivos son una palanca clave para poder continuar mejorando en la calidad de los productos, reducir los costes y los plazos de entrega, garantizar la trazabilidad y ajustarse con mayor flexibilidad a las demandas cambiantes de los clientes y poder competir en cualquier mercado.

3. Alimentación saludable y de Conveniencia

La evolución hacia categorías de alimentos que aporten mayor valor añadido es uno de los retos de todas las empresas de la gastronomía y de la alimentación vascas. Ya hoy y más en el futuro los alimentos saludables y que aporten atributos de conveniencia son dos de los segmentos con mayor potencial de crecimiento.

El consumidor actual es cada vez más exigente, y demanda **productos de calidad sensorial diferenciada y excelente; con una adecuada relación calidad-precio; y que cubran sus necesidades de conveniencia: comodidad, facilidad y rapidez de preparación.** Para poder atender estas oportunidades es necesario innovar en tecnologías y soluciones para diseñar una nueva generación de alimentos de conveniencia donde la calidad sensorial y la salud sean sus principales atributos.

Ofrecer soluciones sensorialmente atractivas para todos los segmentos de población y, especialmente para aquellos más sensibles, como son los niños y las personas de la tercera edad, con requerimientos nutricionales diferentes y con problemáticas de salud diferenciadas es una de las claves para aportar valor añadido diferenciado. Esto implica desarrollar y mejorar los

procesos productivos y culinarios en busca de un mejor perfil nutricional de las comidas para estos dos nichos de población, **en el caso de la población infantil con prioridad en prevenir la obesidad y favorecer su desarrollo cognitivo, y, para la tercera edad en ofrecer nuevas soluciones con texturas adaptadas y enriquecidas y adaptadas a su perfil nutricional.**

La vinculación de la salud y la alimentación es ya una realidad científica y de mercado. La gran revolución en la generación de valor para las personas llega a través de la alimentación saludable y personalizada. El objetivo de la dieta personalizada es contribuir a un crecimiento saludable y disponer soluciones para un envejecimiento activo. Esto solo es posible a través de la integración de los diferentes factores que dan forma a una dieta personalizada, desde el plano psicológico hasta las necesidades biológicas más básicas. Es necesario investigar y demostrar la vinculación existente entre determinados componentes de los alimentos y enfermedades para desarrollar productos y servicios que cubran las necesidades específicas desde un punto de vista preventivo de las personas o grupos poblacionales.

4. Omnicanalidad

Con la digitalización, las personas interactúan con las empresas utilizando diversos canales simultáneamente. La multicanalidad es una experiencia que está evolucionando hacia la omnicanalidad para lograr que el cliente experimente una interacción homogénea e independiente del canal. Por ello, las empresas están obligadas a ofrecer una experiencia digital consistente desde el punto de vista de la información, compra o servicio, más completa y atractiva que permita exceder las altas expectativas formadas por los clientes. **Con la omnicanalidad se pone al cliente en el centro y se realiza un enfoque integral para avanzar en todas las materias de interacciones con los clientes.** Con ello se consigue que los clientes perciban una mejora significativa en sus relaciones con las empresas consiguiendo así mejorar su fidelización y la empresa tiene la oportunidad de llegar a más y más clientes de forma más económica y anticiparse a sus necesidades por disponer de información sobre sus comportamientos.

5. Cooperación para incrementar la masa crítica empresarial

Aunque ha sido siempre una prioridad del Gobierno Vasco y también una voluntad de los propios agentes del sector, **la cooperación empresarial**, bien vertebrando la cadena de valor o entre agentes de un mismo segmento de la cadena, **ha constatado un gran potencial e importantes sinergias para ser más competitivos** y también grandes dificultades para que estas colaboraciones sean estables y desarrollen todo el beneficio posible.

La globalización de la distribución de alimentos y competidores con gran tamaño hace más necesario que nunca desarrollar nuevas alianzas en toda la cadena de valor, y entre el sector público y privado para poder acometer con éxito los retos en innovación y desarrollo de tecnologías, mejora de la eficiencia y la sostenibilidad, desarrollo de mercados, promover y atraer el talento.

6. Desarrollo de mercados locales, estatales e internacionales

Tras unos años de crisis en los que el mercado interno se ha retraído, las empresas han aumentado su orientación a la captación de clientes estatales e internacionales, destacando, especialmente el segmento de la hostelería y la restauración. Esta tensión debe continuar en el futuro para garantizar la fidelización de los clientes, ya que el desarrollo de la digitalización y los cambios que se producirán en los canales de distribución por la entrada de nuevos operadores globales conducirán a cambios globales en los sistemas de comercialización que hoy en día son difíciles de prever.

La demanda creciente por productos locales de circuitos cortos es una oportunidad que las empresas vascas de la gastronomía y alimentación deben aprovechar. Para ello se le deben dotar de herramientas y soluciones (basadas en la calidad, singularidad, salud y sostenibilidad) al sector vasco que les permitan aportar argumentos sólidos y fiables adicionales a los de su propio origen vasco.

7. Sostenibilidad Empresarial y Centros de decisión en Euskadi

Durante los años de crisis la rentabilidad de las empresas de esta cadena de valor se ha visto fuertemente afectadas en muchos casos con resultados negativos, lo cual ha provocado un deterioro de la situación económico-financiera y tanto los accionistas como trabajadores han sufrido una disminución de sus rendimientos, incluso en algunos casos más graves a conducido a la desaparición de empresas. En el contexto actual de recuperación económica, las empresas se encuentran ante la **necesidad de mejorar sus ratios económicos, disminuir los endeudamientos, recuperar la solidez financiera y generar recursos suficientes** para afrontar las futuras necesidades de inversión y retribuir justamente a accionistas y trabajadores.

Al igual que en otros sectores de la economía de Euskadi en la industria de la alimentación ha sufrido la pérdida de centros de decisión. En el futuro es un riesgo que puede ir en aumento y que no se debe menospreciar. Por ello, desde el Gobierno Vasco, se trabajará para favorecer el desarrollo y arraigo de las empresas vascas.

8. Emprendimiento Empresarial y Creación de Nuevas Empresas

La Gastronomía y Alimentación es un sector con gran potencial de crecimiento y debemos trabajar para atraer inversión y talento empresarial al País Vasco. El ecosistema actual que cuenta con formación gastronómica, innovación e investigación de referencia internacional debe aprovecharse para **fomentar el emprendimiento entre jóvenes y la generación de nuevas empresas de base tecnológica y atraer inversión extranjera** a nuestro territorio.

9. Innovación en Modelos de Negocio

La digitalización de los consumidores, la globalización de los mercados de las materias primas, la cada vez mayor presencia de competidores globales en nuestros mercados y el inexorable avance de las tecnologías de producción y comercialización de alimentos hacen necesario **disponer de flexibilidad en los modelos de negocio para adecuarse a los cambios continuos** que demandan los mercados. Las organizaciones empresariales y las personas deberán estar dispuestas asumir estos cambios que en algunos casos podrán llegar a ser revolucionarios respecto a los modelos actuales.

10. Promoción, atracción de talento y Formación de las Personas en Gestión Avanzada

La incorporación de nuevo talento y promoción del existente será una de las prioridades para seguir contando con figuras de renombre internacional que nos posicionen como el referente en Gastronomía y Alimentación a nivel internacional. El País Vasco ha contado con líderes en la gastronomía capaces de transformar el sector y posicionarlo a nivel mundial. **Captar, retener y promocionar el talento es y será cada vez más una ventaja competitiva.** Por ello, debemos aprovechar el nivel de excelencia alcanzado para planificar un relevo generacional que nos permita seguir estando al frente de la Gastronomía y Alimentación.

Además, las empresas precisarán de personas con conocimientos adaptados a las nuevas realidades, perfiles profesionales en continua evolución y adaptación. **La formación continua en herramientas de gestión avanzada y nuevas tecnologías es una prioridad**, ya que cada vez más la competencia de las empresas estará basada en el conocimiento.

11. Empresas abiertas y conectadas con los consumidores

La orientación al cliente es un área de mejora permanente en las empresas. Conocer las tendencias y cambios en las preferencias de los consumidores, los motivos de compra, momentos de consumo y preferencia de los clientes es una prioridad estratégica para todas las empresas. **Los procesos de marketing y servicio al cliente deben asumir un papel preferente en todas las empresas colocando al consumidor en el centro de sus estrategias.**

La digitalización y la conectividad con los consumidores son una fuente continua de información que debe ser aprovechando utilizando las tecnologías del Big Data y Neuro-marketing para descifrar los hábitos y comportamientos del consumidor, anticiparse a las necesidades de los clientes, diseñar ofertas adaptadas a cada segmento y ofrecer servicios para facilitar la compra o soluciones integrales.

12. Promoción internacional del Ecosistema de Referencia basado en el triángulo: Alimentación-Gastronomía-Turismo

La Gastronomía y la Alimentación es un sector que contribuye de manera significativa a la notoriedad internacional de la marca Basque Country a través de los atributos de calidad e innovación. Esta notoriedad ha permitido posicionar a Euskadi en el mundo al mismo tiempo que mantener e incrementar el atractivo de nuestro territorio para el turismo. **Un turismo de calidad en el que el vector gastronómico ha jugado un papel clave** y que debe no sólo mantenerse sino incrementar su promoción sin disminuir los atributos de calidad, sostenibilidad e innovación.

El triángulo Alimentación-Gastronomía-Turismo es también una palanca para posicionar los productos y alimentos vascos a nivel local e internacional, por lo que desde la colaboración interinstitucional y público-privada se profundizará para conseguir mayores cuotas de mercado en el segmento de clientes donde la calidad es el principal motivo de compra.

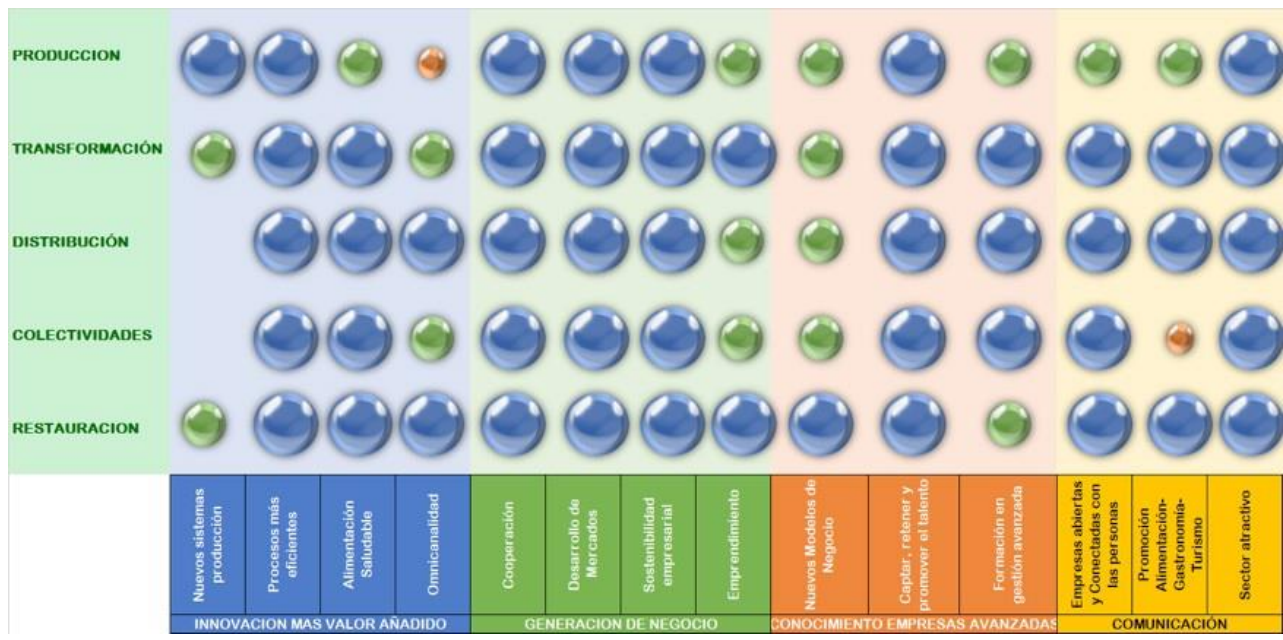
13. Puesta en valor de la cadena de valor de la gastronomía y alimentación

A nivel mundial la demografía crece, la renta crece, el poder adquisitivo crece, la riqueza global crece, y en cuanto crece el nivel de vida de un país demanda una diferente forma de alimentación. Por lo que es cuestión de que aquellos que estamos más avanzados, propongamos soluciones a aquellos que lo están menos. Para el año 2050 se necesitará incrementar la producción en un 70% para satisfacer la demanda. Es una oportunidad tanto en cantidad como en producto, en cuanto a dar respuesta a cada uno de los mercados en la forma en la que lo estén demandando. El sector de la Gastronomía y Alimentación es **un sector con importantes oportunidades de crecimiento y en consecuencia de atraer inversiones y talento**. Por ello, impulsaremos acciones para mostrar todas estas oportunidades a la sociedad, así como, aquellos otros valores como la conservación del patrimonio natural y cultural.

14. Promoción de la Cultura Gastronómica

La evolución de la cocina vasca y gastronomía en general ha generado a lo largo de los últimos años una cultura gastronómica arraigada en la sociedad vasca con diferentes manifestaciones en la sociedad. Ello ha logrado que la sociedad vasca aprecie el producto local y el producto de calidad, promoviendo así unos hábitos de compra y unos hábitos de consumo de restauración de alta calidad. No obstante, los cambios de estilos de vida están conllevando que tanto en las familias como en sociedades o en el sector HORECA dicha cultura gastronómica, el hábito de cocinar, el consumo de producto local fresco esté en proceso de transformación. Es por tanto necesario establecer medias que promuevan la solidez de la cultura gastronómica y la valoración y consumo del producto local de la sociedad vasca.

Todos estos retos tienen un carácter transversal e impactan en todas las empresas independientemente de su posición en la cadena de valor, sin embargo, algunos de estos desafíos tienen mayor peso específico en unas determinadas empresas que otras. En la siguiente figura se hace un resumen de la estimación del impacto en los diferentes eslabones de la cadena de valor.



6. PLAN ESTRATÉGICO GASTRONOMÍA Y ALIMENTACIÓN

6.1. MISIÓN Y ALCANCE DEL PLAN

Impulsar, promover y desarrollar la **gastronomía y la alimentación como un sector estratégico para la economía de Euskadi** por su capacidad para generar empleo y actividad económica, conservar el patrimonio cultural gastronómico y los recursos naturales y paisajísticos. Fomentar políticas y herramientas de promoción de la gastronomía e industria agroalimentaria, en especial, la que tracciona un producto local de calidad y saludable, que impulsa la sostenibilidad, la creación de una propuesta de valor turística de calidad y la difusión internacional de la marca Basque Country.

**Una cadena de Valor de la Gastronomía y Alimentación:
Saludable, Segura, Singular y Sostenible
(social, cultural, económica y medioambientalmente).**

Por su amplio alcance, el Plan de la Gastronomía y Alimentación se solapa en responsabilidades con otras Viceconsejerías y Departamentos. Con el fin de facilitar la interpretación del contenido del Plan, resulta conveniente aclarar que cubre los siguientes ámbitos:

- **Todas las políticas y herramientas de promoción industrial del sector de la gastronomía y alimentación** incluyendo expresamente las que son competencia de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria y del Departamento de Hacienda (instrumentos de financiación). En estos casos, el Plan de la Gastronomía y Alimentación hace suyas las políticas ya definidas en dichos ámbitos, o promueve nuevas líneas de trabajo a desarrollar conjuntamente.
- **Todas las políticas de competencia del Gobierno que afectan específicamente a los factores de competitividad de las industrias agroalimentarias y pesqueras** (innovación tecnológica y no tecnológica, emprendimiento, promoción de la calidad y la comercialización). La Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria las lidera en sus ámbitos de responsabilidad y en resto de casos apoya a la Viceconsejería o el Departamento correspondiente.

Dado el carácter multidisciplinar del PEGA será necesario **una permanente coordinación con otras áreas del Gobierno y de las Diputaciones Forales.**

6.2. VISIÓN

Convertir a Euskadi en un **referente mundial en el ámbito Gastronómico y Alimentario**, por sus atributos de Calidad y Sostenibilidad económica, social, cultural y medioambiental de toda la Cadena de Valor.

La Cadena de Valor alimentaria es un sector económico muy significativo en la economía vasca con posibilidades de alcanzar cotas de crecimiento aún mayores, tanto de aportación de riqueza a la economía vasca, como de generación de empleo. Este crecimiento se debe desarrollar teniendo muy presente la sostenibilidad, es decir, respetando el entorno, el medioambiente, contribuyendo a la transmisión de nuestra cultura a través de la autenticidad y, en definitiva, mejorando el bienestar de la sociedad vasca. Con estas premisas y apoyándonos en el talento y conocimiento existente nos permitirá un mayor reconocimiento a nivel mundial de nuestra sociedad y que seamos identificados como una potencia en materia gastroalimentaria.

Para la consecución de esta visión y poder desarrollar una nueva política en materia gastroalimentaria, se plantea este Plan Estratégico de la Gastronomía y Alimentación articulado como un plan estratégico del XI programa de Gobierno para la presente legislatura, y que está alineado con el resto de estrategias de Gobierno y coordinado con otros planes, especialmente con el Plan Ciencia y Tecnología, el Plan de Salud, el Plan de Industrialización, el Plan de Empleo y el Plan de Turismo, Comercio y Consumo.

6.3. PRINCIPIOS DEL PLAN.

El Plan Estratégico de Gastronomía y Alimentación se construye sobre la base de unos principios que, tomando como base los criterios que han guiado la política y prioridades del Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras en relación con la Alimentación, y se actualizan en base a los retos y necesidades futuras del sector.

Impulso de una cadena de valor vertebrada y transversal. Apuesta por incrementar la producción de alimentos en el País Vasco, reforzando el peso de la cadena de valor de la alimentación en la economía vasca. Apostamos por impulsar y reforzar el ecosistema de la alimentación y alcanzar la dimensión necesaria para competir de forma sostenible, y ser referente a nivel nacional e internacional en materia de alimentación, gastronomía y turismo enogastronómico. Un ecosistema que haga del País Vasco un territorio atractivo para atraer inversión, reducir la balanza comercial y desarrollar proyectos en cooperación con cadenas alimentarias completas, desde la investigación hasta el mercado y desde la producción hasta la restauración.

Apuesta por una industria competitiva. Hoy en día, en un mercado y competidores globales, es necesario empresas y explotaciones más competitivas por su capacidad en generar valor añadido y eficiencia de sus procesos. Un sector atractivo, generador de empleo de calidad y riqueza económica sostenible capaz de atraer y retener talento e inversión, donde la apuesta por la incorporación continua de nuevas tecnologías y conocimiento será una permanente prioridad.

Colaboración multiagente. La colaboración interinstitucional y la colaboración público–privada como vía para lograr los objetivos estratégicos, reinventando algunas de las formulas tradicionales que presentan ciertos síntomas de agotamiento. Queremos liderar estas vías de cooperación, que permitan un mejor alineamiento de todos los agentes en superar los importantes desafíos y aprovechar todas las sinergias que ofrece la cooperación multiagente en toda la cadena de valor.

Foco en las Personas. Las personas, su talento y generosidad han sido claves para conseguir el nivel de relevancia internacional del sector. Este Plan debe apoyar a las personas del sector como agentes de cambio en todas las dimensiones de realidad empresarial, el alcance de sus actuaciones e impacto social, ya que la alimentación y gastronomía son una palanca para solucionar problemas sociales (salud poblacional, hábitos, estilos y calidad de vida, etc.).

Apuesta por Desarrollo Sostenible del Territorio. Un sector basado en la economía “azul y verde” clave para impulsar procesos de producción sostenibles respetuosos con los recursos naturales y paisajísticos del territorio. Las raíces del sector de la gastronomía y alimentación forman parte de la cultura vasca y en ellas nos tenemos que apoyar para impulsarnos hacia el futuro fomentando y manteniendo su singularidad: respecto por el producto de proximidad de calidad, respeto y conservación del patrimonio natural, valores compartidos y reconocidos por la sociedad. Además, un desarrollo que facilite la implantación de proyectos industriales y nuevo emprendimiento en el medio rural y litoral.

Creación de Soluciones Saludables para las Personas. El envejecimiento saludable actuando de forma preventiva desde las primeras etapas de la vida, ofreciendo productos naturales, seguros y saludables como compromiso de la Gastronomía y la Alimentación con la sociedad vasca, europea y mundial.

Agilidad y flexibilidad. Los cambios son permanentes y exigen una política integral ágil y flexible capaz de adaptarse con rapidez a las nuevas necesidades de las empresas. Necesitamos espíritu crítico sobre nuestras propias actuaciones, una actitud de revisión y cuestionamiento permanente, y encontrar el equilibrio entre la planificación a tres o cuatro años y la adaptación a las realidades que vayan surgiendo.

Focalización de esfuerzos y orientación a resultados. La necesidad de incrementar la eficiencia en el uso de recursos públicos nos obliga a focalizar las políticas y acciones allá donde más impacto puedan generar y evaluar permanentemente dichos efectos, actuando en consecuencia.

6.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Como es natural, el Plan de la Gastronomía y Alimentación hace suyos los objetivos del Programa de Gobierno y del Programa Marco por el Empleo y la Reactivación Económica en los que más puede incidir. Así, en primer lugar, se puede hablar de tres objetivos finales de referencia, relacionados con el bienestar de la ciudadanía vasca:

- Más empleo. Reducir el paro por debajo del 10%.
- Más riqueza. Alcanzar el 125% del PIB per cápita de la UE.
- Mejor distribución de la riqueza. Reducir en un 20% la tasa de pobreza.

Junto a ellos, se marcan otro objetivo cuantitativo cuya responsabilidad atañe directamente a este Plan:

- Mayor peso económico de la Cadena de Valor Alimentaria en la Economía vasca. Que la Gastronomía y Alimentación alcancen el 12 % del PIB.

Partiendo de este marco previamente establecido, el Plan de la Gastronomía y Alimentación se marca estos otros objetivos:

- Fortalecer el sector, aumentar la producción y consumo de productos locales con atributos diferenciadores de calidad, seguridad y sostenibilidad.
- Potenciar una industria transformadora conectada con los productores y clientes, competitiva por su eficiencia y capacidad para generar valor añadido aportando soluciones saludables y de conveniencia.
- Facilitar un salto cualitativo al sector de la Gastronomía vasca por sus atributos de innovación y calidad en el mercado global y proyectarla internacionalmente bajo la marca Basque Country.
- Lograr una mejora generalizada de la competitividad de todos los agentes de la Cadena de Valor alimentaria en su conjunto, a través de la innovación, incorporación de nuevos conocimientos y cooperación de todos los agentes.
- Consolidar el posicionamiento y notoriedad de Euskadi a nivel mundial convirtiéndolo en territorio de referencia en materia de alimentación y gastronomía y un territorio atractivo para el turismo de calidad.
- Mejorar la cualificación del personal del sector gastronómico y alimentario.
- Aumentar el bienestar social y calidad de vida de la población vasca a través de una alimentación saludable, singular y segura. Población sensibilizada.
- Generar empleo sostenible en la cadena alimentaria con especial atención sobre el sector primario.

6.5. EJES Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

Considerando las diferentes realidades de los distintos sectores descritas en el apartado de Cadena de Valor, así como el cruce de los factores de la matriz DAFO realizado, y tomando siempre como referencia los principios y objetivos estratégicos definidos, el impulso a la Gastronomía y Alimentación vasca durante la presente legislatura se estructurará en torno a 6 ejes estratégicos.

Estos ejes presentan un carácter transversal para los diferentes eslabones de la cadena de valor (producción, transformación, distribución y gastronomía), y se desplegarán en 23 líneas de actuación. Algunas de las líneas y acciones presentarán asimismo carácter transversal o, podrán estar enfocadas específicamente a alguno de los eslabones de la cadena.

APOYO A LAS PYMES PARA GENERACION DE NEGOCIO	INTERNACIONALIZACION Y DESARROLLO MERCADOS	TECNOLOGIAS Y CONOCIMIENTO PARA NEGOCIOS DE VALOR AÑADIDO
1. Instrumentos de financiación adaptados y focalizados en las prioridades del Plan 2. Formación directiva y apoyo a la innovación no tecnológica en las Pymes 3. Intra-Emprendimiento empresarial	1. Promoción triángulo Alimentación-Gastronomía-Turismo 2. Apoyo a los proyectos de exportación de productos vascos 3. Promoción de productos locales de calidad y sostenibles 4. Fomento del ecosistema vasco de Gastronomía y alimentación basado en la marca Basque Country, imagen y comunicación	1. Empresas conectadas con las personas 2. Nuevos sistemas de producción y elaboración más sostenibles y procesos automatizados y eficientes 3. Alimentos saludables y de conveniencia 4. Omnicanalidad
PERSONAS, CULTURA, Y CAPACITACION. EMPLEO DE CALIDAD	PROYECTOS ESTRATEGICOS Y TRANSFORMADORES	CONTEXTO PARA LA COMPETITIVIDAD
1. Gastronomía y Alimentación Saludable en programas formativos 2. Programas para desarrollar, atraer, retener el talento y fomentar la incorporación de tecnólogos a las empresas 3. Más empresas innovadoras 4. Promoción de la Cultura Gastronómica	1. Atracción de inversión al sector 2. Generación de proyectos tractores colaborativos en las prioridades RIS3 3. Potenciar inversiones tecnológicas estratégicas de las empresas con capacidad de arrastre del sector	1. Cooperación interinstitucional y público-privada 2. Apoyo a las alianzas, clusters y concentraciones para ganar masa crítica 3. Apoyo a los agentes sectoriales de la RVCTI para la transferencia y cooperación empresarial 4. Promover iniciativas en zonas más desfavorecidas en el mundo rural y litoral

En todas las líneas de actuación se tendrá en cuenta el encaje con el Programa NIREA, en tanto correspondan a la adopción de compromisos de los diferentes agentes con el desarrollo sostenible de nuestro sector primario y medio rural y litoral, y la puesta en valor del mismo.

6.5.1. APOYO A LAS PYMES Y EMPRESAS¹ PARA GENERACIÓN DE NEGOCIO.

En este apartado se engloban una serie de medidas y líneas de actuación con entidad propia que se dirigen con carácter prioritario a las pequeñas y medianas empresas, que son las principales destinatarias de la actividad del Gobierno Vasco de promoción de actividad económica y fomento de las inversiones en nuevos activos productivos y tecnológicos.

Sin embargo, los retos que presenta el sector y dado su potencial de crecimiento y debemos trabajar para favorecer la competitividad de las empresas en toda la cadena de valor actuando en diversas áreas que son palanca para el desarrollo de las mismas, como son los nuevos instrumentos de financiación (que deben ajustarse a la líneas de actuación y prioridades del nuevo contexto definido en los marcos comunitarios de apoyo a las pymes establecidos en el Programa de Desarrollo Rural (PDR) 2014-2020 y por el fondo de las políticas marítima y pesquera (FEMP) 2014-2020) y con base en otro tipo de directivas europeas dirigidas a la implantación del conocido “Plan Juncker”, la capacitación directiva, el fomento de la innovación no tecnológica y nuevos modelos de negocio por su efecto tractor en toda la estrategia de las empresas y, por último, el apoyo para el desarrollo de nuevas ideas de negocio con capacidad de crecimiento apoyando el intra-emprendimiento empresarial y a los jóvenes emprendedores.

a) Impulsar instrumentos de financiación de apoyo a las empresas

- Apoyar el desarrollo de nuevas inversiones de modernización o creación de nueva actividad económica mediante el programa SENDOTU en colaboración con entidades financieras y el Instituto Vasco de Finanzas.
- Desarrollo de un nuevo programa de apoyo a pymes con dificultades de circulante para facilitar el desarrollo de negocio y que alcancen una situación de estabilidad financiera.
- Impulsar la inversión productiva a través del programa LEHIATU, orientado a favorecer la competitividad empresarial mediante la incorporación de nuevas tecnologías más eficientes para la mejora de la transformación y comercialización de productos alimentarios.
- Apoyar a las pymes en sus programas de inversiones de I+D.
- Impulsar la creación de fondos vascos de inversión privados con foco en el desarrollo de nueva actividad económica y negocio en el sector.
- Reforzar el apoyo a las empresas, especialmente a pymes o nuevas empresas de base tecnológica con potencial de crecimiento, a través de HAZILUR (préstamos participativos y participaciones en capital) en colaboración con fondos de inversión privados.
- Ofrecer acompañamiento individualizado a empresas en dificultades, recurriendo a las actuaciones y los instrumentos públicos que resulten más adecuados en cada caso.

¹Se refiere a todo tipo de empresas de toda la cadena de valor, desde las explotaciones del sector primario, industrias transformación, comercialización y empresas del sector HORECA.

b) Potenciar la formación directiva de pymes, con especial atención a las empresas más pequeñas y apoyo a la innovación no tecnológica

- Impulsar a partir de la actualización del diagnóstico de necesidades los programas de formación para directivos a través de la colaboración con escuelas de negocio y centros de formación especializados en el sector en áreas de conocimiento prioritarias.
- Incorporar a empresas de la Gastronomía y Alimentación en los programas de gestión avanzada Innobideak-Kudeabide e Inobideak-Prestakuntza actualizando los contenidos formativos en colaboración con el Cluster de la IIAA, con las Asociaciones de Hostelería y Restauración y con otras asociaciones que representen al sector de la restauración.
- Desarrollar la estrategia dirigida a la diversificación de productos y mercados mediante el apoyo en la adquisición de conocimientos en marketing avanzado, gestión de clientes y políticas comerciales, criterios de compras emergentes...
- Conseguir la participación y reconocimiento de empresas de la Gastronomía y Alimentación en los programas de gestión avanzada del Gobierno Vasco.

c) Posicionar a Euskadi como un territorio atractivo para el intra-emprendimiento empresarial

- Programa de Becas para emprendedores a través de iniciativas de Innovación abierta para activar la participación de estudiantes y jóvenes emprendedores en la búsqueda de soluciones para los retos del sector.
- Desarrollo de un programa de aceleración de “start-ups” gastro-alimentarias en colaboración con todos los agentes del ecosistema gastro-alimentario vasco (AZTI, BCC, Hazi y NEIKER) y con empresas tractoras y de referencia en la cadena de valor.
- Realizar convocatoria internacional a emprendedores para incubar nuevos negocios que quieran instalarse en el País Vasco.
- Mejora en los procesos de solicitud de ayudas, servicios de apoyo y programas financieros (ventanilla y portal únicos) para los emprendedores.
- Ofrecer diversas alternativas de financiación e inversión a las nuevas empresas (Hazilur y fondos vascos de inversión privados), así como el apoyo necesario en todos los ejes para su fijación en el territorio, con discriminación positiva a las zonas rurales y litorales.
- Definir un plan para consolidación y crecimiento de proyectos de excelencia gastronómica.

6.5.2. INTERNACIONALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS LOCALES Y ESTATALES.

El Gobierno Vasco ha desarrollado históricamente un apoyo a las empresas alimentarias vascas en su estrategia de internacionalización y acceso a nuevos mercados. Con el presente Plan queremos reforzar y dar un salto cualitativo en cantidad y calidad para hacer frente a los nuevos retos y a una competencia internacional cada vez más fuerte y numerosa. Somos conscientes que es necesario focalizar y desarrollar un marco de apoyo personalizado, segmentando las acciones de apoyo y combinando instrumentos tradicionales como es la participación en ferias internacionales con misiones inversas y otras nuevas formas de relación con los clientes internacionales, no sólo para ganar nuevos mercados sino para atraer a Euskadi a nuevos clientes para el sector de la Gastronomía.

La Gastronomía y Alimentación aportan notoriedad y atributos de calidad e innovación a la marca Basque Country, y sobre ellos, vamos a seguir construyendo un plan de promoción internacional y el desarrollo de mercados con potencial importante de crecimiento como son el estatal y el local.

a) Promoción internacional del triángulo Alimentación-Gastronomía-Turismo

- Promover la creación de un grupo de trabajo entre el GOVA y los agentes de la cadena de valor para diseñar y elaborar un plan de comunicación integral compartido.
- Consolidar el Basque Culinary World Prize como el premio gastronómico de referencia mundial.
- Desarrollar un programa de apoyo a las empresas vascas que se presenten a reconocimientos internacionales de prestigio para incrementar la imagen y notoriedad internacional de Euskadi.
- Fomentar la creación de una red internacional de establecimientos gastronómicos vascos que bajo la marca paraguas BASQUE COUNTRY trasladen atributos de calidad, innovación y salud.
- Impulsar la creación de una red internacional de tiendas comerciales que bajo la marca paraguas BASQUE COUNTRY impulsen la venta y comercialización de los productos vascos.
- Apoyar la participación de prescriptores vascos con relevancia mundial en foros de prestigio para promocionar la gastronomía y alimentos vascos y a Euskadi como un territorio de oportunidades para el turismo gastroalimentario de calidad.
- Cooperar con Basquetour para incorporar a la Gastronomía y Alimentación en sus acciones de promoción internacional como una de las señas de identidad de Euskadi en el mundo.
- Impulsar la presencia de Euskadi en redes internacionales en materia de gastronomía y alimentación (REGAL...)

b) Apoyo a proyectos de exportación de alimentos del País Vasco (producidos y/o transformados)

- Apoyo a la internacionalización de la PYME alimentaria mediante ayudas a la asistencia a ferias o misiones comerciales y específicamente a la promoción del vino en países terceros de la UE (OCM vino).
- Desarrollar capacidades de inteligencia competitiva al servicio de las empresas de toda la cadena de valor aprovechando las diversas infraestructuras con las que cuenta el GOVA. Especialización de los servicios.
- Impulsar mediante ayudas la incorporación en las empresas de personas capacitadas y con experiencia en el marketing y comercio internacional.
- Facilitar la participación de las empresas mediante servicios de valor añadido en ferias y eventos internacionales y estatales.
- Atraer a Euskadi misiones inversas de compradores de productos y servicios que sirvan de punto de encuentro para ofrecer las capacidades y oferta de productos de las empresas de la gastronomía y alimentación.
- Crear nuevos instrumentos de financiación de actividades de internacionalización adaptados a las necesidades de las empresas.
- Traccionar e impulsar la colaboración entre empresas y consorcios exportadores para ser más eficientes y conseguir efectos sinérgicos en el desarrollo de mercados internacionales.

c) Promoción de productos locales de calidad y sostenibles

- Revisar la política de marcas de calidad y reforzar las acciones de generación de marca, imagen y comunicación entorno a los productos vascos con distintivos de calidad.
- Apoyar la creación de nuevos reconocimientos de calidad en productos con importante volumen de producción y potencial de mercado alto. Desarrollar productos con doble certificación: calidad y ecológico.
- Facilitar a los productores la cooperación en el desarrollo de una estrategia multicanal y también de la omnicanalidad para los productos vascos con marcas de calidad.
- Apoyar la consolidación y favorecer un salto cualitativo del programa Euskadi Gastronómica.
- Apoyar a ferias y eventos en Euskadi que pongan en valor los productos locales (Gustoko...).
- Fomentar la cooperación entre la gastronomía y los productores vascos.
- Reforzar las acciones de desarrollo de mercados a nivel estatal e internacional para los productos con marcas de calidad.
- Impulsar un salto cualitativo en la iniciativa NIREA para difundir la aportación de valor del mundo rural, litoral y entorno natural en el mundo urbano y favorecer la notoriedad y consumo de los productos locales.

- Impulsar estudios socioeconómicos sobre la ventaja en sostenibilidad que suponen los circuitos cortos de comercialización.
- Cooperar con otros Departamentos del GOVA y con las empresas del sector HORECA para incorporar en los menús de colectividades productos locales.

d) Fomento del sistema vasco de Gastronomía y Alimentación basado en la marca Basque Country

- Coordinar con Acción Exterior del Gobierno Vasco un plan de promoción y comunicación de la marca BASQUE COUNTRY basado en la Gastronomía y la Alimentación.
- Atraer y fidelizar a Euskadi prescriptores internacionales (periodistas y críticos gastronómicos, bloggers...) para que actúen como promotores de nuestro sistema a nivel global.
- Apoyar la presencia internacional de agentes de innovación vascos como AZTI, BCC y NEIKER en foros de relevancia para divulgar los atributos de la gastronomía y alimentación de Euskadi.
- Impulsar la celebración en Euskadi de congresos científicos internacionales y eventos gastronómicos de repercusión internacional donde se ponga en valor el ecosistema vasco y sirvan de palanca para nuestra promoción internacional.

6.5.3. TECNOLOGÍAS Y CONOCIMIENTO PARA NEGOCIOS DE VALOR AÑADIDO.

Durante los años de crisis las empresas han implementado múltiples medidas para mejorar la eficiencia y reducir costes, aunque hay margen todavía para seguir avanzando en esa dirección en el futuro el reto será la generación de valor añadido y para ello es crítico el desarrollo e incorporación de tecnologías y conocimiento en las empresas de la Gastronomía y Alimentación de Euskadi. Es este un sector, como se ha señalado, con una gran oportunidad de crecimiento, pero necesita adaptarse continuamente y rápidamente a los cambios del entorno, con competidores globales, presión cada vez mayor sobre las materias primas, en un entorno de guerra por el precio en la distribución y con un consumidor cada vez más exigente en prestaciones y menos fiel a las marcas. En este escenario, la clave es innovar en todas las áreas. La innovación en producto es sólo una más y no la trascendental para tener éxito comercial y garantizar la sostenibilidad de las empresas y explotaciones.

a) Empresas abiertas y conectadas con las personas para ofrecer mejores soluciones y adelantarse a las necesidades de los consumidores

- Facilitar a las empresas de toda la cadena de valor el acercamiento al cliente combinando la digitalización con la gestión de Big Data para poder anticiparse al comportamiento y necesidades de los consumidores.
- Impulsar proyectos demostrativos en la cadena de valor, transversales entre productores, transformación, distribuidores y HORECA para combatir la brecha digital en las pymes.
- Impulsar el uso de nuevas tecnologías en proyectos demostración como el Block-Chain para garantizar la trazabilidad de la información entre productores y consumidores y generar una mayor confianza en el ecosistema vasco de la Gastronomía y Alimentación.
- Apoyar la realización de estudios sobre neuromarketing y conductas de los para desarrollar servicios adaptados a cada segmento.
- Impulsar en Euskadi la creación de un laboratorio de compras y consumo de alimentos (shopper lab) para realizar estudios in situ con consumidores.
- Apoyar la realización de estudios sobre tendencias alimentarias en el retail y en el canal HORECA que sirvan como observatorio permanente de los cambios del mercado.

b) Nuevos sistemas de producción más sostenibles, automatizados, eficientes y seguros para ganar en competitividad

- Apoyo a la I+D para desarrollo de sistemas de producción más seguros libres de antibióticos, pesticidas y otros contaminantes químicos o biológicos con impacto en la salud de las personas.
- Incorporación de tecnología y de nuevos equipos, procesos o sistemas de conservación de alimentos que permitan alargar la vida media comercial.
- Fomentar la incorporación de TICs y sensores de precisión a la agricultura y ganadería que permita evolucionar hacia la agricultura y ganadería de precisión aumentando la calidad, seguridad y disminuyendo los costes de producción y los desperdicios.
- Impulsar la mejora de la eficiencia de los procesos de producción y comercialización por la incorporación de nuevas tecnologías que permitan la reducción de costes, la trazabilidad integral y la información al consumidor. Actuando en toda la cadena PRE-PRODUCCIÓN: Orientado a diseñar los productos desde el mercado, PRODUCCIÓN mejora de procesos y automatización que mejoran la calidad y los controles, así como, los costes, y, POSTPRODUCCIÓN en el ámbito de asistencia al distribuidor, cliente...
- Apoyar económicamente mediante los programas LEHIATU y SENDOTU la incorporación de nuevas tecnologías que permitan a las empresas dar un salto cualitativo y cuantitativo en sus procesos productivos en alguna de las cualidades del mismo.
- Implantar nuevos sistemas homogéneos de evaluación y comunicación de la sostenibilidad de los alimentos en toda la cadena de valor.
- Implantación del sistema Environmental Product auspiciado por la UE en los productos producidos y transformados en Euskadi, con especial prioridad en:
 - i. Productos con distintivos de calidad.
 - ii. Otros productos elaborados y transformados en Euskadi.
 - iii. En menús gastronómicos de colectividades y HORECA.
- Impulsar y fomentar la mejora de la eco-eficiencia en la cadena de valor mediante la reducción del uso de recursos (agua, energía, aditivos químicos, envases...). Apoyar proyectos de cooperación transversales en la cadena de valor.
- Transferir e implantar en las empresas la metodología de eco-diseño de alimentos para reducir las mermas y el impacto ambiental de la actividad.
- Reducir el desperdicio alimentario a través de campañas de sensibilización, guías de ahorro y eco eficiencia para el canal HORECA y formación en el desarrollo de soluciones y buenas prácticas en todos los eslabones de la cadena alimentaria.
- Promover la cooperación logística y reto-logística de las empresas que abastecen los diferentes canales de comercialización y el HORECA.
- Desplegar, conjuntamente con ELIKA, el Plan de Coordinación de Investigación en Seguridad Alimentaria diseñado para apoyar proyectos de I+D+i en esta materia.

c) Alimentos saludables y de conveniencia para una mayor aportación de valor añadido a las personas

- Impulsar la I+D en cooperación entre los agentes de la RVCTI y las empresas de acuerdo a las prioridades del plan de especialización inteligente RIS3 del Gobierno Vasco: alimentación y salud, para generar evidencias que permitan ofrecer a las personas soluciones preventivas y avanzar hacia la dieta personalizada.
- Apoyar el desarrollo de proyectos colaborativos en fase demostración que permitan mejorar la dieta de las personas y que integren soluciones globales desde las TICs, las tecnologías OMICAS y la tecnología alimentaria.
- Apoyar el desarrollo de soluciones saludables y nuevos productos desde las empresas y desde el canal HORECA con especial foco en la prevención de la obesidad infantil, en atender las necesidades de las personas mayores y en las personas con cronicidad (índice glucémico, cáncer...).
- Fomentar la investigación empresarial en el desarrollo de nuevas variedades e ingredientes y en recetas más saludables, especialmente en la producción, transformación y canal HORECA.

- Impulsar en las empresas innovaciones para adecuar los productos a los cambios demográficos y sociales ofreciendo soluciones de conveniencia adecuadas a los diferentes segmentos poblacionales.

d) Omnicanalidad

- Apoyar y fomentar el desarrollo de proyectos que permitan la digitalización en las pequeñas y medianas empresas de todos los procesos de venta, servicio y comunicación con el cliente y consumidor y la evolución al desarrollo de la omnicanalidad.
- Formar e informar a las empresas de lo que supone la omnicanalidad, de las ventajas y oportunidades, así como los riesgos de quedarse fuera.
- Impulsar proyectos en cooperación transversales en la cadena de valor, con especial prioridad en los productos con marca de calidad.
- Facilitar el desarrollo de proyectos piloto entre el sector HORECA y sus clientes, y, entre la distribución y productores locales.

6.5.4. PERSONAS, CULTURA Y CAPACITACIÓN. EMPLEO DE CALIDAD.

La competencia por el talento será en el futuro clave para poder ser competitivos. Los perfiles profesionales de las empresas deben evolucionar con rapidez y flexibilidad a los cambios continuos que experimenta el mercado, por lo que es necesario ajustar la oferta a la demanda laboral de las empresas para potenciar tanto la competitividad de nuestras empresas como la calidad de los puestos de trabajo.

Los instrumentos para responder a este reto residen principalmente en los Departamentos de Educación y Empleo, pero el Plan de la Gastronomía y Alimentación no puede obviar estos retos, por su elevado impacto en la competitividad del sector. Aun así, se establecen las siguientes líneas de actuación:

a) Sensibilización y Capacitación de Personas en las nuevas necesidades de conocimientos del sector y en la importancia de una alimentación saludable

- Promover que la Gastronomía y Alimentación saludable y sostenible esté presente en programas formativos y educativos a todos los niveles: educación primaria y secundaria, formación profesional, escuelas de hostelería y gastronómicas, etc.
- Colaborar con el Departamento de Salud en el programa de Alimentación Saludable para sensibilizar a la población y a las empresas del sector del impacto de la cultura preventiva en la calidad de vida de las personas.
- Impulsar el desarrollo de formación adaptada a las necesidades de sectores profesionales específicos (producción de alimentos, industria alimentaria, HORECA...) a partir de un diagnóstico de las necesidades actuales y meta de cada segmento.
- Promover la coordinación de los programas formativos de la formación profesional y las escuelas agrarias, de hostelería y gastronomía para atender las necesidades del sector.
- Apoyo a la formación para profesionales en gastronomía de alto nivel para provocar un salto cualitativo en el sector mediante máster de especialización desarrollados por el BCC.
- Facilitar la colaboración entre las escuelas de formación profesional, escuelas agrarias, escuelas de hostelería y gastronómicas con la Universidad para conseguir perfiles profesionales con competencias adecuadas a las necesidades futuras del sector.
- Potenciar modelos de formación dual o similares en la enseñanza universitaria. Extender los programas de formación dual a los centros tecnológicos y los departamentos de I+D de las empresas.

b) Apuesta por desarrollar, atraer y retener el talento como factor de competitividad futura

- Poner en marcha un sistema de prospectiva de necesidades laborales a corto plazo en colaboración con la Federación de Cooperativas Agrarias, el Cluster de la IIAA, Asociaciones de Hostelería y otras asociaciones que representen al sector de la restauración y de la alimentación.
- Promover a las empresas nuevos modelos de integración en el mercado laboral (por ejemplo, formación dual), con especial referencia a las empresas del sector primario.
- Impulsar acciones en colaboración con el BCC para captación de talento e identificación de los futuros referentes en materia gastronómica facilitando su fijación en Euskadi.
- Desarrollar programas de comunicación y sensibilización para atraer jóvenes profesionales a todos los segmentos de la cadena de valor, con discriminación positiva al sector primario, para favorecer el relevo generacional.
- Apoyar mediante programas de becas la incorporación de jóvenes tecnólogos e investigadores a las empresas y a los agentes de innovación.
- Impulsar programas para estancias de investigadores y tecnólogos en empresas y personal técnico de empresas en agentes de la RVCTI.
- Apoyar la transferencia de personal de la RVCTI a empresas del sector.

c) Más empresas innovadoras para incrementar la inversión en innovación e incrementar la competitividad del sector

- Impulsar la difusión de casos de éxito de proyectos de innovación desarrollados por pymes con resultados de impacto en los negocios o procesos. Generar cultura por la innovación.
- Análisis de casos de éxito internacional con alto potencial de réplica en Euskadi.
- Fomentar foros de participación en talleres de creatividad y co-creación inter e intra-sectorial en la cadena para afrontar retos comunes.
- Apoyar los premios a la innovación empresarial en desarrollo por el Cluster de la IIAA y AZTI para reconocer las buenas prácticas en innovación tecnológica y de producto, así como, la innovación no tecnológica en procesos y desarrollo de mercados.
- Fomentar la generación de grupos y seminarios de trabajo para pymes y micropymes para presentarles novedades y formarles en relación con las tendencias del mercado, nuevos productos y tecnologías.
- Impulsar la creación de un foro y blog de innovación donde las empresas y los agentes de la red puedan compartir y difundir resultados de sus proyectos, sus necesidades, oportunidades...
- Apoyar la realización de diagnósticos tecnológicos y capacidad de innovación de pymes para facilitar el desarrollo de planes de innovación.

d) Promoción de la cultura gastronómica

- Impulsar programas de sensibilización de cultura gastronómica y producto local en los diferentes niveles educativos: educación primaria, secundaria, bachillerato, formación profesional y universidades.
- Diseñar y desarrollar un programa de promoción de la gastronomía vasca y producto local en sociedades gastronómicas.
- Seguir construyendo identidad a través de la revalorización del territorio, cultura y paisaje utilizando la alimentación y gastronomía.
- Promover la transferencia de la cultura gastronómica para evitar la pérdida de la autenticidad y de los valores
- Realizar un wiki-inventario del patrimonio material e inmaterial gastroalimentario (utensilios, costumbres, recetas, productos, ...) que sirva para la ampliación y actualización de la oferta gastronómica.
- Cooperar con las sociedades gastronómicas, ikastolas y colegios para impulsar y socializar las ventajas de la cultura gastronómica vasca y sensibilizar a las personas de las ventajas de una alimentación saludable y sostenible.

6.5.5. PROYECTOS ESTRATÉGICOS Y TRANSFORMADORES.

La implementación de las medidas descritas en los apartados anteriores y apoyo a las pymes puede ser complementada con el desarrollo de proyectos estratégicos y transformadores del sector que sirvan como referencia para la diversificación, la generación de nuevas oportunidades de negocio o la creación de infraestructuras tecnológicas de apoyo a toda la cadena de valor. Estos proyectos deben suponer un salto cualitativo en el sector y ser capaces de generar empleo de calidad. Deben ser proyectos liderados por la iniciativa e inversión privada contando con el apoyo público allí donde resulte necesario.

La creación del BCC recientemente es un buen ejemplo de lo que puede ser un proyecto transformador del sector y de la colaboración público-privada. En la medida que las infraestructuras del país continúan completándose es más difícil encontrar nuevos proyectos tractores, pero no por ello deben dejar de explorar nuevas iniciativas que ofrezcan oportunidades de mejora para el sector y sirvan para aumentar el atractivo de Euskadi para atraer inversión o al intra-emprendimiento.

a) Facilitar el desarrollo de proyectos con capacidad transformadora y atracción de inversión al sector

- Desarrollo de una feria internacional World Food Congress: Food for Future con sede en Euskadi que sea el escaparate de las innovaciones mundiales sobre cómo será la producción, transformación, distribución, preparación y consumo de los alimentos en el futuro.
- Atraer a inversión extranjera a Euskadi para la implantación de proyectos productivos tanto en el área gastronómica como en el de la producción de alimentos y en la industria alimentaria.
- Impulsar la consolidación de un fondo de inversión privado para apoyar el crecimiento y desarrollo de proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento.
- Atraer a inversión extranjera a Euskadi para la implantación de proyectos productivos tanto en el área gastronómico como en el de la industria alimentaria.
- Acompañar a las empresas en proyectos de concentración empresarial que les permita aumentar la masa crítica necesaria para competir y acometer proyectos empresariales de mayor envergadura.
- Impulsar la implantación de unidades de I+D empresarial de grupos alimentarios con dimensión internacional en Euskadi aprovechando las sinergias con el sistema de innovación vasco.

b) Generación de proyectos tractores colaborativos

- Impulsar el desarrollo de proyectos estratégicos de innovación industrial en los ámbitos priorizados en el plan de especialización inteligente RIS3 en el área de alimentación saludable y nuevos sistemas de producción de alimentos seguros y sostenibles.
- Fomentar la ideación y desarrollo de proyectos de I+D+i de excelencia científico – tecnológica de gran dimensión económica, con integración vertical (participación de diferentes agentes de la cadena de valor) y horizontal (ámbito de actuación compartido con otras áreas del RIS3) e impacto empresarial y social.
- Impulsar el desarrollo de una línea de negocio orientada a un turismo de calidad basándose en las fortalezas de Euskadi para crear nuevas empresas en el segmento Premium de Turismo Gastronómico Saludable.
- Fomentar e impulsar el turismo rural vinculado a una oferta de servicios relacionados con la agricultura y ganadería, productos de primera transformación y enoturismo.
- Fomentar la producción ecológica a través de acciones que incidan en toda la cadena de valor: producción, transformación, comercialización y consumo, priorizando aquellas orientaciones productivas de mayor potencial de crecimiento y sostenibilidad.
- Impulsar proyectos tractores en el sector de la Bioeconomía y alimentación circular mediante el aprovechamiento del ciclo completo de la cadena de valor de la alimentación en el País Vasco (producción, transformación, venta, reutilización y aprovechamiento de subproductos).

c) Potenciar inversiones tecnológicas estratégicas en colaboración con las empresas con capacidad de arrastre del sector

- Creación del FOOD INTELLIGENCE CENTER una aceleradora de nuevas empresas con proyección internacional y coordinar su actividad con la actividad emprendedora el KIC EIT FOOD.
- Apoyar la sede del KIC EIT FOOD en Euskadi para impulsar proyectos de carácter internacional en las áreas de innovación y generación de nuevas ideas de negocio en el sector.
- Apoyar la creación de un laboratorio para estudio del comportamiento del consumidor que incorpore las últimas tecnologías en neuromarketing, análisis fácil, seguimiento ocular.... para apoyo a las áreas de marketing de las empresas, tanto industriales como del sector HORECA, en el diseño de nuevos alimentos y soluciones para los clientes.
- Colaborar en la puesta en marcha del proyecto Restaurante4.0.
- Crear el Observatorio de la Cadena Alimentaria para el seguimiento y estudio del funcionamiento de la cadena y de los precios.

6.5.6. CONTEXTO PARA LA COMPETITIVIDAD.

En este último eje del Plan de la Gastronomía y Alimentación se incluyen todas aquellas acciones que no están en los ejes anteriores, pero que son factores esenciales para el desarrollo de la competitividad del sector. Se trata de acciones para facilitar y fomentar la cooperación interinstitucional y público-privada, facilitar la cooperación empresarial, así como, el mantenimiento e impulso de la I+D en línea con la estrategia RIS3 y el desarrollo sostenible de las zonas rurales como base para mejorar la competitividad con carácter transversal en toda la cadena de valor.

a) Cooperación interinstitucional y público-privada

- Impulsar la coordinación y colaboración con otros Departamentos del GOVA para conseguir un efecto sinérgico y multiplicador de las acciones impulsadas en este Plan con las desarrolladas por los Departamentos de Salud, Educación, Medio Ambiente y Turismo y Comercio en relación con la alimentación.
- Impulsar la coordinación y colaboración con las Diputaciones Forales, EUDEL y Ayuntamientos de las tres capitales para facilitar la implantación de las acciones contempladas en este Plan, especialmente la relacionadas con la producción agrícola y ganadera más segura y sostenible y la promoción de los productos locales.
- Desplegar la Estrategia Viva de Innovación y Cooperación (EVIC) mediante la consolidación y fortalecimiento de la Alianza KATILU (Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria, INNOBASQUE, HAZI, NEIKER, AZTI, ELIKA, BCC y LEARTIKER) para facilitar el desarrollo de iniciativas innovadoras en el sector primario, el mundo rural, litoral y la industria alimentaria.
- Colaborar con OSALAN en la actualización de los planes de seguridad y salud para toda la cadena de valor con el objetivo claro de reducir la siniestralidad y mejorar la calidad de vida de las personas en el trabajo.

b) Apoyo a las alianzas, clústeres y concentraciones empresariales para ganar masa crítica

- Apoyar y colaborar con el Cluster de la Alimentación como agente aglutinante de las empresas más representativas de la producción, transformación y comercialización de alimentos de Euskadi en la implementación de su estrategia y proyectos colaborativos generadores de valor.
- Promover el asociacionismo en la gastronomía y explorar la puesta en marcha de un Cluster de Gastronomía.
- Apoyar el desarrollo de proyectos colaborativos generadores de valor para las empresas del sector como la compra energética conjunta y otros servicios, logística.... que supongan una mejora competitiva y con impacto en los resultados de las empresas.
- Fomentar el desarrollo de alianzas entre empresas de los diferentes eslabones de la cadena de valor que posibiliten el desarrollo de proyectos en Cooperación con impacto en la mejora de resultados y supongan una innovación.

- Continuar avanzando en la reestructuración sectorial, a través de la creación de agrupaciones de productores o la unión de agrupaciones existentes en los diferentes subsectores productivos, en definitiva, desarrollo de estructuras de comercialización a fin de adquirir volumen.
- Fortalecimiento o creación de estructuras entre agrupaciones de producción y empresas o agrupaciones de transformación.

c) Apoyo a los agentes sectoriales de la RVCTI para la transferencia y cooperación empresarial

- Impulsar el apoyo público a los agentes tecnológicos sectoriales para desarrollo de proyectos de I+D en las prioridades de investigación el RIS3, generar resultados con impacto en el sector y estimular la inversión privada.
- Consolidar el rol de los agentes tecnológicos sectoriales en el desarrollo de la cadena de valor, acompañándoles en el cumplimiento de los objetivos fijados en el 2015 respecto a la excelencia científica, orientación al mercado y especialización (desarrollo de evaluaciones anuales parciales, intermedia en el 2018 y final en el 2020).
- Colaborar con los programas para la incorporación de investigadores de referencia internacional en los agentes tecnológicos sectoriales.
- Implantar las iniciativas estratégicas derivadas del Grupo de Pilotaje Alimentación.
- Promover la transferencia de tecnología desde los agentes tecnológicos sectoriales a las empresas de la cadena de valor mediante el desarrollo de proyectos de demostración.
- Fomentar la participación en proyectos de I+D internacionales para desarrollar y captar tecnologías que puedan ser transferidas al sector.

d) Promover iniciativas en zonas más desfavorecidas en el medio rural y litoral

- Impulsar la creación de un parque acuícola terrestre en las antiguas instalaciones de la central nuclear de Lemoiz en la cala de Basordas.
- Apoyar proyectos que basándose en el patrimonio histórico industrial y en el cultural gastronómico permitan la construcción de iniciativas empresariales sobre las que desarrollar oportunidades de nueva actividad económica en la gastronomía, la alimentación y el turismo.
- Completar la infraestructura de banda ancha en las zonas rurales con el fin de facilitar la digitalización de las personas y empresas, aumentando el atractivo para fijar la población y el desarrollo de los pequeños negocios a través del canal digital de las empresas de la Gastronomía y Alimentación en el mundo rural.
- Impulsar el desarrollo del enoturismo sostenible vinculado al desarrollo del vino de Rioja Alavesa en el nuevo contexto de la DO Rioja y al Txakoli.
- Fomentar la producción ecológica en el entorno rural como una actividad económica de valor añadido y potencial de crecimiento.

6.6. ALIMENTACIÓN SALUDABLE: UN ALTO ESTÁNDAR DE BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA EN EUSKADI

Desde la consideración de que son las personas el eje sobre el que pivotan todas las políticas y actuaciones del Gobierno Vasco, el Plan Estratégico de Gastronomía y Alimentación considera como eje principal de los objetivos y actuaciones que propone, desde la producción en el sector primario hasta el ocio gastronómico, pasando por la transformación industrial, la sostenibilidad de la cadena de valor y la disponibilidad de productos saludables para toda la sociedad.

El enfoque de la salud en todas las políticas es también una estrategia de país del Gobierno Vasco, que queda definida en el Plan de Salud 2013-2020. El Plan de Salud recoge en su objetivo 5.2-Salud y Alimentación, el “Diseñar e implantar una estrategia de alimentos saludable para la población de Euskadi teniendo en cuenta las desigualdades sociales y de género en los patrones de consumo”. Asimismo, la Dirección de Salud Pública y adicciones del Departamento de Salud del Gobierno Vasco ha desarrollado una estrategia denominada “Iniciativas para una alimentación saludable” que en esta misma línea identifica espacios de trabajo claros y asumibles en diferentes ámbitos de la sociedad para impulsar, entre todos y todas, hábitos alimenticios más sanos y saludables. Además, en el Departamento de Salud del Gobierno Vasco se ha puesto en marcha el programa “Zaindu” para promover el consumo responsable de alcohol, promoviendo el consumo cero de alcohol entre los jóvenes. Este programa recoge 10 recomendaciones dirigidas a los diferentes colectivos, para fomentar principalmente el consumo responsable de alcohol.

La alimentación es uno de los principales factores que condicionan nuestra salud, y más aún en un contexto demográfico como el que tiene Euskadi, siendo una de las poblaciones más envejecidas del mundo. Además, Euskadi no queda libre de la epidemia de obesidad, declarada por la OMS en 1998, y que se estima como una de las causas más frecuente de morbilidad/mortalidad en los próximos 20 años.

El incremento de la esperanza de vida de las últimas décadas se ha visto estancado, entre otros factores, por el impacto de la malnutrición, entendida ésta no sólo como alimentación escasa, sino también como una alimentación inapropiada. Cabe destacar que los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU consagraron el objetivo de “poner fin a todas las formas de desnutrición”, proponiendo el desafío de terminarlo para todas las personas, para 2030. Así, durante la última década, la concienciación en torno a la nutrición ha ido creciendo paulatinamente en todo el mundo, reconociéndose la nutrición como un componente clave del desarrollo de las regiones y países.

Respondiendo a los grandes retos globales de desarrollo, la alimentación saludable es el foco y la línea conductora del presente Plan, y debe ser la contribución futura para desarrollar una sociedad de bienestar, saludable y sostenible tanto en términos de salud poblacional como en términos de sostenibilidad medioambiental, o términos económicos. Además, no sólo la salud sino también la personalización de la dieta, constituyen las dos líneas tractoras del mercado global.

Las oportunidades que genera el desarrollo de un ecosistema en torno a la alimentación saludable y personalizada son innumerables y se presentan en varios ámbitos con capacidad tractora de la industria 4.0, la digitalización, las industrias biotecnológicas y la propias cadena de valor de la Gastronomía y la Alimentación, de tal manera que puede tomar un peso muy importante en el desarrollo y economía del país, y contribuye al desarrollo de las políticas preventivas y ofreciendo territorios de oportunidad para la diversificación empresarial y generación de nuevos servicios adaptados con dimensión global.

Por un lado, con este Plan se fomentará la investigación y el desarrollo científico en primer lugar en nutrición de precisión e impacto sobre la salud; en segundo lugar, en el área de biotecnológica desarrollando no sólo nuevos métodos de diagnóstico y control, sino también en las áreas de suplementación y alimentación específicas para la adecuación de dietas personalizadas. La investigación en nutrición fomentará, a su vez, la propia en producción primaria para el desarrollo de productos con

una funcionalidad específica, así como, impulsará también la investigación en tecnologías y procesos industriales para mejorar las formulaciones de productos alimentarios y la preservación de los nutrientes.

El desarrollo de un modelo de ecosistema de alimentación saludable, contribuirá a los Objetivos de Desarrollo Sostenible y, a la vez, constituye un modelo de sociedad de políticas preventivas. Este enfoque también nos obliga a la interacción interdepartamental e interdisciplinar ya que deben tenerse en cuenta todos los eslabones de la cadena de valor alimentaria y la aplicación legislativa de cada sector, comenzando por una producción saludable, rentable y sostenible, pasando por la gastronomía, la transformación y distribución, la decisión de compra y el consumo (tanto en colectividades como el en hogar). Deberán adecuarse los planes educativos y formativos para profesionales y para crecer una sociedad sensibilizada, y se deberá trabajar el concepto de sociedad saludable desde los sistemas y desde los medios de comunicación partiendo de las características de nuestra sociedad, como es la cultura gastronómica, entre otros.

Cabe destacar que en el despliegue de la estrategia de Especialización Inteligente RIS 3, se observó que se estaba produciendo un cruce de las áreas de interés común entre los grupos de pilotaje, entre alimentación y salud, por lo que con este Plan de Gastronomía y Alimentación y el Plan de Salud se priorizará y se apoyará el desarrollo de las capacidades científico tecnológicas en Euskadi y la creación de proyectos transformadores y generadores de oportunidades de nueva actividad económica y desarrollo de conocimiento

La prevención para las futuras generaciones y la implementación del conocimiento desarrollado enfocado en la población infanto-juvenil, por un lado, y en la población sénior, por otro, supondrá un impacto positivo en el aumento de la esperanza y calidad de vida de la población de Euskadi, es decir, impacto sobre el sobrepeso y obesidad infantil y juvenil, disminución de la cronicidad, retraso de la aparición de enfermedades ligadas al envejecimiento, etc. Esto conllevará una reducción considerable del gasto sanitario del Gobierno Vasco.

Por otro lado, Euskadi conforma un país con varias características que le permiten desarrollar un modelo de sociedad saludable y sostenible:

- Por su cultura gastronómica como vía de sensibilización social y como marca Euskadi para su proyección internacional.
- Por la actividad pesquera y la cultura del consumo de pescado.
- Por el cuidado de lo tradicional y desarrollo de lo local.
- Por las estrategias de gobierno de políticas preventivas en torno a la salud como eje principal.
- Por las características demográficas de la población, con un potencial de desarrollo de mercado en torno al segmento sénior.
- Por las inversiones en innovación tecnológica e investigación en todos los sectores.
- Por la capacidad de desarrollo de un turismo en un entorno saludable.

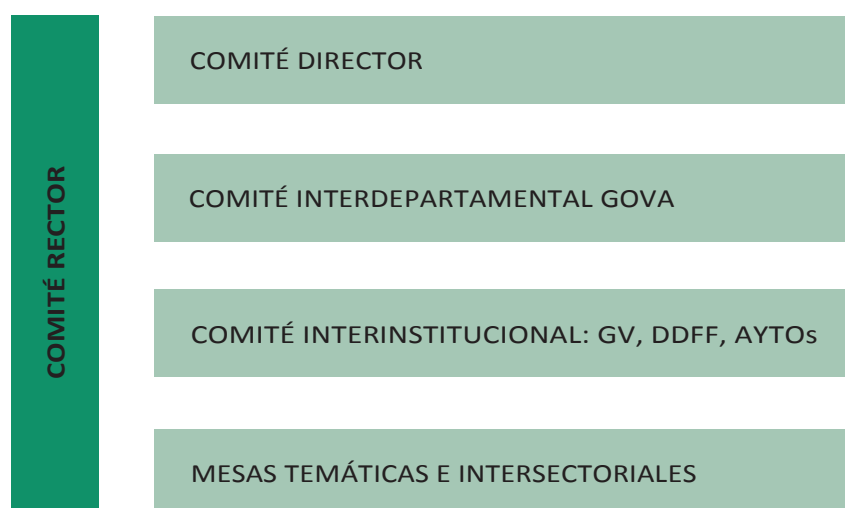
Con dichas características de país, el Plan Estratégico de Gastronomía y Alimentación y el Plan de Salud podrían permitir desarrollar un modelo de país identificativo y replicable.

7. MODELO DE GOBERNANZA, SEGUIMIENTO Y MARCO PRESUPUESTARIO

7.1. LIDERAZGO DEL PLAN

El Plan de Gastronomía y Alimentación 2017-2020 ha sido impulsado y liderado por el departamento de **Desarrollo Económico e Infraestructuras (DDEI)**, siendo gestionado y coordinado por la **Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria**.

El PEGA se alinearán con el conjunto de la acción de Gobierno y con el resto de instituciones y agentes implicados en materia gastronómica y alimentaria. Para ello ha definido los siguientes órganos de gestión del propio plan:



SEGUIMIENTO OPERATIVO: COMITÉ RECTOR

Este órgano lo compone la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria, la Fundación para el desarrollo rural y litoral del Gobierno Vasco (HAZI), el Centro Tecnológico AZTI y la Facultad de Ciencias Gastronómicas (BCC). Es el órgano de coordinación del plan a nivel operativo y entre sus funciones destacan:

- Definir y consensuar el plan.
- Ejecutar y coordinar las actuaciones previstas en el plan.
- Apoyar y coordinar las actuaciones que son responsabilidad de otros departamentos de Gobierno, así como de otras instituciones.
- Realizar el seguimiento del Plan y analizar el impacto final del mismo.

COORDINACIÓN INTERDEPARTAMENTAL.

Dado el carácter transversal de la gastronomía y alimentación, el PEGA requiere de una aportación muy relevante de otros departamentos de Gobierno Vasco que están trabajando en diferentes ámbitos de la alimentación y lo que se propone es la creación de mesas interdepartamentales y multidisciplinares, que se reunirán una vez al año para una mayor coordinación interdepartamental, generación de sinergias y hacer el correspondiente seguimiento al plan. Las áreas o departamentos que se han identificado son los siguientes:

- **Lehendakaritza.** Para la coordinación del PEGA con el Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación, con la Estrategia Internacionalización “Basque Country” 2020 y en general con el conjunto de planes estratégicos de gobierno.
- **Departamento de Educación.** Son los responsables de adaptar la oferta de perfiles laborales a las necesidades del sector gastronómico y alimentario.
- **Departamento de Turismo, Comercio y Consumo.** Coordinación y una mayor colaboración en muchas de las acciones definidas en el Plan.
- **Departamento de Medio Ambiente, Planificación Territorial y Vivienda.** En especial con la Viceconsejería de Medio Ambiente para la generación de sinergias en el marco del Programa Marco Ambiental de Euskadi 2020.
- **Departamento de Salud.** Seguimiento a la estrategia de Alimentación Saludable definida por este departamento, para el alineamiento de objetivos y acciones.
- **Departamento de Cultura.** En particular con la Dirección Patrimonio Cultural para el desarrollo conjunto y el seguimiento de las acciones comunes.

COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL.

Más allá de la coordinación interdepartamental, el PEGA 2020, requiere de una coordinación y colaboración con otras instituciones vascas, en especial las DDFF y los Ayuntamientos. Se trata de una labor de coordinación, crear alianzas y adquirir compromisos para alcanzar una alimentación saludable, segura, singular y sostenible.

PARTICIPACIÓN DE AGENTES ECONÓMICOS Y SOCIALES

Para la elaboración del PEGA se han creado mesas temáticas multidisciplinares e intersectoriales, definidas en el apartado 5 de este documento y formadas por representantes de empresas, clúster y otros agentes económicos y sociales, que se mantendrán durante la vigencia del presente plan, porque son un instrumento de colaboración y cooperación muy eficaz entre las instituciones y el sector. Estos foros garantizarán una interlocución permanente y ayudarán a realizar el seguimiento del PEGA y servirán como contraste para validar las acciones o proponer nuevas en función de futuros los cambios del entorno, dando un carácter vivo al presente Plan y de adecuación permanente a la realidad de los acontecimientos.

7.2. SISTEMA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.

El seguimiento y la evaluación del plan se realizarán anualmente, por el Comité Rector, realizando en los primeros trimestres de cada año el correspondiente informe anual de seguimiento y avance para analizar el grado de cumplimiento del PEGA y proponer las recomendaciones que sea necesario. Para ello, se recopilará información cuantitativa que irá incorporando al cuadro de mando y, además, se incorporará el análisis cualitativo a los correspondientes informes de seguimiento.

En 2020, a finales de la XI Legislatura, se realizará un informe final de ejecución del PEGA y se valorará la conveniencias de actualizar y realizar un nuevo Plan.

CUADRO DE MANDO

Se propone un cuadro de mando con un número reducido de indicadores orientados a medir los objetivos estratégicos del Plan. Estos indicadores surgen de la combinación de las acciones definidas en los diferentes ejes estratégicos del plan, los aspectos críticos a medir y la disponibilidad de datos precisos y actualizados.

La batería de indicadores que se proponen son orientativos y se utilizarán unos u otros indicadores en función de la disponibilidad de datos como se ha señalado, la política del Gobierno y la realidad de las empresas del sector.

- Contribución de la cadena de valor al PIB de Euskadi (%)
- Nº de persona ocupadas en la cadena de valor de la GyA
- Empleo creado o consolidado en el periodo 2017-2020
- Inversión privada en modernización, transformación y comercialización
- Gasto privado del sector en I+D sobre PIB (%)
- % empresas innovadoras sobre el total de empresas del sector
- Exportaciones del sector en millones de €
- Nº de empresas exportadoras
- Nº de proyectos estratégicos de carácter tractor y transversal apoyados
- Inversión exterior directa en la cadena de valor de la GyA en Euskadi
- Nº de empresas o unidades de I+D extranjeras implantadas en Euskadi
- Nº de proyectos de nuevas empresas de base tecnológica de la GyA apoyados a través de los instrumentos de intraemprendimiento
- Empleos creados por las nuevas empresas de la GyA
- Volumen de negocio de productos con distintivo de calidad (millones de €)
- Nº de nuevas alianzas empresariales, concentraciones o asociaciones con apoyo directo o indirecto del Gobierno
- Nº de proyectos empresariales de Cooperación apoyados por el Gobierno
- Nº de empleos creados por los proyectos de Cooperación
- Nº de proyectos empresariales de I+D apoyados por el Gobierno
- Nº de empleo creado por la transferencia de proyectos de I+D
- Nº de empresas participando en proyectos internacionales de I+D
- Nº de pymes participantes en proyectos de digitalización de la cadena de valor
- % de ventas de productos nuevos sobre el total de ventas
- Nº de productos nuevos saludables lanzados al mercado
- Nº restaurantes vascos con reconocimientos internacionales
- Nº de restaurantes y tiendas internacionales bajo la marca Basque Country
- Notoriedad de la marca Basque Country Gastronómica
- Producción ecológica (kg anuales)
- Nº de empresas del sector involucrados en programas de gestión avanzada
- Reducción del número de toneladas de alimentos desperdiciados
- Toneladas de alimentos recuperados y valorizados
- Ahorro de energía y agua por programas de producción limpia (€)
- Inversión en formación en el sector (€)
- Nº de personas formadas (% respecto al total del empleo)
- Nº de tecnólogos e investigadores incorporados a las empresas
- Nº de programas de sensibilización cultura gastronómica promovidos

7.3. MARCO ECONÓMICO Y PRESUPUESTARIO.

Partiendo del presupuesto de 2017, la extrapolación del Plan al periodo 2017-2020 supondrá una inversión del sector de la Gastronomía y Alimentación de **2.457 millones de euros**, e incluye el presupuesto del Gobierno Vasco y entes dependientes por un importe de **357 millones de euros** y la inversión privada que movilizarán los diversos programas e instrumentos financieros destinados a impulsar la actividad económica de la cadena de valor estimada en **2.100 millones de euros**.

ANEXO I

PLANES ESTRATÉGICOS DE EUSKADI QUE GUARDAN UNA MAYOR RELACIÓN CON EL PLAN ESTRATÉGICO DE ALIMENTACIÓN Y GASTRONOMÍA (PEAG)

- **Plan de Desarrollo Rural Sostenible 2020 (OSOA)** constituye el instrumento fundamental para el desarrollo rural en Euskadi, y en él participan tanto el Gobierno Vasco como las Diputaciones Forales de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa, cofinanciando el programa junto con el fondo europeo FEADER. En el marco de OSOA, estas cuatro instituciones trabajan de manera conjunta para afrontar los principales desafíos del sector primario y del medio rural en Euskadi.
- **Plan de Competitividad de la Industria Alimentaria (PCIA)** que se elaboró en la anterior legislatura y ha tenido por objeto impulsar el desarrollo de una industria alimentaria fuerte, competitiva y sostenible vinculada al producto local y de calidad. El PCIA ha sido el resultado de una serie de reflexiones con todos los agentes de la cadena de valor (sector productor, transformador, distribuidor y consumidor) para la definición de las acciones a realizar. Las premisas para la elaboración del plan han sido: discriminar positivamente aquellos sectores industriales alimentarios con capacidad de arrastre en el sector productor vasco y definición concisa de las acciones. Dado que la problemática de los subsectores alimentarios es muy amplia y diferente, fue necesario definir acciones que ayudasen a solventar aquellos problemas prioritarios para las empresas alimentarias vascas en el contexto de crisis económica, que impulsasen crecimientos económicos, generasen empleo y ayudasen a desarrollar una industria alimentaria más competitiva y sostenible. A lo largo de 2017-2018 se actualizará esta estrategia para adecuarla al nuevo contexto socioeconómico.
- **Plan Interinstitucional de Emprendimiento de Euskadi 2020.** Presenta el compromiso de apoyo al emprendimiento de los principales agentes públicos de Euskadi, a modo de esfuerzo compartido para la transformación económica y social del País Vasco. Recoge los programas e instrumentos de apoyo a todos los colectivos, tipologías y etapas del proceso emprendedor, para favorecer una sociedad cada día más emprendedora, el desarrollo de nuevos proyectos y empresas competitivas y sostenibles que generen actividad económica y empleo de calidad, y el posicionamiento del País Vasco como un lugar atractivo para emprender.
- **Plan de Industrialización 2017-2020.** Es el referente de las medidas de apoyo a la reindustrialización de Euskadi ya que representa uno de los motores de la recuperación económica, se alinea con la apuesta por la I+D+i, bajo criterios de excelencia, especialización y transferencia de resultados de las empresas. La configuración de sus Ejes (PYME, Proyectos industriales estratégicos, industria avanzada, contexto industrial y energético competitivo y capital humano) ofrecen un extenso abanico de posibilidades de interacción con las prioridades estratégicas y áreas de oportunidad que contempla el PEAG.
- **Estrategia Marco de Internacionalización 2020: Estrategia Basque Country.** Establece, entre otros Objetivos Estratégicos de la Acción de Gobierno, la estrategia para la globalización de la industria, la internacionalización del Sistema Vasco de Ciencia, Tecnología e Innovación y la formación internacional. En el contexto de esta Estrategia Marco, la Administración Vasca se ha dotado de un Plan específico de Internacionalización Empresarial fundamentado en la competitividad del sector industrial vasco y las posibilidades de Euskadi para atraer inversiones internacionales; todo ello, sobre la base de una política de I+D+i atractiva y con capacidad de competir en el contexto internacional.

- **PCTI Euskadi 2020.** Es un plan para situar a Euskadi como referente de la investigación y de la innovación en Europa. El objetivo es crear las condiciones que permitan mejorar el nivel de eficiencia de un sistema de ciencia, tecnología e innovación que ha venido desarrollándose de forma exitosa durante los últimos 30 años. Partiendo de esta base, este Plan pretende ahondar en la orientación a resultados del sistema, adecuando hacia este objetivo los distintos tipos de actividad investigadora y su posición en la cadena de valor de la innovación. Este Plan tiene como finalidad aplicar más innovación a la investigación, aumentando la cooperación entre el mundo de la ciencia y el mundo de la empresa para orientar la actividad de I+D+i a resultados. Resultados que puedan satisfacer las demandas empresariales y ayudar a resolver los grandes retos que Euskadi debe afrontar, contribuyendo así a la creación de empleo y riqueza económica y social.
- **IV Programa Marco Ambiental de Euskadi 2020.** Este programa se fundamenta en la existencia de una estrecha relación entre un medio ambiente saludable y una sociedad próspera, moderna, avanzada y sostenible. Contempla la innovación y el desarrollo tecnológico como cauces indisolubles para conservar y regenerar el medio ambiente.
- **Programa Marco por el Empleo y la Reactivación Económica 2017-2020.** Los crecimientos continuados de empleo de los últimos años no han permitido hasta la fecha recuperar los niveles de ocupación previos a la crisis, motivo de creación del nuevo Programa Marco para el periodo 2017-2020. Se trata de consolidar y avanzar por la senda de crecimiento y creación de empleo de la legislatura anterior y para ello, plantea 10 pilares para generar más y mejor empleo, de los que se destacan: empresas más competitivas y grupos empresariales potentes; ecosistema de ciencia tecnología e innovación de excelencia; nuevas actividades y sectores emergentes, y planes específicos para el empleo y la inserción laboral.
- **Plan Estratégico Turismo Vasco 2020.** Coherente con la estrategia de competitividad del País y con la marca que lo proyecta internacionalmente (Basque Country), es un Plan que quiere concitar de la máxima adhesión por parte de agentes turísticos públicos y privados del país como base para una mayor eficacia y eficiencia desde la corresponsabilidad, la concertación y la cooperación. Es también un Plan capaz de rentabilizar al máximo el conocimiento, la experiencia, competencias y capacidades de los diferentes agentes, asumiendo cada uno el rol que le corresponde, capaz de plantear apuestas y renunciando y concebido como una herramienta útil de gestión. Este se despliega en planes cuatrienales y anuales (planes de gestión) que se ajustarán a la realidad, requerimientos y condicionantes del momento teniendo en cuenta el impacto y resultados obtenidos.
- **Plan Vasco de Alimentación Saludable.** El Plan de los 1000 días. Propone un plan de 1.000 días porque se considera preciso que muestre resultados a corto plazo, en lugar de que, como ocurre con frecuencia, se dedique más tiempo a la elaboración del plan que a su propia ejecución. Los objetivos concretos a lograr son incrementar en un 20% la proporción de personas de entre 16 y 25 años que comen fruta y verdura a diario y reducir el consumo de sal de los 9,6 gramos/día actuales en una proporción aproximada el 10%. Se enmarca en el Plan de Salud 2013-2020 del Gobierno Vasco para mejorar el sistema sanitario público, que contemplaba el desarrollo de 146 acciones y 35 objetivos y que es el instrumento que contextualiza, orienta y programa las políticas de salud que está llevando y va a llevar a cabo el Gobierno Vasco.
- **Estrategia Viva de Innovación y Cooperación (EVIC).** El EVIC tiene por objeto facilitar que se desarrollen en toda la Cadena de Valor del Sector agroalimentario y en el medio rural y litoral iniciativas innovadoras en colaboración, para que poco a poco se construya un estilo y una cultura en la que la cooperación, la curiosidad y la experimentación sean la norma. Los objetivos generales del EVIC son: i) Incrementar el número de empresas agroalimentarias que realizan innovación, tecnológica y no tecnológica, promoviendo la colaboración entre agentes de la cadena de valor alimentaria. ii) Desarrollar proyectos orientados al cumplimiento de los planes estratégicos fijados para el sector por la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria, orientados a las prioridades fijadas en el despliegue del Plan Vasco de Ciencia y Tecnología, garantizando una mayor transferencia de I+D+i. iii) Impactar en la actividad económica y el empleo del medio rural, facilitando que cada vez más pequeñas empresas y productores de la cadena de valor desarrollen dinámicas y proyectos de innovación y cooperación. iv) Gestionar y difundir el conocimiento generado, así como visibilizar y socializar las experiencias innovadoras y de cooperación.

ANEXO II

CADENA DE VALOR DE LA ALIMENTACIÓN

1. SECTOR PRIMARIO

El sector primario de la CAE juega un papel primordial dentro de la economía vasca; la gran labor que desarrollan nuestros agricultores/as y arrantzales se traduce en una producción de máxima calidad y esto es esencial para la alimentación de las familias vascas y claramente también para la excelencia de la gastronomía del país. A la vez, también sirve como pilar fundamental para la industria agroalimentaria vasca, que en gran medida se nutre de productos propios que aportan un gran valor añadido. Sin embargo, el sector primario no solo debe ser valorado en clave económica, dado que su papel como gestor de un paisaje único es indiscutible y muy valorado por el imaginario social vasco.

En el año 2014, según Eustat, la actividad de la Agricultura, Ganadería y Pesca emplea 17.390 personas en la CAE, representando el 2% del conjunto de la Comunidad. En 2015, el sector primario alcanza el 0,84% del Producto Interior Bruto de la economía vasca, porcentaje que ha mostrado una ligera tendencia a la baja desde la década anterior. Dentro del sector, la actividad agroganadera y forestal suponen tres cuartas partes de la actividad primaria, en tanto que la aportación de la pesca se reduce a una cuarta parte.

Tabla 1.- Distribución del Valor Añadido Bruto (p.b.) del Sector Primario. 2000-2015.

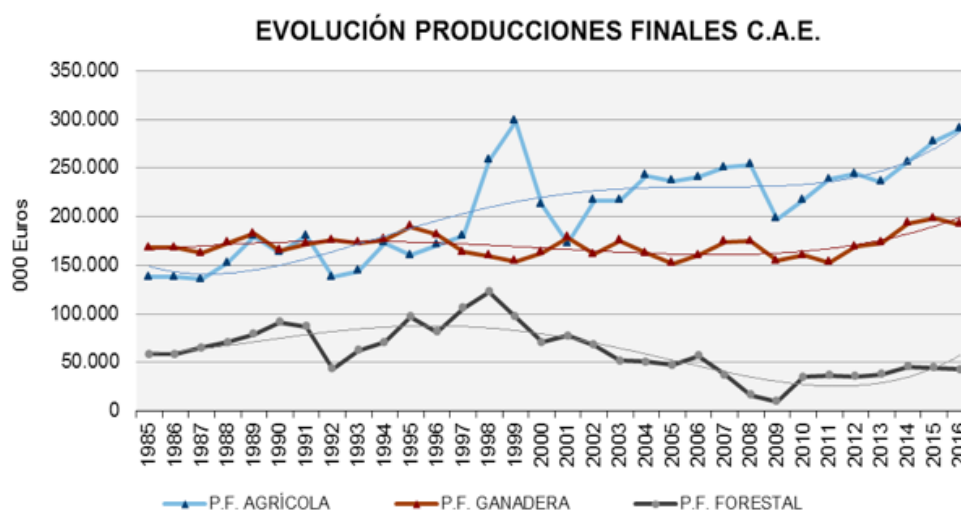
	2000	2005	2010	2015
Agropecuario	406.919	351.384	311.354	406.635
Pesca y acuicultura	117.402	142.283	141.426	126.754
Agricultura, ganadería y pesca	521.692	488.033	444.792	528.097
Total Economía CAE	38.322.156	52.280.296	61.304.826	62.602.876
% Agropecuario / PIB Economía	1,06%	0,67%	0,51%	0,65%
% Pesquero / PIB Economía	0,31%	0,27%	0,23%	0,20%
% Primario / PIB Economía	1,36%	0,93%	0,73%	0,84%

ACTIVIDAD AGROGANADERA Y FORESTAL

En cuanto a la actividad agraria, las explotaciones agrarias de la Comunidad Autónoma de Euskadi (según el Censo agrario de 2009) se contabilizan en 16.554 explotaciones, cuya gestión abarca un total de 224.038 ha., lo que supone más del 31% de la superficie total de la CAE, y la superficie forestal ocupa aproximadamente el 62% del total. En cuanto a su distribución de las explotaciones por territorios, el 22% se encuentran en Araba, el 35% en Gipuzkoa y el 43% en Bizkaia. Solo un 21% del conjunto de las explotaciones agrarias se consideran profesionales, unas 3.500, que son aquellas explotaciones gestionadas por agricultores/as que únicamente viven de los ingresos generados por la actividad agraria.

Dentro de la actividad agraria, la producción agrícola, sujeta a los avatares del precio de la uva y el vino, muestra una tendencia alcista; la ganadera ha mostrado una leve y continua tendencia descendente hasta 2011, a partir del cual comienza a recuperarse tímidamente; y la forestal ha sufrido una gran caída desde 1998 hasta 2009, tras el cual parece que se da un cierto punto de inflexión con un pequeño inicio de recuperación.

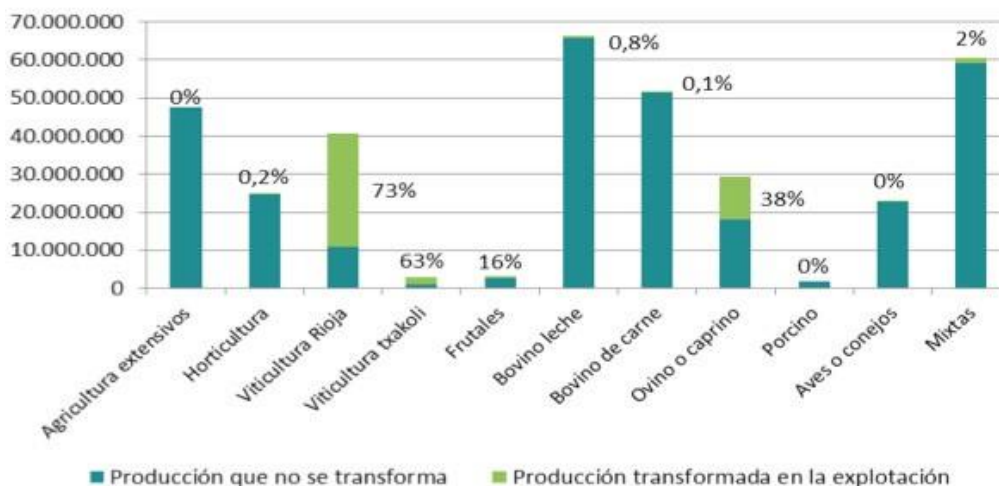
Gráfico 1.- Evolución de la Producción Final Agraria. 1985-2016.



Fuente: Avance de cuentas del sector agrario 2016.

La mayoría de las explotaciones agrarias son de tamaño reducido, con una agricultura a tiempo parcial que desarrolla producciones mixtas con una productividad ciertamente baja y poca capacidad de adaptación al cambio. Frente a este tipo de explotaciones, se encuentran aquellas más profesionales, de una agricultura más joven y con orientaciones productivas puras, alto nivel de endeudamiento y pertenencia a organizaciones agrarias de producción y comercialización. Además, cuando la explotación agraria viene acompañada por la elaboración propia, el valor añadido aumenta de manera exponencial, tal como ocurre en los subsectores vitivinícola, ovino y en frutales (sidra), acogiendo muchas de ellas a las D.O. (Rioja, Idiazabal, Euskal Sagardoa) o marcas de calidad (Gorenak, Eusko Label).

Gráfico 2.- Transformación en las explotaciones agrarias.

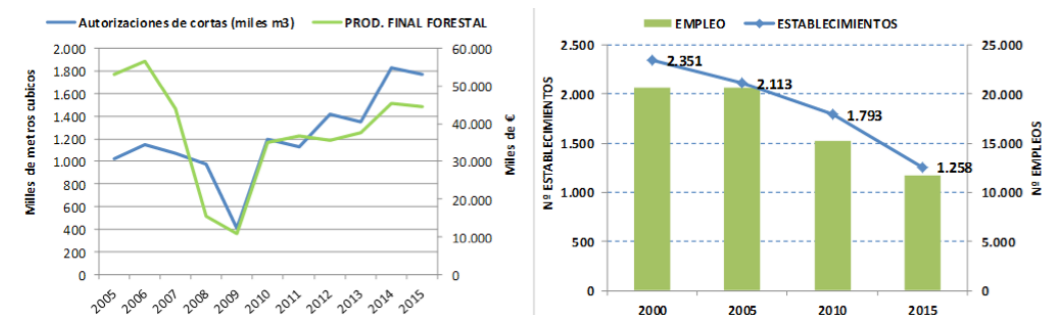


Fuente: Censo agrario 2009

En cuanto al ámbito forestal, cuyo suelo abarca en total 400 mil hectáreas (62% de la superficie total de la CAE), cabe resaltar su trascendencia en el marco de la gestión medioambiental y de la gestión territorial, más allá de su aportación económica a través de su explotación forestal.

Gráfico 3- Producción Final Forestal. 2005-2015.

Gráfico 4.- Establecimientos y empleo de la Ind. Transformadora de la Madera. 2000-2015



Fuente: Producción final agraria; Encuesta Industrial.

En la última década, la producción final de la madera ha tenido una tendencia positiva, salvo en el año 2009, que por razones climatológicas -ciclogénesis explosiva- se produjeron numerosas caídas de árboles en Las Landas francesas, provocando una sobredimensión de los stocks y un descenso importante de peticiones de tala en la CAE. Este hecho, a su vez, repercutió en una notable caída en el precio de la madera, lo que afectó de manera muy negativa al valor de la producción final.

En cuanto a la actividad de la transformación de la madera, en los últimos años muestra un comportamiento a la baja en lo que respecta al número de establecimientos como de empleo, y es que los efectos de la crisis se han hecho notar manifiestamente en la industria del mueble, de papel y de la madera en general.

ACTIVIDAD PESQUERA.

En lo que respecta a la actividad pesquera, el sector ha estado marcado por un fuerte proceso de reestructuración entre 2001 y 2006, por el reparto de cuotas existente también inferior al número de barcos existente en Euskadi, y la posterior crisis, que también ha afectado duramente al núcleo pesquero. Pero dicha transformación también ha permitido una importante renovación y modernización de las embarcaciones pesqueras, que en la actualidad cuentan con unas prestaciones de mayor nivel tecnológico.

Hoy en día la flota vasca está dotada por 193 embarcaciones cuya capacidad conjunta es de 49.255 Toneladas de registro Bruto (TRB), una potencia de 155.412 Caballos de Vapor (CV) y una edad media de 15,4 años.

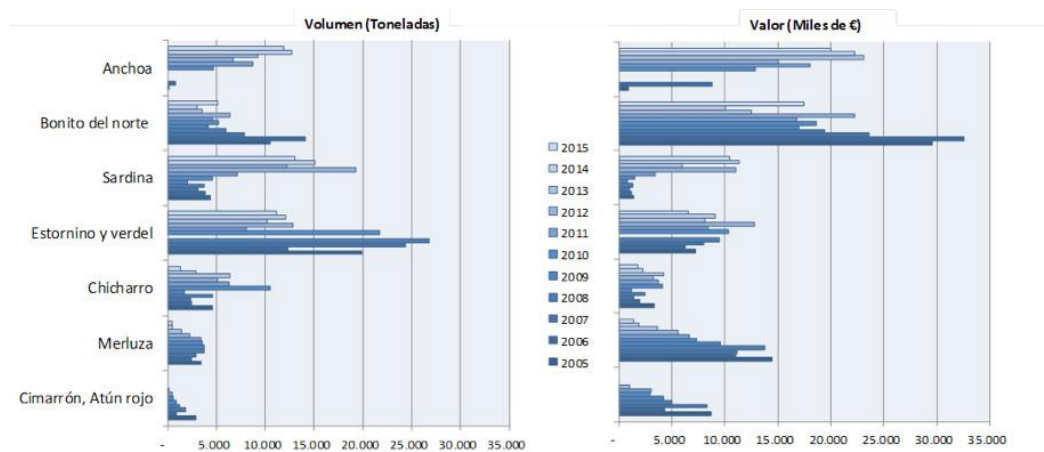
Tabla 2.- Evolución de la estructura de la flota pesquera vasca. 1995-2015.

	1995	2000	2005	2010	2015
Nº embarcaciones pesqueras	500	428	320	260	193
Capacidad (TRB total)	82.113	68.809	65.200	61.041	49.255
Potencia (CV total)	295.476	250.337	217.929	195.895	155.412
Tripulación	5.204	4.110	3.059	2.533	1.890

Fuente: Registro de Censo de Flota Pesquera Vasca.

Dentro de la actividad de la pesca extractiva, cobran importancia las labores pesqueras desempeñadas durante las principales campañas del año: la del verdel (febrero-marzo); la campaña de la anchoa, entre marzo y junio; y la del bonito del norte, cuya campaña se prolonga de julio hasta octubre-noviembre, en función de la ruta de migración de los bancos de túnidos hacia aguas irlandesas.

Gráfico 5. Evolución de las principales especies subastadas en las cofradías vascas. 2005-2015.



Fuente: Notas de primera venta de productos pesqueros. Elaboración propia.

En este sentido, el cierre de la costera de la anchoa condicionó fuertemente la actividad pesquera durante los años 2006-2009, años en los que se reforzó la pesquería del verdel para intentar compensar la falta de una de las campañas más importantes del año. Tras la veda y con el retorno a la pesca de la anchoa en 2010, se retomó la senda positiva de la actividad pesquera, poniendo de manifiesto la consolidación del stock de la anchoa.

Otro de los episodios que también afectó la actividad de los arrantzales, fue la ausencia del bonito del norte en el Golfo de Bizkaia en 2013 y 2014, provocada por las variaciones de sus hábitos migratorios. Los arrantzales tuvieron que desplazarse hasta las costas irlandesas en busca de los túnidos, hecho que acarrió un incremento sustancial de los carburantes y la consecuente pérdida en la rentabilidad de la pesquería. Las últimas campañas de bonito han mostrado una clara tendencia al alza con el regreso del bonito del norte a las aguas del Golfo de Bizkaia.

Como nota destacable añadir que más de la mitad de los ejemplares de la última campaña fueron certificadas con el sello Eusko Label que atiende a criterios de máxima calidad y de origen, línea que se está manteniendo en los últimos años con total implicación del sector, para que los consumidores sepan con certeza que el bonito procede de nuestros arrantzales, con la garantía de máxima calidad (pescado de uno en uno y sin redes, con artes de pesca tradicionales, garantizando la sostenibilidad de los recursos marinos).

Los resultados económicos obtenidos por la flota pesquera vasca están marcados principalmente por la reducción del número de buques así como por la fluctuación del precio del combustible que hace que los consumos intermedios necesarios para obtener la producción varíen.

Además de las dificultades a la hora de realizar estadísticas, hay que añadir las derivadas de la peculiaridad del Sector Pesquero, como la movilidad de las unidades de producción (buques) y la no existencia en algunos casos de equipos materiales y humanos en tierra.

Tabla 3.- Evolución de las principales macromagnitudes económicas pesqueras. 1995-2015.

miles de € corrientes	2000	2005	2010	2015
Nº de buques	393	323	263	195
Personal ocupado	4.197	3.356	2.914	2.112
Producción bruta a salida de fábrica	255.027	286.749	347.112	327.669
Consumos Intermedios	137.626	144.466	205.686	200.916
Valor Añadido Bruto a precios básicos	117.402	142.283	141.426	126.754
Costes de personal	85.770	84.045	91.172	87.283
Excedente bruto de explotación	34.036	61.881	51.775	38.859
Amortizaciones	33.260	28.973	38.507	30.796
Total inversión	48.381	81.358	20.505	32.657

Fuente: Encuesta Económica del Sector pesquero. Elaboración propia.

El número de buques y el personal ocupado en el sector difieren a los del Registro de Censo de Flota Pesquera Vasca por la metodología utilizada; así la Encuesta Económica del Sector pesquero sólo tiene en cuenta los buques que hayan faenado al menos 6 meses durante el año de referencia.

Como se aprecia en la tabla, el número de buques y el personal ocupado en el sector han evolucionado negativamente desde el primer año del que se disponen datos. Sin embargo, la flota pesquera ha ido transformándose tecnológicamente hacia buques de mayor capacidad y tecnología, por lo que la productividad de la flota ha ido mejorando en los últimos años.

El valor añadido bruto obtenido por el sector ha ido fluctuando a lo largo del tiempo marcado por la evolución de las principales costeras, como la veda de la anchoa en 2010 o el cambio en la migración del bonito del norte en 2013 y 2014.

Tabla 4. Contribución del Sector pesquero al Valor Añadido Bruto de la CAE. 2000-2015. (Precios básicos)

	2000	2005	2010	2015
Sector pesquero	117.402	142.283	141.426	126.754
VAB a precios básicos	38.322.156	52.280.296	61.304.826	62.602.876
% Sector Pesquero/PIB Economía	0,31%	0,27%	0,23%	0,20%

Fuente: Eustat y Encuesta Económica del Sector pesquero. Elaboración propia.

El peso del sector pesquero en el PIB de la economía vasca ha ido reduciéndose en los últimos años, pasando de representar el 0,31% en el año 2000 al 0,20% en 2015.

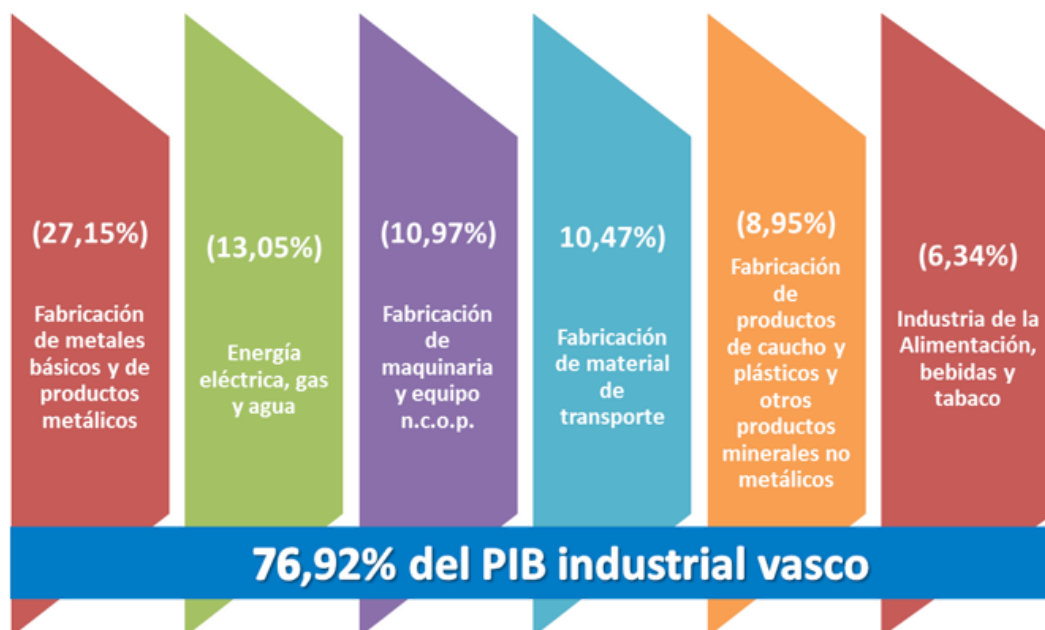
2. INDUSTRIA DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (IAB)

La Industria Alimentaria de la CAE ejerce un papel dinamizador del sector primario, en cuanto que existe un notable grado de interdependencia entre ambos sectores, productor y transformador. Asimismo, el conjunto de la cadena de valor conformada por la producción primaria, la transformación, la distribución y la restauración desempeñan un papel fundamental de apoyo a la agricultura y el consumo de producto local. Por este motivo, el papel de nuestra industria de alimentación y bebidas es crucial en el desarrollo e implantación eficaz y diferenciada de la agroalimentación en nuestro marco alimentario, gastronómico y cultural.

Esta industria tiene un peso relevante dentro de la economía europea, siendo la rama más grande dentro de la Industria de la UE en términos de facturación, valor añadido y empleo. De forma paralela, en España la Industria de la Alimentación y Bebidas ocupa el primer puesto en lo que respecta a la cifra de negocio y al VAB dentro de la Industria en su conjunto. (Fuentes: INE y FoodDrink Europe)

La IAB en Euskadi, aunque con una participación algo inferior con respecto al Estado y la UE, ocupa un lugar relevante en la industria vasca, situándose dentro de las seis ramas industriales de mayor contribución al PIB industrial vasco, con una participación del 6,34% en 2015.

Gráfico 6.- Ranking de las principales ramas con mayor aportación al PIB industrial vasco. 2015.



Fuente: Cuentas Económicas del Eustat. Elaboración Propia.

Su peso en el PIB de la economía vasca es cercano al 2%, porcentaje que ha sufrido un ligero debilitamiento durante la última década, pasando de representar el 1,74% en 2005 al 1,52% en 2015. En dicho periodo, el VAB generado por la industria alimentaria vasca crece un 4,61%, pero la economía vasca en su conjunto lo hace a un ritmo mayor.

Tabla 5.- Contribución de la IAB al Valor Añadido Bruto de la CAE. 2000-2015. (Precios básicos)

	2000	2005	2010	2015
Industria Alimentación y Bebidas	604.271	908.141	963.038	950.012
Total Economía CAE	38.322.156	52.280.296	61.304.826	62.602.876
% IAB / PIB Economía	1,58%	1,74%	1,57%	1,52%

Unidad: Miles de euros.

Fuente: Cuentas Económicas del Eustat. Elaboración Propia.

Dentro de la Industria de la Alimentación y Bebidas, la rama industrial de mayor peso es la de Bebidas, representando el 37% del conjunto del VAB generado por la IAB vasca. Le siguen Otras Industrias Alimenticias que comprenden la elaboración de productos como sopas y caldos y alimentos preparados perecederos, con un 20%; Pan y Molinería, con un 20%; Procesado de Pescado, con un 10%; Productos Lácteos, con un 9%; y, por último, la Industria Cárnica, con un 4%.

Tabla 6.- Distribución del VAB de la IAB por ramas dentro de la industria de la CAE. 2005-2015. (Coste de factores)

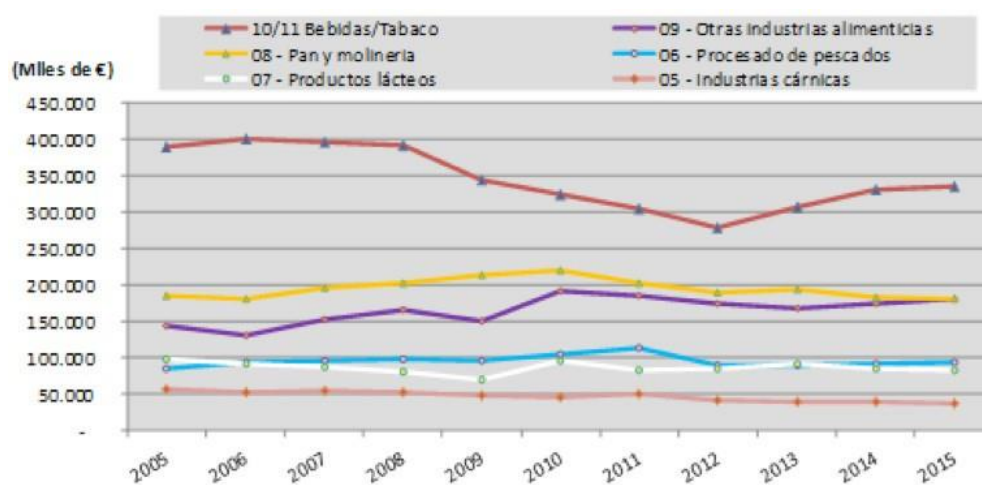
	2005	2010	2015	Representatividad en la IAB vasca			Evolución	
				2005	2010	2015	% 2015/ 2005	% 2015/ 2010
Bebidas/Tabaco	388.950	323.585	335.703	41%	33%	37%	-13,69%	3,74%
Otras industrias alimenticias	143.494	191.163	179.775	15%	20%	20%	25,28%	-5,96%
Pan y molinería	185.683	219.039	179.368	19%	22%	20%	-3,40%	-18,11%
Procesado de pescados	84.450	103.160	93.276	9%	11%	10%	10,45%	-9,58%
Productos lácteos	97.874	95.044	81.908	10%	10%	9%	-16,31%	-13,82%
Industrias cárnicas	56.801	46.294	36.632	6%	5%	4%	-35,51%	-20,87%
Total Ind. Alimentación y Bebidas	957.252	978.285	906.662	100%	100%	100%	-5,28%	-7,32%

Unidad: Miles de euros.

Fuente: Cuentas Económicas del Eustat. Elaboración Propia.

Es de destacar además que durante la última década Otras Industrias Alimenticias han ido adquiriendo cada vez mayor protagonismo en la IAB vasca, así como también lo ha hecho, aunque en menor medida, la industria del Procesado de Pescado. Por su parte, se aprecia un ligero debilitamiento en la Industria Cárnica, así como en la elaboración de Lácteos.

Gráfico 7.- Ranking de las principales ramas con mayor aportación al PIB industrial vasco. 2015.



Fuente: Órgano de Estadística de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria. Elaboración Propia.

Tabla 7.- Ranking de los subsectores de la IAB. Año 2015.

	EMPLEO (Nº)		VAB (Millones de €)		FACTURACIÓN (Millones de €)		EXPORTACIONES (Millones de €)		IMPORTACIONES (Millones de €)	
Bebidas	3.200	2º	335,7	1º	1.747,3	1º	223,0	3º	16,4	6º
Otras industrias alimenticias	2.422	3º	179,8	2º	1.096,6	2º	288,6	1º	360,9	1º
Pan y molinería	4.982	1º	179,4	3º	530,9	3º	40,8	4º	31,8	5º
Procesado de pescados	1.761	4º	93,3	4º	402,5	5º	230,9	2º	167,8	2º
Productos lácteos	1.125	6º	81,9	5º	473,0	4º	39,1	5º	32,4	4º
Industrias cárnicas	1.170	5º	36,6	6º	218,5	6º	22,6	6º	64,4	3º
TOTAL IAB de la CAE	14.660		906,7		4.468,8		845,0		673,7	

Fuente: Eustat y Órgano de estadística de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria. Elaboración propia.

En cuanto a la situación de los diferentes subsectores de la IAB en 2015, a continuación, se citan los rasgos más destacables:

- El subsector Bebidas es la rama con la mayor cifra de ventas y el VAB más elevado del sector alimentario vasco.
- Otras Industrias Alimenticias se sitúa en el segundo puesto en cuanto a facturación y VAB, a la vez que es el subsector con mayor nivel de exposición a mercados exteriores.
- Pan y Molinería es el subsector que mayor empleo genera dentro de la IAB vasca.
- Las ramas con mayor proyección exterior son Otras Industrias Alimenticias, Procesado de Pescado y Bebidas. En los dos primeros casos, además, coincide que se tratan de ramas de mayor grado de importación, dada su necesidad de acudir a mercados exteriores para el abastecimiento de materia prima.
- Por último, destacar la proyección exterior de la industria de Bebidas, cuya Balanza Comercial es netamente exportadora.

La Comunidad Autónoma de Euskadi en el año 2015 contaba con 12.040 establecimientos industriales, que suponen el 6,85% de los establecimientos totales de la CAE. El 0,87% de las unidades productivas totales pertenecen a la Industria de la Alimentación y Bebidas, que representan el 12,74% de los establecimientos del conjunto de la Industria.

Tabla 8. Distribución de los establecimientos por subsectores industriales. Periodo 2014-2015.

	2014	2015
Fabricación de metales básicos y de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	29,24%	28,97%
Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras; reparación e instalación de maquinaria y equipo	17,54%	17,70%
Industria de la madera, papel y artes gráficas	12,77%	12,79%
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	12,62%	12,74%
Fabricación de productos de caucho y plásticos y otros productos minerales no metálicos	6,55%	6,28%
Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	5,39%	5,42%
Industria textil, confección de prendas de vestir, industria del cuero y del calzado	4,58%	4,72%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	2,81%	2,85%
Fabricación de material y equipo eléctrico	2,34%	2,23%
Fabricación de material de transporte	1,52%	1,54%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1,41%	1,45%
Industria química/Fabricación de productos farmacéuticos	1,49%	1,54%
Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	1,29%	1,37%
Industrias extractivas	0,45%	0,40%
Coquerías y refino de petróleo	0,02%	0,02%

Fuente: Órgano de estadística de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria. Elaboración propia.

En 2015 la IAB se sitúa en 4º lugar en cuanto a la aportación al número de establecimientos del conjunto de la Industria vasca, manteniendo su puesto con respecto al año 2014.

EMPLEO

En el año 2015 el empleo de la Industria vasca modifica la evolución descendente que se estaba produciendo hasta el año 2014, presentando un incremento del 1,1% en el número de empleados, lo que se traduce en valores absolutos, en 2.071 nuevos puestos de trabajo.

La IAB se sitúa en 5º lugar en cuanto a su aportación al empleo de la Industria, es decir, 14.660 puestos de trabajo en total que representan el 7,54% del total del empleo de la Industria. Respecto al año precedente, la IAB crece en términos porcentuales, es decir, el empleo se incrementa en un 1,24%, creándose 179 nuevos puestos de trabajo nuevos.

Tabla 9. Distribución del personal empleado por subsectores industriales. Año 2015.

	AÑO 2014	%	AÑO 2015	%
Fabricación de metales básicos y de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	65.763	34,18%	66.324	34,11%
Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	20.721	10,77%	21.204	10,90%
Fabricación de productos de caucho y plásticos y otros productos minerales no metálicos	18.108	9,41%	18.628	9,58%
Fabricación de material de transporte	16.720	8,69%	17.002	8,74%
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	14.481	7,53%	14.660	7,54%
Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras; reparación e instalación de maquinaria y equipo	12.802	6,65%	13.386	6,88%
Industria de la madera, papel y artes gráficas	11.700	6,08%	11.538	5,93%
Fabricación de material y equipo eléctrico	9.504	4,94%	9.081	4,67%
Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	5.710	2,97%	6.063	3,12%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	6.243	3,25%	5.875	3,02%
Fabricación de productos farmacéuticos	3.194	1,66%	3.213	1,65%
Industria textil, confección de prendas de vestir, industria del cuero y del calzado	2.406	1,25%	2.437	1,25%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	2.295	1,19%	2.255	1,16%
Industria química	1.234	0,64%	1.274	0,66%
Coquerías y refino de petróleo	1.047	0,54%	1.051	0,54%
Industrias extractivas	459	0,24%	467	0,24%

Fuente: Órgano de estadística de la Viceconsejería de Agricultura, Pesca y Política Alimentaria. Elaboración propia.

Respecto al año anterior, todos los sectores, salvo la Industria de la madera, papel y artes gráficas, Fabricación de material y equipo eléctrico, Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación, así como, Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado, han creado empleo.

En la C. A. de Euskadi el 20% de la población ocupada centra su actividad en la Industria, es decir, un total de 194.458 personas trabajan en este sector en el año 2015.

La IAB por su parte se sitúa en el 5º lugar de los subsectores de la Industria, empleando a 14.660 trabajadores; el 1,50% del personal ocupado vasco y el 7,54% del empleo industrial.

PRODUCTIVIDAD POR EMPLEADO

En el gráfico siguiente se reflejan las productividades de los distintos sectores de la Industria utilizando como medida el ratio Valor Añadido Bruto por empleado.

Gráfico 8. Distribución del VAB por empleado por subsectores industriales. Años 2014-2015.



Fuente: Eustat. Elaboración propia.

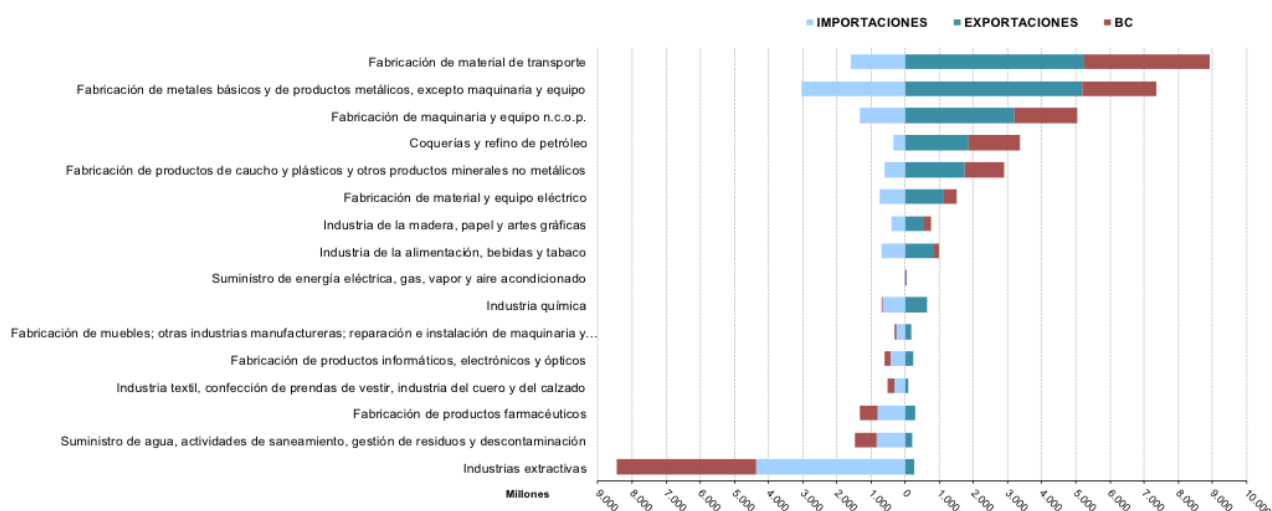
La productividad por empleado del conjunto de la Industria asciende un 1,03% en 2015, situándose el valor medio de dicho año en 77.110 euros por empleado. La IAB muestra un grado medio-bajo de productividad, debido en parte a la dificultad de mecanización de ciertos procesos productivos en algunos subsectores de la IAB, en comparación con otros subsectores y a su alto grado de atomización. En la IAB aumenta la productividad por empleado por encima del crecimiento medio de la industria (+2,19%), situándose en el 10º lugar; por debajo de la media industrial, con 64.800 euros por empleado.

COMERCIO EXTERIOR

La Industria vasca en 2015 fue netamente exportadora, alcanzando un valor absoluto de la Balanza Comercial de 5.334 millones de euros.

Siguiendo la misma línea y continuando con el trazado exportador como vía de escape a la crisis, la IAB presenta un saldo de la balanza comercial superavitario (148 millones de euros). De esta forma, se sitúa el valor de las exportaciones en 847 millones de euros en 2015, que implica un decremento del 8,83% respecto de 2014, acompañado de un aumento considerable de las importaciones (+9,13%), con una cifra absoluta de 698 millones de euros.

Gráfico 9. Exportaciones, Importaciones y Balanza Comercial por subsectores industriales. Año 2015.



Fuente: Eustat. Elaboración propia.

El valor de las exportaciones del conjunto de la Industria ascendió a 21.741 millones de euros, de las cuales aproximadamente el 3,89% las aporta la IAB, que baja un puesto con respecto al 2014 y se sitúa en 7º lugar entre los subsectores industriales vascos.

Tabla 10. Distribución de las exportaciones por subsectores industriales. Año 2015.

Exportaciones	2015
Fabricación de material de transporte	24,17%
Fabricación de metales básicos y de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	23,91%
Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	14,64%
Coquerías y refino de petróleo	8,55%
Fabricación de productos de caucho y plásticos y otros productos minerales no metálicos	8,07%
Fabricación de material y equipo eléctrico	5,18%
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	3,89%
Industria química	3,00%
Industria de la madera, papel y artes gráficas	2,62%
Fabricación de productos farmacéuticos	1,39%
Industrias extractivas	1,20%
Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	1,05%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	0,94%
Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras; reparación e instalación de maquinaria y equipo	0,88%
Industria textil, confección de prendas de vestir, industria del cuero y del calzado	0,49%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	0,03%

Fuente: Eustat. Elaboración propia.

El valor de las importaciones del conjunto de la Industria ascendió a 16.407 millones de euros. Con una aportación del 4,26%, la IAB aumenta su participación con respecto al 2014 en el conjunto de las importaciones industriales, situándose en 8º lugar.

Tabla 11. Distribución de las importaciones por subsectores industriales. Año 2015.

Importaciones	2015
Industrias extractivas	26,53%
Fabricación de metales básicos y de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo	18,43%
Fabricación de material de transporte	9,65%
Fabricación de maquinaria y equipo n.c.o.p.	8,14%
Suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación	5,12%
Fabricación de productos farmacéuticos	4,97%
Fabricación de material y equipo eléctrico	4,56%
Industria de la alimentación, bebidas y tabaco	4,26%
Industria química	4,10%
Fabricación de productos de caucho y plásticos y otros productos minerales no metálicos	3,71%
Fabricación de productos informáticos, electrónicos y ópticos	2,54%
Industria de la madera, papel y artes gráficas	2,40%
Coquerías y refino de petróleo	2,15%
Industria textil, confección de prendas de vestir, industria del cuero y del calzado	1,88%
Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras; reparación e instalación de maquinaria y equipo	1,56%
Suministro de energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	0,00%

Fuente: Eustat. Elaboración propia.

3. COMERCIO Y DISTRIBUCIÓN

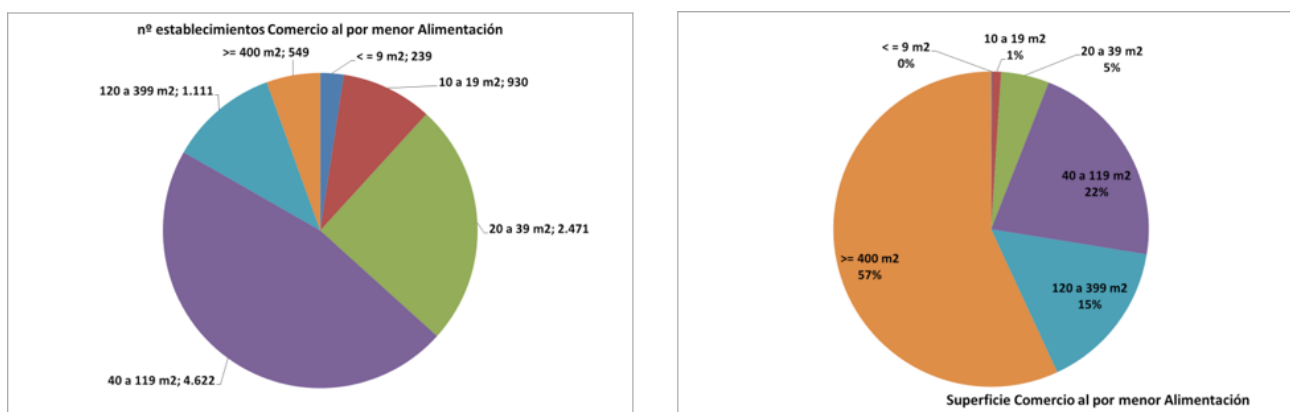
EL COMERCIO EN EUSKADI

El sector del Comercio y Reparación en Euskadi supone una cifra de negocio anual que supera los 31.000 millones de euros, con un empleo de casi 130.000 personas, desarrollado en casi 42.000 establecimientos lo que supone en torno al 7,5% del PIB de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

La alimentación supone en Euskadi un gasto total de unos 3.600 millones de euros, que representa el 29% del sector del comercio minorista, cifra a la que habría que sumar lo que supone el comercio mayorista asociado a la alimentación y que podría estimarse en 4.000 millones de euros.

La mayor proporción de establecimientos en los que se vende alimentación tienen una superficie entre 40 y 119 m², seguido por el estrato entre 20 y 39 m². Estos dos grupos suman el 71% de los establecimientos. Pero la mayor superficie de venta en su conjunto la ocupan el 5,5% de establecimientos con más de 400 m².

Gráficos 10. Número de Establecimientos de Comercio al por menor de Alimentación. Gráficos 11. Superficie Comercio al por menor en Alimentación.



Fuente: Eustat. Elaboración propia.

El sector del comercio viene registrando una evolución decreciente continuada, tanto en cuanto, a número de establecimientos, como en cuanto al número de empleos. Afectando especialmente a los establecimientos de menor tamaño. Aun así, los establecimientos especializados en alimentación, en comercio minorista, muestran una evolución positiva tanto en cuanto al empleo como en cuanto al volumen de negocio.

Tabla 12. Nº Establecimientos y empleo en Comercio al por mayor y al por menor.

Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas	2008	2016
C.A. de Euskadi		
Establecimientos	49.380	41.734
Personas empleadas	145.374	127.493

Fuente: Eustat. Elaboración propia.

Es muy destacable el enorme dinamismo del sector comercial en Euskadi, que según la estadística de Eustat sobre creación y mortandad de empresas, tiene un movimiento anual de creación de más de 3.300 nuevas empresas, con 5.300 empleos asociados, que permite mitigar en parte la desaparición (también muy dinámica) de empresas.

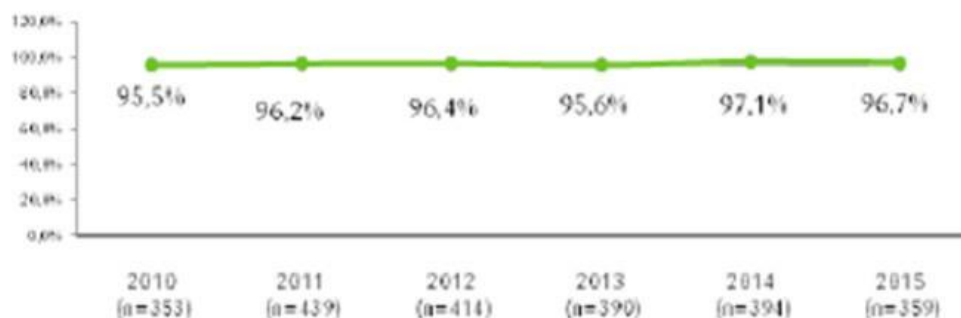
Tabla 13. Personal ocupado e Importe de la Cifra de negocio en Comercio y Reparación.

	Personal ocupado		Importe cifra de negocio	
	Valor	Variación anual	Valor (Miles €)	Variación Anual
Comercio y reparación	128.568	-1,1%	31.246.981	2,4%
Venta y reparación de vehículos	12.132	-1,1%	2.633.321	8,3%
Comercio al por mayor	39.319	-2,5%	16.247.355	2,0%
Productos alimenticios, bebidas y tabaco	8.805	-1,8%	3.542.305	1,4%
Comercio al por menor	77.117	-0,5%	12.366.305	1,8%
Productos alimenticios, bebidas y tabaco	13.326	2,1%	1.905.289	5,4%

Fuente: Eustat.

Pero se debe enfocar el pequeño tamaño de la mayoría de las empresas de este sector. En concreto el sector de la alimentación tiene una tasa de micropymes que ronda el 97% y un empleo medio de 2,8 personas por establecimiento. La edad media de los comercios en 2015 se situaba en 26 años con un repunte de las nuevas incorporaciones y son gestionadas mayormente por autónomos.

Gráfico 12. Evolución de la tasa de Micropymes.



Fuente: Ikusmer.

En el otro extremo tenemos lo que se llama “Distribución moderna” con grandes grupos comerciales en un proceso de concentración y crecimiento, que en Euskadi, en 2016, gestionan más de 900 establecimientos con casi 600 mil m2.

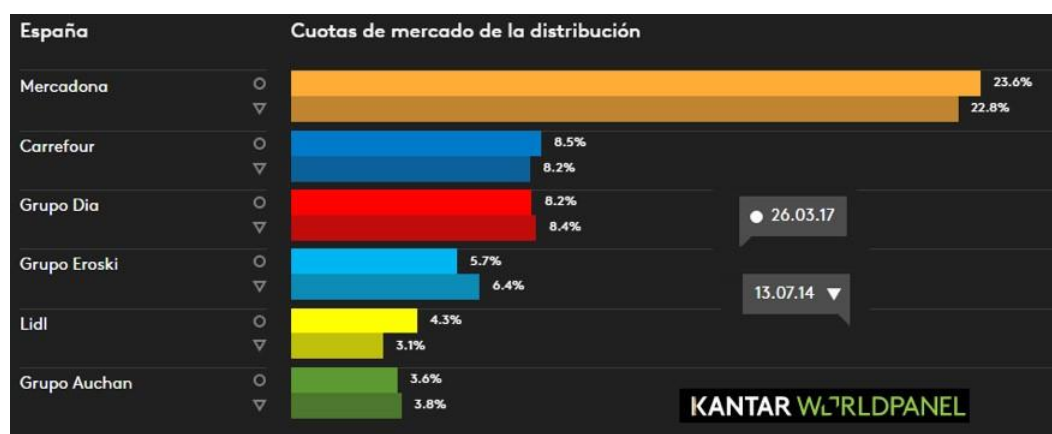
Según el “Plan de actuación del Comercio Vasco 2014-2016”, la distribución comercial se encuentra sometida a una serie de tensiones, tanto coyunturales como estructurales motivadas por una parte por la crisis económica, que ha originado un fuerte descenso de la demanda unida a la escasez de líneas de financiación. Por otra, se viene produciendo una concentración de grandes operadores comerciales, cambios tecnológicos, se desarrollan nuevos canales de comercialización y hay una importante evolución en las pautas de comportamiento de los consumidores. Esta situación impone un esfuerzo de readaptación continuo del sector a las nuevas situaciones, redefiniendo el posicionamiento de la empresa en todos sus aspectos de gestión y adaptando su estructura a la nueva dimensión de los mercados.

1 Análisis del comercio minorista vasco Sector: Alimentación Perspectiva y evolución 2010 – 2015 Ikusmer.
 2 Plan de actuación del Comercio Vasco 2014-2016. Gobierno vasco.

SITUACIÓN EN EL ESTADO ESPAÑOL

Actualmente en el estado español la delantera la llevan los 6 grandes operadores de la distribución alimentaria que en conjunto captan al 53,9% del mercado, en un incremento continuado. Sobresale Mercadona que capta el 23,6% del sector de la gran distribución de alimentación y droguería en lo que hace referencia a la facturación.

Gráfico 13. Cuota de mercado de la Gran Distribución.



El segundo operador es hipermercados y supermercados Carrefour, cuya penetración es del 8,5%. Seguidamente está una de las principales cadenas de descuento, Día con el 8,2%, y en el cuarto lugar está Grupo Eroski al 5,7%, parece que al final del camino de desinversiones de los últimos años. Detrás se posiciona Lidl con un 4,3%, y posteriormente con un 3,6% los grupos Auchan (Alcampo y Simply Market).

DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA EN EUSKADI

En los últimos años se han producido muchos movimientos estratégicos en la gran distribución minorista de Euskadi destacando el ajuste productivo de Eroski, la aparición de Mercadona, y el despegue del Grupo Uvesco. Entre 2012 y 2016 el número de establecimientos se ha incrementado en 70 y la superficie de venta ha crecido en 64.134 m².

Solo en el último año han abierto 24 supermercados de formato pequeño con más de 5.000 m², además de 14 supermercados de más de 400m² con un total de 18.500 m².

El pasado 2012, avanzó un 0,4% en términos de dotación comercial minorista. Este aumento vino de la mano de las provincias de Araba y Gipuzkoa, que subieron un 1,7% y del 0,7%, respectivamente; mientras que Bizkaia retrocedía un 0,2%. Así, a 31 de diciembre de 2012, había en Euskadi 893 establecimientos que ocupan 511.509m²., lo que supone un 4,18% sobre el total nacional, con 20.215 establecimientos y 12.239.666m².

El ranking de la gran distribución en Euskadi difiere mucho de la situación en España. El líder es el grupo Eroski con el 37% de la sala de venta minorista. Grupo Uvesco con un 19% se sitúa en segundo lugar después de haber afrontado desde 2011 uno de los mayores procesos de concentración de operadores. A continuación encontramos a Día, Auchan y Carrefour con el 9%, y 8,3 y 8,1%. Y a partir de aquí Lidl en un proceso de transformación estratégica de sus centros y Mercadona, con una intensa actividad de aperturas que en este momento suponen 13 centros y 20.000 m² de venta.

La gran distribución mayorista en Euskadi la lidera el grupo Makro. En su conjunto gestiona más de 30.000 m² de ventas en 13 establecimientos.

Las compras de alimentación en los hogares han crecido en un 0,9% en el último año, pero no han conseguido colocarse de forma estable en los niveles anteriores a la crisis. Con una población prácticamente estable, se ha producido una disminución de volumen en las compras de alimentación en los hogares y los incrementos en valor están ligados al crecimiento de los precios.

Gráfico 14. Total consumo en el hogar en la CAE. (Millones de Euros)

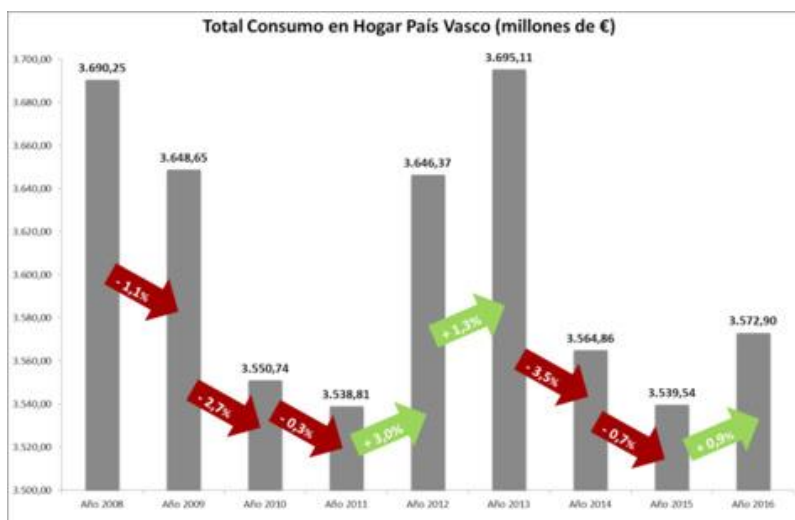
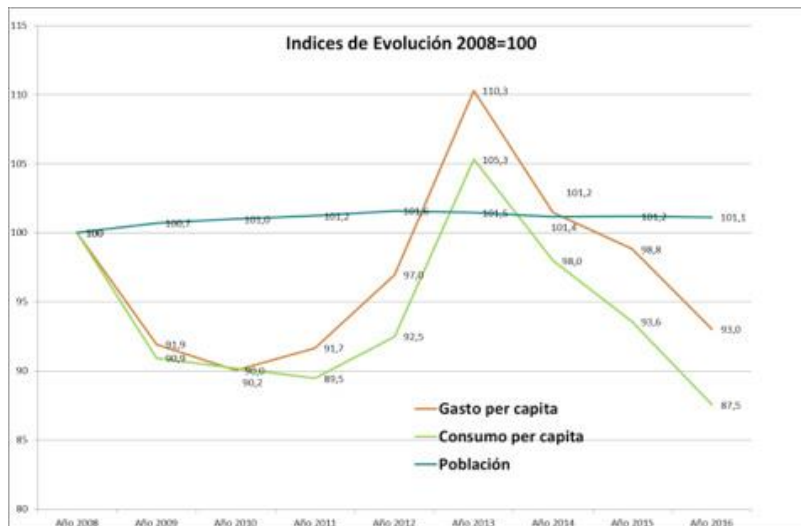


Gráfico 15. Índices de evolución del gasto per cápita, consumo per cápita y población.

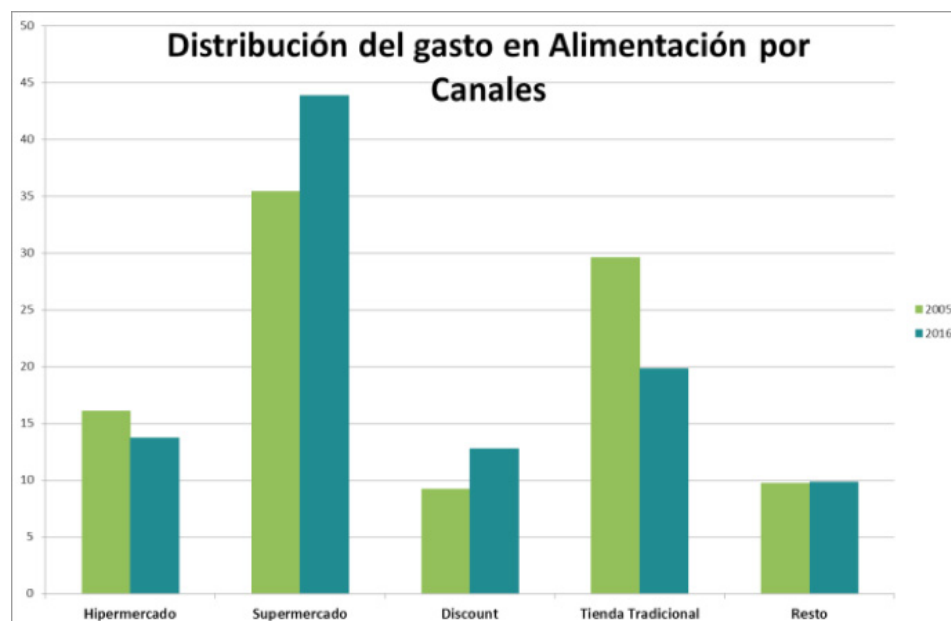


Fuente: Panel de Consumo Alimentario. Ministerio.

Se ha producido una evolución muy marcada en el reparto del gasto del consumo alimentario de los hogares en los distintos canales. Tanto el modelo supermercado, como los discount, vienen reflejando incrementos continuados, de forma que entre 2005 y 2016 han crecido 12 puntos entre los dos.

El modelo que más cae, porcentualmente, es la tienda tradicional que en el mismo periodo ha perdido casi 10 puntos de cuota de mercado. Solo en el último año el comercio tradicional ha descendido un 3,5% su cuota de mercado. La tienda tradicional en 2005 copaba casi el 50% de las compras de productos frescos. Por lo que el impulso que la gran distribución está haciendo en los últimos años, está precipitando la caída de la cuota de mercado del comercio especializado de proximidad.

Gráfico 16. Distribución del gasto en Alimentación por tipo de canal.



Fuente: Panel de Consumo Alimentario. Ministerio.

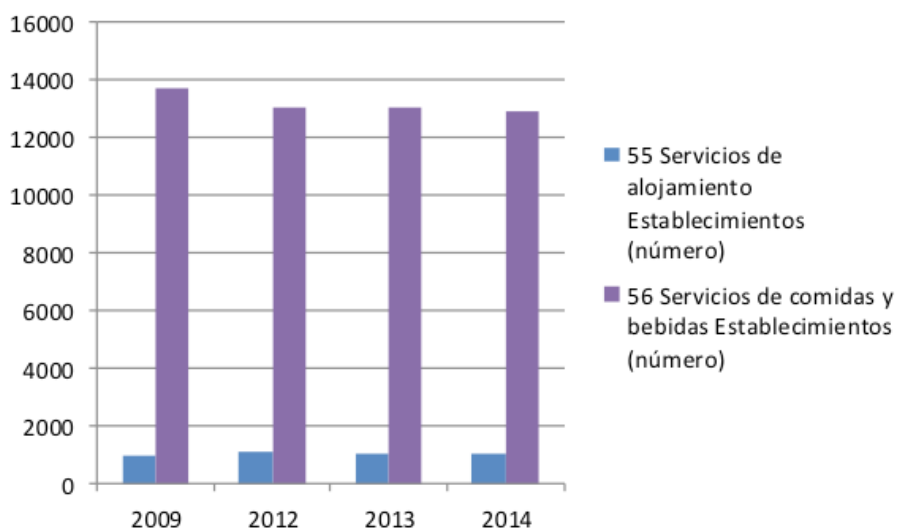
Es destacable la evolución que viene registrando la venta de alimentos por Internet. A pesar de que aún es un canal muy poco desarrollado (no llega a un 1% de la cuota de mercado), en el último año su incremento se cifra en un 28% respecto al año anterior.

4. HORECA

En los últimos años, la crisis económica está influyendo en las costumbres de los consumidores, que intentan reducir el gasto en alimentación fuera del hogar. El retroceso del consumo fuera del hogar se refleja especialmente en el canal Horeca, que ve reducir su cifra de establecimientos y de ventas en los últimos años.

La Comunidad Autónoma de Euskadi (CAE) contaba en 2014 con 13.979 establecimientos relacionados con el canal HORECA; de los cuales 12.941 están relacionados con la restauración y 1.038 establecimientos vinculados al alojamiento. El número total de **establecimientos** relacionados con el **canal HORECA** se ha reducido en un 5% desde el año 2009; sin embargo, mientras que los vinculados al alojamiento han aumentado un 9%, los establecimientos relacionados con la restauración se han reducido un 5% desde dicho año.

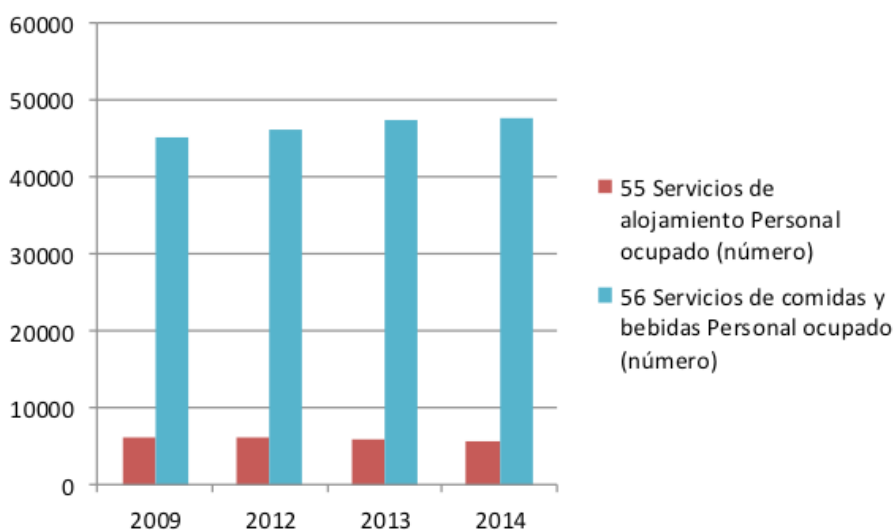
Gráfico 17. Evolución del número de establecimientos relacionados con el canal Horeca por tipo (2009 -2014)



Fuente: Eustat.

En cuanto al personal ocupado, los establecimientos relacionados con el canal Horeca en la CAE empleaban en 2014 a 53.415 personas, de las cuales 5.723 personas estaban vinculadas a establecimientos de alojamiento y 47.692 a establecimientos relacionados con la restauración. Comparando con el año 2009, se ha producido un crecimiento del personal ocupado de un 4% en el sector en general; pero así como en los establecimientos vinculados a las Comidas y bebidas el personal ocupado se incrementaba en un 5%, en los relacionados con el alojamiento decrece un -6%.

Gráfico 18. Evolución del personal ocupado relacionado con el canal Horeca por tipo (2009 -2014)



Fuente: Eustat.

En términos económicos, el valor añadido bruto a coste de factores generado por el sector en la Comunidad Autónoma de Euskadi (CAE) es de 2.314.630 miles de € en 2014, siendo de 329.128 miles de € el generado por los establecimientos relacionados con el alojamiento y de 1.985.502 miles de € el valor añadido bruto obtenido por los establecimientos de Comidas y bebidas. Este VAB, obtenido por el sector, se ha visto reducido en un 2% de 2009 a 2014.

Tabla 14. **Macromagnitudes del sector Hostelería y Restauración (Horeca) por tipos. Años 2009 y 2014.**

	Alojamiento		Comidas y bebidas		Total	
	2009	2014	2009	2014	2009	2014
Establecimientos (número)	954	1.038	13.689	12.941	14.643	13.979
Personal ocupado (número)	6.098	5.723	45.226	47.692	51.324	53.415
-Autónomos y ayudas familiares (número)	823	645	11.659	12.030	12.482	12.675
-Asalariados (número)	5.275	5.032	33.567	35.649	38.842	40.681
Valor Añadido Bruto a coste de factores	360.866	329.128	2.011.253	1.985.502	2.372.119	2.314.630
Costes de personal	197.055	187.092	1.053.038	1.157.664	1.250.093	1.344.756
Excedente Bruto de Explotación	163.811	142.036	788.992	827.838	952.803	969.874
Dotaciones para amortizaciones	38.659	50.176	264.046	141.888	302.705	192.064
Excedente Neto de Explotación	125.152	91.860	889.193	685.950	1.014.345	777.810

Fuente: Eustat.

Como se puede ver en la tabla anterior, la contribución del valor añadido bruto a coste de factores generado por los servicios de alojamiento sobre el total obtenido por el sector, era del 15% en el año 2009, habiendo disminuido a un 14% en 2014. El VAB generado por los establecimientos de comidas y bebidas era de un 85% sobre el total en 2009 y de un 86% en 2014.

La aportación del sector HORECA al PIB del total de la economía era de un 3,94% en el año 2009, habiéndose reducido a un 3,81% en 2014.

5. TRANSPORTE

En los últimos años el sector de transportes, actividades postales y de correos ha incrementado el valor de su Producto Interior Bruto, desde 2014 en volumen y desde 2013 en valor. Esta recuperación tras la crisis se está produciendo además de forma progresiva, registrándose un incremento de valor en 2015 de un 5,7%.

Tabla 15. **PIB del Sector Transporte y almacenamiento. Periodo 2010-2015.**

Producto interior bruto (PIB) de la C.A. de Euskadi (oferta)							
CAE Transporte y almacenamiento							
Nivel	Precios corrientes (miles euros)	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Índice de volumen encadenado	100	102,4	98	97,1	98	103,1
Incremento interanual	Precios corrientes (miles euros)	-3	3,2	-1,3	2,1	2,2	5,8
	Índice de volumen encadenado	-4,3	2,4	-4,3	-0,8	0,9	5,2

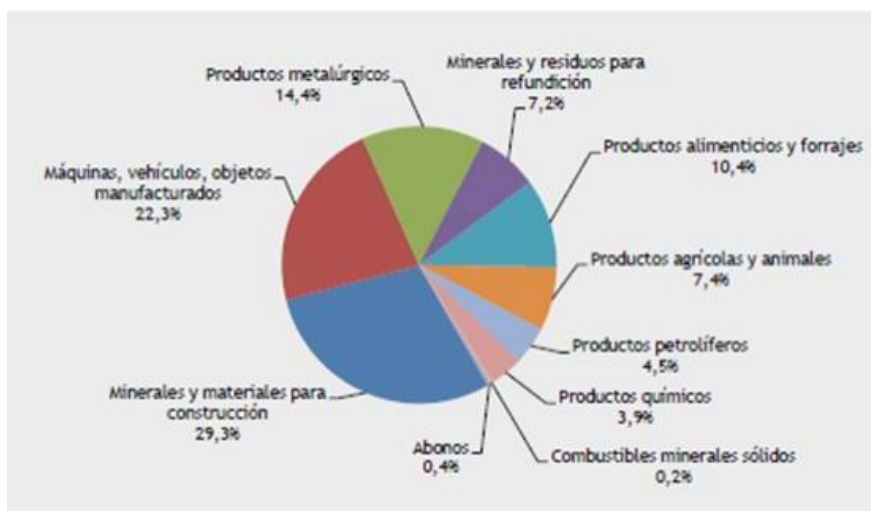
Fuente EUSTAT Cuentas Económicas

CAE Transporte y almacenamiento						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Nº de Establecimientos Total	12866	12393	12182	11656	11469	11267
Nº de Establecimientos > 50 empleos	103	100	106	104	104	109
Empleos	45650	42991	42400	40921	40202	40530

Fuente EUSTAT Directorio de Actividades Económicas

Fuente: Eustat

Gráfico 19. Tipología del transporte intrarregional e interregional de mercancías por carretera. Año 2014 (%)



Fuente: Encuesta Permanente del Transporte de Mercancías por Carretera. Ministerio de Fomento.

El transporte por tren de productos ligados a la alimentación se restringe a cereales y abonos. Por vía marítima, la importación de semillas oleaginosas y otros productos primarios o la exportación de abonos y otros productos vegetales y animales. En el transporte aéreo destaca en primer lugar la importación de productos de origen vegetal o animal aunque las cantidades gestionadas en este medio no superan las 3.000 toneladas anuales³.

³ Diagnóstico de la situación actual del transporte en la Comunidad Autónoma del País Vasco Euskadi.eus

6. TURISMO

El gasto turístico realizado en la C.A. de Euskadi en 2015 alcanzó la cifra de 4.100 millones de euros, lo que supuso una aportación al PIB del 5,9%, cinco décimas porcentuales más que hace cinco años, según datos elaborados por Eustat.

La mejor evolución del gasto turístico frente a la del total de la economía ha propiciado el progresivo aumento del peso del turismo en la economía vasca. En 2015, el crecimiento del gasto turístico alcanzó el 4,5%, por encima del 3% del conjunto de la economía. Este aumento del gasto turístico en 2015 se produce tanto en el turismo receptor, es decir, en el gasto que realizan en la C.A. de Euskadi los turistas y excursionistas que proceden del extranjero o del resto del Estado, como en los otros componentes del gasto turístico, aunque en mayor medida en el primero. Esto ha supuesto un año más el aumento de la participación del turismo receptor en el conjunto del gasto, hasta alcanzar el 51,4% en 2015, superando a los otros componentes del gasto turístico. En concreto, entre 2010 y 2015 la aportación del turismo receptor al total del gasto turístico ha aumentado en 4,1 puntos porcentuales.

Tabla 16. **Aportación del turismo a la Economía vasca por año. Valor absoluto y % sobre el PIB p.m. Precios Corrientes. Millones de €. Año 2014 (%).**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015(a)
Total Gasto Turístico	3.619	3.706	3.800	3.803	3.924	4.100
Turismo receptor	1.713	1.782	1.876	1.898	1.991	2.106
Otros componentes del turismo	1.906	1.924	1.924	1.905	1.933	1.994
Total Gasto Turístico (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Turismo receptor	47,3	48,1	49,4	49,9	50,7	51,4
Otros componentes del Turismo	52,7	51,9	50,6	50,1	49,3	48,6
Porcentaje sobre el PIB p.m.						
Total Gasto Turístico	5,4	5,4	5,7	5,8	5,8	5,9
Turismo receptor	2,6	2,6	2,8	2,9	2,9	3,0
Otros componentes del turismo	2,8	2,8	2,9	2,9	2,9	2,9

Fuente: Eustat. Cuenta satélite del turismo. Base 2010.

La C.A. de Euskadi destaca por la importancia de su turismo emisor (viajes y excursiones de los vascos fuera de la C.A. de Euskadi) con respecto al receptor (viajes y excursiones de no residentes dentro de la Comunidad Autónoma), lo que generó un déficit cifrado en 2.221 millones de euros, el 3,2% del PIB, en 2015. No obstante, en el período 2010-2014, este saldo se ha venido reduciendo como consecuencia del mayor dinamismo del turismo receptor y la contención del gasto de los vascos fuera de la Comunidad.

La mayor parte de los visitantes que proceden del extranjero son excursionistas. Los excursionistas extranjeros son aquellos visitantes que cruzan la frontera, generalmente para adquirir productos y servicios personales, pero que no pernoctan en el territorio. La localización geográfica de Euskadi promueve este tipo de desplazamientos, que se concentran en el corredor Donostialdea-Txingudi y que en 2013 representaron el 88,2% de las visitas de residentes de otros países a la C.A. de Euskadi. El 11,8% restante, son turistas en sentido estricto, es decir, viajeros que pernoctan al menos una noche durante su viaje. Este colectivo ha crecido a un ritmo del 17,0% anual entre 2010 y 2013, es decir, más rápidamente que el de los excursionistas, que en esos mismos años aumentó un 4% anual.

La producción de los bienes y servicios que consumen los turistas se concentra en una serie de ramas de actividad que se denominan características del turismo. Esta "industria turística" incluye los establecimientos que atienden las necesidades de alojamiento y comida de los turistas (hoteles, restaurantes, bares, cafeterías...); los que proporcionan transporte a los turistas o lo facilitan (transporte de pasajeros en sus distintas modalidades, alquiler de vehículos, y servicios anexos al transporte...); los que

producen servicios que sirven para entretenerles (actividades recreativas y culturales); y los que actúan como intermediarios en la adquisición de todos los servicios (agencias de viajes).

OFERTA TURÍSTICA

En 2016 en Euskadi hay 985 establecimientos turísticos receptores, lo que supone un incremento del 5% respecto a las cifras de 2011. Un 52% son hoteles, un 47% son alojamientos rurales y un 2% campings.

Se ofertan alrededor de 32.300 plazas diarias. De ellas, el 88% se ofertan en establecimientos hoteleros, tipología que ha registrado un incremento del 4% entre 2011 y 2016, mientras que la oferta en alojamientos rurales se mantiene prácticamente estable.

A pesar de estas cifras de crecimiento, el personal ocupado en estos establecimientos ha registrado una disminución del 7% en el periodo citado.

PERNOCTACIONES Y GRADO DE OCUPACIÓN

El balance del año 2015 se cerró con un ascenso del 8,8% en entradas de viajeros y del 8,2% en pernoctaciones. En 2015 se han contabilizado 2.637.385 entradas de viajeros, es decir, 212.553 más que el año anterior. Las entradas de viajeros han aumentado un 6,8% en Álava, un 8,6% en Gipuzkoa y un 9,5% en Bizkaia.

Las pernoctaciones realizadas en el 2015 ascienden a 5.041.338, es decir, 383.833 pernoctaciones más que el año anterior. Las pernoctaciones se incrementan un 4,9% en Álava, un 8,3% en Bizkaia y un 9,4% en Gipuzkoa.

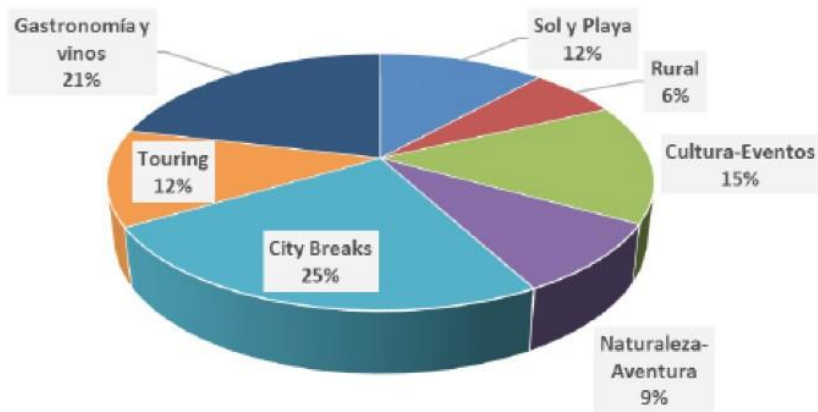
La duración de la estancia media ha descendido ligeramente, al pasar de 1,92 días del año 2014 a 1,91 días en el 2015 en la C.A. de Euskadi, mientras que el grado de ocupación por plazas se ha incrementado del 46,4% de 2014 al 49,8% de 2015.

En los establecimientos de agroturismo de la CAE se han registrado 137.035 a lo largo de 2015, lo que supone un 8,9% más que un año antes, mientras que las pernoctaciones realizadas suman 356.476, un 9,2% más que en 2014. La estancia media por viajero en 2015 ha permanecido prácticamente invariable repitiendo los 2,60 días de estancia media en los dos años, 2014 y 2015. El grado de ocupación por plazas ha aumentado, pasando del 23,3% del año 2014 al 25,1% de 2015.

EL TURISMO RURAL Y GASTRONÓMICO

Según los datos de IBILTUR 2014 (Basquetour), el principal motivo de turismo en el País Vasco es realizar turismo de ciudad (25%), pero en segundo lugar con un 21% se sitúa el turismo de gastronomía y vinos.

Gráfico 20. Motivaciones de los turistas para visitar Euskadi.



Fuente: Ibiltur. Basquetour

Según la Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores. La estadística no incluye campings, pero valorando los datos de 2012, la oferta de camping se podía cifrar en 23 establecimientos y según la información de la web de la Federación de Campings de Euskadi en 2017 hay 20 establecimientos.

Debe destacarse que la motivación del turismo nunca es única. Por lo tanto, si analizamos de forma segmentada vemos que para quienes nos visitan para hacer turismo de costa, disfrutar de la gastronomía es un motivo en el 62% de los casos. Para los amantes del turismo rural el disfrute de la gastronomía es también una razón en un 47%, para los amantes de la cultura en un 58%, para quienes nos visitan por la naturaleza o el touring en un 52%, y para quienes invierten el tiempo en visitar las ciudades en el 55%. Y es además en la mayoría de los segmentos la primera o segunda de las razones más esgrimidas.

Gráfico 21. Motivaciones de los turistas para visitar Euskadi.



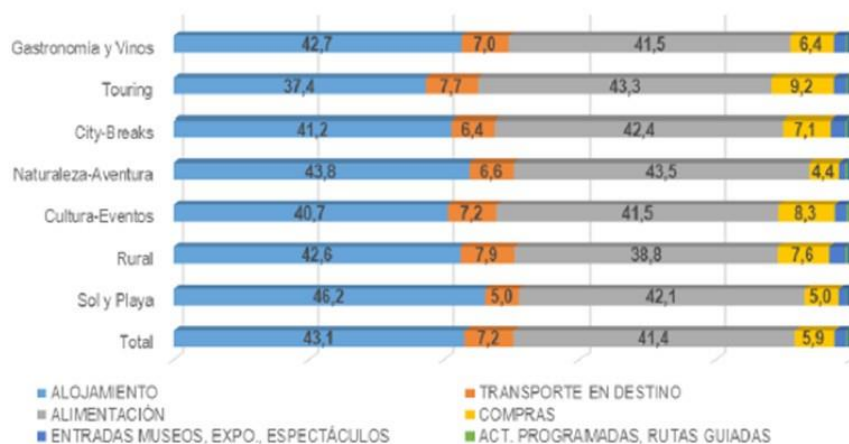
Fuente: Ibiltur. Basquetour

Es por ello que dentro de las actividades que realizan los turistas en Euskadi, aquellas que tienen que ver con la gastronomía se encuentran entre las más realizadas. Y esta actividad es más evidente entre los que visitan Donostia-San Sebastián o Rioja Alavesa.

Además, dentro del gasto que realizan los turistas, quienes nos visitan por el motivo ligado a gastronomía y vinos, son los que realizan el gasto diario medio más elevado (110 €/día)

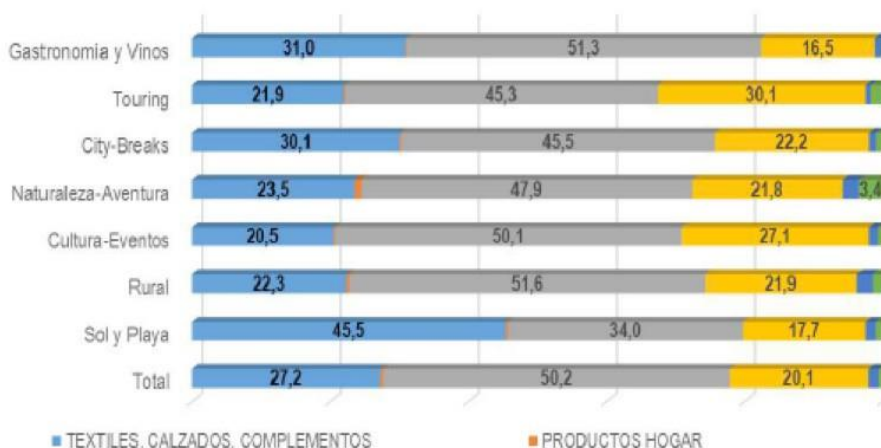
La alimentación supone alrededor del 41% del gasto de los turistas y es muy similar en importancia al gasto en alojamiento. Y de las compras por productos, las relacionadas con la gastronomía, se sitúan en general entorno al 50% del gasto.

Gráfico 22. Distribución del gasto en Euskadi según el motivo principal del viaje.



Fuente: Ibiltur. Basquetour

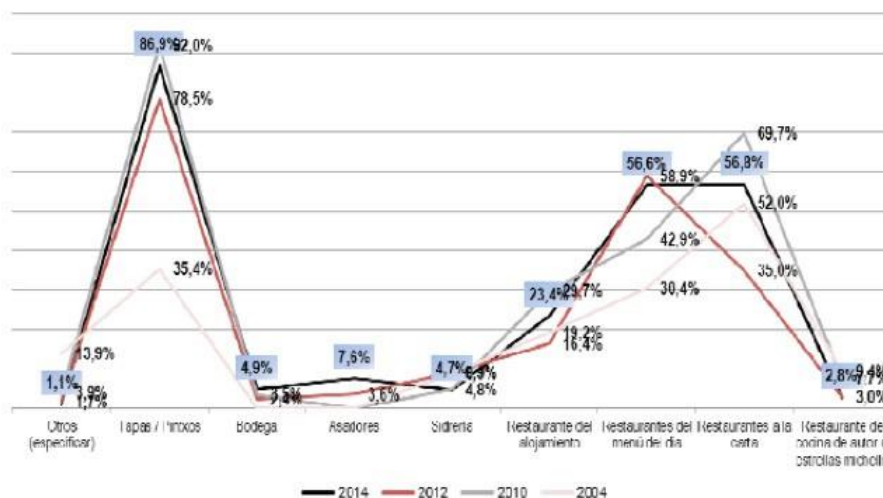
Gráfico 23.- Distribución de las compras por productos el motivo principal del viaje.



Fuente: Ibiltur. Basquetour

El porcentaje de visitantes que realizan alguna comida en restaurantes, cafeterías, etc., ha ido creciendo hasta situarse prácticamente en el 100% en el año 2014. Además de los bares de pintxos y tapas, que desde el año 2004 han doblado su presencia entre los lugares donde se dirigen principalmente a comer los turistas, en 2014, los visitantes se han decantado a partes iguales entre los restaurantes de menú del día y los restaurantes a la carta, siendo utilizados por el 57% de los que nos visitan.

Gráfico 24.-. Porcentaje de visitantes según el tipo de establecimiento al que acuden.



Fuente: Ibiltur. Basquetour

7. CONSUMO

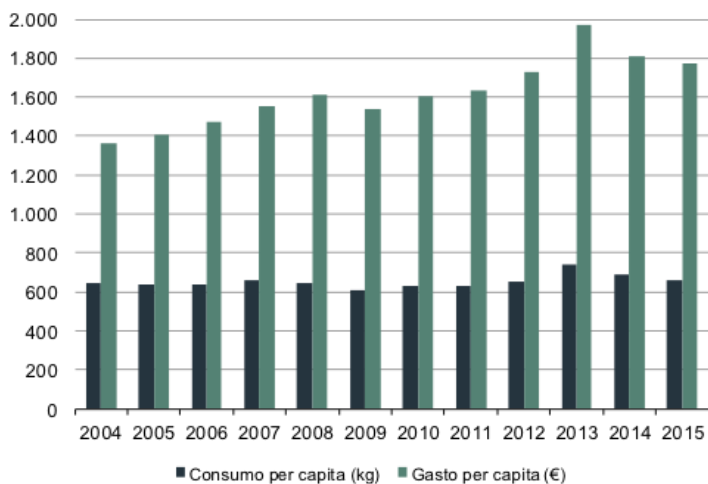
Según los datos del Panel de Consumo Alimentario publicado por el Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente (MAPAMA), el gasto alimentario de los hogares vascos en 2015 ascendió a 3.540 millones de € en la Comunidad Autónoma de Euskadi (CAE), representando el 5,3% del gasto estatal. Este gasto sigue una tendencia descendente al igual que en el 2014, con una caída del 0,7%. Dicho descenso se debe principalmente a la reducción del consumo en alimentación y bebidas del 2,7%. El precio medio de los alimentos en la CAE aumentó un 2,1% en el período 2014-2015, situándose en 2,68 €/kg.

Tabla 17. Consumo, gasto en el hogar y precio medio de los productos alimentarios en la CAE. Años 2014 y 2015

	2014	2015	2015/2014
VOLUMEN (miles kg.)	1.353.398	1.317.518	-2,7%
VALOR (miles de euros)	3.564.863	3.539.542	-0,7%
PRECIO MEDIO KG.	2,63	2,68	1,9%
CONSUMO PER CÁPITA	687,29	659,46	-4,0%
GASTO PER CÁPITA	1.810,30	1.771,58	-2,1%

Fuente: Panel de Consumo Alimentario. MAPAMA.

Gráfico 25. Evolución del consumo (kg) y gasto (€) per cápita de productos alimentarios en los hogares vascos. Periodo 2004-2015.

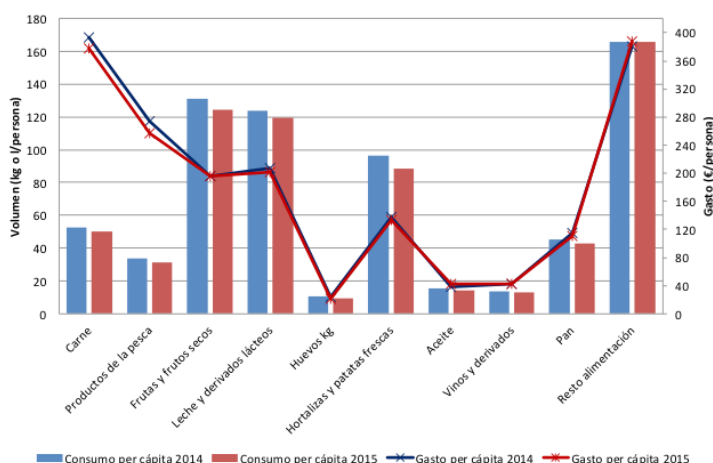


El consumo per cápita en la CAE; es decir, el volumen de alimentos consumidos por persona, fue de 659,5 kg en 2015 (4% inferior a 2014). El gasto per cápita (gasto medio por persona), descendió a 1.771,6 € y siguió el mismo comportamiento que el consumo en alimentación, descendiendo un 2,1% respecto al año anterior.

Fuente: Panel de Consumo Alimentario. MAPAMA.

Tanto en 2014 como en 2015 el mayor gasto per cápita en la CAE se produjo en la partida “Resto de alimentación” (381 y 388,4 € respectivamente), y el menor en Huevos (24,3 y 21,4 € respectivamente) como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

Gráfico 26. Consumo (kg o litros) y gasto (€) per cápita de los productos alimentarios en la CAE. Años 2014 y 2015.



Fuente: Panel de Consumo Alimentario. MAPAMA.

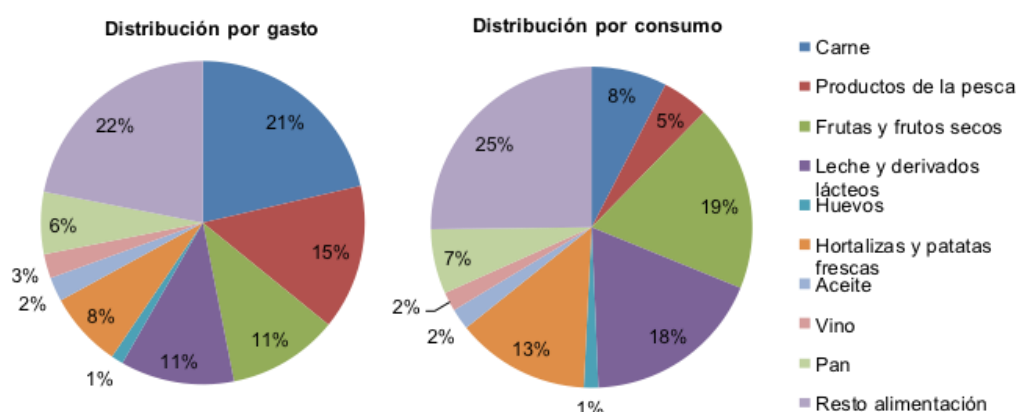
Comparando con el 2014, el **consumo per cápita** en la CAE disminuyó en todos los productos alimentarios, salvo en Resto de alimentación. El mayor descenso se registró en Productos de la Pesca (-8,4%), seguido de Hortalizas y patatas frescas (-7,7%) y Aceite (-7,5%)

El **gasto per cápita** también se vio afectado, siendo de un -6,1% en los Productos de la pesca y -2,9% en Hortalizas y patatas frescas. Por el contrario, el gasto per cápita en Aceite aumentó un 10,6% debido al incremento del precio.

El mayor gasto per cápita en 2015 corresponde al apartado de Resto de alimentación, seguido de Carne (22% y 21% del gasto per cápita total, respectivamente). Los Productos de la pesca representan también el 15% y las Frutas y frutos secos y la Leche y derivados lácteos suponen el 11% en ambos casos.

Respecto al consumo per cápita en 2015, el Resto de alimentación supone el 25%, seguido de las Frutas y frutos secos (19%), Leche y derivados lácteos (18%) y Hortalizas y patatas frescas (13%).

Gráfico 27. **Distribución del consumo (kg o litros) y gasto (€) per cápita en el hogar de los productos alimentarios en la CAE. Año 2015.**



Fuente: Panel de Consumo Alimentario. MAPAMA.

La evolución de los precios ha sido diferente según el producto; así en Huevos, Lácteos y Pan los descensos han sido más acusados (3,4%, 2,4% y 0,4% respectivamente). En contraposición, los productos Aceite, Vino, Hortalizas y patatas y Frutas experimentan los incrementos más significativos.

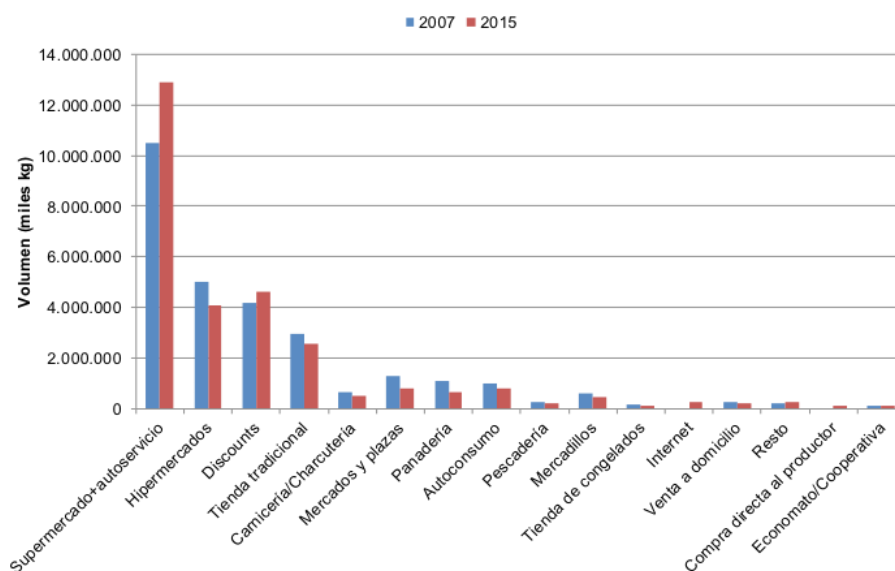
Tabla 18. **Precios de los principales productos alimentarios de la CAE. Año 2004, 2014 y 2015.**

	2004	2014	2015	% VAR 2015/2014	% VAR 2015/2004
Frutas	1,28	1,37	1,44	5,1%	12,5%
Aceite	2,08	2,55	3,05	19,6%	46,6%
Carne	6,38	7,50	7,54	0,5%	18,2%
Hortalizas y patatas	2,13	2,48	2,62	5,6%	23,0%
Lácteos*	14,02	15,88	15,50	-2,4%	10,6%
Productos de la pesca	6,53	8,09	8,29	2,5%	27,0%
Pan	1,97	2,57	2,56	-0,4%	29,9%
Huevos (kg)	1,68	2,32	2,24	-3,4%	33,3%
Vino	2,12	3,21	3,39	5,6%	59,9%

Fuente: Panel de Consumo Alimentario. MAPAMA.

Los hábitos de lugar de compra de productos alimentarios han evolucionado a superficies cada vez más grandes en el Estado de 2007 a 2015; de este modo, los Supermercados y autoservicios son los establecimientos donde se compra mayor volumen de alimentos. Por el contrario, los establecimientos que mayor reducción de compra sufrieron en este periodo fueron Panadería, Tienda de congelados, Mercados/ambulantes y Economato/Cooperativa, como se muestra en el gráfico.

Gráfico 28. Consumo (miles de kg) de los productos alimentarios en el Estado por lugar de compra. Años 2007 y 2015.



Fuente: Panel de Consumo Alimentario. MAPAMA.

Respecto al precio medio pagado por el producto alimentario, las Panaderías y los Discounts registraron los mayores incrementos (30,6% y 25,2% respectivamente) de 2007 a 2015. Al contrario, las Tiendas tradicionales, Economato/Cooperativa y Mercadillos son los establecimientos que tuvieron una reducción del precio medio pagado por los alimentos sufrieron (9,2%, 1% y 0,7% respectivamente).

TENDENCIAS EN EL SECTOR ALIMENTARIO PARA 2017

A continuación, se enumeran las principales conclusiones sobre las tendencias en el sector alimentario para 2017:

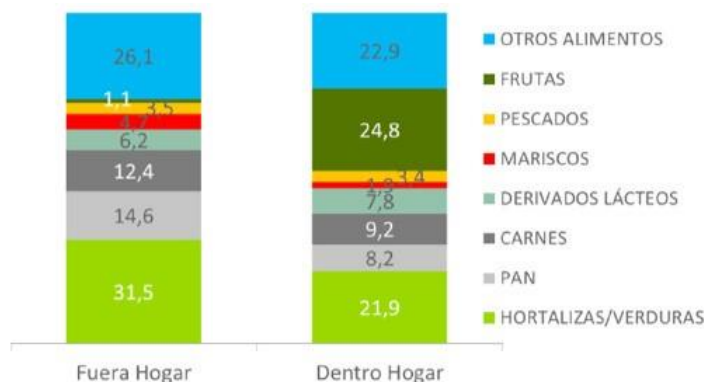
- El desperdicio alimentario disminuye.
- Se demanda implicación por parte de las empresas para frenar el desperdicio alimentario.
- El consenso a favor del etiquetado aumenta.
- El origen de los alimentos importa.
- El interés por la alimentación y la cocina crece.
- El aceite de oliva, la carne blanca, los yogures, la cerveza y los vinos (incluido el Cava) mejoran en percepción.
- Pescados azules, azúcar, refrescos de frutas, patatas fritas, café, bollería y alcohol de alta graduación empeoran en percepción.
- Desciende el consumo de bebidas a causa de la mala reputación del alcohol y el azúcar
- Sube el consumo de productos de granja.
- Los alimentos y bebidas mejor valorados tienden a ser los más consumidos y viceversa
- El hábito de comer variado y equilibrado aumenta.
- Se extiende el picoteo entre horas.
- El hábito de probar recetas nuevas con frecuencia se reduce.
- Disminuye el hábito de cocinar productos que normalmente se compran.
- Cae el hábito de comer productos fáciles y rápidos de preparar.
- La utilización de aparatos de cocina cae.
- Desciende el cultivo de frutas y hortalizas en huertos y terrazas
- La búsqueda de experiencias en la compra aumenta.

CONSUMO FUERA DEL HOGAR

El consumo extra doméstico venía registrando una caída continuada desde el inicio de la crisis económica, pero los últimos datos disponibles hablan de una recuperación en el último año. Según el informe Nielsen 360º el crecimiento en 2016 se cifra en un 6% en volumen y 6,8% en valor. Y según el informe Kantar, este crecimiento se ha dado sobre todo en los momentos principales, es decir comidas y cenas.

Los productos que más se consumen fuera del hogar en valor son las bebidas frías. El consumo extra doméstico se cifra en un 64% situándose en los 8.500 millones de euros anuales. Dentro de las bebidas frías, son las cervezas quienes copan mayor cuota de mercado con el 37%. Les siguen las bebidas espirituosas con un 20% y los vinos y refrescos con un 16% cada uno.

Gráfico 30. % Volumen (kg.) de alimentos consumidos dentro y fuera del hogar.



Fuente: MAPAMA

La estructura de consumo por alimentos fuera del hogar difiere del consumo doméstico, de forma que, productos como hortalizas/verduras, pan, carnes y mariscos tienen mayor peso en el consumo fuera de casa, mientras que frutas y derivados lácteos están más presentes dentro del hogar.

Bares y cafeterías copan el 57% del consumo fuera del hogar (Nielsen 360º), seguidas por hoteles y restaurantes con un 37%. El consumo nocturno abarca un 5% mientras que el canal HORECA estacional se cifra en un 1%.

TENDENCIAS DE CONSUMO EN ALIMENTACIÓN

AZTI Tecnalia (Fuente: <http://www.AZTI.es/es/eatendencias-2016/>) plantea los movimientos que van a influir en la alimentación en los próximos años: La **'Alimentación Efímera'** hace referencia a que el consumo de comida deberá adaptarse a los nuevos ritmos de vida urbanos, con alimentos disponibles en cualquier momento y lugar y que supongan una satisfacción instantánea, sin merma de calidad y salubridad. La **'Alimentación Conciencia'** concierne a la apuesta cada vez mayor por productos y servicios que sean sostenibles medioambientalmente y que no conlleven maltrato social o animal en ninguno de los eslabones de su cadena de producción.

El conocimiento cada vez mayor del propio estado de salud lleva a los consumidores a gestionar su estado de salud y apostar por una dieta personalizada, con productos saludables y adaptados a sus necesidades concretas. Esta apuesta por la **'Salud Personalizada'** se complementa con el concepto **'AMi Medida'**. El consumo se ha convertido en una nueva forma para expresar la identidad personal de cada individuo y, por tanto, el público demanda productos y servicios alimentarios que contribuyan a reforzar esa identidad.

En el frenético ritmo de vida actual, las personas apuestan por lo **'Simple e Inteligente'** y reclaman soluciones flexibles y accesibles que les ahorren tiempo y les ayuden a tener una vida más fácil. En este contexto actual de ritmo acelerado y globalización, está surgiendo, de forma paralela, una importante preferencia por lo local y lo cercano, que demuestra que **'El Origen Sí Importa'**.

Los consumidores, a la hora de comer, buscan más allá de la simple compra de un producto, una **'Experiencia Alimentaria'** que les aporte un momento único y memorable. La diversión, la atracción por la novedad y la búsqueda de estados emocionales (felicidad, relajación, excitación...) forman ya parte del universo de la alimentación.

Por otro lado, las nuevas tecnologías están favoreciendo una cultura participativa en torno a la alimentación. Los consumidores no son simplemente receptores de comida; mediante la **'Participación'** pueden opinar, aprender e influir en los gustos y en las demandas de nuevos productos. Un ejemplo del empuje de la participación entre consumidores se encuentra en el beneficio producido por las plataformas de consumo colaborativo, que superará los 3.500 millones de dólares en 2015.

La **'Conciencia'** es, finalmente, una tendencia en alimentación que lleva a las personas a apostar por productos, empresas y marcas que sean más abiertas, honestas, empáticas, generosas e incluso divertidas. Los consumidores buscan productos con los que puedan identificarse y que la relación entre el sector alimentario y las personas se base en la confianza y transparencia. El consumidor se identifica con aquellas empresas que comparten o que están en línea con sus valores personales.

ANEXO III

TENDENCIAS Y DESAFÍOS GLOBALES SEGÚN LA FAO

1. CONTEXTO A NIVEL GLOBAL SEGÚN LA FAO.

En este apartado se hace un breve resumen del documento de la FAO “**El futuro de la alimentación y la agricultura. Tendencias y desafíos**” que presenta las tendencias y los desafíos globales clave que incidirán en la alimentación y la agricultura en las próximas décadas.

El objetivo de la FAO es crear “**un mundo libre de hambre y malnutrición, en el que la alimentación y la agricultura contribuyan a mejorar las condiciones de vida de todas las personas, en especial de las más pobres, de forma económica, social y ambientalmente sostenible**”.

Para alcanzar este objetivo la Organización ha definido 10 desafíos clave que habría que abordar con urgencia y para ello considera que hay que tener en cuenta las tendencias que se están produciendo a nivel mundial.

Tendencias a nivel mundial

1. Crecimiento demográfico, urbanización y envejecimiento.
2. Crecimiento Económico mundial, Inversiones, Comercio y Precio de los Alimentos.
3. Aumento de la competencia por los recursos naturales
4. Cambio Climático
5. Productividad agrícola e Innovación.
6. Plagas y enfermedades transfronterizas
7. Conflictos, crisis y desastres naturales.
8. Pobreza, desigualdad e inseguridad alimentaria.
9. Nutrición y Salud.
10. Cambios estructurales y empleo.
11. Migraciones y feminización de la agricultura.
12. Cambios en los Sistemas Alimentarios.
13. Pérdida y desperdicio de alimentos.
14. Gobernanza para la seguridad alimentaria y la nutrición.
15. Financiación para el desarrollo.

Los 10 desafíos a abordar según la FAO

1. Mejorar la productividad agrícola de forma sostenible para cubrir la demanda creciente.
2. Garantizar una base sostenible de recursos naturales.
3. Abordar el cambio climático y la intensificación de los desastres naturales.
4. Prevenir las plagas y enfermedades transfronterizas.
5. Erradicar la pobreza extrema y reducir la desigualdad.
6. Erradicar el hambre y todas las formas de malnutrición.
7. Mejorar las oportunidades de generación de ingresos en zonas rurales y abordar las causas raíces de las migraciones.

8. Potenciar la resiliencia ante crisis prolongadas, desastres y conflictos.
9. Transformar los sistemas alimentarios para que sean más eficientes, inclusivos y resilientes.
10. Lograr un sistema de gobierno nacional e internacional coherente y efectivo.

1.1 TENDENCIAS A NIVEL MUNDIAL

A continuación se analizan las principales tendencias globales que influyen en la alimentación y la agricultura junto con las dificultades que conllevará y que serán necesarias afrontar.

Tendencia 1. Crecimiento demográfico, urbanización y envejecimiento.

El crecimiento de la población mundial se está ralentizando, pero en África y Asia la población sigue aumentando. Las dinámicas de población cambiarán radicalmente la demografía en las próximas décadas. Para el año 2050, se prevé que la población mundial aumentará y alcanzará casi los 9.700 millones de personas. Este crecimiento previsto se concentrará probablemente en África y en el Sur de Asia.

Sin las suficientes oportunidades de empleo, esta tendencia de la población podría hacer aumentar los índices de emigración y urbanización y, posiblemente, el número de conflictos.

Entre tanto, otras regiones deberán adaptarse a una población que envejece rápidamente, característica que también afecta a los países de ingresos bajos.

Tendencia 2. Crecimiento Económico mundial, Inversiones, Comercio y Precio de los Alimentos.

El crecimiento económico acelera los cambios en la dieta e impulsa la demanda agrícola. El crecimiento económico ha sido significativo en las últimas décadas. El PIB mundial creció en un 2,6% anual entre 1990 y 2014, impulsado sobre todo por los países de ingresos medianos y bajos, donde el PIB creció en torno a un 5,1% anual. El rápido incremento de los ingresos en los países emergentes ha impulsado el auge de una clase media a nivel mundial, que a su vez está acelerando los cambios dietéticos. La demanda de alimentos está cambiando hacia un mayor consumo de carne y productos lácteos así como otros alimentos de producción intensiva, lo que tiene serias repercusiones en el uso sostenible de los recursos naturales.

Las proyecciones más recientes de la FAO en cuanto a la oferta y demanda agrícola en el futuro se basan en un crecimiento económico mundial moderado hasta 2050, con una cierta reducción en la brecha de ingresos (o convergencia económica) entre los países de ingresos medianos y bajos y los países de ingresos altos.

Cabe destacar, no obstante, que cualquier trayectoria económica futura está sumida en una gran incertidumbre y dependerá de toda una serie de factores relacionados entre sí, como el comportamiento de productores y consumidores, los cambios tecnológicos, la disponibilidad y productividad de los recursos, las dinámicas de población, el cambio climático y las respuestas en cuanto a políticas.

En los países de ingresos bajos y medianos la agricultura es menos intensiva en capital. Los niveles globales de inversión en la economía (o formación bruta de capital fijo) han aumentado en los últimos 25 años. Este ha sido el caso especialmente en Asia oriental y en el Pacífico, debido a China, donde las inversiones han aumentado a un ritmo cercano al 15% anual, mientras que el aumento de las inversiones en los países de ingresos altos fue, de media, del 2% anual entre 1991 y 2014. En el mismo periodo, la proporción de inversiones en relación al PIB en China pasó de menos del 30% a más del 45%. Sin embargo, este tipo de inversiones permaneció entre el 22 y el 27% tanto en países de ingresos altos como en los demás países de ingresos bajos y medianos.

Las tendencias en las inversiones agrícolas muestran un panorama algo distinto. A día de hoy, los países de ingresos bajos y medianos invierten en la agricultura casi lo mismo que los países de ingresos altos, en torno a 190.000 millones de dólares en ambos casos. Sin embargo, la agricultura en los países de ingresos altos sigue siendo bastante más intensiva en capital que en los países de ingresos bajos y medianos. Se requieren cuatro unidades de capital para generar una unidad de valor añadido en los países de ingresos altos, frente a 1,5 unidades de capital en países de ingresos bajos y medianos.

Tras alcanzar su nivel más alto en 2011, los precios de los alimentos han caído considerablemente. Pese a que el índice real de precios de los alimentos de la FAO sigue estando por encima de los niveles de las décadas de 1990 y 2000, la evolución del índice a largo plazo parece indicar una tendencia a la baja desde 1960, con las debidas diferencias entre distintos productos básicos.

Las fluctuaciones en los precios de los alimentos recibieron una atención notable durante la crisis alimentaria mundial de 2007-2008. Los precios alcanzaron un pico en la década de 1970, y los repuntes en las décadas de 2000 y 2010 fueron superiores a los niveles de décadas anteriores. Por esta razón, la volatilidad de los precios en los últimos veinte años se considera comparable a la de los años setenta.

El nivel de los precios de los alimentos en el futuro dependerá de la respuesta que den los sistemas de producción a la creciente demanda en un contexto de cambio climático y recursos limitados, así como de cuánto el comercio agrícola consiga actuar como mecanismo de adaptación ante este contexto cambiante.

Tendencia 3. Aumento de la competencia por los recursos naturales

La expansión de los terrenos agrícolas sigue siendo la causa principal de la deforestación.

El incremento de la producción alimentaria y el crecimiento económico se han conseguido muchas veces a costa del ambiente natural. Casi la mitad de los bosques que antaño cubrían el planeta han desaparecido y las aguas subterráneas se agotan con rapidez. La biodiversidad se ha visto gravemente erosionada. Cada año, la quema de combustibles fósiles emite a la atmósfera miles de millones de toneladas de gases de efecto invernadero, cuyas consecuencias son el calentamiento global y el cambio climático.

En los últimos 20 años, la expansión agrícola se ha estabilizado en 4 900 millones de hectáreas, y la pérdida de cubierta forestal anual se ha ralentizado en un 50%, sumando 3.3 millones de hectáreas al año (2010-2015). Sin embargo, estas cifras globales esconden diferencias regionales significativas: en las regiones tropicales y subtropicales se perdieron siete millones de hectáreas anuales de bosque entre 2000 y 2010, mientras que la superficie agraria aumentó en el mismo periodo a un ritmo de seis millones de hectáreas anuales. Los países de bajos ingresos, por su parte, sufrieron la mayor pérdida neta anual de área de bosque, y también la mayor ganancia neta anual de superficie agrícola.

Aumenta la competencia por los recursos naturales para la producción de alimentos y energía a medida que se buscan alternativas bioenergéticas a los combustibles fósiles.

El consumo de cereales, semillas oleaginosas y caña de azúcar para la producción de biocombustibles ha aumentado, como también lo ha hecho el uso de biomasa en sustitución de sustancias petroquímicas. Esta competencia creciente entre usos alimentarios y no alimentarios de la biomasa ha contribuido al aumento de la interdependencia entre los mercados de alimentos, forraje y energía. Por ejemplo, alrededor de dos terceras partes de la bioenergía utilizada a nivel mundial implica la quema tradicional de madera y de otra biomasa para la cocción de alimentos y la calefacción. Gran parte de esta madera se produce de forma no sostenible y se quema de manera poco eficiente, perjudicando la salud de la población más pobre y contribuyendo a la degradación del medio ambiente.

La acuciante demanda de agua por parte de la agricultura, la industria y las zonas urbanas está agotando los recursos hídricos.

Las extracciones de agua para la agricultura representan el 70% del total de extracciones de este recurso. La industria, las ciudades y la agricultura son los principales sectores que compiten por el suministro de agua.

La FAO estima que más del 40% de la población rural del mundo vive en cuencas de ríos que carecen de agua. En numerosas zonas de escasa precipitación de Cercano Oriente, norte de África y Asia central, así como en la India y en China, los agricultores utilizan gran parte de los recursos de agua disponibles, provocando el agotamiento de ríos y acuíferos. En algunas de estas zonas, entre el 80 y el 90% del agua se utiliza con fines agrícolas. Unido a esta escasez de agua, el índice de expansión de tierras de regadío se está ralentizando de manera significativa. Según proyecciones de la FAO, la superficie global bajo regadío podría aumentar a un ritmo relativamente reducido del 0,24% anual, principalmente en países de ingresos bajos.

Tendencia 4. Cambio Climático

Los sectores de la alimentación y la agricultura contribuyen de forma significativa a las emisiones de gases de efecto invernadero.

Según el informe de evaluación más reciente del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC, por sus siglas en inglés) publicado en 2014, los niveles de emisiones antropogénicas de gases de efecto invernadero (GEI) están hoy en su nivel histórico más alto

En los últimos 50 años, las emisiones de GEI provenientes de la agricultura, la silvicultura y otros usos de la tierra (AFOLU, por sus siglas en inglés) se han casi duplicado, y las previsiones indican que seguirán aumentando hasta 2050. En 2010, se estima que las emisiones del sector de AFOLU alcanzaron 10,6 gigatoneladas de dióxido de carbono equivalente, derivadas en su mayor parte del uso de la tierra, la producción ganadera, y la gestión de suelos y nutrientes. Se calcula que el sector produce un 21% del total de las emisiones globales de GEI. Sin embargo, a través del almacenamiento de biomasa, los bosques eliminan GEI de la atmósfera y mitigan el cambio climático.

El cambio climático afectará a la producción de alimentos, la seguridad alimentaria y la nutrición.

Las altas temperaturas y un suministro de agua menos fiable crearán serias dificultades para la pequeña ganadería, especialmente en ecosistemas de pastos áridos y semiáridos en latitudes bajas.

El aumento en la variabilidad de las precipitaciones y la frecuencia de sequías e inundaciones provocará seguramente una caída generalizada en el rendimiento de los cultivos. El cambio climático también afectará al medio acuático, por ejemplo por cambios en la temperatura de la superficie del mar, la circulación oceánica, las olas y los sistemas de tormenta, la concentración salina y de oxígeno y la acidificación, lo que afectará también a la industria pesquera.

El impacto del cambio climático en la seguridad alimentaria mundial se notará no solo en el suministro de alimentos, sino también en la calidad, el acceso y la utilización de los mismos y en la estabilidad de la seguridad alimentaria. La adopción de prácticas de gestión sostenible de la tierra, el agua, la pesca y la silvicultura por parte de los pequeños productores será fundamental para avanzar en los esfuerzos de adaptación ante el cambio climático, la erradicación de la pobreza global y la eliminación del hambre. No obstante, se precisarán también mejoras en las infraestructuras, los servicios de extensión, la información climática, el acceso al crédito y la protección social para alentar la adopción de estas prácticas.

Al mismo tiempo, también es importante trabajar en la mitigación de los efectos de la agricultura, con la apertura de nuevas modalidades de desarrollo agrícola que logren aumentar la producción de alimentos y a la vez reducir las emisiones de GEI por unidad de alimento. Si no se emplean esfuerzos en la adaptación y la mitigación ante el cambio climático, la inseguridad alimentaria aumentará significativamente.

Tendencia 5. Productividad agrícola e Innovación.

La producción agrícola necesita crecer, pero la mejora del rendimiento está frenando.

La producción agrícola creció más del triple entre 1969 y 2015, debido en parte a las tecnologías de la Revolución Verde que mejoraron la productividad, y a la expansión significativa del uso de la tierra, el agua y de otros recursos naturales para fines agrícolas. En el mismo periodo, la alimentación y la agricultura se vieron sometidas a un marcado proceso de industrialización y globalización. Las cadenas de suministro de alimentos se han alargado de forma dramática a medida que ha ido creciendo la distancia física entre la explotación agrícola y la mesa, y el consumo de alimentos procesados, envasados y preparados ha crecido en todas las comunidades salvo en las zonas rurales más aisladas.

Para cubrir la demanda en 2050, la FAO estima que la agricultura tendrá que producir casi un 50% más de alimentos, forraje y biocombustible de los que producía en 2012. En el África subsahariana y Asia meridional, la producción agrícola debería multiplicarse por más de dos para cubrir la demanda creciente, mientras que en el resto del mundo las previsiones de crecimiento estarían en torno a un tercio por encima de los niveles actuales (Tabla 5.1). Esta valoración tiene en cuenta recientes proyecciones de las Naciones Unidas que indican que la población mundial alcanzará los 9 700 millones de personas para 2050.

Históricamente, se han logrado aumentos mayores en la producción agrícola en periodos comparables. Sin embargo, pese a las mejoras generalizadas en la eficiencia agrícola, los aumentos en cuanto a rendimiento se están ralentizando y puede resultar difícil mantener el ritmo de crecimiento de la producción. Pero las prácticas de conservación de recursos como la agricultura de conservación y la agricultura climáticamente inteligente proporcionan nuevos métodos para incrementar la productividad agrícola. Esto resulta alentador, ya que tras un periodo de estancamiento se está produciendo un resurgimiento de la investigación y el desarrollo agrícola, con un aumento significativo en las inversiones privadas.

Tendencia 6. Plagas y enfermedades transfronterizas

Con la globalización, las plagas y las enfermedades transfronterizas van en aumento, mientras que la resistencia a los antimicrobianos supone un riesgo para la salud humana.

Se ha producido un aumento alarmante en el número de plagas y enfermedades transfronterizas en plantas y animales. Estas ponen en riesgo la seguridad alimentaria en las zonas afectadas y tienen amplias consecuencias económicas, sociales y ambientales. Un estudio que analiza las tendencias en la incidencia de plagas y enfermedades de las plantas constata que el grado de saturación de cada plaga ha llegado hasta casi el 10% en África, el 20% en Asia, e incluso el 60% en América del Norte.

La encefalopatía espongiforme bovina (o la enfermedad de las vacas locas), la fiebre aftosa, la gripe aviar altamente patógena y la gripe porcina son ejemplos de pandemias recientes. La propagación de estos brotes a zonas geográficas más amplias aumenta a medida que crece el número de personas, animales, plantas y productos agrícolas que se mueven en y entre países, y a medida que los sistemas productivos se hacen más intensivos. El cambio climático también puede exacerbar estos peligros transfronterizos y alterar la distribución de las plagas y enfermedades de animales y plantas, con consecuencias difíciles de predecir.

El posible impacto de las enfermedades animales en la salud humana se magnifica por la resistencia cada vez mayor de bacterias, parásitos, virus y hongos a los medicamentos antimicrobianos, como los antibióticos, los antimicóticos, los an-

tivirales, las sustancias antipalúdicas y los antihelmínticos. La resistencia a los antimicrobianos se extiende a nivel mundial, mermando la capacidad de tratamiento de enfermedades infecciosas comunes y provocando enfermedades prolongadas, discapacidades e incluso la muerte. Hoy en día, cada año mueren en torno a 700 000 personas por infecciones resistentes a los medicamentos.

Tendencia 7. Conflictos, crisis y desastres naturales.

El número de conflictos vuelve a aumentar.

La última década se ha visto marcada por un aumento en el número de conflictos, que a su vez agravan la inseguridad alimentaria y la malnutrición. En torno al 80% de la financiación humanitaria se canaliza hacia zonas de conflicto, la mayoría de ellos conflictos prolongados.

Actualmente, cerca de la mitad de las personas pobres del mundo viven en estados caracterizados por la fragilidad y el conflicto, cuando en 1990 la cifra era en torno a una quinta parte. Los países con los niveles de subalimentación más altos tienden a ser aquellos que están inmersos en un conflicto, o que recién salieron de una situación violenta. Los conflictos conllevan la destrucción física y el robo de cultivos, ganado y reservas alimentarias, mientras que el reclutamiento de personas para las fuerzas armadas agota las principales fuentes de mano de obra. Pero la preocupación es todavía mayor. Los conflictos ya no sólo perjudican a regiones específicas, sino que se han convertido en un problema global provocando el desplazamiento masivo de personas, como es el caso de la guerra civil que persiste en la República Árabe Siria.

El número y la intensidad de los desastres naturales en el mundo también se intensifican.

La incidencia de los desastres naturales ha aumentado en los últimos 30 años. Este aumento se manifiesta especialmente en forma de fenómenos climatológicos como las sequías, fenómenos hidrológicos como las inundaciones, y fenómenos meteorológicos como las tormentas. Dada la relación interdependiente entre el clima y la agricultura, el aumento de fenómenos climáticos es una especial preocupación para el sector agrícola ya que acentúa la vulnerabilidad de las personas y amenaza su seguridad alimentaria. Entre 2003 y 2013, las sequías provocaron la mayor devastación de tierras del África subsahariana y Cercano Oriente. Graves inundaciones pusieron en riesgo la agricultura de Asia y América Latina y el Caribe, pero en esta última región, y aunque en menor medida, las sequías y tormentas también afectaron al sector agrícola.

Se prevé un futuro donde los desastres naturales y los conflictos coexistan cada vez más. Los fenómenos meteorológicos extremos producirán presiones sobre la población y forzarán su desplazamiento, aumentando el riesgo de conflictos al igual que la necesidad de una asistencia humanitaria global. El cambio climático en sí no va asociado a la violencia, pero sí es verdad que la combinación de la vulnerabilidad por desastres naturales y la fragilidad institucional y socioeconómica generalizada puede incrementar el riesgo de conflictos.

Tendencia 8. Pobreza, desigualdad e inseguridad alimentaria.

Mientras la pobreza extrema disminuye a nivel mundial, en el África subsahariana hay más personas en situación de pobreza extrema hoy que en la década de 1990.

La pobreza extrema ha ido disminuyendo desde 1990. No obstante, sigue habiendo más de 700 millones de personas en situación de pobreza extrema en todo el mundo, la mayoría de ellas en el África subsahariana y en el sur de Asia. Más de 400 millones de personas extremadamente pobres viven en zonas de conflicto, por lo que hay que abordar la pobreza desde una perspectiva tanto humanitaria como de desarrollo.

La agricultura alivia la pobreza y el hambre en las zonas rurales, pero no es suficiente.

Las políticas agrícolas desempeñan un papel importante en el crecimiento económico pro-pobre. Sirven para apoyar el crecimiento de la productividad y la rentabilidad de diversas maneras. Por ejemplo, proporcionando unos servicios agrícolas de extensión y asesoramiento eficientes, mejorando la coordinación en las cadenas de valor y garantizando que los eslabones más débiles de la cadena obtengan los beneficios de la integración de la agricultura en los mercados.

Sin embargo, el crecimiento pro-pobre va más allá de la agricultura. Hasta la fecha, el proceso de desarrollo económico en su sentido más amplio ha llevado en muchos casos a una reducción en el número de personas dedicadas a la agricultura, con la consiguiente urbanización. Para reducir la pobreza de forma permanente se precisan acciones que abarquen zonas tanto rurales como urbanas, como proporcionar acceso a una educación de calidad, promover la diversificación económica en actividades rurales de generación de ingresos no agrícolas, apoyar la creación de empleo en todos los sectores económicos, aumentar las posibilidades para el ahorro y las inversiones por parte de las personas pobres, o poner en marcha sistemas adecuados de protección social.

¿Están los países de ingresos bajos y medianos alcanzando a los países de ingresos altos?

En los últimos 25 años, los ingresos per cápita, el consumo y la formación bruta de capital en los países de ingresos bajos y medianos han estado a un nivel por debajo del 10% de los de países de ingresos altos. Esta tendencia sugiere que apenas hay convergencia entre países.

Los patrones de lenta convergencia no van a poder eliminar las grandes diferencias de ingresos en muchas décadas. La persistencia de enormes diferencias de ingresos entre grupos de países seguirá provocando migraciones económicas masivas, que pueden llegar a ser incontrolables si se suman a las migraciones por situaciones de dificultad. Tan solo China ha seguido una trayectoria distinta, con un aumento significativo en la formación bruta de capital per cápita desde principios de siglo, aproximándose ya a un 30% del valor de este indicador en los países de ingresos altos.

Por otra parte, las grandes diferencias en los ingresos brutos per cápita alimentan la desigualdad en cuanto a la propiedad de activos, aspecto ya muy polarizado. Según Oxfam, en 2016 tan solo ocho personas poseían la misma riqueza que el 50% más pobre de la población mundial. El Banco Mundial subraya que esa polarización es aún más extrema en África. Las desigualdades en cuanto a propiedad de activos pueden a su vez generar futuras desigualdades en los ingresos, sobre todo si las personas pobres no tienen oportunidades de obtener ingresos decentes, ahorrar o invertir.

Si estas tendencias persisten, el objetivo de erradicar el hambre para 2030 no se alcanzará.

Pese a los avances en la reducción de la subalimentación, entre 2014 y 2016 cerca de 794 millones de personas en todo el mundo estaban subalimentadas. Las previsiones más recientes de la FAO (publicadas en su informe Objetivo Hambre Cero) indican que de prolongarse la situación actual, unos 637 millones de personas en países de ingresos bajos y medianos estarán subalimentadas para 2030, la mayoría en países del África subsahariana y el sur de Asia.

A medida que las mejoras en la seguridad alimentaria influyen en el aumento del poder adquisitivo, se precisa un enfoque de doble vía que combine las inversiones en protección social con inversiones en actividades pro-pobres. De esta manera, se abordará la subalimentación al mismo tiempo que se incrementarán las oportunidades de generación de ingresos de las personas pobres.

Tendencia 9. Nutrición y Salud.

La malnutrición es una emergencia de salud mundial.

La triple carga de la malnutrición – desnutrición, carencia de micronutrientes, sobrepeso y obesidad– afecta a una alta proporción de la población mundial. Aunque resulta alentador constatar que la desnutrición está cayendo a nivel mundial, casi el 11% de la población sigue acostándose con hambre, y las carencias de micronutrientes afectan a más de dos mil millones de personas. De hecho, hay zonas como el África subsahariana donde el índice de retraso en el crecimiento no disminuye con la suficiente rapidez. Por último, los niveles de sobrepeso y obesidad aumentan, afectando a hombres y mujeres de todas las edades, debido al consumo de alimentos altos en calorías y grasas, y con azúcar o sal añadido.

Con el aumento en el suministro de alimentos en las últimas décadas, la producción agrícola mundial es ya más que suficiente para cubrir las necesidades dietéticas de toda la población.

Un análisis por grupos de alimentos revela que, en los últimos 50 años, la disponibilidad calórica per cápita y la diversidad de alimentos consumidos han aumentado tanto en países de ingresos altos como en países de ingresos bajos y medianos. Pero el suministro de energía alimentaria (SEA) medio en países de ingresos bajos y medianos sigue estando muy por debajo del de países de ingresos altos, aunque la diferencia disminuye paulatinamente. En 1961, el SEA de los países de ingresos bajos y medianos era tan solo el 68% del de los países de ingresos altos, pero en 2011 llegó al 81%. Para 2050, se espera que haya alcanzado el 86%.

Sin embargo, la disponibilidad de alimentos no implica necesariamente que todas las personas tengan una ingesta adecuada. En primer lugar, las desigualdades de ingresos y otras formas de subsistencia explican las grandes diferencias en el acceso a los alimentos. En segundo lugar, los hogares más pobres no tienen acceso a instalaciones de almacenado, utensilios de cocina, y agua potable, ni a servicios médicos o de educación, lo que impide una alimentación adecuada. Además, la transición dietética se debe a un acceso mejorado a alimentos más nutritivos, como la carne, los productos lácteos, las frutas y las hortalizas, pero no necesariamente en las proporciones adecuadas. Esta tendencia, junto con la aceleración en el consumo de alimentos procesados (que contienen un exceso de azúcar, sal y conservantes), ha suscitado preocupación por el cambio hacia dietas menos saludables y la prevalencia del sobrepeso y la desnutrición.

Tendencia 10. Cambios estructurales y empleo.

El ritmo de los cambios estructurales y los patrones de transformación agrícola difieren entre las regiones.

La economía ha crecido de la mano de cambios estructurales, como pueden ser la disminución de la importancia del sector agrícola o el crecimiento de los sectores de servicios e industriales. Pese a que las experiencias por país y región difieren, las pautas de la transformación han sido parecidas a nivel mundial. En los últimos 50 años, la contribución relativa de la agricultura al PIB ha disminuido prácticamente en todos los lugares.

En menor grado, la proporción de empleo agrícola también ha disminuido en los últimos 20 años. La transformación económica y el crecimiento en la eficacia del sector agrícola han suscitado la creación de ciudades rurales y pequeños núcleos urbanos, que forman parte del desarrollo social y económico de las zonas rurales. Los fuertes vínculos económicos entre zonas rurales y urbanas también han contribuido a la reducción de la pobreza, muchas veces cerrando la brecha entre campo y ciudad en cuanto al nivel de salud, el bienestar social y los medios de vida. No obstante, en algunos casos estos procesos de transformación se materializan a un ritmo muy lento, y llevan aparejadas desventajas que cuestionan el paradigma tradicional del desarrollo.

La falta de un inventario de tierras y escrituras sobre las mismas crea una política sobre la tierra poco efectiva, que a su vez crea inseguridad en la tenencia, limita las inversiones y la productividad. Incluso las grandes extensiones explotadas por la agricultura comercial son contenciosas, puesto que con frecuencia carecen de transparencia. La evidencia demuestra que no logran resultados aceptables en cuanto a creación de empleo y generación de ingresos para el Estado.

En otros casos, la movilidad laboral y la escasa disposición de las personas jóvenes a permanecer en el sector conllevan el envejecimiento de la media de edad de los agricultores, lo que conlleva rendimientos estancados y una menor productividad. Además, independientemente del tipo de transición sectorial, la distribución desigual de recursos, y en especial del capital, puede llevar a unos resultados menos eficientes, y en ocasiones incluso a la tensión social.

Las pequeñas empresas no agrícolas pueden generar empleo, especialmente para los jóvenes, si se abordan las limitaciones institucionales y financieras.

El número de jóvenes de entre 10 y 24 años es hoy mayor que nunca, y en algunos países de ingresos bajos y medianos representa hasta un tercio de la población, con perspectivas de empleo poco alentadoras y un potencial de generación de ingresos más débil que el de sus padres. Se ha calculado que a nivel mundial hay cerca de 620 millones de jóvenes sin estudios ni trabajo. La juventud de las zonas urbanas ha manifestado recientemente su malestar con esta situación, como se vio, por ejemplo, durante la Primavera Árabe. La mayoría de las personas del medio rural y en especial los jóvenes, que suelen tener un nivel de educación más bajo que el de sus homólogos urbanos, también se enfrentan a una caída en las perspectivas de encontrar empleo estable y remunerado.

Hay cuatro posibles trayectorias para la creación de empleo joven en el medio rural: trabajo a tiempo completo en la explotación familiar; trabajo agrícola a tiempo parcial combinado con el trabajo en empresas familiares de distinto sector; empleo remunerado en la agricultura; y empleo a tiempo completo en empresas familiares no agrícolas. Las empresas familiares pequeñas no relacionadas con la agricultura pueden proporcionar oportunidades de empleo productivo y remunerado si se abordan las limitaciones ligadas a su naturaleza informal y falta de capital. Las inversiones en infraestructuras pueden proporcionar beneficios en cuanto al desarrollo y reducción de pobreza, y pueden crear empleo en la agricultura y en otros sectores. Pero es preciso analizar con cuidado qué inversiones seleccionar y priorizar.

Tendencia 11. Migraciones y feminización de la agricultura.

Se prevé que la pobreza, el cambio climático, los conflictos y la competencia por los recursos naturales aumenten el número de migraciones por situaciones de dificultad.

Los conflictos, la violencia y los desastres naturales son algunas de las causas inmediatas de las migraciones y el desplazamiento forzado. No obstante, muchos migrantes se ven obligados a desplazarse por factores socioeconómicos, entre otros la pobreza, la inseguridad alimentaria, el desempleo, un acceso limitado a la protección social, el agotamiento de los recursos naturales y los impactos adversos de la degradación ambiental.

La proporción de migrantes internacionales en los países de destino está aumentando, sobre todo en países de altos ingresos. Esto provoca tensiones sociales, pues a menudo se percibe a los migrantes como competencia para el empleo y una amenaza para los niveles salariales. Sin embargo, a la vista del envejecimiento de la población y los bajos índices de natalidad en algunos países de ingresos altos, la migración podría aportar beneficios tanto para los países de acogida como los países de origen.

La feminización de la agricultura aumenta la carga de trabajo para las mujeres, pero también proporciona oportunidades.

Las tecnologías que ahorran mano de obra en la agricultura harán disminuir el empleo en el sector, y tanto hombres como mujeres deberán buscar otras alternativas. Sin embargo, aunque los hombres posiblemente dejarán el sector o la agricultura de subsistencia por completo, en muchos países de ingresos bajos las mujeres permanecen en las zonas rurales y siguen trabajando en la agricultura, por lo que las tendencias hacia la feminización de la pobreza se están afianzando. Al desempeñar este papel, las mujeres pueden superar la brecha de género, pero solo si tienen mayor voz en la toma de decisiones y en el control de los recursos del hogar.

Los cambios en los sistemas alimentarios que conceden un papel más relevante a las explotaciones comerciales, junto con el aumento en el consumo de alimentos procesados, crean algunas oportunidades de empleo remunerado para las mujeres al margen de las explotaciones familiares. Sin embargo, las mujeres que trabajan en explotaciones comerciales y en maquilas de cadenas de suministro de gran valor añadido tienden a estar concentradas en trabajos intensivos en mano de obra y de escasa cualificación.

El creciente papel de la mujer en la agricultura puede resultar emancipador si las mujeres tienen mayor voz en la toma de decisiones y en el control de los recursos del hogar. Pero, al mismo tiempo, puede destacar la carga de trabajo y la desigualdad de género, dado que las infraestructuras y las instituciones en los países de bajos ingresos están poco adaptadas para dar apoyo a la mujer trabajadora.

Tendencia 12. Cambios en los Sistemas Alimentarios.

Si el crecimiento de la población hace aumentar la demanda de productos agrícolas y fomenta las actividades agrarias, la urbanización requiere alimentos que puedan ser procesados, transportados, almacenados y distribuidos con facilidad. Por tanto, el procesado y la distribución de los alimentos han pasado a ser factores clave en la transformación de los sistemas alimentarios.

La producción de alimentos y los canales de distribución están cambiando.

La agricultura y la producción de alimentos se orientan cada vez más al suministro de supermercados urbanos y periurbanos. Entre 2001 y 2014, la proporción de alimentos procesados distribuidos a través de supermercados (incluyendo hipermercados, tiendas de descuento y pequeños comercios) aumentó significativamente en países de ingresos medianos, desde menos del 40% al 50%. En ese mismo periodo, la proporción en países de ingresos altos creció desde el 72% aproximadamente hasta el 75%, mientras que en los países de ingresos medianos la proporción creció del 22 al 27% entre 2001 y 2014.

Los cambios en los canales de distribución y venta impactan de manera significativa la cadena de valor. Los supermercados requieren alimentos procesados industrialmente, lo que conlleva la creación de grandes plantas automatizadas para el procesado de productos estandarizados, que a su vez aumenta la producción primaria y la consolidación de terrenos agrarios. Por tanto, las cadenas de valor se caracterizan cada vez más por la coordinación vertical –y en ocasiones la integración de las instalaciones de producción primaria, procesado y distribución, la automatización del procesado a gran escala, una mayor intensidad de capital y conocimientos, y la concentración del sector agroalimentario en manos de un número más reducido de agentes.

Aunque sí generan oportunidades de empleo formal, las cadenas de valor hacen más difícil la labor de los pequeños agricultores, para quienes las cuestiones de financiación, acceso al mercado y transporte, así como toda la normativa relacionada con la calidad, la trazabilidad y la certificación, suponen un obstáculo para su participación en cadenas de valor integradas. Muchos pequeños agricultores han pasado a ser jornaleros sin tierras o han emigrado a la ciudad en busca de empleo, acelerando aún más la urbanización. Las cadenas de valor alimentarias modernas implican una mayor huella ecológica.

A medida que aumenta la presión sobre las tierras y los recursos hídricos ya escasos, el sector agroalimentario debe buscar la forma de reducir su huella ecológica, que abarca las emisiones de gases de efecto invernadero, la utilización de agua, el desperdicio de alimentos, y sus efectos sobre la salud del suelo, los servicios ecosistémicos y la biodiversidad.

El desarrollo de sistemas alimentarios suele resultar en una producción intensiva y unas cadenas de suministro cada vez más largas que probablemente vayan asociadas a mayores emisiones de GEI, tanto por los insumos de producción (fertilizantes, maquinaria, pesticidas, productos veterinarios y transporte, por ejemplo) como por las actividades realizadas fuera de las explotaciones (transporte, procesado y venta). Las cadenas globales de valor han aumentado considerablemente el uso del transporte de larga distancia entre los puntos de producción primaria, procesado y consumo.

La utilización de tecnologías relativamente bajas en emisiones en las etapas primarias de producción podría compensar, sin duda, las emisiones producidas en las etapas posteriores de estas largas cadenas de valor. De otra forma, si se emplean tecnologías de altas emisiones de GEI para producir alimentos que luego se transportan hasta lugares alejados de sus puntos de origen, las emisiones de GEI se multiplicarán. Por ejemplo, los agricultores de Kenia que suministran coles a los supermercados locales utilizan el doble de productos químicos por unidad de producción de lo habitual. Si el hecho de producir para los supermercados implica un mayor uso de fertilizantes químicos y combustibles fósiles por unidad de producción, es posible que las emisiones de GEI aumenten en la transición de cadenas de valor tradicionales a cadenas de valor modernas.

Tendencia 13. Pérdida y desperdicio de alimentos.

A nivel mundial, en torno a un tercio de todos los alimentos producidos se pierde o desperdicia.

Otro síntoma de la deficiencia de nuestros sistemas alimentarios es que en torno a un tercio de todos los alimentos producidos se pierde o desperdicia en algún punto de la cadena alimentaria. Esto puede suceder tanto en la producción primaria como en la etapa de procesado y consumo. Las estimaciones indican que la energía contenida en los alimentos perdidos o desperdiciados representaría más del 10% del total de la energía consumida a nivel mundial en la producción de alimentos. A esto habría que sumar la huella ambiental por la generación de emisiones de GEI y el desperdicio de los recursos naturales utilizados en la producción de alimentos que se acaban perdiendo.

No resulta fácil cuantificar las tendencias en las pérdidas y el desperdicio de alimentos por los cambios que se están produciendo en las cadenas de suministro de alimentos, las grandes diferencias entre regiones, y la implicación de distintos actores. A pesar de ello, la creciente evidencia de las pérdidas y el desperdicio masivo de alimentos ha propiciado llamadas a la acción, incluyendo esfuerzos de seguimiento (mediante un Índice Global de Pérdidas y Desperdicio de los Alimentos) y concienciación para lograr cambios en los comportamientos de los actores involucrados.

Tendencia 14. Gobernanza para la seguridad alimentaria y la nutrición.

Durante más de dos décadas, comenzando a principios de los años 1990, la atención de la comunidad internacional se ha centrado en la promoción del “buen gobierno”, es decir, la mejora de la transparencia, la ampliación de la participación y la garantía de inclusión social en procesos de toma de decisiones, la erradicación de la corrupción y el fomento de reformas institucionales. Con la ayuda de préstamos para programas de “buen gobierno”, se hicieron grandes inversiones en la promoción de nuevas normas de gestión financiera y administración pública, cuyos avances se habían de vigilar a través de sistemas de seguimiento e indicadores específicos.

Una importante limitación de este proyecto de buen gobierno era su formalidad, ya que estaba principalmente orientado a abordar el estancamiento de políticas públicas y resolver los conflictos políticos que impedían un gobierno efectivo. Al mismo tiempo, los gobiernos eran cada vez más reacios a invertir en programas que ofrecían escasos beneficios tangibles y se consideraban una distracción de otros objetivos de desarrollo más apremiantes. Finalmente, a lo largo de la última década, el

sentimiento general se ha dirigido hacia una agenda más modesta y pragmática, definida por el compromiso con unos enfoques persistentes, experimentales, resolutivos y de abajo hacia arriba para lograr un gobierno mejorado.

Para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible se precisa un nuevo marco de gobierno.

Para ser eficaces, los esfuerzos por lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) deben entender el papel fundamental que podría desempeñar un sistema de gobierno responsable, tanto a nivel global como nacional, en el alcance de objetivos de desarrollo claves. Esto se debe a que: 1) ningún país está siguiendo una trayectoria sostenible, y ningún país puede lograr todos los objetivos por su cuenta; 2) los objetivos globales han de lograrse desde la perspectiva de “abajo hacia arriba”; 3) es preciso movilizar tanto recursos nacionales como asociaciones privadas; 4) las políticas deben ser coherentes, puesto que el desarrollo es un tema complejo que debe involucrar a todos los actores y sectores; 5) la Agenda 2030 promueve una mayor cooperación para mejorar el acceso a la financiación, las inversiones, los mercados y la tecnología, el apoyo en cuanto a políticas y el desarrollo de capacidades; y 6) el marco global de indicadores para medir los avances implica una “responsabilidad mutua”.

Tendencia 15. Financiación para el desarrollo.

El panorama de financiación para el desarrollo está cambiando.

La financiación de desarrollo es la manera más efectiva de estimular el crecimiento económico y reducir la pobreza. Este panorama está cambiando, con aumentos significativos en los flujos financieros hacia los países de ingresos bajos y medianos, una creciente importancia de la financiación privada (en especial la inversión extranjera directa y los bonos) y la movilización de recursos a nivel nacional. La financiación adecuada es uno de los principales desafíos para el éxito de la Agenda 2030. A pesar de que el sector público no es uno de los grandes inversores, puede desarrollar un papel crítico aportando las políticas y el marco normativo que se precisan. Ya han surgido nuevos mecanismos de financiación, como el Fondo Verde para el Clima, que pueden tener un efecto multiplicador en la consecución de flujos de inversión pública y privada.

La ayuda oficial al desarrollo (AOD) sigue siendo una fuente importante de financiación para los países de ingresos bajos, los Estados frágiles y los Estados en situación de conflicto. Por otro lado, la proporción de AOD en la financiación a países de ingresos medianos altos es relativamente pequeña, ya que estos dependen principalmente de flujos privados, como inversiones extranjeras directas y bonos. Sin embargo, este grupo de países sigue recibiendo 40% de las subvenciones de AOD. En el mundo post-2015, es muy probable que la AOD tradicional y la movilización nacional de recursos sigan siendo importantes fuentes de financiación del desarrollo en los países de ingresos bajos. Sin embargo, es posible que no sean suficientes para financiar los esfuerzos que se precisan para lograr las metas fijadas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

1.2. LOS 10 DESAFÍOS A ABORDAR SEGÚN LA FAO

Las tendencias aquí destacadas apuntan a desafíos concretos a los que deben hacer frente la alimentación y la agricultura para lograr la erradicación del hambre, la inseguridad alimentaria y la malnutrición para 2030.

Todos los desafíos identificados son pertinentes para la misión de la FAO de lograr la seguridad alimentaria para todos, mejorar los medios de vida rurales, y hacer más resilientes, productivos y sostenibles la agricultura, la pesca, la silvicultura y los recursos naturales.

Estos aspectos tienen una característica común: deben abordarse de forma integral y sistemática.

DESAFÍOS PARA LA ESTABILIDAD ALIMENTARIA Y LA DISPONIBILIDAD DE ALIMENTOS

Mejorar la productividad agrícola de forma sostenible para cubrir la demanda creciente. Se precisarán mejoras sustanciales en la conservación y el uso de los recursos para cubrir el incremento en la demanda de alimentos hasta 2050, previsto en un 50%.

Garantizar una base sostenible de recursos naturales. Como consecuencia de la reciente y continua expansión, las tierras agrícolas y los recursos hídricos se están agotando. Cualquier aumento en la producción agrícola tendrá que basarse principalmente en la conservación y el uso eficiente de los recursos naturales.

Abordar el cambio climático y la intensificación de los desastres naturales. Es importante mantener la capacidad de los recursos naturales del planeta para alimentar a la creciente población mundial, a la vez que se reduce la huella ambiental y climática de la agricultura para garantizar el bienestar de las generaciones actuales y futuras.

Prevenir las plagas y enfermedades transfronterizas. El control de las plagas y enfermedades transfronterizas es fundamental para potenciar la producción vegetal y animal, y la inocuidad de los alimentos. Esto exigirá una mayor coordinación a nivel internacional para entender los riesgos y posteriormente controlar, prevenir y erradicar todas estas plagas y enfermedades.

DESAFÍOS EN EL ACCESO A LOS ALIMENTOS Y SU UTILIZACIÓN

Erradicar la pobreza extrema y reducir la desigualdad. La mayor parte de las personas pobres y hambrientas del mundo son del medio rural y apenas logran subsistir de la agricultura, la pesca o la silvicultura. El crecimiento pro-pobre depende de factores que van más allá de la agricultura y que precisan de financiación: acceso a una educación de calidad, diversificación económica hacia actividades no agrícolas de generación de ingresos, apoyo a la creación de empleo, y unos mecanismos de protección social adecuados.

Erradicar el hambre y todas las formas de malnutrición. Se prevé que el crecimiento de los ingresos medios per cápita tendrá resultados positivos en la nutrición, a medida que aumenta el número de personas que consumen productos animales y alimentos ricos en grasas y azúcares. Sin embargo, en combinación con los estilos de vida sedentarios de las ciudades, todas las formas de malnutrición corren el riesgo de aumentar: subalimentación, carencia de micronutrientes, sobrepeso y obesidad.

Potenciar la resiliencia ante crisis prolongadas, desastres y conflictos. Se precisarán procesos de resiliencia y desarrollo que tengan más en cuenta los riesgos y sean más inclusivos y equitativos para prevenir el aumento de los conflictos en el mundo.

Mejorar las oportunidades de generación de ingresos en zonas rurales y abordar las causas raíces de las migraciones. La gestión de los flujos migratorios y la mejora de las oportunidades de generación de ingresos e inversiones en las zonas rurales requerirán esfuerzos adicionales para garantizar que las personas más débiles se beneficien de los mercados y las inversiones agrícolas, y para abordar las causas raíces de la migración.

DESAFÍOS SISTÉMICOS

Transformar los sistemas alimentarios para que sean más eficientes, inclusivos y resilientes. Los cambios en los sistemas alimentarios están creando nuevas preocupaciones y nuevos desafíos en cuanto a la nutrición, la huella ecológica de las cadenas de valor alimentarias, y la respectiva participación de los pequeños productores.

Lograr un sistema de gobierno nacional e internacional coherente y efectivo. Los desafíos a los que se enfrentan la alimentación y la agricultura están relacionados entre sí, tal y como indican la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los acuerdos globales relacionados con la misma. Para hacer frente a todos estos desafíos será necesario integrar enfoques nacionales e

internacionales que no se limiten a la elaboración de políticas específicas del sector. Habrá que evitar también los errores del pasado que impedían unos mecanismos de gobernanza, sistemas normativos, marcos de seguimiento y una rendición de cuentas eficientes.

20
— 20



EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

EKONOMIAREN GARAPEN
ETA AZPIEGITURA SAILA

DEPARTAMENTO DE DESARROLLO
ECONÓMICO E INFRAESTRUCTURAS

