

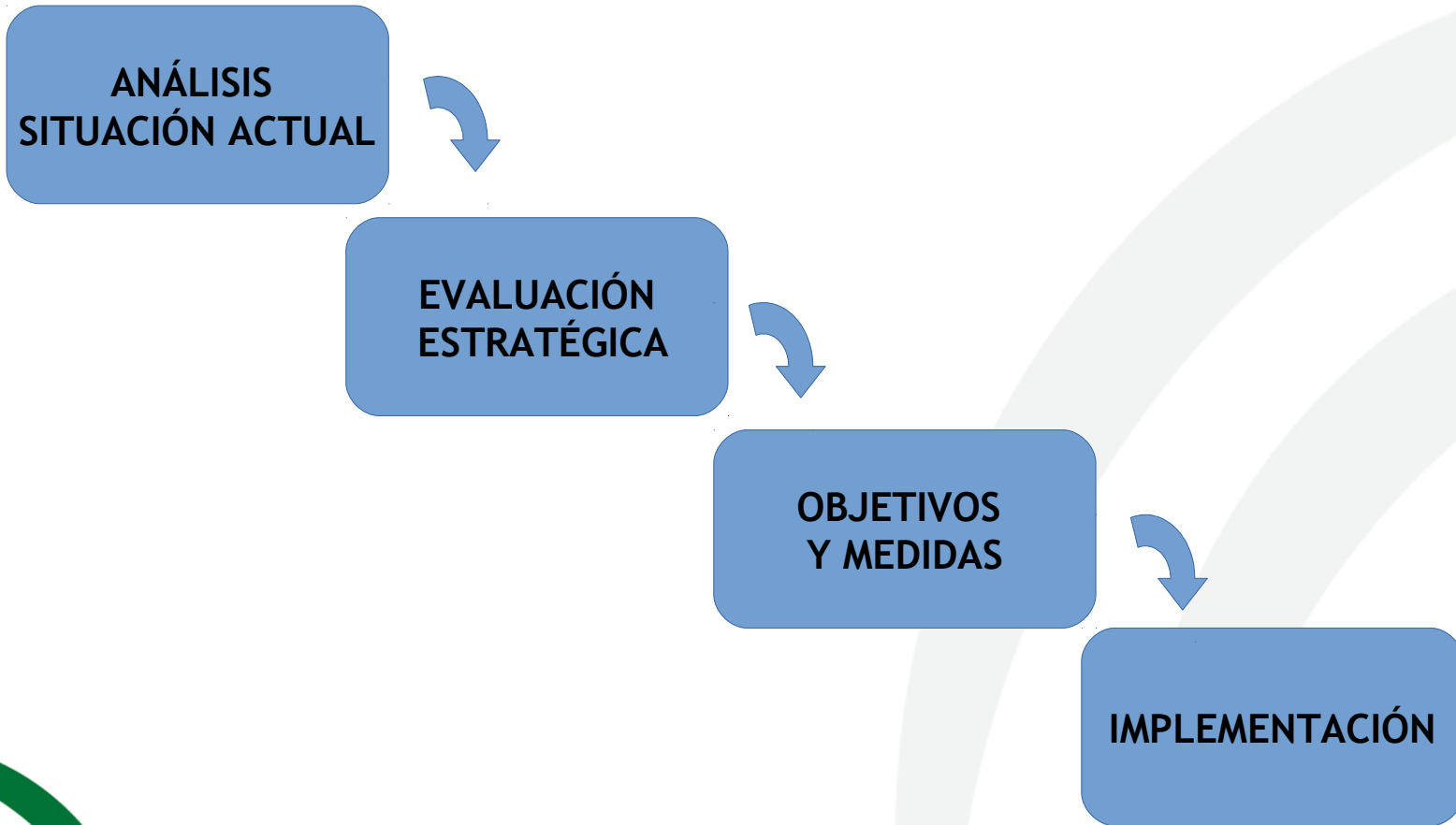


PLAN ESTRATÉGICO DEL ALCORNOCAL Y EL CORCHO





ESTRUCTURA DEL PLAN





**ANÁLISIS
SITUACIÓN ACTUAL**

EL ALCORNOCAL

EL CORCHO

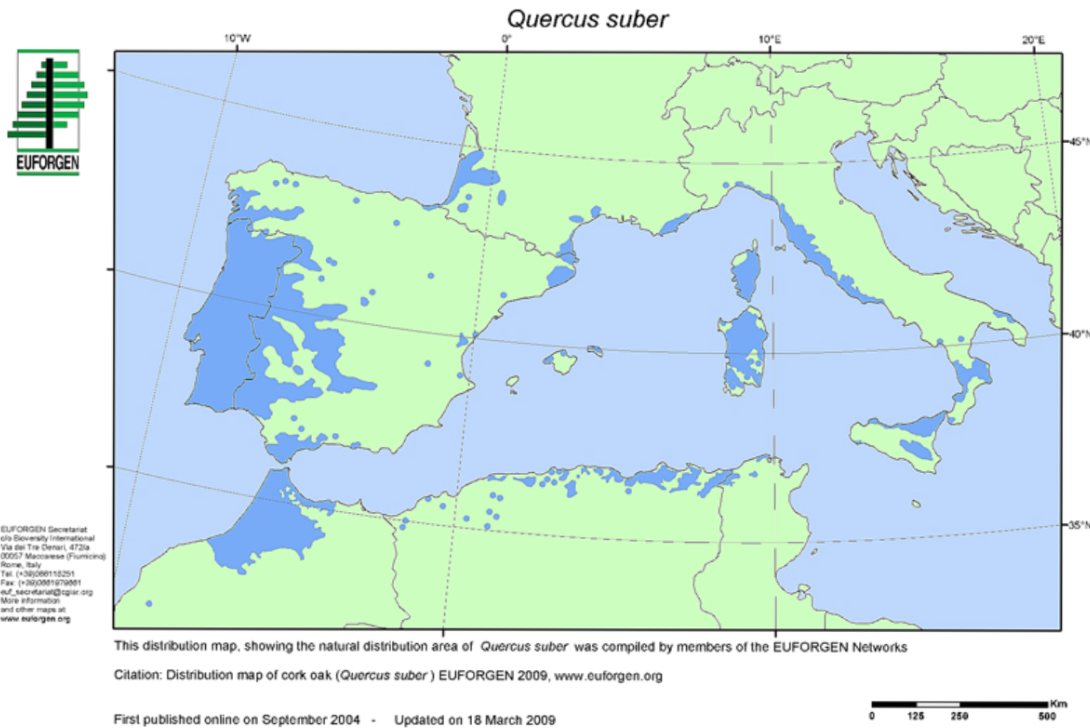
LA INDUSTRIA





EL ALCORNOCAL





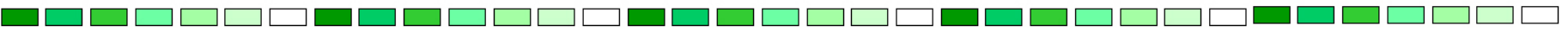
Andalucía representa en torno al 55% del alcornocal español y el 15% mundial



SITUACIÓN GENERAL DEL ALCORNOCAL ANDALUZ: ESTRUCTURA DE LA MASA Y REGENERACIÓN

Con el fin de cuantificar el estado de la regeneración en los alcornocales andaluces vamos a analizar distintos parámetros que indican la situación del mismo, a partir de datos del Servicio del Alconocal y el corcho y de datos del Tercer Inventario Forestal Nacional (IFN3):

- Porcentaje de corcho bornizo con respecto a la producción total de corcho
- Distribución de pies mayores y pies menores
- Distribución de la regeneración



Porcentaje de corcho bornizo con respecto a la producción total de corcho

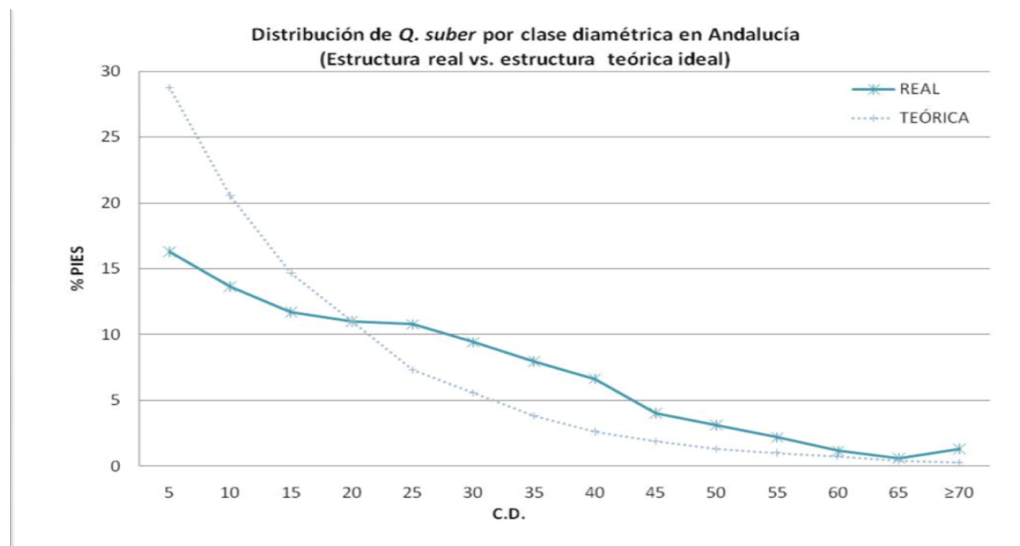
En términos de producción de corcho, la evolución de las producciones de corcho bornizo puede considerarse un buen indicador del envejecimiento de las masas. En este sentido, las producciones de bornizo para el periodo 2006-2014 en Andalucía presentan los siguientes porcentajes con respecto a la producción total de corcho:

Provincia ⁵	% Bornizo
Cádiz	1,45%
Córdoba	3,83%
Huelva	1,73%
Sevilla	2,20%

El análisis de estos datos refleja que la producción de bornizo en los alcornocales andaluces es bastante baja, ya que se estima que, como mínimo, la producción de bornizo debe encontrarse en torno al 5%.

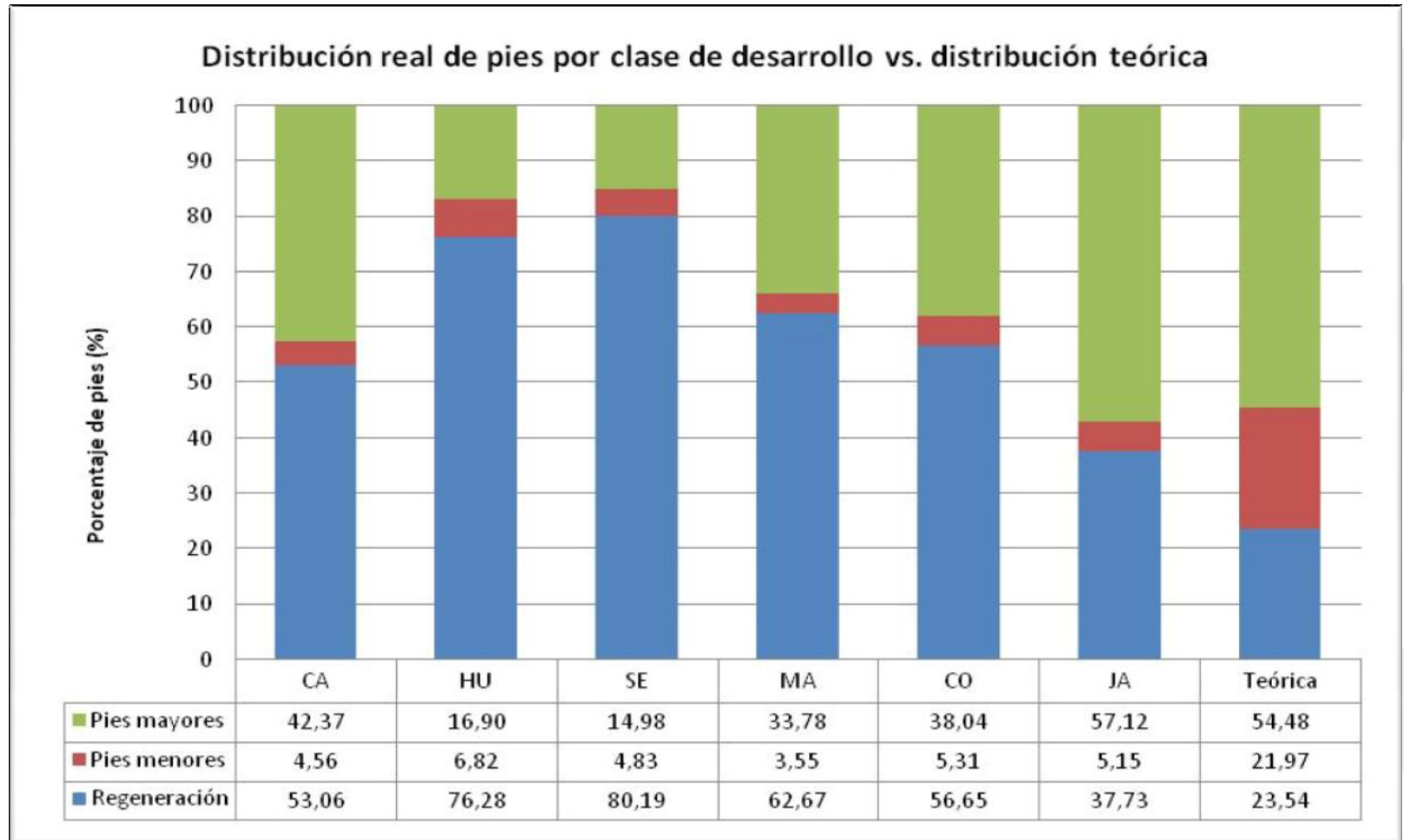
Distribución de pies mayores y pies menores

El análisis de la distribución del número de pies por clase diámetrica y su comparación con modelos teóricos aporta una idea sobre la situación de las masas. Para ello se han empleado los datos del IFN3



Si se analizan los datos del IFN3 relativos al total de alcornoques de Andalucía, se puede observar un déficit de las clases diámetricas inferiores a 20 cm y, por el contrario, un superávit de pies en las clases superiores a 20 cm, especialmente entre los 25 y 40 cm.

Distribución de la regeneración

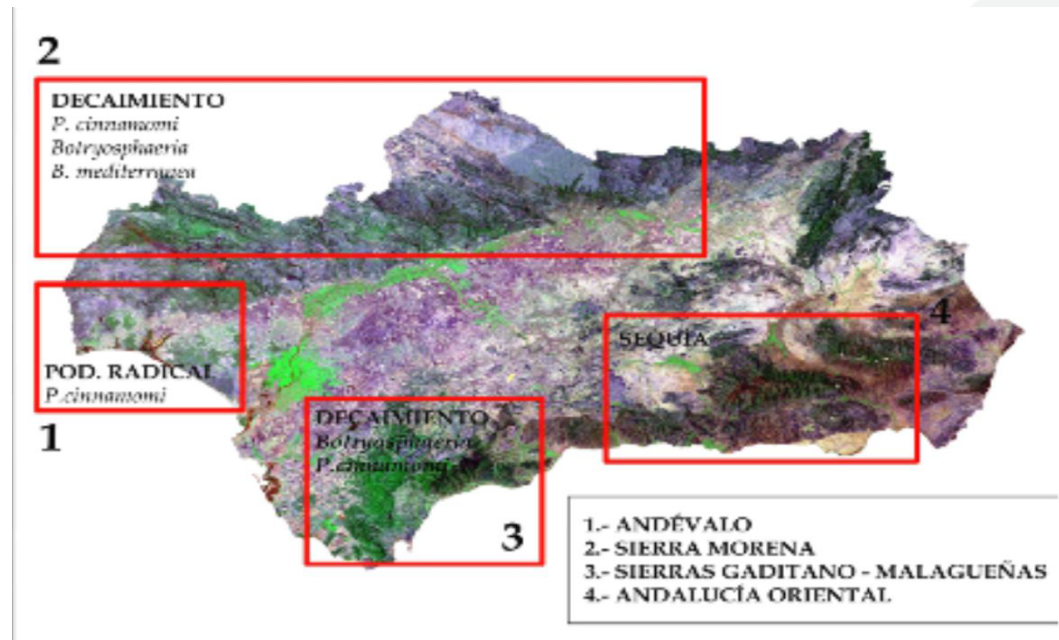


SITUACIÓN GENERAL DEL ALCORNOCAL ANDALUZ: ESTADO FITOSANITARIO



De forma genérica, se puede afirmar que, al estar inmersos en un proceso de cambio global con variaciones en los patrones de precipitación y temperatura, la calidad de la estación en la que se encuentran no siempre cubren los requisitos mínimos para que vegeten adecuadamente. A esto hay que sumar el envejecimiento generalizado de las masas de alcornoque andaluz. Se puede deducir, por tanto, que la práctica totalidad de estas masas se encuentran afectadas por procesos de decaimiento, aunque con diferentes grados de intensidad.

El seguimiento realizado por el equipo de Equilibrios Biológicos de la CMAOT sobre los alcornocales andaluces permite establecer una zonificación en función del estado fitosanitario en el que se encuentran y de los agentes nocivos que sobre ellos actúan.



EL CORCHO

Producción de corcho por Países		
País	Producción anual (tn)	Porcentaje
Portugal	100.000	49,60
España	61.504	30,50
Marrueco	11.686	5,80
Argelia	9.915	4,90
Túnez	6.962	3,50
Italia	6.161	3,10
Francia	5.200	2,60
Total	201.428	100,00

CCAA	Producción (t)	Producción (%)
Andalucía	37.882	62,4%
Castilla La Mancha	1.539	2,5%
Castilla y León	293	0,5%
Cataluña	1.919	3,2%
Extremadura	19.032	31,3%
Comunidad Valenciana	70	0,1%
Total	60.735	100,0%

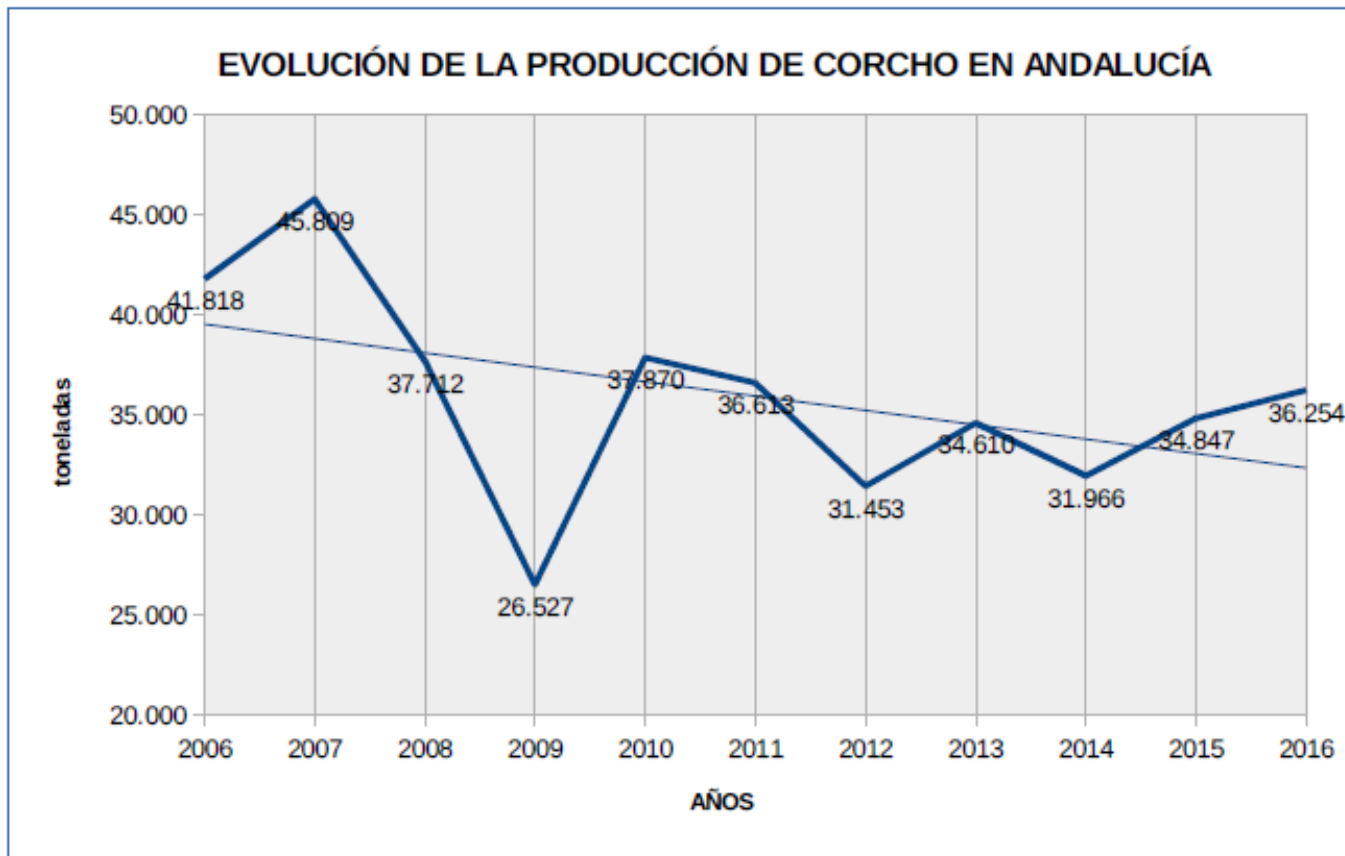
De las 201.428 t anuales de corcho producidas en todo el mundo (APCOR 2013), 61.504 t proceden de España y de ellas 36.074, 6620 t en Andalucía, es decir el 58,6 % del corcho nacional y el 17,9% de la producción mundial de corcho.

Producción corcho re producción (t)

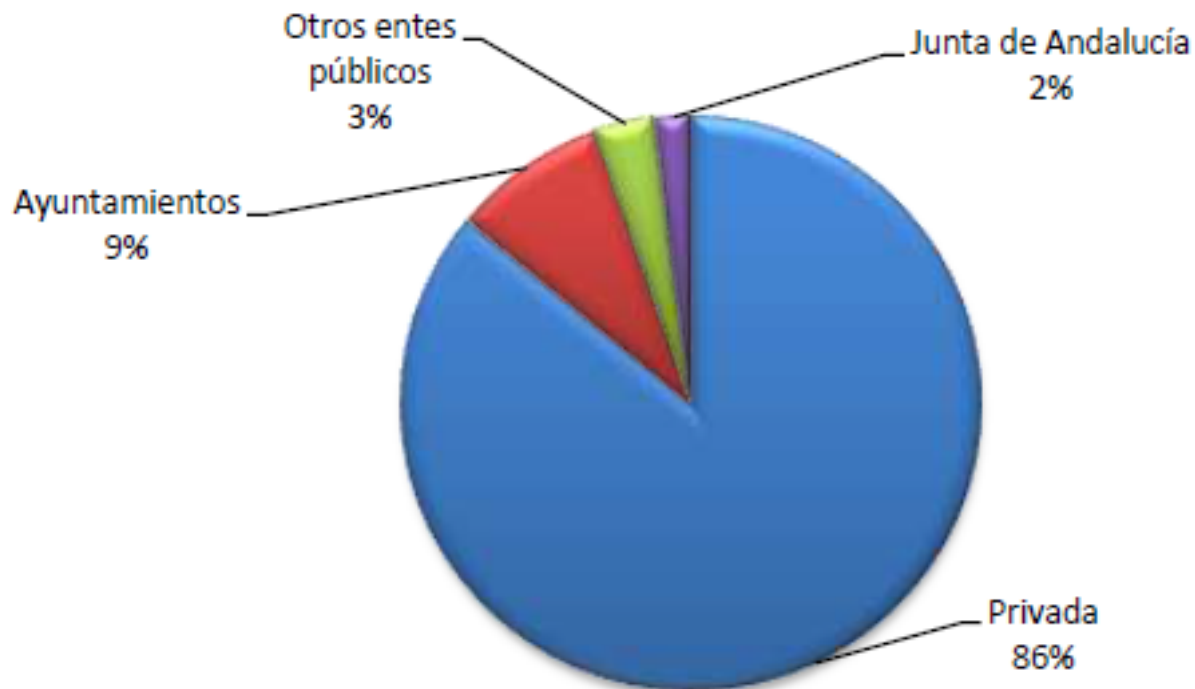
Provincia	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Media
CÁDIZ	12.612	20.986	15.168	6.575	16.137	15.310	9.368	14.405	12.047	11.152	14.961	13.520
CÓRDOBA	2.215	1.156	2.871	4.862	3.438	3.163	2.336	1.614	1.931	3.165	1.022	2.525
GRANADA	0	0	75	0	0	0	13	0	0	0	0	8
HUELVA	9.857	10.520	7.426	6.457	7.679	6.808	9.629	8.287	7.995	7.473	8.922	8.278
JAÉN	1.378	585	486	149	231	368	334	726	509	172	677	510
MÁLAGA	7.659	5.215	3.438	1.596	3.081	2.712	2.761	2.421	2.621	2.314	2.517	3.303
SEVILLA	7.303	6.533	7.622	6.502	6.831	7.499	6.593	6.153	6.095	9.939	7.288	7.124
ANDALUCÍA	41.024	44.996	37.085	26.141	37.398	35.860	31.035	33.607	31.197	34.215	35.386	35.268

Producción corcho bomizo (t)

Provincia	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Media
CÁDIZ	170	351	189	90	150	282	49	303	271	117	247	202
CÓRDOBA	105	70	68	74	65	122	126	88	93	114	108	94
GRANADA	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	0	0	0
HUELVA	127	137	165	100	131	121	139	215	163	129	199	148
JAÉN	145	102	45	18	40	34	4	56	113	33	138	66
MÁLAGA	97	15	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	sin datos	36	sin datos	sin datos	21	42
SEVILLA	151	138	159	104	87	194	99	306	129	239	156	160
ANDALUCÍA	794	814	626	386	472	753	418	1.003	769	633	868	712



Distribución de la producción por tipo de propiedad



Calidad del corcho

La calidad de la producción de corcho andaluz, está directamente relacionada con el número de tapones naturales de buena calidad que pueden obtenerse de una plancha. El valor económico de la producción de corcho obtenida en un determinado monte depende muy directamente de la mayor o menor proporción de panas que se obtenga de cada uno de los tipos de calidad.

Mediante el Programa del Plan de Calas, cuyo objetivo principal es la estimación de la calidad de corcho en campo, tanto a propietarios públicos como privados, se han generado 1.297 informes de calidad durante el periodo 1995-2014, distribuidos por toda la geografía andaluza con presencia de alcornoque, favoreciendo con ello la transparencia del mercado del corcho.





LA INDUSTRIA

Situación de la industria del corcho en Andalucía

Según datos de ISOCOR, en el año 2000 existían 56 empresas activas que generaban 744 empleos directos. En 1976, según ponencia de D. Primitivo Sánchez Palomares para el Congreso Mundial del Corcho, Andalucía contaba con 44 industrias corcheras que daban empleo a 1.925 personas. Este mayor número de empleos se explica principalmente por la existencia hasta fechas relativamente recientes de 8 industrias de mediano tamaño con entre 25 y 100 empleados, principalmente empresas de capital extranjero.

Tipo de empresa	Numero en activo				
	Cádiz	Córdoba	Huelva	Sevilla	Andalucía
Corcho en plancha	5	1	6	1	12
Molino de corcho	1				1
Fabricación tapón aglomerado, arandela, tapón natural				2	2
Terminación tapón corcho	5		1	1	8
Artesanía en corcho	1			1	2
Corcho proyectado				1	1
Total	12	1	7	6	26

A día de hoy el volumen de negocio total aproximado del sector corchero en la fase industrial se ha estimado en base a las entrevistas con los industriales entre 30 y 45 millones de €. Esta actividad genera aproximadamente 180 empleos directos. En general son todas empresas de tamaño medio, no existiendo ninguna de más de 25-30 empleados.

Como se puede apreciar a partir de la relación de operadores la mayor parte de la actividad se concentra en la primera transformación del corcho (cocido, calibrado, escogido y enfardado), que sigue suponiendo la mayor parte del volumen de negocio, y en la terminación del tapón.



Las industrias en esta fase han sufrido un cambio de modelo en el sector a nivel global. Las tendencias en las grandes empresas a nivel mundial que controlan el sector del corcho van encaminadas a aumentar la compra directa en campo y realización del servicio de primera transformación en la red de industrias auxiliares que tienen en sus proximidades. Según datos de ISOCOR, en el año 2000 el 78,25% de la producción de corcho andaluz se transformaba en industrias de Andalucía. Según datos de las visitas realizadas a las empresas andaluzas en 2015, el porcentaje actual de corcho andaluz transformado en Andalucía, se ha reducido a un 18%,

La fabricación en Andalucía de tapón a partir de planchas de corcho es especialmente deficitaria. En la actualidad solamente hay una empresa dedicada a la trituración de corcho, otra a la fabricación de tapón aglomerado y otra a la fabricación de arandelas.

Existe en Andalucía una importante actividad en cuanto a la terminación final del tapón, tanto terminación de tapón natural y aglomerado, como el encapsulado de tapón de corcho en todas sus variantes. La materia prima, el tapon “bruto”, ya sea de corcho natural, o de granulado, proviene en su mayoría de Portugal y Extremadura,



El equipamiento material de la industria corchera, en muchos casos se ha quedado obsoleto, bien por no poder ofrecer los estándares de calidad que hoy en día exige el mercado o bien por no ser competitiva respecto a las nuevas tecnologías implantadas por las grandes empresas corcheras extranjeras. Por lo general se detecta una necesidad de modernizar y mejorar las instalaciones

Respecto al abastecimiento de materia prima, prácticamente con total unanimidad se pone de manifiesto que ha habido prácticas monopolistas, que en muchos casos ha sido el motivo de cierre de las empresas corcheras andaluzas debido al efecto negativo de los alzamientos de precios artificiales que han distorsionado el funcionamiento del mercado.

Igualmente se detecta una importante necesidad en I+D, desarrollo de nuevas aplicaciones, de campañas de promoción y de comercialización del corcho, contacto con el consumidor final, iniciativas que requieren de la unión dentro del sector para poder afrontarse en conjunto.



EVALUACIÓN ESTRATÉGICA

DEBILIDADES

- Disminución de la producción y calidad del corcho.
- Falta de especialización en la mano de obra.
- Estacionalidad de la campaña de extracción del corcho.
- Débil imagen del corcho como producto de calidad del patrimonio andaluz.
- Falta de puesta en valor del corcho como producto ecológico y sostenible.
- Empresas pequeñas, con escasa vocación transformadora y ausencia de cooperación empresarial para el desarrollo de nuevos productos, comercialización o apertura de nuevos mercados.
- Escasa capacidad de vertebración del sector.
- Deslocalización de las fábricas transformadoras de corcho de las zonas productoras.
- Excesiva dependencia de un sólo producto y un solo mercado.
- Falta de transparencia del sector.
- Escasa inversión en investigación.
- Carencia de una estrategia andaluza propiamente dicha.
- Carencias en la gestión de los montes con potencial corchero.
- Debilidad del asociacionismo.
- Exportación de materia prima con poco valor añadido
- Dificultad en la introducción del corcho como material para otros sectores.
- Falta de rejuvenecimiento del arbolado.
- Dificultad para compatibilizar la regeneración de la masa con otros usos del monte como la caza y la ganadería.
- Rentabilidad económica a largo plazo de las inversiones realizadas para las mejoras del alcornoque.
- Pérdida de confianza del sector en las iniciativas promovidas por la administración.
- Falta de representación pública y privada andaluza en los diversos foros de decisión.
- Falta de conocimiento y apreciación del sector corchero a nivel de instituciones europeas.
- Ausencia de uso ejemplar por parte de la Administración del corcho como material para diferentes usos.

Estado de decaimiento del alcornoque y consecuente disminución cantidad y calidad corcho

Rentabilidad a largo plazo de las inversiones en regeneración de alcornoque

Estacionalidad de la campaña de descorte y dificultada mano de obra especializada

Pequeño tamaño de las empresas transformadoras y falta de vertebración

Falta de una Estrategia con continuidad por la Administración

Falta de presencia del sector en los foros de decisión

Excesiva dependencia de un solo producto: el tapón

Mercado poco transparente. Existencia de monopolios



AMENAZAS
-Competencia de otros productos como tapón de plástico y tapón de rosca.
-Estado de decaimiento de la masa alcornocal.
- Crisis económico-financiera general.
- Drástica disminución del número de industrias activas en la comunidad.
-Reducción de la capacidad transformadora en la comunidad.
-Posición muy dominante de un grupo industrial.
- Efectos del cambio climático sobre la distribución de la masa de alcornocal.



FORTALEZAS

- Andalucía es la primera productora de corcho.
- Gran interés ecológico del alcornocal y la dehesa.
- Aprovechamiento sostenible y renovable.
- Situarse en espacios naturales de gran interés (Reserva de la Biosfera, Parques Naturales, etc).
- Fuente de empleo en zonas desfavorecidas.
- Apoyo al sector corchero por parte de organismos no gubernamentales (WWW/ADENA, etc.).
- Capacidad de la Junta de Andalucía como propietario y gestor de un importante porcentaje de la superficie de alcornocal.
- Producto natural.
- Variedad de aplicaciones por características técnicas.
- Existencia de una vasta cultura y tradición corchera y primera transformación ligada a las poblaciones locales.
- Existencia de industriales activos y con fábricas instaladas.
- Industriales, administraciones y propietarios interesados en la adopción de una estrategia de comunidad que proporcione una mayor repercusión positiva.
- Diferentes marcos de apoyo a este tipo de producciones.
- Valor del producto. A pesar de las fluctuaciones el corcho sigue valiendo y su producción sigue siendo limitada en el mundo.
- Existencia de sector vitivinícola en Andalucía.

Alineación del sector con administraciones, propietarios, ongs...

Volumen de corcho producido en Andalucía

Producto sostenible y renovable

Excelentes propiedades del corcho. Variedad de aplicaciones

Vasta cultura y tradición corchera

Interés ecológico de los alcornocales

Fuente de empleo en áreas desfavorecidas

Existencia de industrias en activo.

Existencia de importante sector vitivinícola en Andalucía

OPORTUNIDADES

- Necesidad de alternativas económicas sostenibles.
- Aprobación de la Ley de la Dehesa.
- Demanda creciente de recursos medioambientales.
- Existencia de un mercado cada vez más exigente con las Marcas Ecológicas.
- Diversificación de los productos de corcho.
- Fases pendientes de desarrollar en la cadena de valor del producto.
- Ayudas al Desarrollo Rural.
- Aprovechamiento turístico de la cultura y etnografía de aprovechamiento de corcho.
- Exigencias del Código técnico de la edificación en cuanto a aislamiento sonoro y térmico.
- Existencia de iniciativas para mejora técnicas en la extracción
- Auto diagnóstico de cada parte afectada que reconoce las carencias, la necesidad de actuar y las oportunidades.
- Búsqueda de sinergias y oportunidades con empresas andaluzas con alto desarrollo tecnológico.
- Utilización del corcho público como dinamizador del sector y como garante de estabilidad el mercado de la materia prima
- Participación en foros e iniciativas internacionales de valorización del corcho
- Antecedentes de gestión exitosos en productos de naturaleza similar en el ámbito de la agricultura y la ganadería
- Existencia de nuevos mercados importadores con gran potencial

Valoración de los productos sostenibles y marcas ecológicas

Diversificación de los Productos de corcho

Herramientas del nuevo marco 2014-20

Aprovechamiento Turístico en torno al Aprovechamiento del corcho


Gran crecimiento potencial De la industria

Sinergias con sectores industriales importantes en Andalucía

Potencial del corcho público para dinamizar el sector



OBJETIVOS Y MEDIDAS DEL PLAN ESTRATÉGICO



RETO: Aumentar la importancia y repercusión del corcho en Andalucía, apoyando la generación, captación y distribución de valor en la comunidad autónoma, contribuyendo al mismo tiempo a la persistencia de los servicios ecosistémicos y sostenibilidad del monte alcornocal.

OBJETIVO GENERAL 1: MEJORA DEL ESTADO DEL ALCORNOCAL Y POTENCIACIÓN DE SUS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS.

OBJETIVO GENERAL 2: CONTRIBUIR A LA EXISTENCIA DE UN TEJIDO EMPRESARIAL AVANZADO Y COMPROMETIDO EN EL SECTOR DEL CORCHO ANDALUZ

OBJETIVO GENERAL 3: IMPULSO A ACCIONES DE LIDERAZGO, SEGUIMIENTO, COMUNICACIÓN, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN ENTORNO AL SECTOR CORCHERO ANDALUZ

OBJETIVO GENERAL 1: MEJORA DEL ESTADO DEL ALCORNOCAL Y POTENCIACIÓN DE SUS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS.

Línea estratégica 1.1.- Desarrollo y aplicación de criterios, mecanismos e instrumentos de gestión que garanticen la regeneración de las masas de alcornocal	
Código	Acción
1.1.a	Revisión y actualización de la normativa que regula los usos y aprovechamientos de las masas de alcornocal.
1.1.b	Establecer incentivos específicos dirigidos a la regeneración del alcornocal.
1.1.c	Establecer parcelas demostrativas de distintos sistemas de apoyo a la regeneración del alcornocal y establecer actuaciones de formación en base al conocimiento derivado de las mismas.
1.1.d	Fomentar que los instrumentos de gestión de montes con alcornocal contemplen los objetivos establecidos en esta Estrategia y en especial al incremento de la producción de corcho en calidad y cantidad.
1.1.e	Adecuación de las cargas ganaderas y cinegéticas que permitan la regeneración del alcornocal.
1.1.f	Asesoramiento a los propietarios y gestores en el establecimiento de buenas prácticas de gestión del alcornocal a través del Servicio del Alcornocal y el Corcho, Técnicos y Agentes de Medio Ambiente de la Administración y a través del apoyo técnico de las asociaciones de propietarios o cualquier forma o entidad.
1.1.g	Incentivar la gestión de excelencia e integral de los montes (formación, comunicación cercana, aplicación de criterios técnicos, compatibilidad de usos, promoción de experiencias piloto...) ligando las diferentes líneas de incentivos a esta gestión de calidad.
1.1.h	Promover la coordinación e integración interadministrativa en todas las medidas de fomento que afecten a la regeneración o al estado del alcornocal desde los diferentes ámbitos (forestal, agricultura, ganadería, desarrollo rural...)

Línea estratégica 1.2.- Promoción de la calidad y la cantidad a través de la certificación del alcornocal y el corcho.

Código	Acción
1.2.a	Adaptar los indicadores utilizados en los sistemas de certificación de gestión forestal al fomento de la mejora de la calidad y la cantidad del alcornocal y el corcho.
1.2.b	Promover la certificación del alcornocal y el corcho mediante sistema de gestión forestal sostenible reconocidos a nivel internacional.
1.2.c	Difusión de los valores de los productos certificados entre los clientes y consumidores de productos de corcho.

Línea estratégica 1.3.- Promoción de todo tipo de asociacionismo, colaboración o cooperativización de los productores.

Código	Acción
1.3.a	Fomentar el asociacionismo de los productores corcheros de Andalucía, bien mediante la creación de nuevas asociaciones o bien mediante la adaptación de agrupaciones existentes.
1.3.b	Colaborar en la dotación a estas asociaciones o agrupaciones de herramientas para lograr los objetivos establecidos en este Plan Estratégico (mejoras en la comercialización, asesoramiento técnico, interlocución, etc.)

Línea estratégica 1.4.- Optimizar el potencial de los montes públicos y contribuir desde ella a la articulación de una estrategia andaluza siendo ejemplo en gestión de la finca y en orientación del producto.

Código	Acción
1.4.a	Impulso a las experiencias de la gestión integral de los montes públicos.
1.4.b	Potenciación del aprovechamiento sostenible del corcho desde el punto de vista económico, ecológico y social, maximizando las posibilidades en las zonas potenciales de alcornocal y mejora del estado de conservación de las masas existentes.
1.4.c	Mejora de los sistemas y procedimientos de extracción del corcho para aumentar la calidad y la producción.
1.4.d	Contribuir con el corcho procedente de los montes públicos al abastecimiento regular de la industria corchera andaluza.

Línea estratégica 1.5.- Fomentar la transparencia del mercado de la materia prima (SACA, SIG corcho...) y regularización de la actividad.

Código	Acción
1.5.a	Continuar y ampliar las labores del SACA
1.5.b	Clarificar la producción andaluza de corcho mediante instrumentos como un SIG, página web...
1.5.c	Establecer modelos tipo de contrato de compra-venta de corcho.
1.5.d	Fomentar la creación de empresas especializadas en labores de descorche y otras labores auxiliares.

Línea estratégica 1.6.- Seguimiento del estado vegetativo y sanitario del alcornocal	
Código	Acción
1.6.a	Poner en marcha nuevas iniciativas de I+D+i sobre el decaimiento del alcornocal a partir del análisis del estado actual del conocimiento en la materia.
1.6.b	Establecimiento de una red local de alcornoque dentro de la Red SEDA.
1.6.c	Monitorización de las variables climáticas y ecológicas. Red Local de Alcornoque nivel II (temperatura, humedad, radiación, humedad de capa madre, etc.).
1.6.d	Evaluación y mejora de los planes de lucha integrada del alcornocal.

OBJETIVO GENERAL 2: CONTRIBUIR A LA EXISTENCIA DE UN TEJIDO EMPRESARIAL AVANZADO Y COMPROMETIDO EN EL SECTOR DEL CORCHO ANDALUZ

Línea estratégica 2.1.- Revitalizar y desarrollar el sector empresarial, prestando especial atención al aumento de la transformación del corcho en Andalucía.	
Código	Acción
2.1.a	Incentivar la modernización y puesta a punto de instalaciones y maquinaria de la industria corchera.
2.1.b	Asesoramiento para la optimización de procesos industriales y mejora de la competitividad de las empresas existentes.
2.1.c	Apoyo técnico a la creación de nuevas empresas en especial a las ligadas a los productos derivados de granulado o plancha.
2.1.d	Fomentar sinergias con sectores relacionados vitivinícola, plástico, construcción,
2.1.e	Fomentar la implementación de sistemas que garanticen la Calidad y Trazabilidad en los procesos industriales.
2.1.f	Poner a disposición mecanismos para facilitar fortalecer el sector en su aprovisionamiento de materia prima.

Línea estratégica 2.2.- Reforzar las dinámicas de desarrollo territorial y de comunidad en base al corcho.

Código	Acción
2.2.a	Promover que el corcho sea transformado en su entorno, procurando que el valor añadido y los empleos generados queden en la comarca de origen.
2.2.b	Facilitar las iniciativas de tipo Cooperativo para la transformación y comercialización del corcho.

Línea estratégica 2.3.- Promoción de la participación de las empresas del sector corchero andaluz en el desarrollo tecnológico.

Código	Acción
2.3.a	Facilitar el desarrollo de proyectos I+D+i para en el sector. Apoyo técnico y financiero.
2.3.b	Fomento de otros usos para el corcho. Introducción en sectores como la construcción y decoración, artesanía, transportes y otros.
2.3.c	Fomento del uso del corcho como material bioconstructivo en los edificios públicos e iniciativas de financiación pública a la construcción y renovación de edificaciones y mejora energética.
2.3.d	Desarrollo del papel de investigación del Servicio Andaluz del Corcho, SACA.
2.3.e	Promoción de acuerdos Universidad-Empresa-Administración Pública en materia de I+D+i.
2.3.f	Apoyo a la creación de empresas de base tecnológica.
2.3.g	Difusión de los resultados y de la información fruto de la Investigación.

Línea estratégica 2.4.- Fomentar la cooperación interempresarial e intersectorial.

Código Acción

2.4.a	Apoyo a las empresas andaluzas en nuevos mecanismos de organización que faciliten la estabilidad de los procesos
2.4.b	Incentivos al asociacionismo en el sector industrial corcho.
2.4.c	Creación de plataformas de diálogo y cooperación intersectorial entre todos los interesados del sector Alcornocal/Corcho (Propietarios-Industriales-Bodegueros-Otros Sectores Potenciales)

Línea estratégica 2.5.- Optimizar la comercialización y diferenciación de los productos de corcho.

Código Acción

2.5.a	Campañas de marketing y difusión de las bondades del corcho frente a sus competidores, tanto por las ventajas directas como las indirectas, asociadas a valores como fijación de CO ₂ , sostenibilidad, apoyo al medio rural.
2.5.b	Maximizar el valor ambiental del corcho y la función de éste para la conservación y preservación de los Espacios Naturales asociados. Destacar la importancia del sector bodeguero en la conservación del monte Alcornocal.
2.5.c	Facilitar la internacionalización y el comercio exterior de las industrias andaluzas.

OBJETIVO GENERAL 3: IMPULSO A ACCIONES DE LIDERAZGO, SEGUIMIENTO, COMUNICACIÓN, FORMACIÓN Y DIFUSIÓN ENTORNO AL SECTOR CORCHERO ANDALUZ

Línea estratégica 3.1.- Implantar las estructuras y procesos que den fuerza y continuidad a la estrategia de potenciación del corcho andaluz	
Código Acción	
3.1.a	Creación de la mesa del corcho de Andalucía e implantación de dinámica que la convierta en un órgano efectivo de participación y seguimiento de la evolución del sector en Andalucía.
3.1.b	Fijar periodicidad de reuniones de seguimiento del Plan Estratégico del Alcornocal y el Corcho
3.1.c	Dotar de fuerza y continuidad la colaboración de la administración con el sector mediante la creación de una estructura interna de coordinación, seguimiento e impulso del sector del corcho.
3.1.d	Incorporar el sector corchero como foco de atención de las estrategias de los Grupos de Desarrollo Rural para el periodo 2014-2020.

Línea estratégica 3.2.- Consecución de un sector corchero informado y conectado

Código Acción

3.2.a	Promoción del asociacionismo en el sector: propietarios, industriales, municipios
3.2.b	Impulsar un foro virtual de intercambio de conocimiento
3.2.c	Estar atentos y potenciar cualquier proceso de intercooperación que pueda surgir dentro del mismo sector o con otros sectores complementarios
3.2.d	Fomento de la presencia de Andalucía como potencia en los foros nacionales, e internacionales del sector corchero

Línea estratégica 3.3.- Diseñar y desarrollar un plan de sensibilización y mejorar la difusión pública de la importancia del corcho y de los valores del alcornocal.

Código Acción

3.3.a	Jornadas anuales sobre el corcho
3.3.b	Apoyar campañas sobre los valores del corcho y el alcornocal en las zonas de producción, especialmente destinadas a la promoción del turismo interior y educación en el conocimiento de los valores ambientales y culturales
3.3.c	Potenciar la faceta de educación y difusión de la Suberoteca andaluza de Alcalá de los Gazules
3.3.d	Fomentar el consumo de vino con tapamiento de corcho y en especial con productos certificados

Línea estratégica 3.4.- Fomentar la formación y capacitación, con objetivos específicos para los distintos destinatarios (gestión alcornocal, trabajadores, empresarios, industria, complementar formación de los centros tecnológicos)

Código	Acción
--------	--------

- | | |
|-------|---|
| 3.4.a | Acciones de formación para: gestión alcornocal, trabajadores, empresarios, industria, etc. |
| 3.4.b | Inclusión en los programas formativos: universidad, módulos forestales |
| 3.4.c | Inclusión del corcho entre los temas a desarrollar por el IFAPA |
| 3.4.d | Fomentar el contacto entre la industria y los ciclos educativos de formación para incorporar personal en prácticas en los procesos de Fabricación |
| 3.4.e | Formación práctica de personal especializado en las distintas etapas del proceso industrial del corcho. |




VIGENCIA Y REVISIÓN

El Plan tendrá un horizonte temporal de vigencia de veinte años, una vez aprobado por Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía y será evaluado cada cinco años.





IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO



Parte esencial del Plan Estratégico es el establecimiento de mecanismos para el seguimiento y desarrollo de los objetivos específicos y de las líneas de actuación contenidas en el mismo, así como la evaluación de su implementación mediante la cumplimentación de una serie de indicadores, cuantitativos y cualitativos, que midan los resultados.

La creación de la Mesa del Corcho supone un hito fundamental, pues se convertirá en el órgano que, con los apoyos de la Administración, impulsará las líneas y proyectos de este Plan Estratégico.

MUCHAS GRACIAS

**BORRADOR DISPONIBLE EN LA WEB CONSEJERÍA DE
MEDIO AMBIENTE Y ORDENACIÓN DEL
TERRITORIO/MEDIO AMBIENTE Y
TERRITORIO/MONTES/PLANES Y GESTIÓN
FORESTAL/PLAN ESTRATÉGICO DEL ALCORNOCAL Y
EL CORCHO**



JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO