

Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea
Cofinanciado pela
União Europeia



España – Portugal

AGROSOCIAL

emprendimiento, innovación, formación

**PLAN INTEGRAL DE IMPULSO DEL ECOSISTEMA
TRANSFRONTERIZO DE ECONOMÍA SOCIAL
EN EL SECTOR AGROALIMENTARIO**

**PLANO INTEGRAL DE IMPULSO DO ECOSISTEMA
TRANSFRONTEIRIÇO DE ECONOMIA SOCIAL
NO SETOR AGROALIMENTAR**

ÁREA DE COOPERACIÓN; ALENTEJO-ALGARVE-ANDALUCÍA

ÁREA DE COOPERAÇÃO ALENTEJO-ALGARVE-ANDALUZIA



1. INTRODUCCIÓN

En el marco del espacio transfronterizo España–Portugal, el proyecto **Interreg-POCTEP Agrosocial** ha impulsado la elaboración de Planes Integrales de Impulso (PII) orientados a fortalecer a las cooperativas agroalimentarias y a las entidades de economía social que operan en zonas rurales. Esta iniciativa ha sido liderada por la Diputación Provincial de Córdoba, y se ha desarrollado con la participación activa y el conocimiento técnico de un amplio partenariado transfronterizo integrado por la Diputación Provincial de Cáceres, el IEDT de la Diputación de Cádiz, el Município do Fundão, la CIM Alto Minho, ODIANA, CONFAGRI, INTEC, Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura y la Diputación Provincial de Lugo.

Aportando perspectivas complementarias desde distintos territorios y ámbitos de actuación —administración local, desarrollo rural, investigación aplicada, representación cooperativa y entidades sociales diversas— este consorcio ha permitido construir unos planes sólidos y ajustados a la realidad del sector. Los Planes Integrales responden así a la necesidad de dotar a las cooperativas y entidades de economía social de herramientas estratégicas que les permitan afrontar, de manera coordinada y planificada, retos estructurales como el relevo generacional, la igualdad, la pérdida de población activa, la competitividad del sector agroalimentario y la mejora de la cooperación entre territorios vecinos.

Los Planes integrales han sido el resultado de un proceso de trabajo colaborativo y participativo en el que las entidades socias han facilitado espacios de diálogo, análisis conjunto y contraste de experiencias. A través de este trabajo compartido se han identificado necesidades reales del sector, se han detectado oportunidades de mejora y se han definido líneas estratégicas comunes que pueden servir de referencia para futuras actuaciones en el ámbito transfronterizo.

Fruto de este proceso, se han configurado tres planes territoriales diferenciados, adaptados a distintas áreas del espacio España–Portugal, que recogen prioridades compartidas, orientaciones de actuación y propuestas alineadas con las características económicas y sociales de cada zona. Estos planes no pretenden ser documentos cerrados, sino marcos de referencia útiles para orientar iniciativas, facilitar la

colaboración entre entidades y favorecer una planificación más coherente de proyectos e inversiones en el ámbito de la economía social agroalimentaria.

En conjunto, los Planes Integrales de Impulso constituyen una guía de trabajo sólida y estructurada para reforzar el papel de las cooperativas como actores clave del desarrollo rural, contribuir a la dinamización económica de sus territorios y mejorar su capacidad para adaptarse a los cambios del entorno, siempre desde una perspectiva de cooperación transfronteriza y de interés común.

2. CUADRO DE EJES ESTRATÉGICOS, LÍNEAS DE ACTUACIÓN Y ACCIONES

Los ejes estratégicos serán los pilares temáticos de acción que orientan las acciones relacionadas para la obtención de los objetivos propuestos en este programa. Estos ejes actuarán como marco referencial para agrupar las metas comunes para la sostenibilidad y trascendencia del plan. Además los ejes servirán para enfocar la planificación de las acciones y abordar las necesidades a satisfacer de manera agrupada, de esta manera se presentan cuatro ejes estratégicos:

Eje estratégico 1 – Puesta en valor de los productos agroalimentarios

El perfil actual de comercialización se basa en su mayoría, y en especial las empresas de economía social con un capital menor, en canales de mercados locales con poca diversificación debido a la dificultad de acceso a mercados amplios o al cliente final. Al mismo tiempo, existe un claro potencial en los productos diferenciados (denominaciones de origen: vinos de Jerez, aceites andaluces, vinos de Alentejo, hortalizas de Almería, frutas del Algarve, etc.). Estas fortalezas de calidad y tradición pueden capitalizarse con mejores eje estratégicos de valor añadido. Además, las economías locales son heterogéneas: algunas explotaciones sufren estacionalidad, mientras que emergen iniciativas de agroindustria como de turismo agrario y gastronómico. Respondiendo a la heterogeneidad se pretende la integración en colaboración y transferencia de conocimiento para incentivar el crecimiento interno del sector y generar oportunidades integradoras en los distintos niveles promoviendo también la diversificación de canales de comercialización.

Objetivo: Impulsar la competitividad del sector agroalimentario (AAA) mediante la

valorización de productos con identidad territorial y la promoción de eje estratégicos colaborativas que integren el conocimiento, la innovación y el desarrollo local, fortaleciendo tanto el acceso a nuevos mercados como la generación de valor añadido en origen.

Eje estratégico 2 – Digitalización

Los efectos adversos del cambio climático afectan los territorios de cultivo, pastoreo, pesca en todas sus fases y las de producción alimenticia. Las sequías recurrentes, olas de calor y restricciones hídricas reducen los rendimientos agroalimentarios. Andalucía, el Alentejo y el Algarve son especialmente vulnerables por su clima mediterráneo y semiárido. La escasa infraestructura tecnológica y digital (riego ineficiente, baja implantación de energías renovables) es una grave limitación. Por otro lado, existen fortalezas y oportunidades: suelo fértil y saberes locales que facilitan la transición a modelos sostenibles; e iniciativas europeas que financian la agroecología y la eficiencia, por ello se contempla la oportunidad de fomentar acciones para dotar al sector de conocimiento en eje estratégicos que aborden dichas necesidades.

Objetivo: Acelerar la adopción de tecnologías y digitalización para las prácticas agroalimentarias para hacer del sector un sector resiliente.

Eje estratégico 3 – Sostenibilidad

Por las mismas razones que en la eje estratégico anterior se busca innovar en productos y servicios y avanzar en prácticas tales como la certificación ecológica, economía circular, nuevos mercados de proximidad.

Objetivo: Adaptar la producción y comercialización a la nueva realidad para fomentar la sostenibilidad del sector.

Eje estratégico 4 – Gobernanza y capacitación.

En cuanto a la unificación del sector agroalimentario AAA se caracteriza por estructuras dispersas y heterogéneas sin un órgano transfronterizo sectorial. En el mismo sentido hay una debilidad en la gobernanza interna debido a la carente participación joven y femenina en los órganos de decisión. Esta fragmentación dificulta

Es decir, establecer ejes rectores del Plan Integral que solventen las necesidades apremiantes de acuerdo a las eje estratégicos establecidas y, que a la vez, sirvan como eje estratégicos transversales para garantizar la efectividad de las acciones planteadas.

A continuación se establecen una serie de principios comunes con el objetivo de asegurar la integración de temas prioritarios observados en el diagnóstico y mesas de trabajo del sector (DAFO y DAFO cruzado). Con el fin de que las diferentes acciones contemplen la sinergia del sector, competitividad, igualdad de género, relevo generacional entre otras se establecen las siguientes líneas de actuación, con una serie de acciones estratégicas en cada una de las líneas.

Las acciones están dirigidas por los ejes planteados y delineadas por los principios rectores del plan (líneas de acción) para así cumplir con el objetivo del plan y generar cambios significativos en el sector agroalimentario de la zona AAA. Se plantean acciones conjuntas para abordar las problemáticas por la falta de profesionalización, despoblación del área rural, comercialización heterogénea, déficit de participación femenina. Dichas acciones tendrán que ser implementadas de carácter al contexto específico de cada zona.

Eje estratégico 1	
PUESTA EN VALOR DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS	
LÍNEA 1.1 Sensibilización y promoción	
Acción 1.1.1	- Campaña de sensibilización dirigida a productores (agricultores y ganaderos).
Acción 1.1.2	- Campaña de sensibilización dirigida a consumidores.
Acción 1.1.3	- Campaña de sensibilización en centros educativos.
LÍNEA 1.2 Diferenciación del producto	
Acción 1.2.1	- Establecimiento de controles de calidad de los productos y de la cadena alimentaria.
Acción 1.2.2	- Creación de marcas locales y/o transfronterizas.
Acción 1.2.3	- Distinción en el etiquetado de marcas ecológicas y/o de cooperativas.
LÍNEA 1.3 Desarrollo de marcas locales	
Acción 1.3.1	- Diseño de campañas de marketing basadas en la conexión emocional con el consumidor (historias de productores).
Acción 1.3.2	- Creación de un distintivo territorial único que identifique a las

empresas de economía social de una región.

Acción 1.3.3 - Promoción en mercados internacionales a través de plataformas especializadas en productos regionales.

LÍNEA 1.4 Fortalecimiento del medio rural

Acción 1.4.1 - Mejora del acceso a la vivienda y a la tecnología en el rural: Promoción de inversiones públicas en infraestructuras (comunicaciones, telecomunicaciones,...) .
- Dinamización de la prestación de servicios municipales básicos (limpieza, alumbrado, abastecimiento de agua, alcantarillado, recogida de residuos) para mejorar su calidad, eficiencia y acceso.
- Dinamización de la gestión de servicios supramunicipales (puntos limpios, red de fajas de gestión de la biomasa) en aquellos ayuntamientos poco poblados, por parte de las diputaciones provinciales, para garantizar una prestación de servicios más equitativa y de mayor calidad.

Acción 1.4.2 - Puesta en valor de las propiedades forestales colectivas como motor económico, especialmente en zonas con alto riesgo de despoblación (superficies para silvopastoreo, setas, castañas, nueces, miel, frutos silvestres, caza y pesca, uso recreativo).

Acción 1.4.3 - Puesta en valor de los servicios ecosistémicos: de aprovisionamiento (agua, alimentos, madera), de regulación (control de la erosión del suelo y del ciclo de los nutrientes, polinización, calidad y régimen del agua, emisiones de gases de efecto invernadero), culturales (ocio y ecoturismo), de apoyo (biodiversidad).

Eje estratégico 2 DIGITALIZACIÓN

LÍNEA 2.1 Digitalización y tecnología avanzada en las empresas de economía social ligadas al medio rural

Acción 2.1.1 - Fomento del aprendizaje mediante programas de formación continua en digitalización y tecnología.

Acción 2.1.2 - Fortalecimiento de habilidades mediante talleres de capacitación en herramientas digitales específicas (tramitaciones administrativas, gestión de inventarios, comercio electrónico, etc.).

Acción 2.1.3 - Desarrollo de un portal único de comercialización online para productos agroalimentarios de economía social.

Acción 2.1.4 - Implementación de sistemas de trazabilidad de los productos desde el campo al consumidor final y fomento del uso del registro digital (*Blockchain*) para garantizar dicha trazabilidad.

Acción 2.1.5 - Fomento del uso de tecnologías de producción agrícola y ganadera (implementación del uso de drones y sensores para monitoreo de cultivos y gestión del agua).

Acción 2.1.6	- Integración de sistemas de inteligencia artificial para prever la demanda y optimizar la logística.
Acción 2.1.7	- Aumento de la digitalización en un 40% en las empresas de economía social del sector
LÍNEA 2.2 - Digitalización del consumidor	
Acción 2.2.1	- Creación de aplicaciones móviles donde los consumidores puedan rastrear el origen y el impacto ambiental del producto que compran.
Acción 2.2.2	- Uso de la realidad aumentada en envases para mostrar información adicional sobre la cadena productiva.
Acción 2.2.3	- Generación de experiencias virtuales inmersivas para que los consumidores conozcan los procesos productivos de las empresas.
Acción 2.2.4	- Desarrollo de una plataforma de e-commerce colectiva para exhibir los productos del sector.
Acción 2.2.5	- Exposición de servicios en plataformas globales, como Expedia, Airbnb experiences o Booking para servicios turísticos.
Acción 2.2.6	- Gestionar servicios atractivos para el segmento de clientes, como inmersiones en producción.
LÍNEA 2.3 - Transformación digital y tecnología avanzada	
Acción 2.3.1	- Acercar la incorporación de Blockchain, Big Data, Business Intelligence, Inteligencia Artificial (IA), sistemas de telecontrol más mediante talleres de uso.
LÍNEA 2.4 Adaptación al cambio climático y eficiencia en el uso de recursos	
Acción 2.4.1	- Realizar eje estratégicos para el uso sostenible del agua
Acción 2.4.2	- Impulsar la I+D+i para liderar proyectos que busquen la optimización de los recursos

Eje estratégico 3 SOSTENIBILIDAD

LÍNEA 3.1 Fomento de la sostenibilidad

Acción 3.1.1	- Formación en prácticas regenerativas y certificación ecológica.
Acción 3.1.2	- Implementación de soluciones para la reducción de residuos en el origen (aprovechamiento de excedentes) y en la cadena de producción.
Acción 3.1.3	- Fomento y comercialización de la economía circular (cierre de los ciclos productivos), mediante la creación de un programa de compostaje comunitario para los residuos agrícolas, la generación de energía renovable a partir de la biomasa producida por las empresas agroalimentarias, el desarrollo de cooperativas energéticas que reduzcan los costes de operación,...

- | | |
|--------------|--|
| Acción 3.1.4 | - Fomento del consumo de productos de proximidad (Km 0). |
| Acción 3.1.5 | - Fomento de las 5 R del reciclaje (rechazar, reducir, reusar, reutilizar, reciclar) con objeto de disminuir el impacto ambiental. |
| Acción 3.1.6 | - Establecimiento de indicadores de sostenibilidad (huella de carbono, huella hídrica,...). |
| Acción 3.1.7 | - Lograr que al menos un 60% de las empresas adopten prácticas agrícolas sostenibles certificadas. |

LÍNEA 3.2 Innovación en productos y servicios

- | | |
|--------------|--|
| Acción 3.2.1 | - Creación de productos a partir de subproductos agrícolas, como harinas de huesos de frutas o fibras vegetales. |
| Acción 3.2.2 | - Desarrollo de alimentos enriquecidos con nutrientes específicos. |
| Acción 3.2.3 | - Diseño de envases biodegradables innovadores que refuercen la sostenibilidad de la marca. |
| Acción 3.2.4 | - Introducción de nuevos cultivos o variedades resilientes al cambio climático. |

LÍNEA 3.3 Promoción de alianzas estratégicas para adaptación a normativas ambientales

- | | |
|--------------|--|
| Acción 3.3.1 | - Creación de consorcios locales para fomentar la cooperación entre entidades. |
| Acción 3.3.2 | - Alianzas con universidades y centros tecnológicos I+D+i |
| Acción 3.3.3 | - Participación en proyectos conjuntos. |

LÍNEA 3.4 Fomentar la diversificación mediante la economía circular

- | | |
|--------------|---|
| Acción 3.4.1 | - Aprovechamiento sostenible de recursos reduciendo desperdicios y generando ingresos adicionales a partir de materiales que antes se descartaron de manera sostenible. |
| Acción 3.4.2 | - Generar redes y cadenas de valor crowdsourcing para usar productos o subproductos de otras entidades que cumplan los perfiles deseados. |
| Acción 3.4.3 | - Acceso a nuevos mercados, innovación en productos y procesos, junto con la digitalización permitirá llegar a mercados más amplios, incluyendo nichos especializados. |

Eje estratégico 4 GOBERNANZA Y CAPACITACIÓN

LÍNEA 4.1 Implementación del relevo generacional (atracción y retención del talento joven), igualdad de género e inclusión

- | | |
|--------------|--|
| Acción 4.1.1 | - Formación en habilidades blandas (<i>soft skills</i>) y liderazgo colectivo en empresas de economía social. |
| Acción 4.1.2 | - Implementación de programas específicos de mentorías y apoyo técnico para jóvenes, mujeres y personas en situación o riesgo de |

	exclusión social del medio rural.
Acción 4.1.3	- Promoción de modelos de negocios inclusivos donde cada miembro participe en la toma de decisiones.
Acción 4.1.3	- Asesoramiento para la obtención de financiación en condiciones favorables (créditos blandos, microcréditos) y apoyo en la tramitación administrativa a los/as emprendedores/as de estos colectivos.
Acción 4.1.4	- Fomento de la participación en los bancos de tierras que median entre los propietarios de fincas rústicas y los agricultores.
Acción 4.1.5	- Fomento de la creación de escuelas de formación que ayuden a formar a los jóvenes en oficios y técnicas empresariales.
LÍNEA 4.2 Disminución de la brecha de género	
Acción 4.2.1	- Fomento del acceso de las mujeres a cargos de decisión y directivos.
Acción 4.2.2	- Fomento de la igualdad de salarios.
Acción 4.2.3	- Disminución de la brecha de género en cargos de decisión y operativos en un 50%.
LÍNEA 4.3 Impulsar la articulación a través de redes y clústeres de economía social agroalimentaria y circular, fomentando cadenas de valor conjuntas	
Acción 4.3.1	- Creación de un clúster agroalimentario AAA.
Acción 4.3.2	- Creación de un Órgano Rector Sectorial AAA de Agroalimentación
LÍNEA 4.4 Fortalecer la gobernanza en las entidades de la economía social agroalimentarias (asociaciones, cooperativas, pymes, entre otros), garantizando la participación activa de los socios mediante incentivos	
Acción 4.4.1	- Estipular una normativa conjunta que sirva de eje de redacción o modificación para los estatutos internos de los organismos de la economía social agroalimentaria que tengan como parte consolidar políticas de igualdad de género con incentivos de paridad e incorporación de personas jóvenes.
LÍNEA 4.5 Establecer alianzas estratégicas entre las entidades de la economía social agroalimentarias con la academia, empresas, centros Creación de redes y sinergias, estas alianzas estratégicas sirven para potenciar la sostenibilidad, de tecnología, juntas comunales, cámaras de comercio entre otras.	
Acción 4.5.1	- Creación de redes y sinergias, estas alianzas estratégicas sirven para potenciar la sostenibilidad, innovación, competitividad y el impacto social de las entidades de la economía social agroalimentaria, conectándose con actores clave que aportan conocimiento, recursos y oportunidades demercado.
LINEA 4.6 Capacitación continua y profesionalización	
Acción 4.6.1	- Realizar talleres generacionales para compartir saberes entre distintos rangos de destinatarios
Acción 4.6.2	- Ofrecer capacitaciones en desarrollo personal en el ámbito laboral,

	Atención
	- al cliente, manejo de redes sociales (RR.SS.), entre otras.
LINEA 4.7 Promoción del relevo generacional y la inclusión	
Acción 4.7.1	- Realizar talleres, charlas, networking sobre empoderamiento femenino en el sector rural e igualdad de género con enfoques en trabajos colaborativos que garanticen la participación paritaria
Acción 4.7.2	- Facilitar la incorporación de jóvenes y mujeres a largo plazo, presentando el sector como atractivo para ellos y reduciendo la brecha de género y edad
LINEA 4.8 Atracción y retención de talento	
Acción 4.8.1	- Generar programas de atracción de talento especializado como “Mi primer empleo” para jóvenes sin experiencia.
Acción 4.8.2	- Implementar un “Voluntariado rural” como una primera aproximación y para la valorización del sector

3. INDICADORES DEL PLAN INTEGRAL DE IMPULSO

Se establecen indicadores que evaluarán la efectividad, y por ende el impacto, de las acciones a llevar a cabo:

Empleo	Participación de Género
Número de puestos de trabajo creado, mantenido y estable.	Inclusión social de mujeres en los diferentes roles: presidentas de cooperativas, representantes, miembros de juntas directivas, jornales, dueñas de la tierra... (Se puede hacer por edad ya que a su vez servirá para el indicador de participación de Joven)
Ingresos y Medios de Vida del agricultor	Participación Joven (relevo generacional)
Mide el impacto directo en la reducción de la pobreza y evalúa el bienestar económico directo y la estabilidad financiera del agricultor.	Incorporación de jóvenes en los diferentes roles: presidencias de cooperativas, representantes, miembros de juntas directivas, actividades profesionales... (Se puede hacer por sexo ya que a su vez servirá para el indicadores de participación de género)
Acceso a la formación y educación	Equidad en la remuneración
Disponibilidad y aprovechamiento de capacitaciones y desarrollo de habilidades del sector. (Para calcular: número de personas que	Compensación y distribución equitativa de ingresos, ya sea por género, edad y/o servicios.

han tomado un taller y que ha incorporado el conocimiento en sus actividades en el sector)

Salud del suelo

Contenido de materia orgánica, riesgo de erosión, niveles de pH.

Tecnología en el Riego

Incorporación de tecnología en el riego.

Alianzas

Número de alianzas generadas en el sector: co-creación, cadena de valor...

Uso y calidad de agua

Eficiencia del riego, fuentes de agua, impacto en cuerpos de agua.
(Para medir cómo ayuda la incorporación de tecnología en el riego)

Buen liderazgo

Enfatiza la buena voluntad y la alta competencia de los agentes agrarios.

Transparencia

Información adecuada entre los agentes agrarios y los órganos de gobierno (cluster). Garantizar que los procesos de toma de decisiones sean abiertos y se ajusten a las expectativas públicas.