

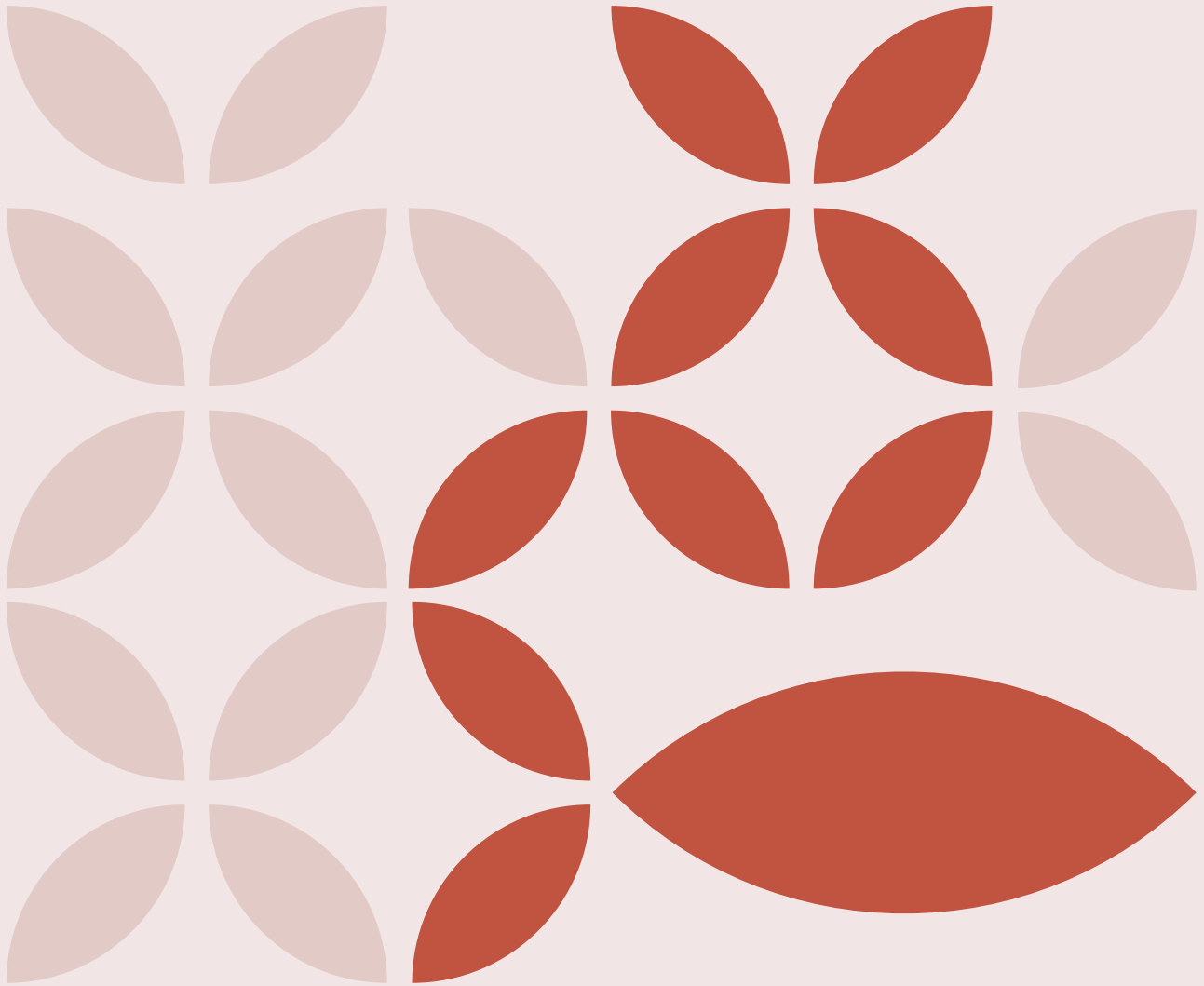


ESTRATEGIA NACIONAL ALIMENTACIÓN

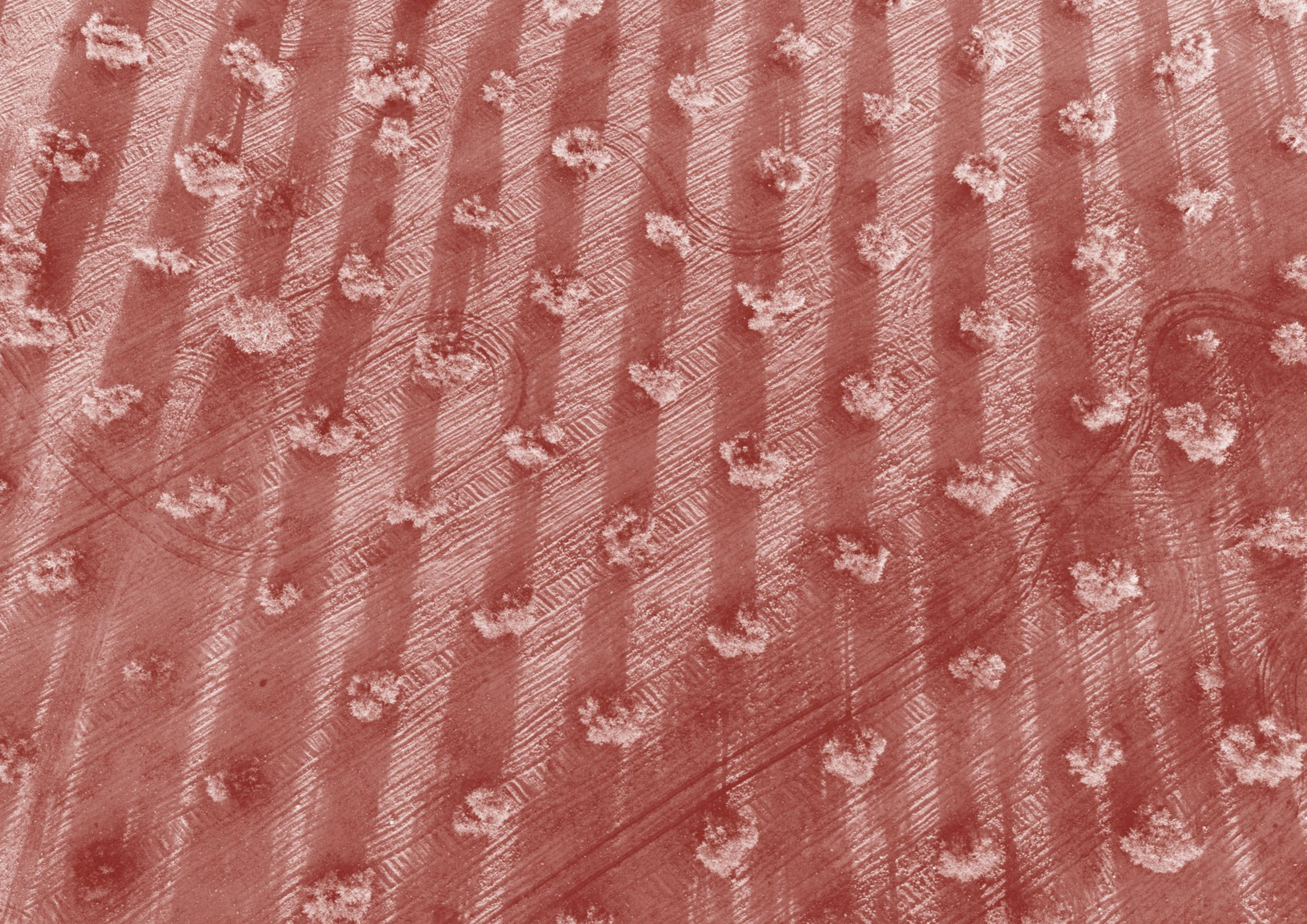


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN



ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

Edita:

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Diseño y maquetación:

Lobo Agencia Digital

NIPO en línea: 003-25-005-4

NIPO en papel: 003-25-004-9

Depósito Legal: M-2202-2025



01 11

Carta de presentación
y testimonios

03 42

La alimentación y
sus dimensiones

02 25

Resumen Ejecutivo

- 2.1. Por qué se ha elaborado una Estrategia Nacional de Alimentación 26
- 2.2. Propósito y Misión de la Estrategia Nacional de Alimentación 28
- 2.3. El proceso de elaboración de la Estrategia Nacional de Alimentación 30
- 2.4. Desafíos y medidas 34
- 2.5. España potencia alimentaria 40

04 70

Macro y micro tendencias
en alimentación y consumo

- 4.1. Evolución del consumo alimentario 72
- 4.2. Macrotendencias de consumo 90
- 4.3. Microtendencias de consumo 94
- 4.4. Una mirada hacia el futuro 98

05 100

España potencia
alimentaria

- 5.1. Caracterización del sector agroalimentario y pesquero en España 106
- 5.2. Diagnóstico estratégico: Análisis DAFO 200

07 338

Metodología
participativa e inclusiva

08 348

Anexos

- 8.1. Actores que han participado en la elaboración de la Estrategia Nacional de Alimentación 350
- 8.2. Casos de éxito 358
- 8.3. Bibliografía consultada 388
- 8.4. Listado de Acrónimos 398
- 8.5. Glosario de términos 404

06 206

Una estrategia de
alimentación para
España

- 6.1. Propósito 208
- 6.2. Misión 212
- 6.3. Desafíos y medidas 216
 - I. Abastecimiento estratégico 218
 - II. Sistemas alimentarios sostenibles 228
 - III. Áreas rurales y costeras altamente dependientes de la pesca 248
 - IV. Alimentación saludable 260
 - V. Innovación y tecnología en alimentación 266
 - VI. Información alimentaria al consumidor 276
- 6.4. Iniciativas relacionadas con la Unión Europea 286
 - I. Iniciativas en desarrollo a nivel europeo que son prioritarias para España 287
 - II. Iniciativas pendientes a nivel europeo y también prioritarias para España 293
 - * Pendientes, a propuesta de la Unión Europea 293
 - * Pendientes, a propuesta de España 297
- 6.5. Las capacidades, instrumentos, políticas y programas en España 306

Índice de tablas

Tabla 1 77

Evolución del consumo per cápita en el hogar de los principales productos de la Dieta Mediterránea

Tabla 2 111

Producciones de la acuicultura marina y continental, 2022. Variación % 2022/2021 y media 2018-2021

Tabla 3 113

Características estructurales de las explotaciones agrarias por países, 2020

Tabla 4 114

Superficies y producciones agrícolas 2023

Tabla 5 116

Censos y producciones ganaderas 2023

Tabla 6 118

Principales magnitudes del sector oleícola

Tabla 7 121

Principales magnitudes del sector vitivinícola

Tabla 8 122

Principales magnitudes del sector de frutas y hortalizas

Tabla 9 124

Principales magnitudes del sector porcino

Tabla 10 126

Principales magnitudes de anchoa/boquerón

Tabla 11 128

Principales magnitudes de sardina

Tabla 12 130

Principales magnitudes de atún

Tabla 13 132

Principales magnitudes de merluza

Tabla 14 134

Principales magnitudes de mejillón

Tabla 15 136

Principales magnitudes de lubina

Tabla 16 138

Principales magnitudes de dorada

Tabla 17 139

Principales magnitudes de rodaballo

Tabla 18 148

Evolución del número de socios en las cooperativas

Tabla 19 150

Evolución del empleo total en las cooperativas

Tabla 20 151

Evolución de las EAPs.

Tabla 21 151

Comparativa de datos EAP 2022-2023

Tabla 22 157

Empresas de la industria de alimentación y bebidas. Número de empresas en 2023 y variación (%) respecto a 2022

Tabla 23 158

Datos estructurales de la industria alimentaria por subsectores en 2022 (M€) y variación (%) 2022/2021

Tabla 24 163

Empleo: principales cifras según EPA, INE (2023). Miles de personas y variación % 2023/2022

Tabla 25 165

Valor de las exportaciones, importaciones y saldo de productos transformados alimentarios 2021-2023 (M€) y variación 2023/2022 (%)

Tabla 26 168

Ranking de principales productos exportados

Tabla 27 170

Ranking de principales productos importados

Tabla 28 182

Principales magnitudes del comercio al por menor de alimentos y bebidas en establecimientos especializados

Tabla 29 183

Establecimientos en régimen de libre servicio

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 **74**

Gráfico de la evolución del consumo de alimentos de la Dieta Mediterránea en España

Ilustración 2 **140**

Evolución de la producción ecológica (1991-2023). Superficie agraria útil

Ilustración 3 **144**

Evolución media de las cooperativas

Ilustración 4 **145**

Evolución número cooperativas 2006-2018

Ilustración 5 **147**

Evolución del empleo en las cooperativas

Ilustración 6 **148**

Evolución de la facturación en las cooperativas

Ilustración 7 **162**

Evolución del comercio exterior agroalimentario y pesquero 2014-2023(M€)

Ilustración 8 **168**

Datos acumulados de exportaciones e importaciones por subsectores 2022-2023(M€)

Ilustración 9 **182**

Alimentación dentro del hogar. Cuota de mercado de los canales de compra. Fuente: Informe Anual de Consumo Alimentario 2023

Ilustración 10 **189**

Distribución de establecimientos en hostelería



01 CARTA DE PRESENTACIÓN Y TESTIMONIOS

CARTA DEL MINISTRO



Luis Planas
Ministro de Agricultura,
Pesca y Alimentación

“Estamos en el umbral de una transformación hacia sistemas alimentarios más sostenibles”

El cambio climático y la inestabilidad geopolítica han resaltado la importancia de fortalecer la resistencia y la sostenibilidad en los sistemas alimentarios. Este desafío nos impulsa a transformar nuestra forma de producir y consumir alimentos, buscando modelos más competitivos, saludables y accesibles para todos.

Imaginamos un futuro donde los sistemas alimentarios garanticen la seguridad y la nutrición a largo plazo, promoviendo el bienestar económico, social y ambiental. Los sectores agroalimentario y pesquero son pilares estratégicos en este objetivo, contribuyendo a la economía española y fomentando la cohesión social, especialmente en nuestras áreas rurales.

Durante la pandemia, estos sectores demostraron su fortaleza y adaptabilidad, reafirmando su papel crucial en la seguridad alimentaria y el equilibrio social. Generan empleo, riqueza y son fundamentales para mantener vivas nuestras comunidades rurales. Además, su compromiso con la sostenibilidad nos ayuda a combatir el cambio climático y a preservar la biodiversidad, asegurando un entorno saludable para las generaciones futuras.

Hoy, también enfrentamos retos relacionados con la nutrición, como la alta presencia de la obesidad. Fomentar hábitos de consumo saludables, promoviendo la Dieta Mediterránea, es esencial para mejorar la salud y bienestar de la población. La alimentación es el hilo conductor entre la agricultura, la salud y el medio ambiente, y un sistema alimentario saludable es clave para la calidad de vida y la sostenibilidad del planeta.

El cambio de modelo que estamos viviendo en el ámbito alimentario, que prioriza la salud, la sostenibilidad y la diversidad, nos brinda la oportunidad de adaptarnos a las necesidades actuales y futuras.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha identificado desafíos que, lejos de ser obstáculos, son oportunidades para crecer y mejorar. Garantizar la seguridad alimentaria, reducir el impacto ambiental, fortalecer nuestras zonas rurales, promover una alimentación saludable y aprovechar la digitalización e innovación y proporcionar información alimentaria al consumidor son pasos hacia un futuro más próspero e integrador.

La elaboración de la Estrategia Nacional de Alimentación es un avance imparable hacia la producción de alimentos seguros, sostenibles y equitativos. Este enfoque integral nos permitirá orientar las políticas públicas para enfrentar desafíos globales como el crecimiento demográfico y el cambio climático, alineando nuestros esfuerzos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Pacto Verde Europeo.

Estamos en el umbral de una transformación hacia sistemas alimentarios más sostenibles. Juntos, podemos construir un futuro en el que la producción de alimentos responda a las necesidades de la población a la vez que preserve nuestro entorno para las futuras generaciones.

Debemos actuar y vamos a hacerlo.

La Estrategia Nacional de Alimentación desde un enfoque de sistema alimentario: una gran oportunidad

Es fundamental garantizar alimentos seguros, nutritivos, sostenibles y accesibles para toda la población, en un contexto global de cambio climático, incertidumbre geopolítica, polarización de la sociedad, desinformaciones o transformación tecnológica.

El sistema alimentario es estratégico y muy complejo, intervienen multitud de factores que Fundación Triptolemos define en cuatro ejes interrelacionados: disponibilidad y accesibilidad; economía; regulaciones y legislación; y cultura, conocimiento comportamiento (creencias, emociones, placer...). El motor del sistema es la actividad empresarial responsable en base a la ciencia y la tecnología y resulta prioritario facilitar y dinamizar su labor.

Para conseguir un sistema alimentario sostenible y socialmente equilibrado, hay que actuar en los cuatro ejes con compromiso y coordinación (entre administraciones en sus diferentes niveles, entre innovación y legislación, con alianzas público-privadas...). La UE no puede actuar de manera aislada y debe aprovechar la oportunidad (tal vez la última) para posicionarse a nivel global, liderando el desarrollo de soluciones y tecnologías para combatir el cambio climático, impulsando un sector alimentario competitivo que produzca alimentos de forma sostenible, medioambiental, económica y socialmente.

El modelo participativo escogido por el Ministerio para el diseño de la ENA resulta muy adecuado desde el enfoque de sistema, pues todas las partes interesadas han tenido la oportunidad de hacer sus aportaciones e incluir sus demandas. Los objetivos específicos deberían ser comunes y todos deberíamos remar en la misma dirección. El Ministerio desde su atalaya territorial y proyección europea tiene que ser el garante de realizar las propuestas y fijar las posiciones, para que las decisiones que tome Bruselas estén en la línea de alcanzar un sistema alimentario global sostenible y equilibrado.

España es una potencia agroalimentaria y pesquera y liderando la Estrategia Nacional de Alimentación tiene la oportunidad de ser un referente para la nueva Comisión Europea.

Yvonne Colomer Xena
Directora Ejecutiva Fundación Triptolemos



La Estrategia Nacional de Alimentación (ENA) debería adoptar un enfoque sistémico partiendo del concepto de sistema alimentario.

Dicho enfoque permite tener en cuenta las interrelaciones entre los distintos componentes del sistema. En particular son claves las interrelaciones entre agricultura, alimentación, salud y clima. Una agricultura sostenible y de bajas emisiones y una dieta sana y saludable pueden ayudar a mitigar el cambio climático y a mejorar la salud de la población.

La seguridad alimentaria y nutricional, depende fundamentalmente de la disponibilidad de alimentos y del

acceso económico a los mismos. La disponibilidad de alimentos resulta de restar a la producción de alimentos las pérdidas de alimentos, de modo que tan importante como aumentar la producción es reducir las pérdidas. Además, reducir las pérdidas de alimentos supone ahorrar los recursos utilizados para producir alimentos que luego se pierden, con el consiguiente beneficio ambiental. En cuanto al acceso económico a los alimentos, éste depende de la renta de los hogares y de los precios de los alimentos. La renta de los hogares puede verse influida por los ciclos económicos, pero dentro de una cierta senda de crecimientos, mayor o menor, y de una cierta estabilidad. En cambio, los precios están sometidos a menudo a fuertes oscilaciones, debido a la gran volatilidad de los mercados nacionales e internacionales de alimentos.

La ENA debería prestar especial atención a la tendencia al incremento de los precios de los alimentos, por su gran influencia en la cesta de la compra y en la seguridad alimentaria y nutricional. Hemos vivido situaciones recientes de fuerte inflación alimentaria, lo que ha provocado una inquietud social importante, y cabe esperar en el futuro nuevos períodos de notables aumentos de los precios de los alimentos por tres razones: cambio climático, conflictos y guerras y en el caso de la UE la agenda verde que puede aumentar los costes de producción agraria, y en cierta medida los precios de los alimentos. Ante esta perspectiva, se propone reforzar el observatorio de la cadena alimentaria, al objeto de dar transparencia a la formación de los precios de los alimentos básicos en los distintos eslabones de la cadena.

Por último, la nueva situación geopolítica y la marcada tendencia al proteccionismo, dificultará el desarrollo del comercio agrario internacional, lo que supone por un lado tener en cuenta el nuevo criterio de autonomía estratégica, y por otro ser prudentes en la transición ecológica en la agricultura, sobre todo si solo se plantea en la UE.

José María Sumpsi Viñas
Catedrático Emérito de la Universidad Politécnica de Madrid y Subdirector General de la FAO (2007-2011)



La ENA y la complicidad ciudadana

En un contexto de enorme incertidumbre para la ciudadanía, la Estrategia Nacional de Alimentación (ENA), diseñada con la colaboración de una multitud de agentes, se torna crucial para la consolidación de un sistema alimentario seguro, competitivo, sostenible y al servicio del conjunto de la población. Los desafíos que aborda esta estrategia engloban cuestiones como la seguridad alimentaria, la sostenibilidad, la revitalización de las áreas rurales, la nutrición y la salud, así como con la tecnología y la innovación.

En su abordaje, la ENA cuenta plenamente con la complicidad de la ciudadanía que, en última instancia, es a la que rinde servicio. Los consumidores de hoy demandan una alimentación que sea segura y que les dé garantías, mediante, entre otros, etiquetados claros y concisos, que contengan la información necesaria sobre cada producto. Igualmente, de forma creciente, los consumidores manifiestan su voluntad de erradicar el desperdicio alimentario, tratando de planificar las compras y ajustando las cantidades a las necesidades del hogar. Otros hábitos de compra y consumo muestran también el compromiso cada vez mayor de la ciudadanía con el medioambiente: se prima el comercio local, los productos de cercanía, así como los modos de producción que sean respetuosos con la sostenibilidad.

La salud también es crucial entre los consumidores, que dan prioridad a las dietas equilibradas y se informan sobre nutrición y alimentación saludable. Además, la gran mayoría busca que la calidad de los alimentos y bebidas no esté reñida con que sean asequibles, sin renunciar tampoco a la variedad y a seguir encontrando productos que les sorprendan. Igualmente, hay conciencia en la sociedad de la necesidad de proteger e impulsar el medio rural, clave en la estrategia alimentaria. En suma, la ciudadanía se encuentra plenamente alineada con los objetivos de la Estrategia Nacional de Alimentación. En sus hábitos y comportamientos, los consumidores buscan, al mismo tiempo, seguridad, sostenibilidad, asequibilidad e innovación.

Belén Barreiro
Directora de 40dB



Las sociedades científicas tienen como función y compromiso promover el avance del conocimiento, fomentar la colaboración entre profesionales y contribuir al desarrollo social y científico

Desde la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad (SEEDO) estamos comprometidos en todos estos aspectos y, en particular, en el social, dada la gran prevalencia de la obesidad en nuestro país y sus enormes repercusiones tanto en la salud, como en la calidad y esperanza de vida y el bienestar emocional de las personas que viven con ella.

Es por ello que SEEDO se adhiere a todos los desafíos que plantea la Estrategia Nacional de Alimentación. Estamos convencidos de que es imprescindible apoyar las acciones que propone la Estrategia, concretamente en el Pilar sobre “Nutrición y Salud”, relativo a fomentar y educar en hábitos alimentarios saludables, promoviendo las extraordinarias dietas (mediterránea y atlántica) integradas en nuestra cultura.

La obesidad es una enfermedad multifactorial en la que intervienen tanto factores biológicos y genéticos, como ambientales y socioeconómicos, aunque aún se mantiene el estigma y culpabilización de las personas que viven con ella. Su abordaje requiere, por tanto, de un enfoque integral que, sin duda, se beneficiará de las acciones de la Estrategia relativas a la integración de la alimentación y la actividad física en el concepto de salud global, que esté amparada además en un entorno socialmente justo, tal y como plantea el Pilar de Sostenibilidad de la Estrategia.

Desde SEEDO, proponemos que las acciones incluidas en la Estrategia Nacional de Alimentación que permitirán cuidar la salud de las personas y, en particular, de aquellas que viven con obesidad, se integren con otras iniciativas desarrolladas por otros Ministerios para conseguir un plan transversal que permita prevenir la obesidad, frenar su prevalencia y contribuir a mejorar la vida de las personas que ya la sufren.

Mar Malagón

Catedrática de la UCO, subdirectora del Instituto Maimónides de Investigación Biomédica, IMIBIC y presidenta de la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad



“El círculo virtuoso de las dinámicas inclusivas no solamente preserva lo que ya se ha logrado, sino que abre la puerta a una mayor inclusividad”

Por qué fracasan los países.
Daron Acemoglu y James A. Robinson

Premio Nobel de Economía 2024

La creación y desarrollo de la Estrategia Nacional de Alimentación que surge del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación del gobierno de España es una iniciativa que identifica un modelo participativo especialmente remarkable. Fortalece el concepto de Sistema Alimentario puesto que solicita opiniones, sugerencias e incluso quejas en todo el espectro agroalimentario español. Al potenciar esa forma inclusiva establece ese nuevo espacio de opinión y de acción plural y público que demuestra que alimentarnos todos los días es una cuestión global. Fomenta la convergencia de diversas áreas de conocimiento orientadas al hecho fundamental que sostiene una sociedad todos los días.

La Estrategia Nacional de Alimentación es un salto de paradigma. Establece sobre sus 6 ejes de acción: Seguridad Alimentaria, Sostenibilidad, Revitalizar áreas rurales, Nutrición y salud, Innovación y tecnología y Consumidor, las dinámicas adecuadas para el correcto desarrollo de la misma. Cabe destacar que, siguiendo el modelo de análisis y acción sistémico de las instituciones de investigación de mayor reputación de estas cuestiones, establece la dinámica adecuada para que interactúen unos con otros. Ese nuevo enfoque interdisciplinar, le confiere mayor valor y la sitúa en la vanguardia respecto a estrategias similares en los países europeos de nuestro entorno.

Estoy seguro de que ese modelo de procedimiento ofrecerá en breve sus primeros resultados positivos. Pero más allá, con el transcurso de los años, comprobaremos lo acertado del proceso y la conveniencia de haber diseñado un espacio público al servicio de una mejor alimentación para todos los ciudadanos del presente, pero sobre todo del futuro.



Vicente Domingo

Experto en sistemas alimentarios, sostenibilidad, cooperación al desarrollo y agencias de Naciones Unidas

Importancia de la alimentación en la salud

España es uno de los países con mayor esperanza de vida del mundo. Uno de los principales determinantes de esta longevidad es la baja tasa de mortalidad por enfermedades cardiovasculares (ECV). Esto no se debe a que tengamos un mejor sistema sanitario que otros países de nuestro entorno, si no a que la cantidad de personas que sufre ECV es menor.

¿Por qué los españoles enfermamos menos del corazón?

Una de las principales claves reside en nuestro patrón alimentario. Desde hace más de una década sabemos que la dieta mediterránea reduce la mortalidad en general y la cardiovascular en particular, asociándose a incrementos de la esperanza de vida. Por tanto, una estrategia alimentaria nacional basada en estas evidencias supondría una mejora en la salud y la longevidad tanto a nivel individual como poblacionalmente. Esta estrategia nacional se podría basar en 3 ejes vertebradores (“las 3 A”), que facilitarían su implantación:

Alfabetización alimentaria: buena parte de la población posee pocos conocimientos sobre los patrones alimentarios saludables. La oportunidad de adquirir estos conocimientos a lo largo de todo el espectro de edad generaría patrones de consumo más conscientes y alineados con una dieta saludable.

Asequibilidad alimentaria: de nada sirve que la población posea conocimientos sobre una dieta saludable si no se la puede costear. Existe evidencia científica que demuestra que gravar los alimentos menos saludables para sufragar aquellos que proporcionan un beneficio en salud, impacta en el hábito de consumo poblacional.

Accesibilidad alimentaria: los cambios en el estilo de vida actual, basados en la inmediatez han supuesto un cambio en los patrones dietéticos en los que muy frecuentemente, la disponibilidad es el factor clave para elegir un alimento. Mejorar el acceso a una dieta saludable haciéndola altamente disponible en tiempo y lugar ayudaría a mejorar las elecciones de consumo.



Guillermo Aldama

Cardiólogo Intervencionista en El Complejo Hospitalario Universitario de La Coruña

La estrategia del abecedario

Estrategia Nacional de Alimentación. Sin lugar a dudas una estrategia positiva, llena de ilusionantes aspiraciones, diseñada para conseguir una alimentación que, entre muchos otros objetivos -seguridad, sostenibilidad, salud, innovación... - conlleve a una mejor conservación del medio rural. Dificilmente se podrían encontrar objeciones a estos nobles y claros propósitos. Tras casi 50 años dedicada al periodismo gastronómico, mis territorios de trabajo han estado muy relacionados con los restaurantes y especialmente los de estrellas y tenedores varios. Entonces, cuando la gastronomía no estaba de rabiosa moda como en estos últimos años- (ahora todo es gastro, desde una piruleta a la comida del gato)- el foco de atención de lo “gastro” eran los grandes restaurantes y existía entre ellos una especie de sana competencia por las materias primas, los que tenían las primeras alcachofas, los que conseguían las primeras trufas, los primeros espárragos frescos... Si bien la estrategia Kilómetro 0 no se había desarrollado aún, la exaltación del “apellido”, del topónimo de la seta, del queso, del cordero, era enormemente ilusionante, siempre un valor añadido.

Hoy por hoy, con la fuerte eclosión de la gastronomía, si bien ha aumentado considerablemente el número de grandes y excelentes restaurantes ha disminuido en la misma proporción la trazabilidad española de las materias primas. Se encumbra la lejanía, la inmigración desde las más remotas y exóticas procedencias, por tanto, la gran culinaria española, las recetas tradicionales realizadas con ingredientes nacionales, de cercanía, de toponimia española, se van perdiendo... Si desde Cervantes a Blas de Otero -pasando por cientos de grandes figuras de nuestra literatura- se han “cocinado” grandes obras literarias con sólo 28 letras de nuestro abecedario... ¡cómo no se van a poder crear grandes obras, grandes platos, con 28 ingredientes españoles! Creaciones modernas, vanguardistas, estéticas realizadas con 28 ingredientes de nuestros ganaderos, agricultores, pescadores... ¡¡De nuestro medio rural!!

P.D. Digo 28 por el número de letras de nuestro abecedario, pero son muchos más.

Paz Ivison
Periodista gastronómica



Alimentación y salud

Las principales causas de morbilidad y mortalidad se asocian con estilos de vida no saludables, mala alimentación, falta de actividad física, aumento de la inactividad, fundamentalmente ligada al mal uso y abuso de las pantallas, pocas horas o baja calidad del sueño,... Además, recientes líneas de investigación observan también una asociación con la disbiosis, desequilibrio de nuestra microbiota intestinal, que parece estar presente en más de 300 enfermedades (infecciosas, autoinmunes, inflamatorias, metabólicas,...).

En relación con la alimentación, nuestro país tiene la fortuna de ser bañado por el mar Mediterráneo y el océano Atlántico, con dos patrones alimentarios tradicionales, la Dieta

Atlántica y la Dieta Mediterránea, que han demostrado ser saludables y sostenibles, y han contribuido a que hoy seamos una de las poblaciones más longevas y con mayor calidad de vida del mundo. Sin embargo, la población está perdiendo la adherencia a éstas, muy especialmente, los niños y adolescentes. Tanto es así, que actualmente la mayor prevalencia de obesidad infantil en Europa se encuentra en los países del Sur. Además, debemos destacar la mayor prevalencia de esta enfermedad crónica en los grupos más vulnerables.

Si buscamos respuesta a los 10 objetivos para una mayor salud nutricional: consumir más grano entero, más pescado, más vegetales, frutas y aceite de oliva, más lácteos, carne y embutidos magros, limitar la comida rápida, las bebidas azucaradas y la sal, aumentar el consumo de alimentos de buena densidad nutricional y cocinar más cocido, vapor, plancha y menos fritura, la encontramos en nuestro patrón alimentario atlántico.

“Es el momento para la acción”. Tenemos dos patrones alimentarios y gastronómicos, atlántico y mediterráneo, saludables y sostenibles (con baja huella de carbono e hídrica). Tenemos la mejor despensa del mundo. Debemos promocionar la adherencia a nuestros patrones a lo largo de toda la vida para prevenir la enfermedad y mejorar el pronóstico de muchas de ellas. Los primeros años de vida y la edad pediátrica es una ventana de oportunidad para la adquisición de estos hábitos que se van a mantener en la edad adulta y que van a suponer una programación metabólica de menor riesgo de patología a corto, medio y largo plazo. La familia (los abuelos transmisores de tradición) y la escuela, a través del comedor escolar como lugar de educación nutricional y de la incorporación en el currículo escolar de la materia “Estilos de vida saludables”, deben ser actores principales en esta estrategia, que debe ser coordinada y en la que toda la sociedad debe implicarse.

Rosaura Leis

Catedrática de Pediatría de la Universidad de Santiago de Compostela, Coordinadora de Nutrición Pediátrica del Hospital Clínico de Santiago-IDIS-CiberObn, Presidenta del Comité Científico de la Fundación Dieta Atlántica y Presidenta de la Fundación Española de Nutrición





02 RESUMEN EJECUTIVO

2.1. POR QUÉ SE HA ELABORADO UNA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

2.2. PROPÓSITO Y MISIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

2.3. EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

2.4. DESAFÍOS Y MEDIDAS

2.5. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

2.1

Por qué se ha elaborado una Estrategia Nacional de Alimentación

La alimentación en España es un elemento esencial de nuestra identidad cultural, una fuente de riqueza económica y un pilar de bienestar social.

La geografía española, junto a unas especiales condiciones climáticas, propician la producción de alimentos diversos y variados, que configuran nuestro paisaje interior y costero. Además, el sector agroalimentario y pesquero español es un motor económico clave que genera empleo, fomenta el desarrollo del medio rural y costero y contribuye significativamente a las exportaciones.

Los retos actuales, como el cambio climático, las tensiones geopolíticas, la seguridad en el abastecimiento alimentario y la sostenibilidad exigen repensar y transformar nuestro sistema alimentario para adaptarlo a las necesidades del siglo XXI al tiempo que se preserve nuestro patrimonio agropecuario, pesquero y gastronómico.



La Estrategia Nacional de Alimentación (ENA) surge como una respuesta a estas incertidumbres. Es una prioridad en la acción de gobierno; un documento de futuro con el que definir y determinar la posición española ante los próximos desafíos de la alimentación.

2.2

Propósito y Misión de la Estrategia Nacional de Alimentación

El propósito de la ENA es construir un sistema alimentario sostenible en España y en Europa para conseguir la autonomía estratégica abierta.

La estrategia marcará el futuro de un sector competitivo que consolidará a España como un referente mundial en excelencia alimentaria, capaz de satisfacer las necesidades presentes y futuras de la población, mientras revitaliza el medio rural y las zonas costeras dependientes de la pesca y la acuicultura.

El enfoque estratégico es maximizar las capacidades existentes, optimizar instrumentos y programas, y alinear las políticas públicas para facilitar la transición hacia un modelo alimentario innovador, sostenible y rentable.

Para ello, la ENA tiene la misión de articular un sistema alimentario integral, sostenible y competitivo, profundamente arraigado en el territorio, que se base en la diversidad y en la producción de alimentos saludables, accesibles y de alta calidad, reconocidos y valorados por la ciudadanía de todo el mundo.



Para alcanzar este objetivo, la Estrategia se centra en los siguientes desafíos:

1. Garantizar a toda la población, dentro y fuera de España, el abastecimiento estratégico de alimentos, mediante mecanismos que aseguren disponibilidad y estabilidad de los suministros alimentarios.

2. Promover la sostenibilidad del sistema alimentario, a través de prácticas que protejan el medio ambiente, en particular el cambio climático, y aseguren la conservación de los recursos naturales.

3. Articular un sistema alimentario integral, sostenible y competitivo, neutro en carbono y adaptado al cambio climático y profundamente arraigado en el territorio, que se base en la diversidad y en la producción de alimentos.

4. Fortalecer las áreas rurales y costeras altamente dependientes de la pesca mediante el apoyo a los productores y el fortalecimiento de la economía rural y costera.

5. Fomentar una alimentación saludable y de calidad entre la población, con la consiguiente mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

6. Impulsar la innovación y la tecnología, a través del fomento de la investigación y el desarrollo tecnológico, así como prácticas innovadoras que mejoren la eficiencia y competitividad del sector agroalimentario y pesquero.

7. Estimular la transparencia y accesibilidad de la información alimentaria para las personas consumidoras con el fin de facilitar decisiones de compra informadas y responsables.

2.3

El proceso de elaboración de la Estrategia Nacional de Alimentación

La elaboración de esta Estrategia se ha llevado a cabo a través de un proceso participativo en el que, a lo largo de 2024, se han escuchado y recogido las inquietudes, necesidades y aportaciones de todos los actores del sistema alimentario con el fin de que todas las perspectivas estén reflejadas en este documento.

El proceso de reflexión y debate en torno a la alimentación ha involucrado a una amplia gama de partes interesadas, incluidas organizaciones sectoriales, sociedad civil y ámbito académico, así como al Consejo Económico y Social de España.

En el desarrollo de este proceso participativo se ha seguido una metodología estructurada que se detalla a continuación:



Foros participativos

Se ha contado con expertos de diversos ámbitos y se han celebrado distintos foros de reflexión sobre el sistema alimentario y los retos actuales a los que se enfrenta. Los foros han abordado temáticas diversas, como la sostenibilidad integral, la seguridad del abastecimiento, la revitalización del medio rural, la nutrición, la salud y la innovación, entre otros. Todo ello enmarcado en la búsqueda de un sistema agroalimentario y pesquero más resiliente y colaborativo.



Reuniones

Se han celebrado 10 reuniones políticas presididas por el Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación y 36 reuniones a nivel técnico con asociaciones y representantes del sector agroalimentario y pesquero. Ha sido un proceso de escucha activa, en el que se han recibido aportaciones de gran utilidad y se ha analizado la situación actual en la que se encuentra España en materia de alimentación para identificar hacia dónde se quiere ir.

46
reuniones



Buzón de correo electrónico

El proceso participativo también ha tenido en cuenta las aportaciones que se han recibido a través del buzón de correo electrónico bnz-ena@mapa.es, habilitado para ello y a través del cual han llegado más de 110 contribuciones y sugerencias.

El propósito ha sido escuchar y recoger las sensibilidades, preocupaciones y aportaciones de todos los actores involucrados en el sector alimentario.

110
contribuciones y sugerencias



2.4

Desafíos y medidas

A la vista del DAFO y del proceso participativo, se han definido una serie de desafíos que se desarrollan en el capítulo 6, donde se recoge el contenido principal de la Estrategia.

En cada uno de estos desafíos se incluyen las medidas propuestas para hacerles frente, una vez incorporadas las aportaciones de los diferentes agentes de la cadena y del sector.

Los desafíos identificados son los siguientes:

I. Abastecimiento estratégico

La garantía del abastecimiento es fundamental para el desarrollo sostenible, la estabilidad social y el bienestar general de la población. Basada en el principio de Autonomía Estratégica Abierta, la estrategia prioriza la capacidad de España para actuar de manera autónoma en áreas críticas, como la suficiencia alimentaria, sin comprometer sus relaciones comerciales internacionales. Este desafío se aborda mediante cuatro grandes medidas orientadas a favorecer la disponibilidad y estabilidad en el suministro de alimentos, en coordinación con otras políticas comerciales, que garanticen la competitividad del sector agroalimentario y pesquero español, optimizar la eficiencia en la cadena de valor y definir protocolos de respuesta ante situaciones de crisis.

II. Sistemas alimentarios sostenibles

La sostenibilidad en el sistema alimentario es fundamental para equilibrar la producción de alimentos con la protección del medio ambiente, la salud humana y el bienestar social. Implica producir de manera responsable, protegiendo los recursos naturales, reduciendo el impacto ambiental y garantizando alimentos nutritivos y suficientes para las generaciones actuales y futuras. Además, incluye la sostenibilidad social, gracias al fortalecimiento de las economías locales y las comunidades rurales y costeras.

Frente a retos globales como el cambio climático y la pérdida de biodiversidad, los sistemas de producción deben transformarse para ser más eficientes, resilientes y sostenibles. La Estrategia propone medidas clave dirigidas a integrar la sostenibilidad en diversos ámbitos, como las compras públicas, la gestión de envases mediante prácticas responsables y promover la economía circular mediante la valorización de subproductos agroalimentarios. También se sigue impulsando el respaldo a prácticas sostenibles, como la producción con bajas emisiones, el uso eficiente del agua y el fomento de energías renovables.

La gestión sostenible de los recursos marinos es otra prioridad, a través de prácticas pesqueras responsables que preserven los hábitats marinos, al tiempo que conservan la actividad pesquera. Además, se incentiva la venta de productos locales y de temporada, como un modo de fortalecer las economías rurales.

Finalmente, se trabaja en la reducción del desperdicio alimentario y en la formación de los agentes de la cadena alimentaria para facilitar la transición hacia un sistema más sostenible.

III. Áreas rurales y costeras altamente dependientes de la pesca

Las zonas rurales y costeras, vitales para el desarrollo equilibrado de España, enfrentan desafíos como la despoblación, el envejecimiento de la población y la falta de infraestructuras, lo que limita sus oportunidades y viabilidad. Para revertir esta situación, se proponen tres medidas clave: a) garantizar una formación adecuada al sector para mejorar su competitividad; b) fortalecer el tejido rural y costero mediante el apoyo económico y la implementación de políticas rurales orientadas a construir un sector sostenible, eficiente y resiliente; y c) fomentar el relevo generacional para asegurar el futuro del medio rural y costero.

IV. Alimentación saludable

Promover una vida saludable requiere una visión integral que vaya más allá de la alimentación. El bienestar físico y emocional, la actividad física y la sostenibilidad ambiental son fundamentales para fortalecer la salud individual y colectiva. La Dieta Mediterránea, reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, es un modelo de alimentación equilibrada, sostenible y saludable. Su combinación de alimentos frescos, locales y de temporada, junto con sus beneficios científicamente avalados, la posicionan como un pilar para fomentar un estilo de vida saludable. Este modelo puede complementarse con la Dieta Atlántica, que comparte características similares y refuerza el consumo de productos pesqueros de alta calidad nutricional. La ENA apuesta por fomentar patrones alimentarios saludables basados en la Dieta Mediterránea y la Dieta Atlántica, preservando la identidad gastronómica española. Se busca garantizar la accesibilidad de toda la población a alimentos frescos y saludables. Asimismo, se prioriza aumentar la educación alimentaria y promover hábitos alimentarios saludables desde edades tempranas.

V. Innovación y tecnología en alimentación

La transformación digital y tecnológica en el sector agroalimentario y pesquero busca mejorar la productividad, ofrecer alimentos nutritivos, proteger el medio ambiente y adaptarse a las nuevas demandas. Para ello, se proponen cuatro medidas: a) fomentar la innovación en alimentos, procesos y distribución mediante biotecnología y nuevas técnicas genómicas para mejorar cultivos; b) digitalizar los modelos de producción para optimizar recursos y responder eficientemente al mercado; c) fortalecer la transferencia de conocimiento mediante formación y programas de innovación abierta; y, por último, d) fomentar las inversiones en innovación e impulsar una regulación que favorezca la innovación para modernizar el sector y posicionar a España como líder de un modelo alimentario sostenible y eficiente.

VI. Información alimentaria al consumidor

Las personas consumidoras juegan un papel crucial en el sistema alimentario, ya que sus decisiones de compra determinan qué productos tienen éxito y cómo evoluciona el mercado. Para que las personas consumidoras puedan tomar decisiones responsables, es esencial que la información alimentaria sea clara y accesible. La ENA busca mejorar el etiquetado de los alimentos y la transparencia en los puntos de venta. También se promueven campañas de comunicación y educación alimentaria para que la ciudadanía pueda tomar decisiones de compra responsables y basadas en información veraz.

Aquellas medidas que pudiesen suponer un coste adicional se financiarán en su caso, con las disponibilidades presupuestarias de los ministerios competentes en la materia, sin que se prevean dotaciones adicionales para esta Estrategia Nacional de Alimentación.

Una vez identificados los desafíos y las medidas a desarrollar para alcanzar los objetivos de la ENA, se ha reconocido la oportunidad que supone para España recopilar todas aquellas iniciativas que van a requerir un debate en el ámbito de la Unión Europea. El propósito es claro: trasladar la posición de España sobre estos asuntos para ejercer una influencia como potencia alimentaria.

Además, la ENA incluye otros capítulos clave, entre ellos uno dedicado al análisis integral de la alimentación, que explora cómo factores como la tecnología, la salud, el medio ambiente y la economía influyen en nuestros hábitos y decisiones de compra. También destaca el capítulo relativo al estudio del consumo de alimentos en España, evaluando la relación entre las dietas Mediterránea y Atlántica y la evolución de sus productos clave, así como las tendencias de consumo fundamentales para el diseño de políticas alimentarias. Asimismo, se presenta una caracterización del sistema alimentario, que abarca desde el sector primario hasta la industria, la distribución y la gastronomía.

Finalmente, se recogen un conjunto no exhaustivo de casos de éxito, que busca convertirse en una fuente de inspiración y motivación para todos los actores implicados, al poner en valor las iniciativas que ya están marcando la diferencia y que pueden servir como modelos replicables en otros contextos.

2.5 España potencia alimentaria

España es una potencia alimentaria, como así lo demuestran los datos que caracterizan nuestro sector agroalimentario y pesquero, tanto en lo que se refiere a su aportación a la economía española como en el fomento de la cohesión social en nuestras áreas rurales y costeras.



España es el primer país en renta agraria de la Unión Europea, el primer exportador del mundo en aceite de oliva, el segundo en vino y el tercer productor mundial de carne de porcino. En relación con el sector pesquero, España es el primer país de la Unión Europea en términos de capacidad de flota y el principal productor de acuicultura, además de contar con un desarrollado sector industrial de transformación de productos pesqueros. La industria alimentaria destaca por ser la primera industria manufacturera del país y la cuarta de la Unión Europea en cifra de negocio.

La Dieta Mediterránea es un referente mundial en gastronomía y constituye un auténtico atractivo y valor para los 90 millones de turistas que visitan el país cada año. Además, sus alimentos son reconocidos por su calidad no sólo en España sino también en la práctica totalidad de los países del mundo a los que se exportan productos por valor de más de 70.000 millones de euros al año.

Estas cifras subrayan la relevancia del sector agroalimentario y pesquero español en los contextos europeo e internacional. España tiene mucho que aportar en materia de alimentación, y esta Estrategia representa una oportunidad clave para consolidar su liderazgo y proyectar su visión al mundo.



03 LA ALIMENTACIÓN Y SUS DIMENSIONES

Comer en España: tradición, cultura y desafío del futuro

La alimentación en España ha trascendido su función biológica básica a lo largo de los siglos, convirtiéndose en un fenómeno sociocultural de gran profundidad. Comer no es simplemente satisfacer una necesidad fisiológica, sino que implica compartir momentos, celebrar hitos personales y colectivos, crear recuerdos imborrables y, sobre todo, conectar profundamente con nuestra identidad cultural.

Desde los albores de la civilización, la manera en que la población española se nutre ha estado moldeada por múltiples factores: la historia, las tradiciones culturales, el clima, la geografía, así como los sucesivos cambios económicos y sociales que han configurado nuestra relación con la comida.

Hoy nos encontramos en una encrucijada alimentaria, un cruce de caminos que representa tanto un desafío como una oportunidad. Mientras nos esforzamos por preservar nuestras raíces culturales culinarias, también nos vemos empujados por el vertiginoso ritmo de la modernidad a adaptarnos a nuevas realidades. Este contexto nos invita a reflexionar sobre nuestra relación contemporánea con la comida, así como a considerar cómo podemos transformarla para afrontar los retos que están por venir.

Este capítulo de dimensiones se ha elaborado gracias a las aportaciones de Rosa Tovar y la Dra. Almudena Villegas Becerril.

La alimentación en España a través de la historia

La Dra. Almudena Villegas Becerril, escritora y doctora en Historia, ha estudiado el patrimonio alimentario español como una herencia cultural viva y en constante evolución, enriquecida por influencias históricas, geográficas y culturales, desde la prehistoria hasta la actualidad, que se aporta a continuación. Este legado refleja una mezcla única de tradición y adaptación, que sigue siendo un pilar de identidad y sostenibilidad en la gastronomía contemporánea.

El patrimonio alimentario es una construcción viva, en movimiento. Es una herencia que generación tras generación se va enriqueciendo a través de pequeñas incorporaciones de nuevas técnicas, mediante la adopción de nuevas variedades de alimentos o gracias a la aplicación de combinaciones novedosas. Junto a los cambios que forman parte de los sistemas alimentarios de todas las sociedades, existe, de forma pareja y equilibrada un factor de estabilidad y permanencia igualmente imprescindible, y es precisamente el patrimonio.

La riqueza histórica y cultural española, el contacto con diferentes culturas a través del tiempo y el desarrollo de la producción y el cultivo, han provocado una riqueza igualmente excepcional en el ámbito alimentario. Que ha crecido, se ha desarrollado y ha ido creando una personalidad propia dentro del ámbito de los sistemas alimentarios mediterráneos.

03. LA ALIMENTACIÓN Y SUS DIMENSIONES

El valor de este patrimonio es extraordinario: el primer tamiz del clima y el territorio y posteriormente la decantación de las antiguas culturas son condicionantes clave para poder entender el valor final de una forma de alimentarse.

La tierra es el primero de estos condicionantes. Cultivos y crianza de animales sólidamente contrastadas por su eficacia a lo largo de miles de años han conseguido por una parte la base para una alimentación eficiente, abundante, saludable y creadora de riqueza. La adaptación de plantas y animales a los diferentes ecosistemas españoles han conseguido la base de creación de un patrimonio contrastado por los siglos de mejora y adaptaciones.

Los primeros seres humanos que habitaron la Península Ibérica datan de unos 800.000 años. Aún no eran homo sapiens, y conocemos varias especies gracias al trabajo de paleoantropólogos que han revolucionado el mundo de la Prehistoria en España. El clima era diferente, lo que se veía reflejado en la fauna y flora y por supuesto en su dieta. Estos cambios, y las glaciaciones que se dieron durante esta larguísima etapa de la historia, marcaron una forma de alimentación diferente a la que caracterizó la dieta a partir del Neolítico.

Con temperaturas estables y un tiempo de óptimo climático, el Neolítico de la Península Ibérica fue el detonante de la alimentación que practicamos en la actualidad. Ajustado, como todos los sistemas alimentarios, al territorio. Convivieron durante mucho tiempo producción agrícola y ganadera con la recolección, que proporcionaría frutos de temporada como bellotas, setas o castañas, y con la principal actividad extractiva, la abundante pesca marina y fluvial. Aquellas fórmulas inteligentes, adaptadas al medio y abundantes dieron lugar a los primeros platos cocinados en forma de gachas, sopas y estofados.

En el camino entre la prehistoria y la historia se encuentra una de las culturas de mayor interés en el mundo occidental: la tartésica, en la que son visibles las fórmulas de producción y alimentación e incluso la estratificación social a través de la dieta. Una interesante cultura local con estrechos vínculos mediterráneos que aún nos proporcionará grandes alegrías.

En la Antigüedad, la llegada de la romanización provocó un importante cambio en la vida y las dietas de íberos y celtas, que ya habían tomado contacto siglos antes con griegos y cartagineses. Roma fue el cauce por el que la base productiva adquirió experiencia, conocimiento y estabilidad, hasta el punto en que la organizada sociedad romana hispana exportó una importante fracción de su producción triguera, de la del aceite de oliva y de la del vino a la capital del Imperio. Convertida en provincia, el comercio, la administración y la aparición de ciudades estructuradas al estilo romano cambió cuestiones sustanciales que aún hoy forman parte de nuestro presente. Como son los canales de comercio a través de rutas terrestres (caminos y carreteras), nuestra lengua, hija del latín; el derecho romano, el calendario y por supuesto la organización cívica y urbanística, con las clásicas ciudades construidas en ordenados dameros, plazas principales y mercados de abastos altamente especializados -macellum- además de mercadillos periódicos -nundinae, celebrados cada nueve días-.

Algunos de los mejores agrónomos de la época son hijos de Hispania, como fue el caso de Columela -nacido en Gadir, Cádiz-, también poetas que nos dejan interesantes trazas del tipo de alimentación romana, como Marcial -nacido en Bilbilis, Calatayud- e incluso políticos, filósofos y emperadores, como fueron Séneca, Teodosio, Trajano, Adriano, Marco Aurelio o, gobernantes estos últimos que protagonizaron el Siglo de Oro del Imperio. Durante este tiempo se asentó la tríada mediterránea, un modelo productivo cuyo sentido era alimentario. La base de

03. LA ALIMENTACIÓN Y SUS DIMENSIONES

la alimentación, constituida por cereales, legumbres y hortalizas se completaba con carnes, entre las cuales, la preferida de los romanos era el cerdo, aunque el vacuno y las aves formaban parte de la alimentación cotidiana. También pescados y mariscos, especialmente bien valorados los de mar; y una producción quesera que, como el vino, presenta indicios de unas primitivas denominaciones de origen.

El romano fue el tiempo de la organización y desarrollo de una gastronomía que todavía observamos hoy en platos como el gazpacho, las torrijas, los flanes y los pestiños; los cocidos de garbanzos y estofados de carne, las salazones de pescado e incluso salsas como la mayonesa, cuya datación fehaciente tenemos en la Antigüedad tardía, en el s. V d.C.

Por su parte, la Edad Media recoge gran parte de la tradición alimentaria de la Antigüedad, que no fue totalmente olvidada, aunque la Península Ibérica vivió un momento muy complejo, con varias culturas y religiones en el mismo territorio. La alimentación fue una manera de diferenciarse, de conocerse y reconocerse; también de expresar distintas formas de vivir y pensar. Así, el mundo andalusí, dominado por la religión musulmana impuso sus propias fórmulas en los mercados, restringe y prohíbe el consumo de cerdo en un proceso de islamización social que repercutió inevitablemente en la forma de producción y alimentación. Se producen transformaciones relevantes a raíz de la conquista, implantándose las premisas ideológicas, lingüísticas y religiosas de los conquistadores. Lo que nos indica con una evidencia absoluta que la forma de pensar se refleja directamente en la manera de comer.

Una sociedad hija del mundo hispanorromano y vinculada con la presencia visigoda quedaba como reducto en el norte, la cual practicaba una alimentación muy parecida a la que se había consumido durante el tiempo romano en

sus formas más simples, con los únicos -y sustanciales- cambios vinculados con la cristianización: sobriedad, templanza y la práctica del ayuno y abstinencia en algunos días señalados. La panificación y los procesos de vinificación conocieron unas mejoras sustanciales, debido a la importancia de ambos productos no solo como base alimentaria sino también como símbolos religiosos, dando así lugar a una experiencia de calidad que fructificaría finalmente en la Edad Contemporánea.

En ambas zonas, norte y sur, convivían pequeñas comunidades judías que practicaban sus ritos alimentarios de una antigüedad extraordinaria, y que vemos explícitos en los libros bíblicos del Levítico y Números. Con restricciones en el consumo de algunos productos, principalmente animales, y sus celebraciones religiosas como el Shabat, de carácter semanal, cuya práctica incluía formulas concretas de alimentación, entre otros platos, de adafina, un cocido de garbanzos con matices con respecto al de origen romano y mediterráneo.

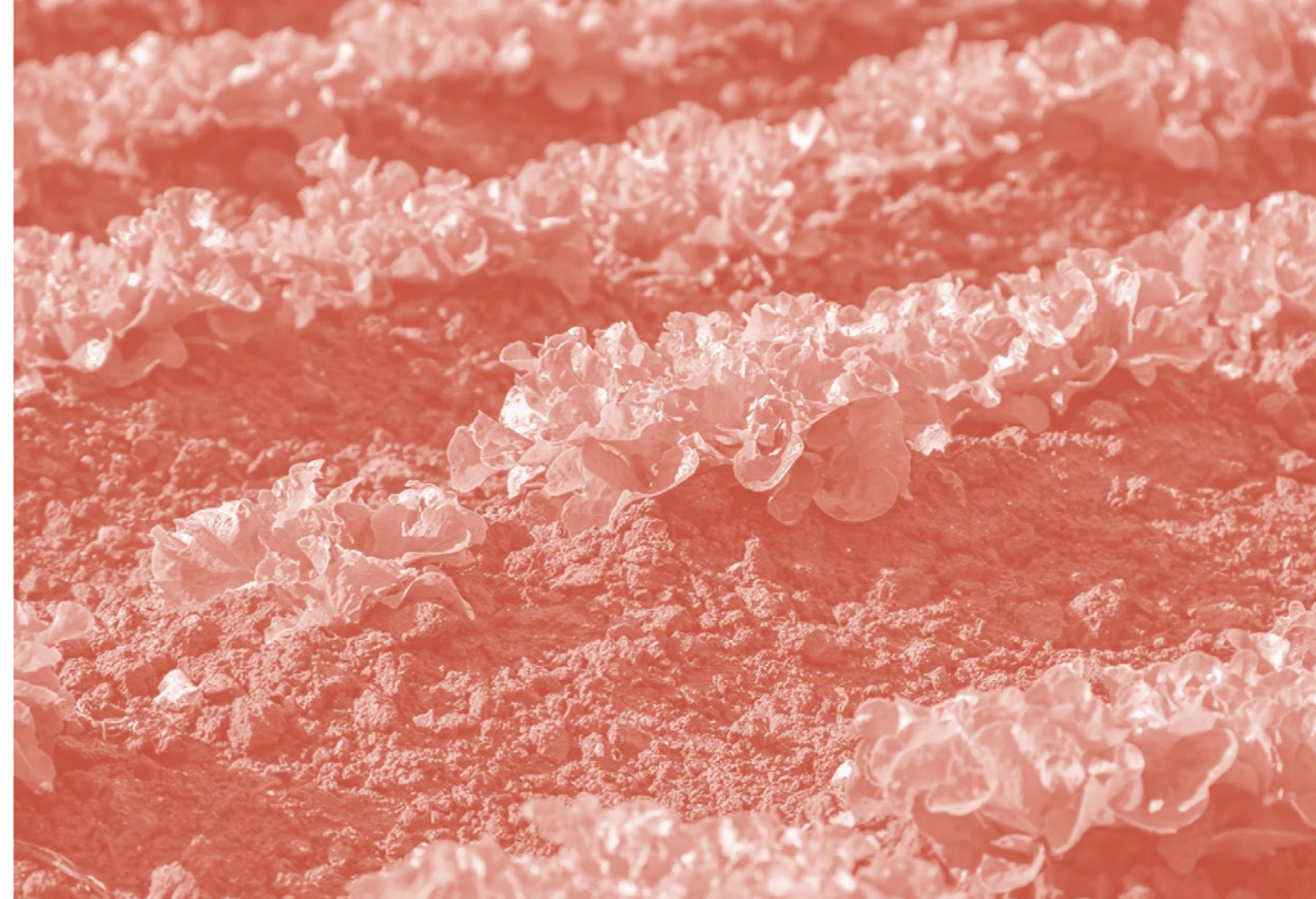
La Edad Media española, personalísima, diferente de la europea y caracterizada por comer como se pensaba, marcó su huella en el patrimonio alimentario que ya se había desarrollado en época romana. Las nuevas elaboraciones de destilados con la aparición del alambique de origen persa, la presencia del azúcar en abundancia y como producto asequible, del arroz, las berenjenas y las espinacas, dieron lugar a una mejora sustancial del sistema alimentario de todos los grupos sociales. Platos como los guisos de arroz, el uso de azafrán, las múltiples elaboraciones de berenjenas y las bebidas a base de siropes y concentrados, enriquecieron la alimentación en toda la península.

03. LA ALIMENTACIÓN Y SUS DIMENSIONES

El Mundo Moderno nace con dos cambios sustanciales que tendrán un alto impacto en el sistema alimentario español. Por una parte, la reconquista de la última ciudad, Granada, la cual se produjo casi simultáneamente al segundo cambio: el descubrimiento de América. Trajeron por un lado la altísima valoración de una alimentación que se nutría de múltiples herencias, cultivos y crianza de animales. Y por el otro lado, el intercambio de productos entre los territorios transatlánticos de la Corona española. El cacao fue el primero y más aceptado de todos ellos. Pero el tomate, la patata y el pimiento terminaron internacionalizando una sencilla base que proporcionó sabor en todo el mundo, aunque tanto la patata como el tomate tardaron mucho en incorporarse plenamente al recetario español.

Caracterizan a esta época platos como el manjar blanco, que se inició en época medieval, un preparado contundente a base de arroz, pechuga de gallina, leche de almendras y azúcar, que se cocía hasta adquirir una consistencia semisólida. Los platos secundarios, hijos de los cocidos ganaron como comida cotidiana y muy valorada: preparaciones como la “ropa vieja”, los caldos y lo que entonces se conocía como salpicón, un plato mencionado en El Quijote y elaborado con las carnes deshilachadas del cocido. La cocina española triunfaba y se expandía, las princesas españolas llevaban sus platos, sus productos y sus cocineros como parte de sus cortes en las bodas de estado que protagonizaban en el resto de Europa.

El desarrollo de las ciudades, la riqueza del territorio y una creciente clase burguesa provocarían a final de la Edad Moderna un importante surgimiento de las grandes cocinas regionales que han ido desarrollándose hasta la actualidad de una forma personalísima y vinculada con las actividades extractivas, agrícolas y ganaderas.



La contemporaneidad ha traído una serie de cambios importantes. La industrialización, la globalización y el desarrollo de nuevos métodos científicos han dado forma a nuevas prácticas productivas, mejoras de rendimiento y calidad de los productos. Las gastronomías locales están plenamente asentadas, y desarrolladas las características de producción y los platos locales. Desde luego, hay otros problemas vinculados con la salud, con necesidades de mejoras en los sistemas de producción, y la necesidad de evitar tóxicos en la alimentación.

El gran reto del s. XXI es evitar la pérdida de patrimonio, de historia y del recetario tradicional. Que no solamente debe estar presente en las grandes obras, sino en la calle, en los hogares y los restaurantes. Y no tanto para el turismo, sino como platos de consumo para todos los españoles, por sus características de fácil elaboración, costes asequibles y equilibrio nutricional. Por supuesto, como fórmula de mantener un legado gastronómico de una riqueza extraordinaria que es parte sustancial de nuestra historia común.

Dimensión geográfica

Rosa Tovar nos indica sobre esta dimensión, cómo influye la geografía de nuestro país en la alimentación que conocemos.

La península Ibérica al estar situada en la franja en torno al Ecuador de la Tierra disfruta de un clima que permitió, en su latitud, el desarrollo tras la formación del Universo de casi el noventa por ciento de los productos que luego han sido alimentos¹. Más tarde, estos sustentos se han adaptado a otras regiones por el norte o por el sur gracias a los avances de la ganadería y la agricultura.

El estrecho de Gibraltar sirve de nexo entre Europa y África, con todo lo que significa en cuanto a la relación de pueblos e intercambio de productos, técnicas y alimentos. Además de ser el lugar en el que se unen el mar Mediterráneo con el océano Atlántico.

La península ibérica pertenece a la región geográfica privilegiada del Mediterráneo en la que surgieron por primera vez la ganadería, la agricultura y, sin embargo, lo que es más importante, la cocina y la transformación del alimento fue en Mesopotamia².

El clima mediterráneo, caracterizado por inviernos suaves y veranos cálidos, favorece el cultivo de olivos, viñas y cítricos. Las condiciones orográficas, por otro lado, son propicias para la ganadería y la producción de quesos artesanales, lo que diversifica aún más nuestra gastronomía. Las largas temporadas de sol no solo permiten el crecimiento de frutas y hortalizas, sino que también influyen en nuestras preferencias alimentarias.

Esta interrelación entre geografía y alimentación no solo asegura la calidad de nuestros productos, sino que también fortalece la economía local al fomentar el comercio y la sostenibilidad de las tradiciones agrícolas.

En España, con más de 8.000 kilómetros de costa, y dos archipiélagos, la pesca y la acuicultura siempre han jugado un papel clave en el abastecimiento alimentario de la población, proveyéndonos de una proteína saludable, de muy alto valor biológico, una baja huella de carbono y nula huella hídrica, contribuyendo a la vertebración de las regiones costeras altamente dependientes de la pesca, consolidando además una estrecha relación entre los productos pesqueros y la gastronomía que se ha convertido en una de nuestras señas de identidad y de sus atractivos turísticos.

Esta interrelación entre geografía y alimentación [...] también fortalece la economía local al fomentar el comercio y la sostenibilidad de las tradiciones agrícolas.

¹ La cocina y los alimentos. Enciclopedia de la Ciencia y la Cultura de la Comida. McGee, H. (2007). Editorial Debate.

² La cocina más antigua del mundo: la gastronomía en la antigua Mesopotamia. Bottéro, J. (2005). Tusquets Editores.

Dimensión histórica

Para entender por qué nos alimentamos de la manera en que lo hacemos en España, es esencial echar un vistazo a nuestra historia ya que, la alimentación es un reflejo fiel de las civilizaciones que han dejado su huella en la península Ibérica a lo largo de los siglos

La escritora Rosa Tovar ha estudiado esta historia y nos indica como los pueblos de la península, en la prehistoria, disponían de frutos y vegetales mediterráneos, así como de aves, jabalíes, algunos cérvidos, bovinos y, de conejos, gracias a los que los fenicios le darían más tarde el nombre de *i-shepha-im* o costa de los conejos. A su vez, era costumbre capturar algunos productos marinos de las costas y peces que ascendían los ríos como salmón, esturión, lubina y mújol.

En los inicios de la historia, el territorio de la península se encontraba repartido, por un lado, en tribus y aldeas en el centro y el noroeste peninsular, con cocina muy rústica y, por otro, en pueblos de cultura monetaria y ciudadana con influencias de otros pueblos del Mediterráneo, cuya gastronomía pudo ser más desarrollada.

En el oriente meridional de la península surgió, entre 2300 - 1500 a. C. una cultura, la argárica, muy avanzada para su época y con una agricultura desarrollada y de la que se sabe, por restos fosilizados, que cocinaban habas con ajos.

Los fenicios comenzaron su llegada, a partir de los inicios del I milenio, a fundar los puertos de las costas mediterráneas, con incursiones poco profundas tierra adentro. Trajeron con ellos el olivo y las técnicas de extracción del aceite, las salinas y los salazones de carnes y pescados.

Los griegos llegaron poco después para establecerse también en las costas, entre cuyas ciudades puerto sobresale Emporion, la actual Ampurias. A ellos les debemos el cultivo de la vid y las técnicas de la vinificación y la producción de vinagre, de los adobos ácidos, como el del cazón aliñado, que aún pervive, y otros muchos usos

culinarios. Los cartagineses, un pueblo fenicio amante del garbanzo, se estableció en la península desde su capital africana de Cartago, para fundar, la que hoy es Cartagena, como su capital peninsular. A lo largo de los siglos y con estos pueblos llegaron poco a poco las especias del oriente.

El ejército romano, que disputaba a los cartagineses el predominio comercial del Mediterráneo occidental en el siglo III a.C. y, tras más de doscientos años de lucha y acabar con Cartago, consiguió dominar todo el territorio peninsular. A ellos les debemos la cocina sencilla, los usos culinarios refinados de la época imperial y técnicas agrícolas muy modernas que consiguieron aumentar el rendimiento de las tierras de cultivo de trigo, olivar y vid.

En el siglo IV d.C. los pueblos bárbaros invadieron Europa y en la Península se establecieron los visigodos, que se mantuvieron Bizancio, con sus luchas en el poder, durante unos decenios, en el oriente y centro peninsulares. No conservaron en todo su esplendor las mejoras agropecuarias romanas ni las técnicas culinarias.

Los pueblos musulmanes iniciaron su entrada y ocupación total del territorio en el siglo VIII d.C. En los aspectos agropecuario y culinario, su llegada supuso la recuperación de las mejores técnicas agrícolas y de los modos culinarios más elegantes, así como las buenas maneras en el servicio y la comida. La reconquista acabó con la permanencia de los pueblos musulmanes y hebreos que no quisieron convertirse al cristianismo.

Coincide el final de la reconquista con el descubrimiento de América y el establecimiento de un imperio español que dominaría, junto con Portugal, la mayor parte del mundo.

03. LA ALIMENTACIÓN Y SUS DIMENSIONES

Por todo esto, se puede decir que cada ingrediente que utilizamos lleva consigo una historia que narrar, y cada plato es un testimonio de cómo la alimentación ha evolucionado adaptándose a los recursos disponibles, las necesidades de las personas consumidoras y las influencias externas a lo largo de los siglos.

En el caso de los productos de la pesca, no debe olvidarse la figura histórica que representan las cofradías de pescadores, que nacieron en el medioevo con el tradicional espíritu religioso de la época y con el fin y la pretensión de proporcionar socorros mutuos a la gente del mar, a la vez que se aunaban esfuerzos y prevenían riesgos.



Dimensiones económicas y políticas

Desde tiempos antiguos, los alimentos no solo han tenido un valor nutricional, sino también económico, social y cultural.

El garum, una salsa fermentada de pescado que en la Antigua Roma alcanzó la categoría de lujo y que, curiosamente, tenía en Hispania uno de sus principales centros de producción, se elaboraba principalmente en talleres situados en ciudades costeras como Baelo Claudia (Cádiz) o Cartago Nova (Cartagena), no solo era apreciado por su sabor y propiedades culinarias, sino que también tenía un alto valor económico. Su producción implicaba un proceso sofisticado de fermentación de vísceras y sangre de pescado, lo que resultaba en un producto concentrado y muy cotizado. La calidad del garum hispano, considerada superior, hizo que Hispania se convirtiera en uno de los principales proveedores del Imperio Romano, exportando la salsa en ánforas selladas con inscripciones que indicaban su origen y calidad. Además, su consumo reflejaba las diferencias sociales de la época, ya que era considerado un producto exclusivo en las mesas de la élite romana, y tenía un uso medicinal, lo que refuerza la idea de que la alimentación y la salud han estado históricamente conectadas.



Como se ha visto anteriormente, desde tiempos remotos, la península Ibérica ha sido un enclave estratégico en la producción y comercio de alimentos.

Fenicios y griegos introdujeron cultivos esenciales como el olivo y la vid, estableciendo rutas comerciales que conectaron la península con el Mediterráneo. Los romanos consolidaron estas bases agrícolas y desarrollaron un sistema organizado de producción basado en el trigo, el vino y el aceite, conocidos como el “triángulo mediterráneo”, productos con los que se comerciaba en todo el imperio y establecían un modelo económico centrado en la productividad agrícola y la distribución eficiente.

Con la llegada de los musulmanes en el siglo VIII, la economía alimentaria vivió una revolución. Introdujeron cultivos como el arroz y los cítricos y perfeccionaron sistemas de regadío avanzados que aumentaron significativamente la productividad agrícola. Este enfoque, junto con un comercio expandido hacia mercados internacionales, consolidó a la península como una región clave en la producción alimentaria del Mediterráneo.

La adhesión de España a la Unión Europea marcó un cambio trascendental en su política alimentaria y en su economía agroalimentaria. La implementación de la Política Agraria Común (PAC), uno de los pilares de la política europea, transformó el panorama agrícola español. A través de subsidios, ayudas directas y medidas de modernización, la PAC permitió a los agricultores españoles adaptarse a los nuevos estándares europeos y competir en mercados internacionales.

03. LA ALIMENTACIÓN Y SUS DIMENSIONES

En la actualidad, herramientas como el PERTE Agroalimentario (Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica) y el PEPAC (Plan Estratégico Nacional de la PAC) están diseñadas para afrontar los desafíos modernos, como el cambio climático, la digitalización del sector y la creciente demanda de sostenibilidad en los mercados globales. Estas políticas buscan mejorar la competitividad del sector, reforzar la seguridad alimentaria y garantizar una alimentación sostenible para las generaciones futuras.

Hoy en día, la alimentación en España es un motor clave de su economía y un ejemplo de equilibrio entre tradición e innovación. Desde el turismo gastronómico, que posiciona a España como referente culinario global, hasta las exportaciones agroalimentarias, que refuerzan su presencia en los mercados internacionales, el sistema alimentario español combina un rico legado histórico con la capacidad de adaptarse a los cambios globales.

Este sector enfrenta importantes desafíos como la competencia de productos importados, el desperdicio alimentario y la creciente presión del cambio climático que exigen políticas innovadoras y sostenibles. Por lo que, iniciativas como la Estrategia “De la Granja a la Mesa”, enmarcada en el Pacto Verde Europeo, reflejan el compromiso de reformar los sistemas alimentarios hacia modelos más sostenibles y justos, priorizando el acceso a alimentos saludables y respetuosos con el medio ambiente.



Dimensión cultural

La alimentación en España se erige como un espejo de nuestra cultura; es una manifestación de nuestra identidad colectiva que nos identifica, une y distingue. El amor por la comida como un acto social es un hilo conductor en nuestras vidas.

Las culturas griega y romana dejaron su impronta en todas las manifestaciones culturales, como puede ser la arquitectura y la ingeniería civil, muestra de ello son las ciudades, las mansiones, los templos, acueductos, sistemas sanitarios y de captación de agua urbanos, los regadíos, la minería, los puertos o vías de comunicación interurbana, y también en la cultura religiosa, la literatura y la ciencia.

En la época en que llegaron a la península, los musulmanes representaban en sus clases dirigentes y más cultivadas la cultura más exquisita del momento en el Mediterráneo y Europa, porque habían bebido su saber en los restos de las antiguas Mesopotamia y Grecia, en el Imperio Romano de Oriente y en Irán y sus países limítrofes hacia el este, que traían con ellos a la península. La mayor parte de este conocimiento fue traducido al latín en la Escuela de Traductores de Toledo fundada por Alfonso X el Sabio en el siglo XIII. Por eso se trata con más extensión la cultura hispanomusulmana, porque fue la más sabia y desarrollada de la época en la Europa previa a la Edad Moderna.

En primer lugar, la ciencia, con las matemáticas, el álgebra y la geometría. En segundo lugar, la industria, cuyos ejemplos más llamativos son el refinado del azúcar,

Rosa Tovar, como profesora de cocina, ha centrado su interés en esta dimensión cultural y nos señala como nuestro país por ser lugar de encuentro entre dos continentes y punto de paso entre ellos, se distingue por ser muy diverso y rico en todos los aspectos.

que se había inventado en Irán hacia los siglos VII-X o el aislamiento, por primera vez en la historia, del alcohol etílico en Córdoba en el siglo XII, gracias al alambique que conocieron en la China, empleada para la obtención de medicamentos. En tercer lugar, la ingeniería del agua y la arquitectura, de la que nos han llegado ejemplos majestuosos como la Aljafería de Zaragoza, el Alcázar de Sevilla, la Mezquita y los restos de Medina Azahara de Córdoba y la Alhambra de Granada, además de todo un estilo arquitectónico en herencia, el mudéjar. En cuarto lugar, la cultura, con una nueva forma de entender la música y de expresarla o escribirla en las diez notas fundamentales del pentagrama, que ha estado vigente, en exclusiva, hasta tiempos recientes y, también las tendencias renacentistas y modernas de la literatura que representan los ejemplos de inspiración árabe de Pedro Alfonso, hebreo converso de nombre Moshe Rabin, en su Disciplina Clericalis -siglo XII.

Los hispanomusulmanes, además, recuperaron y mejoraron las instalaciones sanitarias en las ciudades, además de las técnicas agropecuarias heredadas de los romanos tras la época de los visigodos, que se romanizaron con más rapidez que otros bárbaros de Europa, como demuestran las Etimologías de San Isidoro -siglo VII-.

La llegada de las influencias en todos los sentidos de América cambiaría la historia del mundo entero, también de España, hasta el punto de que ya jamás volvería a ser la misma que fue con anterioridad.

La comida actúa como consuelo, celebración y memoria.

Hoy en día se puede decir que el alimento juega un papel emocional trascendental. En España, la práctica de cocinar y compartir platos tradicionales es una vía palpable para conectar con nuestras raíces y transmitir valores intergeneracionales. La comida actúa como consuelo, celebración y memoria. Asociamos una serie de sabores y aromas con momentos de alegría, festividades o incluso con la nostalgia por la infancia. Esta interconexión entre la comida y el bienestar emocional subraya la naturaleza integral de la experiencia alimentaria.

Dimensión gastronómica

La dimensión gastronómica en España trasciende el puro acto de comer, convirtiéndose en una forma de arte que expresa creatividad y pasión.

Nuestra cocina, que abarca desde recetas tradicionales hasta innovadoras propuestas de chefs reconocidos, se perfila como una de las más apreciadas a nivel global. Sin embargo, más allá de los renombrados restaurantes con estrellas Michelin, la gastronomía cotidiana es un testimonio de la creatividad que se manifiesta en los platos que se comparten en cada hogar.

Según Rosa Tovar:

La cultura gastronómica de la península guarda muchas de las tradiciones de los pueblos que la habitaron a lo largo de la historia, como ha quedado plasmado anteriormente. Pero en cuanto a cocina y servicio se refiere es la cultura hispanomusulmana la que más importancia tiene, con sus grandes modos gastronómicos.

Los dirigentes del califato de Damasco fueron los conquistadores de la península Ibérica, se les consideraba gentes de gran refinamiento que, tras la caída de Damasco en manos de los abasíes, trasladaron la capital a Bagdad, fueron casi aniquilados, excepto una pequeña corte, que se refugió en lo que luego se llamó al-Ándalus. Los conocimientos que atesoraban y que enriquecieron con nuevas aportaciones orientales, en particular de la gastronomía en diversos aspectos, como el arte de recibir y tratar al invitado, gracias a figuras como el nadim, director del banquete.

En la cocina los nuevos modos clásicos de Constantinopla e Irán fueron el fundamento para el desarrollo de la gran cocina y la repostería europeas posteriores, hasta nuestros días. Esto se ve especialmente reflejado:

I. En los buenos usos de los comensales y del servicio que les atendía estaban a la cabeza de todo el continente europeo. Estas prácticas elegantes se plasmaron por primera vez en Europa en la cultura cristiana en parte en los exempla de Pedro Alfonso citados y en el Terç de Lo Crestià, uno de los cuatro libros que llegó a escribir Francesc Eximenis de los doce que le encargó el rey de Aragón Pedro IV, el Ceremonioso, para el buen comportamiento en la corte y en su servicio, y en obras de otros autores.

II. En preparados de cocina que, aún hoy, asombran por su modernidad respecto a los del mundo cristiano coetáneo y, que están en la base de la gran construcción del método de la cocina europea, en Francia, en el siglo XIX. Trajeron nuevas verduras y técnicas orientales, como el escabeche.

La llegada de los productos americanos supuso otra nueva revolución que preparó a la gastronomía española, derrumbada durante los siglos XVIII y XIX, para su renacimiento en el siglo pasado gracias a los grandes gastrónomos de finales del XIX y principios del XX, con el paréntesis de la guerra civil española y las grandes guerras que ocuparon los años centrales del siglo.

Merece una especial mención la salazón, cuyo uso se remonta a la Edad de Bronce, donde ya se vendía la sal para su uso en la conservación de pescado a través de la salazón. Dado que la pesca era una de las principales actividades para la obtención de alimentos, el uso de esta técnica de conservación era indispensable no sólo para su mantenimiento sino también para facilitar su transporte y su comercialización.

Los sabores poseen un poder reconfortante, una capacidad intrínseca para unir a las personas y generar bienestar emocional.

La salazón fue cobrando importancia, principalmente durante la época del Imperio Romano, conocida como Salsamenta, y empleada debido a que otros métodos como el ahumado y el secado no eran muy comunes. La gran importancia de la sal en esta época era tal que en numerosas ocasiones a los soldados romanos se les pagaba con sal, de lo que deriva nuestro término actual de salario (salarium). Las principales factorías de salazón de la época romana se encontraban en el Mediterráneo, principalmente en el sur de España como en Águilas o Mazarrón. Las factorías de salazón contaban con unos tanques de salazón también conocidos como piletas, y unas cubetas utilizadas para la maceración del pescado con la sal, lo que podía durar varios meses. El salsamenta y las salsas de pescado como el garum también se producían en estos lugares.

Las especies de pescado más utilizadas en el comercio eran el atún, el bonito, la sardina, la anchoa y la caballa y las principales ciudades comerciales fueron Sexi (Almuñécar), Abdera (Adra), Carthago Nova (Cartagena) y Gadir (Cádiz). Además, hay que destacar el hecho de que la fecha de mayor apogeo de las salazones en España, fue hacia finales del siglo I a.C. y principios del siglo II d. C. lo que coincide con la gran cantidad de ánforas encontradas, es decir, unos recipientes para la acumulación y el transporte de alimentos.

Comer va más allá de ser un acto biológico.

Con la caída del Imperio Romano, los pueblos posteriores como visigodos, árabes y judíos siguieron consumiendo pescado en salazón, alcanzando su mayor auge con el cristianismo gracias a la cuaresma cristiana.

Hoy en día, las salazones se siguen empleando, aunque no sólo para conservar alimentos sino para obtener unos olores y sensaciones característicos ya que contamos con sistemas más eficaces para mantener estos alimentos. En España se sigue elaborando ricas salazones, algunas muy conocidas como las anchoas de Santoña, la mojama de Barbate y la hueva de mújol del Mar Menor.

Actualmente, es relevante observar que recurrimos a la comida en momentos de celebración y también de consuelo. Los sabores poseen un poder reconfortante, una capacidad intrínseca para unir a las personas y generar bienestar emocional. Comer va más allá de ser un acto biológico; se convierte en una experiencia emotiva que conecta nuestras necesidades físicas con nuestra dimensión espiritual.

Conclusión: un futuro que honra nuestro pasado.

La alimentación en España es el resultado de siglos de historia, cultura y adaptación. Se erige como nuestra identidad nacional y nos ofrece la oportunidad de construir un futuro más justo y sostenible. En la actualidad, es crucial que valoremos la riqueza que aporta nuestra cultura alimentaria a nuestras vidas y a nuestro entorno.

Cada vez más, debemos ser conscientes de la importancia de lo que colocamos en nuestros platos. Comer bien no debería considerarse un lujo, sino más bien un acto de responsabilidad hacia nosotros mismos, nuestra comunidad y el planeta. Al honrar nuestras tradiciones culinarias, al mismo tiempo que abrazamos la innovación y respaldamos métodos sostenibles de producción y consumo, España tiene el potencial de continuar destacando como un referente global en el ámbito de la alimentación.

El compromiso hacia una dieta más saludable, accesible y respetuosa con el medio ambiente no solo beneficiará a las generaciones presentes, sino que también asegurará que la futura ciudadanía herede un legado cultural y gastronómico próspero y sostenible.



España tiene el potencial de continuar destacando como un referente global en el ámbito de la alimentación y la gastronomía.



04

MACRO Y MICRO TENDENCIAS EN ALIMENTACIÓN Y CONSUMO

4.1. EVOLUCIÓN DEL CONSUMO ALIMENTARIO

4.2. MACROTENDENCIAS DE CONSUMO

4.3. MICROTENDENCIAS DE CONSUMO

4.4. UNA MIRADA HACIA EL FUTURO

4.1 Evolución del consumo alimentario

El ministerio viene publicando con carácter anual desde 1987 'La Alimentación en España'. Después de 37 años de estudios destacando las cifras de los principales productos que componen nuestra cesta de la compra y poniendo de manifiesto las variaciones encontradas en los volúmenes comprados, precios y gastos se puede decir, sin ninguna duda, que el MAPA es una fuente autorizada sobre la evolución de las tendencias de lo que será el consumo alimentario en la próxima década.

Además de estos estudios de consumo, el ministerio viene realizando desde el año 2009 los barómetros de confianza de las personas consumidoras, de la industria, de la distribución y de los productores sobre la confianza en el sistema agroalimentario español.

También anualmente se encargan estudios de macro y microscopia sobre las tendencias del consumo alimentario, con lo que como ya se ha dicho, el MAPA es una autoridad en este tema, del que se surten los medios profesionales y estudiosos de la alimentación.



El análisis de las tendencias de consumo es crucial para entender la dinámica del mercado agroalimentario español y permite identificar los cambios en los hábitos de compra de las personas consumidoras, adaptando las estrategias de producción y comercialización a las nuevas demandas.

Del análisis de la evolución de la población, del turismo y del número de hogares se constata que en 2023 la población española ha experimentado un crecimiento muy importante, situándose al cierre del año en 48.085.361 habitantes, frente a los 47.435.597 del 2022.

Según el Instituto Nacional de Estadística, el número de hogares residentes en España a cierre de año 2023 asciende a la cantidad de 19.346.386. Esto supone un crecimiento del 1,3 % con respecto a los 19.102.518 hogares del año 2022, lo equivalente a 243.868 hogares más.

El número de personas que conforman el hogar no tiene cambios notables, aunque es importante mencionar que existe una ligera tendencia a la bajada en el tamaño medio del hogar. Si se hace una comparación con el año 2019 en el que había 2,50 personas de promedio residentes en un hogar, se ha reducido la cantidad hasta 2,48 en el año 2022 y 2,47 durante el 2023.

Las tendencias de compra han ido variando año tras año, y se han visto afectadas fundamentalmente por factores como el precio, la calidad, los canales de compra y la innovación:

Precio

La búsqueda de “**buenos precios**” se ha consolidado como uno de los factores más importantes al elegir un establecimiento para comprar alimentos, superando a la “calidad de los productos”. Este cambio sugiere que la confianza del consumidor en la economía personal o en la estabilidad de los precios puede estar disminuyendo, priorizando el ahorro.

En líneas generales, si se compara el consumo per cápita de estos 4 últimos años (2023 vs. 2019), se ha reducido en 47,29 kilos por persona y año, aunque el gasto invertido por persona es 224,03 euros superior, lo que indica que el precio está influyendo mucho en la tendencia del consumo.

También se detecta en este intervalo de años que el 64,4 % de los consumidores ha modificado su forma de cocinar y comprar, para aprovechar mejor los productos y ahorrar debido al aumento de precios. Este dato refuerza la idea de que la confianza en la estabilidad económica puede estar afectada, llevando a las personas consumidoras a tomar medidas para proteger su economía familiar.

La fidelidad a las marcas ha disminuido en los últimos años, con un aumento en la compra de productos más baratos, incluso si la marca no es conocida. Este comportamiento indica una posible pérdida de confianza en las marcas tradicionales y una mayor disposición a probar alternativas más económicas.

Calidad

La confianza en la “**calidad de los productos**” sigue siendo muy importante para el consumidor español, siendo un elemento relevante en las decisiones de compra.

El interés por el **origen de los alimentos y la información en el etiquetado** es una tendencia al alza. Esta búsqueda activa de información y de la trazabilidad, puede interpretarse como un signo de que la persona consumidora busca asegurar la calidad de los productos y mantener la confianza en lo que consume.

El consumo de **productos ecológicos** viene aumentando de una forma constante sin grandes cambios drásticos, pero se va posicionando en una línea continua ascendente. Este crecimiento moderado indica una posible falta en la accesibilidad o el precio de los productos ecológicos, a pesar del interés por la salud y la sostenibilidad.

La demanda de **alimentación fresca** varía en negativo en estos cuatro años con un descenso del 13,2 % en fruta fresca y del 14,1 % en hortalizas frescas desde 2019, con la excepción del 2020 en que el consumo en el hogar supuso un aumento debido a la pandemia de COVID-19.

En cuanto a los **alimentos no frescos y el resto de alimentación** siguen la misma tendencia de descenso del consumo en el mismo periodo de tiempo, suponiendo este un 6,3 %. Por otro lado, se considera significativo el incremento experimentado en cuanto a los precios, ya que estos suponen un 16,5 % más que en 2019.

Por último, el segmento de bebidas también experimenta un descenso en el consumo en los hogares, en relación con la demanda de cualquiera de ellas excepto el agua envasada que gana un 1,9 %.

Canales de compra

La compra de alimentos por internet sigue experimentando un crecimiento constante en los últimos cuatro años, especialmente después del 2020. Este aumento puede indicar una mayor confianza en la seguridad y la calidad de los productos ofrecidos online, así como en la comodidad y eficiencia de este canal de compra.

El porcentaje de población que ha comprado alguna vez productos de alimentación a través de internet llega hasta el 40 %. Las personas jóvenes, con edades comprendidas entre 25 y 39 años, y los hombres son los que más lo utilizan.

A pesar del auge de la compra online, la “proximidad” sigue siendo el factor principal al elegir un establecimiento físico. Este dato sugiere que la confianza en el trato personal y la posibilidad de examinar los productos de cerca sigue siendo importante para muchas personas consumidoras.

Innovación

Los productos novedosos no generan aún mucha confianza en el consumidor español, aunque 5,39 sobre 10 les otorgan confianza. Esto indica que existe una cierta resistencia a probar nuevos productos, prefiriendo opciones conocidas y con una trayectoria establecida.

04. MACRO Y MICRO TENDENCIAS

Por otra parte, considerando que la Dieta Mediterránea no es solo una forma de alimentarse, sino que es un patrón dietético beneficioso para la salud y un modelo de sostenibilidad y que ha sido reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, que combina alimentos frescos, locales y de temporada en recetas que se han transmitido durante generaciones. El predominio de frutas, hortalizas, legumbres, cereales, aceite de oliva y pescados no solo aporta equilibrio y variedad a la dieta, sino que también se asocia con beneficios como la reducción del riesgo cardiovascular, el control del peso y la promoción del bienestar emocional. Además, su enfoque en ingredientes de proximidad y métodos de producción sostenibles refuerza su relevancia en el contexto actual, donde la salud personal y la del planeta son prioridades.

A partir de esta base, se analiza la evolución del consumo de los principales productos que componen la Dieta Mediterránea en España, observando tendencias y cambios que reflejan cómo las dinámicas culturales, económicas y sociales han moldeado nuestros hábitos alimentarios.

Para ello se toma como base la Tabla 1 con datos desde el año 2000 para poder estudiar los cambios experimentados en este periodo de 23 años. Con estos datos se ha elaborado una gráfica representativa de esta evolución y que se presenta a continuación en la Ilustración 1.

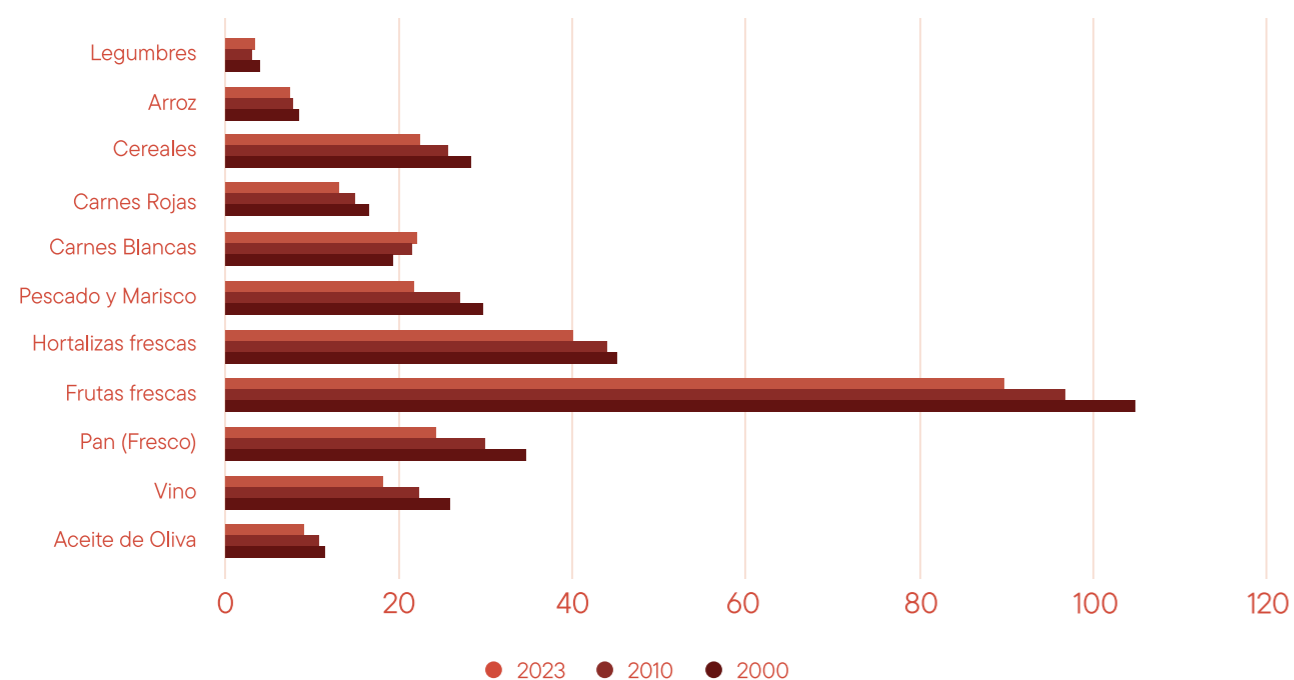
A continuación, se realiza un estudio de estos principales productos que componen la Dieta Mediterránea y que suponen la base de la alimentación en España, incluyendo su comportamiento más relevante teniendo en cuenta su consumo en hogares.

Tabla 1: Evolución del consumo per cápita en el hogar de los principales productos de la Dieta Mediterránea.

| PRODUCTO | 2000 | 2010 | 2023 | % Cambio (2000-2023) |
|--------------------|----------|---------|---------|----------------------|
| Aceite de oliva | 11,5 kg | 10,8 kg | 9,2 kg | -20,0% |
| Vino | 25,3 l | 22,5 l | 18,3 l | -27,6 % |
| Pan (Fresco) | 34,8 kg | 30,1 kg | 24,5 kg | -29,6 % |
| Frutas frescas | 105,0 kg | 96,6 kg | 90,0 kg | -14,3 % |
| Hortalizas frescas | 45,2 kg | 44,2 kg | 40,0 kg | -11,5 % |
| Pescado y Marisco | 29,7 kg | 27,1 kg | 21,8 kg | -26,6 % |
| Carnes Blancas | 19,5 kg | 21,5 kg | 22,0 kg | +12,8 % |
| Carnes Rojas | 16,5 kg | 14,9 kg | 13,7 kg | -17,0 % |
| Cereales | 28,2 kg | 25,6 kg | 22,5 kg | -20,2 % |
| Arroz | 8,1 kg | 7,8 kg | 7,4 kg | -8,6 % |
| Legumbres | 4,03 kg | 3,21 kg | 3,26 kg | -19,1% |

Fuente: Informe Anual del Consumo Alimentario 2023 (MAPA).

Ilustración 1. Gráfico de la evolución del consumo de alimentos de la Dieta Mediterránea en España.



Aceite de Oliva: Un Pilar en Transformación

El aceite de oliva, conocido como “oro líquido”, es considerado un símbolo de la Dieta Mediterránea y una referencia global. En las últimas décadas, su consumo en España ha mostrado variaciones influenciadas por:

Exportación

España lidera la exportación mundial con más del 70 % de su producción destinada a mercados extranjeros, especialmente la UE y Estados Unidos.

Importación

Muy limitada, centrada en aceites de menor calidad para usos industriales.

Precios

Influenciados por fenómenos climáticos.

Tradicón en España

Símbolo de la cocina española y pilar de la Dieta Mediterránea. En la actualidad España cuenta con 30 DOP y dos IGP de aceites de oliva virgen extra³.

Nuevas tendencias

Incremento del consumo de aceites ecológicos, monovarietales y prensados en frío. Se muestra la fidelidad del consumidor incluso en coyunturas de subidas de precios.

Evolución

2000-2010: Ligera disminución del consumo interno (-5 %).

2010-2020: Incremento en los precios y diversificación hacia aceites vegetales alternativos.

Desde 2020: Consumo per cápita de 9,2 kg, manteniéndose como el aceite principal en los hogares.

³ Informe de Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) de Productos Agroalimentarios AÑO 2022. MAPA

Vino: De la Tradición a la Innovación

España es una potencia vitivinícola a nivel mundial. El sector contribuye al desarrollo de muchos pueblos y ciudades pequeñas de nuestra geografía, vertebra el territorio y ofrece empleo de calidad y es, a su vez, puntero en innovación e investigación.

Exportación

España es el segundo exportador mundial por volumen, pero su precio por litro es inferior al de Italia y Francia debido a la alta proporción de vinos a granel.

Importación

Reducida, centrada en vinos de nicho no producidos localmente.

Precios

Varían desde opciones económicas hasta gamas *premium*, con un incremento en los vinos ecológicos y de autor.

Tradición en España

Parte esencial de la gastronomía, con gran diversidad de denominaciones de origen: 70 denominaciones de origen (dos de las cuales, calificadas), 7 vinos de calidad y 20 vinos de pago.

Nuevas tendencias

Crecimiento del interés por vinos desalcoholizados, sostenibles y embotellados de proximidad.

Evolución

2000-2010: Descenso del consumo doméstico anual, especialmente entre las personas jóvenes (-10 %).

2010-2023: Promoción de vinos ecológicos y sostenibles, que moderan el descenso.

Consumo actual: Alrededor de 19,8 litros per cápita al año, con un cambio en los patrones hacia vinos *premium* en ocasiones especiales.

Cereales: Una Base en Transformación

Los cereales han sido parte fundamental de la alimentación española, tanto para alimentación humana como para animal, con el trigo y el maíz como máximos exponentes. Sin embargo, en los últimos años, su consumo ha evolucionado significativamente:

Exportación

Es baja en cereales crudos (grano), pero moderada en productos procesados como harinas y panificados hacia la UE.

Importación

Alta dependencia fundamentalmente de maíz y trigo.

Precios

Sensibles a las fluctuaciones globales; los cereales integrales y ecológicos tienen precios más altos.

Tradición en España

Base alimentaria histórica, especialmente en forma de pan y otros productos horneados.

Nuevas tendencias

Las preocupaciones por la salud y las tendencias hacia dietas bajas en carbohidratos han reducido el consumo de harinas blancas, mientras que los cereales integrales han ganado popularidad. Incremento en el consumo de avena, quinoa y productos sin gluten.

Evolución

2000-2010: Reducción general del consumo de cereales tradicionales (-12 %), a medida que surgen alternativas más procesadas.

2010-2023: Estabilidad en los productos básicos, pero aumento significativo (+20 %) en cereales integrales y saludables.

Arroz: Tradición y Diversificación

El arroz, ha estado presente en España desde el siglo VIII, cultivándose como monocultivo en zonas de marismas, estuarios, deltas y terrenos con alta salinidad. Su cultivo juega un importante papel desde el punto de vista medioambiental y paisajístico, en zonas tradicionales de producción.

Exportación

Protagonismo de la exportación del arroz tipo índica frente al arroz tipo japónica, siendo el principal destino la UE y el Reino Unido.

Importación

Tendencia creciente, condicionada por nuestra capacidad productiva muy ligada a la disponibilidad de agua, y a los precios internacionales más competitivos. Tradicionalmente se han importado arroces tipo basmati, jazmín, etc., provenientes de Asia.

Precios

Las variedades locales suelen ser más caras que las importadas.

Tradición en España

Base alimentaria histórica, especialmente el arroz tipo japónica, con variedades tradicionales muy arraigadas al territorio como el arroz de variedad bomba.

Nuevas tendencias

Mayor interés por arroces integrales, ecológicos y de cocción rápida.

Evolución

2000-2010: Consumo estable, en torno a los 7-8 kg per cápita al año.

2010-2023: Incremento en las variedades saludables y gourmet, aunque el volumen general ha descendido ligeramente (-5 %) debido al auge de otros carbohidratos alternativos.

Legumbres: Tradición y Sostenibilidad

Las legumbres, pilar de la Dieta Mediterránea, han mantenido su presencia en la alimentación española, aunque enfrentan desafíos de consumo. El sector presenta las siguientes características:

Exportación

Moderada, centrada en variedades tradicionales hacia mercados europeos.

Importación

En aumento, especialmente de países como Canadá, México y EE. UU., para cubrir la demanda interna.

Precios

Generalmente estables, aunque influidos por factores climáticos, costes de producción y el mercado internacional.

Tradición en España

Consumo habitual en guisos y potajes, especialmente en invierno. España cuenta con varias DOP/IGP de legumbres, como la Lenteja de La Armuña, el Garbanzo de Fuentesauco o la Judía del Barco de Ávila, entre otros.

Nuevas tendencias

Crece la demanda de legumbres ecológicas y productos derivados (harinas, pastas) por su aporte proteico y su sostenibilidad ambiental.

Evolución

2000-2010: descenso del 20%. Consumo per cápita al año alrededor de 3 kg.

2010-2023: se ha estabilizado el consumo.

Pan: De lo Básico a lo Saludable

El pan, ha sido considerado un alimento básico en la dieta española a lo largo de los años, sin embargo, se está contabilizando una reducción de su presencia en los hogares debido a:

Exportación

Baja, limitada a productos artesanales de alta calidad hacia mercados europeos.

Importación

Aumento de panes congelados y precocidos, especialmente de Alemania.

Precios

Los panes frescos y artesanales son más caros que los industriales y precocidos.

Tradición en España

Consumo diario como acompañamiento básico en comidas. Contamos con 6 DOP/IGP reconocidas.

Nuevas tendencias

Incremento en el consumo de panes integrales, sin sal y elaborados con masas madre.

Evolución

2000-2010: Disminución del consumo en un 10 %, con el auge de dietas bajas en carbohidratos.

2010-2023: Incremento en la oferta de panes saludables e integrales. Consumo actual en torno a 24,5 kg per cápita.

Frutas: Tradición bajo presión

Las frutas frescas, esenciales en la Dieta Mediterránea, han experimentado una reducción en su consumo. El sector se caracteriza por:

Exportación

España lidera la exportación mundial de frutas frescas (cítricos, melocotones) hacia la UE.

Importación

En crecimiento, especialmente de frutas tropicales como aguacates y mangos.

Precios

Varían según la temporada; las frutas exóticas suelen ser más caras.

Tradición en España

Consumo diario, especialmente como postre o entre comidas. Actualmente disponemos de 19 DOP/IGP de frutas reconocidas, 3 de frutos secos y 2 de aceituna.

Nuevas tendencias

Mayor preferencia por frutas listas para consumir y ecológicas.

Evolución

2000-2010: Reducción de un 8 % en el consumo per cápita, afectado por el descenso de las comidas familiares.

2010-2023: Disminución adicional de un 10 %, aunque los productos exóticos (aguacate, mango) y las frutas ecológicas han ganado popularidad.

Consumo actual:

Aproximadamente 80 kg per cápita al año.

Hortalizas: Resiliencia y diversificación

Las hortalizas frescas han mostrado mayor estabilidad en su consumo gracias a su integración en recetas tradicionales y a las tendencias de alimentación saludable.

Exportación

España es un importante exportador de verduras y hortalizas frescas (tomates, pimientos, lechugas) hacia la UE.

Importación

Por su posición estratégica y cadena de procesado y logística, España es un punto de suministro para toda Europa y entrada desde África y América, especialmente fuera de temporada.

Precios

Varían según temporada, aunque las variedades ecológicas tienen precios más altos.

Tradición en España

Las hortalizas son parte esencial de la dieta diaria de la población española y lo constatan las 25 variedades de hortalizas reconocidas por su calidad diferenciada, ya sea DOP o IGP.

Nuevas tendencias

Incremento del consumo de hortalizas congeladas y de conveniencia.

Evolución

2000-2010: Consumo relativamente estable (-2 %), con mayor demanda de productos listos para consumir.

2010-2023: Incremento ligero en el consumo procesado (+5 %), aunque las hortalizas frescas tradicionales han disminuido ligeramente.

Consumo actual: Alrededor de 50 kg per cápita al año.

Pescado y Mariscos: Salud y Calidad

El consumo de pescado ha sido uno de los más afectados por los cambios socioeconómicos:

Exportación

Fuertes exportaciones de pescado fresco y marisco a mercados europeos y asiáticos.

Importación

Dependencia de pescado congelado y procesado de terceros países.

Precios

Varían en función del producto, existiendo una amplia disponibilidad de pescados y mariscos a precios competitivos.

Tradición en España

Parte esencial de nuestra dieta, tanto dentro como fuera del hogar.

Nuevas tendencias

Popularidad de productos congelados y platos preparados de pescado.

Evolución

2000-2020: Caída del consumo de pescado fresco en un 20 %.

2023: Consumo per cápita de 21,8 kg, con una preferencia creciente por opciones de fácil preparación.

Carnes Blancas y Rojas: Dos Historias Contrapuestas

Carnes Blancas (pollo, pavo, conejo)

Las carnes blancas han registrado un crecimiento constante gracias a su asociación con una dieta saludable y sostenible.

Exportación

España exporta carnes blancas a mercados europeos y asiáticos, principalmente en formatos procesados.

Importación

Reducida, centrada en productos congelados de Brasil.

Precios

Generalmente accesibles, con incrementos en variedades ecológicas.

Tradición en España

Actualmente tenemos tres IGP de pollo en nuestro país.

Nuevas tendencias

La carne de pollo y pavo sube y la de conejo se desploma. Mayor interés por carnes blancas ecológicas y opciones veganas que imitan el pollo.

Evolución

2000-2010: Incremento del 10 % en el consumo de carnes blancas, impulsado por campañas de salud pública.

2010-2023: Crecimiento continuo (+12 %), con un consumo actual de 22 kg per cápita al año.

Carnes Rojas (vacuno, cerdo, cordero)

El consumo de carnes rojas ha disminuido debido a preocupaciones ambientales y de salud, así como a los cambios en las preferencias dietéticas.

Exportación

El cerdo domina las exportaciones, especialmente hacia China, seguido por el vacuno.

Importación

Limitada, concentrada en productos procesados.

Precios

Elevados para vacuno y cordero; más accesibles para el cerdo.

Tradición en España

De gran tradición en nuestro país, actualmente existen 22 carnes certificadas entre cordero, lechazo, cerdo y vacuno. Además, existen 73 razas incluidas en el Logotipo Raza Autóctona, etiquetado voluntario que permite reconocer los productos procedentes de razas autóctonas (ovino, caprino, porcino, aves, bovino, equino y camélidos).

Nuevas tendencias

Incremento en la demanda de productos sostenibles y carnes procesadas de alta calidad.

Evolución

2000-2010: Reducción del 8 % en el consumo de carnes rojas.

2010-2023: Disminución más pronunciada (-15 %), con un consumo actual de 13,7 kg per cápita.

4.2

Macrotendencias de consumo

Las macrotendencias de consumo representan cambios profundos y duraderos en la cultura, el estilo de vida, la tecnología y las preocupaciones ambientales que impactan de manera significativa en la forma en que nos alimentamos y en los productos que elegimos consumir.

Estas tendencias se caracterizan por ser transformaciones a gran escala que moldean el panorama global del consumo de alimentos y bebidas, y que marcarán la dirección de la industria a largo plazo.

1. Alimentos para llevar

La conveniencia y la rapidez son factores clave en el estilo de vida actual, lo que ha impulsado el crecimiento del consumo de alimentos para llevar en un 15 % en 2023, con un aumento notable en opciones saludables y sostenibles. El 38 % de los consumidores considera que esta tendencia seguirá creciendo.

2. Alimentos sin procesar

La preferencia por alimentos mínimamente procesados se mantiene en alza, lo que se refleja en el crecimiento del consumo de alimentos frescos en el hogar. Entre 2015 y 2023, el consumo de frutas, hortalizas y carnes frescas en el hogar creció un 9,4 %.

3. Calidad

Se consolida como segundo motivo de elección de un establecimiento el que sus productos sean de calidad, subiendo 12 puntos respecto a la importancia que tenía hace 5 años. En el futuro cercano se proyecta que se mantendrá estable.

5. Empleo de apps de nutrición

El uso de aplicaciones móviles para informarse sobre aspectos nutricionales ha crecido un 28 % entre 2020 y 2023, siendo las apps de escaneo de etiquetas las más populares entre los consumidores de 25 a 45 años.

7. Etiquetas claras y transparentes

Existe una demanda creciente de información clara y precisa sobre los ingredientes, el origen y los métodos de producción. En 2023, el 64 % de los consumidores afirmó que busca información sobre el origen y los métodos de producción en las etiquetas, un aumento del 7 % respecto a 2018.

4. Compra online

El auge de la compra online de alimentos, impulsado por la pandemia, ha transformado los hábitos de consumo. Esta tendencia se observa en el crecimiento constante de plataformas de entrega a domicilio y la digitalización del sector alimentario. En 2023, el 27 % de los consumidores españoles realizó compras de alimentación online al menos una vez al mes, frente al 9 % en 2019, gracias al impulso de la pandemia y la comodidad del modelo.

6. Envases sostenibles

Tendencia a la reducción del uso de plástico y crecimiento del empleo de bolsas y recipientes reutilizables. En 2023, el 58 % de los consumidores declaró preferir envases reutilizables o biodegradables, un aumento del 12 % respecto a 2019.

8. Interés en el etiquetado nutricional

7 de cada 10 españoles se fija en el etiquetado nutricional de los alimentos, proporción que se mantiene estable respecto a 2019.

9. Lista de la compra

En la actualidad los consumidores realizan una compra más planificada que hace 5 años. El 73,5 % de los consumidores acostumbra a elaborar una lista antes de realizar sus compras de alimentación. Esta tendencia se estabilizará en los próximos años.

11. Personal

Disminución de personal en los establecimientos. Entre 2018 y 2023, el número de personas empleadas en supermercados y grandes superficies disminuyó un 12 %, tendencia que continuará en los próximos 5 años debido al avance de las cajas automáticas y la digitalización.

10. Marcas

Los consumidores detectan una disminución del 18 % en las marcas de fabricantes en los últimos 5 años, a medida que aumentan las marcas de distribuidor. Sin embargo, las marcas de distribuidor representan el 44 % del mercado de alimentación en 2023, un aumento del 5 % desde 2019, y seguirán ganando cuota en los próximos años.

12. Proteínas Alternativas

La búsqueda de alternativas a la proteína animal, motivada por la preocupación por la salud, el medio ambiente y el bienestar animal, impulsa esta macro tendencia. En 2023, el consumo de tofu, seitán y otros sustitutos vegetales aumentó un 15 % respecto al año anterior, con un crecimiento acumulado del 55 % desde 2018. El crecimiento de las bebidas vegetales podría considerarse parte de esta macro tendencia, especialmente considerando la disminución del consumo de leche líquida (-11,5 % desde 2008). Sin olvidar a las legumbres que han sido y son una fuente tradicional de proteína saludable. En la actualidad, son la base de productos alternativos proteicos como los “snacks-aperitivos”, humus, y de los otros sustitutos vegetales mencionados, además de la soja.

13. Reducción del consumo de azúcar

Esta tendencia se observa en la disminución del consumo de zumos y néctares, que ha caído un 41,5 % desde 2008. Sin embargo, el consumo de bollería y pastelería, aunque con una evolución negativa a largo plazo (-2,3 % desde 2008), experimentó un repunte en 2023.

15. Sostenibilidad y Conciencia Ambiental

El interés por la sostenibilidad ha impulsado la búsqueda de sistemas de producción y consumo más responsables con el medio ambiente. Esta macro tendencia se refleja en el aumento de la demanda de productos ecológicos, aunque de forma moderada. En 2023, el consumo de legumbres ecológicas ha experimentado un crecimiento significativo, alcanzando el dato de compras más alto registrado desde 2018.

14. Salud y Bienestar

Esta macro tendencia se ha expandido más allá de la nutrición básica, abarcando alimentos que promueven un bienestar integral. Se observa en el aumento del consumo de cereales con fibra, que ha experimentado un crecimiento del 75,3 % entre 2011 y 2023.

16. Tarjetas/programas de fidelización

Se incrementa su empleo en los establecimientos. El uso de programas de fidelización aumentó un 25 % entre 2018 y 2023, con un enfoque en recompensas personalizadas que mejoran la experiencia de compra.

17. Tecnología en la Alimentación

La innovación tecnológica está transformando la forma en que se producen, distribuyen y consumen los alimentos. En 2023, el 40 % de las empresas alimentarias españolas incorporó tecnologías de trazabilidad digital para garantizar la transparencia y la sostenibilidad.

4.3

Microtendencias de consumo

Las microtendencias, por otro lado, son manifestaciones más específicas y con un alcance temporal más corto que las macrotendencias. Suelen surgir como respuestas a necesidades particulares de nichos, experimentos gastronómicos o cambios en el estilo de vida de grupos concretos de personas consumidoras.

Aunque su impacto puede ser más localizado y de menor duración, las microtendencias pueden anticipar cambios más amplios en el mercado o incluso convertirse en macrotendencias con el tiempo.

1. Alimentación saludable

El 75,4 % de la población española considera que su alimentación es muy/bastante saludable. Entre las personas jóvenes este porcentaje disminuye a un 62,8 %.

2. Alimentos fermentados caseros

El interés por mejorar la salud digestiva ha llevado a un aumento en la elaboración casera de productos como kombucha, kéfir y chucrut. En 2023, el 17 % de los hogares españoles preparó al menos un alimento fermentado casero, alineándose con la tendencia hacia lo natural y lo artesanal.

3. Alimentos funcionales

El consumo de alimentos con beneficios adicionales para la salud, como los probióticos y los alimentos ricos en antioxidantes, está en aumento. En 2023, el 33 % de los consumidores españoles afirmó comprar alimentos funcionales con regularidad, un crecimiento del 12 % respecto a 2018, destacando yogures y bebidas enriquecidas como los más populares.

5. Dietas

El 26,2 % de los consumidores está siguiendo actualmente una dieta, con resultados homogéneos por sexo. Por edad, el porcentaje aumenta entre las personas consumidoras más jóvenes (25 a 39 años). El perfil de dietista-nutricionista y de médicos/as de Familia y Comunitaria son los principales asesores a los que se recurre a la hora de hacer dieta.

7. Ética y Responsabilidad Social

Un 41 % de los consumidores españoles declaró en 2023 priorizar marcas comprometidas con prácticas justas y sostenibles, un incremento del 10 % respecto a 2018, destacando el interés por productos con certificaciones como Comercio Justo o ecológicos.

4. Alimentos locales y de temporada

Se observa una mayor preferencia por productos locales y de temporada, con el 59 % de los consumidores priorizando productos locales en su compra semanal, según datos de 2023, impulsada por la búsqueda de frescura y sostenibilidad.

6. Distintivos de calidad

6 de cada 10 consumidores no identifica claramente los alimentos con distintivos de calidad diferenciada de España.

8. Información sobre nutrición

Sigue la tendencia de consumidores interesados por este campo, empleando un 43 % de ellos las redes sociales para obtener esta información, seguido de médicos/as y dietistas-nutricionistas en un 35,1 % y un 32,7 %, respectivamente.

9. Insectos como alimento

Incluidos en el Reglamento (UE) 2015/2283, relativo a los nuevos alimentos. Aunque aún minoritario, el consumo de insectos autorizados por la UE está ganando terreno, especialmente en productos como harinas o *snacks* proteicos. En 2023, el 3 % de la población española afirmó haber probado alimentos con insectos.

11. Productos novedosos

La gran mayoría de las personas consumidoras (84,6 %) se fija en los productos novedosos cuando acude a su establecimiento de compra. El interés por las novedades se incrementa más de 20 puntos respecto a los resultados de años anteriores (2018 y 2016). Las mujeres y las personas jóvenes (25 a 39 años) son las que más se fijan en estos productos. Las novedades que más le interesan a la persona consumidora son, por este orden, los productos bajos en grasas, productos bajos en azúcares y productos bajos en calorías.

10. Minimalismo alimentario

La tendencia hacia la simplicidad y la naturalidad se refleja en datos del 2023, donde el 54 % de las personas consumidoras afirmó preferir productos con ingredientes simples y sin aditivos artificiales, reflejando un interés creciente por la naturalidad y la transparencia.

12. Productos sustitutos

El mercado de productos sustitutos de comida alcanza casi a la mitad de los consumidores españoles. A finales de 2023, el 45,6 % de las personas consumidoras manifestaba haber consumido alguna vez zumos, batidos, barritas o complementos nutricionales que actúan como sustitutos de una comida. Por edad, este tipo de alimentación es especialmente popular entre los entrevistados más jóvenes, aumentando su consumo al 68,7 %. Es importante que estos productos sustitutos se basen siempre en las recomendaciones de los y las profesionales sanitarias.

13. Reducción del consumo de carne

Si bien no se observa un cambio drástico en el consumo total de carne, la tendencia a largo plazo muestra un decrecimiento en este sector. En 2023, se frenó la contracción y se experimentó una estabilización en el consumo de carne, lo que podría indicar un cambio incipiente en los hábitos alimenticios.

15. Vinos desalcoholizados y vinos con bajo contenido de alcohol

El 22,6 % de de la población española ha probado alguna vez los vinos desalcoholizados y un 37,7 % ha probado vinos con bajo contenido de alcohol. En ambos casos los porcentajes se incrementan entre los hombres, entre los entrevistados más jóvenes (25 a 39 años) y entre las personas consumidoras habituales de vino.

14. *Snacks* de algas

Las algas marinas se están popularizando como *snacks* saludables y sostenibles, respondiendo a la búsqueda de alternativas a los *snacks* tradicionales. Este segmento ha experimentado un crecimiento notable, especialmente entre las personas consumidoras jóvenes y concienciados con la sostenibilidad. En 2023, el 8,5 % de los consumidores afirmó incluir *snacks* de algas en su dieta, un aumento del 5 % respecto a 2019, destacando su perfil bajo en calorías y alto en nutrientes.

4.4

Una mirada hacia el futuro

Las perspectivas para el año 2025 ya marcan una recuperación del mercado de gran consumo, impulsado por una desaceleración de la inflación, un PIB positivo y un aumento en las ventas en volumen.

A corto plazo, la tendencia prevista es a la racionalización de las compras, la vuelta a los básicos y a la marca de distribuidor y el aumento de las promociones, de tal forma que se incremente la frecuencia de las compras.

En los próximos 10 años, las tendencias alimentarias en España estarán profundamente influenciadas por la sostenibilidad, la salud, y la digitalización, en consonancia con los cambios globales. Se espera un auge de productos y envases con menor impacto ambiental y cadenas de suministro basadas en proximidad y economía circular, favoreciendo la compra de alimentos frescos y de cercanía. Según estudios actuales, el 61%⁴ de las personas consumidoras ya prefieren productos con certificación ecológica, una cifra que seguirá creciendo. La reducción del desperdicio alimentario será otra prioridad, apoyada por tecnologías como sensores inteligentes y aplicaciones para gestionar inventarios en los hogares.



La nutrición personalizada y de precisión, impulsada por avances tecnológicos, permitirá a las personas consumidoras adaptar sus dietas a sus necesidades específicas, utilizando herramientas como análisis genéticos o de microbiota. Alimentos funcionales, como probióticos, antioxidantes y adaptógenos, serán cada vez más populares, especialmente en un contexto en el que el 78 % de la población española ya considera la salud un factor clave en sus decisiones de compra. Paralelamente, las dietas basadas en plantas continuarán ganando adeptos; en la última década, el número de personas vegetarianas y veganas en España ha crecido un 34 %.

La digitalización revolucionará el acceso y la preparación de alimentos. Las compras online, que ya representan más del 10 % de las ventas alimentarias en España, seguirán creciendo, impulsadas por entregas rápidas y servicios personalizados basados en inteligencia artificial. En los hogares, electrodomésticos inteligentes facilitarán la cocción automatizada y el seguimiento de hábitos alimenticios. Por otro lado, se mantendrá el vínculo con la tradición y la cultura gastronómica, con un creciente interés por alimentos autóctonos y técnicas tradicionales renovadas. Finalmente, políticas de educación y regulación, como etiquetados más claros y campañas de concienciación, ayudarán a fomentar hábitos alimenticios sostenibles y saludables, adaptados a un contexto demográfico en el que el envejecimiento de la población también será determinante.

⁴ Fuente: Informe del Consumo de Alimentación en España del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación 2023

05

ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA



**5.1. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR
AGROALIMENTARIO Y PESQUERO EN ESPAÑA**

**5.2. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO:
ANÁLISIS DAFO**



La riqueza histórica y cultural de España, la diversidad de sus tierras, mares, ecosistemas y tradiciones nos permite obtener una gran variedad de producciones agroalimentarias y pesqueras, consolidando a nuestro país como una potencia a nivel mundial en el sector alimentario.

El contexto global actual está marcado por una serie de desafíos de gran trascendencia; los conflictos geopolíticos que tienen lugar a nivel mundial generan gran inestabilidad a nivel social, económico y político, provocando grandes tensiones en este último ámbito, las cuales dificultan la cooperación internacional. Otro desafío de gran relevancia es el cambio climático que, por sí solo ya es una amenaza para garantizar la sostenibilidad de los recursos naturales, pero esta situación resulta aún más comprometida si se tiene en cuenta el crecimiento exponencial de la población, en una realidad en la que los recursos son finitos.

En este escenario, el sector alimentario constituye un pilar estratégico fundamental, siendo necesario conseguir un sistema capaz de abastecer a toda la población, proporcionando una gran variedad de alimentos de calidad, seguros y saludables, al mismo tiempo que contribuya a la conservación del medio ambiente. Para lograr esto es crucial que el sector sea competitivo, eficiente y esté profundamente comprometido con la innovación. Solo mediante la adopción de nuevas tecnologías, estrategias integradas y prácticas sostenibles será posible lograrlo.

Pero se debe tener en cuenta que el sector agroalimentario y pesquero es un sector vulnerable en su conjunto por sus propias características, ya que integra una amplia diversidad de agentes de los sectores de la producción, la transformación y la distribución, que a su vez se ven limitados individualmente por su idiosincrasia (de acuerdo con la exposición de motivos de la Ley 16/2021, por la que se modifica la Ley 12/2013, de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria, conocida como Ley de la Cadena Alimentaria).

En este escenario confluyen diversos factores, como el incremento en el coste de los insumos agrarios, en particular de los energéticos y los que responden al creciente impulso de exigencias en la producción, la volatilidad del coste de las materias primas y la falta de equilibrio en la fijación de precios de la cadena alimentaria. Además, en la cadena buena parte de las transacciones realizadas se ven involucrados productos perecederos, cuya aptitud comercial va a ser necesariamente limitada y que por lo tanto suponen una exposición mayor, si cabe, que en otras áreas de actividad, a ciertas prácticas comerciales. Es, pues, un sector especialmente vulnerable y está sujeto adicionalmente a una mayor dependencia coyuntural y a más desequilibrios que otras ramas de actividad.

Aunque la Ley 16/2021 ha desempeñado un importante papel en el reequilibrio paulatino de la cadena alimentaria, se requiere que los poderes públicos sigan trabajando para mitigar las dificultades en que se sitúa una buena parte del sector primario, con el fin de evitar el abandono de las explotaciones y asegurar en la medida de lo posible un reparto equitativo de los costes sociales, ambientales, de competitividad y de sostenibilidad, garantizando en todo momento la transparencia de los mismos en particular, y de la cadena alimentaria en general.

Por este motivo, es necesario poner de manifiesto las particularidades de este sector, de modo que se identifiquen medidas e iniciativas que aseguren un correcto funcionamiento que parta de la necesaria garantía de la cadena de valor, que pueda ser sostenible para todos los operadores y que, en último término, revierta en beneficio de toda la sociedad.

El sistema alimentario español no se entiende sin la gastronomía, un motor clave para el turismo en España, atrayendo a millones de visitantes cada año, al ser un emblema de calidad, tradición e innovación que contribuye significativamente al desarrollo económico y social. Su sinergia con el turismo no solo fortalece la economía, sino que también refuerza la proyección cultural y la reputación del país en el ámbito internacional.

España ha logrado así posicionarse como líder mundial en alimentación, pesca y gastronomía. Este éxito no solo beneficia a su economía, sino que también refuerza su reputación internacional como un país que combina tradición y modernidad de manera ejemplar.

España ha logrado así posicionarse como líder mundial en alimentación, pesca y gastronomía.

Con un enfoque integral que abarca desde el campo y el mar hasta la mesa, España sigue alimentando al mundo mientras preserva su patrimonio cultural y natural. Es un modelo a seguir y un orgullo para su ciudadanía.

Este capítulo tiene como objetivo proporcionar una caracterización del sector alimentario, desde el sector primario hasta la hostelería y restauración, recogiendo las principales macromagnitudes de todos ellos, así como un análisis DAFO del sector que dará pie a las distintas actuaciones propuestas en el capítulo ó para hacer frente a los desafíos identificados.

5.1

Caracterización del sector agroalimentario y pesquero en España⁵

El sector alimentario en España es uno de los pilares fundamentales de la economía nacional, no solo por su contribución significativa al Producto Interior Bruto (PIB) sino también por su papel en la generación de empleo y su impacto en la balanza comercial. El sector alimentario español abarca una vasta y diversa gama de actividades que reflejan la rica tradición y calidad de nuestros alimentos y, por lo tanto, es uno de los sectores estratégicos de la economía española.

⁵ Informe Anual de Indicadores del MAPA 2023.

5.1.1

Sector de la pesca y la acuicultura⁶

El mar ha sido siempre una fuente de riqueza para España. Con una tradición pesquera que se remonta a milenios, el sector ha sabido adaptarse a los desafíos a los que se ha ido enfrentando, explotando la mayoría de las poblaciones pesqueras de forma sostenible.

En España, con más de 8.000 kilómetros de costa, la pesca y la acuicultura juegan un papel clave en el abastecimiento alimentario de la población española y comunitaria, proveyendo a la ciudadanía de una proteína saludable, de muy alto valor biológico, una baja huella de carbono y nula huella hídrica, contribuyendo a la vertebración de las regiones costeras altamente dependientes de la pesca, consolidando además una estrecha relación entre los productos pesqueros y la gastronomía que se ha convertido en una de nuestras señas de identidad y de sus atractivos turísticos.

España destaca como una de las principales potencias pesqueras a nivel mundial, tanto en términos de flota, como de producción acuícola. Es importante diferenciar entre la actividad pesquera extractiva y la acuicultura marina y continental.

⁶ Información de la Secretaría General de Pesca del MAPA.

Sector pesquero

Caracterización de las capturas

En 2023, la flota pesquera española capturó más de 765.237,25 toneladas de pescado. Estas capturas se distribuyen de la siguiente manera:

31,42%

(240.429,59 t)

en el caladero nacional

6,92%

(52.944,05 t)

en aguas comunitarias

61,66%

(471.863,61 t)

en aguas internacionales y de terceros países

El valor de mercado de estas capturas alcanzó los 1.790,29 millones de euros, con cerca del 50 % de este valor generado por la actividad en el Atlántico Norte.

Caracterización de la flota española

De acuerdo con los datos del Registro General de la Flota española, a fecha 31 de diciembre de 2023, la flota española estaba constituida por un total de 8.549 buques, con un arqueo de 314.667 toneladas brutas y una potencia de 753.428 kilovatios.

Estas cifras sitúan a la flota española en primer lugar en lo que se refiere a tonelaje bruto, en tercer lugar, en cuanto a número de buques por detrás de Italia y Grecia, y en tercer lugar también en cuanto a potencia, por detrás de Francia e Italia.

La edad media de la flota española es de 35 años, y la eslora media se sitúa en los 10,96 metros debido al elevado número de unidades de carácter artesanal que operan en las aguas del caladero nacional, pertenecientes principalmente al censo de artes menores.

Nuestra flota opera en las aguas de los caladeros españoles y también despliega su actividad en aguas comunitarias y en las aguas internacionales de todos los océanos del mundo.

Atendiendo al número de buques, en el caladero nacional faenan un total de 8.158 buques (95,4 % del total de la flota española). Dentro de este, el caladero del Cantábrico-Noroeste es el que aglutina un mayor número, 4.513 buques (55,32 % del caladero nacional); le sigue el caladero Mediterráneo con 2.194 buques (26,89 %), el caladero del Golfo de Cádiz con 748 buques (9,17 %), y el caladero canario con 703 buques (8,62 %).

Dentro del **caladero nacional**, el segmento de artes menores es el que concentra un mayor número de barcos con 6.686 (81,96 %) para todos los sub-caladeros. Esta flota se caracteriza por su marcado carácter artesanal, que faena cerca de sus puertos base, aportando al mercado productos en fresco para consumo en los hogares y hostelería, que son subastados en lonja.

En el **caladero comunitario** faenan un total de 99 barcos, en las aguas del Atlántico-Noreste, la conocida flota de Gran Sol, y en aguas de Portugal. Las especies objetivo son la merluza, el rape y el gallo que también se comercializan mayoritariamente dentro del mercado nacional, y otra parte se dirige a países comunitarios.

Saliendo de las fronteras de la UE, la **flota internacional** se compone de 106 barcos que operan en todos los océanos, Atlántico, Índico y Pacífico. Cabe destacar dentro de este grupo la importante flota atunera de larga distancia, dirigida a la captura de especies de túnidos para la industria conservera y la flota arrastrera congeladora de gran altura que faena en aguas del Atlántico Norte y Sur.

Por último, España cuenta con una de las mayores flotas de palangre de superficie, compuesta por 186 barcos que faenan tanto en aguas españolas, como de la UE e internacionales. Las especies objetivo de esta flota son las especies migratorias, fundamentalmente el pez espada y la tintorera.

España cuenta con una de las mayores flotas de palangre de superficie.

Sector acuícola

Las principales especies producidas fueron:

Mejillón

192.203 t, siendo España el principal productor comunitario

Lubina

aproximadamente 25.000 t.

Trucha arco iris

aproximadamente 17.000 t.

España presenta excelentes condiciones para la acuicultura, gracias a la variedad de enclaves tanto marinos como continentales. Esto ha permitido el desarrollo de múltiples sistemas de cría comercial de 45 especies diferentes en más de 5.200 establecimientos, ubicados en zonas marinas, marítimo-terrestres e interiores. España es el principal productor en volumen de acuicultura de la UE.

La acuicultura española combina innovación y sostenibilidad, con un enfoque en la preservación de los ecosistemas marinos.

En 2022, la producción en España ascendió a 272.985,69 toneladas, con un valor de 809,35 millones de euros (un 23,9 % más que el año anterior). De esta producción, el 93,81 % se realizó en aguas marinas y el 6,19 % en agua dulce.

La siguiente tabla muestra la evolución de la acuicultura marina y continental y de sus diferentes subtipos en función del origen del agua (de mar, de zona intermareal salobre, o de zona continental) así como su distribución según los diferentes grupos de especies (peces, crustáceos, moluscos y plantas acuáticas).

Tabla 2. Producciones de la acuicultura marina y continental, 2022. Variación % 2022/2021 y media 2018-2021.

| Parámetro | Grupo de especies | 2022 | | Variación 2022/21 (%) | | Media 2018-2021 | | |
|-------------------------|----------------------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|-----------------|-------------------|----------------|
| | | Valor | Cantidad (fase 4) | Valor | Cantidad (fase 4) | Valor | Cantidad (fase 4) | |
| | | Miles € | Miles Kg | Miles € | Miles Kg | Miles € | Miles Kg | |
| Acuicultura Marina | Agua de mar | Peces | 540.119 | 58.402 | 35,6 | 19,8 | 428.093 | 51.753 |
| | | Crustáceos | S.E. | S.E. | - | - | 56 | 4 |
| | | Moluscos | 163.960 | 193.897 | 12,8 | -5,4 | 137.289 | 221.159 |
| | | Otros Invertebrados | S.E. | S.E. | - | - | 0 | 0 |
| | | Plantas acuáticas | 1.734 | 14 | 46,8 | 201,3 | 1.123 | 3 |
| | | Suma | 705.883 | 252.316 | 29,5 | -0,6 | 566.564 | 272.918 |
| | Agua de zona intermareal salobre | Peces | 26.056 | 2.763 | 0,5 | -7,6 | 24.560 | 2.675 |
| | | Crustáceos | 2.612 | 374 | 105,6 | 64 | 1.548 | 228 |
| | | Moluscos | 6.407 | 634 | -52,6 | -53,2 | 9.530 | 1.129 |
| | | Otros Invertebrados | S.E. | S.E. | - | - | 12 | 0 |
| | | Plantas acuáticas | S.E. | S.E. | - | - | 633 | 7 |
| | | Suma | 35.075 | 3.771 | -14 | -17,7 | 36.119 | 4.040 |
| | Total | Peces | 566.175 | 61.165 | 33,4 | 18,2 | 452.653 | 54.428 |
| | | Crustáceos | S.E. | S.E. | - | - | 1.249 | 232 |
| | | Moluscos | 170.367 | 194.531 | 7,2 | -5,7 | 146.819 | 222.288 |
| Otros Invertebrados | | S.E. | S.E. | - | - | 12 | 0 | |
| Plantas acuáticas | | S.E. | S.E. | - | - | 1.552 | 10 | |
| Suma | | 736.542 | 255.696 | 25,7 | -1 | 601.579 | 276.958 | |
| Acuicultura Continental | Agua de zona continental | Peces | 67.152 | 16.857 | 1,4 | -9,1 | 62.173 | 17.246 |
| | | Crustáceos | S.E. | S.E. | - | - | 115 | 6 |
| | | Plantas acuáticas | 247 | 2 | -13 | -26 | 264 | 2 |
| | Suma | 67.400 | 16.858 | 16.858,40 | -9,1 | 62.524 | 17.253 | |
| Total | Peces | 633.328 | 78.021 | 29,1 | 11 | 514.827 | 71.674 | |
| | Crustáceos | 2.965 | 398 | 98,1 | 64,8 | 1.765 | 238 | |
| | Moluscos | 170.367 | 194.531 | 7,2 | -5,7 | 146.819 | 222.288 | |
| | Otros nvertebrados | S.E. | S.E. | - | - | 12 | 0 | |
| | Plantas acuáticas | 2.099 | 35 | 39,1 | 130,4 | 1.891 | 12 | |
| | Total | 808.758 | 272.986 | 23,9 | -1,4 | 665.308 | 294.211 | |

Fuente: Estadísticas pesqueras. Año 2022. MAPA.

Nota (1) Las cantidades reflejadas en la tabla hacen referencia exclusivamente a la fase de engorde talla comercial, denominada fase 4.

S.E.: secreto estadístico

5.1.2

Sector agrícola y ganadero

El valor de la producción vegetal y animal (Rama agraria) fue de 65.513 millones de euros en 2023, siendo España el cuarto país de la UE en importancia por su valor de producción agraria.

Respecto a la Renta agraria, España alcanzó en 2023 los 32.433 millones de euros (el 16,3 % de la UE-27), ocupando así el primer lugar en importancia dentro de la UE. Este valor supone un aumento del 12,8 % frente a 2022.

Desde el punto de vista estructural, las explotaciones españolas presentan importantes diferencias con respecto al resto de países productores de la Unión Europea. La agricultura española presenta características específicas que influyen en la rentabilidad de las explotaciones. En comparación con otros grandes productores agrarios de la Unión Europea, **las explotaciones españolas son las de menor tamaño medio en términos económicos de Producción estándar (49.569 €/explotación), aunque superan la media de la UE-27 (39.701 €/explotación). En términos de superficie media por explotación, España (26,1 ha/explotación) supera la media europea (17,1 ha/explotación).**

En cuanto al trabajo, las UTA (Unidad de trabajo-año) por explotación en España son similares a la media europea, pero inferiores a las de Alemania, Francia y Países Bajos. Las diferencias en la intensidad de mano de obra por superficie entre los Estados Miembros son menores.

Tabla 3. Características estructurales de las explotaciones agrarias por países, 2020.

| Estado miembro | Nº Explotac. | SAU (ha) | SAU /explot | Prod. estándar (M€) | PE(€) /explot | UTA | UTA /explot | UTA /ha |
|----------------|--------------|-------------|-------------|---------------------|---------------|-----------|-------------|---------|
| Alemania | 262.560 | 16.578.460 | 63,1 | 46.612 | 177.529 | 469.910 | 1,79 | 0,03 |
| España | 914.870 | 23.913.680 | 26,1 | 45.349 | 49.569 | 827.470 | 0,9 | 0,03 |
| Francia | 393.030 | 27.364.630 | 69,6 | 64.325 | 163.664 | 670.850 | 1,71 | 0,02 |
| Italia | 1.130.530 | 12.041.230 | 10,7 | 56.615 | 50.078 | 849.140 | 0,75 | 0,07 |
| Países Bajos | 52.640 | 1.817.900 | 34,5 | 24.874 | 472.530 | 151.210 | 2,87 | 0,08 |
| UE-27 | 9.067.300 | 155.093.000 | 17,1 | 359.984 | 39.701 | 7.917.720 | 0,87 | 0,05 |

Fuente: Anuario de Estadística, MAPA.

Al hacer referencia a las producciones y superficies agrícolas en España, es importante diferenciar entre distintos tipos de cultivos. Entre los cultivos herbáceos, los que ocupan más superficie en España son los cereales, como la cebada, el trigo, la avena y el maíz. Siguiendo en orden de importancia, se encuentran los cultivos industriales, que incluyen el girasol, la colza y la remolacha azucarera. También son relevantes los cultivos forrajeros, como la alfalfa, y después de estos las hortalizas, entre las que destaca la producción dedicada a tomate y lechuga. Entre los cultivos leñosos en España, los más importantes son el olivar, seguido del viñedo, los frutos secos, los frutales cítricos y los no cítricos. Además, una gran parte de la superficie agrícola se dedica a otros cultivos y aprovechamientos diversos (47 %).

Al hablar de las principales producciones ganaderas, centrándose en el número de animales, la ganadería en España está liderada por el porcino, seguido del bovino, el ovino y el caprino. Las aves, tanto de carne como ponedoras, también tienen una presencia significativa.

En 2023, se ha observado una reducción generalizada en el número de animales, especialmente en el caprino y el ovino. También disminuyó el bovino y el porcino, aunque este último había crecido en años anteriores. En contraste, aumentó el número de aves tanto para carne como para puesta.

Comparando los datos de 2023 con el promedio del período 2016-2020, se observa una tendencia descendente en las cabañas de ovino y caprino, así como en el bovino de carne y leche. Sin embargo, el porcino y las aves han mostrado un aumento a medio plazo.

Fuente: Avance de superficies y producciones (MAPA)

Tabla 4. Superficies y producciones agrícolas 2023.

| CULTIVOS HERBÁCEOS | Superficie (miles ha) | | Var.(%) 2023-2022 | Producción (miles t) | | Var.(%) 2023-2022 | Prod. media (miles t.) 2018-2022 | Var.(%) 2023/media 18-22 |
|--------------------------|-----------------------|-------|-------------------|----------------------|--------|-------------------|----------------------------------|--------------------------|
| | 2022 | 2023 | | 2022 | 2023 | | | |
| Cereales (incluye arroz) | 5.783 | 5.404 | -6,6 | 18.549 | 11.981 | -35,4 | 22.667 | -47,1 |
| Leguminosas grano | 353 | 558 | 57,8 | 321 | 338 | 5,3 | 467 | -27,6 |
| Patata | 60 | 62 | 3,1 | 1.882 | 1.976 | 5,0 | 2.071 | -4,6 |
| Cultivos industriales | 1.091 | 987 | -9,5 | 3.291 | 4.063 | 23,4 | 3.712 | 9,4 |
| Cultivos forrajeros | 518 | 527 | 1,7 | 13.892 | 13.312 | -4,2 | 15.413 | -13,6 |
| Hortalizas | 370 | 374 | 1,0 | 15.094 | 14.588 | -3,4 | 15.504 | -5,9 |

| CULTIVOS LEÑOSOS | Superficie (miles ha) | Producción (miles t) | | Var.(%) 2023-2022 | Prod. media (miles t.) 2018-2022 | Var.(%) 2023/media 18-22 |
|--------------------------|-----------------------|----------------------|--------|-------------------|----------------------------------|--------------------------|
| | 2023 | 2022 | 2023 | | | |
| Cítricos | 271.614 | 5.723 | 5.412 | -5,4 | 6.720 | -19,5 |
| Frutales no cítricos (*) | 234.232 | 3.326 | 3.852 | 15,8 | 3.953 | -2,6 |
| Frutales de fruto seco | 730.430 | 466 | 520 | 11,6 | 569 | -8,6 |
| Viñedo uva mesa | 14.175 | 292 | 348 | 18,9 | 297 | 17,1 |
| Viñedo uva vinificación | 840.733 | 5.609 | 4.474 | -20,2 | 6.009 | -25,5 |
| Vino y Mosto (miles hl) | n/a | 41.069 | 32.385 | -21,1 | 43.141 | -24,9 |
| Aceituna de aderezo | 190.909 | 262 | 458 | 74,5 | 463 | -1,2 |
| Aceituna de almazara | 2.353.102 | 3.678 | 4.643 | 26,2 | 6.748 | -31,2 |
| Aceite de oliva | n/a | 672 | 837 | 24,5 | 1.292 | -35,2 |

(*) Frutales de Hueso, Pepita y Baya

Fuente: Anuario de Estadística y Avances de Superficies y producciones (vino y aceite)

Tabla 5. Censos y producciones ganaderas 2023.

| Número de cabezas (miles) | 2022 | 2023 | Var.(%) 2023-2022 | Promedio 2018-2022 | Var.(%) 2021/ media 16-20 |
|---------------------------------------------------|---------|---------|----------------------|-----------------------|------------------------------|
| Bovino | 6.415 | 6.295 | -1,9 | 6.549 | -3,9 |
| Vacas Ordeño | 790 | 786 | -0,5 | 808 | -2,7 |
| Ovino | 14.453 | 13.597 | -5,9 | 15.261 | -10,9 |
| Caprino | 2.464 | 2.293 | -6,9 | 2.626 | -12,7 |
| Porcino | 34.073 | 33.804 | -0,8 | 32.675 | 3,5 |
| Aves, Broilers y Otras (sacrificadas, miles) | 793.281 | 810.767 | 2,2 | 799.474 | 1,4 |
| Aves (miles de ponedoras) | 49.446 | 50.530 | 2,2 | 49.042 | 3,0 |
| Huevos (millones de docenas) | 1.139 | 1.164 | 2,2 | 1.127 | 3,3 |
| Leche vaca, oveja y cabra (millones de litros) | 8.231 | 8.311 | 1,0 | 8.322 | -0,1 |

Fuente: Anuario de Estadística, MAPA.

Si nos referimos a la Orientación Técnico-Económica (OTE) de una explotación, que se define por la actividad mayoritaria en términos de producción estándar total, el Censo Agrario de 2020 muestra que, en España, **el olivar es la orientación principal en número de explotaciones (247.318)**, seguido por frutales, bayas y cítricos (137.359), mientras que **en superficie predominan los cereales, las oleaginosas y las leguminosas (6,1 millones ha)**. Las explotaciones de bovino de carne y cría, junto con las de **ovino y caprino**, tienen la **mayor superficie media (66,3 ha/explotación)**. En contraste, las explotaciones de horticultura de invernadero (2,6 ha/explotación) y frutales, bayas y cítricos (7,7 ha/explotación) son las de menor tamaño. **La producción estándar más alta en valor absoluto se encuentra en la OTE de carne de porcino (9.016 millones de euros)**, con variaciones significativas en la producción por explotación, desde menos de 13.500 euros en olivar hasta más de 600.000 euros en aves y porcinos.

Desde el **punto de vista territorial**, existen grandes diferencias estructurales en las explotaciones agrarias de las distintas comunidades autónomas en España. **En 2020, Andalucía tenía el mayor número de explotaciones (267.717)**, mientras que Castilla y León contaba con la **mayor superficie agraria útil (5.277.137 ha)**.

En este apartado se incluyen tablas con los principales datos de los productos más emblemáticos de nuestro sector agroalimentario y pesquero (aceite, vino, porcino...).

Principales magnitudes del sector oleícola

Tabla 6. Principales magnitudes del sector oleícola.

| CONCEPTO | DATO | OBSERVACIONES |
|----------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Producción (t) | 2023/24 | 855.300t (noviembre 2023) +28% por encima de la campaña anterior y -27% menor a la media de las últimas cinco campañas. Supone el 32% de la producción mundial y el 56% de la producción UE. España es líder mundial en el mercado con una producción media que represente el 34% total y el 54% de la UE. Aforo de producción 2024/25: 1.289.900 toneladas: +51% vs 2023/24 ⁷ . |
| | 2022/23 | 666.000t -53% campaña 2021/22. 29% de la producción mundial. |
| | Media 4 anteriores | 1.168.000 t Andalucía: 79%; Castilla la Mancha: 8%, Extremadura: 5% y Cataluña 3%. 30% de la superficie de regadío produce el 60%. |

| CONCEPTO | DATO | OBSERVACIONES |
|------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Exportaciones ⁸ (t y M€) | 2023/24 | 748.200 t Bajada respecto de los valores medios, ligada a una baja producción nacional y mundial, que originó precios altos. Para la campaña 2024/25 se estiman unas exportaciones de 980.000t, (+31% respecto a la campaña precedente). |
| | 2022/23 | 738.850 t 3.909 Mio € 56% intra UE. |
| | Media 4 anteriores | 1.026.214 t 3.001 M€ Primer exportador mundial de aceite de oliva. Mayor peso de las exportaciones sobre el conjunto de la comercialización (66% del total). 58% con destino a la UE. Principales destinos en volumen: Italia (29%), EEUU (16%) y Portugal (10%). |
| Valor de la Producción ⁹ (M€) | Campaña 2022/23 (estimación octubre 2023) | 2.494,7 3,8% de la Producción de la rama agraria y 6,9% de la Producción final vegetal. |
| | Media 6 campañas anteriores | 2.638,4 4,8% de la Producción de la rama agraria y 8,2% de la Producción final vegetal. |

⁷ Comunicaciones de las CC.AA. en virtud del artículo 5 del Real Decreto 84/2021, por el que se establecen las normas básicas para la aplicación del artículo 167 bis del Reglamento (UE) n.º 1308/2013, regulador de las normas de comercialización del aceite de oliva.

⁸ Eurostat.

⁹ Renta Agraria 2022 (avance): Aceite de oliva + aceituna de mesa y otros tipos de aceitunas.

Principales magnitudes del sector vitivinícola

Tabla 7. Principales magnitudes del sector vitivinícola.

| CONCEPTO | DATO | OBSERVACIONES |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Explotaciones ¹⁰ | Nº | 332.617 52,5% < 5 has = 16% superficie 7,2% > 50 has = 37% superficie |
| | OTE | 246.788 Primera, con el 25% de las explotaciones. |
| Organización del sector | Almazaras ¹¹ | 1.842 |
| | Envasadoras | 1.776 |
| | Organización terprofesional | OI Aceite de Oliva Extensión de Norma (agosto 2024). |

| CONCEPTO | DATOS CAMPAÑA 2023/2024 | | OBSERVACIONES |
|-------------------------|-------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Producción de vino (hl) | 2023/2024 | 28.383.610 | <ul style="list-style-type: none"> • 12 % de la producción mundial (237 mhl). • 20 % de la producción UE (145 mhl); 3º UE y mundo. • 43% DOP, 10% IGP, 25% varietales sin IG, 22% resto • 47% tinto/rosado - 53% blanco • -21% campaña 2022/2023 (36 Mhl) • -26% media 5 anteriores (38 Mhl) |
| | 2023/2024 | 20,2 Mhl | <ul style="list-style-type: none"> • 70% de la UE (28,96 Mhl) y 20% mundo en vol. (99 Mhl) (2º mundial) • Destinos: DE 22%, FR 19%, IT 9%, PT 8%, UK 6%, EEUU 3% • -2,6% campaña anterior (20,7 M€) • -4,5% media 5 previas (21,2 hl) |
| Exportaciones vino | 2023/2024 | 2.944 M€ | <ul style="list-style-type: none"> • 18% de la UE (16.711,05 M€) y 8% en valor (36.000 M€) (3º en valor) mundial • Destinos: DE 13%, EEUU 11%, UK 10%, FR 8%, NL 5%. • -1% campaña anterior (2.976 M€) • +3,9% media 5 previas (2.834 M€) |

¹⁰ Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrarias, 2016.
¹¹ SIMO. Campaña 2023/24.

05. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|--------------------------------|------------------|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| DATOS CAMPAÑA 2023/2024 | | | |
| Organización del sector | Productores | 5.232 | 6.077 operadores que declaran producción y existencias de vino y mosto, 10 más que el año pasado |
| | Almacenistas | 845 | |
| | Empleo | 363.980 | 2% del empleo nacional equivalente a tiempo completo |
| | Interprofesional | OIVE | Extensión de Norma (última versión junio 2024) |

Principales magnitudes del sector de frutas y hortalizas

Tabla 8. Principales magnitudes del sector de frutas y hortalizas

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Superficie Fruta y Hortalizas¹²(ha) | Total España (2023) | 1.902.010 | 49% frutos secos, 30% frutas, 18% hortalizas, 3% patata y 1% uva de mesa |
| | Total Europa (2023) | 6.842.820 | 31% frutas, 27% hortalizas 21% frutos secos, 19% patata y uva de mesa 1% 1ª España, 2ª Italia (1.025.240 ha) y 3ª Italia (188.480 ha) |
| Producción Frutas y Hortalizas¹³ (millones t y millones €) | Volumen España (2023) | 26,2 millones t | 55% hortalizas, 39% frutas, 2% plátano. 2% frutos secos y 1% uva de mesa |
| | Valor España (2023) | 17.211 millones € | +13% vs 2022 51% Producción Vegetal y 28% Producción Rama Agraria |
| Balanza Comercial¹⁴ (Millones €) | Frutas y Hortalizas España (2023) | +13.406 millones € | España es netamente exportadora en frutas y hortalizas +3% vs 2022 +10% vs media (2018-22) |

¹² Superficie y Producción: Anuario. Datos Provisionales 2023 MAPA.

¹³ Superficie y Producción Anuario. Datos Provisionales 2023 MAPA.

¹⁴ Elaboración propia a partir de datos Eurostat

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Exportaciones¹⁵ (Millones € y millones t) | Exportaciones (2023) | 19.697 millones € | 46% son hortalizas y 54% frutas. 81% destino UE +6% vs 2022 +16% vs media (2018-22) |
| | | 12,3 millones t | 36% hortalizas y 54% frutas 82% destino UE -5% vs 2022 -11% vs media (2018-22) |
| Importaciones¹⁶ (Millones € y millones t) | Importaciones (2023) | 6.291 millones € | 32% son hortalizas y 68% frutas. 41% origen UE +14% vs 2022 +33% vs media (2018-22) |
| | | 4,71 millones t | 45% son hortalizas y 55% frutas. 42% origen UE +24% vs 2022 +28% vs media (2018-22) |
| Nº Explotaciones (Censo 2020¹⁷) | OTE HORTALIZAS AL AIRE LIBRE | 13.062 | +2% vs Censo 2009 De ellas 10.450 ha tiene más de 1 ha (+8% vs Censo 2009) |
| | OTE HORTALIZAS INVERNADERO | 26.823 | +37% vs Censo 2009 (debido a cambio en los umbrales considerados en el censo 2020 que se han reducido). De ellas 17.593 tienen más de 1 ha (+34% vs Censo 2009) |
| | OTE FRUTALES, BAYAS Y CÍTRICOS | 137.489 | -15% vs Censo 2009 De ellas 104.046 tienen más de 1 ha (-7% vs Censo 2009) |
| Organización del sector¹⁸ | OPFH Nivel de integración (2022) | 50% | 495 OPs en España comercializan frutas y hortalizas. |
| Ayudas PAC Ayudas PAC - OPs¹⁹ | | 300 Mio € | Estimación de lo que percibió el sector en 2022, supone el 2,8% del montante total de ayuda para el sector de las frutas y hortalizas en 2022 (300,9 millones €) |

¹⁵ Eurostat

¹⁶ Eurostat

¹⁷ Una visión global de la agricultura española a través del análisis del censo agrario 2020. Informe de análisis 2023. MAPA

¹⁸ SOFYH

¹⁹ Estimación a partir de datos SOFYH

Principales magnitudes del sector porcino

Tabla 9. Principales magnitudes del sector porcino

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|-----------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Censo | 2023 | 34.452 miles | +1,1% respecto 2022 + 32,59% respecto 2013 |
| Explotaciones | Nº junio 2024 | 45.637 explotaciones porcinas (datos de junio de 2024). Además, existen unas 40.000 explotaciones de auto-consumo en España. | Entre 2015 al 2024 se ha producido un descenso de un -4% en el número de explotaciones y entre 2024 y 2023 la variación ha sido de un -4,7%. |
| Producción (t) | 2024 (ene-jul) | Porcino (miles animales): 30.775.926 Porcino (toneladas): 2.874.124 | Con datos enero-julio de 2024, los sacrificios ascienden ligeramente comparando con el mismo período del año pasado. Concretamente, en estos meses del año, se ha incrementado la producción en un +0,65% en toneladas de carne y un +0,24% en número de animales sacrificados. |
| | 2023 | Durante 2023 se han sacrificado 53,1 millones de cabezas que se traducen en un total de 4,8 millones de toneladas de carne | Un -5,6% y -4,2%, respectivamente, frente al año 2022. |
| | Media 4 anteriores (2019-2022) | 4,9 Mt | |

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|-------------------------------------|-------------------------------------------|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Valor de la Producción (M €) | Campaña 2022/23 (estimación octubre 2023) | 11.547,8M€ | 17,7% de la producción final agraria |
| | Media 6 anteriores | 8.290,5M€ | |
| Exportaciones (t) | 2024 (ene-agosto) | 1.826.085 (toneladas) | Variación del +0,3% respecto al mismo periodo de 2023. Variación exportaciones extracomunitarias +0,8% respecto al mismo periodo de 2023. |
| | 2023 | 2.777.524 (toneladas) | Según los datos provisionales de Datacomex para 2023, las exportaciones vuelven a descender invirtiendo la tendencia de los últimos años (-5% vs 2022) debido, fundamentalmente, al descenso de los envíos a terceros países (-18,6%), asociado al descenso de la cuota de mercado con China. |
| | Media 4 anteriores | 2.870.669 (toneladas) | |
| Importaciones (t) | 2024 (ene-jun) | 162.846 (toneladas) 476.584 (miles €) | |
| | 2023 | 290.422 (toneladas) | |
| | Media 4 anteriores | 309.060 (toneladas) | |
| Organización del sector | Org. Interprofesional | INTERPORC | |

Principales magnitudes de la pesca de anchoa/boquerón en España

Tabla 10. Principales magnitudes de anchoa/boquerón

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|----------------------------------------|------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | | Se distribuye por gran parte de la costa este del Atlántico, desde las costas centrales de Noruega hasta Sudáfrica, incluidos el mar Mediterráneo y el Mar negro. A nivel nacional existen poblaciones en el Golfo de Vizcaya, el Golfo de Cádiz y Mediterráneo, con distintas características. |
| Producción total de anchoa capturada | 2023 | 44.576 t | La anchoa es la primera especie capturada en aguas nacionales, representando el 32,69% del total. |
| Valor total de anchoa en primera venta | 2023 | 90.666.493 € | |
| Anchoa en conserva | 2023 | 12.008 t | <ul style="list-style-type: none"> • La producción en conserva es de 12.008 t, lo que representa aproximadamente el 30%, el 3,92% de la producción de pescado en conserva y 5,80% de su valor. • El valor de la producción de la anchoa en conserva es de aproximadamente 109 millones de euros, lo que indica el alto valor añadido de esta modalidad de presentación. • La industria de conservas de anchoa en España tiene una presencia significativa, especialmente en las regiones costeras del norte, donde se encuentran las principales zonas de captura y producción. |
| Exportaciones anchoa | 2024 | 19.901,52 tn | No conservas: 16.757,43 tn; 43,39 millones €. Principales países: Italia, Albania y Marruecos Conservas: 3.144,09 tn; 54,03 millones € Principales países: Italia, Reino Unido y Suiza |

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|----------------------|-------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Importaciones anchoa | 2024 | 16.805,75 tn | No conservas: 8.490,43 tn; 20,37 millones € Principales países: Portugal, Marruecos y Argentina Conservas: 8.315,32 tn; 85,39 millones € Principales países: Marruecos, Perú y Croacia |
| Importancia | Consumo doméstico | 29.957 t | La anchoa destaca por pertenecer al grupo de pescados azules. Su grasa es rica en omega 3 y por ello tiene una serie de beneficios para sus consumidores, ya que es un tipo de grasa saludable para una dieta equilibrada. Además, es una buena fuente de vitaminas B6, B12, D y Niacina, así como de minerales como selenio, fósforo, yodo y magnesio. El consumo de anchoa en conserva es de 3.332 t, lo que representa aproximadamente el 11% del consumo doméstico de anchoa |
| | Calidad | | Destaca la industria conservera de anchoa del Cantábrico, reconocida por su calidad derivada de las condiciones del entorno marítimo y de los procesos tradicionales de elaboración en las regiones del norte de España. Esta producción constituye un pilar fundamental para la economía local, promoviendo el empleo, preservando oficios tradicionales, y fortaleciendo la identidad cultural de las comunidades costeras. |

Principales magnitudes de la pesca de la sardina en España

Tabla 11. Principales magnitudes de sardina

| CONCEPTO | DATO | | OBSERVACIONES |
|-----------------------------------------|------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | | La sardina es un pescado gregario que prefiere aguas cálidas de alta salinidad. Por ello, es menos abundante en las costas septentrionales. Se localiza normalmente en aguas costeras, durante la primavera (época de reproducción), y en aguas profundas de noviembre a marzo. La sardina es una especie muy común en todo el litoral español y la zona occidental africana. |
| Producción total de sardina capturada | 2023 | 29.732 t | La sardina es la segunda especie capturada en aguas nacionales tras la anchoa, representando el 21,22% del total. |
| Valor total de sardina en primera venta | 2023 | 34.390.088 | |
| Sardina en conserva | 2023 | | <ul style="list-style-type: none"> • La producción en conserva es de 17.216 t, lo que representa aproximadamente el 58%, el 5,62% de la producción de pescado en conserva y el 5,32% de su valor. • El valor de la producción de la sardina en conserva es de aproximadamente 100 millones de euros, lo que indica el alto valor añadido de esta modalidad de presentación. |
| Exportaciones sardina | 2024 | 26.515,23 tn | No conservas 23.609,6 tn; 30,76 millones € Principales países: Portugal, Francia e Italia Conservas: 2.905,63 tn; 21,98 millones € Principales países: EEUU, Portugal e Italia |

| CONCEPTO | DATO | | OBSERVACIONES |
|-----------------------|-------------------|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Importaciones sardina | 2024 | 39.835,76 tn | No conservas 32.903,24tn; 33,91 millones € Principales países: Portugal, Marruecos y Croacia Conservas: 6.932,52tn; 39,68 millones € Principales países: Marruecos, Croacia y Portugal |
| Importancia | Consumo doméstico | 26.794 t | <ul style="list-style-type: none"> • El consumo de sardina es muy apreciado por su riqueza alimentaria y su fácil digestión y uno de los más recomendados por los expertos. Se trata de un pescado azul con alto contenido en ácidos grasos omega-3, sustancias que actúan en la reducción de los niveles de colesterol y triglicéridos en la sangre. Además, es una buena fuente de vitaminas B, A, D y E, así como de minerales como calcio, fósforo, magnesio, potasio, zinc, yodo y hierro. El 64% aproximadamente en consume frescas y un 36% en conserva. • Las sardinas se consumen en fresco, cocinadas a la brasa, al horno, en guisos y ensaladas, además pueden congelarse y procesarse en seco, salado, ahumado en frío o caliente, en escabeche, y en conserva. |

Principales magnitudes de la pesca y producción del atún en España

Tabla 12. Principales magnitudes de atún

| CONCEPTO | DATO | OBSERVACIONES |
|--------------------------------------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | <p>España, es uno país líder en la pesca de túnidos a nivel mundial, captura diversas especies de atún que son de gran importancia económica y gastronómica. Entre las principales se encuentran el atún listado (<i>Katsuwonus pelamis</i>); el atún de aleta amarilla (<i>Thunnus albacares</i>), altamente valorado en el comercio internacional; el atún patudo (<i>Thunnus obesus</i>); el atún blanco (<i>Thunnus alalunga</i>), conocido como bonito del norte o albacora; y el atún rojo (<i>Thunnus thynnus</i>), una de las especies más codiciadas por su calidad excepcional. La flota atunera española principalmente en los océanos Atlántico, Índico y Pacífico. Por otra parte, España emplea una amplia variedad de técnicas para la pesca de túnidos, que reflejan tanto la tradición como la innovación. Los buques factoría, equipados con tecnología avanzada, permiten procesar grandes cantidades de pescado en alta mar, garantizando un alto grado de conservación y eficiencia. Las almadrabas, se emplean en Andalucía para capturar atún rojo, destacan por su precisión y sostenibilidad. Asimismo, la pesca con caña y curricán, especialmente en el Cantábrico, pone en valor métodos selectivos que minimizan el impacto ambiental y refuerzan el compromiso con la pesca responsable.</p> |
| Producción de atún capturado | 2023 | <p>239.996.816 t</p> <ul style="list-style-type: none"> • El atún listado representa la mayor producción de atunes y es el primero pescado capturado a nivel internacional, representando el 36,97% del total de pescado capturado en estas aguas por la flota española. |
| Valor total de atún en primera venta | 2023 | <p>513.200.503 €</p> <ul style="list-style-type: none"> • El atún listado representa el mayor valor de los atunes capturados por la flota española, seguido del atún rojo. |

| CONCEPTO | DATO | OBSERVACIONES |
|-------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Atún en conserva | 2023 | <p>222.628 €</p> <ul style="list-style-type: none"> • La producción de atún en conserva es de 222.628 t, lo que representa el 72,67% de la producción de pescado en conserva y 64,31% de su valor. • El valor de la producción de atún en conserva es de aproximadamente 1.209 millones de euros, lo que indica el alto valor añadido de esta modalidad de presentación. • España es el mayor productor de conservas de atún en Europa y uno de los mayores del mundo. |
| Exportaciones atún | 2024 | <p>281.663,31 tn</p> <p>No conservas 162.006,94 tn; 411,26 millones €</p> <p>Principales países: Italia, Portugal y EEUU</p> <p>Conservas: 119.656,37 tn; 812,69 millones €</p> <p>Principales países: Italia, Francia y Portugal</p> |
| Importaciones atún | 2024 | <p>281.714,06 tn</p> <p>No conservas 123.422,2 tn; 353,92 millones €</p> <p>Principales países: Méjico, Seychelles y Francia</p> <p>Conservas: 158.291,86 tn; 766,06 millones €</p> <p>Principales países: Ecuador, China y Portugal</p> |
| Exportaciones atún rojo | 2024 | <p>4. tn101,87</p> <p>82,02 millones €</p> <p>Principales países: EEUU, China y Reino Unido</p> |

Principales magnitudes de la pesca de la merluza en España

Tabla 13. Principales magnitudes de merluza

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|-------------------------|-------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Importaciones atún rojo | 2024 | 2.919,32 | 18,02 millones € Principales países: Francia, Túnez y Marruecos |
| | Consumo doméstico | 112.905 t | El atún es el pescado en conserva más consumido, con un total de 93.157 t (2 kg anuales per cápita) |
| Importancia | Calidad | | Los atunes, especialmente el atún rojo y el bonito del norte, destacan por su valor gastronómico y beneficios nutricionales. El atún rojo, es muy apreciado en alta cocina, clave en mercados de exportación como Japón. El bonito del norte, con carne suave, descataca en conservas premium. En referencia al atún rojo, éste representa la segunda producción acuícola en valor económico, con un total de 136 millones de euros en 2023. |
| | | | |

| CONCEPTO | | DATO | OBSERVACIONES |
|-----------------------------------|-------------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | | Es un animal oceánico que habita normalmente en profundidades entre los 150 y 600/1.000 m. Se captura, fundamentalmente, por arrastre, pero también con otras artes como pincho-caña o volanta. Existen varias especies, pero las dos especies más importantes para la pesca española es la merluza europea, la cual se distribuye en el Atlántico nororiental, desde Noruega y sur de Islandia a Mauritania, incluido el mar Mediterráneo, y la merluza argentina ubicada en el Atlántico Sudoccidental. |
| Producción de merluza capturada | 2023 | 137.115.039 t | La merluza europea es la primera especie capturada en aguas de la UE, representando el 46,72% del total. En aguas internacionales la merluza argentina es la segunda especie capturada tras el atún listado, representando el 26,44% del total capturado en estas aguas por la flota española. |
| Valor de merluza en primera venta | 2023 | 397.935.265 € | La mayor cantidad de merluza se captura por la flota española en aguas comunitarias, seguido de caladero nacional, en ambos casos merluza europea, y por último en caladero internacional, especialmente merluza argentina. |
| Exportaciones merluza | 2024 | 71.951,01 tn | 240,68 millones € Principales países: Portugal, Italia y Ucrania |
| Importaciones merluza | 2024 | 102.869,93 tn | 446,51 millones € Principales países: Namibia, Francia y Sudáfrica |
| Importancia | Consumo doméstico | 50.144 t | <ul style="list-style-type: none"> La merluza forma parte de los pescados blancos o magros, con un porcentaje de grasa inferior al 3%, dentro de la que destaca su contenido en omega 3. Presenta un alto contenido en proteínas de alto valor biológico; es fuente de selenio, fósforo, hierro, potasio y magnesio y vitaminas B6, B12, niacina, y tiamina. La merluza es un pescado que distingue dos grandes grupos de presentación: fresca y congelada. |

Principales magnitudes de la producción del mejillón en España

Tabla 14. Principales magnitudes de mejillón

| CONCEPTO | | DATO | | OBSERVACIONES |
|--------------------------------------------------|------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | | | Es el molusco más conocido y popular de nuestro país, el cual se sitúa entre las primeras potencias productoras mundiales. La mayor producción está en las Rías Baixas, aunque en el Mediterráneo se produce otro, de menor tamaño y también de excelente calidad. Ambos proceden, desde hace muchos años, de la acuicultura, perfectamente dominada y extendida. La práctica totalidad del cultivo se hace por el sistema de bateas. |
| Producción de mejillón | 2023 | 183.000 t | El mejillón de ocupa el primer lugar en producción acuícola y la segunda posición en términos de valor. | |
| Valor total del mejillón en primera venta | 2023 | 128 millones € | | |
| Exportaciones mejillón | 2024 | 45.843,71 tn | No conservas 33.395,37 tn; 43,43 millones € Países principales: Italia, Francia y Portugal Conservas: 12.448,34 tn; 37,81 millones € Países principales: Francia, Italia y EEUU | |
| Importaciones mejillón | 2024 | 29.451,09 tn | No conservas 6.920,71 tn; 14,45 millones € Países principales: Nueva Zelanda, Italia y Francia Conservas: 22.530,38 tn; 81,25 millones € Países principales: Chila, Dinamarca y Bulgaria | |

| CONCEPTO | | DATO | | OBSERVACIONES |
|--------------------------|----------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Importancia | Consumo doméstico | 44.948 t | El mejillón destaca por su aporte nutricional de proteínas de buena calidad. De su contenido en minerales el selenio es el más destacado, seguido de hierro, fósforo y yodo, siendo el contenido de hierro superior al de muchas carnes. Así mismo es fuente de vitaminas del grupo B, con aportes de vitamina B12 muy por encima de sus IR/día. Y de las vitaminas liposolubles, sólo destacamos los contenidos discretos en vitaminas E. En España tiene un consumo per cápita de 0.71 kg/año en 2023, siendo el 74% fresco y 26% en conserva. | |
| | Calidad diferenciada | | El mejillón nacional cuenta con un sello de calidad diferenciada, el mejillón de Galicia DOP por su sabor, textura y calidad. Su certificación garantiza origen, sostenibilidad y métodos tradicionales, posicionándolo como un producto premium en la gastronomía nacional e internacional. | |
| Importancia local | | | | La cría del mejillón es clave para el desarrollo rural, promoviendo empleo local, preservando métodos tradicionales y fortaleciendo la economía costera, todo ello bajo un modelo sostenible que fomenta la identidad cultural y la calidad reconocida internacionalmente del producto. |

Principales magnitudes de la producción de la lubina en España

Tabla 15. Principales magnitudes de lubina

| CONCEPTO | DATO | | OBSERVACIONES |
|------------------------------------------------------------|------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | | La lubina de acuicultura se produce principalmente en jaulas marinas flotantes y en estanques de tierra. Estas técnicas garantizan un control exhaustivo del crecimiento, alimentación y bienestar del pez. La lubina es uno de los pilares de la acuicultura marina española, junto con la dorada y el rodaballo. España es uno de los principales productores de lubina en Europa, junto con Grecia y Turquía. |
| Producción total de lubina de acuicultura en primera venta | 2023 | 24.600 t | La lubina de acuicultura es segunda especie en producción acuícola en España tras el mejillón. |
| Valor de lubina de acuicultura | 2023 | 203 millones € | La lubina de acuicultura es la especie de mayor valor económico, no así de producción, reflejando el alto valor unitario de la misma. |
| Exportaciones de lubina | 2024 | 12.911,9 tn | 91,72 millones € Principales países: Portugal, EEUU e Italia |

| CONCEPTO | DATO | | OBSERVACIONES |
|-------------------------|-------------------|--------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Importaciones de lubina | 2024 | 18.572,46 tn | 99,88 millones € Principales países: Grecia, Turquía y Países Bajos |
| Importancia | Consumo doméstico | 23.165 t | La lubina es uno de los pescados blancos más magros, dado que apenas aporta 1,3 g de grasa por 100 g de carne. Por su contenido en proteína de alta calidad, así como de minerales y vitaminas, se considera un alimento muy nutritivo que, si se cocina de manera sencilla, puede formar parte habitual de las dietas hipocalóricas. La lubina es muy apreciada en la cocina por su versatilidad. Se utiliza en recetas tradicionales como la lubina al horno o a la sal, así como en preparaciones más innovadoras |
| | Importancia local | | Genera empleo en zonas costeras y contribuye significativamente al desarrollo rural y la economía local, especialmente en la regiones de Murcia, Comunidad Valenciana, Islas Canarias y Andalucía. |

Principales magnitudes de la producción de la dorada en España

Tabla 16. Principales magnitudes de dorada

| CONCEPTO | | DATO | | OBSERVACIONES |
|--------------------------------------------------------|-------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | | | La dorada de acuicultura, al igual que la lubina, se produce principalmente en jaulas marinas flotantes y en estanques de tierra. España es uno de los principales productores de dorada en Europa, junto con Grecia y Turquía. |
| Producción total de dorada de acuicultura | 2023 | 13.100 t | La dorada es la tercera especie acuícola en producción | |
| Valor de dorada de acuicultura en primera venta | 2023 | 76 millones € | La dorada es la quinta especie acuícola en valor | |
| Exportaciones de dorada | 2024 | 4263,56 tn | 22,29 millones € Países principales: Portugal, Francia e Italia | |
| Importaciones de dorada | 2024 | 14.585,1 tn | 74,77 millones € Países principales: Grecia, Turquía y Marruecos | |
| Importancia | Consumo | 32.485 t | Por su contenido de grasa (1 g por 100 g) se trata de un pescado de bajo aporte lipídico y, por tanto, de moderado aporte energético. Su carne supone un aporte interesante de selenio y fósforo; moderado de potasio, así como su contenido en vitaminas B12, B3, niacina, D y E. Es valorada en la cocina por su sabor suave y textura firme, que la hacen apta para múltiples preparaciones. Es un ingrediente esencial en recetas tradicionales como la dorada a la sal, al horno o a la parrilla. | |
| | Importancia local | | Genera empleo en zonas costeras y contribuye significativamente al desarrollo rural y la economía local, especialmente en las regiones de Murcia, Comunidad Valenciana, Islas Canarias y Andalucía. | |

Principales magnitudes de la producción de rodaballo en España

Tabla 17. Principales magnitudes de rodaballo

| CONCEPTO | | DATO | | OBSERVACIONES |
|-----------------------------------------------------------|------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Distribución | | | | El rodaballo de acuicultura es una de las cinco especies más destacadas de la acuicultura marina en España. Su producción está altamente desarrollada, siendo España el mayor productor de rodaballo de acuicultura en Europa. La mayor parte del rodaballo se cultiva en sistemas en tierra, donde se controlan factores como la temperatura, calidad del agua y alimentación. Galicia es la principal región productora de rodaballo en España, gracias a las condiciones naturales óptimas de las rías gallegas y a su larga tradición en la acuicultura. |
| Producción total de rodaballo de acuicultura | 2023 | 9.600 t | | |
| Valor de rodaballo de acuicultura en primera venta | 2023 | 86 millones € | El rodaballo de acuicultura ocupa el cuarto lugar en valor económico, tras la lubina, el atún rojo y el mejillón | |
| Exportaciones de rodaballo | 2024 | 2.987,35 tn | 39,39 millones € Principales países: Italia, Francia y Alemania | |
| Importaciones de rodaballo | 2024 | 2.005,23 tn | 26,84 millones € Principales países: Portugal, Países Bajos y Marruecos | |

| CONCEPTO | DATO | OBSERVACIONES |
|-------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Importancia | Consumo 3.800 t | El rodaballo es un pescado semigraso. Tiene un contenido intermedio de proteínas de alto valor biológico. El rodaballo pertenece al grupo de los pescados de alto valor, hoy día popularizado por las aportaciones de la acuicultura. Las características de firmeza y finura de su carne permiten todo tipo de aplicaciones culinarias. Y el hecho de la práctica inexistencia de espinas lo hace aún más atractivo, especialmente para aquellos consumidores más reticentes al pescado, como son los niños y las personas mayores. A cierre de año 2023, se produce un fuerte aumento de las compras de rodaballo. Durante el año 2023 la compra de rodaballo por parte de los hogares españoles para el consumo doméstico se intensifica y consigue generar un 17,7 % de volumen adicional. |
| | Importancia local | Su producción genera empleo estable y fomenta el desarrollo local en áreas rurales, fortaleciendo la economía de las rías gallegas. Además, representa un modelo de sostenibilidad en la acuicultura, que equilibra la conservación ambiental con la rentabilidad económica, posicionando a Galicia como líder en innovación y exportación de productos del mar. |

La producción ecológica, también llamada biológica u orgánica, combina las **mejores prácticas ambientales** junto con un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales, así como la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales.

La producción ecológica es otra forma de diferenciación de las producciones agrícolas y ganaderas.

En la UE, España ocupa el segundo puesto en SAU ecológica²⁰ después de Francia y es el séptimo país del mundo (2,62 millones de hectáreas), de una lista de 186 Estados, que suman en total 96 millones de hectáreas,

²⁰ Datos publicados por Eurostat 2022.

siendo líder mundial en producción de aceituna ecológica y el segundo en cítricos y uvas. Las ventas mundiales de alimentos y bebidas orgánicas alcanzaron casi los 135.000 millones de euros en 2022²¹.

En términos de consumo, durante el año 2023, según el informe de consumo alimentario en España del MAPA, el total del consumo doméstico de productos ecológicos llegó casi a los 2.650 millones de euros (2.649.403,40 €), lo que supuso un incremento del 5,6 % en valor, respecto a 2022, debido al aumento de los precios, sin embargo, en volumen descendió un 2,8 %.

El sector de la producción ecológica española cuenta con elementos claves para continuar con su éxito, ya constatado en los mercados extranjeros, derivados de la gran diversidad climatológica, edafológica y cultural de España que permite ofertar una variedad de productos diferenciados, diversos y a precios competitivos, además de contar con un sistema de control muy profesional y experimentado, debido al hecho de que España fue pionera con una norma nacional para la producción ecológica en los años 80, antes del primer reglamento europeo de producción ecológica, que data de 1991.

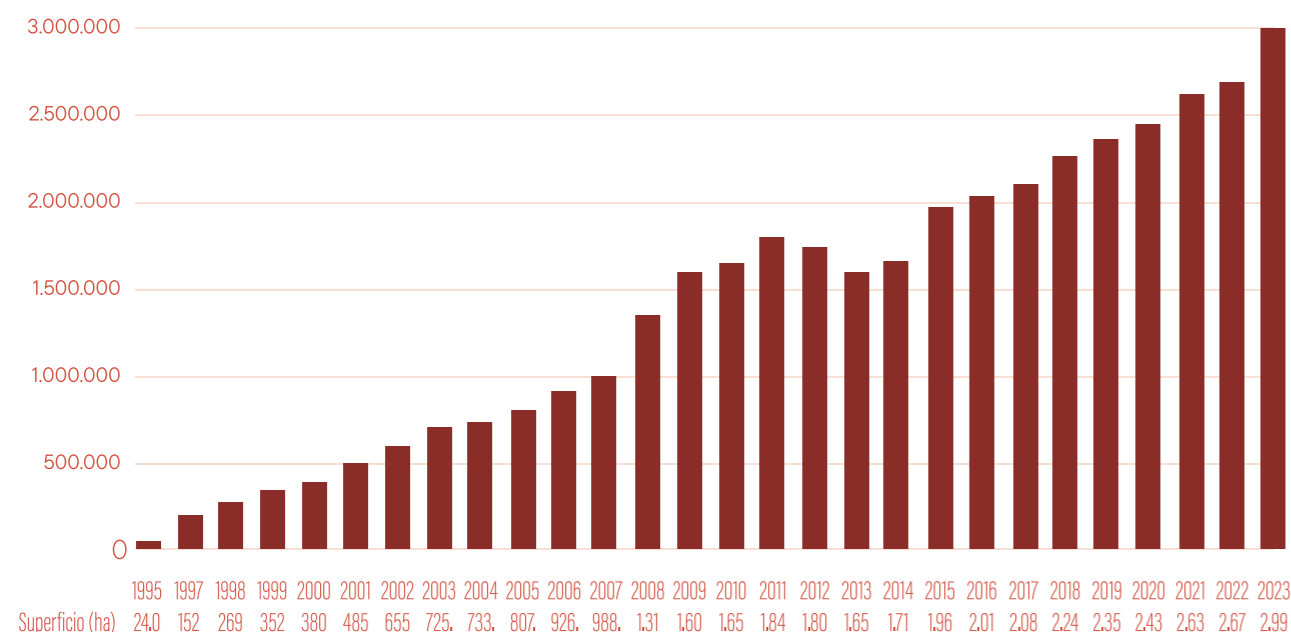
En 2023 la **superficie agraria útil (SAU)** dedicada a la producción vegetal ecológica alcanzó las 2.991.881 hectáreas, 316.550 hectáreas o un 12 % más respecto al ejercicio anterior.

Con un dato todavía provisional, la producción vegetal ecológica ocupa el 12,51 % de la SAU de España.

Los cultivos con más extensión en ecológico son los frutos secos (310.096 hectáreas), olivar (292.868 hectáreas), cereales para la producción de grano (261.924 hectáreas) y viñedo (166.285 hectáreas).

²¹ Informe sobre el sector publicado en febrero de 2024 de la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM), elaborado junto al Instituto de Investigación de Agricultura Ecológica (FiBL) con datos del año 2022.

Ilustración 2. Evolución de la producción ecológica (1991-2023)
Superficie agraria útil.



En cuanto a la producción animal, las actividades ganaderas ecológicas se situaron en 11.106, con un crecimiento del 18 % respecto al año anterior, destacando el sector del bovino con el 53,52 % de la producción.

En 2023 se certificaron como ecológicas 32.064 toneladas de carne de vacuno, 9.998 toneladas de carne de ovino, 4.449 toneladas de carne de porcino, 19.203 toneladas de leche para consumo directo, 1.575 toneladas de queso, 163,05 millones de huevos o 1.164 toneladas de miel, entre otros alimentos.

La acuicultura es otra de las actividades de producción ecológica, con una producción que repuntó un 7 % en 2023 respecto a 2022, al fijarse en 4.306 toneladas.

La gran variedad de la producción industrial ecológica contó con un total de 11.908 actividades relacionadas con la elaboración de aceites, conservas de frutas y de pescado, productos de panadería, bebidas, vinos, lácteos y preparados cárnicos o piensos para alimentación animal.

En 2023 también se produjo un importante aumento del número de operadores en el sector ecológico, alcanzando la cifra de 64.430, un 6,28 % más que el año anterior ²².

²² Según fuentes del Informe estadístico nacional del MAPA sobre la producción ecológica en España, cuyos últimos datos corresponden a 2023.

5.1.4

El cooperativismo en España. Fomento de la integración cooperativa.

El cooperativismo agrario es una de las palancas de desarrollo y progreso del sector agroalimentario y uno de los mejores instrumentos que las personas agricultoras y ganaderas de la explotación familiar tienen para defender sus intereses y su posición en el mercado, jugando un papel importante en la creación de valor y su distribución equitativa a lo largo de la cadena, fortaleciendo tanto sus estructuras productivas y comerciales como al propio mundo rural en el que se insertan.

La fórmula cooperativa (solidaridad, democracia, igualdad y vocación social) puede dar respuesta a los condicionamientos económicos propios del sector, garantizando la rentabilidad económica y el éxito profesional de sus asociados.

Hay que destacar el importante papel de las cooperativas agroalimentarias en el desarrollo rural, ya que son a menudo las únicas empresas ubicadas en las zonas rurales y generan mucha más actividad económica que la propiamente circunscrita a sus socios y personas trabajadoras. Además, están vinculadas al medio rural de forma continuada y su permanencia está garantizada por su propia naturaleza, ya que sus socios y dirigentes son personas agricultoras y ganaderas de las regiones de producción donde las cooperativas están establecidas. En definitiva, las cooperativas producen riqueza en y para el medio rural y, socialmente, generan empleo fortaleciendo así el tejido rural.

En los últimos años, las cooperativas han mostrado una tendencia muy positiva. Desde 2006, su facturación ha aumentado un 93 % y el empleo directo un 29 %, destacando su importancia como motores económicos y generadores de empleo en zonas rurales.

En 2022, el cooperativismo agroalimentario en España obtuvo una facturación de 38.858 millones de euros (43.207 M€ con sociedades de capital participadas), lo que equivale al 69 % del valor de la Producción de la Rama Agraria y al 28 % del valor de las ventas netas de la industria alimentaria española (representando el 12 % del total de industrias alimentarias de España, el 30 % de la facturación y el 23 % del empleo). En España existen actualmente 3.669 cooperativas, de las cuales 3.190 son agroalimentarias.

Respecto al tamaño medio de las cooperativas, su facturación es de 10,6 millones de euros por entidad (la media de la UE es 16 M€), si bien existe una amplia variabilidad en cuanto al tamaño, por volumen de comercialización.

A pesar de existir una elevada atomización, característica también del conjunto de la industria de la alimentación y las bebidas, actualmente se observa una tendencia a la integración, disminuyéndose el número y la facturación de los estratos inferiores (especialmente microempresas) e incrementándose la dimensión de los niveles superiores, especialmente el de “grandes empresas”. Sin embargo, de manera general la facturación media de las cooperativas crece de forma exponencial según se avanza en el ranking de facturación: 10,6 M€ (todo el colectivo) < 224 M€ (Top 60) < 607 M€ (Top 10).

Las 20 principales cooperativas españolas representan el 22 % de la facturación total del sector, con una media de 884 millones de euros. Este grupo ha incrementado su peso notablemente desde el año 2006 donde representaban el 15,8 %.

Desde el MAPA, se ha identificado como línea estratégica, de cara a la consecución del objetivo de mejora de la posición de las personas agricultoras en la cadena alimentaria, el fomento de la integración de cooperativas y otras entidades asociativas de ámbito agroalimentario de carácter supraautonómico. Esta, se desarrolla a través de un conjunto de medidas de apoyo que parten de la Ley 13/2013, de fomento de la integración de cooperativas y de otras entidades asociativas de carácter agroalimentario, y del Real Decreto 550/2014, por el que se desarrollan los requisitos y el procedimiento para el reconocimiento de las Entidades Asociativas Prioritarias y para su inscripción y baja en el Registro Nacional de Entidades Asociativas Prioritarias.

Las 20 principales cooperativas españolas representan el 22 % de la facturación total del sector.

Dicha ley establece el marco general orientado a conseguir estructuras empresariales agroalimentarias con dimensión relevante, generadoras de valor y empleo, más competitivas, modernas e internacionalizadas y basadas en la economía social, que permitan conseguir un incremento de la renta de las personas agricultoras integradas en estas estructuras cooperativas.

A este respecto, uno de los principales instrumentos desarrollados para la consecución de estos objetivos es el reconocimiento, previa solicitud, como Entidades Asociativas Prioritarias (en adelante, EAP), de aquellas entidades que cumplan ciertos requisitos de dimensión económica y supraautonomía.

El reconocimiento como EAP otorga un acceso preferente a regímenes de ayudas, establecidas por la AGE y las CC.AA., tanto a las propias empresas, como a sus entidades y socios de base²³.

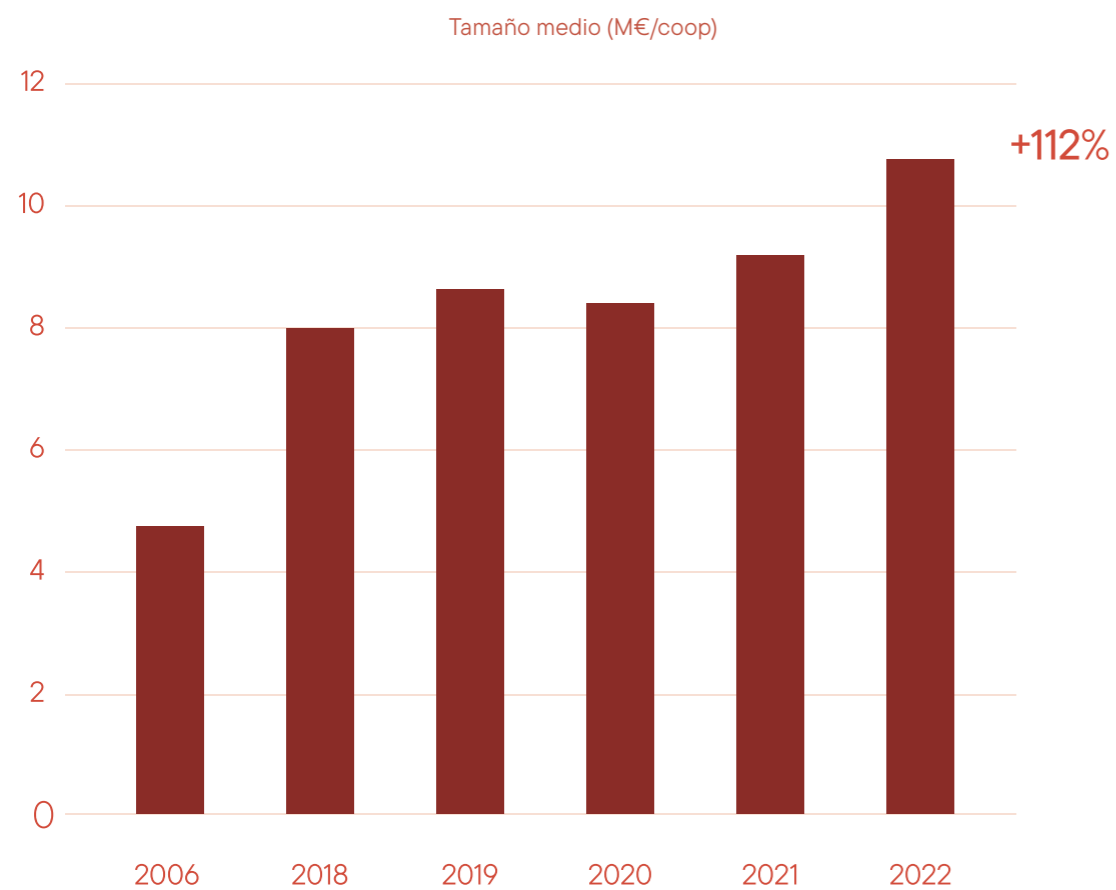
²³ Entre estos regímenes de ayudas cabe destacar las medidas e intervenciones programadas por el MAPA dentro del PNDR 2014-2022 y PEPAC 2023-2027, cofinanciadas por Feader-AGE y a las que se ha destinado más de 250 M€ y 100M€, respectivamente.

A continuación, se recopilan los principales datos referentes a las cooperativas en España.

a. Evolución de la dimensión media de las cooperativas.

Desde 2006, las cooperativas han experimentado un crecimiento significativo en su tamaño medio. La facturación media por cooperativa ha aumentado en un 112 %, pasando de 5 millones de euros en 2006 a 10,6 millones de euros en 2022.

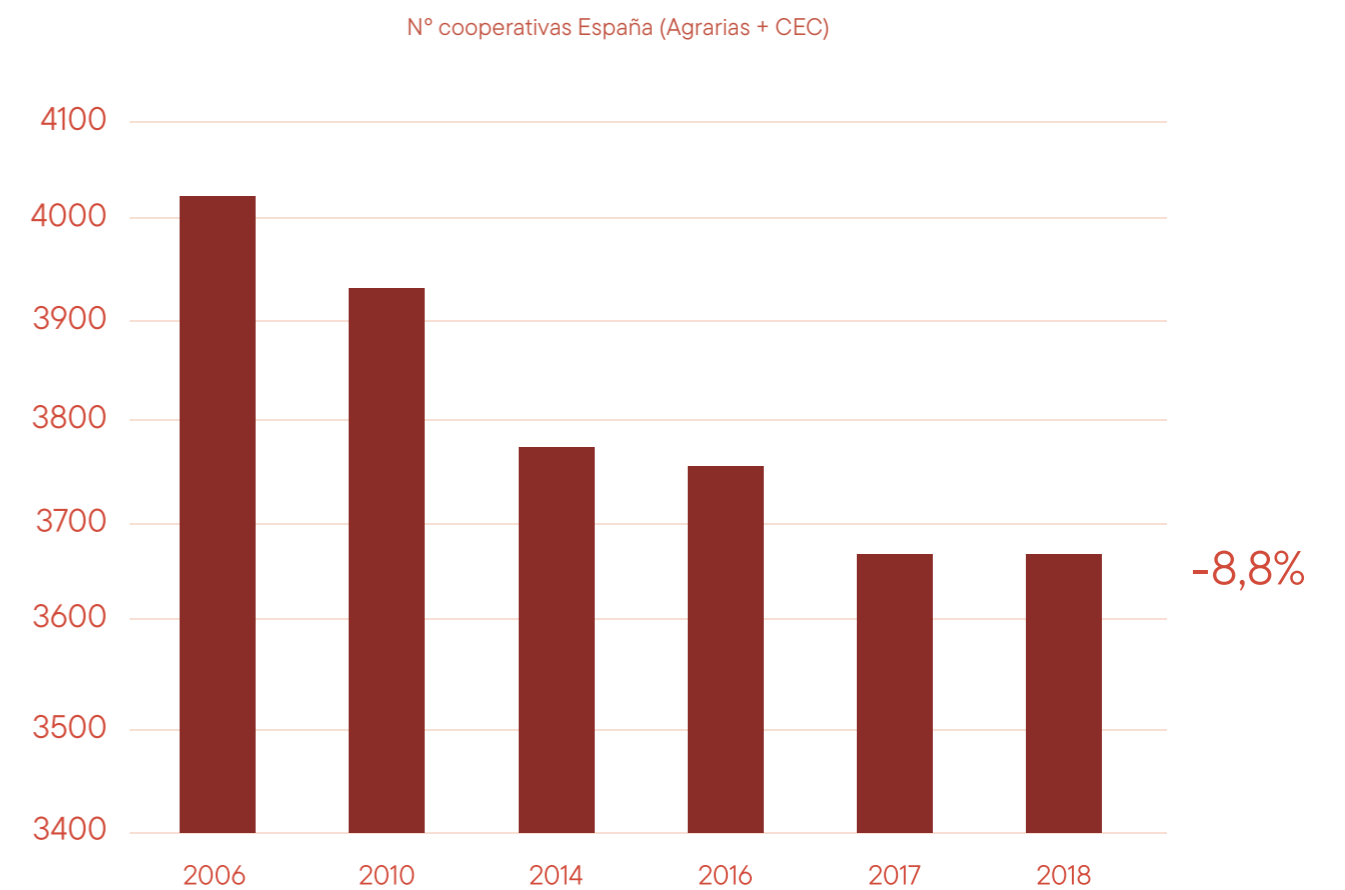
Ilustración 3. Evolución media de las cooperativas



b. Evolución en el número de cooperativas (agrarias y de explotación comunitaria de la tierra).

El número de cooperativas ha mostrado una ligera tendencia a la baja, disminuyendo en un 8,8 % desde 2006 hasta 2018 (último dato disponible).

Ilustración 4. Evolución número cooperativas 2006-2018



c. Evolución en el número de socios.

El número de socios en las cooperativas ha permanecido relativamente estable, con una ligera variación positiva del 1,9 % desde 2006.

En 2022, se registraron 1.182.794 socios, frente a 1.160.337 en el año 2006.

Tabla 18. Evolución del número de socios en las cooperativas.

| | 2006 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var 2021/22 | Var 2006/22 |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-------------|
| Personas socias | 1.160.337 | 1.159.579 | 1.165.595 | 1.175.068 | 1.163.187 | 1.182.794 | +1,7% | +1,9% |

d. Empleo en las cooperativas.

Se observa una dinámica de crecimiento, modificada ligeramente en 2022 por los cambios de contratos eventuales a fijos o fijos discontinuos derivados de la reforma laboral de ese año.

El 45 % es empleo femenino.

Ilustración 5. Evolución del empleo en las cooperativas.

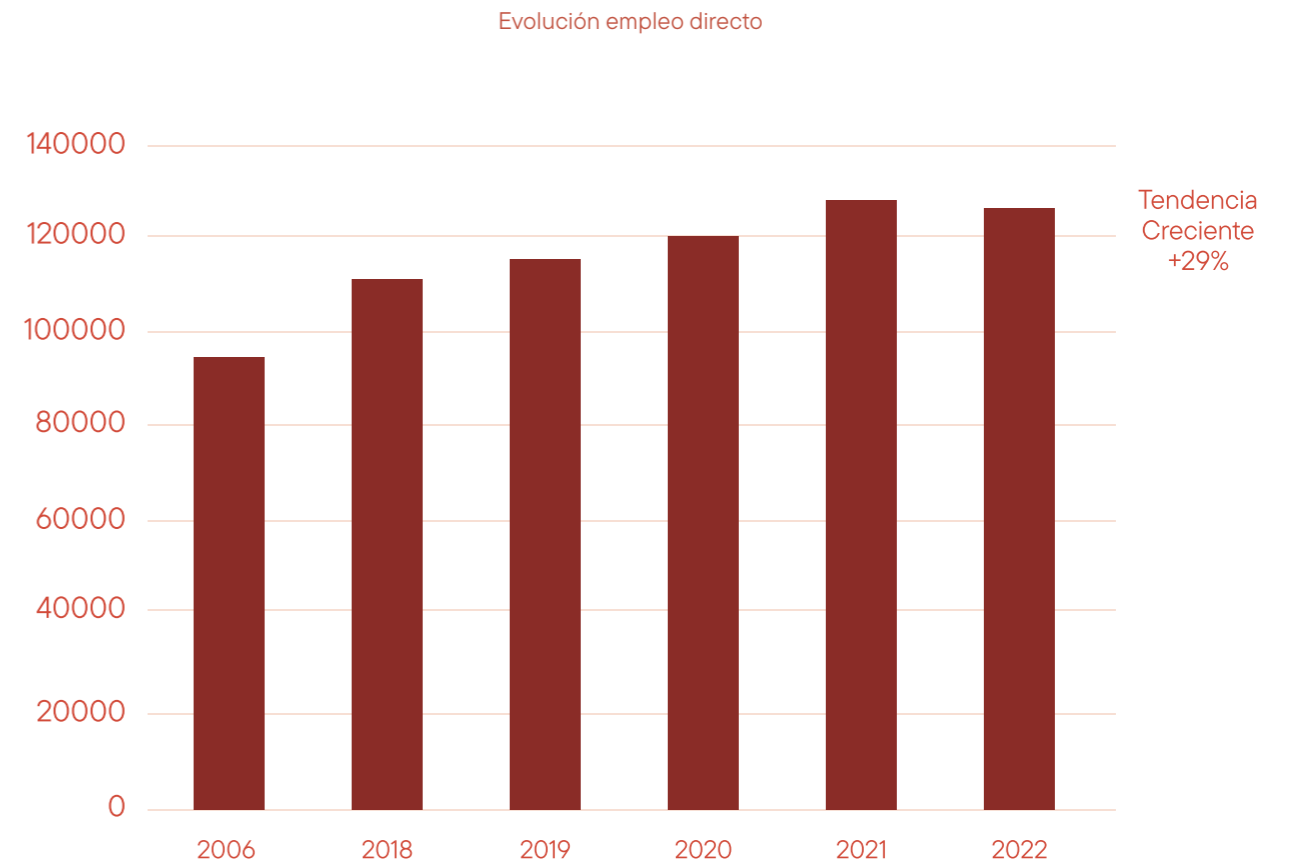


Tabla 19. Evolución del empleo total en las cooperativas.

| | 2006 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Var 2021/22 | Var 2006/22 |
|--------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|-------------|-------------|
| Empleo total | 95.342 | 111.151 | 111.584 | 119.708 | 123.725 | 122.615 | -0,9% | +29% |

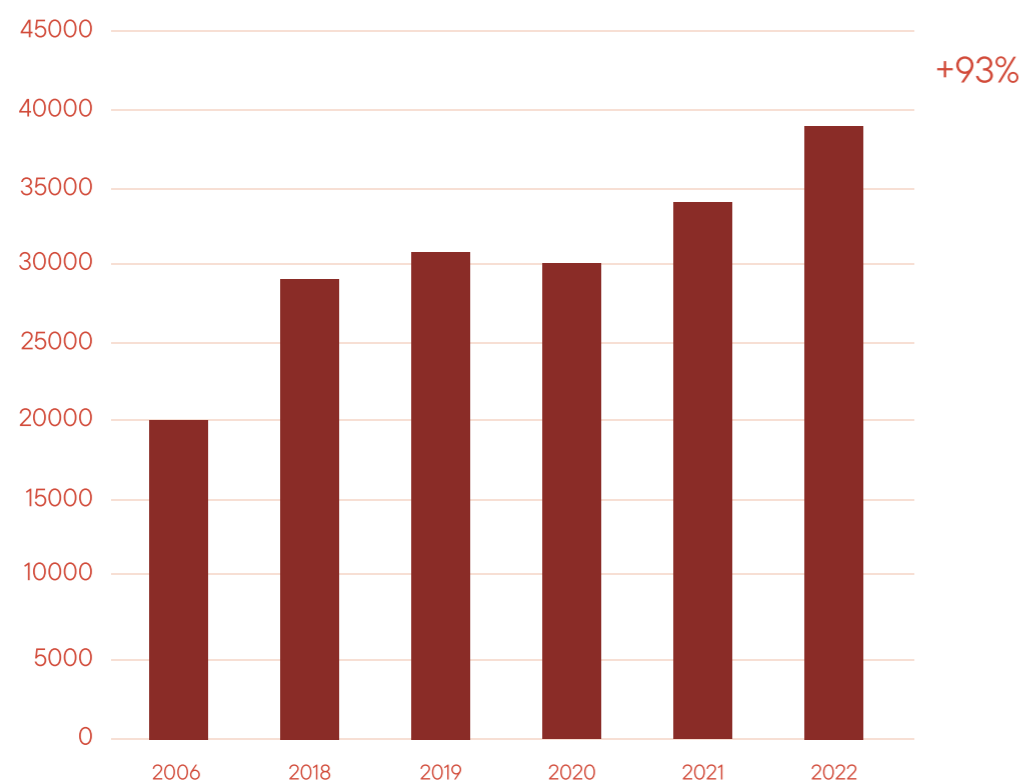
e. Evolución en la facturación de las cooperativas de mayor tamaño.

Las cooperativas de mayor tamaño han visto un gran incremento en su facturación, con un aumento del 93 % desde el año 2006.

Se observa un efecto de concentración empresarial: disminuye el número de cooperativas, a la par que se incrementa la facturación, el tamaño medio de cada empresa y las ventas por empleado.

Ilustración 6. Evolución de la facturación en las cooperativas.

Evolución Facturación (M€) 2006-2022



f. Las grandes cooperativas y su reconocimiento como EAP.

Dentro del top 10 de las cooperativas con mayor facturación, 8 están reconocidas como EAP.

Las Entidades Asociativas Prioritarias (EAP) han demostrado ser motores fundamentales en el desarrollo del cooperativismo en España. En la tabla mostrada a continuación, se puede observar la notable evolución desde el momento de su reconocimiento:

Tabla 20. Evolución de las EAPs.

| Facturación inicial (€) ²⁴ | Facturación actual (€) | Crecimiento (%) |
|---------------------------------------|------------------------|-----------------|
| 4.894.928.157,44 | 6.982.709.913,74 | 40,82% |

Tabla 21. Comparativa de datos EAP 2022-2023.

| | COMPARATIVA DATOS EAP - OSCAE 2023 (DATOS 2022) | | |
|----------------------|-------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| | Datos EAP (Tras actualización anual 2023) | Datos OSCAE (Datos 2022) | Datos EAP/ Datos OSCAE (%) |
| Nº Entidades de base | 268 | 3.190 | 8,40% |
| Facturación | 6.982.709.913,74 | 38.858.000.000 | 18% |

²⁴ Para la obtención de la facturación inicial, se tienen en cuenta las primeras cuentas auditadas de las que se disponen a partir de su reconocimiento, individuales, salvo que se indique lo contrario.

Estas cifras muestran cómo, en su gran mayoría, las EAP han crecido y se han fortalecido, con **más de un 40% de crecimiento global conjunto**, a nivel de facturación desde su reconocimiento, representando en la actualidad el 18% de la facturación total del cooperativismo agroalimentario español.

5.1.5

Asociacionismo en el sector pesquero

En el sector pesquero español existen dos grandes formas de asociacionismo por un lado las Cofradías de pescadores y por otro las Organizaciones de Productores Pesqueros.

Cofradías de pescadores

Las cofradías de pescadores nacieron en el medievo con el tradicional espíritu religioso de la época y con el fin y la pretensión de proporcionar socorros mutuos a la gente del mar, a la vez que se aunaban esfuerzos y prevenían riesgos.

Las cofradías buscan la unión para la defensa de intereses comunes, actuando bajo el principio de actuación conjunta de cara a la consecución de objetivos generales como son: el desarrollo de las comunidades pesqueras, la lucha para conseguir mayores ingresos, la mejora del nivel de vida de las personas trabajadoras del mar, la elevación del nivel formativo de los operadores, la integración social con el resto de la población, entre otros.

Las cofradías de pescadores desempeñan un papel fundamental a nivel social, primando aspectos como la promoción de la solidaridad interna, el desarrollo local, la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, la cohesión social y la generación de empleo estable y de calidad, siendo instituciones generadoras de valor para nuestra sociedad y transmitiendo valores como la transparencia, la responsabilidad y la vocación social.

Asimismo, las cofradías de pescadores desarrollan actuaciones en otros ámbitos, como son control y la seguridad marítima, la integración de las personas más jóvenes en la pesca, la promoción de la integración de la mujer en el sector.

Por otro lado, destaca la función que desempeñan las cofradías en materia de comercialización de los productos pesqueros, al tener una estrecha vinculación con las lonjas, al ser en su gran mayoría las concesionarias de estas, contribuyendo a la transparencia de los mercados, a fomentar la calidad y la trazabilidad.

Actualmente, España cuenta con un total de 220 cofradías de pescadores y 27 Federaciones Provinciales, que aglutinan a aproximadamente 7.800 buques. Existen una Federación Nacional de Cofradías de Pescadores a la que pertenecen 201 de las 220 cofradías existentes.

Las cofradías de pescadores desempeñan un papel fundamental a nivel social.

Organizaciones de Productores Pesqueros

Las Organizaciones de Productores Pesqueros son **entidades en las que pueden agruparse los productores del sector pesquero y acuícola**, que se constituyen como un mecanismo para estabilizar los mercados mediante ajustes entre la oferta y la demanda, incrementando la transparencia y la eficiencia del mercado, así como una herramienta necesaria y clave para favorecer la gestión empresarial, mejorar la planificación, competitividad y rentabilidad del sector pesquero. Las organizaciones de productores de la pesca y de la acuicultura (OPP) desempeñan por lo tanto un papel fundamental en la aplicación de la Organización Común de Mercados (OCM) necesaria para alcanzar los objetivos de la Política Pesquera Común (PPC).

Actualmente en España el **número total de OPP** que se encuentran reconocidas **son 41**, de las cuales, 5 son de ámbito transnacional, 5 son de ámbito nacional y 31 de ámbito autonómico. En cuanto al tipo de organización, 4 son de acuicultura y 37 de pesca extractiva.

Según los datos obtenidos del Registro General de la flota española a fecha 31 de diciembre de 2023, **la flota está compuesta por 8.549 buques** de los que 1.881 figuran como miembros de alguna OPP. Por tanto, el grado de representatividad de las Organizaciones de productores es de un 22,1%.

En cuanto a la importancia económica de las Organizaciones de Productores, según los datos de las notas de venta y los datos de producción consultados se comprueba que el conjunto de los buques que están asociados a alguna organización de productores aporta un 63,71% del total de capturas de la flota española, suponiendo un 55,02% del valor de las ventas.

5.1.6.

El regadío sostenible

Los regadíos sostenibles son clave para garantizar la seguridad alimentaria, contribuir a fortalecer el sector agroalimentario español además de reforzar la cohesión territorial y social donde se ubican.

El plan de modernización de regadíos que se ha puesto en marcha desde la pasada legislatura, con inversión público-privada, va a movilizar hasta el año 2027 más de 2.400 millones de euros.

Esta modernización sostenible de las infraestructuras y la incorporación de las nuevas tecnologías digitales va a permitir hacer frente a los desafíos futuros de escasez de agua, además de rebajar el consumo eléctrico y promover el uso de energías renovables.

Los regadíos sostenibles son necesarios para aprovechar al máximo y de la manera más eficiente los recursos hídricos disponibles en la agricultura, para garantizar el uso eficiente del agua y la energía y minimizar el impacto negativo sobre el medio ambiente.



5.1.7.

La industria agroalimentaria y pesquera

La transformación de productos agrícolas y pesqueros en alimentos de mayor valor añadido es una de las fortalezas de la economía española.

La industria alimentaria española ocupa el cuarto puesto de la UE en valor de cifra de negocios (11,4 %), por detrás de Francia (18,9 %), Alemania (16,5 %) e Italia (12,8 %).

En España, la industria de alimentación y bebidas es la primera rama manufacturera del sector industrial, según los últimos datos de Estadística Estructural de Empresas del INE, con 168.219,2 M€ de cifra de negocios²⁵, un 18,4 % más que el año anterior, representando el 23,8 % del sector manufacturero, el 23,3 % de las personas ocupadas y el 18,2 % del valor añadido.

Representa el 2,3 % del PIB de España (en VAB)²⁶ y asciende a 25.741 M€ (+4,9 %).

El número de empresas²⁷ de la industria de alimentación y bebidas asciende a 28.335, según los últimos datos del Directorio Central de Empresas del INE, lo que representa el 17,9 % de la industria manufacturera y el 15,9 % del total de la industria.

El 96,1 % son empresas con menos de 50 personas empleadas (27.235) y el 77,7 % cuentan con menos de 10 personas empleadas (22.029).

Primera rama manufacturera del sector industrial español.

Tabla 22. Empresas de la industria de alimentación y bebidas. Número de empresas en 2023 y variación (%) respecto a 2022.

| SUBSECTORES | 2022 | | % sobre total IA | % 2023/22 |
|---------------------------------------------|---------------|---------------|------------------|-------------|
| | 2022 | 2023 | | |
| Industria cárnica | 3.477 | 3.244 | 11,4 | -6,7 |
| Industria del pescado | 599 | 550 | 1,9 | -8,2 |
| Prep. y conservación de frutas y hortalizas | 1.445 | 1.318 | 4,7 | -8,8 |
| Aceites y grasas | 1.707 | 1.609 | 5,7 | -5,7 |
| Productos lácteos | 1.694 | 1.620 | 5,7 | -4,4 |
| Molinerías, almidones | 389 | 363 | 1,3 | -6,7 |
| Panadería y pastas alimenticias | 11.591 | 10.924 | 38,6 | -5,8 |
| Otros productos alimenticios | 3.337 | 3.147 | 11,1 | -5,7 |
| Productos para alimentación animal | 759 | 716 | 2,5 | -5,7 |
| Fabricación de bebidas | 5.161 | 4.844 | 17,1 | -6,1 |
| Total Industria Alimentaria | 30.159 | 28.335 | 100 | -6,0 |

Fuente: Directorio Central de Empresas. (DIRCE). INE

Si consideramos el número de empresas por subsectores, el que ocupa la 1ª posición es el de Panadería y pastas alimenticias con 10.924 empresas (38,6 %), seguido de Fabricación de bebidas (17,1 %) e Industria cárnica (11,4 %).

El número de empresas ha descendido un 6,0 % con respecto a 2022, habiéndose reducido especialmente las empresas transformadoras de frutas y hortalizas (-8,8 %) y la industria del pescado (-8,2 %). La reducción en el número de empresas se ha producido en todos los subsectores.

Dentro de la industria de alimentos, los subsectores más relevantes en cuanto a cifra de negocios son: Industria cárnica 38.290 M€ (22,8 %), Fabricación de bebidas 24.421 M€ (14,5 %), Productos de alimentación animal 19.938 M€ (11,9 %), Aceites y grasas 16.306 M€ (9,7 %) y Preparación y conservación de frutas y hortalizas 13.305 M€ (7,9 %).

²⁵ Estadística Estructural de Empresas: Sector Industrial 2022. INE (15/03/2024).
²⁶ Contabilidad Anual Nacional de España 2021 (INE) // MAPA-Subsecretaría (2024.01.V1).
²⁷ Directorio Central de Empresas DIRCE 2023. INE (14/12/2023).

05. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

Tabla 23. Datos estructurales de la industria alimentaria por subsectores en 2022 (M€) y variación (%) 2022/2021.

| Magnitudes Subsectores | 2022 | | | | Variación (%) 2022 / 2021 | | | |
|------------------------------------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------------------|-------------------|------------------|------------------|
| | Número de empresas | Cifra de negocios | Valor añadido cf | Personal ocupado | Número de empresas | Cifra de negocios | Valor añadido cf | Personal ocupado |
| Total industria de alimentos | 25.003 | 143.798 | 20.876 | 432.365 | -1,7 | 18,2 | -4,8 | 3,1 |
| Industria cárnica | 3.404 | 38.290 | 5.539 | 122.825 | -2,2 | 15,3 | -3,9 | 3,8 |
| Industria del pescado | 578 | 7.796 | 1.158 | 26.324 | -0,3 | 4,0 | -3,2 | 1,1 |
| Prep. y conservación frutas y hortalizas | 1.397 | 13.305 | 2.205 | 45.618 | -3,0 | 13,5 | 5,8 | 4,6 |
| Aceites y grasas | 1.668 | 16.306 | 1.299 | 15.212 | -1,9 | 33,3 | 35,9 | 0,9 |
| Productos lácteos | 1.725 | 13.302 | 1.749 | 31.749 | 0,2 | 24,7 | 2,8 | 4,8 |
| Molinería y almidones | 388 | 5.603 | 683 | 7.102 | 1,8 | 34,2 | 33,9 | 3,6 |
| Panadería y pastas alimenticias | 11.734 | 11.404 | 3.251 | 101.181 | -1,8 | 21,2 | 5,1 | 1,0 |
| Otros productos alimenticios | 3.368 | 17.854 | 3.599 | 66.274 | -1,5 | 19,2 | 4,6 | 7,3 |
| Productos de alimentación animal | 741 | 19.938 | 1.393 | 16.080 | -1,5 | 12,2 | -56,3 | -5,4 |
| Total Fabricación de Bebidas | 5.053 | 24.421 | 5.558 | 60.760 | -1,3 | 19,7 | 4,9 | 0,8 |
| Destilación bebidas alcohólicas | 321 | 1.327 | 288 | 3.502 | -3,0 | 26,3 | 9,8 | 9,1 |
| Vinos | 3.994 | 8.271 | 2.127 | 31.613 | -1,1 | 5,6 | 3,1 | -1,2 |

| Magnitudes Subsectores | 2022 | | | | Variación (%) 2022 / 2021 | | | |
|------------------------------------|--------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------------------|-------------------|------------------|------------------|
| | Número de empresas | Cifra de negocios | Valor añadido cf | Personal ocupado | Número de empresas | Cifra de negocios | Valor añadido cf | Personal ocupado |
| Sidra y bebidas fermentadas | 158 | 119 | 37 | 715 | 0,6 | -6-7 | -0,1 | -0,1 |
| Otras bebidas no destiladas | 16 | 26 | 7 | 91 | 23,1 | -2,2 | -11,9 | -7,1 |
| Cerveza | 341 | 5.162 | 1.544 | 10.476 | -4,5 | 14,6 | 0,9 | -0,9 |
| Malta | 6 | 177 | 23 | 116 | -25,0 | 31,1 | -12,4 | 4,5 |
| Aguas y bebidas no alcohólicas | 217 | 9.340 | 1.532 | 14.247 | 1,4 | 38,8 | 11,9 | 6,2 |
| Total Industria Alimentaria | 30.056 | 168.219 | 26.433 | 493.125 | -1,6 | 18,4 | -2,9 | 2,9 |

5.1.8.

Los regímenes de calidad alimentaria

Los regímenes de calidad alimentaria (DOPs, IGP, ETGs) se refieren al conjunto de características peculiares y específicas de un alimento debidas al origen de las materias primas utilizadas y/o a los procedimientos de elaboración. Estos productos están regulados por la normativa de la Unión Europea (UE), que garantiza el cumplimiento de unos requisitos de calidad adicionales a los exigidos para el resto de los productos convencionales. Son esquemas de carácter voluntario y los productos que cumplen con esos requisitos están inscritos en un registro de la UE y protegidos por derechos de propiedad intelectual e industrial.

España es el tercer país de la UE en figuras de calidad diferenciada, con 404 figuras en 2024, por detrás de Italia y Francia. De estas, 23 están en tramitación y 381 registradas en la UE.

A continuación, se presentan los datos más relevantes:

Productos vitivinícolas
(datos MAPA correspondientes a campaña 2021/2022)

Superficie de viñedo
693.000 ha.

Viticultores
133.000

Bodegas
4.733

Comercialización (2021/2022)
10,8 millones de hl de vinos con DOP y 2 millones de hl de vinos con IGP.

Valor económico
4.334 millones de euros (4.080 en vinos DOP y 254 en vinos IGP), con un aumento del 9,6 % respecto a la campaña anterior.

Bebidas espirituosas
(datos MAPA correspondientes a 2022)

19 con Indicación Geográfica Protegida

Industrias elaboradoras
194

Producción
23,2 millones de litros en 2022 (+4,35 % respecto al año anterior).

Valor económico
170 millones de euros, destacando “Brandy de Jerez” (38 %), “Brandy del Penedés” (33 %) y “Pacharán Navarro” (12 %).

Productos agroalimentarios no vitivinícolas
(datos MAPA correspondientes a 2022)

205 figuras registradas en la UE
(201 DOP/IGP y 4 ETG).

Superficie agraria
880.000 ha (principalmente olivar).

Ganado inscrito
2,3 millones de cabezas.

Operadores
200.000 primarios y 3.400 industrias.

Comercialización
750.000 t (frutas y jamones) y 107.000 hl.

Valor económico
2.420 millones de euros, con un 17 % de comercio exterior.

Principales subsectores
jamones (700 M€), frutas (504 M€), quesos (412 M€), carnes frescas (275 M€), aceite de oliva virgen (158 M€), panadería y repostería (115 M€).

5.1.9.

Empleo en el sector primario e industria agroalimentaria y pesquera

El empleo en el sector primario (agricultura, ganadería, silvicultura y pesca) y en la industria agroalimentaria (industria de alimentación, bebidas y tabaco) se analiza en este apartado a partir de los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

El número de personas ocupadas en agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (sector primario) en 2023, suman 767.300 personas (3,6 % del total), un 3,9 % menos que en 2022 y en la industria agroalimentaria 562.500 personas (2,6 % del total) habiendo aumentado un 3,5 % respecto a 2022.

Tabla 24. Empleo: principales cifras según EPA, INE (2023).

Miles de personas y variación % 2023/2022.

| 2023 MILES DE PERSONAS | Total | Hombres | Mujeres | Variación (% o p.p.) 2023 / 2022 | | | |
|-------------------------|----------------------|----------|----------|-------------------------------------|---------|---------|------|
| | | | | Total | Hombres | Mujeres | |
| Población (*) | 48.004 | 23.526,7 | 24.477,3 | 1,2 | 1,2 | 1,3 | |
| Población 16 años y más | 40.982,7 | 19.914,2 | 21.068,5 | 1,5 | 1,5 | 1,6 | |
| Activos | Total | 24.119,7 | 12.734,8 | 11.384,9 | 2,1 | 1,5 | 2,7 |
| | Sector Primario | 905,5 | 664,1 | 241,4 | -5,1 | -7,0 | 0,5 |
| | Ind. Agroalimentaria | 608,1 | 370,6 | 237,5 | 2,5 | 3,3 | 1,3 |
| Ocupados | Total | 21.182,2 | 11.376,7 | 9.805,5 | 3,1 | 2,4 | 4,0 |
| | Sector Primario | 767,3 | 577,9 | 189,4 | -3,9 | -5,8 | 2,6 |
| | Ind. Agroalimentaria | 562,5 | 349,7 | 212,8 | 3,5 | 5,1 | 1,0 |
| Parados | Total | 2.937,5 | 1.358,1 | 1.579,4 | -4,6 | -5,0 | -4,3 |
| | Sector Primario | 138,2 | 86,2 | 52,0 | -11,4 | -14,2 | -6,5 |
| Inactivos | 16.863 | 7.179,4 | 9.683,6 | 0,7 | 1,5 | 0,2 | |
| Tasa actividad (%) | 58,9 | 63,9 | 54,0 | 0,3 | 0,0 | 0,6 | |
| Tasa ocupación (%) | 51,7 | 57,1 | 46,5 | 0,8 | 0,5 | 1,1 | |
| Tasa paro (%) | 12,2 | 10,7 | 13,9 | -0,9 | -0,7 | -1,0 | |

(*) Dato de población en viviendas familiares, objetivo de la EPA

Si se tiene en cuenta la evolución en los últimos 10 años, se observa que el paro en el sector primario se ha reducido casi a la mitad. Así mismo, el empleo en la industria alimentaria también ha tenido una evolución muy positiva en dicho periodo en el que ha generado más de 74.000 puestos de trabajo.

5.1.10.

Comercio exterior agroalimentario y pesquero

Se presenta a continuación un análisis del comportamiento del comercio exterior con los aspectos más destacados en el sector agroalimentario y pesquero.

En 2023 las exportaciones del sector agroalimentario supusieron una cifra de 70.431 M€, lo que supone un 80,2 % más que en 2014. El saldo también ha crecido en dicho periodo, un 62,3 %, alcanzando el valor de 15.472 M€.

El valor de las exportaciones de los productos transformados alimentarios en 2023 fue de 46.629 M€, que suponen el 66 % del total de las exportaciones alimentarias en 2023, y el valor de las importaciones para el mismo año fue 32.780 M€ que suponen el 60 % de las importaciones alimentarias en 2023.

Ilustración 7. Evolución del comercio exterior agroalimentario y pesquero 2014-2023(M€).

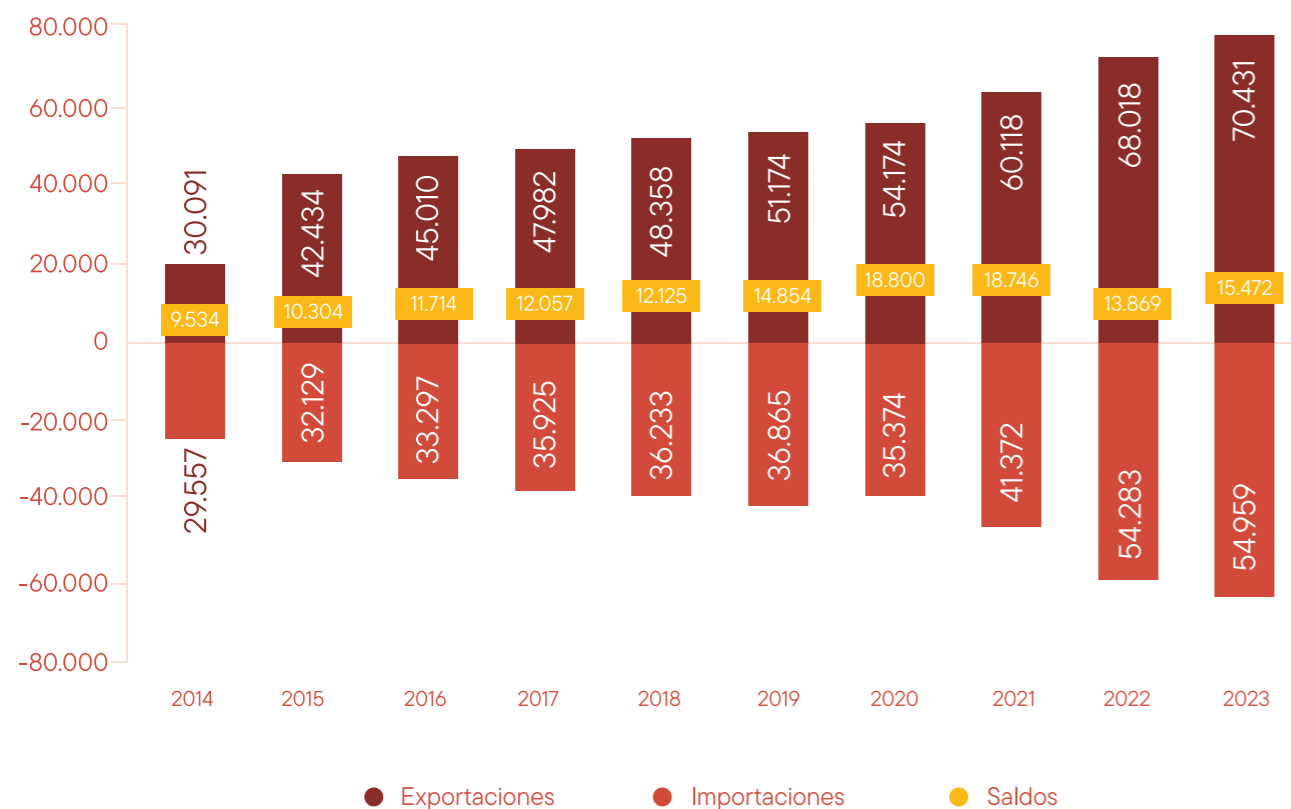


Tabla 25. Valor de las exportaciones, importaciones y saldo de productos transformados alimentarios 2021-2023 (M€) y variación 2023/2022 (%).

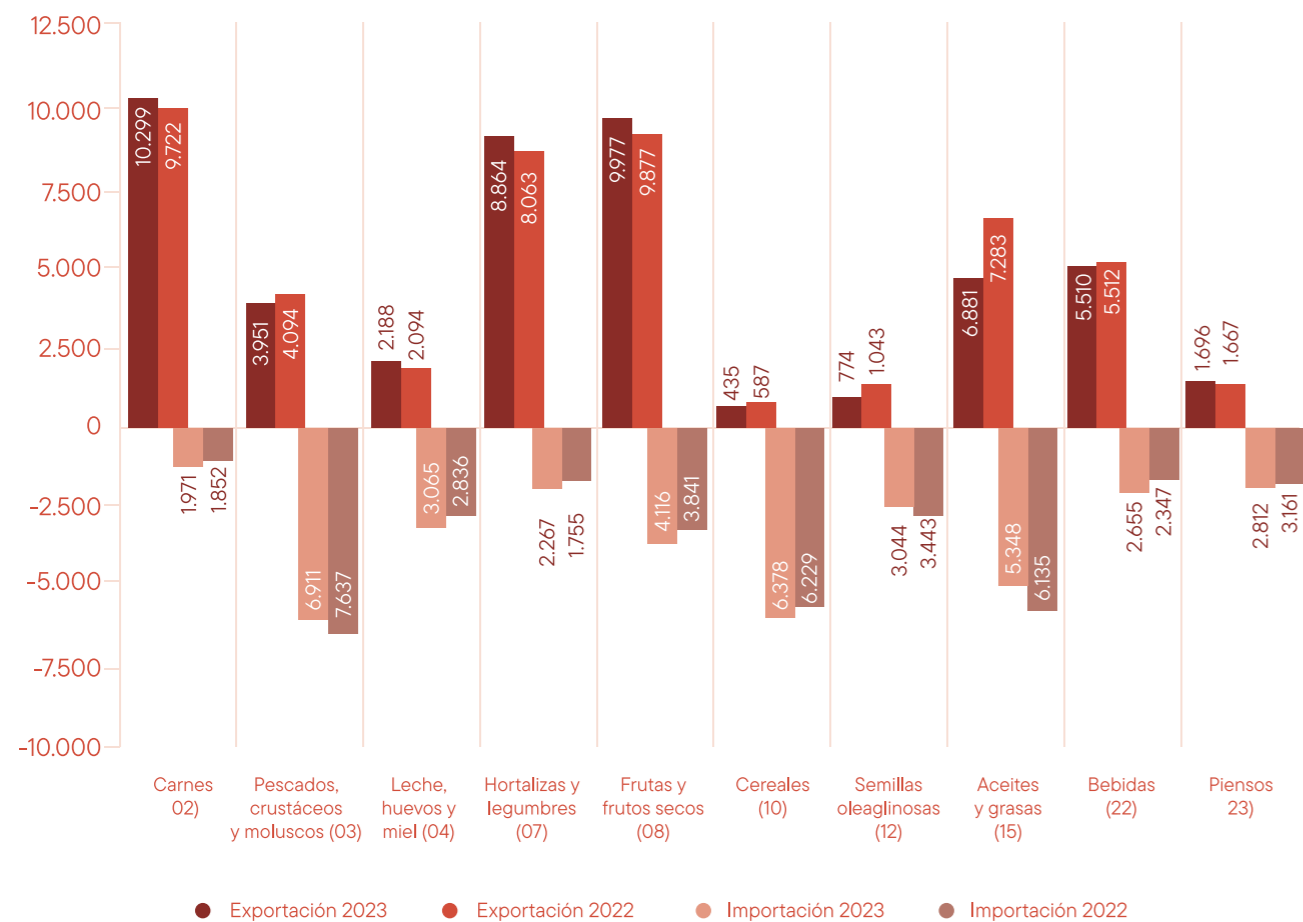
| Millones de euros | 2023 | 2022 | 2021 | Variación 23/22 % |
|-------------------|--------|--------|--------|-------------------|
| Exportaciones | 46.629 | 44.751 | 37.985 | 4,20% |
| Importaciones | 32.780 | 32.587 | 25.228 | 0,60% |
| Saldo | 13.850 | 12.164 | 12.757 | 13,90% |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Departamento de Aduanas e Impuestos especiales (AEAT)

05. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

Si se analiza el comercio exterior por grupos alimentarios, se constatan distintas tendencias en cuanto a exportaciones e importaciones. En el siguiente gráfico se muestran los datos acumulados de exportaciones e importaciones por subsectores correspondientes a 2022-2023.

Ilustración 8. Datos acumulados de exportaciones e importaciones por subsectores 2022-2023(M€).



La UE-27 es el principal socio comercial de España en comercio exterior agroalimentario: supone el 67,4 % de las exportaciones y el 52,7 % de las importaciones totales. Francia es el socio comercial más destacado.

Los Países Terceros representaron el 32,6 % de las exportaciones españolas y fueron el origen del 47,3 % de las importaciones, siendo Reino Unido el principal país destino de nuestros productos agroalimentarios y pesqueros.

Los principales orígenes de nuestras importaciones y los productos más importados de cada uno de ellos son los siguientes:

Brasil
(25,5 %)
Habas de soja,
Maíz y Tortas de
soja

Ucrania
(14,1 %)
Trigo, Maíz y Aceite
de girasol

Marruecos
(12,9 %)
Moluscos, Frutos
rojos y Legumbres

Estados Unidos
(11,1 %)
Habas de soja,
Maíz y Tortas de
soja

China
(9,5 %)
Grasas, Conservas
de pescado y
Pimienta

05. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

Las exportaciones de productos de la pesca, la acuicultura y sus transformados se envían a 145 países de los cinco continentes. Hay que mencionar que las ventas exteriores fueron a parar a los países de la Unión Europea, mientras que, en el caso de las importaciones, predominan las compras a terceros países como Marruecos o Argentina.

Dentro de este apartado, hay que destacar a la industria conservera y de transformación, donde la mayor parte de la producción se destina a la exportación.

De acuerdo con el último informe anual de Comercio Exterior del MAPA (2023) el **ranking de productos exportados e importados es el presentado en las siguientes tablas:**

Tabla 26. Ranking de principales productos exportados.

| | 2023 | M€ | Var. 2023/2022 | t | Var. 2023/2022 | €/kg | Var. 2023/2022 |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-------------------|-----------|-------------------|------|-------------------|
| 1 | Carne de porcino (02.03) | 6.295,33 | 7,76% | 1.918.607 | -8,05% | 3,28 | 17,19% |
| 2 | Aceite de oliva (15.09) | 4.148,40 | 1,11% | 684.493 | -35,90% | 6,06 | 57,73% |
| 3 | Cítricos (08.05) | 3.555,35 | -1,44% | 2.985.656 | -16,79% | 1,19 | 18,45% |
| 4 | Vino y mosto (22.04) | 2.964,23 | -2,58% | 2.118.594 | -2,58% | 1,40 | 0,00% |
| 5 | Otras hortalizas frescas (espárragos, pimientos, champiñones, aceitunas frescas, etc.) (07.09) | 2.882,38 | 9,63% | 1.663.143 | -1,45% | 1,73 | 11,24% |
| 6 | Frutos rojos, kiwi y caqui (08.10) | 2.049,16 | 1,75% | 630.072 | -2,72% | 3,25 | 4,60% |
| 7 | Productos de panadería, pastelería o galletería (19.05) | 1.872,03 | 19,54% | 653.970 | 6,91% | 2,86 | 11,82% |
| 8 | Preparaciones alimenticias (21.06) | 1.406,41 | 26,77% | 214.552 | -4,12% | 6,56 | 32,22% |
| 9 | Frutas de hueso (08.09) | 1.335,21 | 11,09% | 831.857 | 15,50% | 1,61 | -3,82% |
| 10 | Otras legumbres y hortalizas en conserva (20.05) | 1.319,39 | 6,85% | 664.710 | -8,45% | 1,98 | 16,71% |

| | | | | | | | |
|----|------------------------------------------------|----------|--------|---------|---------|------|--------|
| 11 | Preparaciones para alimentación animal (23.09) | 1.207,08 | 7,90% | 829.144 | -5,67% | 1,46 | 14,39% |
| 12 | Moluscos (03.07) | 1.180,11 | -6,84% | 230.916 | -5,22% | 5,11 | -1,71% |
| 13 | Tomates frescos o refrigerados (07.02) | 1.172,62 | 5,23% | 558.474 | -11,94% | 2,10 | 19,49% |
| 14 | Preparaciones y conservas de pescado (16.04) | 1.074,81 | 11,37% | 159.603 | -0,14% | 6,73 | 11,54% |
| 15 | Zumos (20.09) | 1.026,17 | 4,99% | 912.024 | -8,28% | 1,13 | 14,47% |

Centrando el análisis en los principales productos exportados, se observa que los más diversificados en cuanto a destinos son, Vino y Mosto, Carne de Porcino, Preparaciones alimenticias y Otras Legumbres y Hortalizas en conserva.

La Carne de porcino (1º en importancia en valor), disminuye significativamente la concentración de mercados, un 17,5 % inferior que en 2022. El 11,3 % del valor de sus exportaciones está concentrado en Italia, el 10,8 % en China y el 10,6 % en Francia.

El aceite de oliva (2º en importancia en valor) disminuye este año en concentración de mercados un 11,3 %. El 65,3 % del valor del aceite de oliva exportado tiene como destino Italia (23,1 %), Estados Unidos (15,4 %) y Francia (11,3 %).

Tabla 27. Ranking de principales productos importados.

| | 2023 | M€ | Var. 2023/2022 | t | Var. 2023/2022 | €/kg | Var. 2023/2022 |
|----|---------------------------------------------------------------|----------|-------------------|-----------|-------------------|------|-------------------|
| 1 | Trigo (10.01) | 2.622,68 | 51,09% | 9.636.176 | 93,96% | 0,27 | -22,10% |
| 2 | Maíz (10.05) | 2.472,42 | -29,26% | 9.162.943 | -18,82% | 0,27 | -12,85% |
| 3 | Moluscos (03.07) | 2.099,67 | -12,05% | 392.902 | -5,88% | 5,34 | -6,55% |
| 4 | Habas de soja (12.01) | 1.762,97 | -9,09% | 3.327.329 | 4,86% | 0,53 | -13,30% |
| 5 | Quesos y requesón (04.06) | 1.762,01 | 7,58% | 363.039 | 10,79% | 4,85 | -2,89% |
| 6 | Pescado fresco o refrigerado (03.02) | 1.389,91 | -1,05% | 230.136 | -5,12% | 6,04 | 4,29% |
| 7 | Crustáceos (03.06) | 1.330,40 | -13,81% | 194.007 | -2,70% | 6,86 | -11,42% |
| 8 | Café (09.01) | 1.290,37 | -6,14% | 340.600 | -9,53% | 3,79 | 3,74% |
| 9 | Azúcar de caña o remolacha (17.01) | 1.225,17 | 50,27% | 1.534.971 | 8,16% | 0,80 | 38,92% |
| 10 | Aceite de palma (15.11) | 1.158,93 | -12,40% | 1.163.242 | 8,12% | 1,00 | -18,98% |
| 11 | Preparaciones alimenticias (21.06) | 1.132,04 | 9,89% | 215.174 | -4,82% | 5,26 | 15,46% |
| 12 | Aceite de oliva (15.09) | 1.131,02 | 56,08% | 213.305 | -2,33% | 5,30 | 59,80% |
| 13 | Preparaciones y conservas de pescado (16.04) | 1.070,95 | -5,17% | 196.206 | -12,05% | 5,46 | 7,83% |
| 14 | Filetes de pescado frescos, refrigerados o congelados (03.04) | 1.063,69 | -7,42% | 194.033 | -5,50% | 5,48 | -2,03% |
| 15 | Productos de panadería, pastelería o galletería (19.05) | 1.036,38 | 9,07% | 335.276 | -0,39% | 3,09 | 9,49% |

En relación con los principales productos importados, la concentración de los mercados de origen es algo mayor que en las exportaciones.

Las habas de soja (4º en valor) y el Aceite de Palma (10º en valor) son los dos productos con mayor concentración en el origen de sus importaciones. El 48,4 % del valor total importado de haba de soja tiene su origen en Brasil y el 47,5 % procede de EE. UU., entre ambos suman el 93,6 %. El 58,2 % del Aceite de Palma se importa de Indonesia y el 14,1 % de Guatemala.

Entre los tres productos de mayor importancia en el valor de las importaciones (Trigo, Maíz y Moluscos), el menos concentrado son los Moluscos (1.473). El 40 % del Maíz proviene de Ucrania y el 23,6 % de Brasil. Respecto al Trigo, el 39,9 % proviene de Ucrania y el 14,6 % de Francia.

Por último, el producto con mayor diversificación de orígenes es el pescado fresco, si bien presenta una trayectoria de concentración en los últimos años. El 24,1 % del valor importado procede de Suecia y el 13 % de Grecia.

5.1.1.

Mujeres

En el medio rural español residen aproximadamente 3,69 millones de mujeres, que suponen el 49,12 % de la población de los municipios rurales.

Sin embargo, la representatividad de las mujeres en las actividades económicas como la agraria es significativamente menor: suponen algo menos de la tercera parte de las personas que se dedican a la rama agraria. Según el Censo Agrario de 2020 (INE 2022) el 32 % de las personas que son titulares de explotación son mujeres, y el 29,92 % son jefas de explotación y titulares.

Por otra parte, las industrias de alimentación y fabricación de bebida aglutinan a 594.100 personas, de las cuales las mujeres suponen un 39,15 % de las personas activas en la primera y un 32,14 % en la segunda. Es destacable que la proporción de mujeres en la industria de la alimentación es más elevada que en el conjunto de la industria manufacturera donde suponen un 28,76 %.

En las cooperativas agroalimentarias el 45 % del empleo es femenino.

Las mujeres representan el 28,3 % de la base social, el 10,1 % de la composición de los consejos rectores, el 4,8 % ostentan la presidencia y un 14,3 % puestos de dirección.

El MAPA trabaja para **mejorar la representación de las mujeres en el sector agrario y rural**, y aumentar su participación en puestos directivos. Una de las iniciativas clave es la Ley 35/2011, sobre de titularidad compartida de las explotaciones agrarias, con 1.361 explotaciones inscritas y ayudas concedidas a 1.060 explotaciones en 2024.

El MAPA también ofrece **subvenciones a Asociaciones de Mujeres Rurales** para jornadas formativas y promueve el emprendimiento femenino en el medio rural, apoyando proyectos y creando redes de apoyo.

Además, el MAPA convoca los **Premios de la Excelencia a la Innovación para Mujeres Rurales** y organiza el **Programa Crecemos Juntas con Caixabank**, que incluye formación, mentorización y networking para emprendedoras rurales.

El 49,12 % de la población de los municipios rurales son mujeres.



5.1.12.

Innovación y digitalización como retos del futuro

El gasto en Investigación y Desarrollo (I+D) interno en España ascendió en 2023 a 22.379 millones de euros, lo que supone el 1,49 % del Producto Interior Bruto, todavía lejos del objetivo de llegar a un 3% en 2030 que es el compromiso adquirido por el Gobierno de España en línea con la Comisión Europea. En lo que se refiere a la parte de este gasto que corresponde a las empresas del sector agroalimentario, se eleva a 389 millones de euros que, si bien es un 10 % más que en 2022, solo supone el 3 % del total de gasto de las empresas en España.

Tanto desde el sector público como desde el privado hay que colocar la inversión en I+D+i del sector agroalimentario al nivel de su desempeño económico y exportador, y al nivel de excelencia de nuestro país tanto en ciencias agrarias, como en ciencia y tecnología agroalimentaria.

España ha sido, a la luz de los primeros años de ejecución de la política europea de I+D+i (Horizonte Europa), el país con mayor retorno²⁸ en el ámbito de la bioeconomía, alimentación, recursos naturales, agricultura y medioambiente (clúster 6) que junto con los éxitos en la misión suelos, la misión océanos y el partenariado de la bioeconomía circular supone que diferentes entidades españolas han recibido subvenciones por valor de 415,2 millones de euros. Por tanto, en España se ha recibido el 17 % del total de los fondos de todo el Pilar II Desafíos globales y competitividad industrial europea. También ostenta la primera posición en el clúster de clima y en el de industria y en el programa de ecosistemas europeos de innovación.

²⁸ Datos del CDTI de noviembre de 2024, sobre el desempeño de España en el período 2021-2023. <https://www.horizonteeuropa.es/espana-es-el-tercer-pais-que-mayor-subsuencion-ha-conseguido-en-los-primeros-anos-de-horizonte>



Destaca especialmente el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 6ª institución pública mundial de investigación²⁹, y primera española en retornos en el clúster de alimentación, bioeconomía, recursos naturales y agricultura y medioambiente de Horizonte Europa, en el que también hay otras entidades con una posición destacada como son la Agencia Estatal de Investigación, Natac Biotech, AZTI, la Universidad de Vigo, el CDTI, la Universidad Politécnica de Valencia, y el centro tecnológico Tecnalia.

En cuanto a la innovación directamente relacionada con las necesidades básicas y estratégicas del sector agroalimentario, España ha sido durante el periodo de programación de la PAC 2014-2022, el primer país en número de proyectos innovadores ejecutados por grupos operativos de la Asociación Europea para la Innovación para la Productividad y Sostenibilidad Agrícola, cofinanciados por el FEADER. Más de 700 proyectos se han implementado, tanto en el marco del Programa Nacional de Desarrollo Rural, como de los Programas de Desarrollo Rural ejecutados por las CC.AA., destacando las iniciativas apoyadas por Cataluña, Andalucía, Extremadura, País Vasco y Galicia. Se puede encontrar información sobre todos ellos en la Plataforma de Asesores AKIS³⁰.

España ha sido durante el periodo 2014-2022, el primer país en número de proyectos de innovación directamente relacionada con el sector Agroalimentario.

Por otro lado, con la Ley 28/2022, de Fomento del Ecosistema de las Empresas Emergentes, más conocida como “Ley de *Start-ups*”³¹, se están sentando las bases para el fomento de la creación y crecimiento de estas empresas y el apoyo de las mismas, vía inversión en innovación. Esta ley incorpora criterios de garantía rural, para asegurar que las zonas reales puedan también atraer a estas personas emprendedoras, su personal, jóvenes empresas o nómadas digitales. Con este trasfondo en materia de innovación *agrifoodtech*, España se mantiene como un ecosistema prolífico, con 420 *start-ups* identificadas en 2023³², en especial en aplicaciones de biotecnología o *agrifoodTIC*, lo que muestra una relativa estabilidad en comparación con las cifras de 2022. El auge de los *hubs* de innovación, parques tecnológicos y la trayectoria de los centros tecnológicos, especialmente del sector agroalimentario, son las claves para reforzar este ecosistema a futuro, generando soluciones que se alineen con las demandas de las personas consumidoras (alimentos más sanos, con menos aditivos, nutrición personalizada, alimentos a base de proteínas vegetales) y del sector agroalimentario (hardware y servicios para la agricultura y ganadería de precisión, para aplicaciones de inteligencia artificial y trazabilidad garantizada en toda la cadena, para sistemas de riego e industria 4.0, y aprovechamiento de marcos seguros de economía del dato como los espacios de datos sectoriales).

²⁹ Memoria del CSIC 2023. <https://www.csic.es/sites/default/files/2024-08/memoria-csic-2023.pdf>

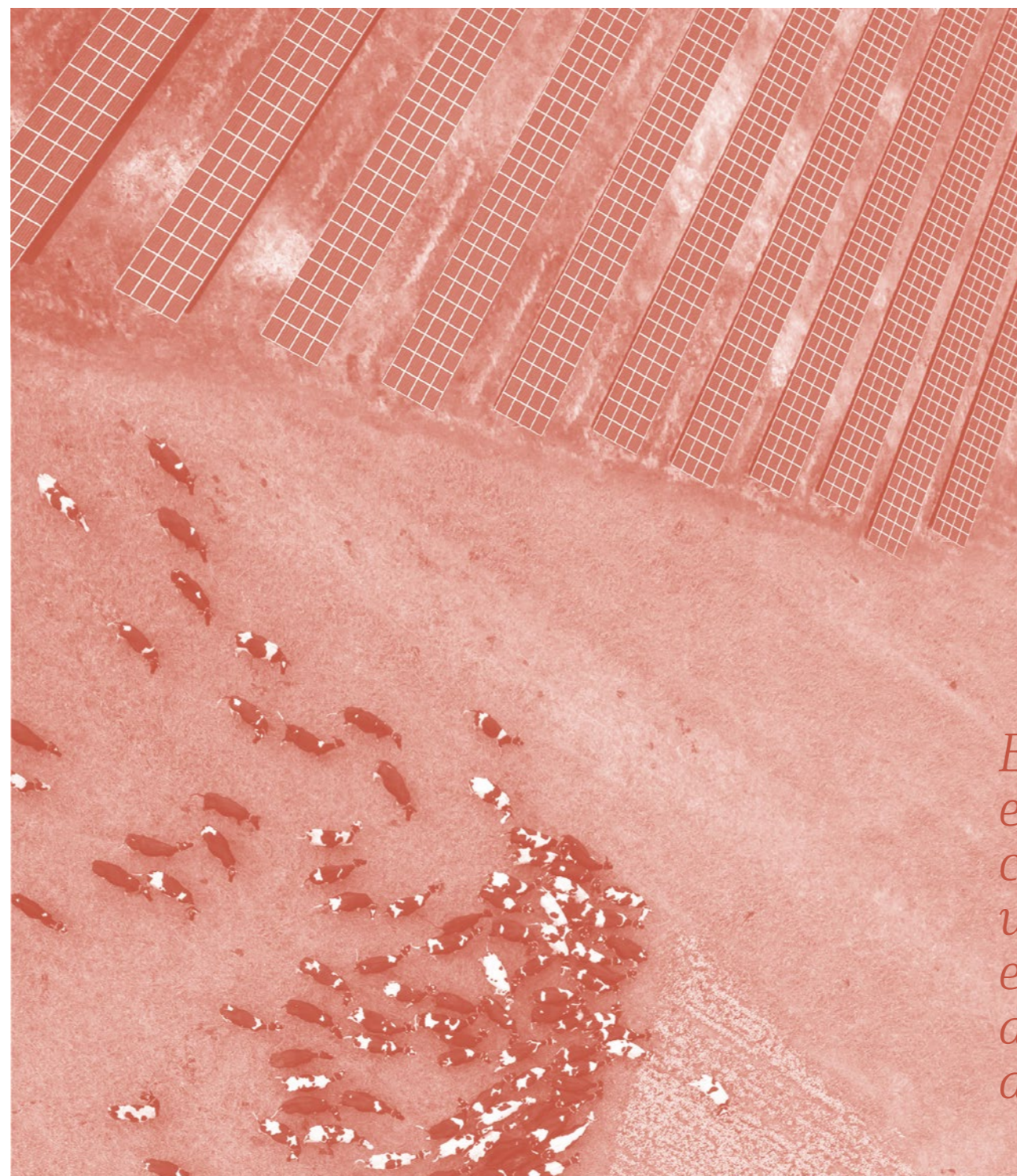
³⁰ Plataforma Asesores AKIS. <https://akisplataforma.es/proyectos>

³¹ Ley 28/2022, de fomento del ecosistema de las empresas emergentes. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-21739>

³² ICEX. cuarto informe sobre el sector Foodtech en España <https://www.investinspain.org/content/dam/icex-invest/documentos/publicaciones/sectores/industria-agroalimentaria/Informe%20Food%20Tech%20in%20Spain.pdf>

En materia de digitalización, España³³ destaca en cuanto a infraestructuras, donde se constata que en los últimos años se está cerrando velozmente la brecha de conectividad urbano-rural pero, aunque se van escalando posiciones, debe mejorar más rápido en cuanto a la digitalización de PYMES (el porcentaje de PYMES con un nivel básico de intensidad digital está ligeramente por debajo de la media de la UE, 68 % frente al 69 %) en general, y de PYMES agroalimentarias en particular. En el sector primario de producción vegetal, todavía son pocas las personas que emplean herramientas digitales³⁴ cifrándose en un 13 % de las explotaciones las que las tienen para soluciones de riego, un 8 % para alertar de la presencia de plagas y enfermedades y un 7,7 % para la fertilización.

Por su parte en ganadería, si bien un 73,4 % de las granjas tienen alguna acción automatizada (distribución del alimento, control de las condiciones ambientales de la explotación, seguimiento de animales o limpieza) se está lejos de que predomine un nivel de madurez digital avanzado. En la industria agroalimentaria, la brecha está entre las grandes y pequeñas industrias³⁵ en todos los indicadores (nivel de digitalización, uso de soluciones basadas en Inteligencia Artificial, etc.). Como en otros sectores por tanto la digitalización debe democratizarse facilitando su adopción por autónomos, pymes, explotaciones e industrias familiares pequeñas, logrando que sea económica y socialmente inclusiva. Para ello si bien la PAC puede jugar un papel, este es limitado, a la luz al menos del PEPAC actual³⁶, y habrá que practicar una transversalización territorial rural y atender las especificidades del sector agroalimentario (donde es más acusada la dispersión, la brecha también por edad, y de género).



En este sentido la Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y Forestal³⁷ impulsada por el Gobierno desde 2019, no ha perdido vigencia, y urge más que nunca desplegar todo su potencial para que sea una pieza integradora de otras políticas que se impulsan desde muchos Departamentos Ministeriales, alineadas además con políticas europeas clave como el *Digital Europe Programme*, o los fondos del mecanismo de recuperación y resiliencia para avanzar en la tan necesaria doble transición ecológica y digital en el sector agroalimentario y en las zonas rurales.

España, un ecosistema prolífico, con 420 start-ups, en especial en aplicaciones de biotecnología y agrifoodTIC.

³³ Informe Década Digital España. 2023 <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/98668>

³⁴ Estudios del Observatorio de Digitalización del Sector Agroalimentario. Análisis del estado actual de la digitalización del sector agroalimentario español. 2023. (https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/innovacion-medio-rural/estudio_3def_tcm30-655779.pdf) y "La transformación digital del sector agroalimentario vista por sus profesionales" 2024 https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/innovacion-medio-rural/jun-2024-observatorio-transformacion-digital_tcm30-684019.pdf

³⁵ Encuesta sobre el uso de TIC y del comercio electrónico en las empresas 2023.

³⁶ El indicador de resultados R.3. del PEPAC español establece en menos de un 3 % la cifra de explotaciones que se benefician de ayuda para la agricultura digital, tanto en la versión inicial, como tras las modificaciones aprobadas. https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/plan-estrategico-v21_tcm30-659518.pdf

³⁷ <https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/innovacion-medio-rural/digitalizacion/estrategia.aspx>

5.1.13.

La distribución alimentaria: Comercio mayorista y Comercio minorista

La distribución juega un papel esencial en la cadena alimentaria, garantizando el abastecimiento y el acceso a productos de calidad para las personas consumidoras, sensibilizando en materia de consumo responsable. Asimismo, Este sector ha demostrado su consolidación en momentos de crisis, como la provocada por la pandemia de COVID-19, por adversidades climáticas como la DANA que recientemente afectó a varios municipios del levante, o por tensiones comerciales en materia de transporte.

La distribución alimentaria en España es un ejemplo de eficiencia y capilaridad, con más de 180.000 empresas activas en el sector, tanto mayoristas como minoristas, representa el 13 % del PIB nacional y genera el 17 % del empleo.

Comercio mayorista

El comercio mayorista en España cuenta con una Red Pública de Mercados Mayoristas, gestionada por MERCASA, es la mayor del mundo, con 24 unidades que manejan 8,9 millones de toneladas de productos frescos al año, lo que representa el 1,56 % del PIB.

El 70 % de las frutas y hortalizas, el 80 % de las carnes y el 65 % de los pescados y mariscos que se venden desde la Red de Mercas son de origen nacional, lo que impulsa la comercialización de la producción agrícola, ganadera y pesquera de España. Además, asegura que los alimentos lleguen a todos los rincones de España, desde grandes ciudades hasta pequeñas localidades rurales, fomentando la cohesión territorial, contribuyendo a la estabilidad del mercado, la competencia en los precios y la comercialización de la producción nacional.

Las actividades de distribución comercial cuentan con la finalidad última de asegurar el abastecimiento de productos frescos, especialmente los alimentarios, a las personas consumidoras. Durante los dos últimos años, caracterizados por los efectos de la pandemia de la COVID-19, el comercio y las actividades distributivas han sido consideradas como esenciales para la sociedad. Este papel se ha visto refrendado en situaciones de emergencia como la DANA en el territorio de la Comunidad Valenciana.

Comercio minorista

Con carácter general, en el conjunto de la estructura distributiva se advierte una significativa participación de las actividades minoristas de alimentación. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 19,4 % se asocia al comercio de alimentos y bebidas en establecimientos especializados conforme a los datos del DIRCE que elabora el INE; revisando el número de locales, se estima que existen en torno a 98.426 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas. Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que en España hay 2,0 locales comerciales especializados en comercio de alimentación y bebida por cada 1.000 habitantes. En cuanto a las comunidades autónomas, destaca una dotación por encima de la media en los casos, por ejemplo, de País Vasco (2,7 locales/1.000 habitantes) y Castilla y León (2,4 locales/ 1.000 habitantes).

La distribución ha demostrado su consolidación en momentos de crisis.

Tabla 28. Principales magnitudes del comercio al por menor de alimentos y bebidas en establecimientos especializados.

| | |
|-------------------------------------------|------------|
| Nº Empresas | 95.450 |
| Cifra de negocios (miles €) | 26.177.550 |
| Valor de la producción (miles €) | 6.804.725 |
| Inversión en activos materiales (miles €) | 144.156 |
| Personal ocupado (media anual) | 241.043 |
| Personal remunerado (media anual) | 152.222 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2024)

Los establecimientos de libre servicio han aumentado su cuota de mercado durante los últimos años incrementando el número de establecimientos y la superficie de venta. En 2023, se contabilizaron 24.129 establecimientos de libre servicio (512 hipermercados y 23.617 supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 14.820.682 m².

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libre servicio en Andalucía (18,0%), Cataluña (16,5%), Comunidad Valenciana (12,2%) y Comunidad de Madrid (11,5%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (375,5 m²/1.000 habitantes), Cantabria (364,8 m²/1.000 habitantes), Galicia (358,9 m²/1.000 habitantes), La Rioja (339,5 m²/1.000 habitantes) y Comunidad Valenciana (339,1 m²/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (244,3 m²/1.000 habitantes), País Vasco (291,5 m²/1.000 habitantes), Murcia (292,1 m²/1.000 habitantes), y Aragón (294,1 m²/1.000 habitantes).

Tabla 29. Establecimientos en régimen de libre servicio.

| ESTABLECIMIENTOS | Nº | Superficie total | | Superficie de alimentación (*) | |
|-----------------------------|---------------|-------------------|-------------|--------------------------------|-------------|
| | | m ² | % | m ² | % |
| HIPERMERCADOS | 512 | 1.857.522 | 12,5 | 928.761 | 8,2 |
| Hipermercado pequeño | 212 | 445.737 | 3,0 | 222.869 | 2,0 |
| Hipermercado grande | 300 | 1.411.785 | 9,5 | 705.893 | 6,2 |
| SUPERMERCADOS | 23.617 | 12.963.160 | 87,5 | 10.370.528 | 91,8 |
| Hasta 399 m ² | 13.050 | 2.467.849 | 16,7 | 1.974.279 | 17,5 |
| De 400 a 999 m ² | 5.371 | 3.601.475 | 24,3 | 2.881.180 | 25,5 |
| Más de 1000 m ² | 4.836 | 6.893.836 | 46,5 | 5.515.069 | 48,8 |
| TOTAL | 24.129 | 14.820.682 | 100 | 11.299.289 | 100 |

(*) Se ha considerado la superficie que, según el tipo de establecimiento, se dedica a productos de alimentación y bebida (hipermercados: 50% y supermercados 80%)

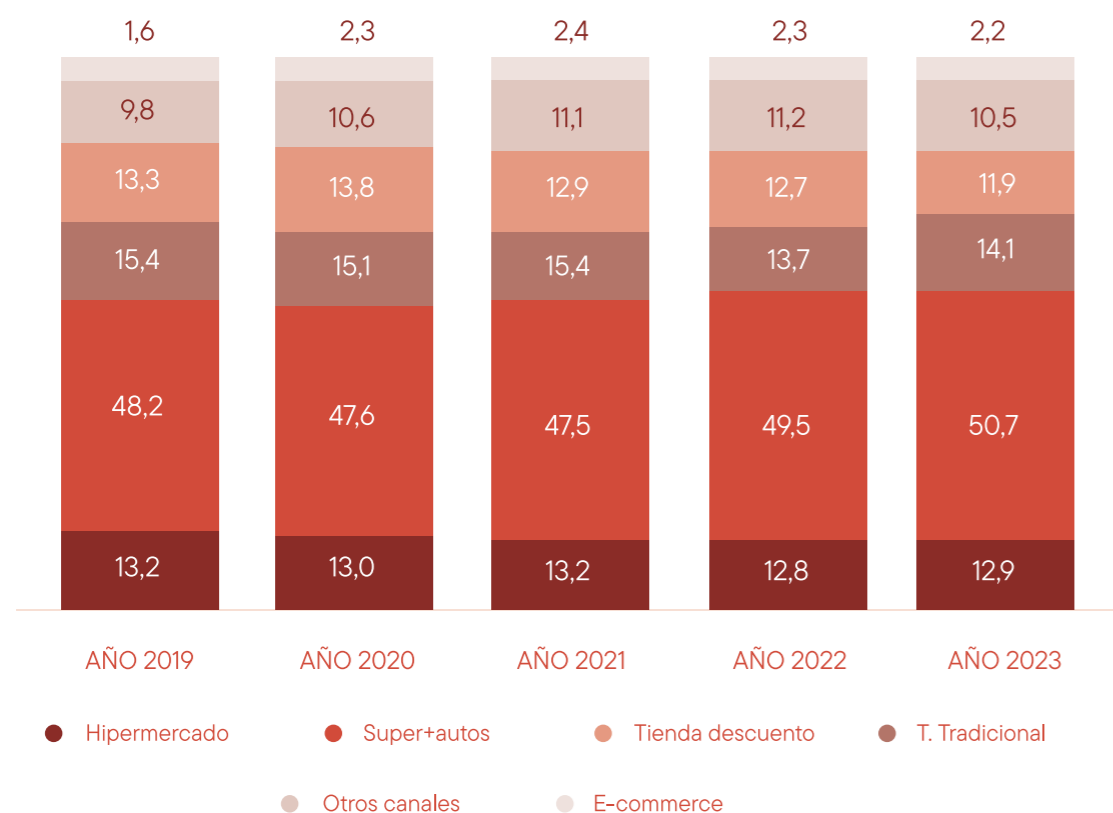
Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024)

Los establecimientos de libre servicio han aumentado su cuota de mercado durante los últimos años incrementando el número de establecimientos y la superficie de venta.

05. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

La distribución organizada evoluciona mejor que la tradicional, de esta manera las cinco cadenas que lideran la distribución española en 2023 ya suman en su conjunto más de la mitad (51 %) de la cuota del mercado de la distribución española.

Ilustración 9. Alimentación dentro del hogar. Cuota de mercado de los canales de compra. Fuente: Informe Anual de Consumo Alimentario 2023.



A cierre de 2023 y para profundizar en el consumo de alimentos desde la perspectiva de las plataformas de distribución, el canal supermercado y autoservicio es el preferido por los hogares para la compra de alimentación y bebidas para el abastecimiento doméstico, ya que se reparten el 50,7 % del volumen de alimentación. Así pues, el volumen adquirido en estas plataformas se incrementa con respecto al año 2022. Dentro del supermercado y autoservicio existe una desigualdad entre la proporción

de productos frescos o no que se distribuyen. Es decir, este canal mantiene una proporción del 38,8 % de la alimentación fresca a nivel total España, siendo su correspondencia sobre el tipo de alimentación seca, envasada o no fresca del 57,9 % sobre el total. En términos evolutivos los dos tipos de alimentación fresca y no fresca crecen y ganan volumen con crecimientos muy desiguales del 5,8 % para el tipo de alimentación fresca y del 0,5 % para el tipo de alimentación que es no fresca.

El segundo canal con mayor proporción de compras del mercado es la tienda descuento, con una participación del 14,1 % en el volumen total de la alimentación. Este canal también cierra con datos positivos, ya que genera un 1,7 % de volumen adicional con respecto al año 2022. El incremento en volumen del canal se produce de manera transversal independientemente del tipo de alimentación con un aumento en el tipo de alimentación fresca de un 4,7 % y de un 0,5 % si tenemos en cuenta el tipo de alimentación no fresca. Por su parte, la dimensión de uno y otro tipo es del 11,1 % del total del volumen de España en alimentación fresca, mientras que esta proporción aumenta al 15,8 % sobre el total del resto de productos de alimentación.

El hipermercado ocupa el tercer lugar por orden de importancia, distribuyendo el 12,9 % del volumen total de la alimentación, en cuanto a estructura de mercado, similar al del año anterior, donde el canal tenía un 12,8 %. Si se desagrega por sector de alimentación, el canal participa en un 8,2 % con los alimentos frescos siendo su evolución positiva con un incremento del 3,8 %. Por su parte, el hipermercado es responsable del 15,7 % del resto de productos de alimentación sobre el total del mercado, siendo su evolución negativa y perdiendo un 1,2 % de volumen con respecto a 2022.

La tienda tradicional, también considerada como canal especialista o canal de cercanía, es responsable de distribuir el 11,9 % del volumen de la alimentación a cierre de 2023, cediendo participación, pues pierde el 7,0 % del volumen de compras con respecto a hace un año. Por tanto, se puede decir que una caída en la compra dentro de estas plataformas es el motivo por el cual cae ligeramente el consumo. La tienda tradicional, a diferencia del mercado, representa más volumen en el tipo de alimentación fresca que del resto de alimentación, siendo su proporción muy desigual (27,9 % y 2,2 %, respectivamente). Además, pierde volumen en cualquiera de los dos tipos, con descenso del 7,3 % para los alimentos frescos y del 5,2 % en el resto de los productos.

El canal e-commerce, representa el 2,2 % de las compras totales de alimentación en España, a cierre de año 2023 su demanda se contrae a un ritmo superior al del mercado (5,7 % vs. 0,4 %). Este canal mantiene una proporción de distribución sobre el total del 1,2 % de la alimentación fresca y del 2,7 % del resto de alimentación. Al igual que las plataformas dinámicas, la evolución es positiva para los alimentos frescos (4,1 %) mientras que retrocede para el resto de los alimentos (8,0 %).

5.1.14.

La Hostelería³⁸

El sector de la hostelería y la restauración en España desempeña un papel crucial en el consumo de alimentos y bebidas, destacándose tanto a nivel nacional como internacional. Este sector actúa como un escaparate privilegiado de la riqueza gastronómica española y es esencial para la vida social y cultural del país. La experiencia de consumir en restaurantes, bares y cafeterías es parte integral de la vida cotidiana de la población española y un atractivo para los millones de turistas que visitan España anualmente. En 2023, más de 90 millones de visitantes llevaron consigo la excelencia de la gastronomía española.

Este sector también contribuye significativamente a la expansión de la cultura culinaria española a nivel global, impulsando las exportaciones agroalimentarias y posicionando a España como un actor relevante en el mercado internacional. Productos emblemáticos como el aceite de oliva, los embutidos y los vinos españoles están ganando popularidad en todo el mundo, siendo el aceite de oliva un producto de alto valor desde el punto de vista de la salud.

Aunque el consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar representa solo el 15 % del total, su valor económico es considerable, alcanzando aproximadamente el 30 % del gasto total. En 2023, este gasto fue de 34.941,69 millones de euros. Los establecimientos de restauración son los lugares preferidos tanto por los españoles como por los turistas para disfrutar de la gastronomía, concentrando el 71 % del consumo fuera de casa. Las celebraciones y reuniones familiares o de amigos son las principales ocasiones para comer fuera del hogar.

³⁸ Fuente: Hostelería de España

05. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

El sector de la hostelería en España es fundamental no solo para la economía nacional, sino también para la preservación y promoción de la tradición gastronómica y la cultura culinaria española a nivel internacional.

En 2023, la hostelería en España mantuvo más de 300.000 establecimientos, empleando a 1,7 millones de trabajadores y trabajadoras y generando una facturación de 157.379 millones de euros, lo que representa el 6,7 % del PIB nacional. Este sector ha demostrado ser una parte importante y estable de la economía española, recuperando su peso económico tras la pandemia. La contribución de la hostelería al PIB en 2023 se desglosa en un 4,8 % de los servicios de restauración y un 1,9 % del alojamiento.

En comparación con 2022, la cifra de negocios de la hostelería creció un 11,9 %, superando los niveles de 2019. El alojamiento creció un 17,2 %, mientras que la restauración aumentó un 9,4 %. Ajustado por inflación, el crecimiento en volumen fue más moderado: 4,3 % en hostelería, 8,4 % en alojamiento y 2,7 % en restauración.

El sector de la hostelería y la restauración en España desempeña un papel crucial en el consumo de alimentos y bebidas, destacándose tanto a nivel nacional como internacional



El año **2024 comenzó con un buen ritmo de crecimiento, con incrementos de facturación a doble dígito** en comparación con 2023, aunque este dinamismo se fue moderando a medida que avanzaba el año. El alojamiento ha presentado un impulso superior, favorecido por su dependencia estacional, y los récords en cifras de turismo, mientras que la restauración ha mostrado un crecimiento más estable.

La **temporada de verano, fue menos favorable de lo previsto**, especialmente en cuanto al gasto, **pese al dinamismo del turismo internacional**, concentrado sobre todo en el transporte y el alojamiento, lo que redujo la capacidad del gasto destinado a bares, restaurantes y ocio nocturno. **Entre enero y septiembre** la facturación de las actividades de hostelería ha supuesto un **aumento de un 8,1 %** respecto al mismo período de 2023, aunque al eliminar el impacto de la inflación, el alza se sitúa **en torno al 2,5 %, según los indicadores de producción**. En **restauración** el incremento es de un **7,1 %**, mientras que en el **alojamiento** el impulso es más acusado, con un aumento de un **10 %**, que con el efecto de los precios se sitúa en un **2,2 % y 2,7 %**, respectivamente.

Los bares suponen el mayor porcentaje de los locales

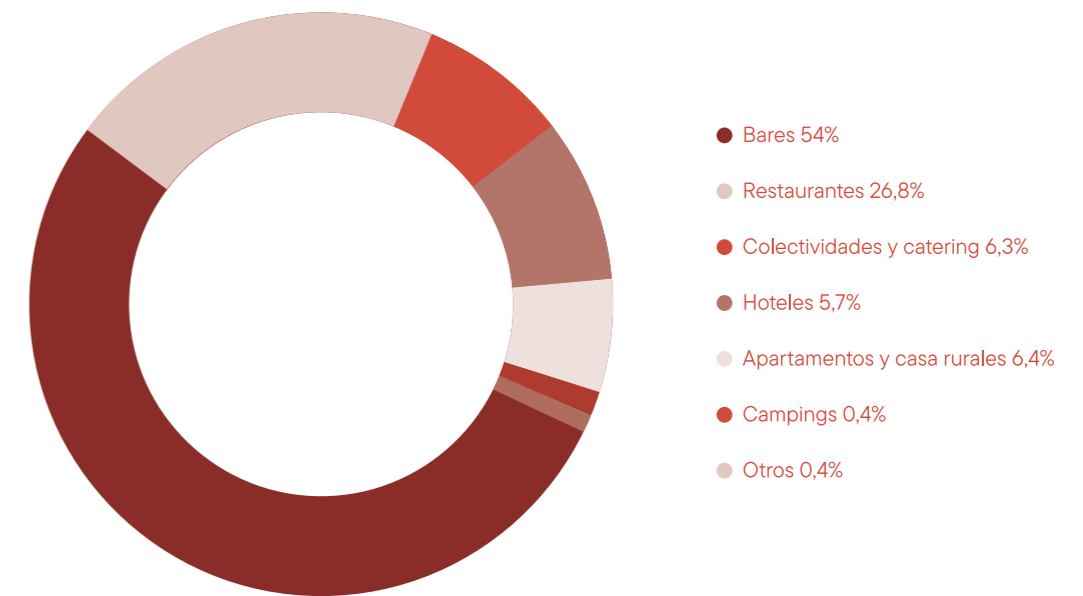
Dentro del total de la hostelería, los establecimientos de restauración son los que más representación tienen, con el 87 % del total, contabilizándose en 2023 cerca de 263.600 locales. La mayor parte son microempresas, el 96% tiene menos de 10 asalariados. La producción del subsector de restauración fue de 111.942 millones de euros.

Los bares son los más numerosos dentro del grupo de restauración, y aunque debido a un ajuste realizado por el INE, los datos de 2023 no son comparables con los de años anteriores, se observa que llevan varios años en descenso. Suponen el 54 % de los establecimientos del conjunto del sector hostelero y es el que presenta mayor heterogeneidad respecto a los locales que lo integran. Su producción fue de 39.542 millones de euros en 2023.

Por detrás en volumen se sitúan los restaurantes que suman en 2023 más de 81.000 establecimientos, con un peso de estos locales en el conjunto de la hostelería cercano al 27 %. Este subsector supone el mayor porcentaje de la producción, sumando algo más de 58.700 millones de euros. El fuerte crecimiento de la producción en los últimos años puede explicarse en parte por el auge de este tipo de establecimientos, que suponen una mayor facturación, frente al descenso continuado de los bares, con menores ingresos, unido a los fuertes incrementos de precios.

El grupo de colectividades y catering supone el 6,3 % de los locales hosteleros con cerca de 19.000 establecimientos y una producción de 13.700 millones de euros.

Ilustración 10. Distribución de establecimientos en hostelería.



En España, el sector de hostelería se caracteriza por ser uno de los sectores económicos con mayor potencial y capacidad de generación de empleo.

La hostelería marca récord de trabajadores

En España, el sector de hostelería se caracteriza por ser uno de los sectores económicos con mayor potencial y capacidad de generación de empleo. La media de empleo alcanzado en hostelería respecto al conjunto de la población ocupada española llega al 8,3 % en 2023 y es la rama predominante en el sector turístico, concentrando más de un 64 % de personas ocupadas en ese sector.

En concreto, el conjunto del sector de la hostelería superó 1,76 millones de trabajadores ocupados en 2023 de los 21,2 millones de toda la economía del país. Esto supone 90.000 trabajadores más que en 2022, de los 634.700 generados por el conjunto de la economía nacional, según los datos de ocupación de la Encuesta de Población Activa (EPA) del INE. Representa una variación anual del 5,4 %, por encima del aumento de la media nacional (3,1 %). En los meses de verano (julio y agosto) se superó por primera vez la cifra de 1,9 millones de trabajadores.

La mayor parte del empleo corresponde al subsector de restauración, que en 2023 representó el 75% del empleo hostelero, con más de 1,3 millones de personas trabajadoras. El 25 % restante pertenece a las actividades de alojamiento donde se superan los 400 mil personas ocupadas. El empleo aumentó en las dos ramas de actividad hostelera con un mayor crecimiento en el subsector de alojamiento, donde subió un 5,8 %, mientras que en restauración el alza fue de un 5,3 %.

Si se hace un análisis de cierre del 2024 el **empleo** ha seguido una tendencia positiva, similar a la del año pasado, con cifras récord de personas trabajadoras. Supone un aumento en el conjunto de las actividades hosteleras del 3,7 % respecto a los mismos meses de 2023, superándose **1,9 millones de trabajadores durante cinco meses consecutivos**, que han supuesto la incorporación de 66.000 personas trabajadoras adicionales respecto al año anterior. Las actividades de alojamiento presentan un mayor incremento porcentual, de un 5,7 % respecto al año anterior (+22.000), mientras que en restauración el alza es de un 3,2 %, con 45.000 personas trabajadoras más.

Avance de las perspectivas de 2025

De cara a 2025, el sector continuará viéndose influido por factores económicos clave, como la inflación, los costes operativos y las fluctuaciones en el poder adquisitivo de las personas consumidoras. En un escenario favorable, donde se mantenga la estabilidad de la demanda y la moderación de los precios, las perspectivas para el sector son optimistas.

Se espera que la hostelería siga manteniendo su fortaleza, impulsada por el peso del turismo, la digitalización de los servicios y la capacidad de adaptación a las nuevas condiciones económicas y sociales. El sector seguirá creciendo, aunque manteniendo la tendencia de estabilización, por lo que se espera una evolución más moderada que en 2024, con un crecimiento anual estimado entre el 3 y 4 %.

05. ESPAÑA POTENCIA ALIMENTARIA

Las personas consumidoras de 2025 serán más conservadores en cuanto al gasto, buscando racionalizarlo, pero, al mismo tiempo, demandarán experiencias más especializadas y diferenciadas cuando decidan salir. El sector tendrá que ofrecer valor añadido, proporcionando no solo productos y servicios, sino experiencias únicas que justifiquen el gasto. La capacidad de adaptación a un consumidor más exigente será clave para seguir siendo competitivo.

En este contexto, uno de los principales retos será continuar mejorando la profesionalización y cualificación de las personas trabajadoras, lo que permitirá a los negocios ofrecer un servicio de mayor calidad y cumplir con las expectativas de las personas consumidoras. Además, el sector debe seguir avanzando en aspectos como la sostenibilidad, la digitalización y la innovación, para adaptarse a los nuevos hábitos de consumo. La integración de tecnologías emergentes y el compromiso con prácticas más sostenibles no solo son tendencias que responden a las exigencias del mercado, sino que también representan una ventaja competitiva importante para los negocios que logren diferenciarse en estos aspectos.



5.1.15.

La gastronomía española

La gastronomía española, reconocida a nivel mundial, además de uno de los principales atractivos del país, es un sector con un impacto significativo en la economía española y un elemento fundamental en nuestra identidad cultural y turística. La creatividad de los chefs españoles, la calidad de los productos y la variedad de la cocina regional han convertido a España en un destino gastronómico de primer orden.



El ecosistema asociado a la gastronomía aportó a la economía española en 2023, en términos de valor añadido bruto, cerca de 375.000 millones de euros, o lo que es lo mismo, impactó en más del 27% de la riqueza nacional. En términos de empleo, generó más de 7 millones de puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo, el 37% del mercado laboral español. Esta contribución socioeconómica de la gastronomía ha tenido en los últimos años una evolución muy positiva recuperando los niveles precovid.

La gastronomía española se ha consolidado como uno de los factores por los que el turismo internacional elige España como destino. Así, es el tercer elemento más asociado a España por los europeos, sólo por detrás del clima, las vacaciones y turismo. El turismo gastronómico se ha diversificado con una mayor demanda de actividades como visitas a bodegas, talleres de cocina y rutas gastronómicas.

A partir de los años 90, España inicia un cambio de paradigma gastronómico que, por primera vez en la historia, no es liderado desde Francia. Una de las características llamativas de la restauración española de vanguardia fue su repercusión mediática y su influencia internacional, centrada en sus grandes chefs.

En las últimas décadas, ha eclosionado en una “historia de éxito internacional” un talento sin precedentes que ha situado a nuestros chefs entre los 100 mejores del mundo, según los rankings internacionales de mayor reconocimiento. España es el país con más chefs, 18, premiados en The Best Chef Awards, estando uno de ellos en el Top 3 de dicha clasificación. Con ellos, nuestra gastronomía se ha convertido en uno de nuestros mejores activos y fortalezas en la creación de nuestra imagen Marca España y nuestra reputación en el exterior. Son nuestros mejores embajadores.

La innovación y la creatividad de la cocina española no solo alimenta, sino que inspira. España lidera la lista de los 50 mejores restaurantes del mundo³⁹ (5 en 2024). Además, es el quinto país del mundo con más estrellas Michelin, 291 en 2025, tras Francia, Japón, Italia y Alemania, y a un nivel más local, crece cada año el número de restaurantes con Soles de la Guía Repsol, son ya 762, lo que confirma la excelencia de sus chefs y su capacidad para reinventar la tradición.

La evolución de la gastronomía española se ha visto influenciada por los cambios sociales y económicos que se han producido en España en las últimas décadas. Se ha incrementado el reconocimiento de los cocineros como figuras públicas, ha habido un auge de los restaurantes de alta cocina y experiencias gastronómicas diversificadas, y una democratización de la cocina que ha permitido llegar a un público más amplio sin perder su esencia.

Otro de los pilares esenciales en el desarrollo del sector son la innovación y la sostenibilidad: laboratorios de cocina que han transformado la forma de concebir y crear platos; la adopción por parte de la industria agroalimentaria de tecnologías que mejoran la calidad y sostenibilidad de los productos; o el crecimiento de la producción ecológica.

El éxito de la gastronomía española no sería posible sin la excelente calidad de sus productos, entre los que se pueden resaltar el aceite de oliva, tanto por su excelencia como por su presencia en mercados internacionales.

Para el mantenimiento y crecimiento del éxito de la gastronomía española deben abordarse importantes desafíos como el aumento de la presencia de productos y marcas españolas en mercados internacionales, la adopción de prácticas más sostenibles a lo largo de toda la cadena de valor, el fomento de un turismo gastronómico con altos estándares de calidad y el aumento de la formación y profesionalización de chefs, camareros y otras personas profesionales que aseguren la competitividad del sector.

En las últimas décadas, ha eclosionado en una “historia de éxito internacional” un talento sin precedentes que ha situado a nuestros chefs entre los 100 mejores del mundo, según los rankings internacionales de mayor reconocimiento.

³⁹ <https://www.theworlds50best.com>

5.2

Diagnóstico estratégico: Análisis DAFO

El análisis DAFO tiene por objeto plasmar sintéticamente la situación del sector agroalimentario y pesquero. Con ese fin se identifican las fortalezas y debilidades, cuestiones ligadas a su situación interna, y las amenazas y oportunidades, cuestiones que dependen del análisis del entorno.

El análisis DAFO es una técnica que difícilmente puede aplicarse de una forma conjunta a una cadena de producción, ya que en ella existen empresas que tienen fortalezas y debilidades diferentes y que están situadas de formas distintas, e incluso contradictorias, frente a las oportunidades y las amenazas.

No obstante, y pese a su complejidad, se ha considerado necesario realizar este análisis DAFO del conjunto de la cadena alimentaria para poder identificar las medidas e iniciativas que es necesario llevar a cabo para alcanzar los objetivos definidos en la Estrategia teniendo en cuenta el contexto actual y las herramientas disponibles. Por este motivo, para este DAFO se ha tenido en cuenta tanto el análisis realizado previamente en este capítulo como el llevado a cabo en el Plan Estratégico de la PAC 2023-2027, dado que ambos documentos contienen elementos complementarios y desafíos comunes.

DEBILIDADES

- 1. Escasa rentabilidad de las explotaciones** de menor dimensión económica y muy condicionada por la elevada atomización del sector productor. La atomización del sector productor es mucho más acusada que en otros eslabones de la cadena, generando asimetrías en el poder de negociación que contribuyen a falta de transparencia en la formación de precios y a prácticas comerciales desleales, comprometiendo su competitividad.
- 2. Dependencia de los mercados exteriores** para la importación de determinados productos, especialmente de materias primas para alimentación animal.
- 3. Es necesario realizar grandes inversiones para iniciar la actividad** o modernizar sistemas de producción obsoletos. Los seguros agrarios a menudo son insuficientes para cubrir los daños causados por fenómenos naturales adversos. Además, existe una tendencia a invertir en zonas urbanas con mayor potencial empresarial, dejando de lado a los municipios rurales.
- 4. Los costes de producción de las explotaciones son muy elevados** con respecto a los de otros países competidores, en particular terceros países, ya que el modelo de producción europeo es más exigente en cuestiones relacionadas con sanidad, bienestar animal o medio ambiente.
- 5. Escaso aprovechamiento de los subproductos del sector primario** y residuos de la industria alimentaria para la obtención de energías renovables y el fomento de la economía circular.
- 6. El medio rural español sufre un proceso de despoblación, envejecimiento y masculinización** (escasa presencia de la mujer), con peores tasas de empleo que en las ciudades, lo que desincentiva el relevo generacional y dificulta la transferencia de conocimiento. Además, existe un aumento de la brecha de conectividad a causa de escasas infraestructuras físicas y redes de transporte adecuadas.
- 7. La escasa implantación de la digitalización**, de canales cortos de comercialización y del comercio electrónico se traduce en una pérdida de competitividad del sector.
- 8. El sector agrario presenta poca conciencia innovadora**, baja inversión global en I+D+i y un bajo nivel de formación, así como débiles estructuras de asesoramiento, en especial sobre los impactos del cambio climático y las estrategias para mitigarlo. Asimismo, existen deficiencias en la capacitación relacionada con el uso adecuado de fertilizantes y fitosanitarios.
- 9. La información que aparece en el etiquetado** del producto en ocasiones no está expresada con suficiente claridad, por lo que puede dar lugar a confusión en la persona consumidora.
- 10. A pesar del aumento de la producción ecológica en España**, persisten diversas dificultades para su desarrollo. Entre ellas se destacan la escasez de piensos proteicos ecológicos, las limitaciones en el acceso a la distribución minorista o el ritmo lento de crecimiento de consumo de productos ecológicos.

AMENAZAS

1. El sector alimentario está sometido a inestabilidades políticas, climáticas y a externalidades que afectan a los costes de producción y puede derivar en un descenso de su competitividad a largo plazo.

2. Escaso conocimiento por parte de la persona consumidora de la importancia de la producción primaria agrícola, ganadera y pesquera como proveedores de alimentos y sobre de cómo se producen los alimentos.

3. La importación de productos de terceros países con menores costes de producción y distintos estándares de calidad que los del modelo europeo en materia socio-laboral, de medioambiente y de bienestar animal y que compiten en igualdad de condiciones con las producciones nacionales, pueden reducir la rentabilidad del sector productor, generando en algunos casos el abandono de la actividad.

4. Las previsiones en la disponibilidad de agua apuntan a que habrá un endurecimiento en las condiciones para desarrollar las actividades agrícolas, ganaderas y forestales en España. Los fenómenos de desertificación avanzan en el sur de Europa.

5. Desviación en las dietas de las personas consumidoras del patrón de la Dieta Mediterránea, con problemas de accesibilidad a una alimentación saludable en sectores vulnerables de la población.

6. Las personas consumidoras se informan sobre alimentación en fuentes no oficiales. Existe un alto riesgo de difusión de noticias falsas relativas a alimentación en los canales de comunicación utilizados con mayor

frecuencia, como las redes sociales. Deben adoptarse medidas al respecto, debido a que las crisis alimentarias y las noticias falsas repercuten rápidamente en la reputación de las personas productoras y por ende en su rentabilidad.

7. La aparición de nuevos tipos de fraude en la alimentación puede suponer una pérdida de confianza de la persona consumidora y competencia desleal entre operadores.

8. Percepción, desde fuera del sector, de la dureza del trabajo y de las condiciones de vida en el sector agroalimentario y pesquero, que unido a la baja remuneración y al bajo prestigio de la profesión, provoca una tendencia al rechazo a la incorporación por parte de las personas jóvenes.

9. Complejidad burocrática y normativa regulatoria del sector agroalimentario y pesquero que dificulta el acceso a las ayudas.

10. El aumento de la agricultura intensiva, el uso incorrecto de productos químicos, los incendios y el abandono de prácticas sostenibles afectan negativamente a los sistemas alimentarios naturales, así como a la flora y fauna de los entornos acuáticos.

11. Riesgo de pérdida de la biodiversidad del suelo por las malas prácticas agrarias (empleo inadecuado de fertilizantes y fitosanitarios, laboreo excesivo...) y desaparición de elementos del paisaje (setos, muretes...).

FORTALEZAS

1. El sector agroalimentario en España tiene un valor estratégico innegable para la economía nacional y uno de los que gozan de mayor proyección internacional.

2. El sector alimentario contribuye a la generación de empleo, riqueza y al mantenimiento de la población en el medio rural y se está alineando con las demandas sociales en materia de salud, sostenibilidad (incluyendo el desperdicio alimentario) y el bienestar animal.

3. España posee una destacada y variada producción agraria y pesquera, desarrollada bajo los más altos estándares del modelo europeo de producción, que contribuyen a satisfacer las exigencias de la persona consumidora en materia de sostenibilidad y calidad.

4. La balanza comercial alimentaria mantiene una tendencia positiva, existiendo sectores con una clara vocación exportadora como el aceite de oliva, los cítricos, el vino o la carne de porcino entre otros.

5. El cooperativismo juega un papel crucial en el mantenimiento de la actividad económica en el medio rural.

6. La industria alimentaria genera una gran demanda de materias primas y es innovadora, con una tendencia creciente en la inversión en I+D+i.

7. España es un territorio con un gran atractivo turístico, gastronómico y cultural.

8. El potencial de emprendimiento en las zonas rurales se ve impulsado por el carácter emprendedor de los jóvenes cada

vez más cualificados y con disposición para realizar inversiones. Además, presentan una mayor facilidad para la utilización de nuevas tecnologías y su adaptación al mundo rural.

9. La modernización de regadíos ha permitido mejorar la rentabilidad de las explotaciones mediante el uso eficiente de los medios de producción y la diversificación de las producciones.

10. El aumento de la preocupación por el desperdicio alimentario entre el sector productor y la industria alimentaria en línea con la elevada preocupación de las personas consumidoras.

11. España cuenta con esquemas de monitorización de impacto ambiental, con el cálculo, seguimiento y notificación de emisiones nacionales de ganadería (actualmente en granjas individualizadas en porcino, aves de carne y vacuno) y el registro de información sobre la estimación de la reducción de emisiones derivada de la aplicación de las técnicas disponibles en las granjas. La implantación de técnicas de mitigación de emisiones está permitiendo reducir emisiones contaminantes.

12. España ocupa una posición de liderazgo en superficie dedicada al sector ecológico, contribuyendo al mantenimiento de la biodiversidad y la protección del medio ambiente.

13. Gran biodiversidad en el sector agrícola, ganadero, pesquero y forestal, con existencia de variedades y razas autóctonas con gran potencial para la adaptación al cambio climático.

OPORTUNIDADES

1. Fomentar la investigación, la innovación, la inversión, la transferencia de conocimiento y el uso de energías renovables, como herramientas clave para aumentar la competitividad y sostenibilidad del sistema alimentario.

2. La mejora de las infraestructuras viarias, la conectividad y los servicios básicos incrementaría el atractivo de las zonas rurales. Esto permitiría difundir una imagen positiva del mundo rural a través de los medios de comunicación, potenciar su patrimonio mediante el turismo, atraer nuevos emprendedores y contribuir a fijar población en estas áreas.

3. Los instrumentos normativos a nivel nacional, como la Ley 12/2013, que incrementan la transparencia y seguridad en las relaciones comerciales.

4. Las posibilidades de la nueva PAC para potenciar el fortalecimiento y aumento de la dimensión de las organizaciones de productores, entidades asociativas y organizaciones interprofesionales.

5. La lucha contra el desperdicio alimentario puede generar nuevas cadenas de valor, reducir el impacto medioambiental de la producción de alimentos en beneficio de una economía circular, sostenible, eficiente en el uso de los recursos y competitiva. La redistribución de alimentos que se van a desperdiciar puede suponer una oportunidad desde el punto de vista social y de la salud.

6. La PAC permite una mayor resiliencia de la agricultura mediante los pagos directos para hacer frente a las crisis económicas o incertidumbres de los mercados.

7. Existencia de conocimiento para la adaptación de los sistemas productivos a los efectos del cambio climático, así como para su mitigación y para revertir el deterioro de los recursos naturales y para proteger la biodiversidad. Destacan prácticas para potenciar el uso sostenible de los fertilizantes nitrogenados y fitosanitarios, y prácticas que eviten la pérdida de suelo, como la agricultura de conservación o la rotación, así como prácticas de mejora de la biodiversidad.

8. Debido a la mayor concienciación en materia de alimentación, hay una creciente demanda de productos de calidad y producidos de una manera sostenible, lo que resulta positivo para las DOP e IGP, productos artesanales, ecológicos y de proximidad.

9. Facilitar el acceso a cursos formativos de forma semipresencial y a distancia.





06

UNA ESTRATEGIA DE ALIMENTACIÓN PARA ESPAÑA

6.1. PROPÓSITO

6.2. MISIÓN

6.3. DESAFÍOS Y MEDIDAS

6.4. INICIATIVAS RELACIONADAS
CON LA UNIÓN EUROPEA

6.5. LAS CAPACIDADES, INSTRUMENTOS,
POLÍTICAS Y PROGRAMAS EN ESPAÑA

6.1

Propósito

La Estrategia Nacional de Alimentación busca establecer un sistema alimentario español sostenible e inclusivo, capaz de satisfacer las demandas actuales y futuras de la sociedad, mientras protege y revitaliza el medio rural y costero.



El enfoque estratégico no se centra en añadir más regulación o legislación, sino en maximizar las capacidades existentes, optimizar instrumentos y programas, y alinear políticas públicas para facilitar la transición hacia un modelo alimentario innovador y sostenible y estar preparados con una posición definida y coherente con el contexto español ante los desafíos regulatorios y no regulatorios de la Unión Europea.

Basada en el principio de la Autonomía Estratégica Abierta, la estrategia prioriza la capacidad de España para actuar con independencia en áreas críticas como el abastecimiento alimentario y la innovación industrial, sin renunciar a la colaboración global ni a la integración económica.

Este equilibrio entre autosuficiencia y cooperación busca garantizar una posición sólida y responsable de España en el contexto internacional.

En una época caracterizada por tensiones geopolíticas, retos ambientales y la necesidad urgente de reformar los sistemas agroalimentarios, esta visión aspira a fortalecer la soberanía alimentaria y la competitividad del sector, abordando los desafíos globales y aprovechando las oportunidades del mercado.

El enfoque integral de esta estrategia abarca toda la cadena alimentaria, situando la alimentación en el núcleo del sistema desde una triple perspectiva: calidad, seguridad e innovación. Con una visión orientada al futuro, se plantea un horizonte que asegure el abastecimiento y promueva la sostenibilidad y la prosperidad alimentaria en un entorno global en constante cambio.

Construir un sistema alimentario español que sea capaz de satisfacer las necesidades presentes y futuras de la población, mientras se protege y revitaliza el medio rural y costero, adaptándose al cambio climático.

Consolidar a España como un referente mundial en excelencia alimentaria, tanto a nivel nacional como internacional.

6.2 Misión

Para alcanzar esta misión, la estrategia se centrará en abordar los siguientes desafíos:

1. Garantizar el abastecimiento estratégico de alimentos tanto dentro como fuera de España:

Asegurar la disponibilidad y estabilidad de suministros alimentarios, garantizando su accesibilidad para toda la población.

2. Promover la sostenibilidad del sistema alimentario, fomentando

prácticas que protejan el medio ambiente, en particular el cambio climático, y aseguren la conservación de los recursos naturales.

3. Articular un sistema alimentario integral, sostenible y competitivo,

neutro en carbono y adaptado al cambio climático y profundamente arraigado en el territorio, que se base en la diversidad y en la producción de alimentos.

4. Fortalecer las áreas rurales y costeras altamente dependientes de la pesca,

apoyando a las personas productoras y fortaleciendo la economía rural y costera.

5. Fomentar una alimentación saludable y de calidad entre la población,

mejorando así la calidad de vida de la ciudadanía.

6. Impulsar la Innovación y la Tecnología,

fomentando la investigación y el desarrollo de nuevas tecnologías y prácticas innovadoras que mejoren la eficiencia y competitividad del sector agroalimentario.

7. Promover la transparencia y accesibilidad de la información alimentaria

para las personas consumidoras, para facilitar decisiones de compra informadas y responsables.

Articular un sistema alimentario integral, sostenible y competitivo, profundamente arraigado en el territorio, que se base en la diversidad y en la producción de alimentos saludables, accesibles y de alta calidad, reconocidos y valorados por los consumidores internacionalmente.

06. UNA ESTRATEGIA DE ALIMENTACIÓN PARA ESPAÑA

La Estrategia se basa en los siguientes principios rectores:

- Instrumento para la formulación de políticas públicas en el ámbito alimentario, sin vocación prescriptiva, estableciendo directrices integrales, coherentes y transversales para abordar los desafíos relacionados con la alimentación, el abastecimiento, la sostenibilidad y la producción de alimentos.
- El contenido de la ENA no se ciñe exclusivamente a las competencias del MAPA.
- Todas las medidas propuestas que pudiesen suponer un coste, se financiarían en su caso, con las disponibilidades presupuestarias de los Departamentos competentes en la materia, sin que se prevean dotaciones adicionales para esta Estrategia Nacional de Alimentación.
- Participación Amplia y Diversa. Para su elaboración, se ha involucrado a todos los agentes relevantes, organizaciones sectoriales, sociedad civil y ámbito académico, asegurando la representación de diversas perspectivas y la consideración de las necesidades de diferentes grupos de interés.
- Inspiración a través del éxito como fuentes de inspiración y modelos a seguir, mostrando cómo es posible alcanzar metas ambiciosas y superar desafíos, impulsando a otros a seguir esos pasos hacia el éxito.



6.3

Desafíos y medidas

Como se ha señalado previamente, la Estrategia Nacional de Alimentación se presenta como una herramienta fundamental para el diseño de políticas públicas en el ámbito alimentario, definiendo directrices integrales, coherentes y transversales para abordar los retos vinculados a la alimentación, el abastecimiento, la sostenibilidad y la producción de alimentos.

En este marco, el Ministerio ha identificado seis desafíos principales que han sido ampliamente aceptados por los actores consultados durante el proceso participativo. A continuación, se describen estos desafíos, presentando su contexto y un listado detallado de las medidas propuestas a partir de las aportaciones recibidas.



DESAFÍO 1

ABASTECIMIENTO ESTRATÉGICO

El abastecimiento estratégico es un tema fundamental para el desarrollo sostenible, la estabilidad social y el bienestar general de la población. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el concepto de seguridad alimentaria se alcanzó como prioridad desde la Cumbre Mundial de la Alimentación de 1996, definiéndolo como la condición en la que todas las personas, en todo momento, tienen acceso físico y económico a alimentos suficientes, seguros y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y preferencias, garantizando una vida activa y saludable.

Basada en el principio de Autonomía Estratégica Abierta, la estrategia prioriza la capacidad de España para actuar de manera autónoma en áreas críticas como el abastecimiento alimentario, sin comprometer sus relaciones comerciales internacionales. Este enfoque busca un equilibrio entre la autosuficiencia y la internacionalización, asegurando una posición sólida y responsable de España en el contexto mundial.

En este marco, el abastecimiento estratégico de alimentos se aborda mediante cuatro grandes dimensiones.

En primer lugar, se establecen medidas para favorecer la disponibilidad y estabilidad en los suministros de alimentos y materias primas garantizando que lleguen a todos los operadores del sistema alimentario y la población.

En segundo lugar, la estrategia propone implementar una política comercial que garantice la competitividad del sector agroalimentario y pesquero. Esto implica diversificar, afianzar y expandirse en mercados fuera de Europa.

Por otro lado, es imprescindible fortalecer la eficiencia en la cadena de valor, fortaleciendo la competitividad en la cadena de suministro, fomentando la colaboración entre los distintos actores, favoreciendo las relaciones comerciales transparentes y equilibradas y mejorando la distribución de alimentos.

Por último, se aborda la capacidad de dar respuesta ante situaciones de crisis, a través de mecanismos de alerta, coordinación y reacción.

Para alcanzar estos objetivos, resulta crucial identificar y coordinar a todos los actores involucrados en el sistema alimentario, desde los productores hasta los distribuidores, asegurando una gestión eficiente que permita satisfacer las necesidades tanto del mercado interno como del internacional.

MEDIDAS

1. Favorecer la disponibilidad y estabilidad de los suministros alimentarios.

1.1.

Garantizar el acceso y suministro de alimentos variados, de calidad, saludables y a precios justos para el productor y asequibles para toda la población, involucrando a todos los agentes del sistema alimentario.

1.2.

Garantizar la seguridad de los suministros de alimentos y materias primas, a través de los sistemas de autocontrol de las empresas y del control oficial efectivo y coordinado.

1.3.

Disponer de una red de alerta alimentaria eficaz y ágil.

2. Implementar políticas comerciales que garanticen la competitividad del sector agroalimentario y pesquero español.

2.1.

Favorecer la importación de materias primas deficitarias en la UE.

2.1.1. Identificar todas las materias primas de origen extracomunitario que necesita el sistema alimentario, al objeto de preservar los flujos comerciales necesarios para garantizar la actividad productiva.

2.1.2. Favorecer el suministro adecuado de materias primas extracomunitarias que son esenciales para los sectores clave de la alimentación española, haciendo especial hincapié en la mejora y consolidación de sistemas de seguimiento de los mercados y sus transacciones comerciales.

2.1.3. Impulsar a nivel de la Unión Europea el reconocimiento de los sectores netamente importadores de materias primas, con el propósito de que se pueda contemplar el acceso a las ayudas para abordar las inversiones necesarias que permitan mitigar la situación de dependencia de estos sectores frente a las importaciones y minimizar su vulnerabilidad ante una posible disrupción del suministro.

2.2.

Incorporar en las negociaciones con terceros países y bloques de terceros países, medidas que traten de equiparar los requisitos de sanidad vegetal, sanidad animal y seguridad alimentaria equivalentes a los establecidos para la Unión Europea.

2.2.1. Trabajar por la homologación de los estándares sanitarios y fitosanitarios en terceros países, a lo largo de toda la cadena alimentaria.

2.2.2. Trabajar por la homologación de los controles sanitarios a la importación de materias primas procedentes de terceros países, para garantizar la competitividad de nuestras empresas.

2.2.3. Trabajar en los principales foros de referencia a nivel de comercio internacional para incorporar al debate sobre obstáculos técnicos al comercio, demandas lícitas en materia medioambiental y ética.

2.3.

Favorecer el acceso a los mercados de terceros países.

2.3.1. Trabajar para reducir las asimetrías relacionadas con las barreras arancelarias impuestas por países terceros y las concesiones otorgadas a las importaciones en el marco de acuerdos y tratados negociados por la Comisión Europea, trabajando con los sectores productivos afectados.

2.3.2. Trabajar para reducir trabas sanitarias y comerciales, mediante protocolos y acuerdos.

2.4.

Garantizar la igualdad de condiciones y luchar contra la pesca ilegal.

2.4.1. Garantizar que la importación de materias primas procedentes de terceros países cumple con la legislación pesquera internacional.

2.4.2. Mantener el compromiso firme de lucha contra la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada.

2.4.3. Garantizar unas reglas de juego justas que permitan a nuestros operadores competir en pie de igualdad con sus competidores de terceros países.

2.5.

Impulsar la internacionalización del sector agroalimentario y pesquero español.

2.5.1. Apoyar la internacionalización, especialmente fuera de la Unión Europea, y afianzar posiciones en los mercados internacionales, desarrollando medidas de apoyo para la presencia de las empresas españolas en el mercado mundial, poniendo en valor su potencial ante el resto del mundo e impulsando su salto internacional para poder crear grandes grupos globales, sin limitarse únicamente a transformar y comercializar la producción española; y todo ello en consonancia con la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española.

3. Optimizar la eficiencia en la cadena de valor.

3.1.

Mejorar la competitividad en la cadena de suministro.

3.1.1. Implementar políticas de competitividad para el sector agroalimentario y pesquero, estimulando la inversión empresarial.

3.1.2. Fomentar la integración, vertebración y organización de los eslabones más atomizados de la cadena de valor; por ejemplo, mediante el impulso del modelo cooperativo y la creación de organizaciones interprofesionales.

3.1.3. Seguir potenciando la competitividad de las organizaciones de productores y las asociaciones de organizaciones de productores, ajustando la producción en calidad y cantidad a la demanda y fomentando la comercialización conjunta.

3.1.4. Orientar las ayudas públicas incorporando criterios de priorización que fomenten la competitividad y la tecnología en el sector.

3.2.

Asegurar una distribución eficiente.

3.2.1. Mejorar la distribución alimentaria, a través de iniciativas que desarrollen soluciones digitales.

3.2.2. Reforzar la Red de Mercas, por su papel en el abastecimiento eficiente de productos frescos y a precios asequibles.

3.2.3. Revitalizar el comercio detallista.

3.2.4. Impulsar una estrategia que favorezca un mayor uso de redes de transporte como el ferrocarril, especialmente a medida que la industria crezca y pueda aprovechar sus ventajas logísticas. Esto incluye el desarrollo de plataformas intermodales, como puertos secos, y el respaldo a iniciativas de corredores estratégicos, como el Atlántico y el Mediterráneo.

3.2.5. Crear centros de acopio, transformación y distribución compartidos, mediante la cesión o arrendamiento de infraestructuras públicas.

3.2.6. Impulsar la viabilidad económica y competitividad de las pequeñas y medianas industrias alimentarias mediante una reagrupación y el dimensionamiento de redes de distribución de alimentos, la generación de productos de alto valor y la comercialización internacional.

3.3.

Reforzar la colaboración entre los agentes de la cadena de valor para lograr una cadena de suministro ágil, eficiente y resiliente.

3.4.

Establecer un marco legal sencillo y claro en cuanto a las relaciones entre los agentes de la cadena de valor para evitar ineficiencias y mejorar su funcionamiento, promoviendo un reparto equilibrado de valor a lo largo de la cadena alimentaria.

3.4.1. Aplicar y vigilar el cumplimiento de la Ley de la Cadena Alimentaria, abordando el reequilibrio de la cadena de valor.

3.4.2. Simplificar la legislación en materias relacionadas con la alimentación. Procurar que las normas puedan ser viables y tengan en consideración en su aplicación la realidad empresarial de los distintos sectores y subsectores y evitar, así, regulaciones que limitan la competitividad de nuestro tejido empresarial frente a otros competidores.

3.4.3. Eliminar asimetrías en las obligaciones que regulan las relaciones entre los agentes que forman parte de la cadena alimentaria.

3.4.4. Reforzar la posición negociadora del sector productor en la cadena de suministros y en la formación de los precios.

3.4.5. Mejorar la transparencia en la formación de precios a lo largo de la cadena.

3.5.

Reforzar la lucha contra el fraude en materia de calidad.

3.5.1. Luchar contra el fraude de la calidad alimentaria, mejorando las herramientas a disposición de las autoridades competentes, tanto en mercado interior como de inspección en frontera, y con mecanismos de cooperación entre las autoridades que garanticen una homogeneidad en la interpretación de la normativa de seguridad alimentaria y de calidad y estableciendo criterios claros, transparentes y coordinados con las autoridades de control, que den seguridad jurídica a los operadores y fomenten la libertad comercial.

3.5.2. Reforzar el sistema de autocontrol como pilar en el que se sustenta la calidad y seguridad alimentaria.

4. Definir protocolos de respuesta ante situaciones de crisis.

4.1.

Contar con protocolos de emergencias, definidos y coordinados entre las distintas administraciones, ante situaciones de crisis para garantizar el abastecimiento alimentario a la población afectada.

4.2.

Establecer un sistema de detección temprana de alertas y de seguimiento, así como con un programa de capacitación profesional y empresarial que permita responder a las empresas con celeridad y seguridad.

4.3.

Asegurar la red de suministros en casos de emergencias, mediante la creación, por ejemplo, de un manual de emergencias que incluya un catálogo de productos considerados esenciales.

4.4.

Recoger en norma un procedimiento de actuación inmediata en la distribución comercial para situaciones de emergencia o catástrofes.

4.5.

Establecer centros logísticos de distribución (infraestructuras críticas) en situación de emergencia o catástrofes.

DESAFÍO 2

SISTEMAS ALIMENTARIOS SOSTENIBLES

La sostenibilidad en el sistema alimentario es un tema de creciente importancia debido a la necesidad de equilibrar la producción de alimentos con la conservación del medio ambiente, la salud humana y el bienestar social. Hoy en día, producir alimentos de manera responsable es una necesidad. Pero ¿qué significa realmente la sostenibilidad en este sector? En esencia, se trata de producir alimentos de manera que no se agoten los recursos naturales, reducir los impactos negativos en el medio ambiente y garantizar el acceso a alimentos nutritivos y suficientes para las generaciones presentes y futuras. Además, implica promover la sostenibilidad social, fortaleciendo las economías locales las comunidades rurales vinculadas al sector agroalimentario.

Ante los retos globales como el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la necesidad de garantizar el abastecimiento de alimentos para una población creciente, los sistemas productivos y de consumo deben transformarse para ser más eficientes, resilientes y respetuosos con el medio ambiente.

En este contexto, el segundo desafío se aborda desde siete grandes medidas. Una de ellas es incorporar criterios de sostenibilidad en las compras públicas de alimentos ofrecidos en la restauración colectiva, promoviendo un modelo de producción y consumo sostenible y apoyando a las personas productoras locales. También se trabaja en el fomento de la gestión de envases y residuos de envases, considerando que la prevención de residuos, la promoción de envases reutilizables y el impulso del reciclaje son esenciales para reducir el impacto ambiental del sector.

Además, se busca fomentar políticas y proyectos que trabajen en la circularidad. La valorización de subproductos y residuos agroalimentarios permite mejorar la eficiencia de la cadena de valor y reducir el desperdicio. Estas políticas fomentan la transformación de excedentes en productos de valor añadido, apoyando la transición hacia una economía circular.

Otra medida clave es seguir fomentando la aplicación de prácticas sostenibles, que facilite

la gestión eficiente de recursos naturales y promueva la resiliencia de los sistemas alimentarios. La producción alimentaria con bajas emisiones, la eficiencia en el uso de insumos y el uso sostenible del agua son elementos clave para minimizar la huella ambiental. En este sentido, el impulso de energías renovables, la biodiversidad y los sistemas de producción ecológicos refuerza la sostenibilidad de las explotaciones.

Es necesario mantener el nivel de ambición medioambiental en la gestión de los recursos marinos avanzando en las mejores prácticas sostenibles que mejoren las condiciones ambientales de los hábitats. Es importante que esta garantía de sostenibilidad sea conocida y reconocida por la ciudadanía, muy a menudo influenciados por campañas de desinformación que fomentan una imagen muy distorsionada de un sector que ha sido y es pionero en la transformación azul de nuestro país, que está fuertemente comprometido con la conservación del medio marino y día tras día trabaja por utilizar medios de producción, en términos de artes y técnicas de pesca, más selectivas, más respetuosas con el medio marino y una gestión más eficiente.

De igual forma, la venta de productos locales y de temporada, los cuales contribuyen a la reducción de la huella de carbono asociada al transporte, fortalecen las economías rurales y garantizan alimentos frescos y de calidad. Esta medida también pretende incentivar canales cortos de comercialización y el consumo de proximidad como estrategias esenciales en este ámbito.

Asimismo, se impulsan acciones que favorezcan la reducción del desperdicio alimentario, ya que no solo representa una ineficiencia económica, sino que también tiene implicaciones ambientales significativas. Medidas como el uso de tecnologías avanzadas para la trazabilidad y la redistribución eficiente de alimentos buscan abordar este problema de manera integral.

Finalmente, se aborda la formación y el asesoramiento a todos los agentes de la cadena alimentaria para una transición hacia un sistema alimentarios más sostenible y resiliente.

En resumen, la sostenibilidad en el sistema alimentario implica enfrentar una serie de desafíos interrelacionados que requieren la colaboración de la Administración, empresas, científicos y ciudadanía.

5. Incorporar criterios de sostenibilidad en compras públicas.

5.1.

Incluir los criterios de sostenibilidad que ya están armonizados en la UE, y que actualmente son de aplicación voluntaria, en la contratación y compras públicas de alimentos ofrecidos en los servicios de restauración colectiva de centros públicos, así como en sus servicios de catering y máquinas expendedoras.

5.2.

Redactar guías para las administraciones con instrumentos voluntarios y obligatorios, que incluyan herramientas digitales.

5.3.

Crear de una red europea de intercambio de conocimiento para la asistencia a los responsables de las compras públicas y favorecer planes de acción para aumentar su aplicación.

6. Fomentar la gestión adecuada de envases y residuos de envases, que prevenga el abandono de residuos en el medio, la sobreutilización de envases no justificados e impulse el mercado de materias primas secundarias para reintroducirlas en nuevos productos.

6.1.

Elaborar una evaluación de impacto de cómo la futura regulación sobre envases afecta a la cadena alimentaria como, por ejemplo, sobre la implantación de envases retornables con circuitos de reutilización y sistemas de lavado en comercios, o la indicación en el envase de la forma de reciclado del mismo.

6.2.

Promover normativas orientadas a la eficiencia en el uso de envases reutilizables y reciclables, evitando el sobreenvasado y el uso de materiales con baja reciclabilidad.

7. Fomentar políticas y proyectos que trabajen en la circularidad e integren la bioeconomía para aprovechar y valorizar subproductos y residuos agroalimentarios, como mejora de la rentabilidad y eficiencia de la cadena de valor agroalimentaria.

7.1.

Trabajar en ampliar los posibles destinos alternativos de los excedentes alimentarios, subproductos o residuos, descartes de la pesca, buscando salidas no alimentarias para productos de origen animal o vegetal, transformándolos en productos de valor añadido como biocombustibles, fertilizantes de origen orgánico, piensos para la alimentación animal, entre otros.

7.2.

Desarrollar un programa de sensibilización, detección y escalamiento de negocios con origen en la economía circular y en la bioeconomía sostenible, teniendo en consideración todos sus riesgos e impactos para la biodiversidad.

7.3.

Reforzar aún más las políticas públicas (PAC, compra pública responsable, desperdicio alimentario...) de modo que se promueva y refuerce la sostenibilidad ambiental, económica y social de las estructuras productivas, consiguiendo el equilibrio entre las políticas de protección medioambiental y las de promoción económica/empleo.

8. Seguir fomentando y aplicando de manera eficaz prácticas ambientalmente sostenibles en la producción alimentaria.

8.1.

Aplicar, de manera integrada en el sistema agroalimentario, los reglamentos de deforestación y de restauración de la naturaleza, a partir del conocimiento sobre las cadenas de valor.

8.2.

Fomentar la participación española en el Consejo Europeo de Agricultura y Alimentación, como un lugar de encuentro para un debate público plural y constructivo, que permita definir una visión de estado consensuada sobre cómo deben ser los sistemas alimentarios sostenibles y resilientes.

8.3.

Publicar, con la colaboración de los sectores interesados y las administraciones implicadas, una posible norma que consolide la gestión pesquera sostenible.

8.4.

Desarrollar normativa con el objetivo de avanzar en prácticas pesqueras sostenibles, haciendo especial mención a cuestiones como mejoras en la selectividad de los artes de pesca, junto con el establecimiento de las vedas espaciotemporales para continuar en la mejora de la conservación de los recursos pesqueros.

8.5.

En línea con lo anterior, fomentar los métodos de pesca respetuosos con la biodiversidad.

8.6.

Impulsar actuaciones para reducir las emisiones y fomentar la absorción de carbono.

8.6.1. Fomentar la agricultura del carbono con prácticas como la siembra directa o la agricultura de conservación, evitando que dichas prácticas generen impactos negativos en el medio ambiente y la biodiversidad derivados de un uso no sostenible de productos fitosanitarios.

8.6.2. Apoyar a la industria alimentaria para abordar planes de descarbonización y planes de conservación y restauración de la biodiversidad.

8.6.3. Desarrollar instrumentos para evaluar y analizar la captura de carbono de los suelos agrícolas, favorecer el mercado de carbono y calcular las huellas ambientales de los alimentos teniendo en cuenta donde se producen y consumen y las densidades nutricionales.

8.6.4. Establecer metas climáticas alineadas con el Plan Nacional de Adaptación al Cambio Climático y con el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima.

8.7.

Mejorar la eficiencia en el uso de insumos agrarios.

8.7.1. Reducir la pérdida de nutrientes, el uso y el riesgo en el uso de fitosanitarios, promoviendo la utilización de métodos de manejo y productos alternativos como la utilización sostenible de estiércoles y purines en la agricultura.

8.7.2. Impulsar el uso y la aplicación de fertilizantes producidos con energía renovable.

8.7.3. Fomentar el asesoramiento técnico y la creación de grupos de trabajo para ayudar a las personas agricultoras a cumplir los requisitos legales y racionalizar la fertilización, así como a adoptar otras prácticas voluntarias sostenibles respecto al uso de productos fitosanitarios.

8.7.4. Impulsar el uso de herramientas digitales para facilitar la planificación del uso racional de nutrientes en el sector agrario.

8.8.

Promover una gestión eficiente y sostenible del agua.

8.8.1. Impulsar la modernización de los regadíos priorizando los que usen fuentes no convencionales, como aguas regeneradas y desaladas.

8.8.2. Disponer de un conocimiento preciso de la situación de los regadíos a nivel nacional, con indicadores y métricas de eficiencia, de sostenibilidad, aplicando criterios científicos y objetivos para establecer una política nacional para la gestión del agua, la mejora y modernización de los regadíos existentes y el establecimiento de nuevos regadíos.

8.8.3. Consideración de las limitaciones derivadas de las Confederaciones Hidrográficas y las restricciones de vertidos y atención a la contaminación difusa de aguas superficiales y subterráneas, con fomento de tecnologías y controles que midan y ayuden a minimizar impactos.

8.8.4. Establecer medidas de protección ante situaciones de sequía.

8.8.5. Estudiar la aplicación del contrato eléctrico de doble tarifa para el regadío.

8.8.6. Impulsar la circularidad del uso del agua en el sector agroalimentario, mediante inversiones en la creación de plantas e instalaciones de reutilización de aguas para los procesos en los que es necesario, como los de baldeo.

8.8.7. Aplicar programas de uso eficiente y razonable de los recursos hídricos destinados a regadío en el entorno de espacios naturales importantes, principalmente humedales protegidos que cumplen funciones de regulación climática y ecológica y de prestación de importantes servicios ecosistémicos.

8.9.

Fomentar el uso de energías renovables en el sector agroalimentario y pesquero.

8.9.1. Fomentar la transición hacia energías renovables en las explotaciones e industrias agroalimentarias y pesqueras.

8.9.2. Desarrollar normativa que favorezca la electrificación y el consumo energético renovable y de proximidad en zonas rurales.

8.9.3. Evaluar y, en su caso, desarrollar el agrovoltaje.

8.9.4. Poner en marcha una estrategia común para descarbonizar la flota pesquera europea. Estableciendo, para ello, prioridades y objetivos a medio y a largo plazo que perfilen líneas de inversión sostenibles, tanto para renovar la flota –con la construcción de nuevos barcos más eficientes energéticamente, e impulsar la innovación y desarrollo tecnológico de la industria naval– como para mejorar la formación y capacitación de armadores y armadoras, personas tripulantes y acuicultores en esta materia.

8.10.

Impulsar las inversiones en equipos y en desarrollo de prácticas sostenibles.

8.10.1. Estimular las inversiones para hacer frente a las medidas europeas de sostenibilidad en coherencia con los principios de la UE en este ámbito.

8.10.2. Asignar recursos para investigaciones que ayuden a mitigar el impacto climático y a implementar métodos sostenibles, combinando ayudas financieras procedentes tanto de programas nacionales como de la UE.

8.10.3. Brindar apoyo técnico y económico en maquinaria, sistemas informáticos y software de última generación que permitan la recogida y aprovechamiento de datos e información útil para la gestión y toma de decisiones tanto a nivel individual (explotación) como macro (sector, cadena de valor) para facilitar la sostenibilidad de nuestra producción de alimentos.

8.10.4. Búsqueda de nuevos apoyos para la adquisición de equipos de aplicación localizada de purines que permitan reducir las emisiones derivadas de su aplicación en el campo.

8.10.5. Asignar recursos para poder adquirir nuevos buques oceanográficos que permitan mejorar el conocimiento de las técnicas de pesca más sostenibles y sobre el efecto del cambio climático en las poblaciones.

8.11.

Fomentar la adopción de sistemas de producción que ayuden a proteger el medio ambiente y la biodiversidad.

8.11.1. Promover el reconocimiento de los espacios y prácticas agrarias que contribuyen a conservar la biodiversidad manteniendo la actividad agraria productiva y responsable, destacando, por ejemplo, aquellos que apliquen medidas de conservación de la biodiversidad incluidas en los eco regímenes o medidas agroambientales de la PAC o en aplicación de las zonas de protección definidas en el marco del Plan Nacional del uso sostenible de productos fitosanitarios.

8.11.2. Incentivar y asegurar la aplicación de técnicas tradicionales sostenibles de fomento de la biodiversidad, como son los barbechos verdes, las lindes y setos y los elementos no productivos del paisaje, que garanticen la prestación de servicios ecosistémicos por parte de la biodiversidad autóctona en los medios agrarios.

8.11.3. Combatir la deforestación e implementar sistemas agroforestales y ecológicos, con especial atención a la promoción y mantenimiento de la agricultura y ganadería extensiva, y apoyar al sector mediante formación e información en su cumplimiento de la normativa en la materia.

8.11.4. Estudiar la posibilidad de definición y en su caso, de regulación, de la agricultura regenerativa.

8.11.5. Realizar una Zonificación Agroambiental de protección de suelos de interés agrario.

8.11.6. Evitar las pérdidas de nutrientes por el uso inadecuado de insumos. Promover el uso del indicador de Eficiencia en el Uso de Nitrógeno.

8.11.7. Impulsar prácticas agrícolas que reduzcan la dependencia de insumos externos y fomenten el cuidado y regeneración de los suelos y la conservación de la biodiversidad que contribuyen a mejorar el rendimiento agronómico.

8.11.8. Impulsar programas de protección de especies polinizadoras, en el marco de la Estrategia Nacional para la Conservación de los Polinizadores y el Reglamento (UE) 2024/1991 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de junio de 2024, relativo a la restauración de la naturaleza y por el que se modifica el Reglamento (UE) 2022/869.

8.11.9. Impulsar medidas para una producción apícola sostenible y compatible con los polinizadores silvestres, como las capacidades de carga máxima o las distancias mínimas entre colmenas.

8.11.10. Promover el uso de razas y variedades autóctonas.

8.11.11. Impulsar la creación de nuevas Reservas Marinas de Pesca que permitan establecer zonas integrales de protección, y zonas de usos regulados para la pesca artesanal, mejorando la biodiversidad y los ecosistemas marinos.

8.11.12. Promover sistemas y técnicas de pesca más selectivas.

8.12.

Impulsar la producción y consumo de productos ecológicos.

8.12.1. Aumentar la superficie para producción ecológica, mediante programas de apoyo y formación para la conversión, dar a conocer el significado de la eurohoja (logotipo oficial de la producción ecológica) en el etiquetado e impulsar la innovación y la hoja de ruta de ecológico.

8.12.2. Promover sistemas alimentarios ecológicos, mediante incentivos económicos y apoyo técnico.

8.12.3. Incentivar la creación de centros logísticos de comercialización de productos ecológicos, con un sistema de autogestión de venta entre personas productoras y consumidoras.

8.13.

Promover acciones de pesca y acuicultura sostenible.

8.13.1. Impulsar la producción de acuicultura económica social y medioambientalmente sostenible.

8.13.2. Poner en valor y fomentar el uso de dispositivos en la pesca que reducen el impacto sobre los ecosistemas marinos como las puertas voladoras y promover la recuperación de plásticos, incluidas las redes perdidas.

8.13.3. Impulsar el modelo de pesca de la flota española en los caladeros internacionales, para que sirva como ejemplo a otras flotas en términos de respeto medioambiental, pesca sostenible y garantía de derechos laborales.

9. Promover la venta de productos locales, frescos y de temporada e incentivar canales cortos de comercialización.

9.1.

Implementar políticas que apoyen a las personas productoras locales, facilitando el acceso a mercados locales y fomentando cadenas de suministro de km cero. Como por ejemplo la compra pública como palanca de vertebración sectorial de los canales cortos de comercialización.

9.2.

Promover el consumo de productos de proximidad y temporada mediante campañas que enfatizen los beneficios económicos, sociales y ambientales de consumir estos productos.

9.3.

Definir e incentivar los canales cortos de comercialización (recuperación de mercados tradicionales, mercados no sedentarios de personas productoras, promoción en centros educativos, etc.), plataformas para compra *online*, grupos de consumo responsable, centros logísticos de distribución de productos rurales, puntos de venta en las ciudades, regulación de la venta directa por parte de las explotaciones.

9.4.

Apoyar a los mercados territorializados, ya que desempeñan una función imprescindible para garantizar el abastecimiento de alimentos.

10. Impulsar acciones que favorezcan la reducción del desperdicio alimentario.

10.1.

Abordar la cuantificación (tanto dentro como fuera del hogar), prevención y reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario de una manera transversal.

10.2.

Impulsar la aprobación de la ley de prevención de pérdidas y desperdicio alimentario y la aplicación de sus medidas.

10.3.

Promover el uso de tecnologías para disminuir el desperdicio.

10.3.1. Uso de nuevas técnicas genómicas en producción vegetal orientadas a la disminución de las partes no consumibles y al aumento de la vida útil de los productos.

10.3.2. Creación de una plataforma digital para optimizar la gestión de excedentes alimentarios, conectando a todos los agentes de la cadena, y promoviendo un movimiento inteligente y racional de productos a lo largo de ésta. Esta tecnología busca conseguir el mínimo desperdicio, convirtiendo los productos en activos que, según su fecha de caducidad, puedan pasar automáticamente por diferentes fases de valor y destinatarios finales.

10.3.3. Invertir en el comercio *online* del *Retail* como medida de desarrollo de nuevas formas de *packaging* que eviten desperdicio.

11. Facilitar formación y asesoramiento a todos los agentes en la transición hacia un sistema alimentario más sostenible y resiliente.

11.1.

Promocionar el Programa de divulgación y formación en buenas prácticas agrarias (BPA), donde se imparten conocimientos relativos a la agricultura de precisión, el uso sostenible de plaguicidas y la eficiencia en la aplicación de fertilizantes nitrogenados.

11.2.

Creación de una plataforma digital de contacto entre personas agricultoras y ganaderas de las diferentes provincias para favorecer la implantación de las estrategias de sostenibilidad y la optimización del aprovechamiento de los recursos y subproductos que genere cada sector en beneficio mutuo.



DESAFÍO 3

ÁREAS RURALES Y COSTERAS ALTAMENTE DEPENDIENTES DE LA PESCA.

Las zonas rurales y costeras altamente dependientes de la pesca de España son fundamentales para el desarrollo equilibrado del país, pero enfrentan desafíos significativos que amenazan su sostenibilidad. Problemas como la despoblación, el envejecimiento de la población y la necesidad de modernización en sectores clave como la agricultura, la ganadería y la pesca requieren atención especial. Además, en algunos casos, la insuficiencia de infraestructuras y servicios básicos, como el transporte público, la conexión a internet y los servicios sanitarios, las hace vulnerables, dificultando la atracción de nuevos habitantes y limitando las oportunidades para quienes deciden quedarse.

Para abordar estos desafíos, se proponen tres medidas complementarias:

Primero, es crucial invertir en la formación y asesoramiento de las personas profesionales del sector agroalimentario y pesquero, incorporando avances tecnológicos y prácticas mejoradas. Esto no solo aumentará su competitividad en mercados exigentes, sino que también promoverá

una producción sostenible y respetuosa con el medio ambiente. En particular, a fin de introducir la igualdad de género en el mundo rural, se introducirán acciones encaminadas a mejorar la educación y la formación de las mujeres, así como en el uso de las nuevas tecnologías.

Segundo, es esencial valorar el medio rural y a quienes trabajan en él, garantizando la rentabilidad de sus actividades y ofreciendo seguridad ante posibles crisis económicas, climáticas o sanitarias. Implementar políticas integrales y coordinadas fortalecerá la confianza y estabilidad en estas áreas, promoviendo la recuperación económica y la revitalización social y ambiental.

Finalmente, asegurar el relevo generacional es clave. Para ello, se debe hacer del medio rural un entorno atractivo para las nuevas generaciones, incentivando su participación y compromiso con actividades esenciales como la seguridad alimentaria y la generación de empleo, tanto directo como indirecto.

MEDIDAS

12. Garantizar una formación adecuada al sector para mejorar su competitividad.

12.1.

Impulsar la formación y la capacitación de las personas trabajadoras del medio rural asegurando el desarrollo de la Estrategia Siembra Crece y Cosecha tu futuro, dirigida a apoyar e impulsar la transferencia y adquisición de conocimientos que permitan a las personas profesionales del medio rural y en particular responsables de la producción de alimentos, afrontar los retos de futuro y asegurar la competitividad del sector agroalimentario.

12.2.

Asegurar el asesoramiento y la formación en prácticas que mejoren la capacidad productiva de los sistemas agroalimentarios y pesqueros a todos los eslabones del sistema alimentario, como programas de formación en innovación, nuevas tecnologías digitales y nuevos modelos de organización y comercialización.

12.3.

Impulsar la creación de centros de apoyo tecnológico para personas agricultoras y ganaderas, con énfasis en herramientas que faciliten la venta directa y la gestión sostenible de las unidades productivas.

12.4.

Establecer sistemas de aprendizaje multilateral, que permitan aprender de experiencias y casos de éxito, desarrollados en zonas geográficas que comparten tipos de sistemas alimentarios similares.

12.5.

Impulsar los centros que impartan formación en todas sus modalidades, que mejoren la cualificación técnica de los empleos en toda la cadena de valor alimentaria.

12.6.

Impulsar la Formación Profesional de aquellas familias profesionales relacionadas con la producción, distribución y venta de alimentos y bebidas, así como la formación a lo largo de la vida de las personas profesionales del medio rural y de todos aquellos vinculados con el sistema alimentario.

12.7.

Reforzar el apoyo a las Asociaciones de Mujeres rurales y las entidades profesionales agrarias de ámbito nacional para la organización de jornadas y cursos formativos.

13. Valorizar y fortalecer el medio rural mediante el apoyo económico y la implementación de políticas rurales orientadas a construir un sector sostenible, eficiente y resiliente.

13.1.

Impulsar las medidas e instrumentos previstos en la PAC y en la PPC para reforzar la resiliencia del sistema alimentario y la transformación de la actividad agroalimentaria y pesquera y lograr un sector sostenible, eficiente y resiliente.

13.2.

Impulsar fondos públicos para mejorar los servicios públicos e infraestructuras productivas y de servicios en las zonas rurales.

13.2.1. Dentro del ámbito del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) para impulsar la economía española a través de inversiones en áreas estratégicas.

13.2.2. A través de los Fondos FEDER, FEMPA y FSE para financiar propuestas en las zonas rurales y costeras.

13.3.

Reforzar el sistema de Seguros Agrarios como herramienta de política agraria al servicio de los agricultores y ganaderos, protegiendo su posición incorporando la cobertura de riesgos, para hacer frente a la siniestralidad derivada de adversidades climáticas, sanitarias y de otros tipos.

13.4.

Desarrollar la Ley de Agricultura familiar, para contribuir al mantenimiento de las zonas rurales y costeras vivas.

13.5.

Atraer personas profesionales al sector agroalimentario y pesquero, dando a conocer las ventajas y salidas que tiene, reconociendo el papel estratégico como generadores de empleo en las zonas rurales y costeras, y fortaleciendo la cohesión económica y social.

13.6.

Poner en valor a las personas que trabajan, viven e impulsan el sector alimentario en todos sus ámbitos, desde la producción primaria hasta la comercialización y transformación, garantizando unas condiciones de trabajo dignas y alineadas con los hábitos y costumbres contemporáneas.

13.7.

Apoyar programas que promuevan la creación de emprendimiento, como *start-ups* rurales y pesqueras y clústeres de innovación en áreas clave como la bioeconomía, las energías renovables, la pesca, la industria alimentaria o el turismo sostenible.

13.8.

Reforzar la Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y Forestal.

13.9.

Reforzar los *hubs* de innovación, parques tecnológicos y la trayectoria de los centros tecnológicos, especialmente del sector agroalimentario.

13.10.

Favorecer que las estrategias de desarrollo local participativo garanticen que las comunidades locales de los ámbitos de la pesca y la acuicultura aprovechen y se beneficien mejor de las oportunidades que ofrece la economía azul sostenible, capitalizando los recursos ambientales, culturales, sociales y humanos.

13.11.

Preservar y fortalecer la identidad gastronómica de España.

13.11.1. Proteger el legado de nuestra identidad y cultura alimentaria y gastronómica, fortaleciendo el sentido de pertenencia y orgullo de la población hacia la gastronomía española. Esto incluye la recuperación de recetarios tradicionales e históricos, así como el reconocimiento de la innegable contribución de la gastronomía española a la creatividad y vanguardia internacional.

13.11.2. Promover la formación profesional y especializada en oficios tradicionales alimentarios y de hostelería (carnicería, pescadería, cocina, sala) para asegurar el relevo generacional y consolidar nuestra identidad cultural.

13.12.

Proteger la artesanía alimentaria.

13.12.1. Impulsar la producción, elaboración, manipulación y transformación de alimentos de manera tradicional, con una intervención significativa del productor en cada etapa del proceso, cumpliendo con los requisitos higiénico-sanitarios y de calidad establecidos.

13.12.2. Desarrollar una legislación sobre la artesanía alimentaria para regular de manera armonizada los términos “natural”, “casero” y “artesanal”, así como los procesos de elaboración y proteger alimentos artesanos, los alimentos de montaña y los alimentos insulares, la pesca artesanal y sostenible, así como las elaboraciones y recetas artesanales.

14. Promover el relevo generacional para asegurar el futuro del medio rural y costero.

14.1.

Impulsar la atracción de talento al medio rural asegurando el desarrollo de la Estrategia Siembra Crece y Cosecha tu futuro, dirigida a apoyar e impulsar el conocimiento del sector agroalimentario por parte de las personas jóvenes y la sociedad en general, así como dar a conocer las oportunidades profesionales que ofrecen las formaciones relacionadas con el ámbito agroalimentario, que permita la incorporación de las personas jóvenes formados al sector, y contribuya al relevo generacional y la mejora de la competitividad del sector.

14.2.

Crear una identidad moderna, próspera y atractiva para el medio rural, promoviendo el uso de tecnologías digitales como herramientas para captar y retener a las personas jóvenes emprendedoras y personas profesionales cualificadas. Esto implica adaptar los modelos educativos y laborales para que el entorno rural se convierta en una opción profesional viable para las nuevas generaciones.

14.3.

Mejorar el acceso a la tierra facilitando la incorporación de jóvenes y mujeres en la actividad agraria.

14.4.

Promover y dar visibilidad a las mujeres del medio rural con cursos de formación en emprendimiento y programas de mentorización (Programa Crecemos Juntas), seguir impulsando la ley de titularidad compartida de las explotaciones agrarias, clave para visibilizar y reconocer económica y socialmente el trabajo de muchas mujeres, y seguir fomentando los Premios de la Excelencia a la innovación para mujeres rurales, para reconocer proyectos de emprendimiento desarrollado por mujeres rurales. Asimismo, se introducirán acciones encaminadas a mejorar la educación y la formación de las mujeres, así como en el uso de las nuevas tecnologías.

14.5.

Establecer una red que facilite la conexión tanto entre las personas productoras agrícolas, ganaderos o pesqueros que estén dispuestos a asesorar a personas jóvenes para que ejerzan la actividad agraria y pesquera, como entre estos últimos, para el intercambio de experiencias e inquietudes, facilitando su incorporación a la actividad. Asimismo, promover el aprendizaje colaborativo y el desarrollo de iniciativas conjuntas.

14.6.

Facilitar la incorporación de una nueva generación de personas jóvenes que apueste por la actividad pesquera. Conseguirlo requiere un ejercicio multidisciplinar que incluya impulso en formación, titulaciones, condiciones laborales, confort y seguridad en buques, así como mejorar la percepción de la actividad pesquera por parte de la sociedad.

14.7.

Avanzar en la incorporación de la mujer en los órganos y procesos de toma de decisión del sector pesquero.



DESAFÍO 4

ALIMENTACIÓN SALUDABLE

Promover una vida saludable requiere una visión integral que vaya más allá de la alimentación. El bienestar físico y emocional, la actividad física y la sostenibilidad ambiental son fundamentales para fortalecer la salud individual y colectiva. Esto es especialmente relevante en la población infantil, donde los hábitos alimentarios adquiridos impactan en la vida adulta y en futuras generaciones, influyendo en la sociedad en su conjunto.

La Dieta Mediterránea, reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, es un modelo de alimentación equilibrada, sostenible y saludable. Su combinación de alimentos frescos, locales y de temporada, junto con sus beneficios científicamente avalados, la posicionan como un pilar para fomentar un estilo de vida saludable. Este modelo puede complementarse con la Dieta Atlántica, que comparte características similares y refuerza el consumo de productos pesqueros de alta calidad nutricional.

Para abordar el desafío de la alimentación saludable, se proponen tres medidas clave:

En primer lugar, defender una dieta saludable y sostenible:

Promover patrones alimentarios saludables como la Dieta Mediterránea y Atlántica. Esto incluye fomentar el uso de productos frescos y de temporada, promover la pesca sostenible y defender el derecho a la protección de la salud de la ciudadanía frente a los determinantes que influyen en su alimentación.

En segundo lugar, garantizar la accesibilidad a una alimentación saludable:

Asegurar que toda la población, especialmente los grupos más vulnerables, tenga acceso a una dieta saludable como la dieta española. Esto implica crear entornos alimentarios adecuados y normativas que favorezcan productos frescos, saludables y de temporada, tanto limitar el acceso a aquellos alimentos no saludables.

Por último, formar, comunicar y sensibilizar, tanto a la ciudadanía como a los profesionales sanitarios y del sector alimentario:

Incrementar la formación alimentaria a través de campañas de comunicación.

Estas acciones fomentarán una mayor comprensión y aprecio por la riqueza y los beneficios de la dieta española. Las medidas recogidas en este apartado se desarrollarán en línea con las recomendaciones de los organismos sanitarios nacionales e internacionales.

Además, es importante considerar que una alimentación variada, equilibrada y saludable debe adaptarse a las características individuales y el contexto social de cada persona, como la edad, el sexo, los hábitos de vida y el grado de actividad física, así como al contexto cultural y los alimentos disponibles.

MEDIDAS

15. Defender una dieta saludable.

15.1.

Instaurar las Dietas Mediterránea y Atlántica como patrón alimentario a nivel nacional en línea con las recomendaciones de los organismos sanitarios nacionales e internacionales.

15.1.1. Impulsar las Dietas Mediterránea y Atlántica, potenciando el consumo de sus alimentos característicos en las cantidades adecuadas, de acuerdo con sus propiedades nutricionales y funcionales, sin demonizar ningún alimento, promoviendo:

15.1.1.1. Una alimentación equilibrada basada en productos frescos, locales y de temporada, incentivando su uso generalizado dentro y fuera del hogar, garantizando un enfoque integral de la alimentación saludable, teniendo en cuenta la relación entre la alimentación, la actividad física, el sueño y el bienestar emocional. Integrar el concepto de dieta de salud planetaria, basada en evidencias científicas y en aplicaciones prácticas, que vincula la salud del planeta con la de las personas.

15.1.1.2. La dieta pesco-mediterránea, caracterizada por una mayor ingesta de pescados y mariscos, por estar avalada científicamente y por los beneficios para el organismo del consumo de proteína de pescado.

15.1.1.3. Las figuras de calidad diferenciada como las DOP, IGP y ETG, por su valor añadido tanto para las personas consumidoras como para la cadena de suministro.

15.1.2. Revisar los patrones dietéticos nacionales, asegurando que sean saludables, sostenibles y accesibles, y que estén basados en la Dieta Mediterránea y la Atlántica.

15.1.3. Establecer medidas para proteger de forma eficaz a los menores de la exposición a la publicidad de alimentos y bebidas que deben consumirse muy ocasionalmente dentro de los patrones de la Dieta Mediterránea y Atlántica (alimentos transformados con alto contenido en sal, grasas, azúcares y otros ingredientes de interés para la salud).

16. Accesibilidad a la dieta española.

16.1.

Promover entornos alimentarios que garanticen el acceso a la dieta española a toda la población.

16.1.1. Facilitar el acceso y la elección de alimentos saludables, sostenibles, asequibles y accesibles, especialmente en los grupos de población con menos recursos, a través de la coordinación de las políticas sanitarias y alimentarias de las Administraciones Públicas y del sector empresarial y mediante el establecimiento de medidas que garanticen el acceso a una alimentación saludable, sostenible y asequible en centros escolares y servicios de restauración de las administraciones públicas.

16.1.2. Promover entornos alimentarios saludables y sostenibles fuera de los hogares (en colectividades y en el canal HORECA), adoptando un enfoque integral de hábitos alimentarios saludables que fomente la actividad física y el deporte, junto con medidas que regulen la información rigurosa y científica de los alimentos.

16.1.3. Generar ecosistemas territoriales de nutrición saludable personalizada.

16.2.

Promover políticas que favorezcan el acceso a productos frescos, saludables, de temporada y ecológicos, incentivando su consumo.

17. Formar e informar sobre la dieta española.

17.1.

Desarrollar campañas de sensibilización sobre la dieta española.

17.1.1. Realizar campañas de sensibilización sobre la importancia y el valor de nuestra alimentación, destacando la Dieta Mediterránea y sus beneficios como patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. Estas campañas deben promover el consumo de alimentos característicos de esta dieta. Además, es esencial resaltar la información sobre los sellos de calidad diferenciada y la producción ecológica, subrayando que cada distintivo garantiza un control riguroso de la producción y la calidad.

17.1.2. Desarrollar campañas de información sobre la gestión sostenible de los recursos pesqueros.

17.2.

Educar en materia de alimentación.

17.2.1. Incrementar el nivel de formación alimentaria educando en nutrición y gastronomía, en especial en la infancia y juventud.

17.2.2. Impulsar la formación continua de las personas profesionales de la industria alimentaria en innovación, nutrición avanzada y personalización de la alimentación.



DESAFÍO 5

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA EN ALIMENTACIÓN

Los alimentos españoles destacan por tres características fundamentales: calidad, seguridad e innovación. La transformación tecnológica y digital en el sector agroalimentario y pesquero está diseñada para enfrentar los desafíos actuales tales como mejorar la productividad y competitividad de los distintos eslabones de la cadena alimentaria, proporcionar alimentos nutritivos asequibles y sostenibles a una población en crecimiento, proteger el medio ambiente y adaptarse a las nuevas demandas de las personas consumidoras.

Asimismo, resulta fundamental contemplar el fomento de la investigación y el desarrollo en el sector agrícola y su protección mediante derechos de propiedad industrial, en particular mediante patentes. Esto incluye, entre otras posibilidades, la creación de nuevas plantas para cultivos o animales, técnicas de obtención de nuevas plantas, técnicas para mantener la seguridad alimentaria, técnicas de cultivo más eficientes y prácticas sostenibles que puedan aumentar la producción y la resiliencia ante el cambio climático.

Los derechos de propiedad industrial incentivan la inversión en la mejora de los cultivos cuando existe un posible retorno de la inversión y los innovadores necesitan obtener beneficio económico y los derechos de propiedad industrial se lo permiten.

En este contexto la implementación de innovaciones digitales y tecnológicas se aborda a través de cuatro medidas clave.

En primer lugar, es esencial fomentar la innovación en alimentos, en procesos productivos y en sistemas de distribución y comercialización en el sector agroalimentario y pesquero. Esto incluye el desarrollo de nuevos alimentos e ingredientes que respondan a las demandas cambiantes de las personas consumidoras. La biotecnología juega un papel crucial al permitir el desarrollo de cultivos más resistentes a plagas enfermedades y condiciones climáticas adversas con mayor productividad, calidad nutricional y vida útil. Las nuevas técnicas genómicas (NTGs) son especialmente importantes ya que permiten modificar el material genético de manera más precisa y eficiente. Apostar por la innovación e

investigación en técnicas pesqueras sostenibles, que contribuyan a garantizar el buen estado de los recursos pesqueros, contando con la colaboración con las instituciones científicas españolas de referencia.

En segundo lugar, la digitalización de los modelos de producción alimentaria es un pilar fundamental para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de la industria. Contribuye a reducir el consumo energético, optimizar las cadenas de producción y aumentar la capacidad de respuesta a las demandas del mercado.

En tercer lugar, es necesario crear y fortalecer estructuras e iniciativas que promuevan la generación y transferencia de conocimiento facilitando la incorporación de innovaciones en el sector productivo e industrial. La formación, la capacitación y el asesoramiento son esenciales para la adopción de tecnologías avanzadas. El intercambio de datos protegido por sistemas confiables es un motor clave para la innovación, permitiendo decisiones más informadas y garantizando la protección de la privacidad y los derechos de propiedad.

Por último, el futuro del sistema alimentario depende de la inversión en investigación, desarrollo e innovación, así como del impulso de un marco regulatorio adecuado para modernizar el sector agroalimentario y pesquero. España tiene el potencial de liderar una transformación hacia un modelo agroalimentario más sostenible capaz de alimentar a una población global de manera eficiente y respetuosa con el medio ambiente.

MEDIDAS

18. Impulsar la innovación en el sector agroalimentario y pesquero español.

18.1.

Fomentar la innovación en los alimentos.

18.1.1. Promover la innovación y desarrollo de nuevos alimentos e ingredientes, fuentes de proteína alternativas, así como reformulaciones para adaptarse a las demandas de la persona consumidora de alimentos más sostenibles y saludables (análogos proteicos, cultivos alternativos terrestres y acuáticos como microalgas, insectos, hongos, etc.).

18.1.2. Impulsar los alimentos funcionales, la nutrición de precisión y complementos alimenticios con el fin de reducir la incidencia de enfermedades asociadas a la dieta, ajustando sus normas legales generales.

18.2.

Promover la innovación en los procesos de producción agroalimentaria y pesquera y en la cadena de suministro de alimentos.

18.2.1. Promover la innovación y la inversión en tecnologías de última generación, optimizando los procesos de la cadena de suministro.

18.2.2. Fomentar el desarrollo e innovación de tecnologías y nuevas metodologías en la producción alimentaria, mediante la biotecnología (cultivo celular, fermentación de precisión y biomasa, agricultura molecular), robótica, automatización, inteligencia artificial y *machine learning* para reducir el coste de producción y procesamiento, mejorar la conservación y vida útil de los alimentos y responder a retos como el crecimiento poblacional y el cambio climático.

18.2.3. Impulsar un marco regulatorio estable, la investigación, innovación y desarrollo de las nuevas técnicas genómicas (NTG), a través de programas científico-técnicos y de transferencia tecnológica para mejorar las variedades vegetales con mejores cualidades organolépticas y nutritivas a precios asequibles, accesibles y sabrosas, y desarrollando asimismo cultivos resistentes al cambio climático y a plagas y enfermedades y/o adaptados a las necesidades de personas con alergias o intolerancias alimentarias.

18.2.4. Promover la investigación e innovación de técnicas pesqueras sostenibles que garanticen la conservación de los recursos pesqueros, a través de la colaboración con las instituciones científicas de referencia.

18.3.

Incentivar la innovación de los sistemas de distribución local y comercialización de los alimentos.

18.3.1. Fomentar la innovación en los sistemas de distribución local y comercialización de alimentos, mejorando los modelos organizativos y desarrollando redes, de forma que se optimicen los procesos de abastecimiento de la cadena de suministro, se atiendan las necesidades y demandas de las personas consumidoras y se mejore la eficiencia y competitividad del sector.

18.3.2. Incentivar y apoyar financieramente a largo plazo a empresas emprendedoras que promuevan la innovación en la comercialización.

19. Digitalizar los modelos de producción del sistema agroalimentario y pesquero.

19.1.

Fomentar la adopción de herramientas de robótica, automatización, tecnología genética, Big Data, análisis y modelos predictivos, Internet de las cosas, inteligencia artificial y *blockchain* para alcanzar mayor eficiencia, sostenibilidad, trazabilidad, control ambiental y diversificación de negocio.

19.2.

Desarrollar y aprovechar el potencial de los sistemas de inteligencia artificial aplicados al sector agroalimentario y pesquero.

19.3.

Impulsar nuevos modelos de negocio y desarrollo empresarial mediante la agricultura y ganadería inteligente y la industria 4.0.

19.4.

Fomentar de la digitalización y comercialización, impulsando tecnologías digitales para abrir canales de comercialización, usando herramientas digitales que conecten toda la cadena.

19.5.

Promover y diseñar programas de formación y asesoramiento en innovación tecnológica y digital, en la pesca o en la agricultura de precisión, herramientas que faciliten la venta directa y la gestión sostenible de explotaciones, asegurando que los pequeños productores y productoras se beneficien de ellas.

19.6.

Desarrollar una plataforma digital para la conexión de experiencias, investigaciones, proyectos y casos de éxito de los actores de la cadena agroalimentaria y fomentar así la generación de nuevas ideas e innovaciones.

20. Estimular la generación y transferencia del conocimiento entre los distintos agentes de la cadena agroalimentaria y pesquera.

20.1.

Estimular programas de innovación abierta que conecten de manera ágil proyectos emprendedores con proyectos en explotación, facilitando la transformación de la industria española.

20.2.

Contribuir a la generación y transferencia del conocimiento a los operadores de la cadena, con un enfoque basado en AKIS, fomentando intercambios de experiencias y la colaboración público-privada entre los diferentes agentes implicados. Crear redes de centros de conocimiento y *hubs* de innovación y digitalización rurales para generar soluciones rápidas ante las debilidades del sector.

20.3.

Impulsar la formación y el acompañamiento a las personas productoras en la aplicación y funcionamiento de las nuevas tecnologías en sus explotaciones.

20.4.

Fortalecer la colaboración y las relaciones entre agentes investigadores, grandes empresas tecnológicas y operadores del sistema alimentario, tanto públicos como privados, para establecer soluciones más eficientes y participar en proyectos de investigación internacionales y europeos como Horizonte Europa.

21. Fomentar las inversiones en innovación tecnológica y digital e impulsar una regulación que favorezca la innovación para conseguir una modernización del sector en nuestro país.

21.1.

Promover el apoyo económico en relación con la innovación y tecnología en los sectores agroalimentarios y pesqueros.

21.1.1. Fomentar la inversión y financiación para la investigación aplicada, la innovación disruptiva y ecoeficiente, con especial foco en la inteligencia artificial y la biotecnología, con el objetivo de poner en el mercado soluciones innovadoras. Establecer medidas para estimular la cooperación entre todos los eslabones de la cadena agroalimentaria y centros de investigación.

21.1.2. Incentivar, en intensidades de ayuda, en priorización de proyectos y compras públicas innovadoras, a las empresas tecnológicas *agrifood tech* con inversión en I+D+i. Facilitar el acceso a fondos para la creación de nuevos productos alimenticios y la reformulación de productos existentes a través de subvenciones dirigidas a empresas que inviertan en I+D.

21.1.3. Promover la creación de un fondo de inversión público-privado en *foodtech* para financiar proyectos de innovación que promuevan la sostenibilidad y la digitalización del sector agroalimentario.

21.1.4. Fomentar la creación de parques *agrifood* de escalado con instalaciones de uso compartido. Impulsar la formación y el acompañamiento a personas productoras en la aplicación y funcionamiento de las nuevas tecnologías en sus explotaciones.

21.1.5. Promover innovaciones en acuicultura y productos del mar desarrollando una estrategia nacional para maximizar el potencial de los productos del mar, asegurando que estos sean parte clave de la diversificación de fuentes de proteína en España.

21.1.6. Establecer líneas de apoyo específicas para favorecer la I+D+i en el sector pesquero y acuícola.

21.2.

Impulsar una regulación para favorecer la innovación en el sistema alimentario.

21.2.1. Crear un gran pacto para la innovación que impulse el conocimiento y el desarrollo de nuevas tecnologías en la producción de alimentos, priorizando el diseño de planes de I+D+i, mejorando los criterios de evaluación y orientándolos a las necesidades del mercado. Esto incluye facilitar los procesos regulatorios y desarrollar programas de transferencia de investigación e innovación al mercado, donde empresas compren soluciones de *start-ups* españolas con apoyo de subvenciones, generando demanda y facilitando su escalabilidad en innovación tecnológica.

21.2.2. Impulsar regulaciones que fomenten la innovación y el desarrollo tecnológico en diversos ámbitos, como la enología, el emprendimiento rural, la reproducción de material vegetal y las NTGs.

DESAFÍO 6

INFORMACIÓN ALIMENTARIA AL CONSUMIDOR

En la actualidad, los sistemas alimentarios deben ser sostenibles, integrales y competitivos, al tiempo que satisfacen las necesidades de las personas consumidoras. Este último eslabón de la cadena alimentaria es crucial, ya que sus decisiones determinan qué productos tienen éxito y cómo evoluciona el mercado.

Para que las personas consumidoras puedan tomar decisiones responsables, es esencial proporcionar información alimentaria clara y accesible. Este desafío se aborda mediante cuatro medidas principales:

Primero, mejorar el etiquetado:

Es fundamental que las etiquetas permitan identificar el origen, las propiedades nutricionales y los métodos de producción sostenible de los alimentos, así como el cumplimiento de normativas específicas. Sin embargo, es importante evitar un exceso de información que pueda generar confusión.

Segundo, garantizar la transparencia:

Asegurar el derecho a la información y la transparencia en los puntos de comercialización y venta de productos alimentarios es decisivo para que las personas consumidoras confíen en lo que compran.

Tercero, promover la educación:

A través de campañas de información, de sensibilización, de formación así como de mejora de la reputación del sector agroalimentario y pesquero y de sus productos. Con mensajes claros y publicidad honesta, se puede fomentar la confianza de la persona consumidora, promover dietas equilibradas como la Dieta Mediterránea y reducir problemas de salud relacionados con la alimentación, como la obesidad y la diabetes, mientras se minimiza la huella ambiental.

Cuarto, asegurar la veracidad de la información:

Es importante que la información alimentaria proporcionada a las personas consumidoras sea siempre veraz y no induzca a errores ni confusiones.

Estas medidas buscan no solo mejorar la calidad de la información alimentaria, sino también fortalecer la confianza de la persona consumidora y promover hábitos alimentarios saludables y sostenibles.

MEDIDAS

22. Información alimentaria disponible a través del etiquetado.

22.1.

Mejorar la información a la persona consumidora a través de etiquetados claros y sencillos.

22.1.1. Utilizar un lenguaje comprensible y accesible, promoviendo la actualización y armonización de la normativa actual sobre etiquetado, para que se contemplen los nuevos productos emergentes (*plant based, cell based, 3d*, etc.).

22.1.2. Exigir una normativa clara y justa de etiquetado y denominación de productos alternativos vegetales que no contengan ingredientes de origen animal, de forma que se prohíba el uso de términos como “carne”, “leche” o “queso” y se reemplacen por términos descriptivos como “bebida vegetal” o “análogo de proteína”.

22.1.3. Promover la colaboración público-privada y la autorregulación en materia de información a la persona consumidora.

22.1.4. Mejorar la información en los etiquetados y definición de los alimentos destinados a las personas consumidoras con necesidades alimentarias específicas (alergias, intolerancias, veganos/vegetarianos, etc.).

22.1.5. Desarrollar un marco normativo armonizado a nivel de la Unión Europea que establezca criterios claros y consensuados para clasificar los alimentos procesados y ultraprocesados. Este marco debe basarse en estudios científicos actualizados y contar con la participación de las personas expertas, industria alimentaria y consumidores.

22.1.6. Trabajar a nivel europeo en el desarrollo de un marco para el etiquetado de bienestar animal de productos ganaderos.

22.2.

Desarrollar un etiquetado nutricional en la parte frontal de los envases.

22.2.1. Desarrollar un sistema de etiquetado frontal armonizado a nivel de la Unión Europea que sea claro y sencillo para las personas consumidoras, basado en un modelo de perfiles nutricionales fundamentado en criterios científicos independientes, actualizando los criterios nutricionales para la declaración de “saludable”.

22.2.2. Incluir información esencial en el etiquetado frontal, asegurándose que siempre figure la denominación del alimento y cuando proceda, el porcentaje del ingrediente destacado en el etiquetado frontal del envase.

22.3.

Desarrollar un etiquetado de sostenibilidad de los productos alimenticios.

22.3.1. Desarrollar un etiquetado de sostenibilidad voluntario, único y armonizado a nivel de la Unión Europea y basado en estudios previos, que abarque aspectos climáticos, ambientales y sociales de los productos alimenticios, para que las personas consumidoras puedan tomar decisiones de compra conscientes y responsables.

22.3.2. Establecer el marco general (ámbito, definiciones, objetivos, normas generales) para la información relacionada con la sostenibilidad dirigida a las personas consumidoras, aplicable a todos los alimentos y toda la información de los alimentos acerca de las tres dimensiones de la sostenibilidad.

22.3.3. Combatir el greenwashing en alimentación, evitando alegaciones y logos que transmitan una imagen de sostenibilidad sin que haya una definición legal armonizada a nivel de la UE que la garantice.

22.4.

Desarrollar un etiquetado de origen de los alimentos.

22.4.1. Mejorar y defender la indicación del origen de los alimentos, para destacar los valores nutricionales y de calidad de las producciones nacionales.

22.5.

Promover un etiquetado digital como herramienta básica de información al consumidor.

22.5.1. Promover herramientas digitales que garanticen la accesibilidad de la persona consumidora a la información alimentaria obligatoria, aumentando su conciencia de salud y su capacidad para tomar decisiones nutricionales conscientes. Además, impulsar un etiquetado digital como elemento prioritario que facilite la comercialización del vino y mejore la información disponible para las personas consumidoras.

23. Información alimentaria disponible a través de los canales de compra y puntos de venta.

23.1.

Utilizar tecnologías digitales, como códigos QR, integración digital de la cadena y sensores para proporcionar a las personas consumidoras datos claros sobre sostenibilidad, nutrición, origen, agentes involucrados y procesos de cultivo y transformación en los puntos de venta. Esto asegurará el derecho a la información y la seguridad alimentaria.

23.2.

Implementar métodos que garanticen a la persona consumidora la procedencia y el estado de conservación de los productos, asegurando la trazabilidad y la confianza en los alimentos adquiridos.

23.3.

Propiciar la creación y el desarrollo de aplicaciones que faciliten a las personas consumidoras encontrar y comprar productos locales y sostenibles, fomentando el apoyo a la economía local y la sostenibilidad ambiental.

23.4.

Establecer normativas claras para prevenir prácticas comerciales engañosas que puedan confundir a las personas consumidoras sobre la cantidad y calidad de los productos alimentarios.

24. Información alimentaria disponible a través de campañas de comunicación.

24.1.

Desarrollar campañas de información en materia de alimentación.

24.1.1. Diseñar estrategias de comunicación integrales como la Estrategia Alimentos de España para ofrecer una visión completa del sistema alimentario y mejorar el acceso a la información sobre alimentación.

24.1.2. Promover el conocimiento del sector agroalimentario y pesquero:

Realizar campañas que destaquen la importancia estratégica, la importancia y el atractivo profesional del sector, así como los sistemas de producción y la procedencia de los alimentos.

24.1.3. Valorar las producciones y a las personas profesionales del sector:

Reconocer el carácter estratégico del sector agroalimentario y pesquero, destacando su papel en la economía y el empleo, y su competitividad en el mercado interior e internacional. Enfatizar la relación entre alimentación, gastronomía y turismo.

24.1.4. Informar sobre seguridad alimentaria y reciclaje:

Desarrollar campañas sobre la seguridad de los alimentos en condiciones controladas, los procesos de trazabilidad, las mejores prácticas para manipular alimentos y la importancia del reciclaje alimentario y los nuevos alimentos elaborados a partir de subproductos.

24.2.

Desarrollar campañas de sensibilización para generar conciencia en la ciudadanía.

24.2.1. Promover el consumo de productos locales y sostenibles, implementando campañas de sensibilización sobre la importancia de consumir productos locales, de temporada y producidos de forma sostenible, incluyendo la difusión del calendario de productos de temporada.

24.2.2. Reducir el desperdicio alimentario: Abordar la reducción de las pérdidas y el desperdicio alimentario de manera transversal, incluyendo prácticas en los hogares como la diferenciación entre fecha de caducidad y consumo preferente, pautas de consumo adecuadas, gestión eficiente de las compras, recetas de aprovechamiento, y la correcta conservación y almacenamiento de los alimentos.

24.3.

Realizar campañas de formación alimentaria.

24.3.1. Fomentar la educación ciudadana en temas de alimentación, incluyendo nutrición, calidad de los alimentos, etiquetado, porciones de consumo y dieta, aclarando la relación entre hábitos alimentarios, salud y medio ambiente. Además, promover la formación alimentaria a los medios de comunicación a través de entidades académicas para asegurar una información precisa y responsable.

24.3.2. Trabajar con los programas educativos escolares para mejorar la información sobre los sistemas agroalimentarios.

24.4.

Desarrollar campañas que mejoren la reputación del sector agroalimentario y pesquero español y de sus productos, a través de la comunicación y pedagogía del sector, de forma que la persona consumidora (y la sociedad) los perciba e interprete en la forma profesional debida; generando respeto, mediante actuaciones para evitar la pérdida de confianza del consumidor motivada por múltiples factores (aparición de fraudes, subidas injustificadas de precios, etc.) y que pueden llevar a cambios en sus hábitos de consumo.

25. Garantizar que la información alimentaria sea veraz.

25.1.

Implementar una estrategia de información efectiva y control de publicidad engañosa: Activar un mecanismo proactivo y reactivo para combatir la desinformación sobre productos agroalimentarios y pesqueros, en coordinación con las Administraciones competentes y las entidades representativas del sector. Desarrollar acciones específicas para identificar y controlar la publicidad engañosa y el fraude en el sector alimentario.

25.2.

Favorecer la transparencia y evitar confusiones en denominaciones de alimentos: Establecer estrategias para impedir que las nuevas denominaciones de alimentos confundan a las personas consumidoras, asegurando que no se transmitan mensajes que sugieran propiedades nutricionales similares a las de alimentos frescos como carnes, pescados y mariscos.

25.3.

Promover acuerdos de autorregulación y colaboración entre el sector público y privado para mejorar la información al consumidor y garantizar la transparencia.

6.4

Iniciativas relacionadas con la Unión Europea

Este apartado recoge las principales iniciativas prioritarias para España, que se están abordando en el ámbito de la Unión Europea o se prevé que sean tratadas por la Comisión Europea. Además, incluye aquellas en las que España tiene un especial interés en que sean desarrolladas por la Comisión.

I. Iniciativas en desarrollo a nivel europeo que son prioritarias para España.

A continuación, se enumeran las iniciativas ya en marcha, impulsadas por la Comisión europea, hasta la fecha de redacción de la Estrategia, cuya continuidad se prevé para esta legislatura. Se trata de iniciativas de interés para España, estratégicas para nuestro sistema agroalimentario y pesquero. España tratará de impulsarlas para conseguir su aprobación.

1. Propuesta de la Comisión Europea de Reglamento sobre plantas obtenidas por ciertas técnicas genómicas y sus alimentos y piensos.

Busca establecer un régimen específico para determinadas técnicas de modificación genética que permitan su comercialización y, por tanto, la investigación en la UE, de variedades vegetales obtenidas por las mismas.

2. Propuesta de la Comisión Europea de Reglamento sobre la producción y comercialización de material de reproducción vegetal.

Consiste en la actualización de la normativa actual, manteniendo como pilares los sistemas de producción y control y certificación de la calidad y el registro de las variedades, estableciendo a la vez, particularidades enfocadas a determinados nichos de mercado diferentes al sector profesional, como puede ser el sector amateur o aficionado, o entidades dedicadas a la conservación de recursos fitogenéticos, variedades locales o tradicionales.

3. Modificación de la OCM de productos agrícolas (Reglamento (UE) N° 1308/2013 por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrícolas) para reforzar las disposiciones sobre contratos en los que participan agricultores y otros agentes de la cadena, preservando al mismo tiempo el principio fundamental de orientación al mercado.

4. Evaluación por la Comisión Europea de la Directiva (UE) 2019/633, relativa a las prácticas comerciales desleales en las relaciones entre empresas en la cadena de suministro agrícola y alimentario (directiva UTP). Esta evaluación comenzó en junio de 2024, y se debe presentar, a más tardar el 1 de noviembre de 2025 un informe de conclusiones al Parlamento Europeo, al Consejo, así como al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones.

5. Propuesta de reglamento, al Consejo y al Parlamento Europeo, sobre prácticas comerciales transfronterizas y mejora de la coordinación y cooperación en aplicación de la directiva UTP y acciones contra prácticas comerciales desleales de compradores multinacionales.

6. Iniciativas que emanan de la política de promoción europea:

6.1. Intensificación en el control del fraude y el conflicto de interés de los beneficiarios de programas de promoción agrícolas en mercado interior y en terceros países, para prevenir cualquier situación en la que la imparcialidad y objetividad en la ejecución de un programa de promoción pueda verse comprometida por razones de interés económico, afinidades políticas o nacionales, vínculos familiares o afectivos, o cualquier otro interés compartido.

6.2. Puesta en marcha del pago a tanto alzado de los costes subvencionables en los programas de promoción agrícolas en mercado interior y en terceros países. Esta iniciativa se ha recogido en la modificación del Reglamento Delegado (UE) 2015/1829, que está pendiente de publicación en el DOUE y se pondrá en marcha de manera efectiva con la publicación de la próxima convocatoria de programas UE en 2025.

7. Modificación de la Directiva 2008/98/CE, sobre los residuos (Directiva Marco de Residuos), que pretende imponer objetivos de reducción de residuos alimentarios. Este proyecto está pendiente de iniciar la fase de trílogos.

8. Reglamento de envases y residuos de envases, que tiene por objeto evitar la generación de residuos de envases, impulsar el reciclado de alta calidad, crear un mercado de materias primas secundarias, y facilitar la información a las personas consumidoras. Esta normativa también incluye a los productos alimentarios. Está en fase de adopción definitiva por parte del Parlamento europeo.

9. Directivas para combatir el “Greenwashing”,

que pretenden conseguir que las declaraciones medioambientales y de sostenibilidad proporcionadas en los productos sean fiables, comparables y verificables en toda la UE, proteger a las personas consumidoras del *greenwashing* o “blanqueo ecológico” y ayudarlos a tomar decisiones de compra fundamentadas. Todo ello pretende fomentar la consolidación de una economía circular y establecer unas condiciones de competencia equitativas con respecto al comportamiento medioambiental de los productos.

El paquete legislativo incluye:

- **Directiva (UE) 2024/825**, en lo que respecta al empoderamiento de los consumidores para la transición ecológica mediante una mejor protección contra las prácticas desleales y mediante una mejor información, en vigor.
- **Proyecto de Directiva de alegaciones ecológicas** (“*Green Claims*”). Complementa y desarrolla la Directiva de empoderamiento, en lo que se refiere a los requisitos sobre cómo deben proporcionarse las alegaciones medioambientales, limitando el uso abusivo de estas. En fase de trílogos.
- **Habría una tercera Directiva dentro de este paquete**, la denominada “Directiva del derecho a reparar”, que en principio no afectaría al ámbito alimentario.

10. Paquete legislativo sobre bienestar animal en granja, transporte y sacrificio. Propuesta de etiquetado de bienestar animal europeo.

11. Controles en materia de calidad alimentaria que son competencia del MAPA.

11.1. Desarrollo y armonización de métodos de análisis para la detección de la adulteración de la miel, para aumentar la transparencia y luchar contra el fraude.

Actualmente el Comité Europeo de Normalización (CEN), en colaboración con el JRC, ha desarrollado una norma para la detección de adición de azúcares a la miel que se publicará este año y también hay en proyecto el desarrollo de un método para la cuantificación de ingredientes primarios y secundarios en miel por espectroscopía 1H-RMN, aunque está en fase de votación.

Por su parte, el Laboratorio Arbitral Agroalimentario de Madrid participa en INNOBUYER, un proyecto financiado por la UE que pretende el desarrollo e implantación de metodologías novedosas y fomenta la innovación, trabajando específicamente con Microfy.IA para el desarrollo de un método de análisis polínico en miel mediante Inteligencia Artificial.

11.2. Armonización de notificaciones de no conformidades de los aceites de oliva a través de la herramienta informática iRASFF, cuyo objetivo es definir cuándo una no conformidad es incumplimiento y cuándo es fraude para evitar la catalogación de casos de incumplimiento de categoría o etiquetado como fraude.

11.3. Modificación del Reglamento (UE) 2023/915, relativo a los límites máximos de determinados contaminantes en los alimentos, para la fijación de límites máximos de aceites minerales (MOH y MOAH) en alimentos, tras la evaluación del riesgo llevada a cabo

por la EFSA y la clasificación de estos contaminantes como posibles carcinógenos genotóxicos. Entre las matrices alimentarias con mayor presencia de estos contaminantes están los aceites vegetales, incluidos el aceite de oliva y orujo de oliva, sector en el que esta medida tendrá un notable impacto.

11.4. Comunicación con los sectores implicados a través de las organizaciones de productores, sus asociaciones y las organizaciones interprofesionales durante la elaboración de normativa nacional y las normas voluntarias en el seno de los organismos de normalización.

12. Armonización de la normativa de aplicación del etiquetado digital del sector vitivinícola, para garantizar el mercado único y que la información que se traslada a la persona consumidora a través de medios electrónicos (como los códigos QR), y en concreto la forma de identificar el código QR sea la misma en toda la Unión Europea.

13. Acuerdos comerciales en materia de producción ecológica con los terceros países con los que finalizan los acuerdos de equivalencia en diciembre de 2026 (Argentina, Australia, Canadá, Costa Rica, India, Israel, Japón, Nueva Zelanda, República de Corea, Túnez, Estados Unidos de América, Colombia y México).

II. Iniciativas pendientes a nivel europeo y también prioritarias para España.

*Pendientes, a propuesta de la Unión Europea

A continuación, se enumeran las iniciativas pendientes de desarrollo y debate, por parte de la Unión Europea hasta la fecha de redacción de la estrategia, y cuya propuesta se estima como estratégica para España e importante para nuestro sistema agroalimentario y pesquero. España tratará de impulsarlas para conseguir su iniciación.

1. Reforzar las organizaciones de productores económicos y sus asociaciones y la reducción de la carga administrativa para su reconocimiento y constitución.

Se plantea reforzar la capacidad de las Organizaciones de Productores (OP) y otras entidades de apoyo a la cooperación, sin poner en peligro los mecanismos de buena competencia y en el marco de la normativa de la Unión Europea. En particular, mediante:

- a) La mejora del poder de negociación de las OP y la ampliación del papel de las asociaciones de organizaciones económicas reconocidas en las negociaciones colectivas;
- b) La posibilidad de apoyar financieramente a las organizaciones interprofesionales que participan en la gestión de crisis tal y como ya sucede con las organizaciones de productores de frutas y hortalizas y sus asociaciones de acuerdo con la normativa de la Unión Europea;
- c) Simplificar el proceso de reconocimiento de estas organizaciones de productores y organizaciones integradas dentro del margen que permita la normativa de la Unión Europea;

d) Aumentar el apoyo que las OP y las OA pueden recibir a través de intervenciones sectoriales en virtud del Reglamento (UE) 2021/2115, por el que se establecen normas en relación con la ayuda a los planes estratégicos que deben elaborar los Estados miembros en el marco de la política agrícola común (planes estratégicos de la PAC), financiada con cargo al Fondo Europeo Agrícola de Garantía (FEAGA) y al Fondo Europeo Agrario de Desarrollo rural (Feader).

2. Iniciativas en materia de etiquetado. La Estrategia “De la Granja a la Mesa” establece que una información clara que facilite a las personas consumidoras la elección de dietas saludables y sostenibles beneficiará su salud y calidad de vida, y reducirá los costos relacionados con la salud.

Para lo cual la Comisión propondrá:

Un etiquetado nutricional obligatorio armonizado en la parte frontal del envase para permitir a los consumidores elegir alimentos informados y conscientes de su salud.

Propuesta de extensión de las **indicaciones obligatorias de origen** o procedencia a ciertos productos, teniendo plenamente en cuenta los impactos en el mercado único. Esta acción permitiría a los consumidores identificar mejor el origen de los alimentos y facilitaría la elección informada y sostenible de los alimentos por parte de los consumidores. En este sentido es importante destacar la problemática existente entre las marcas colectivas de las administraciones públicas regionales o locales frente al sistema de las Indicaciones Geográficas.

Perfiles de nutrientes para restringir la promoción (a través de declaraciones nutricionales y saludables) de alimentos ricos en grasas, azúcares y/o sal. El establecimiento de perfiles nutricionales facilitará el cambio hacia dietas más saludables y estimulará la reformulación de los alimentos.

Indicación de la **fecha de caducidad/ consumo preferente**: La Comisión está estudiando la posibilidad de revisar las normas sobre la indicación de la fecha, tanto de caducidad como de consumo preferente ante la confusión que dicha indicación supone y la falta de comprensión por parte de los consumidores de la diferencia entre estos conceptos, teniendo en cuenta que además esto contribuye al desperdicio de alimentos.

3. Plan Europeo contra el Cáncer: Etiquetado nutricional de bebidas alcohólicas. Entre sus objetivos hasta 2025 se encuentra regular el etiquetado nutricional de bebidas alcohólicas ya que el Reglamento (UE) N° 1169/2011, sobre la información alimentaria facilitada al consumidor, las excluye de la indicación obligatoria del listado de ingredientes y de la información nutricional.

De momento solo se ha legislado en el sector vitivinícola (vinos y productos vitivinícolas aromatizados), permitiendo su indicación fuera de la etiqueta por medios electrónicos (*off label*). El resto de las bebidas alcohólicas (cerveza, bebidas espirituosas, sidra) se rigen por código de autorregulación voluntaria.

4. Alegaciones nutricionales y declaraciones de salud en alimentos. El etiquetado de propiedades nutricionales y las menciones relacionadas con la salud ayudan de forma muy positiva a poner en valor los alimentos y diferenciarlos de otros productos análogos.

5. Actualización del Reglamento de Ejecución (UE) 2021/1165 por el que se autorizan determinados productos y sustancias para su uso en la producción ecológica y se establecen sus listas, en donde se debate la modificación de los insumos aptos para su uso en la producción ecológica.

La delegación alemana ha propuesto la inclusión del fitosanitario fosfonato potásico para el cultivo vitícola.

6. Nueva norma de comercialización de la sidra. La sidra y la perada no cuentan con ninguna regulación a nivel de la UE. En España, la sidra está regulada en su norma de calidad (Real Decreto 72/2017, por el que se aprueba la norma de calidad de las diferentes categorías de la sidra natural y de la sidra) que exige que el producto denominado sidra esté elaborado únicamente a partir de mosto de manzana fermentado.

En abril de 2023, la Comisión presentó al Parlamento Europeo y al Consejo el informe relativo a las nuevas normas de comercialización aplicables a la sidra y la perada, proponiendo una serie de opciones.

En el GREX del vino de diciembre de 2024, en el que participa el MAPA, se presentó una propuesta, formada por dos textos:

- Un acto delegado que modifica a la OCMA para incorporar la sidra a la lista de productos para los que se puede elaborar una norma de comercialización.
- Un acto delegado consistente en la propia norma de comercialización, en el que se definirían los requisitos, las prácticas permitidas y/o prohibidas, menciones facultativas, requisitos de etiquetado, etc.

A partir de la propuesta de la Comisión, en los futuros GREX se llevarán a cabo las discusiones entre los Estados miembros y la propia Comisión, con el objetivo de elaborar una norma de comercialización comunitaria para la sidra.

*Pendientes, a propuesta de España

1. En el marco de la nueva PAC:

1.1. De manera genérica y de cara a la negociación de la nueva PAC:

- El sistema de apoyo a los agricultores debe continuar y dirigirse hacia aquellos agricultores y sectores considerados prioritarios.
- Es importante mantener el equilibrio social y ambiental, introduciendo criterios compensatorios para que ningún territorio o grupo social quede excluido del sistema.
- Las ayudas dirigidas a fomentar la contribución del sector a la sostenibilidad ambiental y climática deben ser realmente incentivadoras. El sector agrario suministra bienes públicos en este ámbito que deben ser adecuadamente compensados para garantizar una amplia acogida y, por tanto, un impacto relevante. Las intervenciones diseñadas para contribuir a este reto deben ser lo suficientemente atractivas para los agricultores y ganaderos de los diferentes sistemas agrarios europeos. Los compromisos de los agricultores en estos ámbitos deberían ser financiados completamente con fondos comunitarios, multianuales y con metas concretas que puedan ser fácilmente medibles a través del tiempo.
- La transición hacia un sector más sostenible en materia climática y ambiental debe apoyarse de manera especial en las últimas tecnologías e innovaciones. Los apoyos para la acogida y adopción de las mismas deben ser financiados con fondos agrícolas.
- El cambio climático y sus consecuencias provocan situaciones que requieren de una respuesta rápida y ágil. La reserva de crisis puede proporcionar los fondos necesarios para hacer frente a estas situaciones, debiéndose reformar su mecanismo, con un sistema de ayudas sencillas.

- La próxima reforma de la PAC es clave para que el sector agrario comunitario continúe como referente a nivel mundial. La PAC debe garantizar el acceso y utilización de tecnología a las explotaciones agrarias. Hay que facilitar el acceso del agricultor y ganadero a todas las herramientas y conocimientos disponibles en el mercado que le permitan gestionar de un modo más eficaz su explotación.
- Las futuras ampliaciones de la UE no pueden ser obstáculo para la mejora de la financiación de cada uno de los agricultores europeos. La ampliación de la UE no puede ir en detrimento de las ayudas de la PAC.

1.2. Dentro de la normativa de la organización común de mercados (OCMA) y de la normativa PAC, instrumentos que desarrollen de manera clara una autonomía estratégica abierta para el sistema agroalimentario europeo:

- Establecer por parte de la Comisión europea una clasificación de sectores agroalimentarios y pesqueros según su grado de riesgo de autoabastecimiento. A partir de esta evaluación del riesgo de desabastecimiento, establecer medidas de fomento de subsectores, de manera paralela al establecimiento de medidas comerciales que faciliten el acceso a esas materias primas agroalimentarias y pesqueras. El fin de esta iniciativa es mejorar, para todos los Estados miembros, el grado de autoabastecimiento alimentario.
- Establecer un sistema de gestión de crisis más flexible, realista, rápido y transparente, que vaya más allá de la normativa actual. Todo ello para responder a los problemas coyunturales acontecidos en las últimas fechas en el ámbito agroalimentario y con la finalidad de garantizar un autoabastecimiento agroalimentario y pesquero, y una estabilización en las fluctuaciones de oferta y demanda.

1.3. En el marco de la nueva PAC, fomentar la economía circular, poniendo en valor todas las posibilidades de los subproductos y residuos, como estrategia para mejorar la rentabilidad de las explotaciones y la eficiencia en las cadenas de valor.

1.4. Reforzar los instrumentos de seguimiento del comercio agroalimentario europeo, estableciendo herramientas de vigilancia de mercados a través de la normativa agroalimentaria europea (PAC, OCMA), estableciendo sistemas de alerta temprana en el caso de crisis de precios u otro tipo de problemas coyunturales.

1.5. Coordinar a nivel de la unión europea las políticas de salud, agroalimentarias y comerciales para establecer obligaciones jurídicas a la comisión europea, en los mandatos de negociación con terceros países:

- Fortaleciendo las exigencias en materia de seguridad alimentaria a lo largo de toda la cadena de valor a los países terceros.
- Eliminando la posibilidad de niveles de riesgo finalistas con umbrales de tolerancia en las importaciones de productos agroalimentarios y pesqueros, en cuanto a la inocuidad alimentaria.
- Fortaleciendo la posición negociadora de la Comisión en cuanto a acceso a mercados de países terceros, para agilizar el acceso a mercados exteriores. De esta manera se facilitarían los acuerdos sanitarios y fitosanitarios a nivel de la comisión europea y con los países terceros.
- En definitiva, conseguir condiciones justas para los agricultores europeos, a través de las cláusulas espejo.

2. Actuaciones de la Unión Europea en materia de promoción.

2.1. Revisión de la política de promoción agrícola en mercado interior y en terceros países.

2.2. Definir y armonizar cuales son los costes subvencionables para controlar la moderación de costes.

3. Productos veganos. El sector de los alimentos y bebidas vegetales constituye un sector emergente dentro de la industria agroalimentaria de nuestro país. El desarrollo de este sector y el aumento de su consumo a nivel nacional hace que este deba de tener su espacio en el mercado.

4. Definir y armonizar a nivel europeo los alimentos procesados y ultraprocesados, fundamentando las decisiones normativas en la evidencia científica.

5. Etiquetado digital genérico para todos los alimentos. Desarrollar y facilitar su utilización para proporcionar información alimentaria y de otro tipo (derivada de regulación de envases, u otros requisitos que puedan surgir), mediante el empleo de símbolos o pictogramas para la identificación del código QR.

6. Desarrollo del Reglamento (UE) 2024/1143, relativo a las indicaciones geográficas para vinos, bebidas espirituosas y productos agrícolas, así como especialidades tradicionales garantizadas y términos de calidad facultativos para productos agrícolas.

6.1. Protección de las Indicaciones Geográficas (IG) en el mercado *online* y en los dominios de internet.

El engaño y el fraude de productos agroalimentarios en la venta *online* a través de plataformas digitales, así como la creación de dominios de internet constituidos por palabras exactas total o parcialmente al nombre de una IG se ha extendido en los últimos años. El nuevo Reglamento de las IGs aprobado bajo presidencia española del Consejo y publicado en 2024, prevé que la Comisión europea inste a la EUIPO (Oficina de Propiedad Intelectual de la UE) a realizar un estudio sobre la creación de un sistema de información y alarma ante la posible creación de dominios de internet. En 18 meses tienen que presentar los resultados al Parlamento Europeo y al Consejo.

6.2. Protección de las Indicaciones Geográficas (IG) en los Acuerdos comerciales de la UE con Terceros Países.

La inclusión de un capítulo sobre IG en el apartado sobre Propiedad Intelectual incluidas en las negociaciones de nuevos Acuerdos Comerciales bilaterales entre la UE y los Países Terceros es un aspecto muy importante para la protección mundial de nuestro patrimonio cultural gastronómico de las IG.

6.3. Medidas para favorecer la incorporación de nuevos operadores al sistema de las IG, a través de campañas institucionales, para mejorar y facilitar el acceso al sistema de las IG.

7. Acceso de las Autoridades Competentes al sistema *Organic Farming Information System* (OFIS) de la Comisión Europea para la gestión de las notificaciones de incumplimientos supuestos o demostrados o su integración en el Sistema general ACN (iRASFF+ACA+FFN). Actualmente las autoridades competentes de las comunidades autónomas y el Servicio de Inspección SOIVRE no tienen acceso directo a OFIS, sino que todas las notificaciones se gestionan a través del MAPA.

8. Unificación de criterios de exención para la venta minorista de productos ecológicos.

9. Ampliación de los paneles de cata de aceite de oliva virgen. Para diferenciar los distintos tipos de aceites de oliva virgen, es preciso determinar las características físicas y químicas y las características organolépticas, siendo fundamental el análisis sensorial, ya que es la única determinación capaz de definir la categoría de un aceite y clasificarlo como aceite de oliva virgen, virgen extra o lampante (aceites de oliva no apto para el consumo). Este análisis sensorial se lleva a cabo mediante un panel de cata.

10. Prohibición del refinado del aceite de oliva virgen/virgen extra (AOV/AOVE) ecológico. Actualmente no es posible certificar en producción ecológica los aceites refinados a partir de aceites de oliva lampantes o de aceites de orujo de oliva crudos. Existe un evidente potencial de fraude y abuso si se permite la práctica de refinar AOV/AOVE ecológicos, ya que el proceso de refinado es un proceso agresivo que cambia la naturaleza del producto, lo que iría en contra de la normativa de producción ecológica. El AOV/AOVE ecológico es un producto vivo que tiende a oxidarse y a perder su calidad comercial con el paso del tiempo, evolucionando a aceites lampantes, durante su almacenamiento y transporte, que no son comestibles según el Reglamento (UE) N° 1308/2013 de la OCM europea. Al permitir la práctica de refinado se recuperan las propiedades comestibles y puede terminar comercializándose como aceites de oliva ecológicos, induciendo a error a la persona consumidora sobre su verdadera naturaleza. Por este motivo, el permitir esta técnica en este tipo de productos se enfrenta al principio básico de la producción ecológica de «exclusión de sustancias y métodos de transformación que puedan inducir a error sobre la verdadera naturaleza del producto». Además, el refinado elimina nutrientes esenciales, como antioxidantes, y puede generar compuestos indeseables.

11. Tecnologías de cuantificación del porcentaje de leches de diferentes especies presentes en quesos.

Los quesos de mezcla de leche de diferentes especies son muy apreciados por la persona consumidora y en consecuencia su consumo es elevado. En España el 40 % del queso que se produce es queso de mezcla. La producción de estos quesos y su etiquetado está regulada por diversas normas.

12. Actuaciones de la Unión Europea en materia de vitivinicultura:

- Abordar la adecuada gestión del potencial productivo para lograr un sector competitivo y sostenible a corto, medio y largo plazo.
- Fortalecer la resiliencia del sector en un mercado cambiante y su adaptación al cambio climático.
- Adaptar el sector a las tendencias del mercado y aprovechar las oportunidades de los mercados internacionales.
- Desarrollar las categorías de vinos de menor contenido alcohólico:
 - La última reforma de la PAC introdujo en el Reglamento (UE) 1308/2013 los vinos desalcoholizados. Así, estos productos mantienen el nombre de la categoría vitivinícola a la que pertenecen, añadiéndose el término «desalcoholizado» o «parcialmente desalcoholizado» según corresponda.

- Es necesario avanzar en el desarrollo de otro tipo de bebidas de menor contenido alcohólico (vinos naturalmente bajos en alcohol) para satisfacer la demanda de las personas consumidoras de bebidas con bajo contenido alcohólico, pero sería necesario un debate en profundidad para definir su denominación y su categoría correspondiente.

- Simplificar la medida de promoción de vino en terceros países.

- Revisar el exceso de burocracia para pequeños productores y desarrollar incentivos que animen a los pequeños productores a la participación en la medida. Por ello se ha propuesto un incremento en la cofinanciación del 50 % actual (por ejemplo, al 60 %) que incentive a las pequeñas bodegas a participar en los programas, tanto invirtiéndolo en personal que ayude en la burocracia como para que no sean los grandes productores los que concentren el grueso de las ayudas.

- Revisar el límite en la duración de los programas de promoción del vino en terceros países para facilitar la consolidación de los mercados.

- Indicación de la edad promedio de envejecimiento en el brandy. El Reglamento (UE) 2019/787, sobre la definición, designación, presentación y etiquetado de las bebidas espirituosas, la utilización de los nombres de las bebidas espirituosas en la presentación y etiquetado de otros productos alimenticios, la protección de las indicaciones geográficas de las bebidas espirituosas y la utilización de alcohol etílico y destilados de origen agrícola en las bebidas alcohólicas, reconoce el sistema de criaderas y solera como un sistema de envejecimiento dinámico, para el cual podrá efectuarse una excepción a la norma general de la indicación de la edad del componente alcohólico más joven.

6.5

Las capacidades, instrumentos, políticas y programas en España

En este apartado se analizarán los instrumentos, políticas y programas que España ha puesto en marcha para fortalecer su sistema agroalimentario y pesquero y garantizar su sostenibilidad, accesibilidad, seguridad y competitividad en el contexto económico, social y medioambiental actual.

En ellos se puede ver la fortaleza del sistema existente, que se ha ido forjando a lo largo de los años y que sienta una base sólida para dar continuidad a los desafíos que plantea la Estrategia Nacional de Alimentación que se están abordando, gracias a instrumentos que mitiguen las incertidumbres a las que está sometida la alimentación en España y Europa, en un complicado contexto geopolítico y donde los efectos climáticos ponen en jaque el suministro de alimentos y nuestra capacidad para actuar de manera autónoma.



INSTRUMENTOS/POLÍTICAS MAPA

1. Ley 5/2023, de pesca sostenible e investigación pesquera:

Esta Ley tiene como objetivos fortalecer la conservación y el uso sostenible de los recursos pesqueros, procurar que la actividad contribuya a la creación de empleo, generación de riqueza y la cohesión social de las zonas costeras altamente dependientes de la pesca, y fortalecer el vínculo entre la ciencia y la acción política en esta materia.

Se potencian las medidas de protección y regeneración de los recursos pesqueros y se regulan aspectos determinantes como la declaración de zonas de protección pesquera o la actividad en los espacios marinos protegidos.

El eje transversal de esta Ley es el principio de sostenibilidad, en su triple perspectiva: ambiental, social y económica. Se busca garantizar un equilibrio entre la necesaria conservación del medio marino y el desarrollo de una actividad pesquera que sea rentable, resulte atractiva para el desarrollo empresarial y el necesario relevo generacional, y consolide un sector moderno y competitivo.

Se introduce la facultad de adoptar medidas para fortalecer la conservación y uso sostenible de los recursos pesqueros como la limitación del volumen de capturas o la regulación del esfuerzo pesquero, de los artes y aparejos utilizados, del peso o talla de las especies, o el establecimiento de vedas, siempre de la mano del sector y con la mejor información científica disponible.

La Ley apuesta por una utilización más eficiente y flexible de las cuotas. Además de clarificar los requisitos necesarios para poder desarrollar la actividad y poder por tanto recibir una asignación de posibilidades de pesca, se actualizan los criterios de reparto de las cuotas como mecanismo dirigido a racionalizar y ordenar la explotación de los recursos pesqueros y garantizar la máxima seguridad jurídica a los operadores.

2. La Ley 38/1994, reguladora de las organizaciones interprofesionales agroalimentarias,

También destacan aspectos sociales, como la mayor protección de cara a la jubilación de determinados colectivos de personas trabajadoras cuyas profesiones son especialmente penosas y suponen un gran desgaste. Así, las rederas, neskatillas, empacadoras y mariscadoras de a pie tendrán un coeficiente reductor de la edad mínima para percibir la pensión de jubilación. Se trata de ocupaciones en su mayoría desarrolladas por mujeres.

que tiene como objetivo regular las organizaciones interprofesionales, facilitando así la colaboración entre los diferentes agentes de la cadena agroalimentaria y la Ley 13/2013, que tiene como objetivo fomentar la integración de cooperativas agrarias para mejorar su competitividad y capacidad de negociación.

3. Fomento de la integración de cooperativas y otras entidades asociativas de ámbito agroalimentario de carácter supraautonómico.

Se trata de una línea estratégica de cara a la consecución del objetivo de mejora de la posición de los agricultores en la cadena alimentaria, el fomento de la integración de cooperativas y otras entidades asociativas de ámbito agroalimentario de carácter supraautonómico. Esta, se desarrolla a través de un conjunto de medidas de apoyo que parten de la Ley 13/2013.

La Ley establece el marco general orientado a conseguir estructuras empresariales agroalimentarias con dimensión relevante, generadoras de valor y empleo, más competitivas, modernas e internacionalizadas y basadas en la economía social, que permitan conseguir un incremento de la renta de los agricultores integrados en estas estructuras cooperativas.

A este respecto, uno de los principales instrumentos desarrollados para la consecución de estos objetivos es el reconocimiento, previa solicitud, como Entidades Asociativas Prioritarias (EAP, en adelante), de aquellas entidades que cumplan ciertos requisitos de dimensión económica y supraautonomía.

4. Sistema de Información de Existencias para la Garantía Alimentaria (SIEGA):

Se trata de un sistema de seguimiento mensual de existencias de determinados cereales (trigo blando, trigo duro, cebada, maíz), arroz, oleaginosas (semillas de girasol, colza y soja) y aceites y tortas de estas tres oleaginosas. Gracias a este sistema se dispone de información proporcionada por los operadores relevantes sobre la evolución de stocks o existencias, para el caso de los cereales y las oleaginosas y mensualmente se publican boletines con información concreta y detallada sobre los balances (producción, consumo, importaciones, exportaciones y existencias) y los precios y existencias de las principales oleaginosas y cereales para comunicar y divulgar esta información a toda la ciudadanía.

5. Contribución de España a las Directrices estratégicas para una acuicultura de la UE más sostenible y competitiva. 2021-2030

En diciembre de 2019 se inició la evaluación del Plan Estratégico de la acuicultura española 2014-2020, un proceso de análisis y reflexión, que concluyó con la elaboración de la “Contribución de España a las directrices estratégicas para una acuicultura de la UE más sostenible y competitiva 2021 – 2030”⁴⁰ (EsAcui 21-30).

Se trata de un instrumento estratégico, como elemento clave para abordar los retos de la acuicultura española en el periodo 2021-2030, identificando en detalle problemas comunes y analizando distintas maneras de afrontarlos.

El objetivo general es promover la acción coordinada y coherente que impulse la acuicultura en España, dotándola de las herramientas necesarias para crecer y consolidarse como sistema de producción de alimentos y productos seguros, sanos y sostenibles.

⁴⁰ https://www.mapa.gob.es/es/pesca/temas/acuicultura/esacui_21_30_sgp_v2_feb_2024_tcm30-636188.pdf (Conferencia

6. Plan Estratégico Sectorial de Alimentación (PES Alimentación)⁴¹

Es un instrumento de planificación definido en el marco de la Ley 8/2011, por la que se establecen medidas para la protección de las infraestructuras críticas.

Este plan tiene alcance en todo el territorio nacional y su objetivo es conocer cuáles son los servicios esenciales que la alimentación proporciona a la sociedad, su funcionamiento general, las vulnerabilidades del sistema, las consecuencias potenciales de su inactividad y las medidas estratégicas necesarias para su mantenimiento.

Hay varios planes estratégicos sectoriales para otros sectores considerados también estratégicos (agua, energía, transporte...).

En dicho PES se abordan los siguientes contenidos de acuerdo con el Real Decreto 704/2011, por el que se aprueba el Reglamento de protección de las infraestructuras críticas:

- a) Análisis de riesgos, vulnerabilidades y consecuencias a nivel global.
- b) Propuestas de implantación de medidas organizativas y técnicas necesarias para prevenir, reaccionar y, en su caso, paliar, las posibles consecuencias de los diferentes escenarios que se prevean.
- c) Propuestas de implantación de otras medidas preventivas y de mantenimiento (por ejemplo, ejercicios y simulacros, preparación e instrucción del personal, articulación de los canales de comunicación precisos, planes de evacuación o planes operativos para abordar posibles escenarios adversos).
- d) Medidas de coordinación con el Plan Nacional de Protección de las Infraestructuras Críticas.

⁴¹ El contenido del PES de Alimentación es confidencial.

7. La Red de Laboratorios Agroalimentarios,

integrada por los laboratorios que han sido designados por las autoridades competentes de las CC.AA. para realizar el control oficial de productos agroalimentarios y medios de la producción agraria, y por los laboratorios agroalimentarios del MAPA, teniendo que cumplir todos ellos los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) 2017/625, relativo a los controles y otras actividades oficiales realizados para garantizar la aplicación de la legislación sobre alimentos y piensos, y de las normas sobre salud y bienestar de los animales, sanidad vegetal y productos fitosanitarios.

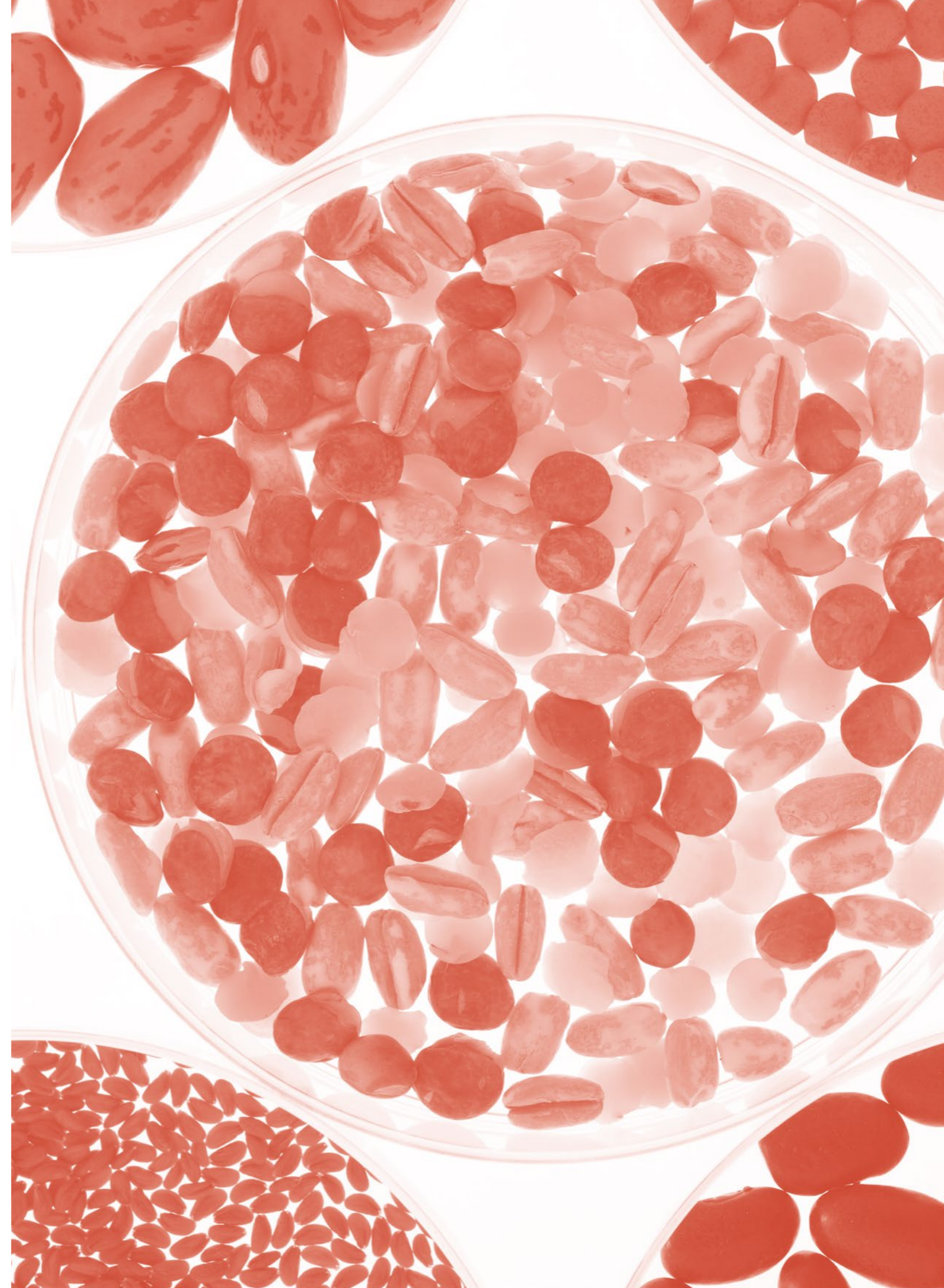
Con la creación de esta Red, se pretende lograr una coordinación más eficaz del control analítico oficial, así como facilitar la coordinación de las actuaciones en materia de análisis de productos agroalimentarios y medios de la producción agraria.

Actualmente en la Red de Laboratorios Agroalimentarios figuran un total de 46 laboratorios, de los cuales 44 han sido designados por las CC.AA. como laboratorios que pueden realizar el análisis de las muestras tomadas en los controles oficiales.

Un control riguroso garantiza que tanto los productos nacionales como los importados cumplan con los estándares requeridos evitando que lleguen al mercado productos de baja calidad e inseguros.

7.1. Laboratorios agroalimentarios del MAPA: Realizan el control analítico oficial de los productos agroalimentarios y medios de producción agrarios en cumplimiento de la normativa comunitaria y nacional, potenciando su colaboración y comunicación, y prestando apoyo al sector agroalimentario en la caracterización y desarrollo de productos agroalimentarios. Existen dos Laboratorios Agroalimentarios dependientes del MAPA, el Laboratorio Arbitral Agroalimentario de Madrid y el Laboratorio Agroalimentario de Santander, que además actúan como Laboratorios Nacionales de Referencia en diversas áreas.

7.2. Laboratorios de sanidad animal del MAPA: Que realizan los análisis para detectar enfermedades en animales y garantizar la seguridad de los productos de origen animal y laboratorios de sanidad vegetal para la detección de plagas y enfermedades en cultivos asegurando la sanidad de los productos vegetales.



8. La Ley de la Cadena alimentaria.

En vigor desde 2013 y revisada en 2021 busca mejorar la transparencia, equidad y sostenibilidad en el sector agroalimentario.

1.1. La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), como organismo autónomo dependiente del MAPA, está encargado del control del cumplimiento de la Ley 12/2013, realizando controles sobre los operadores de la cadena para garantizar que las relaciones comerciales se realizan conforme a la norma dando así una mayor protección a los actores de la cadena alimentaria.

1.2. El Observatorio de la Cadena Alimentaria, en el marco de la Ley de la Cadena Alimentaria es otra herramienta clave. Sus principales actuaciones están dirigidas a favorecer la transparencia en los precios, análisis de mercado y mejora de la competitividad.

9. El Plan Nacional de control oficial de la cadena alimentaria (PNCOCA).

Para asegurar el cumplimiento de la normativa de calidad y seguridad, el PNCOCA 2021-2025 proporciona a España un marco sólido y flexible para la realización del control oficial a través de toda la cadena alimentaria. Este plan incluye programas de control de la producción primaria, de calidad alimentaria, calidad diferenciada y producción ecológica, y de importaciones y exportaciones que le corresponden al MAPA. Está diseñado para asegurar un alto nivel de calidad alimentaria y luchar contra prácticas fraudulentas.

10. Estrategia para reducir el desperdicio.

El MAPA está implementando varias estrategias para reducir las pérdidas y desperdicio alimentario en la industria alimentaria como la sensibilización y la cuantificación, esfuerzos que se espera que se vean impulsados una vez que se apruebe **el proyecto de Ley de Prevención de las Pérdidas y el Desperdicio Alimentario**, y que están alineados con la Estrategia Española de Economía Circular y los objetivos de la Agenda 2030 de la ONU.

La sensibilización se desarrolla a través de la **Estrategia Alimentos de España**, poniendo en marcha campañas de divulgación y sensibilización para la prevención del desperdicio alimentario como la campaña “AQUÍ NO SE TIRA NADA, ALIMENTOS CON SIETE VIDAS” para sumar fuerzas en la lucha contra el desperdicio alimentario y la promoción de un consumo más responsable. Esta campaña apela al orgullo por nuestros productos, al valor del trabajo de toda la cadena y a la creatividad para sacar todo el partido a los alimentos. También desde el MAPA se fomenta la donación de excedentes a bancos de alimentos.

11. Las figuras de calidad DOP, IGP y ETG

no solo aseguran la autenticidad y el valor cultural de los productos, sino que también contribuyen a la sostenibilidad alimentaria en España. Al preservar métodos de producción tradicionales, promover la economía local y reducir el impacto ambiental, estas certificaciones juegan un papel crucial en la creación de un sistema alimentario más sostenible y resiliente en el país. Además, educan a la persona consumidora sobre la importancia de apoyar la producción local y sostenible, promoviendo un cambio cultural hacia un consumo más responsable y consciente.

El MAPA refuerza la protección de productos DOP, IGP y ETG, garantizando que cumplan con estándares de calidad y sostenibilidad que respalden su origen.

12. La producción ecológica.

También llamada biológica u orgánica, es un sistema de gestión y producción agroalimentaria que combina las mejores prácticas ambientales junto con un elevado nivel de biodiversidad y de preservación de los recursos naturales, así como la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal, con la finalidad de obtener una producción conforme a las preferencias de determinados consumidores por los productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales.

La producción ecológica se encuentra regulada en España desde finales de los años 80. En 1993 entró en aplicación el primer Reglamento UE. En la actualidad está regulada por el Reglamento (UE) 2018/848, sobre producción ecológica y etiquetado de los productos ecológicos.

13. Normativa de ordenación ganadera.

14. El Plan Estratégico de la PAC.

Con la reforma de la PAC 2023-2027, los Estados miembros deben establecer los detalles de las medidas de la PAC a través de un plan estratégico. El Plan Estratégico de la PAC de España⁴² fue aprobado por la Comisión Europea el 31 de agosto de 2022.

En él se establecen tres objetivos generales, que son:

- **fomentar** un sector agrícola inteligente, competitivo, resiliente y diversificado que garantice la seguridad alimentaria a largo plazo;
- **apoyar y reforzar** la protección del medio ambiente, incluida la biodiversidad, y la acción por el clima y contribuir a alcanzar los objetivos medioambientales y climáticos de la Unión Europea;
- **y fortalecer** el tejido socioeconómico de las zonas rurales.

El Plan se centra en impulsar acciones que promuevan la sostenibilidad ambiental y climática, coordinando esfuerzos entre administraciones y sectores involucrados. Se destaca la obligación de destinar al menos el 40 % de los fondos de la PAC a iniciativas ambientales y climáticas e incluye la inversión en ciencia, mejora de la comunicación entre la producción y equipos científicos, y la aceleración de la incorporación de innovaciones, con especial atención a pequeñas explotaciones y agricultura familiar.

En el Plan Estratégico Nacional de la PAC 2021-2027, y particularmente en el marco del Objetivo Específico 7 (OE7) “Atraer a los jóvenes agricultores y facilitar el desarrollo empresarial en las zonas rurales”, la mejora del acceso a la tierra se ha identificado como una de las principales necesidades de los jóvenes agricultores a atender.

En definitiva, el Plan Estratégico de la PAC 2023-2027 refleja un compromiso significativo con la sostenibilidad, la eficiencia y la resiliencia del sector agrario español. Las medidas no solo buscan mejorar la productividad agrícola, sino también mitigar los impactos ambientales y climáticos, facilitando la adaptación a nuevas realidades y promoviendo un desarrollo rural más equitativo y dinámico.

⁴² https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/plan-estrategico-pac.aspxplan-estrategico-v21_tcm30-659518.pdf (mapa.gob.es)

15. Para fortalecer las áreas rurales también es necesario mejorar la eficiencia de los sistemas productivos.

Para ello el MAPA ha puesto en marcha un programa integral con el objetivo de fomentar la adopción de Buenas Prácticas Agrarias (BPA) en el sector agrícola español. Este programa tiene como finalidad mejorar la sostenibilidad ambiental de las actividades agrícolas, especialmente en el ámbito de los regadíos.

16. A favor de fortalecer el desarrollo rural y en concreto proteger la agricultura familiar, el Gobierno de España, está trabajando en un anteproyecto de Ley de agricultura familiar.

El objetivo es someterlo a tramitación parlamentaria en 2025. Con esta ley el Gobierno pretende establecer un marco normativo modernizado que sienta las bases para el futuro de la agricultura familiar y profesional.

17. El Foro de la ganadería extensiva.

Tiene como principal objetivo facilitar el diálogo entre los agentes implicados para analizar las necesidades de la ganadería extensiva y proponer medidas de actuación en los ámbitos sanitarios, medioambientales y económicos.

El congreso de este Foro celebrado en mayo de 2024 puso de manifiesto la importancia de esta ganadería en nuestro país y las grandes dificultades a las que se enfrenta, y se abordaron posibles soluciones para garantizar su supervivencia, llegando a una serie de medidas de aplicación inmediata, como la flexibilización de algunos requisitos en el ámbito sanitario o de la PAC, y otras más enfocadas al medio-largo plazo.

18. Desde el MAPA se ha publicado el Diagnóstico de igualdad de género en el medio rural,

del que se han extraído conclusiones relacionadas con la demografía, trabajo, uso del tiempo, percepción de la calidad de vida y estereotipos y rol de género acotando las áreas en las que hay que seguir trabajando para conseguir la igualdad de género en el medio rural.

19. El Programa CULTIVA,

nuevo recurso formativo impulsado y financiado por el MAPA en colaboración con entidades de ámbito nacional. Su objetivo es ofrecer a los jóvenes agricultores y ganaderos acceso a formación práctica a través de estancias formativas en explotaciones modelo de acogida, repartidas por todo el territorio nacional.

20. En el marco de apoyo al relevo generacional del campo español, el MAPA ha publicado el Estudio de Necesidades Formativas de la Juventud Rural,

que aborda desde los sistemas de formación agraria existentes en España, hasta el planteamiento de un programa de estancias formativas en explotaciones agrarias.

21. Grupo Focal de expertos sobre “Acceso a la Tierra”,

impulsado por el MAPA para estudiar, debatir y analizar en profundidad el complejo estado de la situación donde intervienen numerosos factores condicionantes de diversa naturaleza (sociales, económicos, legislativos, afectivos, culturales, etc.).

22. Plan proteico incluido en el ámbito de la PAC.

Los cultivos proteicos tienen una gran relevancia, por su implicación en materia de seguridad alimentaria y nutrición. Son cultivos, como en el caso de las legumbres de consumo humano, muy ligados a nuestra dieta mediterránea con claros beneficios nutricionales; y otros son indispensables como soporte alimentario de nuestro sector ganadero.

La UE y España enfrentan una dependencia significativa de las importaciones de proteínas vegetales. Esta dependencia plantea desafíos en términos de sostenibilidad, seguridad alimentaria y medioambiental.

El Plan Proteico busca fortalecer la producción de proteínas vegetales en la Unión Europea y en España, promoviendo sistemas alimentarios más sostenibles y saludables.

23. Programa escolar de consumo de frutas, hortalizas y leche.

El consumo de fruta fresca, verduras y hortalizas frescas, leche y productos lácteos en la Unión Europea no alcanza las recomendaciones nutricionales nacionales e internacionales. Por el contrario, crece el consumo de alimentos procesados, en muchas ocasiones con un alto contenido en azúcar, sal, grasas o aditivos.

Las dietas poco saludables, en conjunción con una baja actividad física, son causa de obesidad.

Es por ello por lo que la UE realiza acciones para promover entre los niños una dieta y un estilo de vida saludables.

El Programa escolar de consumo de fruta, hortalizas y leche de la UE, en adelante “el Programa escolar”, apoya la distribución de estos productos entre millones de escolares de toda la UE.

Para la aplicación del Programa escolar se elaboró la Estrategia española para la aplicación del Programa escolar de consumo de frutas, hortalizas y leche desde el curso escolar 2017/2018 hasta el 2022/2023, que es coordinada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y supervisada por la Comisión Europea.

Los objetivos generales del programa son potenciar el consumo entre la población infantil, consolidar hábitos de consumo saludable y la demanda de estos productos en el futuro y mejorar los hábitos alimentarios de la población infantil, en línea con los objetivos del Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil (2022 - 2030).

Las necesidades detectadas a las que se quiere dar respuesta mediante la implantación del Programa escolar son:

1. Incrementar el consumo de frutas, hortalizas y leche y productos lácteos en la población infantil durante la etapa de formación de los hábitos alimentarios, promoviendo la adquisición de hábitos de consumo saludable que se mantengan a largo plazo.

2. Conseguir que cada vez más niños y niñas conozcan y degusten estos productos, descubran sus características y propiedades e integren estos alimentos en su dieta de una forma natural.

3. Consolidar y ampliar la participación de centros escolares que se benefician del Plan.

4. Reforzar la aplicación del Programa escolar en las áreas socioeconómicas más desfavorecidas.

5. Fomentar la participación e implicación de los padres y madres y de toda la comunidad educativa en una alimentación sana de los niños y niñas.

6. Diversificar al máximo los productos que se distribuyen, permitiendo a los niños experimentar y valorar la diversidad de las frutas, hortalizas y lácteos disponibles en nuestro país.

7. Incorporar la fruta, hortalizas, leche y lácteos como alternativa saludable a otros productos consumidos en el recreo y/o la merienda.

8. Alcanzar una mayor difusión del Programa, reforzando la coordinación y comunicación con los diferentes agentes implicados.

24. Estrategia de Digitalización del sector agroalimentario, forestal y del medio rural.

La Estrategia de Digitalización del sector agroalimentario, forestal y del medio rural⁴³ de España tiene como propósito fundamental modernizar y fortalecer los sectores agroalimentario, forestal y rural mediante la incorporación de tecnologías digitales, con el fin de mejorar su competitividad y sostenibilidad, y contribuir al desarrollo equitativo y dinámico del medio rural en España.

25. El Hub La Vega Innova, creado por el MAPA,

pretende aprovechar la tecnología y la colaboración para optimizar toda la cadena de valor, desde el campo hasta la mesa, haciéndola más eficiente, sostenible y rentable. Ofrece espacios de prueba y laboratorios de vanguardia, donde *start-ups* y expertos pueden validar y ajustar sus soluciones tecnológicas en condiciones reales, desde la agricultura de precisión hasta la ganadería inteligente. Ya tiene activos varios Agrolabs, en los que se gestan soluciones agrícolas y ganaderas de vanguardia, varios proyectos piloto y está ofreciendo diferentes programas formativos.

26. Para realizar un seguimiento de la implantación de las nuevas tecnologías se dispone del Observatorio de la Digitalización del Sector Agroalimentario,

cuyo objetivo es recabar información que permita evaluar el grado de penetración y adopción de nuevas tecnologías en el sector agroalimentario, a lo largo de toda la cadena de valor, para realizar un seguimiento del desarrollo y potenciación efectiva del ecosistema empresarial tecnológico asociado, identificar buenas prácticas y extraer conclusiones que constituyan un apoyo a la toma de decisiones y a la orientación de políticas públicas en materia de transformación digital.

27. La Estrategia Alimentos de España.

La estrategia de promoción #AlimentosdeEspaña que está desarrollando el MAPA, es un conjunto de medidas de promoción, que persigue mejorar el posicionamiento del sector agroalimentario valorizando el trabajo de agricultores, ganaderos, pescadores y de toda la cadena alimentaria que representan el origen de nuestros alimentos mediante la promoción de la marca #alimentosdespaña en medios de comunicación y en diferentes acciones promocionales tanto nacionales como internacionales.

En el ámbito internacional, se desarrolla una campaña conjunta con ICEX, "Spain Food Nation", y se asiste a ferias y eventos en el exterior, a través de diferentes convenios con el ICEX, con la FIAB o con diversas interprofesionales. También se desarrollan misiones inversas con el fin de que se conozcan nuestras producciones y nuestros productos.

Además, la Unión Europea, en virtud del Reglamento (UE) N° 1144/2014, sobre acciones de información y de promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países, financia estas acciones con el objetivo general de reforzar la competitividad del sector agrícola de la Unión, y específicamente aumentar el nivel de conocimiento de las bondades de los productos, de los regímenes de calidad, aumentar el consumo y la cuota de mercado. Desde el MAPA se apoyan y gestionan los programas de promoción europeos simples, siendo España uno de los países con más solicitudes y programas aprobados.

⁴³ Estrategia de Digitalización del sector agroalimentario, forestal y del medio rural

Todas estas acciones promocionales tienen en cuenta a todos los productos alimentarios, pues en la Estrategia Alimentos de España no se contempla excluir a ninguna de nuestras producciones. El objetivo principal es prestigiar a todo el sector agroalimentario, reconectar a la población con el valor intrínseco que tienen los alimentos y generar orgullo de nuestras producciones, haciendo calar el mensaje de que somos una potencia alimentaria. Y se hace especial hincapié en el consumo de productos de cercanía y de temporada. Estas acciones se pueden aplicar a los productos mencionados, pues forman parte de nuestro patrimonio agroalimentario. Por tanto, ya se realizan acciones promocionales para defender el consumo de productos tradicionales y la reputación de nuestras personas agricultoras y ganaderas y la industria agroalimentaria española.

28. Las Normas de calidad.

El MAPA dentro de sus competencias desarrolla normas de calidad para garantizar que los alimentos sean saludables y de alta calidad velando por la información al consumidor, destacando diferentes normas de calidad como la del Aceite de oliva y orujo de Oliva, o la del Ibérico, entre otras

29. El Panel de Consumo alimentario.

El Panel de consumo alimentario en hogares (panel de compras), estudio del MAPA incluido en el Plan Estadístico Nacional, tiene por objeto conocer la demanda directa de alimentos en los hogares españoles (consumo en hogares), mediante la recogida y el análisis de forma sistemática de la información de lo que compra la población española para su consumo en el hogar, cuánto les cuesta y cuándo y dónde lo compran, investigando las diferencias de los hábitos de compra de los hogares según su diferente situación geográfica y los diversos factores que caracterizan a las familias españolas.

OTROS INSTRUMENTOS/POLÍTICAS

1. Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Asimismo, el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia⁴⁴ incluye un componente crucial dedicado a la transformación ambiental y digital del sector agroalimentario y pesquero. El objetivo principal del plan es mejorar la sostenibilidad, competitividad y resiliencia de estos sectores, alineándolos con los objetivos nacionales, europeos e internacionales en materia económica, medioambiental y social.

Entre las iniciativas cabe destacar las siguientes:

- **Mejora de la Cadena Alimentaria:** se implementará una nueva normativa para fortalecer el funcionamiento de la cadena alimentaria, ampliando los contratos y el catálogo de prácticas comerciales desleales para asegurar una aplicación más efectiva.
- **Gestión Ambiental en Ganadería:** introducción del registro ECOGAN para verificar el uso de mejores técnicas en ganadería y la regulación de normativas que mejoran condiciones sanitarias, bioseguridad y bienestar animal en granjas.
- **Nutrición Sostenible en Suelos Agrícolas:** desarrollo de un marco legislativo que promueve la gestión eficiente de nutrientes en suelos agrícolas, apoyado por asesoramiento técnico para cumplir con requisitos legales y optimizar la fertilización.
- **Sostenibilidad en Regadíos:** plan para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de los sistemas de riego, promoviendo el ahorro de agua y la eficiencia energética mediante la instalación de sistemas de riego más eficientes y el uso de aguas regeneradas y desaladas.
- **Pesca Sostenible:** actualización de la legislación pesquera para promover prácticas sostenibles y combatir la pesca ilegal, no declarada y no reglamentada y adaptarse a nuevos criterios de sostenibilidad y necesidades de investigación.

⁴⁴ Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia (abril 2021)

· **Innovación y Economía Circular:** inversiones en agricultura de precisión, eficiencia energética y economía circular para modernizar infraestructuras agrícolas y ganaderas, gestionar residuos agrícolas de manera más eficiente y promover el uso de energías renovables.

· **Bioseguridad y Capacitación:** acciones de prevención y protección frente a enfermedades de animales y plagas vegetales, mejorando la resiliencia del sector frente al cambio climático y reduciendo el uso de antibióticos.

En definitiva, estas medidas buscan modernizar las prácticas agrícolas y pesqueras, reducir impactos ambientales y promover un desarrollo más equitativo y sostenible.

2. Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) agroalimentario.

2.1. PERTE Agroalimentario

El Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica (PERTE) agroalimentario (PERTE agroalimentario)⁴⁵ está formado por un conjunto de medidas para reforzar el desarrollo de la cadena agroalimentaria y dotarla de las herramientas necesarias para afrontar los retos medioambientales, digitales, sociales y económicos de esta década. Además, se tiene en cuenta la contribución al reto demográfico como objetivo transversal del proyecto, dada la importancia del sector agroalimentario en el medio rural. Cuenta con programas gestionados por distintos ministerios.

El PERTE agroalimentario se centra en tres ejes de actuación prioritarios:

i. Paquete de apoyo específico para la industria agroalimentaria, con el objetivo de mejorar sus procesos de producción, vinculados con su competitividad, sostenibilidad y trazabilidad de la producción de alimentos.

ii. Medidas concretas para apoyar el proceso de adaptación digital y que se extienda a todos los agentes que forman parte de su cadena de valor (agricultores y ganaderos y sus cooperativas, pequeñas y medianas empresas de producción, transformación y comercialización).

iii. Medidas específicas de apoyo a la innovación y la investigación para lograr un sector agroalimentario competitivo en todos los eslabones.

2.2. PERTE sector pesquero

El PERTE Agroalimentario recoge una línea de ayudas dirigida a la industria transformadora del sector de la pesca y la acuicultura que busca apoyar la recuperación económica y la modernización del sector en España, con un enfoque en la sostenibilidad y la eficiencia industrial.

En 2024 se hizo la convocatoria de ayudas, dotada inicialmente con 20 millones de euros, a través del Real Decreto 657/2024, por el que se establecen las bases reguladoras para la concesión de ayudas a actuaciones de fortalecimiento industrial en la transformación de productos de la pesca y acuicultura dentro del Proyecto Estratégico para la Recuperación y Transformación Económica del Sector Agroalimentario, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, financiadas con fondos Next Generation EU.

⁴⁵ <https://www.mitur.gob.es/PortalAyudas/PERTE-AGRO/DescripcionGeneral/Paginas/Index.aspx>. Aprobado por el Consejo de ministros del 8 de febrero de 2022

Estas ayudas buscan potenciar:

- **La eficiencia energética:** mediante el uso de energías renovables y la optimización del consumo energético en las plantas de procesamiento de productos pesqueros.
- **La economía circular:** promoviendo la reutilización de materiales, la reducción de residuos y el aprovechamiento de subproductos en la cadena de producción.
- **La innovación tecnológica:** implementando nuevas tecnologías que permitan mejorar la trazabilidad de los productos, la calidad y seguridad alimentaria, y la sostenibilidad en el uso de los recursos.
- **La adaptación a las normativas europeas:** para cumplir con los requisitos establecidos en el Reglamento (UE) 2021/241, por el que se establece el Mecanismo de Recuperación y Resiliencia.

3. Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil 2022-2030.

El Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil⁴⁶ fue coordinado por el Alto Comisionado contra la Pobreza Infantil.

La obesidad infantil es uno de los principales problemas de salud pública a nivel internacional y se asocia, junto con el sobrepeso, con numerosos problemas de salud tanto en la infancia como en la edad adulta.

El objetivo de este plan es generar un impulso de acción entre las diferentes administraciones públicas en el marco de sus competencias, el sector científico, el tercer sector y el sector fundacional, las empresas y la sociedad civil. Para conseguir generar un cambio en los diferentes entornos en los que viven los niños, niñas y adolescentes, de forma que faciliten que la infancia y la adolescencia crezca sana.

⁴⁶ https://www.comisionadopobrezainfantil.gob.es/sites/default/files/2023-01/Plan_obesidad_Completo_DIGITAL_paginas_1_0.pdf

Se definen una serie de acciones, englobadas en seis líneas estratégicas:

- **Promocionar la actividad física y el deporte.**
- **Promocionar una alimentación saludable.**
- **Promocionar el bienestar emocional y el descanso adecuado.**
- **Reforzar los sistemas públicos para promover estilos de vida saludables.**
- **Garantizar la protección de la salud de la infancia.**
- **Crear un cambio cultural hacia los estilos de vida saludables.**

4. Plan de Acción Estatal para la Implementación de la Garantía Infantil Europea (2022-2030)⁴⁷.

Garantía Infantil Europea (GIE), Recomendación (UE) 2021/1004 del Consejo de la UE aprobada el 14 de junio de 2021 y cuyo objetivo es romper el ciclo de pobreza infantil garantizando el acceso de todos los niños, niñas y adolescentes que se encuentran en riesgo de pobreza o exclusión social a seis derechos o servicios básicos, entre ellos el acceso a una nutrición saludable y a al menos una comida saludable cada día lectivo, vehiculada a través de los comedores escolares.

El Plan de Acción Estatal para la Implementación de la Garantía Infantil Europea en España 2022-2030 (PAEGIE) alerta de que la prevalencia de obesidad se duplica en los niños, niñas y adolescentes en hogares con niveles más bajos de renta con respecto a los que viven en hogares con más recursos. Entre otros factores, este aspecto se debe al menor coste de los alimentos de baja calidad nutricional; a una tendencia a practicar menos actividad física y deporte; al mayor tiempo de uso de pantallas; peores patrones de sueño; menor formación sobre nutrición de los progenitores o peor percepción de los progenitores sobre los problemas nutricionales o de salud de sus hijos e hijas.

⁴⁷ <https://www.juventudeinfancia.gob.es/es/Infancia/garantia-infantil>

El PAEGIE resalta que los comedores escolares son esenciales para adquirir estilos de vida saludables y garantizar una alimentación sana y equilibrada, tanto durante el curso lectivo como en los períodos vacacionales. En ese sentido, se plantea en el documento la necesidad de incrementar la coordinación entre los servicios educativos y sanitarios, además de regular la venta de determinados productos alimenticios y mejorar el diseño de los menús escolares para incrementar su calidad nutricional.

En concreto, el PAEGIE establece en su objetivo 2.9 Garantizar una alimentación saludable, asegurar el acceso efectivo de todos los niños, niñas y adolescentes a una alimentación saludable, equilibrada, adecuada y adaptada a cada etapa de desarrollo.

El indicador para la medición de este objetivo es el acceso a fruta fresca y verduras al menos una vez al día de niños, niñas y adolescentes de 1 a 15 años (por quintil de ingresos). La línea de base será del 5,7% en el quintil más bajo de ingresos no puede permitírselo (ECV, 2014).

El PAEGIE fija como objetivo intermedio la reducción en un 20% de la proporción de niños, niñas y adolescentes de hogares con un nivel de renta bajo que no pueden permitirse comer fruta fresca y verduras al menos una vez al día.

El objetivo final para 2030 es la reducción a la mitad de la proporción de niños, niñas y adolescentes de hogares de baja renta que no pueden permitirse comer fruta fresca y verduras al menos una vez al día.

Para cumplir este objetivo, el PAEGIE detalla algunas medidas tales como i) la extensión del servicio de comedor a centros infantiles, primaria, secundaria y postobligatorios; ii) la mejora de la implementación del Programa escolar de consumo de frutas, hortalizas y leche; iii) el incremento de la financiación y cobertura de las becas de comedor escolar y simplificación, en su caso, de los procedimientos; iv) o el desarrollo de programas de desayunos escolares, especialmente en los centros con mayor concentración de alumnado en situación de vulnerabilidad.

5. Recomendaciones dietéticas y de actividad física de la AESAN⁴⁸.

Las recomendaciones dietéticas sostenibles y de actividad física incluidas en esta Guía permiten cubrir las necesidades nutricionales de la población general promoviendo un estado de salud óptimo. Se han tenido también en cuenta las necesidades nutricionales particulares de las personas mayores y aquellas situaciones en las que se necesita reducir la cantidad de calorías de la dieta para mantener un peso saludable

6. Modelo y Guía de Escuelas Promotoras de Salud en España⁴⁹.

Esta Guía es una herramienta para facilitar que los centros educativos se transformen en Escuelas Promotoras de Salud (EPrS). Se dirige a toda la comunidad educativa (al profesorado, equipos directivos, personal no docente, familias y alumnado) así como a profesionales de salud y otros servicios o agentes comunitarios, que quieran impulsar la promoción de la salud y la sostenibilidad en la escuela. Las EPrS parten de una iniciativa de la Organización Mundial de la Salud (OMS) que se dinamiza en cada país y en cada región.

⁴⁸ https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/RECOMENDACIONES_DIETETICAS.pdf

⁴⁹ https://www.sanidad.gob.es/areas/promocionPrevencion/entornosSaludables/escuela/docs/guia_EscuelasPromotorasdeSalud.pdf

8. Estrategia Española de Economía Circular.

A nivel nacional, se cuenta con la Estrategia Española de Economía Circular⁵⁰, que establece una serie de objetivos especialmente relevantes para los sistemas alimentarios. Estos objetivos incluyen:

- **Reducción del consumo de materiales:** disminuir en un 30 % el consumo nacional de materiales para 2030, comparado con niveles de 2010. Se busca optimizar el uso de recursos y fomentar prácticas más sostenibles en todas las etapas de la cadena alimentaria.
- **Reducción de los residuos alimentarios:** disminuir en un 50 % los residuos alimentarios per cápita a nivel de hogar y consumo minorista y un 20 % en las cadenas de producción y suministro a partir del año 2020.
- **Mejora de la eficiencia en el uso del agua:** aumentar en un 10 % la eficiencia en el uso del agua en el sector alimentario, promoviendo prácticas que minimicen el consumo de agua y fomenten su reutilización en procesos agrícolas y de producción alimentaria.

Para lograr estos objetivos, se están implementando varias iniciativas clave:

- **Contratación pública con criterios de circularidad:** inclusión de criterios de economía circular en la contratación pública para fomentar prácticas sostenibles en el sector alimentario.
- **Regulación del uso de materia orgánica en suelos agrarios:** integrada en la normativa general sobre nutrición sostenible de suelos agrarios, esta medida busca regular el uso adecuado de materia orgánica procedente de residuos para mejorar la fertilidad del suelo y reducir la dependencia de fertilizantes sintéticos.
- **Apoyo a proyectos de regadío con aguas regeneradas:** priorizar proyectos de modernización de regadíos que utilicen aguas regeneradas en lugar de superficiales o subterráneas.

En definitiva, estas medidas van encaminadas hacia la economía circular y sostenible, especialmente en la gestión de recursos y la reducción de impactos ambientales en el sector alimentario.

⁵⁰ <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/estrategia.html>



07 METODOLOGÍA PARTICIPATIVA E INCLUSIVA

La elaboración de la Estrategia ha involucrado a una amplia gama de partes interesadas, incluyendo administraciones públicas, organizaciones sectoriales, sociedad civil y ámbito académico, asegurando así la representación de diversas perspectivas y la consideración de las necesidades de diferentes grupos de interés.

Esta participación pública se ha realizado a través de los siguientes elementos:

Reuniones de trabajo

Se han celebrado reuniones con organizaciones potencialmente afectadas por la estrategia, donde se ha debatido sobre la necesidad y oportunidad de la estrategia, objetivos, casos de éxito, etc.

En concreto, se han celebrado 10 reuniones políticas presididas por el Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación a lo largo de los meses de noviembre y diciembre de 2024 con las siguientes entidades:

- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB).
 - Cooperativas Agro-alimentarias de España.
 - Asociaciones de la distribución alimentaria: ACES, ANGED y ASEDAS.
 - Asociaciones del sector de la pesca y la acuicultura: CEPESCA, Federación Nacional de Cofradías de Pescadores, APROMAR, FEDEPESCA, ANFACO-CECOPEPESCA, CONXEMAR y FENAMAR.
 - OPAs: UPA, COAG, ASAJA y Unión de Uniones.
 - Asociaciones de consumidores: Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU), Federación de Consumidores y Usuarios (CECU), Consumidores en Acción (FACUA), Federación de Usuarios-Consumidores Independientes (FUCI), Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (HISPACOOOP), Federación Unión Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España (UNAE), Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).
 - Asociaciones de la Hostelería y la Restauración: Hostelería de España, Euro-Toques, Marcas de Restauración y la Real Academia de Gastronomía.
 - ONGs medioambientales: Greenpeace, WWF, SEO Birdlife, Amigos de la Tierra, Ecologistas en Acción.
 - Sindicatos: UGT y CCOO.
 - Consejo Económico y Social de España.
- Además, se han celebrado 36 reuniones a nivel técnico con asociaciones y representantes del sector agroalimentario y pesquero.
- Ha sido un proceso de escucha activa, en el que se han recibido aportaciones de gran utilidad, y se ha analizado la situación actual en la que se encuentra España en materia de alimentación, e identificado hacia dónde se quiere ir.

Foros participativos

El 22 de julio de 2024 tuvo lugar el lanzamiento oficial por parte del Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación y se animó a la participación pública de todos los agentes implicados.

Posteriormente, se celebraron tres foros participativos⁵¹ para favorecer el debate y la reflexión sobre el futuro de la alimentación.

⁵¹ Fechas de celebración de los foros:
· 19 de septiembre de 2024, en Córdoba.
· 28 de octubre de 2024, en León.
· 25 de noviembre de 2024, en Barcelona.

ACTO PRESENTACIÓN DEL INICIO DE LOS TRABAJOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

22 DE JULIO DE 2024 - 11:00 am

Lucernario Este

Palacio de Fomento, sede del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

11:30h

Bienvenida asistentes y presentación temática del evento.

11:30h - 12:30h

Mesa redonda sobre “Estrategia Nacional de Alimentación. Proyectando el futuro de la alimentación en España”.

Moderada por José Miguel Herrero Velasco, Director General de Alimentación

· Yvonne Colomer, Directora de la Fundación Triptolemos.

· Toni Massanés, Director de la Fundación Alicia.

· Belén Barreiro, Directora de 40db.

· Inma Puig, psicóloga clínica experta en sostenibilidad emocional.

12:30h - 12:45h

Clausura por parte del Sr. Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación

12:45h - 12:50h

Cierre del evento y fin del acto.

12:50h - 13:45h

Vino español.

Conductor del acto: Pepe Ribagorda, periodista y presentador de informativos.

El **primer foro** de la estrategia se celebró en la ciudad de Córdoba el día 19 de septiembre de 2024, con el siguiente programa:

PRIMER FORO PARTICIPATIVO SOBRE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

19 DE SEPTIEMBRE DE 2024 - 9:30 am
Real Círculo de la Amistad de Córdoba

09:30h

Recepción. Coffee.

10:00h

Bienvenida y presentación temática del evento.

10:05h. Mesa coloquio sobre Estrategia Nacional de Alimentación. “Sostenibilidad, innovación y revitalización de las áreas rurales”

- Rosa Gallardo, Directora de la Cátedra Internacional de Inteligencia artificial y Agricultura de la Universidad de Córdoba.
- Ricardo Delgado Vizcaíno, Presidente de la Cooperativa Ganadera del Valle de los Pedroches, COVAP.

10:45h. Pausa café.

11:20 h. Mesa redonda sobre “Seguridad alimentaria, nutrición y salud”.

- Dr. Antonio Escribano, especialista en Endocrinología y Nutrición y Medicina de la Educación Física y el Deporte.
- Dra. Mar Malagón, catedrática de la UCO, subdirectora del Instituto Maimónides de Investigación Biomédica, IMIBIC y presidenta de la Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad.

12:05 h. Mesa redonda sobre “Sociología de la alimentación”.

- José Carlos Ruíz, filósofo y promotor del Pensamiento Crítico
- Paco Morales, chef estrella Michelin del restaurante Noor.
- Paz Ivison, periodista gastronómica.

13:05h

Clausura. Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas Puchades.

Desde las 12:20h, realización del programa Hoy por Hoy Córdoba en directo.

Conductor del acto: María Eugenia Vilchez

El **segundo foro** se celebró en la ciudad de León con el siguiente programa:

SEGUNDO FORO PARTICIPATIVO SOBRE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

28 DE OCTUBRE DE 2024 - 11:30 am
Parador de León

11:30h. **Registro de asistentes y coffee.**

11:50h. **Bienvenida y presentación temática del evento.**

11:55 - 12:45h. Mesa redonda sobre “Sostenibilidad en la producción primaria: una visión integral”

- Marta Elena Alonso de la Varga, Facultad de Veterinaria, Universidad de León.
- Fernando Antúnez García, Subdirector General de Cobadu.
- Judith Naves Morán, fundadora y directora de ASTURSabor.
- Carlos Moro, fundador y presidente de Bodegas Familiares Matarromera.

12:45h - 13:13h. Mesa redonda sobre “Seguridad del abastecimiento: clave para una Autonomía Estratégica Abierta”.

- José María Sumpsi, investigador del CEIGRAM (UPM). catedrático emérito de la UPM y ex Subdirector General de la FAO.
- Vicente Domingo, experto en sistemas alimentarios, sostenibilidad, cooperación al desarrollo y agencias de Naciones Unidas.
- Silvia Llerena Muñoz, Directora de Desarrollo de Negocio y Coordinación de MERCASA.
- Eduardo Montero Masilla, responsable del Área de Alimentación y Agua de la Federación de Consumidores y Usuarios CECU.

13:30h - 13:45h.

Clausura por parte del Sr. Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación.

13:45h - 13:50h. **Cierre del evento y fin del acto.**

13:50h - 15:30h. **Cóctel**

Conductor del acto: Cristina Carro, directora y presentadora de Surcos Castilla y León

El **tercer foro participativo** tuvo lugar el 25 de noviembre de 2024 en Barcelona, su programa se expone a continuación:

TERCER FORO PARTICIPATIVO SOBRE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

25 DE NOVIEMBRE DE 2024 - 11:00 am
Fundació Joan Miró

11:00h. Registro de asistentes y coffee.

11:30h. Bienvenida y presentación temática del evento.

11:45 - 13:00h. Mesa redonda “Las dietas en España: Mediterránea y Atlántica”.

- Dr. Guillermo Aldama, Cardiólogo Intervencionista en El Complejo Hospitalario Universitario de La Coruña.
- Dr. Ramón Estruch, Presidente del Comité Científico de la Fundación Dieta Mediterránea. Presidente del XIV Congreso Internacional de la Dieta Mediterránea.
- María Rosaura Leis Trabazo, vicepresidenta de la Fundación Dieta Atlántica.
- Santi Mas de Xaxàs Faus, Fundador Gastronomic+34. Co-Director Ejecutivo (por el Culinary Institute of America), Torribera Mediterranean Center.

13:00h - 14:00h. Mesa redonda “Impulsando la Industria Alimentaria del Futuro: Políticas para el Crecimiento y la Innovación”.

- Joan Gòdia, director general de Empresas Agroalimentarias, Calidad y Gastronomía, de la Generalitat de Catalunya.
- Judith Viader, vicepresidenta FIAB.
- Vanesa Martínez, CEO del Grupo Carinsa.
- Mariana Eidler, Doctora en Food Design Lab y FORK co-founder.

14:10h. Intervención a cargo del Hble. Sr. Òscar Ordeig, consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.

14:15h. Clausura por parte del Sr. Ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación. D. Luis Planas Puchades.

12:30h. Cierre del evento y fin del acto.

14:30h. Cóctel.

Conductor del acto: Berta Torrades, periodista del “matí de Catalunya Ràdio” y colaboradora de TV3.

Buzón electrónico

Se ha habilitado un buzón electrónico de participación, bnz-ena@mapa.es, a través del cual se han recibido más de 110 contribuciones y sugerencias.

En el anexo 8.1 se incluye un listado de las personas y entidades que han realizado contribuciones a la ENA por las tres vías: participación en los foros, en reuniones políticas con el ministro o técnicas con representantes del MAPA y a través del buzón de correo electrónico de participación.



08

ANEXOS

8.1. ACTORES QUE HAN PARTICIPADO EN LA ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN

8.2. CASOS DE ÉXITO

8.3. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

8.4. LISTADO DE ACRÓNIMOS

8.5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

8.1

Actores que han participado en la elaboración de la Estrategia Nacional de Alimentación

1. Academia Española de Nutrición y Dietética
2. AINIA
3. Alfonso Lacuesta
4. Alimentta
5. Almudena Villegas
6. Alpro
7. AMETIC
8. Amigos de la Tierra
9. Andalucía
10. ANFACO-CECOPECA
11. Antonio Escribano Zafra
12. Aragón
13. Asociación “5 al día”
14. Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (ASAJA)
15. Asociación de Aguas Minerales de España (ANEABE)
16. Asociación de Bebidas Refrescantes (ANFABRA)
17. Asociación de Empresarios Mayoristas de Pescados de Madrid (AEMPM)
18. Asociación de Empresas de Fabricantes y Distribuidores (AECOC)
19. Asociación de Mayoristas de Pescados de Zaragoza
20. Asociación Empresarial de Acuicultura de España (APROMAR)
21. Asociación de Cadenas Españolas de Supermercados (ACES)
22. Asociación Española de Complementos Alimenticios (Afepadi)
23. Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados (ASEDAS)
24. Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Exportadores y Transformadores de Productos de la Pesca y Acuicultura (Conxemar)
25. Asociación Española de Productores de Alimentos y Bebidas Vegetales
26. Asociación Española del Café (AECafé)
27. Asociación Española del Dulce (Produlce)
28. Asociación General de Fabricantes de Azúcar de España (AGFAE)
29. Asociación Interprofesional Española de Carne Avícola (Avianza)
30. Asociación Nacional de Fabricantes de Zumos y Gazpachos – Zumos y Gazpachos de España
31. Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED)
32. Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC)
33. Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE)
34. Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (ANO-VE)
35. Asociación de Productores y Consumidores ecológicos de Segovia “Sego-eco-vía”
36. Asociación Vida Sana
37. AZTI

38. Cajamar Caja Rural
39. Cámara de Comercio de España
40. Campus de Excelencia Internacional en Agroalimentación ceiA3
41. Canarias
42. CAPSA FOOD
43. Carlos Moro
44. Castilla-La Mancha
45. Castilla y León
46. Centro Nacional de Tecnología y Seguridad Alimentaria (CNTA) y LLYC
47. Centro Torribera para la Mediterránea: Alimentación, Salud e Innovación Culinaria (Torribera Mediterranean Center) (TMC)
48. Clúster de Alimentación y Nutrición de Aragón
49. CoCo Sapiens
50. Consejo Económico y Social de España.
51. Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnado (CEAPA)
52. Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV)
53. Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (Hispacoop)
54. Confederación Española de Detallistas de la Carne (Cedecarne)
55. Confederación Española de Pesca (Cepesca)
56. Confederación Sindical de Comisiones Obreras (CCOO)
57. Congelados de Navarra
58. Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU)
59. Consejo General de Colegios Oficiales de Dietistas-Nutricionistas (CGCODN)
60. Consumidores en Acción (FACUA)
61. Cooperativa de Armadores de Pesca del Puerto de Vigo (ARVI)
62. Cooperativas Agro-alimentarias de España
63. Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG)
64. Danone
65. DiH DATAlife
66. Ecologistas en Acción
67. Eduardo Montero Masilla
68. Euro-Toques
69. Extremadura
70. FACUA-Consumidores en Acción
71. Fairtrade Ibérica
72. Federación de Asociaciones Medicus Mundi en España (FAMME)
73. Federación de Consumidores y Usuarios (CECU)
74. Federación de Industria, Construcción y Agro de la Unión General de Trabajadoras y Trabajadores (UGT FICA)
75. Federación de Usuarios Consumidores Independientes (FUCI)
76. Federación Empresarial de Carnes e Industrias Cárnicas (FECIC)
77. Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)
78. Federación Española del Vino (FEV)
79. Federación Nacional de Asociaciones Provinciales de Empresarios Detallistas de Pescados y Productos Congelados (FEDEPESCA)

- 80. Federación Nacional de Cofradías de Pescadores (FNCP)
- 81. Federación Nacional de Industrias Lácteas (FeNIL)
- 82. Federación Nacional de Mayoristas de Pescados (FENAMAR)
- 83. Federación Unión Nacional de Consumidores y Amas de Hogar de España (UNAE)
- 84. Fernando Antúnez García
- 85. Fernando Ortega Mediero
- 86. FI Group
- 87. Food & Agri Tech Europe (FATE)
- 88. Forética
- 89. Foro Ganadero-Cárnico
- 90. Frozen España
- 91. Fundació Alícia
- 92. Fundación Alimentum
- 93. Fundación Biodiversidad
- 94. Fundación Daniel y Nina Carasso
- 95. Fundación Dieta Mediterránea
- 96. Fundación Foro Agrario
- 97. Fundación KM ZERO
- 98. Fundación Patrimonio Comunal Olivarero
- 99. Fundación Triptolemos
- 100. Galicia
- 101. Garden Gourmet
- 102. Gemma Trigueros Segura
- 103. Good Food Institute Europe (GFI Europe)
- 104. Gradient
- 105. Greenpeace España

- 106. Grupo Hispatec
- 107. Guillermo Aldama
- 108. Hostelería de España
- 109. ICEX España Exportación e Inversiones
- 110. Illes Balears
- 111. Industrias Cárnicas Lorient Piqueras S.A. (INCAR-LOPS)
- 112. Instituto de Investigación en Nutrición y Seguridad Alimentaria (INSA-UB)
- 113. Instituto Halal
- 114. INTIA
- 115. Joan Gòdia Tresànceh
- 116. José Carlos Ruiz
- 117. José María Sumpsi Viñas
- 118. Judith Naves Morán
- 119. Judith Viader
- 120. Lactalis España
- 121. Lantern
- 122. Mar Malagón
- 123. Marcas de Restauración (MDR)
- 124. María Rosasura Leis Trabazo
- 125. Mariana Eidler
- 126. Marta Elena Alonso de la Varga
- 127. Mensa Cívica
- 128. Mercados Centrales de Abastecimiento, S.A. (Mercasa)
- 129. Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030
- 130. Ministerio de Economía, Comercio y Empresa

- 131. Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes
- 132. Ministerio de Hacienda
- 133. Ministerio de Igualdad
- 134. Ministerio de Industria y Turismo
- 135. Ministerio de Juventud e Infancia
- 136. Ministerio de Sanidad
- 137. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico
- 138. Observatorio para la Acción y la Investigación en Alimentación (Food Action and Research Observatory) (FARO)
- 139. Organización de Consumidores y Usuarios (OCU)
- 140. Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino de Carne (INTEROVIC)
- 141. Organización Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC)
- 142. Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno de España (PROVACUNO)
- 143. OriGenes
- 144. Paco Morales
- 145. Paz Ivison
- 146. PROMARCA

- 147. Ramón Estruch
- 148. Real Academia de Gastronomía
- 149. Red de Municipios por la Agroecología
- 150. Región de Murcia
- 151. Ricardo Delgado Vizcaíno
- 152. Rosa Tovar
- 153. Santi Mas de Xaxàs Faus
- 154. SEO Birdlife
- 155. Silvia Llerena Muñoz
- 156. Sociedad Española de Agricultura Ecológica y Agroecología (SEAE)
- 157. Sociedad Española de Salud Pública y Administración Sanitaria (SESPAS)
- 158. TECNALIA
- 159. Tetra Pak Iberia
- 160. THOFFOOD
- 161. Tranxforma Food
- 162. Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA)
- 163. Unión de Uniones de Agricultores y Ganaderos
- 164. Universidad Católica de Murcia (UCAM HiTech)
- 165. Universidad CEU San Pablo
- 166. Universidad Complutense de Madrid (UCM)
- 167. Universidad de Alcalá (UAH)
- 168. Vanesa Martínez
- 169. Vicente Domingo
- 170. WWF España
- 171. Yara Iberian

8.2

Casos de éxito

A continuación, se presenta una selección de casos de éxito, no exhaustiva, que se actualizará periódicamente en la página web de la Estrategia Nacional de Alimentación. El objetivo es que esta iniciativa sirva como fuente de inspiración y motivación para todos los actores involucrados.

1. Abastecer los municipios a través de la agroecología: Manual práctico sobre políticas públicas comprometidas con la producción agroalimentaria sostenible, saludable, local y justa.

Edita: Red de Municipios por la Agroecología.

Guía para responsables políticos y personal técnico de ayuntamientos que quieran dar sus primeros pasos en el diagnóstico y el diseño de políticas agroalimentarias transformadoras para la construcción de sistemas de producción y consumo comprometidos con la agroecología.

<https://www.municipiosagroeco.red/wp-content/uploads/2024/01/MANUAL-RURBACT-DIGITAL-FINAL-3.pdf>

2. La alimentación sostenible: manual para ciudades.

Morague-Faus, A. (2020) La alimentación sostenible: manual para ciudades. Ayuntamiento de Barcelona; PEMB; AMB; Barcelona.

Objetivo aportar una definición accesible sobre alimentación sostenible e identificar de forma clara acciones concretas para orientar a los diversos agentes sociales del sistema agroalimentario a implementar esta agenda transformadora desde la perspectiva de las ciudades y con vocación de ser útil y aplicada a la toma de decisiones y el diseño de políticas.

https://www.alimentaciosostenible.barcelona/sites/default/files/2021-04/Completo_AlimentacioSostenible_CAST.pdf

3. Alimentemos el futuro.

Tetra Pak.

Iniciativa para la transición sostenible del sistema alimentario y reducir el desperdicio de alimentos.

<https://www.tetrapak.com/es-es/about-tetra-pak/news-and-events/newsarchive/tetra-pak-lanza-alimentemos-el-futuro-reducir-desperdicio-de-alimentos>

4. Campaña “Alimenta tu Imaginación”.

Tetra Pak.

Promover hábitos de alimentación saludable, la importancia de realizar deporte y el cuidado por el medio ambiente en Chile.

<https://www.tetrapak.com/es-cl/about-tetra-pak/news-and-events/newsarchive/4000-nios-analizaron-la-importancia>

5. Campaña “Al menos 3”

OPROMAR.

Ambiciosa campaña promocional dirigida a fomentar el consumo de pescado en colegios de todo el país. Esta iniciativa, protagonizada por el superhéroe “Superpeixiño”, destaca la importancia del pescado dentro de una dieta equilibrada y busca educar a las personas más jóvenes sobre sus beneficios nutricionales.

A través de esta acción, OPROMAR contribuye a mejorar el conocimiento de las nuevas generaciones sobre las propiedades saludables del pescado, promoviendo hábitos alimenticios más saludables desde edades tempranas.

<https://superpeixino.opromar.com/>

6. Campaña “El país más rico del mundo”.

Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Reconocer el trabajo de los agricultores, ganaderos y pescadores que representan el origen de los alimentos españoles y concienciar a la ciudadanía sobre la importancia de consumir productos de temporada y reducir el desperdicio alimentario.

<https://www.alimentosdespana.es/es/campanas/ultimas-campanas/alimentos-de-espana/el-pais-mas-rico-del-mundo>

7. Campaña “La alimentación no tiene desperdicio”.

Iniciativa de colaboración para reducir el desperdicio de alimentos liderada por AECOC.

<https://www.aecoc.es/actividad/prevencion-del-desperdicio-alimentario/>

8. Campaña “Sí al congelado”.

FROZEN.

Campaña de acción para prestigiar la alimentación y los procesos de congelación y ultracongelación que se realizan en los alimentos.

<https://sialcongelado.es/>

9. Cátedra Innovación Abierta INCARLOPSA.

Incarlopsa – Universidad de Castilla-La Mancha.

Promoción y desarrollo de actividades de investigación, formación, divulgación, innovación y emprendimiento en materia de Economía Circular.

Fomentar la puesta en valor de las propiedades nutritivas y saludables de la carne fresca y el jamón curado y su asociación a la marca, así como la comunicación y transmisión hacia la sociedad de su dimensión de empresa responsable tanto en la dimensión ambiental referida a sus procesos de producción como su implicación e importancia socioeconómica en el contexto del panorama empresarial castellano-manchego.

https://www.uclm.es/empresas/mecenazgo/catedrasaulasempresa/catedra_incarlopsa

10. Cátedra interuniversitaria de nutrición y salud y sector agroalimentario.

Proyecto impulsado por la Fundación ASAJA, en colaboración con la Fundación Ortega-Marañón y el Foro Interalimentario.

Foro de encuentro y diálogo intelectual sobre la importancia del sector agroalimentario en el ámbito de la nutrición y la salud.

<https://ortegaygasset.edu/centro-de-estudios-gregorio-maranon/catedra-nutricion-salud-y-sector-agroalimentario/>

11. Centro de clasificación y cocedero de mejillón OPMEGA

Organización de Productores de Mejillón de Galicia (OPMEGA).

Como parte de sus planes de producción y comercialización, llevaron a cabo la instalación de un moderno cocedero de mejillón, complementado con maquinaria para la clasificación y manipulación del producto.

Esta iniciativa no solo contribuye a la regulación del mercado, en cumplimiento con las directrices establecidas por la Organización Común de Mercados de Productos de la Pesca y de la Acuicultura, responsabilidad clave de las Organizaciones de Productores, sino que también refuerza el control de la higiene y la calidad en cada etapa del proceso. De este modo, OPMEGA asegura un producto final de excelencia, beneficiando tanto a las personas productoras como consumidoras.

12. Certificado AENOR de Atún de Pesca Responsable (APR), basado en la Norma UNE 195006.

Representa la única norma reconocida a nivel global que garantiza los derechos sociales y laborales de la flota de acuerdo con las normas y acuerdos internacionales, al tiempo que asegura el cumplimiento de las mejores prácticas pesqueras y estándares mundialmente reconocidos. La actividad pesquera de los buques pesqueros certificados con APR está totalmente controlada mediante diferentes métodos: sistema de localización geográfica por satélite; diario de pesca; control de la actividad pesquera 24 horas al día, los 365 días del año; certificados de capturas; etc. Estos buques cumplen además con distintos requisitos de buenas prácticas y con las condiciones laborales de las personas tripulantes.

13. Certificación AAWS (Avianza Animal Welfare Spain).

Avianza.

Marca de garantía del Compromiso en materia de Bienestar Animal de los productores españoles. Recoge en una imagen unificada todas las carnes y productos certificados por los diferentes sistemas puestos en marcha de forma coordinada por cada sector. De esta forma, los consumidores podrán reconocer los productos cárnicos avícolas que representan el máximo grado de cumplimiento por parte de los operadores de los requisitos establecidos por la interprofesional en materia de bienestar animal y trazabilidad.

<https://avianza.org/aaws-compromiso-bienestar-animal/>

14. Certificación “Aves de España”.

Avianza.

Asegurar al conjunto de la ciudadanía el acceso a productos que cumplen de forma estricta y rigurosa con los requisitos establecidos en el ámbito del bienestar animal, la sostenibilidad y la seguridad alimentaria.

<https://avesdeespana.es/>

15. Clúster Halal Córdoba.

Instituto Halal.

Asociación que reúne a los actores clave dentro del ecosistema Halal en España, con el objetivo de fomentar la colaboración y las sinergias para promover los productos, bienes y servicios Halal españoles, tanto a nivel nacional como internacional.

<https://www.institutohalal.com/cluster-halal-cordoba/>

16. Coalición Por Otra PAC.

Coalición de ganaderos y ganaderas extensivas, representantes de la producción ecológica, ONG ambientales, de desarrollo rural, y expertos en nutrición y consumo, entre otros, que buscan conseguir una nueva PAC promotora de una transición agroecológica hacia sistemas agroalimentarios sostenibles, justos, responsables y sanos.

<https://porotrapac.org/>

17. Código de buenas prácticas de la Ganadería.

PROVACUNO.

Proporciona directrices prácticas para reducir las emisiones y mejorar la eficiencia en las granjas de vacuno de carne.

https://www.provacuno.es/vacuno/sostenibilidad/codigo-de-buenas-practicas-de-la-ganaderia_964_348_2676_0_1_in.html

18. Código de buenas prácticas de la Industria.

PROVACUNO.

Reducción de emisiones y la sostenibilidad en la etapa de transformación.

https://www.provacuno.es/vacuno/sostenibilidad/codigo-de-buenas-practicas-de-la-industria_1168_348_2680_0_1_in.html

19. Código de buenas prácticas punto de venta.

PROVACUNO.

Prácticas sostenibles en el punto de venta, promoviendo la adopción de prácticas respetuosas con el medio ambiente.

https://www.provacuno.es/vacuno/sostenibilidad/codigode-buenas-practicas-punto-de-venta_1247_348_2679_0_1_in.html

20. Crianza de mares y ríos de España.

APROMAR.

La organización de productores APROMAR, mediante sus planes de producción y comercialización, ha venido desempeñando una labor esencial durante años para fomentar el consumo de pescado procedente de la acuicultura. Un claro ejemplo de esta labor es la campaña Crianza de mares y ríos de España, a través de la cual APROMAR no solo promueve el conocimiento sobre la acuicultura entre el público general, sino que también resalta los atributos de frescura derivados de la cercanía de las instalaciones acuícolas al consumidor, respaldados por todas las garantías de calidad, seguridad y trazabilidad que caracterizan al sector acuícola español.

<https://crianzamaresyriosdespana.es/>

21. Descartes.cero

Asociación de Armadores de Buques de Pesca de Marín.

Campaña “Descartes.cero” enfocada al aprovechamiento de especies marinas descartadas por pesca accidental.

22. Estándares de calidad CoCo Sapiens.

Certificaciones a productos desde una perspectiva holística de 360°, evaluando todos los criterios pertinentes para determinar su sostenibilidad (social, ambiental y económica) y su impacto en la salud humana. Su objetivo es que este certificado sea el distintivo único y esencial que oriente al Consumidor Consciente en sus decisiones cotidianas. Su principal herramienta es Eco-Score.

<https://cocosapiens.org/es/manifesto-and-standards/>

23. EduKsano.

Proyecto de índole social promovido por ARVI, al que se han sumado otras asociaciones del sector primario, la industria alimentaria, los chefs europeos, los consumidores y los padres de alumnos, cuyo objetivo final es incorporar la Educación Nutricional como asignatura obligatoria en los planes de estudios de Educación Primaria y Secundaria.

<https://www.arvi.org/eduksano/>

24. Etiquetado AECOC ESCAN QR.

Etiquetado digital que permite mostrar información de producto a través de códigos QR, para conectar al consumidor y cumplir con regulaciones.

<https://aecocescanqr.es/>

25. Etiquetado ENVIROSCORE.

AZTI.

Sistema de etiquetado ambiental de alimentos y bebidas que informa sobre el impacto ambiental de alimentos y bebidas basado en la Huella Ambiental de Producto.

<https://www.azti.es/enviroscore/>

26. Estrategia de descarbonización del vacuno de leche en España.

Informe BaCa por un sector lácteo Bajo en Carbono.

Iniciativa impulsada por Danone, bajo la coordinación de Láinez Biotrends S.A.

Busca ser una referencia completa y basada en evidencias científicas que inspire y guíe políticas públicas y cambios para una transición hacia un sector lácteo más sostenible.

<https://www.danoneespana.es/cuidamos-el-planeta/danone-combatir-cambio-climatico/Informe-BACA.html>

27. FIP Blues

OPP-7 Burela, OPROMAR, ORPAGU, OPNAPA.

FIP BLUES es el proyecto de mejora pesquera para las pesquerías de Pez Espada y Tintorera promovido por cuatro Organizaciones de Productores Pesqueros y doce empresas que integran la Asociación Nacional de Empresas Comercializadores y Transformadores de Especies Altamente Migratorias (ANECTEAM).

<https://fipblues.com/>

28. Formación Profesional Dual.

AECOC.

Proyectos en colaboración con centros de FP para fomentar la empleabilidad de los estudiantes y promover el talento y descubrir las oportunidades laborales que ofrece el sector del gran consumo.

<https://www.aecoc.es/noticias/aecoc-impulsa-proyecto-empleabilidad-fp-dual/>

29. Foro de Acción Rural.

Plataforma que agrupa a diversas asociaciones y organizaciones no gubernamentales comprometidas con el desarrollo rural sostenible. Su objetivo principal es visibilizar las necesidades y oportunidades del mundo rural, promoviendo un desarrollo sostenible e inclusivo a través del apoyo a las personas jóvenes, la diversificación económica, la gestión forestal y agrícola sostenible, y la igualdad de oportunidades.

<https://foroaccionrural.es/>

30. Fundació Espigoladors.

Organización sin ánimo de lucro que lucha contra las pérdidas y despilfarro alimentario a la vez que empodera a personas en riesgo de exclusión social de una manera transformadora, participativa, inclusiva y sostenible.

<https://espigoladors.cat/>

31. Fusión CNTA y CTIC-CITA.

Fusión de dos centros tecnológicos con una larga trayectoria en la innovación alimentaria de dos comunidades autónomas, Navarra y La Rioja.

<https://www.cnta.es/noticias-y-eventos/notas-de-prensa/cnta-y-ctic-cita-se-uniran-para-crear-el-primer-centro-tecnologico-del-sector-agroalimentario-en-espana/>

32. Grupos Operativos EIP-AGRI.

Conjunto de agentes con distintos perfiles vinculados al medio rural que se unen para desarrollar y ejecutar un Proyecto Innovador dirigido a encontrar una solución a un problema compartido o para probar y poner en práctica una idea innovadora relacionada con algún sector propio del medio rural.

<https://redpac.es/grupos-operativos>

33. Grupo Operativo SECUESVAC.

PROVACUNO.

Optimizar el secuestro de carbono en suelos asociados a granjas de vacuno de carne, analizando la situación actual, identificando buenas prácticas y desarrollando una herramienta de apoyo a la decisión.

<https://www.gosecuesvac.com/>

34. Grupo Operativo supraautonómico MICOALGA-FEED.

Desarrollo de un proyecto de innovación cuyo objetivo es la reducción o eliminación de antibióticos en avicultura a través de la alimentación, mediante nuevas formulaciones de piensos que, suplementados con hongos y microalgas, tengan un efecto inhibitorio y antimicrobiano, reforzando el sistema inmunológico del animal.

<https://micoalga-feed.es/>

35. Grupo Operativo Subalma.

El proyecto aplica estrategias de bioeconomía circular para la reutilización de subproductos de almazara como fertilizantes, mediante técnicas de riego por goteo subterráneo de la máxima eficiencia. Lo ha ejecutado un amplio consorcio multiactor con entidades; científicas, del sector olivarero, organizaciones profesionales agrarias y empresas tecnológicas. La iniciativa fue ganadora de los premios 2024 de la Comisión Europea a grupos operativos del sector agroalimentario en la categoría de mitigación y adaptación al cambio climático.

<https://www.subalma.com/>

https://eu-cap-network.ec.europa.eu/campaign/eip-agri-innovation-awards-2024-nominees_en#paragraph-77213

36. Guía Nacional de Gestión de Alertas.

Órgano Permanente para la Seguridad Alimentaria (OPSA).

Impulso para la organización y gestión coordinada de las alertas alimentarias entre la Administración y el sector alimentario español. Facilita a las empresas, especialmente pymes, la correcta interpretación e implantación de los requisitos legales en la gestión de alertas, incorporando los aprendizajes obtenidos en la producción y comercialización agroalimentaria en los últimos años.

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/noticias_y_actualizaciones/noticias/2021/guia_nacional.htm

37. Hoja de Ruta para un Sector Lácteo Económica, Social y Medioambientalmente Sostenible.

INLAC.

Recopilación del conjunto de medidas que el sector está desarrollando para asumir el reto de la sostenibilidad en el uso de todos los recursos naturales, y con una perspectiva de cadena de valor.

https://inlac.es/wp-content/uploads/2024/07/2024_INLAC_Hoja_de_ruta_sostenibilidad.pdf

38. Incubadora de startups de alta tecnología del agua “Cajamar innova”.

Cajamar Innova es la incubadora de empresas emergentes de base tecnológica especializadas en alta tecnología del agua, creada por la Fundación CAJAMAR. Nace en 2021 con el objetivo de aunar emprendimiento, innovación y agua para ofrecer soluciones de optimización del agua sobre todo en agricultura, y en 2023 recibió el premio “Europa se siente” como mejor iniciativa española apoyada mediante Fondos Europeos en España, que organiza la Dirección General de Fondos Europeos del Ministerio de Hacienda y Función Pública.

<https://cajamarinnova.es/es/>

39. Informe “El Estado del Foodtech en España”.

Eatable Adventures.

Toma el pulso al ecosistema emprendedor de nuestro país para recabar información clave sobre la caracterización del sector *Foodtech*, así como la evolución de la inversión en los últimos años.

<https://eatableadventures.com/reports/el-estado-del-foodtech-en-espana-2023/>

40. Informe “Foodtech in Spain”.

ICEX.

Informe sobre el sector *Foodtech* español y su ecosistema innovador.

<https://www.investinspain.org/content/dam/icex-invest/documentos/publicaciones/sectores/industria-agroalimentaria/Informe%20Food%20Tech%20in%20Spain.pdf>

41. Informe “Importancia de la carne de vacuno en la alimentación de los españoles”.

PROVACUNO.

Visión detallada sobre el papel de la carne de vacuno en la dieta, destacando sus beneficios nutricionales y su contribución a una alimentación equilibrada.

<https://www.provacuno.es/nutricion>

42. Informe “Revisión general de los factores que afectan a la vida útil de la carne fresca”.

PROVACUNO.

https://www.provacuno.es/propiedades-de-la-carne-de-vacuno/espanol/carne-de-vacuno_5_1_ap.html

43. Iniciativa “Alimentos para el Desarrollo”.

Tetra Pak.

Desarrollo de la cadena de valor láctea y alimentaria a través de clientes, gobiernos, agencias de cooperación de desarrollo, organizaciones de financiamiento y organizaciones no gubernamentales (ONG) en todo el mundo.

Intercambio de las mejores prácticas en materia de inocuidad alimentaria y educación medioambiental utilizadas en los programas de alimentación escolar.

<https://www.tetrapak.com/es-es/sustainability/focus-areas/food-access-availability-and-resilience/food-for-development>

44. Iniciativa “Pathways to Dairy Net Zero” (Caminos hacia una producción láctea neta cero).

Tetra Pak (adhesión a la iniciativa).

Acelerar las medidas contra el cambio climático y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en todo el sector lácteo.

<https://pathwaystodairynetzero.org/>

45. Libro Blanco de la Alimentación Sostenible en España.

Ed.: Fundación Carasso y Fundación Alternativas.

Identifica y propone las principales claves para lograr una transición hacia sistemas alimentarios sostenibles y resilientes.

ISBN: 978-84-18677-44-1

https://www.fondationcarasso.org/wp-content/uploads/2022/03/Libro_Blanco_Alimentacion-_Interior_Final_Web_Version.pdf

46. Libro Blanco de Atributos Diferenciados de Producto.

AECOC.

Documento de recomendaciones en la aplicación de los atributos voluntarios de diferenciación más utilizados en el etiquetado de alimentos.

<https://www.aecoc.es/libro-blanco-de-atributos-diferenciados-de-producto/>

47. Lonja y tienda online de la Asociación de Armadores de Punta del Moral, OPP80.

Organización de Productores de la Asociación de Armadores de Punta del Moral (OPP80).

En el marco del plan de producción y comercialización se ha implementado una innovadora plataforma digital. Este sistema permite a los consumidores adquirir directamente los productos de la OPP a través de su página web y recibirlos en su domicilio en un plazo inferior a 48 horas.

Esta iniciativa facilita a los clientes de toda la península el acceso directo a los productos de la OPP, reduciendo intermediarios y asegurando tanto la trazabilidad como la frescura del producto. Al mismo tiempo, contribuye a mejorar la rentabilidad de la actividad económica de los productores, consolidando un modelo más eficiente y sostenible.

<https://armadorespuntadelmoral.com/>

48. Marca “pescadeRías ¿de onde se non?”.

Xunta de Galicia.

Sello de identidad para la promoción y defensa de los pescados y mariscos procedentes de la flota artesanal.

<https://deondesanon.xunta.gal/es>

49. MCURC: The Menus of Change University Research Collaborative.

Participación Torribera Mediterranean Center.

Red mundial de facultades y universidades que utilizan los comedores universitarios como laboratorios para el cambio de comportamiento. Se trata de entornos de aprendizaje dinámicos en los que la investigación aplicada se combina con la innovación operativa para promover los principios de Menús del Cambio: menús saludables y sostenibles.

<https://www.moccollaborative.org/>

50. La mayor red pública de Mercados Mayoristas del Mundo. La Red de Mercas de Mercasa.

Mercasa

Referente absoluto a nivel mundial debido a la actividad desarrollada en las 24 Mercas de la Red, por más de 3.000 empresas, canalizando cerca de 8,9 millones de toneladas de productos frescos. Esta actividad económica ha generado un valor de 22.800 millones de euros, lo que equivale, aproximadamente, al 1,56% del PIB.

La Red de Mercas de Mercasa es también un referente por su aportación de valor al conjunto de la cadena de distribución de productos frescos, con claros efectos positivos hacia la producción y hacia el consumo, concentrando la oferta y la demanda, permitiendo la formación de precios en competencia.

www.mercasa.es

51. Mesa de Participación MPAC.

Asociaciones de Consumidores.

Foro de debate y grupo de trabajo con la misión de conocer al consumidor para poder crear herramientas útiles que le ayuden a tomar mejores decisiones de consumo responsable.

<https://mesaparticipacion.com/>

52. Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo.

Cajamar Caja Rural e Ivie.

Informe que analiza la evolución de los principales indicadores del conjunto de la cadena de valor del sector agroalimentario español.

<https://www.plataformatierra.es/innovacion/observatorio-sector-agroalimentario-espanol-europeo-informe-2023>

53. PESCAESPAÑA

Asociación de Organizaciones de Productores Pesqueros de ámbito nacional.

Tiene como objetivo incentivar el consumo de los productos pesqueros salvajes españoles, así como su difusión, defensa y promoción por su calidad y valores nutricionales altamente saludables.

<https://pescaespana.org/>

54. Pesca Neta

Proyecto para retirada de desechos y basuras con el fin de conservar las aguas y las especies del medio marino.

<https://pescaneta.com/>

55. Pesca Verde

Fundación Biodiversidad.

El proyecto Pesca Verde está enmarcado en el programa de ayudas de la Fundación Biodiversidad para la realización de acciones colectivas y medidas dirigidas a proteger y desarrollar la fauna y la flora acuática, cofinanciado por el FEP y la Fundación Biodiversidad.

<https://pescaverde.org/home/>

56. Plan A.N.C.L.A. para la visibilización y fortalecimiento de las mujeres en el sector pesquero.

FNCP.

Promoción y mejora de la igualdad de oportunidades, la participación, la visibilización y valoración del papel de la mujer en el ámbito de actuación de las Cofradías de Pescadores y sus federaciones.

<https://desafiomujerrural.es/plan-a-n-c-l-a-par-la-visibilizacion-y-fortalecimiento-de-las-mujeres-en-el-sector-pesquero/>

57. Plan de Colaboración para la Mejora de la Composición de los Alimentos y Bebidas y otras Medidas.

AESAN.

Mejorar la composición nutricional de varios grupos de alimentos y bebidas habitualmente presentes en la cesta de la compra, así como la oferta de productos y menús fuera del hogar, facilitando las opciones más saludables a los consumidores para ayudar a prevenir el sobrepeso y la obesidad.

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/plan_colaboracion.htm

58. Plan estratégico de comunicación de APROMAR (PLECA)

APROMAR.

El objetivo de esta acción es poner en valor los atributos de la “Acuicultura de España” y mejorar la imagen de un sector que además de contribuir a proteger los mares y ríos de España y de promover el arraigo en poblaciones rurales costeras y fluviales a través de la generación de riqueza y empleo, es fuente de un producto extraordinariamente nutritivo y obtenido con las mayores garantías de seguridad a lo largo de todo el proceso de crianza y comercialización y que, además, invierte en investigación y desarrollo de manera continua.

Destacar que, dentro del PLECA, APROMAR presentará en 2025 su “Memoria de Sostenibilidad”, destacando su compromiso con una acuicultura sostenible, transparente, ambientalmente responsable y esencial para la alimentación saludable global.

<https://acuiculturadeespana.es/>

59. Plan de Protección de la Naturaleza.

Tetra Pak.

25 metas para contribuir con la protección del medio ambiente.

<https://www.tetrapak.com/es-co/about-tetra-pak/news-and-events/newsarchive/metras-trazadas-por-Tetra-Pak-para-contribuir-con-la-proteccion-del-medio-ambiente>

60. Plataforma AECOC Media.

Plataforma de intercambio de contenidos donde fabricantes y distribuidores de Alimentación y DPH, comparten imágenes, información descriptiva y comercial, datos normativos, vídeos, documentación y cualquier tipo de activo digital que se necesite en el punto de venta.

<https://www.aecocmedia.es/>

61. Plataforma de Gestión de Excedentes Alimentarios.

Naria.

Conexión de la industria alimentaria con las Entidades Sociales para la gestión del excedente alimentario con trazabilidad *blockchain*.

<https://naria.digital/plataforma>

62. Plataforma Sistemas Alimentarios Sostenibles.

Forética.

Objetivo contribuir a la transformación sostenible de los sistemas alimentarios, a partir del liderazgo del sector privado para aumentar la ambición, acelerar la acción y potenciar las alianzas necesarias.

<https://foretica.org/proyectos-esg/transformacion-de-sistemas/sistemas-alimentarios-sostenibles/>

63. Programa “Aliméntate ben”.

Xunta de Galicia.

Fomento de hábitos saludables en la comunidad escolar a través de dietas equilibradas y utilizando productos de calidad que garanticen una alimentación y desarrollo idóneo.

<https://alimentateben.xunta.gal/es/>

64. Programa “Cocinando futuro”.

CERAI, Garúa y Paisaje, Ecología y Género.

Programa formativo dirigido a personas jóvenes, cuyo principal objetivo es promover un cambio cultural hacia hábitos alimentarios saludables y sostenibles a través del empoderamiento personal y colectivo en edades tempranas.

<https://cocinandofuturo.org/>

65. Programa para la promoción de una alimentación saludable y la prevención y abordaje de enfermedades en la atención primaria y comunitaria.

INSA.

Incorporación de la figura del dietista-nutricionista en la atención primaria y comunitaria en Cataluña.

66. Proyecto agrifoodTED.

Facilitar al sector agroalimentario herramientas de validación, en condiciones reales, de sus soluciones de inteligencia artificial y robótica para maximizar el impacto de las innovaciones digitales del sector.

<https://www.agrifoodtef.eu/>

67. Proyecto de Agrocompostaje.

PROVACUNO, junto a la Universidad Miguel Hernández y la Universidad Politécnica de Valencia.

Objetivo: generar biofertilizantes mediante agrocompostaje, diseñar protocolos mejorados de gestión de estiércoles de vacuno de bajo costo y factibles-viables en las granjas y contribuir a la reducción de las emisiones de amoníaco y GEI.

<https://www.provacuno.es/provacuno-impulsa-objetivos-de-desarrollo-sostenible>

68. Proyecto Albarrio.

ALIMENTTA.

Iniciativa que busca activar referentes de alimentación saludable y sostenible a nivel de barrio, con el objetivo de conseguir una mayor adhesión a patrones de alimentación que sean saludables tanto para las personas como para el planeta.

<https://alimentta.com/albarrio-referentes-comunitarios-en-alimentacion-saludable-y-sostenible/>

69. Proyecto “APRICA – Agrupación Para la Reactivación e Innovación de la Cadena Alimentaria”.

Tranxforma Food.

Crear una plataforma para la reactivación e innovación de la industria española, y facilitar así la adaptación de las empresas para dar respuesta a los nuevos desafíos del mercado. Incluye 3 programas directrices:

- Economía circular – ecología y sostenibilidad.
- Aumento de eficacia y productividad.
- Mejora de la distribución agroalimentaria e internacionalización.

70. Proyecto COVER CO2.

Cajamar, IVIA, ITENE.

Estrategia para la restauración de suelos degradados. Cubiertas vegetales como medida para mejorar la fertilidad de los suelos, el secuestro de carbono y el fomento de la biodiversidad.

<https://www.plataformatierra.es/innovacion/cubiertas-vegetales-para-mejorar-la-fertilidad-de-los-suelos>

71. Proyecto “Cow Water”.

Entrepinares, innovación tecnológica de Tetra Pak.

Recirculación del agua industrial remanente de la elaboración del queso para reducir el consumo de recursos hídricos y el volumen de vertido de las aguas residuales.

<https://www.tetrapak.com/es-es/about-tetra-pak/news-and-events/newsarchive/tetra-pak-entrepinares-reduccion-agua-cow-water>

72. Proyecto ECIPUR: Implantación de un modelo de economía circular para la gestión sostenible del estiércol líquido de porcino en Castilla-La Mancha.

Incarlopsa.

<https://www.ecipur.es/>

73. Hub de Innovación Digital Europeo (EDiH) DATAlife.

Implementar tecnologías disruptivas en fase de validación y demostración con gran potencial para aumentar la competitividad de las empresas gallegas y de la administración pública, pero poco extendidas en la actualidad.

<https://www.dihdatalife.com/edih/>

74. Proyecto Excellence Sustainable Spanish Wines.

ARAEX.

Proyecto de sostenibilidad transformador del sector para evaluar y mejorar la huella ambiental, así como comunicarlo a nivel nacional e internacional para seguir haciendo más fuerte su propósito *From Earth to Earth*.

75. Proyecto “ICARE – Índice Consumo Alimentación Responsable”.

Tranxforma Food.

Índice, basado en un algoritmo, que pondera las diferentes métricas para cada uno de los atributos.

76. Proyecto “Meating Plants”.

CARTIF.

Propuesta de integración de tecnologías para el desarrollo de productos a base de proteínas vegetales autóctonas con textura análoga a cárnicos.

<https://www.cartif.es/meating-plants-nueva-alternativa-alimentaria-leguminosas-cartif/>

77. Proyecto “SchoolFood4Change”.

Universidad de Alcalá (UAH).

Proyecto financiado por la UE cuyo objetivo es hacer que las comidas escolares sean agradables y saludables tanto para nuestros niños como para nuestro planeta.

<https://schoolfood4change.eu/>

78. Proyecto Smartz4Milk.

FiGroup.

Incrementar la competitividad, sostenibilidad y resiliencia del sector lácteo gallego mediante la investigación, desarrollo e innovación en digitalización, sostenibilidad y trazabilidad.

<https://smartz4milk.es>

79. Proyecto VITISAD: Estrategias y prácticas vitícolas sostenibles de adaptación al cambio climático.

IFV, NEIKER, Dirección General de Agricultura y Ganadería del Gobierno de La Rioja, Chambre d'Agriculture des Pyrénées Atlantiques. EVENA, LISST.

Evolución hacia prácticas vitícolas más sostenibles, capaces de preservar y mejorar los recursos disponibles, buscando a la vez mecanismos para enfrentarnos y adaptarnos al escenario de cambio climático.

<https://www.vitisad.eu/>

80. Proyecto Zitrus.

Iniciativa de colaboración entre el supermercado alemán EDEKA y WWF.

Tiene por objetivo fomentar la producción sostenible de naranjas y mandarinas en el sur de España mediante la ejecución de buenas prácticas para la conservación de los recursos naturales. Además, se plantea contribuir a la transformación del mercado de frutas en Alemania al aumentar las opciones disponibles de cítricos producidos de forma más sostenible en las tiendas de EDEKA, uno de los mayores supermercados alemanes.

https://www.wwf.es/nuestro_trabajo/alimentos/proyecto_zitrus/

81. Proyecto singular AgroMIS.

CEIA3.

Promover la innovación y la transferencia focalizada en el sector agroalimentario de Andalucía, promoviendo la interconexión y las sinergias entre el tejido del conocimiento y los agentes del sector.

<http://www.ceia3.es/investigacion-y-transferencia/proyectos/7093-agromis/>

82. Red de Espacios Test Agrarios (RETA).

Fomento del relevo generacional en el sector agrario implementando espacios test agrarios para contribuir a un mundo rural vivo, dinámico y sostenible.

<https://espaciostestagrarios.org/>

83. Ronqueo de pez espada.

Organización de Productores Palangreros de La Guardia (ORPAGU).

Un nuevo sistema de despiece del pez espada generando nuevas formas de comercialización similares en las que se dan otras especies, como por ejemplo el atún. Se trata de un buen ejemplo de cómo el sector pesquero trabaja para incrementar sus ingresos sin incrementar el volumen de producción, centrándose en incrementar el valor añadido de sus productos.

84. Saborea España.

Hostelería de España.

Marca del turismo gastronómico español.

Primera plataforma nacional con vocación internacional que potencia el turismo y la gastronomía de nuestro país.

<https://tastingspain.es/>

85. Sistemas Alimentarios de Base Agroecológica y Saludable (SALBAS).

ALIMENTTA.

Procesos de investigación-acción participativa y articulación territorial.

Apoyo a la pequeña producción a nivel regional mediante la movilización y colaboración entre agentes de los distintos elementos de la cadena de valor alimentaria.

Algunas iniciativas:

- TRIGO-LAB Innova: inserción de variedades tradicionales de trigo en los SALBA.

<https://alimentta.com/living-labs/trigo-lab-innova/>

- LAVILA: convenio marco de colaboración entre la Universidad de Santiago de Compostela y Alimentta junto con empresas del sector ecológico en Galicia para impulsar los SALBA.

<https://alimentta.com/living-labs/lavila/>

- Biodistritos: comisionado por la Junta de Andalucía, con Alimentta trabajando en un plan de acción para la movilización de actores territoriales.

- Innovación Gastronómica: modelo de organización participativo que reúne a todos los actores con el objetivo de cambiar la forma de concebir el territorio y la alimentación partiendo de los platos locales como instrumento de cohesión.

<https://alimentta.com/living-labs/innovacion-gastronomica/>

86. Sistemas Alimentarios Territorializados en España: 100 iniciativas locales para una alimentación responsable y sostenible.

CERAI y Fundación Carasso.

Visibilizar y promover iniciativas agroalimentarias locales y sostenibles relacionadas con la transición hacia Sistemas Agroalimentarios Territorializados (SAT) en el Estado español, que generan impactos positivos en el sistema alimentario y, por lo tanto, en nuestra sociedad.

https://www.municipiosagroeco.red/wp-content/uploads/2019/06/publicaci%C3%B3n_100iniciativasSATenEspa%C3%B1a-CERAI.pdf

8.3

Bibliografía consultada

Agenda Estratégica de la UE 2024-2029.

<https://www.consilium.europa.eu/es/european-council/strategic-agenda-2024-2029/#path>

<https://www.consilium.europa.eu/media/yxrc05pz/sn02167en24web.pdf>

Análisis de necesidades. Subgrupo de Trabajo del Objetivo Específico 7 de la PAC. Artículo 6.1.g) “Atraer y apoyar a los jóvenes agricultores y agricultoras y a otros nuevos agricultores y agricultoras y facilitar el desarrollo empresarial sostenible en las zonas rurales”. Despoblamiento. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/2-7-analisis-necesidades-oe7_tcm30-583057.pdf

La cocina más antigua del mundo: la gastronomía en la antigua Mesopotamia. Bottéro, J. (2005). Tusquets Editores.

La cocina y los alimentos. Enciclopedia de la Ciencia y la Cultura de la Comida. McGee, H. (2007). Editorial Debate.

Código de Conducta de la EU para las prácticas empresariales y de comercialización responsables en el ámbito alimentario.

https://food.ec.europa.eu/document/download/08709964-ef08-4332-a899-a456bdf0bff5_es

Converting Farm Accountancy Data Network (FADN) into Farm Sustainability Data Network (FSDN). Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. 2024.

<https://data.europa.eu/doi/10.2762/906>

Cumbre sobre los Sistemas Alimentarios de 2021. Naciones Unidas.

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/food-systems-summit-2021/>

Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG) de Productos Agroalimentarios. Año 2022. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2023. NIPO: 003-19-210-2.

https://www.mapa.gob.es/ca/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/informedopigp2022_tcm34-660757.pdf

Declaración de los líderes del G20 de Río de Janeiro (2024).

<https://g20.org/wp-content/uploads/2024/11/G20-Rio-de-Janeiro-Leaders-Declaration-EN.pdf>

Diagnóstico de la igualdad de género en el medio rural 2021. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2022. NIPO: 003-220-03-X.

https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad-genero-y-des-sostenible/diagnostico_igualdad_medioural2021_folletodivulgativo_tcm30-615196.pdf

Diálogo estratégico sobre el futuro de la agricultura en la UE.

https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/main-initiatives-strategic-dialogue-future-eu-agriculture_es

https://agriculture.ec.europa.eu/document/download/171329ff-0f50-4fa5-946f-aea11032172e_en?filename=strategic-dialogue-report-2024_en.pdf&prefLang=es

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo “Autonomía estratégica, seguridad alimentaria y sostenibilidad”. DOUE 04/03/2022, C 105/56.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021IE2555>

Differences in children’s exposure to television advertising of unhealthy foods and beverages in Spain by socio-economic level. Royo-Bordonada, M.Á., Cavero-Esponera, C., Romero-Fernández, M.M., González-Díaz, C. y Ordaz Castillo, E. BMC Public Health 24:739. 2024.

<https://doi.org/10.1186/s12889-023-17410-z>

Directorio Central de Empresas (DIRCE). Nota de prensa. Instituto Nacional de Estadística.

https://www.ine.es/prensa/dirce_2023.pdf

Distribución Alimentaria. La calma empieza a vislumbrarse. Publicaciones Alimarket, S.A. 2024.

Encuesta sobre la Estructura de las Explotaciones Agrícolas 2016. Instituto Nacional de Estadística.

https://www.ine.es/daco/daco42/agricultura/meto_2016.pdf

España Circular 2030. Estrategia Española de Economía Circular. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. 2020.

https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/economia-circular/espanacircular2030_def1_tcm30-509532_mod_tcm30-509532.pdf

Estadística estructural de empresas: sector industrial. Año 2022. Nota de prensa. Instituto Nacional de Estadística. 2024.

<https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/EEESI2022.pdf>

El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2024: Financiación para acabar con el hambre la inseguridad alimentaria y la malnutrición en todas sus formas. FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. 2024.

<https://doi.org/10.4060/cd1254es>

El estado mundial de la pesca y la acuicultura 2024. La transformación azul en acción. FAO. 2024.

<https://doi.org/10.4060/cd0683es>

Estrategia de Desarrollo Sostenible 2030: un proyecto de país para hacer realidad la Agenda 2030. Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. 2021. NIPO: 129-21-014-3.

<https://www.dsca.gob.es/sites/default/files/derechos-sociales/eds-cast-acce.pdf>

Estrategia de Digitalización del Sector Agroalimentario y Forestal y del Medio Rural. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2019. NIPO: 003-19-039-9.

<https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/planes-estrategias/estrategia-digitalizacion-sector-agroalimentario/estrategia-digitalizacion-sector-agroalimentario-forestal-medio-rural-ve-tcm30-509645.pdf>

Estrategia “De la Granja a la Mesa”.

<https://www.consilium.europa.eu/es/policias/from-farm-to-fork/>

https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:ea0f9f73-9ab2-11ea-9d2d-01aa75ed71a1.0004.02/DOC_1&format=PDF

Estrategia España Nación Emprendedora. Alto Comisionado para España Nación Emprendedora. 2021.

https://www.lamoncloa.gob.es/presidente/actividades/Documents/2021/110221-Estrategia_Espana_Nacion_Emprendedora.pdf

Estrategia española de Bioeconomía Horizonte 2030. Ministerio de Economía y Competitividad. 2015.

https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/innovacion-medio-rural/estrategiaenbioeconomia23_12_15_tcm30-560119.pdf

Estrategia Industrial Europea. Un nuevo modelo de industria para Europa.

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy_es

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52021DC0350>

Estrategia para la nutrición, actividad física y prevención de la obesidad: Estrategia NAOS. Agencia Española de Seguridad Alimentaria. 2005. NIPO: 355-05-001-3.

https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/seccion/estrategia_naos.htm

<https://www.aesan.gob.es/AECOSAN/docs/documentos/nutricion/estrategianaos.pdf>

Estudio sobre el Acceso a la Tierra: Documento final del Grupo Focal de Acceso a la Tierra. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2021. NIPO: 003-20-120-6.

https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/jovenes-rurales/grupo_focal_digital_tcm30-555421.pdf

Foresight Study on Fishers of the Future. Davies, M., Macfadyen, G., Brugere, C., Chiarelli, N., Dale, F. y Caillart, B. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. 2025.

<https://doi.org/10.2926/3984926>

https://oceans-and-fisheries.ec.europa.eu/fishers-future_en

The future of European competitiveness: Report by Mario Draghi. Comisión Europea. 2024.

https://commission.europa.eu/topics/strengthening-european-competitiveness/eu-competitiveness-looking-ahead_en?prefLang=es

Part A: A competitiveness strategy for Europe.

https://commission.europa.eu/document/download/97e481fd-2dc3-412d-be4c-f152a8232961_en?filename=The%20future%20of%20European%20competitiveness%20_%20A%20competitiveness%20strategy%20for%20Europe.pdf&prefLang=es

Part B: In-depth analysis and recommendations.

https://commission.europa.eu/document/download/ec1409c1-d4b4-4882-8bdd-3519f86bbb92_en?filename=The%20future%20of%20European%20competitiveness_%20In-depth%20analysis%20and%20recommendations_0.pdf&prefLang=es

Gastronomía española: impacto y tendencias de un ecosistema clave para la economía. KPMG. 2025.

<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/es/pdf/2025/01/kpmg-informe-gastronomia-2025.pdf>

The illusion of choice. Why someone already decided what you will eat for lunch. Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC). 2023.

https://www.beuc.eu/sites/default/files/publications/BEUC-X-2023-080_The_illusion_of_choice_report.pdf

Informe Anual de Indicadores 2023. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2024. NIPO: 003-20-091-6.

https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/indicadores_2023_web_b_tcm30-693699.pdf

Informe de Consumo Alimentario en España 2023. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2024. NIPO: 003-19-161-9.

https://servicio.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/informe_2023_baja_tcm30-685878.pdf

El informe Letta: un conjunto de recetas para dinamizar la economía europea. González Mínguez, J. Banco de España. 2024.

<https://doi.org/10.53479/37637>

Libro Blanco de la Alimentación Sostenible en España. Fundación Carasso y Fundación Alternativas. 2022. ISBN: 978-84-18677-44-1.

https://www.fondationcarasso.org/wp-content/uploads/2022/03/Libro_Blanco_Alimentacion-Interior_Final_Web_Version.pdf

Las mujeres en el medio rural. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/igualdad_genero_y_des_sostenible/mujer-medio-rural/

National Strategy on Hunger, Nutrition and Health. The White House (EE.UU.). 2022.

<https://odphp.health.gov/our-work/nutrition-physical-activity/white-house-conference-hunger-nutrition-and-health>

Normas de apoyo a la economía circular. UNE. 2024.

https://www.une.org/normalizacion_documentos/Apoyo_normas_eco_circul-2024.pdf

Perspectivas Agrícolas 2024-2033. OCDE/FAO. 2024.

<https://doi.org/10.1787/2b0c9d81-es>

https://www.oecd.org/content/dam/oecd/es/publications/reports/2024/07/oecd-fao-agricultural-outlook-2024-2033_e173f332/2b0c9d81-es.pdf

La pesca, la acuicultura y la industria transformadora en España: retos para su sostenibilidad. Informe 03/2023. Consejo Económico y Social. 2024. ISBN: 978-84-8188-413-5.

<https://www.ces.es/documents/10180/5232164/Inf0323.pdf>

Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya 2021-2026. Generalitat de Catalunya. Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. 2020.

https://agricultura.gencat.cat/web/content/04-alimentacio/consell-catala-alimentacio/enllacos-documents/fitxers-binaris/pla-estrategic-alimentacio-Catalunya-2021-2026_doc-final.pdf

Plan Estratégico Gastronomía de España – Horizonte 2025 –. EY-Parthenon. 2020.

Plan Estratégico Nacional para la Reducción de la Obesidad Infantil (2022-2030). Alto Comisionado para la Lucha contra la Pobreza Infantil. 2022. NIPO: 089-22-050-5.

https://www.comisionadopobrezainfantil.gob.es/sites/default/files/2023-01/Plan_obesidad_Completo_DIGITAL_paginas_1_0.pdf

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. Gobierno de España. 2021.

https://www.lamoncloa.gob.es/temas/fondos-recuperacion/Documents/160621-Plan_Recuperacion_Transformacion_Resiliencia.pdf

Programa de divulgación y formación en Buenas Prácticas Agrarias (BPA). MAPA-CSIC. 2022.

https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/temas/gestion-sostenible-regadios/directriz5_programadedyf_web_tcm30-622983.pdf

Resilient EU2030: A future-oriented approach to reinforce the EU's Open Strategic Autonomy and Global Leadership. Oficina Nacional de Prospectiva y Estrategia. 2023. NIPO: 089-23-024-6.

<https://futuros.gob.es/sites/default/files/2023-09/RESILIENTEU2030.pdf>

Resumen Ejecutivo Subgrupo de Trabajo del Objetivo Específico 8 de la PAC. “Promover el empleo, el crecimiento, igualdad de género, la inclusión social y el desarrollo local en las zonas rurales, incluyendo la bioeconomía y la silvicultura sostenible”. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/200630_oe84resumenejecutivo_r_tcm30-540716.pdf

Resumen Ejecutivo Subgrupo de Trabajo del Objetivo Específico 9 de la PAC. “Mejorar la respuesta de la agricultura de la UE a las exigencias sociales en materia de alimentación y salud, en particular, la preocupación por unos alimentos seguros, nutritivos y sostenibles y la reducción de los residuos alimentarios, así como por el bienestar de los animales”. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

https://www.mapa.gob.es/es/pac/pac-2023-2027/20200622_oe94resumenejecutivo_tcm30-540127.pdf

Reunión de los directores generales de Pesca de la Unión Europea, enmarcada en la Presidencia Española del Consejo de la UE. Nota de prensa. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2023.

https://www.mapa.gob.es/es/prensa/230929reuniondgpescamalagafinal_tcm30-660872.pdf

Study on funding for EU rural areas: final report. Münch, A., Gorny, H., Badouix, M., Gaugitsch, R. et al. 2024. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

<https://data.europa.eu/doi/10.2762/901111>

Transition pathway for the agri-food industrial ecosystem. Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. 2024.

<https://doi.org/10.2873/562299>

Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (artículo 39).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A12016ME%2FTXT>

Turismo y Gastronomía (II). Centro de Investigaciones Sociológicas. 2024.

<https://www.cis.es/documents/d/cis/es3471mar-pdf>

The World of Organic Agriculture, Statistics and Emerging Trends 2024. Willer, H., Trávníček y Schlatter, B. (Eds.). Research Institute of Organic Agriculture FiBL and IFOAM – Organics International. 2024.

https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1747-organic-world-2024_light.pdf

8.4

Listado de Acrónimos

| | | | |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ACA | Asistencia y Cooperación Administrativa | DAFO | Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades |
| ACN | <i>Advanced Control Network</i> (Red de Alertas y Cooperación) | DANA | Depresión Aislada en Niveles Altos |
| AESAN | Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición | DIRCE | Directorio Central de Empresas |
| AGE | Administración General del Estado | DOP | Denominación de Origen Protegida |
| AICA | Agencia de Información y Control Alimentarios | DOUE | Diario Oficial de la Unión Europea |
| AKIS | <i>Agricultural Knowledge and Innovation Systems</i> (Sistema de Conocimiento e Innovación en Agricultura, SCIA) | EAP | Entidad Asociativa Prioritaria |
| AOP | Asociaciones de Organizaciones de Productores | ECOGAN | Registro General de las Mejores Técnicas Disponibles en Explotaciones |
| AOV | Aceite de Oliva Virgen | ECV | Enfermedades cardiovasculares |
| AOVE | Aceite de Oliva Virgen Extra | EFSA | <i>European Food Safety Authority</i> (Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria) |
| BPA | Buenas Prácticas Agrarias | ENA | Estrategia Nacional de Alimentación |
| CC.AA. | Comunidades Autónomas | EPA | Encuesta de Población Activa |
| CDTI | Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación | ETG | Especialidad Tradicional Garantizada |
| CEC | Cooperativas de Explotación Comunitaria | EUIPO | <i>European Union Intellectual Property Office</i> (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea) |
| CEIGRAM | Centro de Estudios e Investigación para la Gestión de Riesgos Agrarios y Medioambientales | FAO | <i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i> (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) |
| CEN | Comité Europeo de Normalización | FEADER | Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural |
| COVID | <i>Coronavirus Disease</i> (Enfermedad por Coronavirus) | FEAGA | Fondo Europeo Agrícola de Garantía |
| CSIC | Consejo Superior de Investigaciones Científicas | FEDER | Fondo Europeo de Desarrollo Regional |
| | | FEMPA | Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura |
| | | FEP | Fondo Europeo Pesquero |
| | | FFN | <i>Food Fraud Network</i> (Red de Fraude Alimentario) |
| | | FiBL | <i>Forschungsinstitut für Biologischen Landbau</i> (Instituto de Investigación de Agricultura Ecológica) |

FIDA Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola

FSE Fondo Social Europeo

GEI Gases de Efecto Invernadero

GREX Grupo de Expertos

HORECA Hoteles, Restaurantes y Caterings

IA Inteligencia Artificial

ICEX Instituto Español de Comercio Exterior

IFOAM International Federation of Organic Agriculture Movements (Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica)

IGP Indicación Geográfica Protegida

IMIBIC Instituto Maimónides de Investigación Biomédica de Córdoba

INE Instituto Nacional de Estadística

JRC *Joint Research Center* (Centro Común de Investigación)

MAPA Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

MOAH *Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons* (Hidrocarburos Aromáticos de Aceites Minerales)

MOH *Mineral Oil Hydrocarbons* (Hidrocarburos de Aceites Minerales)

NAOS Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad

NIPO Número de Identificación de las Publicaciones Oficiales

NTGs Nuevas Técnicas Genómicas

OA Organizaciones Agroalimentarias

OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

OCM Organización Común de Mercados

OCMA Organización Común de Mercados Agrícolas

OFIS *Organic Farming Information System* (Sistema de Información sobre Producción Ecológica)

OGM Organismo Genéticamente Modificado

OMS Organización Mundial de la Salud

ONU Organización de las Naciones Unidas

OP Organización de Productores

OPAs Organizaciones Profesionales Agrarias

OPFH Organización de Productores de Frutas y Hortalizas

OSCAE Observatorio Socioeconómico del Cooperativismo Agroalimentario Español

OTE Orientación Técnico-Económica

PAC Política Agraria Común

PEPAC Plan Estratégico de la PAC de España

PERTE Proyectos Estratégicos para la Recuperación y Transformación Económica

PES Plan Estratégico Sectorial

PIB Producto Interior Bruto

PMA Programa Mundial de Alimentos

PNCOCA Plan Nacional de Control Oficial de la Cadena Alimentaria

PNDR Programa Nacional de Desarrollo Rural

PPC Política Pesquera Común

PRTR Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

QR Quick Response (Respuesta Rápida)

RASFF *Rapid Alert System for Food and Feed* (Sistema de Alerta Rápida para Alimentos y Piensos)

- SAU** Superficie Agraria Útil
- SEEDO** Sociedad Española para el Estudio de la Obesidad
- SIEGA** Sistema de Información de Existencias para la Garantía Alimentaria
- SIMO** Sistema de Información de los Mercados Oleícolas
- SOIVRE** Servicio Oficial de Inspección, Vigilancia y Regulación Aduanera
- UCO** Universidad de Córdoba
- UE** Unión Europea
- UNESCO** *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura)
- UNICEF** *United Nations Children's Fund* (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia)
- UPM** Universidad Politécnica de Madrid
- UTA** Unidad de Trabajo-Año
- UTP** *Unfair Trading Practices* (Prácticas Comerciales Desleales)
- VAB** Valor Añadido Bruto

8.5

Glosario de términos

Abastecimiento estratégico: Abastecimiento de alimentos seguros, accesibles y de calidad.

Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: Aprobada por resolución de la Asamblea General de la ONU el 25 de septiembre de 2015, es un plan de acción en favor de las personas, el planeta y la prosperidad. También tiene por objeto fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia. Se reconoce que la erradicación de la pobreza en todas sus formas y dimensiones es el mayor desafío a que se enfrenta el mundo y constituye un requisito indispensable para el desarrollo sostenible.

Agrovoltalismo: Uso combinado de una misma superficie de terreno para la producción agrícola y la generación de energía.

Alimentos adaptógenos: Sustancias naturales de origen vegetal que tienen la capacidad de regular las funciones corporales del organismo y de fortalecer los sistemas orgánicos comprometidos por el estrés. Se suelen definir e incluir como adaptógenos aquellas plantas que incrementan la resistencia “no específica” del organismo frente a situaciones adversas, tales como estrés físico y mental.

Alimentos funcionales: Alimentos, que se consumen como parte de una dieta normal y contienen componentes biológicamente activos, que ofrecen beneficios para la salud y reducen el riesgo de sufrir enfermedades.

Bioeconomía: Conjunto de las actividades económicas que obtienen productos y servicios, generando valor económico, utilizando, como elementos fundamentales los recursos de origen biológico, de manera eficiente y sostenible. Su objetivo es la producción y comercialización de alimentos, así como productos forestales, bioproductos y bioenergía, obtenidos mediante transformaciones físicas,

químicas, bioquímicas o biológicas de la materia orgánica no destinada al consumo humano o animal y que impliquen procesos respetuosos con el medio, así como el desarrollo de los entornos rurales.

Blockchain: Técnica de almacenamiento distribuido de información, en la que no existe una gestión centralizada de la misma. Dicha técnica hace uso de políticas de consenso para validar la información incluida y de políticas de detección de integridad de los datos originalmente registrados.

Cadena alimentaria: Según la Ley 12/2013, conjunto de actividades que llevan a cabo los distintos operadores que intervienen en la producción, transformación y distribución de productos agrícolas y alimentarios, excluyendo las actividades de transporte, y las empresas de hostelería y restauración con un volumen de facturación inferior a diez millones de euros, excluyéndose también las empresas en las actividades de servicios de alojamiento con un volumen de facturación inferior a 50 millones de euros.

Canal Retail: Negocios físicos u online que realizan ventas de productos por unidades a grandes cantidades de clientes. Por lo general, estos clientes son los consumidores finales.

Dieta Atlántica: Patrón alimentario tradicional de las regiones costeras del Atlántico europeo, especialmente en Galicia y el norte de Portugal. Se caracteriza por un elevado consumo de alimentos frescos, de temporada y de origen local, como hortalizas, frutas, legumbres, patatas, cereales integrales (especialmente en forma de pan), frutos secos (notablemente castañas), pescados y mariscos, y productos lácteos.

Dieta Española: Patrón alimentario tradicional que combina la riqueza culinaria de las distintas regiones de España con los principios fundamentales de la Dieta Mediterránea. Se caracteriza por el consumo predominante de alimentos frescos, locales y de temporada, incluyendo frutas, hortalizas, legumbres, cereales, pescados, carnes,

frutos secos, aceite de oliva y productos lácteos. Además, incorpora hábitos gastronómicos que promueven la salud, la sostenibilidad y la preservación del patrimonio cultural. La Dieta Española se distingue por su diversidad, equilibrio y por fomentar el consumo en torno a la mesa, favoreciendo tanto el bienestar físico como emocional.

Dieta Mediterránea: Régimen alimenticio de los países de la cuenca del mar Mediterráneo basado preferentemente en cereales, legumbres, hortalizas y aceite de oliva, entre otros. Inscrita en 2013 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO.

Dieta saludable: Aquella que contiene suficientes alimentos de calidad para lograr el crecimiento y desarrollo óptimos de las personas y respaldar el funcionamiento y el bienestar físico, mental y social en todas las etapas de la vida y cubriendo todas las necesidades fisiológicas.

Greenwashing: Según el Parlamento Europeo, dar una falsa impresión de las repercusiones o beneficios medioambientales de un producto, lo que puede inducir a error a los consumidores. Incluye las declaraciones medioambientales genéricas sobre productos sin pruebas, las afirmaciones de que un producto tiene un impacto neutro, reducido o positivo en el medio ambiente porque el productor compensa las emisiones, o las etiquetas de sostenibilidad que no se basen en sistemas de certificación aprobados o establecidos por autoridades públicas.

Hubs de innovación: Un centro de innovación es un espacio físico o virtual que sirve como plataforma colaborativa para que individuos, organizaciones y comunidades se reúnan para idear, innovar y crear soluciones para los desafíos más urgentes del mundo.

Huella de carbono: Medida de la cantidad de gases de efecto invernadero producidos por las diversas actividades realizadas por un individuo, una comunidad o una organización.

Huella hídrica: Indicador ambiental que mide el volumen total de agua dulce que se utiliza para producir bienes y servicios.

Industria 4.0: Según el Ministerio de Industria y Turismo organización de los procesos de producción basada en la tecnología y en dispositivos que se comunican entre ellos de forma autónoma a lo largo de la cadena de valor. Este fenómeno representa un cambio tan grande que también se denomina como la cuarta revolución industrial.

Industria alimentaria: Parte de la industria que se encarga de todos los procesos relacionados con la cadena alimentaria. Se incluyen dentro del concepto las fases de transporte, recepción, almacenamiento, procesamiento, conservación, y envasado de alimentos de consumo humano y animal.

Macrotendencias de consumo: Representan cambios profundos y duraderos en la cultura, el estilo de vida, la tecnología y las preocupaciones ambientales que impactan de manera significativa en la forma en que nos alimentamos y en los productos que elegimos consumir. Estas tendencias se caracterizan por ser transformaciones a gran escala que moldean el panorama global del consumo de alimentos y bebidas, y que marcarán la dirección de la industria a largo plazo.

Microtendencias de consumo: Son manifestaciones más específicas y con un alcance temporal más corto que las macrotendencias. Suelen surgir como respuestas a necesidades particulares de nichos, experimentos gastronómicos o cambios en el estilo de vida de grupos concretos de consumidores. Aunque su impacto puede ser más localizado y de menor duración, las microtendencias pueden anticipar cambios más amplios en el mercado o incluso convertirse en macrotendencias con el tiempo.

Objetivos de Desarrollo Sostenible: Objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, que establecen que la erradicación de la pobreza debe ir de la mano de estrategias que fomenten el crecimiento económico y aborden una serie de necesidades sociales como la educación, la sanidad, la protección social y las perspectivas de empleo, al tiempo que se combate el cambio climático y se protege el medio ambiente.

Observatorio de la Cadena Alimentaria: Órgano colegiado adscrito al MAPA, regulado en la Ley 12/2013. Sus funciones son el seguimiento, asesoramiento, consulta, información y estudio del funcionamiento de la cadena alimentaria y de los precios de los alimentos. Asimismo, debe informar de la propuesta de Código de Buenas Prácticas Mercantiles en la Contratación Alimentaria, facilitar su conocimiento entre los operadores de la cadena y promover su adhesión y proponer las medidas de mejora o actualización que sean necesarias. Finalmente, también podrá dar traslado a la autoridad competente de aquellos incumplimientos de la ley que haya detectado en el ejercicio de sus funciones.

Pacto Verde Europeo: Para el Consejo Europeo es la estrategia de crecimiento de la UE. Establecido en 2019, consiste en un paquete de iniciativas políticas que sitúan a la UE en el camino hacia una transición ecológica, con el objetivo último de alcanzar la neutralidad climática para 2050.

Parque agrifood: Recinto físico, con suelo apto para su ocupación y con edificios que lo dotan de servicios comunes, en el que están instaladas empresas tecnológicamente innovadoras, junto con otras infraestructuras de apoyo a la innovación, tales como centros tecnológicos o de investigación, universidades y unidades de incubación de empresas relacionadas con el sector agroalimentario.

Probióticos: Según la FAO/OMS (2001), microorganismos vivos que confieren efecto beneficioso para la salud del hospedador, cuando se administran en cantidad adecuada.

Producción ecológica: Según el Reglamento (UE) 2018/848, sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las mejores prácticas en materia de medio ambiente y clima, un elevado nivel de biodiversidad, la conservación de los recursos naturales y la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y sobre producción que responden a la demanda, expresada por un creciente número de consumidores, de productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales. Desempeña un papel social doble aprovisionando, por un lado, un mercado específico que responde a una demanda de productos ecológicos por parte de los consumidores y, por otro, proporcionando al público bienes que contribuyen a la protección del medio ambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural.

Sector alimentario: Según la Ley 12/2013, el conjunto de los sectores productivos agrícola, ganadero, forestal y pesquero, así como los de transformación y distribución de sus productos.

Sistema alimentario sostenible: aquel que garantiza la seguridad alimentaria y la nutrición de todas las personas sin poner en riesgo las bases económicas, sociales y ambientales para las futuras generaciones.

Trazabilidad: Según el Reglamento (CE) N° 178/2002, por el que se establecen los principios y los requisitos generales de la legislación alimentaria, se crea la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria y se fijan procedimientos relativos a la seguridad alimentaria, se define como la posibilidad de encontrar y seguir el rastro, a través de todas las etapas de producción, transformación y distribución, de un alimento, un pienso, un animal destinado a la producción de alimentos o una sustancia destinada a ser incorporada en un alimento o un pienso o con probabilidad de serlo.





ESTRATEGIA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN



ESTRATEGIA NACIONAL ALIMENTACIÓN

