

PLAN ESTRATÉGICO ALMERÍA 2030

Diagnóstico



ALMERÍA
CIUDAD





Λ2030 RIA

PLAN ESTRATÉGICO

Dirección:

M^a del Mar Plaza Yélamos. Gerente
Carlos Estévez Joya. Técnico
Empresa Municipal Almería 2030 SAU

Asistencia Técnica:

AUREN CONSULTORES SP, SLP.
FUNDACIÓN CIEDES

Almería. julio de 2020

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| PRÓLOGO | 6 |
| 1. PRESENTACIÓN DEL ALCALDE | 6 |
| 2. PRESIDENTES DE LOS VECTORES | 8 |
| INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA DE TRABAJO | 19 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 19 |
| 2. PROCESO DE ELABORACIÓN | 23 |
| 3. DESARROLLO METODOLÓGICO DEL ANÁLISIS DIAGNÓSTICO | 27 |
| ANÁLISIS DIAGNÓSTICO POR VECTORES | 39 |
| CONTEXTUALIZACIÓN | 39 |
| DIVERSIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL | 43 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 43 |
| 2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR | 45 |
| 3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR | 49 |
| 4. MATRIZ D.A.F.O. | 100 |
| AGROINDUSTRIA Y BIOINDUSTRIA | 108 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 108 |
| 2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR | 110 |
| 3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR | 112 |
| 4. MATRIZ D.A.F.O. | 152 |
| CULTURA Y TURISMO SOSTENIBLE. | 158 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 158 |
| 2. LA CULTURA EN ALMERÍA | 159 |
| 3. TURISMO SOSTENIBLE | 195 |
| CAMBIO CLIMÁTICO | 284 |
| 1. DEFINICIÓN DEL VECTOR | 284 |
| 2. ANÁLISIS EXTERNO | 285 |
| 3. ANÁLISIS INTERNO | 291 |
| 4. ANÁLISIS D.A.F.O. DEL VECTOR | 326 |
| MOVILIDAD, URBANISMO E INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN. | 332 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 332 |
| 2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR | 333 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR | 356 |
| 4. MATRIZ D.A.F.O. | 414 |
| INNOVACIÓN Y SMART CITY | 421 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 421 |
| 2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR | 422 |
| 3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR | 426 |
| 4. MATRIZ D.A.F.O. | 468 |
| ECONOMÍA AZUL | 472 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 472 |
| 2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR | 473 |
| 3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR | 476 |
| 4. MATRIZ D.A.F.O. | 501 |
| EMPLEO, EDUCACIÓN Y DEPORTES | 505 |
| 1. INTRODUCCIÓN | 505 |
| 2. ANÁLISIS EXTERNO | 506 |
| 3. ANÁLISIS INTERNO | 510 |
| 4. MATRIZ DAFO | 560 |

PRÓLOGO

1. PRESENTACIÓN DEL ALCALDE

El proyecto que le estamos presentando es algo más que un plan estratégico para el futuro de Almería. Es un punto de convergencia de ideas, proyectos y planificaciones que miran al mañana común desde una óptica que hasta ahora no había sido aprovechada: una perspectiva capaz de repensar la ciudad potenciando la inteligencia de su territorio urbano.

En el Ayuntamiento asumimos así el compromiso de contemplar Almería como un reto formidable cuyas respuestas no pueden planificarse en plazos de mandato político o cambio de alcaldía. Por eso, a través de este documento, estamos ampliando el horizonte de actuación pensando en una ciudad dirigida desde criterios de liderazgo, de creatividad y de capacidad de convocar a todos sus habitantes en una visión compartida de sus fortalezas, para potenciarlas, y de sus debilidades, para corregirlas.

Estoy convencido de que no hay mejor estrategia de futuro para Almería que dar el protagonismo que merecen a los colectivos profesionales y sociales de nuestra capital, para partir de una base de excelencia a la hora de redefinir su perfil urbano y consolidar nuestra identidad, activar sus redes sociales de cooperación e intercambio de iniciativas y desarrollar nuestro propio proyecto colectivo de futuro en las coordenadas que plantean los Objetivos de Desarrollo Sostenible adoptada por la ONU. Un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad de todos.

Estamos ante una iniciativa que marcará un antes y un después en la historia de Almería, y que no habría sido posible sin la generosa y sincera contribución de todos los coordinadores y miembros de los diferentes vectores de desarrollo en los que hemos dividido este Plan Estratégico. La disponibilidad, el esfuerzo y la minuciosa reflexión que todas estas personas han aportado a este esfuerzo colectivo son el mejor reflejo de una Almería capaz de afrontar el futuro con optimismo, confianza y resolución.

Como Alcalde, me siento enormemente orgulloso de la capacidad de análisis y adaptación del equipo redactor del Plan para prever una Almería capaz de afrontar las crisis sanitarias y ambientales que van a dominar el escenario de futuro, y en la que se podrá seguir desarrollando una vida trazada a la medida de las personas, con un inteligente respeto al medio ambiente y con una decidida apuesta por el comercio de proximidad.

Situar a los almerienses por encima en la escala de valores es, también, una forma de pensar que desarrolla este Plan que no sólo me gusta, sino que entiendo como una forma de cultura en la que tienen prioridad las decisiones diarias de los individuos. Estoy seguro de que avanzamos en la dirección más adecuada cuando pensamos en una Almería más saludable, más verde, más sostenible, con menos emisiones y mayor ahorro de agua y energía. Y esa “cultura de las personas” es la que permite generar las acciones que definen a una ciudad.

Hacer de Almería una ciudad cada vez más atractiva para vivir, para trabajar, para aprender y emprender es el objetivo de este Plan Estratégico. Le invito a sumarse a este esfuerzo sin precedentes, porque la recompensa merece la pena: una mejor Almería para todos los almerienses.

Ramón Fernández-Pacheco Monterreal

Alcalde de Almería

2. PRESIDENTES DE LOS VECTORES

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL

Si hay un vector que manifiesta los objetivos de desarrollo sostenible, es el de diversidad e inclusión social, ya que la inclusión se orienta a satisfacer tanto las necesidades básicas de las personas para tener una vida digna, como aquellas instrumentales de relación social. En éstas debemos encajar el derecho a la diferencia con promover relaciones igualitarias que reduzcan las diferencias económicas y socioculturales.

Una estrategia de inclusión social debe garantizar: reducir la pobreza, promover la salud, la autonomía personal, la dependencia y el apoyo a las familias; para asegurar una vida plena, autónoma y digna a las personas con diversidad funcional; debe proteger a la infancia y a las personas mayores; democratizar el acceso a la educación, la movilidad, la cultura, la digitalización, entre otros aspectos que erradiquen la vulnerabilidad.

Nuestro vector es el más numeroso y heterogéneo de todos, pero ha trabajado con ahínco y determinación para establecer el recorrido que nos guiará hacia la mejora de la inclusión social en Almería, que exige un trabajo coordinado entre el sector público y privado. Un trabajo participativo y proactivo que ha buscado sinergias, dedicando su tiempo para hacer de Almería una ciudad mejor.

Un gobierno local debe anticiparse a los problemas sociales. Ello implica, por un lado, analizar los factores que generan situaciones o riesgos de exclusión, y por otro, fundamentar la acción local en un diagnóstico previo de las necesidades. Así llegamos hasta una estrategia que debe ser la base de todo y un punto de partida que muestra una dirección en la que todos debemos seguir colaborando.

Agradecer la confianza depositada a todas aquellas personas que han participado en el vector, que se han implicado desde el inicio con ilusión y tesón, creyendo en el mismo como plan de mejora continua y sabemos que así será 'porque en los grandes proyectos invierten grandes personas' generosas de su tiempo y merecedoras de compensación.

María del Mar Esparza Conesa

Presidenta del Vector Diversidad e Inclusión Social

AGROINDUSTRIA Y BIOINDUSTRIA

Si hay que buscar una palabra para definir Almería es Agricultura. No en vano somos la primera provincia exportadora hortícola de España. Almería es un referente mundial en horticultura y es el pilar fundamental de desarrollo económico, generando aproximadamente 40% del PIB de la provincia. Por su productividad, eficiencia y por su dimensión, Almería dispone de un modelo que ha dejado de ser concebido como meramente agrícola para pasar a ser considerado de naturaleza industrial, en términos de desarrollo y cooperación empresarial, rendimientos y organización de la producción.

Un sector donde el conocimiento y la resiliencia del agricultor son la base de un modelo basado en la sostenibilidad económica, social y medioambiental, capaz de suministrar alimentos saludables a 500 millones de habitantes europeos en épocas donde la producción continental no es viable.

El modelo, partiendo de una situación histórica de marginalidad, ha contribuido al crecimiento demográfico, la atracción de población extranjera, el incremento del PIB, y el aumento del empleo.

Desde el punto de vista social, la horticultura bajo invernadero solar se basa en un modelo de agricultura familiar con explotaciones pequeñas y escasa concentración de la tierra. Esta naturaleza social genera elevada equidad en el nivel de ingresos y bienestar, produce cohesión social y disminuye la desigualdad.

Desde la perspectiva medioambiental, Almería es un gestor sostenible de los recursos naturales. El “invernadero solar” es la opción más sostenible, puesto que ahorra suelo, agua, fitosanitarios, energía y CO2. Además emplea fauna auxiliar para combatir las plagas.

En cuanto a la producción saludable, Almería es capaz de proporcionar alimentos con un perfil de calidad nutricional alto, como son las hortalizas, que juegan un papel estratégico en la lucha contra enfermedades tan importantes como las cardiovasculares, el cáncer, la degeneración ocular o enfermedades neurodegenerativas.

El Plan Estratégico ha demostrado que Almería es talento y es innovación asociado a la Agroindustria: ya somos una potencia mundial en producción y en conocimiento. Pero unir esfuerzos y apostar aún más por la innovación, nos llevará a avanzar en el merecido reconocimiento de nuestro principal sector económico.

En esta labor nos hemos centrado, en buscar el papel que debemos tener en la conciencia ciudadana y en apostar por la colaboración público privada para seguir avanzando y ayudar a nuestro principal sector económico en la provincia y donde la ciudad debe aportar centralidad.

Francisco Góngora Cañizares

Presidente del Vector Agroindustria y Bioindustria

CULTURA Y TURISMO SOSTENIBLE

Urbe mediterránea cuyos orígenes se remontan al año 955, cuando fue fundada por Abderraman III, Almería cuenta con un legado patrimonial material e inmaterial, y una actividad cultural (pasada y presente) que, tanto para su proyección exterior, como por los vínculos que aquéllos establecen entre el territorio y sus habitantes, merecen especial atención en el dibujo de la ciudad que ahora, a través de este Plan Estratégico y con la inestimable participación de la ciudadanía almeriense, se comienza a perfilar.

Una ciudad que, apostando por su dinamización a través de la Historia y la Cultura, siempre con el respeto debido a la conservación y preservación de nuestro Patrimonio e identidad cultural, aproveche la totalidad de los recursos culturales disponibles transformándolos en elementos claves y definitorios no solo de la propia ciudad, situando así al ciudadano en el centro de todas las actuaciones, sino también, aprovechando aquéllos como recursos generadores de riqueza que favorezcan el posicionamiento de Almería como destino turístico sostenible con una oferta amplia y variada en la que la Cultura, como elemento que posibilite la desestacionalización a través de la generación constante de nuevos atractivos, ocupe un espacio principal.

Partiendo de estas premisas y objetivos, teniendo en cuenta la importancia que en la definición de la Almería del futuro pueden tener, en un sentido incluyente y transversal, la Cultura y el Turismo, y, al mismo tiempo, valorando la amplia dimensión de cada uno de estos dos ámbitos, desde el principio la propuesta de trabajo fue abordar cada uno de los elementos de la ecuación “Cultura y Turismo sostenible” de forma individualizada, a través de la creación de grupos de trabajo en los que se diese voz a los profesionales y especialistas de cada sector, y al mismo tiempo interconectados entre sí, tal y como ha quedado reflejado en este documento, poniendo de manifiesto la importancia individual de cada uno de los elementos de este vector y las ineludibles y necesarias conexiones que entre Cultura y Turismo deben establecerse, partiendo desde nuestro propio presente, en la definición de la Almería futura.

Una ciudad que, alineada con los objetivos de la Agenda 2030, en la que por primera vez en la historia se presenta la **Cultura** como recurso y herramienta transversal fundamental para alcanzar un ideal transformador, piense y sienta esta como un agente generador de crecimiento económico y empleo de calidad, capaz de reducir las desigualdades e influir decisivamente en la construcción de una sociedad pacífica e inclusiva, y que desempeñe un papel fundamental en el diseño de una urbe sostenible con la que se puedan identificar tanto los ciudadanos, como nuestros visitantes.

Esta forma de entender la cultura es la que ha inspirado nuestro modo de trabajo y la que ha permitido desarrollar el proyecto que, bajo el sugerente acrónimo de CAMINA, se presentó a la última convocatoria europea de Acciones Innovadoras Urbanas (UIA). Un proyecto, seleccionado entre más de 220 solicitudes, que, antes de finalizar el Plan y desde el modelo de la cogobernanza, nos permitirá probar en Almería soluciones innovadoras a través del diseño de acciones que, usando la cultura como elemento vertebrador, permitan mejorar la cohesión social de la ciudad mediante un eje cultural que unirá tres barrios de la ciudad en los que se concentra gran parte de nuestro Patrimonio material e inmaterial.

En cuanto al **turismo**, en la actualidad un sector especialmente afectado por la pandemia mundial y cuyo futuro se muestra incierto a nivel global, no podemos imaginarlo desde este vector como algo independiente o inconexo respecto a la Cultura. Por ello se ha planteado una estrategia en la que ambos sectores, en unión con aquellos otros que puedan implementar la oferta turística y dotarla de singularidad y excelencia, se refuercen con el objetivo de que el turismo sostenible se presente como la gran apuesta del futuro de Almería. Como ya se ha señalado en otros foros, "el turismo, será sostenible, o no lo será".

Tenemos mucho trabajo por delante y disponemos de un guion y un *CAMINA* para lograrlo. Este proyecto solo será posible si todos sumamos en la misma dirección.

Juan Manuel Martín Robles

Presidente del Vector Cultura y Turismo Sostenible

CAMBIO CLIMÁTICO

A medida que la población crece y que aumenta la demanda, la búsqueda de agua, alimentos y recursos energéticos y los efectos sobre el medio ambiente de esa búsqueda, están poniendo en peligro la sostenibilidad del planeta. En la actualidad la huella que está dejando la humanidad se hace más que evidente en una realidad que, aún hace poco algunos políticos y expertos negaban rotundamente, el Cambio Climático.

Lo que es un hecho ya contrastado es que la actividad humana ha afectado a todos los lugares del planeta, por remotos que sean, y a todos los ecosistemas. Nuestras opciones de vida y acciones han transformado claramente el mundo natural, creando a la vez enormes posibilidades y peligros extremos para la calidad y sustentabilidad de nuestras civilizaciones y para su equilibrio con el Medio Ambiente. La demanda de energía y de servicios tales como el acceso a agua potable, con miras al desarrollo social y económico y a la mejora del bienestar y la salud de las personas, va en aumento. Dicha presión ejercida en el último siglo sobre los recursos naturales ha dado lugar a serios problemas de sostenibilidad en nuestro planeta.

Los límites de las tecnologías y la sabiduría con que las utilizamos son retos crecientes y los problemas de la gobernabilidad, la organización social y los derechos humanos son muy importantes para lograr resultados sostenibles. De hecho, la sociedad actual se muestra cada vez más preocupada por los efectos de la contaminación, del cambio climático y de la insostenibilidad del modelo económico actual, y apoyará la iniciativa hacia el nuevo modelo de economía circular impulsado tanto a nivel nacional como internacional.

El ingenio humano nos ha traído hasta el punto de no sostenibilidad en el que nos encontramos hoy en todo el Planeta, pero lo que debemos preguntarnos ahora es ¿Cómo podemos y debemos aplicar ese mismo ingenio para asegurar el bienestar de las poblaciones humanas y al mismo tiempo, proteger el mundo natural?

En 2015, la ONU aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, una oportunidad para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás.

El gran reto que los científicos que trabajamos en este tema nos planteamos está en hacer frente a estos pronósticos intentando encontrar soluciones efectivas y respetuosas con el medioambiente. Pero la conducción del planeta y el bienestar de su población son responsabilidad colectiva.

Es preciso que reflexionemos cuidadosamente, pero con urgencia, acerca de cuáles son las opciones, y que realicemos todo lo posible para ampliarlas y prolongar el tiempo durante el cual comprender las repercusiones de tales opciones.

En nuestra ciudad ya hemos decidido hacer frente a los efectos del cambio climático realizando, en primer lugar, una evaluación de la situación energética y de los recursos naturales de los que disponemos elaborando el *Plan Estratégico Almería 2030*. Pero esto no es más que el comienzo de un largo camino, siendo el siguiente paso la definición de las actuaciones que nos llevarán a reducir los efectos negativos derivados de nuestra actividad socio-económica.

Para ello no debemos de perder de vista aquellos sectores que nos proporcionan nuestra identidad no sólo a nivel nacional sino también europeo, entre los que destacan

nuestro liderazgo en producción y exportación agrícola, así como en las tecnologías de cultivo y lucha contra plagas. No olvidemos, además, que nuestra sociedad ha sido una de las primeras en identificar y luchar contra uno de los efectos más importantes del cambio climático: la escasez hídrica. El futuro está en manos de toda la sociedad que junto con los estamentos públicos y el colectivo científico y empresarial deben ser el motor de nuestra evolución hacia una Ciudad más sostenible y competitiva.

Isabel Oller Alberola

Presidenta del Vector Cambio Climático

MOVILIDAD, URBANISMO E INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN

El desarrollo de cualquier planificación territorial actual, tiene como paraguas la Agenda 2030, la Nueva Agenda Urbana de Naciones Unidas, la Agenda Urbana para la Unión Europea y la Agenda Urbana española entre otros. En todos estos documentos se señalan aspectos clave para tener en cuenta en los ámbitos de la movilidad, el urbanismo y las infraestructuras, que actualmente suelen ir acompañados de la palabra “sostenible”.

Este concepto **movilidad urbana sostenible** surge en la mitad del siglo XX, cuando se toma conciencia de los problemas causados por el uso masivo del automóvil: problemas en la salud, calidad del aire, gases de efecto invernadero... En este contexto se aprobó la Estrategia Española de Movilidad Sostenible (EEMS), para orientar y dar coherencia a las políticas sectoriales que facilitan una movilidad sostenible y baja en carbono. La movilidad sostenible implica garantizar que nuestros sistemas de transporte respondan a las necesidades económicas, sociales y ambientales, reduciendo al mínimo sus repercusiones negativas.

Nuestra ciudad ya cuenta con una Plan de Movilidad Urbana Sostenible (PMUS) desde el año 2015, documento que establece el camino a seguir en este ámbito. Se han ido dando los primeros pasos, fomentando la movilidad peatonal y ciclista, completando la red viaria que favorece ambos modos, y se ha mejorado la ratio en el transporte público. Aun así, la movilidad es la principal fuente de emisiones de CO2 en nuestra ciudad. Todos debemos ser conscientes de que mejorar está en la mano de todos y los cambios en la movilidad requieren cambios en nuestros hábitos diarios. Tenemos ejemplos de sociedades que lo han logrado cuyos beneficios son muy visibles tanto en la calidad urbana como en la economía que se genera. Es una apuesta clara por la que hemos trabajado desde el grupo del Plan Estratégico, que se ha dirigido claramente por esta senda.

El **urbanismo sostenible**, también llamado ecosistémico, muy ligado a la movilidad, también está en las bases de la planificación urbana actual. La Agenda Urbana apuesta por un modelo territorial y urbano que se inspira en el principio del desarrollo territorial y urbano sostenible que establece la legislación estatal sobre **suelo y rehabilitación urbana** y que ya contienen numerosas leyes urbanísticas autonómicas. Se fomenta, por tanto, la ciudad compacta, mediterránea, multiusos que han ido acuñando otros conceptos similares como la Ciudad de los 15 minutos. Almería es una ciudad perfecta para este desarrollo, pues su configuración permite claramente el modelo y seguir esta vía pasa por fomentar la rehabilitación sin perder de vista la eficiencia energética en este proceso.

En cuanto a las **infraestructuras**, el trabajo del diagnóstico se ha centrado en la revisión de las planificaciones que a distintos niveles se ha realizado desde el Estado y desde la CCAA, ya que es de vital importancia para nuestra ciudad dotarnos de conectividad con el resto del territorio, debido a la posición geográfica que tenemos y que somos una provincia exportadora por naturaleza, por lo que nuestra economía depende sobremanera de ello.

Por tanto, hemos establecido las bases del futuro de nuestra ciudad que requerirán un trabajo por parte de las Administraciones, pero también de todos los ciudadanos. El esfuerzo, merece y merecerá, la pena.

Eugenia María García Sánchez

Presidenta del Vector Movilidad, Urbanismo e Infraestructuras de Comunicación

INNOVACIÓN Y SMART CITY

Hablar de innovación es hablar de la propia idiosincrasia del ser humano, es hablar de mejorar día a día y de dar respuesta a los retos que no la tenían. Hablar de innovación también es hablar de la ventaja competitiva que crea una empresa o una región y la diferencia de otra.

Este Vector concluye que se debe crear un pacto de integración basado en la innovación en agricultura (intensiva y extensiva) y mármol. La ciudad de Almería, el Ayuntamiento de Almería, será el nexo de unión, el moderador que armonice y enlace estos sectores que mueven la provincia. En este mismo ecosistema formado por empresas, el Ayuntamiento debe contar con el PITA, la Universidad, y los centros de formación profesional como elementos de transferencia del conocimiento y formadores del futuro personal laboral. Es importante mantener el protagonismo de las empresas en este conglomerado de agentes, pues las empresas son el verdadero motor de la riqueza y la innovación en Almería. Si queremos que Almería sea centro de la innovación, se debe fomentar y difundir más la innovación. Un primer gesto de esa intención de la ciudad de Almería para ser el epicentro de la provincia de Almería sería el establecimiento de un museo a la innovación en agricultura y mármol.

En todas estas acciones de integración y potenciación el uso de tecnologías digitales debe jugar un papel prioritario, no como fin último, sino como los medios para conseguir esos fines. Aspectos como administración electrónica, herramientas de análisis de datos (*big data*), aplicaciones sociales (*apps*), sistemas automáticos y robotizados, e Internet de las Cosas (*IoT*), serán parte de esos medios utilizados para conseguir esa integración e innovación que debe mover a la ciudad de Almería.

Por otro lado, es fundamental que Almería no se desprenda de su talento, de esas personas que transforman buenas ideas en productos comerciales innovadores. Se requieren medidas para mantener, recuperar y atraer talento. En definitiva, los productos innovadores se pueden exportar, pero el talento debe permanecer en Almería.

Finalmente, y no menos importante, la ciudad de Almería debe buscar la integración de todos sus ciudadanos incluidos los colectivos que demanden necesidades bien diferentes a la generalidad de los ciudadanos como: disminuidos físicos y cognitivos. La ciudad de Almería debe resultar encantadora para TODOS.

Ramón González Sánchez

Presidente del Vector Innovación y Smart City

ECONOMÍA AZUL

Una de las primeras tareas de nuestro grupo de trabajo fue definir el concepto de Economía Azul que se iba a abordar en el vector, bien como modelo económico basado en la naturaleza o como aquel sector que comprende todas las actividades económicas sectoriales e intersectoriales relacionadas con los océanos, mares y costas. Finalmente concebimos esta doble visión, ya que ambas definiciones son complementarias, y nos basamos en un concepto que imite a la naturaleza, que exprima al máximo todos los recursos que tengamos a nuestro alcance en nuestro mar, donde todo esté equilibrado.

Los mares y océanos son el medio de vida de más de 3.000 millones de personas, que dependen directamente de la biodiversidad marina y costera. En la última Conferencia ‘Oceans Meets Regions’, celebrada en Bruselas en 2017, se defendió la llamada economía azul como una opción de futuro para la Unión Europea (UE), ya que, la economía azul representa 5,4 millones de puestos de trabajo y un valor añadido bruto de casi 500.000 millones de euros al año en nuestro continente. Todavía es posible más crecimiento en algunos ámbitos, pero “las regiones no solo deben beneficiarse de los océanos, sino que además deben comprometerse a mantenerlos sostenibles”.

Almería, con una amplia línea costera y una costa además protegida, hace que este sector sea esencial y ejemplo de sostenibilidad. Una senda que se debe potenciar y ese ha sido nuestro objetivo.

Para mí, ha sido un placer tener la oportunidad de colaborar con el Plan Estratégico, como líder del grupo de Economía Azul, un proyecto ilusionante que ha pretendido en una primera fase, hacer de nuestra ciudad un territorio inteligente, enfocando con coherencia los retos del futuro y aprovechando las potencialidades de desarrollo local con las líneas de trabajo que nos marcan los ODS y la estrategia europea de crecimiento azul, y, a su vez, compaginando la competitividad económica con la sostenibilidad.

Agradecer a todos los integrantes del Grupo de Trabajo su disposición a colaborar, el tiempo que han dedicado y su generosidad a la hora de compartir conocimiento, y cómo no, reconocer la iniciativa de nuestro alcalde Ramon Fernández- Pacheco que lo puso en marcha de una forma tan singular, participativa e integradora.

Trinidad Cabeo Rodríguez

Presidenta del Vector Economía Azul

EMPLEO, EDUCACIÓN Y DEPORTES

Los trabajos en el vector de Educación y Empleo se iniciaron desde el convencimiento de que ambas dimensiones constituyen el fundamento y el eje vertebrador necesario para alcanzar los resultados previstos en el Plan Estratégico, en particular, el crecimiento del municipio a partir de un modelo de desarrollo sostenible, inteligente e integrador. Siguiendo con el esquema tradicional de la planificación, se ha llevado a cabo un proceso riguroso de análisis y formulación de estrategias a través de un proceso participativo que ha contado con expertos en las dos dimensiones del vector y que ha pulsado la opinión de ciudadanos, empresas e instituciones.

El proceso ha puesto de manifiesto los retos a los que se enfrenta la ciudad a medio y largo plazo en estos ámbitos. Los efectos desastrosos de la COVID-19, que ha alterado el normal desarrollo de la actividad económica, social y cultural, y que han tenido graves consecuencias en la educación, a todos los niveles, y en el empleo, tienen que ser considerados necesariamente entre estos retos porque su impacto, lejos de ser coyuntural, se dejará sentir en los próximos años. En esta situación, han emergido amenazas que no se contemplaban inicialmente en los trabajos de los distintos grupos, y se han trastocado las prioridades consensuadas en la etapa pre-COVID. Pero también se han puesto de manifiesto oportunidades como consecuencia del importante papel que las nuevas tecnologías y la transformación digital de la educación y del empleo tendrán en el desarrollo del municipio.

Para aprovechar estas oportunidades, la ciudad cuenta con recursos y capacidades estratégicas sólidas y competitivas, puestas de manifiesto en el diagnóstico estratégico que se ha realizado. Hay una red de centros de investigación y de formación, con la Universidad de Almería como una de las piezas destacadas, capaces de orientarse hacia las demandas externas de la sociedad, hacia la transferencia de conocimiento, hacia la creación de polos de innovación y crecimiento, y hacia el aprendizaje de competencias personales que están en la base de la explotación de los nuevos yacimientos de empleo. Todo ello acompañado de una demografía favorable, y de sectores de actividad en los que la ciudad puede ser puntera. Tomando como punto de partida estos recursos y capacidades, el Plan ha identificado objetivos, estrategias y acciones que van a hacer de Almería una ciudad eficiente, transparente, inteligente, inclusiva y sostenible. A través de la colaboración entre todas las instituciones y la ciudadanía será posible atraer y desarrollar el talento que demandan las empresas y facilitar la creación de oportunidades de empleo basado en el aprendizaje innovador y la formación continua. Todo ello insertado en el plano de desarrollo humanístico y cultural de la ciudad y su entorno.

El plan establece las vías para alcanzar el objetivo último de prosperidad económica y desarrollo futuro de la ciudad. El tránsito por estas vías, a través de acciones previstas y otras que emergerán, se verá favorecido por la existencia de instituciones municipales, educativas, sociales y económicas sólidas, innovadoras e inclusivas. Pero, en última instancia, alcanzar el destino final será responsabilidad de todos los almerienses.

Carmelo Rodríguez Torreblanca

Presidente del Vector Empleo, Educación y Deportes

INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

1. INTRODUCCIÓN

El Plan Estratégico Almería 2030 (PEAL 2030) es una metodología de trabajo participativa, colaborativa y de reflexión conjunta, entre los diferentes agentes públicos y privados y la ciudadanía almeriense, que debe ser entendido y utilizado como un instrumento de gestión estratégica local para alcanzar el modelo de ciudad o proyecto de futuro deseado para Almería en el ámbito temporal planteado.

Por tanto, es un instrumento de gestión estratégica local, generado a través de un proceso metódico, participativo y continuo sobre la ciudad, que analiza el presente y pretende definir el futuro de Almería destacando sus singularidades y potencialidades.

Es una herramienta para desarrollar la ciudad en convergencia con otros planes (Plan de Ordenación Urbana, Plan de Movilidad, Turismo, Cultura, Igualdad, etc..) donde, en un futuro, las propuestas deben implicar a todas las áreas de trabajo de la ciudad.

Se lleva a cabo con la colaboración y el consenso de todos los agentes sociales y económicos, públicos y privados, necesarios para diseñar y consolidar un modelo de ciudad competitiva y sostenible, en un horizonte temporal futuro.

En concreto, el PEAL 2030 se basa en una estructura organizativa y de gestión compartimentada que orienta el proceso de trabajo que se está realizando:

| AGENTE | FUNCIÓN |
|------------------|--|
| Consejo Social: | Ser Garante del Proceso de Planificación Estratégica. |
| Oficina Técnica: | Coordinar el proceso metodológico y participativo del Plan. Canalizar las aportaciones y reflexiones que realicen las mesas vectores y los diversos actores. Coordinar las actividades de difusión y promoción del Plan. |
| Mesas Vectores: | Recopilar las fuentes de información más importantes. Debatir sobre los principales retos a abordar en el futuro. Detectar las oportunidades existentes. |

Consejo Social:

El Consejo Social de la Ciudad de Almería es un órgano participativo de carácter consultivo, destinado a colaborar en temas como el desarrollo local, la planificación estratégica urbana y los grandes proyectos de futuro que afectan a la ciudad, como es el Plan Estratégico de Almería 2030.

En el Consejo Social están representadas las principales instituciones, entidades y sectores de actividad más importantes de Almería: Diputación, Universidad, Cajamar, Unicaja, Autoridad Portuaria, Cámara de Comercio, ASEMPAL, sindicatos y colegios profesionales como el de Abogados, Farmacéuticos o Ingenieros Técnicos Agrícolas. Así también como el Consejo Sectorial de Mujer, Juventud y Mayores y representantes vecinales.

La misión de este órgano es aglutinar la participación y deliberación de las instituciones públicas y las organizaciones sociales, profesionales y de vecinos, para reflexionar, debatir y formular propuestas en materias y proyectos que afecten a la ciudad de Almería.

El Consejo Social (CS) actúa como garante del proceso de planificación estratégica, de sus conclusiones y seguimiento del proceso y de la futura evaluación del PEAL 2030.

Oficina Técnica:

La Oficina Técnica es el "alma" del Plan. Su misión es coordinar el proceso metodológico y participativo del mismo y dar soporte técnico y de coordinación de los trabajos:

- Da impulso a las mesas vectoriales y a todas las actividades llevadas a cabo para difundir y promover la participación en el Plan (jornadas, talleres, mesas de debate, reuniones específicas, contacto con los medios de comunicación, etc.).
- Es responsable de la recogida de información, toma de datos y elaboración de dictámenes necesarios para el debate y propuestas.
- Es responsable de la creación del observatorio urbano, que incluirá los principales indicadores de estado de la ciudad, necesarios para elaborar el diagnóstico y que además permitirán implantar, comprobar y evaluar el seguimiento del Plan de Acción.
- Es responsable de la implementación del Plan de Acción.

La Oficina Técnica está estructurada de la siguiente manera:

| |
|---|
| Alcalde |
| Equipo de gobierno |
| <p>Empresa Municipal Almería 2030 SAU</p> <p>Concejal Delegado del Ayuntamiento</p> <p>Coordinadora/gerente: M^a del Mar Plaza Yélamos</p> <p>Técnico: Carlos Estévez Joya</p> <p>Asistencia Técnica: AUREN. FUNDACIÓN CIEDES</p> |

Mesas Vectores:

Tras seleccionar los ejes de desarrollo sobre los que se cimenta el futuro de la ciudad de Almería, en base a la estrategia Europa 2020 y los ODS 2030, se determinaron 8 vectores de actuación que se han materializado en 8 grupos de trabajo.

Para cada una de las mesas, se ha consensuado la figura de un Presidente, cuyo perfil corresponde a profesionales de reconocido prestigio, que son los responsables de dirigir y coordinar los trabajos de análisis y prospectiva que se realicen.

Los Presidentes de cada una de las mesas, tienen el apoyo de un grupo de personas expertas, conocedoras de los distintos temas que se abordan, entre los que destacan representantes de colectivos y entidades, agentes económicos y sociales, cuya misión es aportar su conocimiento y sus propuestas en cada uno de los vectores.

La misión de las Mesas Vectores es obtener la máxima información posible, así como detectar los retos o aspectos críticos en cada vector y las oportunidades de futuro.

El objetivo de las mesas de trabajo es, por tanto, detectar cuáles son las fuentes de información más importantes y actuales sobre su materia, debatir sobre los principales retos a abordar en los próximos años, así como las oportunidades que existen y se deben analizar.

A continuación, se indican los 8 vectores y los presidentes y presidentas de los mismos:

- VECTOR "MOVILIDAD E INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN".
PRESIDENTA: Eugenia María García Sánchez.
- VECTOR "AGROINDUSTRIA Y BIOINDUSTRIA". PRESIDENTE: Francisco Góngora Cañizares.
- VECTOR "CULTURA Y TURISMO SOSTENIBLE". PRESIDENTE: Juan Manuel Martín Robles.
- VECTOR "ECONOMÍA AZUL". PRESIDENTA: Trinidad Cabeo Rodríguez.
- VECTOR "INNOVACIÓN y SMART CITY". PRESIDENTE: Ramón González Sánchez.
- VECTOR "EMPLEO Y EDUCACIÓN". PRESIDENTE: Carmelo Rodríguez Torreblanca.
- VECTOR "DIVERSIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL". PRESIDENTA: María del Mar Esparza Conesa.
- VECTOR "LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO". PRESIDENTA: Isabel Oller Alberola.

Posteriormente, a lo largo del desarrollo del trabajo, se ha necesitado subdividir estos vectores en subvectores o mesas específicas, quedando la siguiente división:

- VECTOR "MOVILIDAD E INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN".
 - Mesa sectorial de Urbanismo.
- VECTOR "AGROINDUSTRIA Y BIOINDUSTRIA".
- VECTOR "CULTURA Y TURISMO SOSTENIBLE".
 - Mesa Sectorial del Cine y Audiovisual.
 - Mesa Sectorial de Comercio.
- VECTOR "ECONOMÍA AZUL".
- VECTOR "INNOVACIÓN Y SMART CITY".
- VECTOR "EMPLEO, EDUCACIÓN Y DEPORTES".
- VECTOR "DIVERSIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL".
- VECTOR "LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO".

2. PROCESO DE ELABORACIÓN

El proceso de elaboración del Plan Estratégico Almería 2030 se ha organizado en 5 fases diferenciadas de realización:



Fase Institucional:

Esta fase ha consistido en la creación y puesta en funcionamiento de la fase del lanzamiento institucional del Plan Estratégico Almería 2030, diseñando las medidas y acciones necesarias para su inicio.

En este periodo se ha procedido a sentar las bases del proceso, indicando los vectores de desarrollo sobre los que se debe centrar el Plan. Se ha planteado las acciones de acompañamiento para su presentación en la sociedad (presentación pública del proceso al Consejo Social; organización de reunión con portavoces municipales y rueda de prensa de presentación de los presidentes de los vectores estratégicos; selección de los profesionales y expertos para dirigir las mesas de trabajo; reflexión para la sección de los proceso participativo para la selección de los componentes de las mesas; organización de desayuno de trabajo del Alcalde con los Directores de los medios de comunicación para implicarlos en el proceso; nueva sesión del Consejo Social para presentar a los presidentes de los vectores estratégicos y la dinámica de trabajo a seguir en el diagnóstico).

Tras haber realizado estas acciones, finaliza la fase institucional y se inicia la fase de diagnóstico, a partir de mesas de trabajo, con el apoyo de una asistencia técnica (AUREN-Fundación Ciedes) que es la que acompaña y asiste durante el resto del proceso.

Fase Diagnóstico:

El objetivo de esta Fase consiste en analizar la situación territorial de Almería, desde las ópticas interna y externa, identificando las ideas clave y retos a los que se enfrenta en el horizonte de 2030, realizando para ello un análisis cuantitativo y cualitativo, que servirá para detallar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que se vislumbra para el futuro, como base para desarrollar el modelo territorial que se quiere lograr en la ciudad de Almería.

Para ello se ha tomado como marco de referencia los Vectores de Desarrollo ya establecidos dentro del Consejo Social de la ciudad y se ha colaborado con sus presidentes y componentes para hacer el trabajo.

Fase Visión Estratégica:

El objetivo de esta Fase consiste en definir el modelo futuro y de posicionamiento de ciudad de Almería, con una participación activa de los diferentes actores implicados a través de grupos temáticos con los que consensuar una estrategia compartida, identificando ideas, acciones y medios para alcanzar ese modelo de ciudad futuro y delimitar así el objetivo central del Plan Estratégico Almería 2030, que será el referente para elaborar o reestructurar las políticas públicas de desarrollo futuro en la ciudad.

Fase Plan de Acción:

El objetivo de esta Fase consiste en articular el modelo futuro de la ciudad de Almería, identificando los ejes estratégicos y proyectos motores con capacidad de transformación, que den respuesta a los grandes retos que se vislumbran para la ciudad en el horizonte temporal 2030. La articulación de los ejes estratégicos estará vinculada con las políticas públicas los planes sectoriales, bajo el principio de planificación concurrente.

Fase Seguimiento y Evaluación:

El objetivo de esta Fase consiste en definir un modelo de gestión del Plan Estratégico Almería 2030 a través de un Cuadro de Mando Integral que incorporará los mecanismos e instrumentos adecuados (indicadores) para el impulso, seguimiento, implementación de las primeras acciones, así como su evaluación respecto a la consecución de los objetivos establecidos y que permita, si es necesario, la corrección de desviaciones.


Una vez se tengan todos los resultados de las fases de trabajo desarrolladas, se redactará un documento único de compilación del Plan (Diagnóstico, Visión Estratégica, Plan de Acción, Sistema de Seguimiento y Evaluación) que se someterá a consultas particularizadas con los Entes Implicados y del resultado de la información pública y las consultas efectuadas, y se redactará el documento definitivo del Plan Estratégico de Almería 2030.

Estrategia de Comunicación del PEAL 2030:



El objetivo de esta Fase transversal consiste en implementar una campaña de comunicación para divulgar, comunicar y publicitar el proceso de planificación

estratégica, ofreciendo una visión común del alcance y el propósito del Plan Estratégico Almería 2030.


Entre las acciones de comunicación emprendidas por la Oficina Técnica, destacan la organización de jornadas y las RRSS y Web específicas del Plan Estratégico Almería 2030: Página web: www.Almería2030.es; cuenta de Twitter: @PEAlmería2030.



Plan Estratégico Almería 2030
Una ciudad mirando al futuro

Contacto: oficinatcnica@almeria2030.es




[INICIO](#)
[PLAN ESTRATÉGICO](#)
[QUIÉNES SOMOS](#)
[DOCUMENTOS](#)
[NOTICIAS](#)




¿QUÉ ES?


La ciudad de Almería ha iniciado su proceso de planificación estratégica, entendido como el diseño de su futuro de forma consensuada y participativa, en el que todos podrán dar su opinión sobre lo que quieren para su ciudad.

El Plan Estratégico de Almería 2030 (PEAL 2030), que entre todos diseñaremos, nos permitirá concebir un modelo de ciudad de forma consensuada, al tiempo de definir las medidas reales para alcanzarlo. Ello implica que debemos impulsar una acción conjunta y coordinada por parte de las instituciones, entidades, agentes económicos y sociales que formamos parte del proceso y por ello resulta fundamental y de gran relevancia la labor del Consejo Social de la Ciudad, garante de todo el proceso del Plan Estratégico.







TRABAJAMOS EN



PARTICIPA



NOTICIAS



CONTACTO

Últimas entradas



Jornada de planificación estratégica en el Colegio Arquitectos

En la jornada de ayer, día 9 de mayo, tuvimos la fortuna de contar con un invitado de lujo en las Jornadas celebradas por el Colegio de Arquitectos de Almería, el Director de Estrategia de San Sebastián, Kepa Korta Murua,

[Leer más »](#)



La Planificación Estratégica en San Sebastián

El Colegio de Arquitectos ha organizado las jornadas «Planificación Estratégica en San Sebastián. Logros y Retos», y contará con la presencia del Director de Planificación Estratégica de San Sebastián, D. Kepa Korta. Os animamos a que os apuntéis a través

[Leer más »](#)



10º foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana

Asistimos en Málaga al décimo foro Greencities, para hablar de ciudades de futuro entre municipios, empresas y profesionales enfocados a la proyección de ciudades sostenibles, compartiendo experiencias con los redactores del informe de REDS sobre los indicadores de los Objetivos

[Leer más »](#)



Portal Web y RRSS de Plan Estratégico Almería 2030

3. DESARROLLO METODOLÓGICO DEL ANÁLISIS DIAGNÓSTICO

Las herramientas metodológicas y de participación utilizadas para la elaboración del Diagnóstico Estratégico de este Plan, son las que se recogen a continuación.

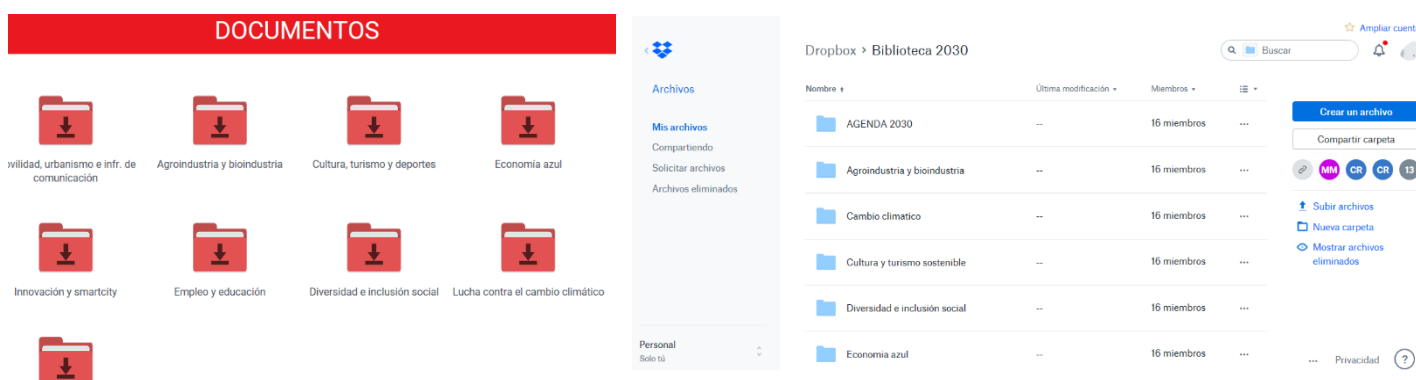
3.1. Análisis de Información Secundaria

Las fuentes de datos secundarias han ofrecido una valiosa información inicial, que ha permitido iniciar los procesos de debate en los grupos de trabajo.

En este apartado se ha tenido en cuenta la disponibilidad de información de los actores implicados en la realización del Proyecto, esto es: Ayuntamiento de Almería, Entes Intermedios, AUREN, Fundación Ciedes y la información aportada por todos los participantes en el Proyecto.

Se ha utilizado información muy valiosa, aportada por todos los entes implicados, sobre la realidad económica y social del municipio que ha sido clasificada según su utilidad para los Vectores. Entre la documentación utilizada, se puede destacar: Estrategia de Desarrollo Urbano Sostenible e Integrado de Almería, Plan de Movilidad Urbana Sostenible, Análisis de Campañas Hortofrutícolas, datos básicos del Turismo en Almería, Banderas Azules, Libro Blanco AndalucíaSmart para las ciudades y municipios de Andalucía, Programas Educativos Municipales, I Plan Municipal de Servicios Comunitarios, Prácticas Agroecológicas de Adaptación al Cambio Climático, Estrategia andaluza de desarrollo sostenible 2030, etc.).

Toda la información se ha volcado en un servicio de alojamiento de archivos multiplataforma en la nube, para que todos los agentes participantes pudiesen aportar y consultar dicha información. Así mismo, toda aquella información que se ha considerado relevante, se ha volcado en el Portal Web del Plan Estratégico en su apartado Documentos.



Clasificación de la documentación por carpetas en Web y Multiplataforma en la nube.

Otra importante fuente de información externa han sido las Bases de Datos y Estadísticas tanto públicas como privadas. Se ha prestado especial atención a las

publicaciones estadísticas e indicadores económicos y sociales de ámbito nacional y europeo, de organismos e instituciones como: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía; Instituto Nacional de Estadística; Eurostat (Estadística Unión Europea); Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI); etc.

3.2. Portal Web del Plan Estratégico

El Portal Web del Plan Estratégico (<https://Almería2030.es/>) contiene toda la información y noticias que afectan al Plan, un espacio de participación para realizar cuestionarios online de participación ciudadana, la documentación considerada relevante para su consulta, el enlace a las diferentes redes sociales del Plan, así como el contacto de la Oficina Técnica.

El plan de despliegue del diseño y definición de contenidos del Portal Web del Plan Estratégico se ha dividido en las siguientes fases:

- **Diseño y Programación frontend:**
 - **Diseño del frontend:** Se ha realizado una maqueta de disposición de contenidos del Portal Web.
 - **Configuración del frontend:** Adaptación mediante CSS, HTML y recursos gráficos (aportados previamente por el Ayuntamiento de Almería) de los elementos precisos para trasladar el diseño de las maquetas del proyecto al desarrollo en el servidor de preproducción.
- **Recopilación de información:** Recopilación de la información inicial que se ha utilizado en el Portal Web (documentos, tratamientos, imágenes o fotografías, etc....).
- **Volcado de contenidos:** Inserción de la totalidad de los contenidos mediante el uso del gestor de contenidos.
- **Validación:** Validación del Portal Web por parte de la Oficina Técnica. Tras estar operativo el Portal Web y con los contenidos apropiados, se ha realizado su puesta en marcha en el servidor de producción.

Para evitar posteriores problemas de propiedad, ha sido el Ayuntamiento de Almería el encargado de la contratación del dominio web y el hosting de almacenamiento.

3.3. Encuestas

Dentro de la formulación y articulación del Plan Estratégico Almería 2030, como en cualquier proceso de gestión territorial, es de vital importancia la incorporación de la

sociedad civil y su participación activa, tanto de la propia ciudadanía en general, como de los principales agentes sociales y económicos implicados en el territorio.

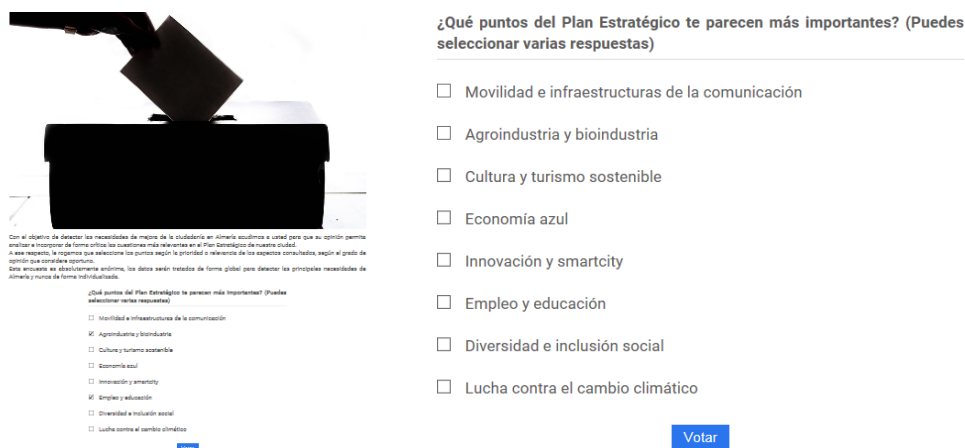
Para hacer partícipe a la ciudadanía en general, se han ido realizando encuestas, tanto online (a través de las RRSS y del portal Web del PEAL 2030), como presenciales en las jornadas efectuadas. Las encuestas se han utilizado para involucrar al mayor número de ciudadanos y ciudadanas posibles en el proceso de elaboración del Plan (proceso de co-creación) y se han intentado canalizar por vectores para seguir con la misma metodología de trabajo que con los agentes intervinientes en las mesas de participación.

Por otro lado, se han priorizado las encuestas online frente a las presenciales por varios motivos:

- Por la facilidad de acceso a las mismas por un elevado número de población (RRSS y portal Web).
- Por la inmediatez de resultados, prácticamente en tiempo real (RRSS y portal Web), lo que ha facilitado tanto el grado de análisis como la toma de decisiones.
- El ingreso a las RRSS y al portal Web potencia el conocimiento del Plan Estratégico en la ciudadanía y la conciencia de participación al acceder a los contenidos y noticias que se generan.

Por otro lado, se han realizado varias oleadas de encuestas conforme a las necesidades del Plan Estratégico, siendo las principales:

1. Establecer las preocupaciones e intereses de la ciudadanía de Almería en el ámbito 2030.
2. Detectar consensos en líneas estratégicas y proyectos motores que puedan transformar la ciudad de Almería.
3. Priorizar proyectos motores y medidas de actuación en el ámbito 2030.



¿Qué puntos del Plan Estratégico te parecen más importantes? (Puedes seleccionar varias respuestas)

☐ Movilidad e infraestructuras de la comunicación

☐ Agroindustria y bioindustria

☐ Cultura y turismo sostenible

☐ Economía azul

☐ Innovación y smartcity

☐ Empleo y educación

☐ Diversidad e inclusión social

☐ Lucha contra el cambio climático

Votar

Ejemplo de encuesta en la Web del Plan Estratégico Almería 2030

3.4. Entrevistas Estructuradas

En las entrevistas en profundidad a agentes implicados en los diferentes ámbitos de actuación para el desarrollo estratégico de la ciudad de Almería, cada individuo ha expresado libremente sus valores, creencias y actitudes sobre la situación actual y futura de su ámbito específico de experiencia para detectar problemáticas y consensuar

soluciones. Se han realizado entrevistas y sesiones de trabajo con aquellos agentes del territorio involucrados que afectan muy directamente a los ámbitos de actuación (académicos, agrupaciones empresariales, organismos oficiales, colectivos minoritarios, responsables políticos o técnicos de la administración, asociaciones de consumidores, etc.), teniendo especial cuidado en que las entrevistas tengan en la medida de lo posible, la mayor representatividad de los diferentes ámbitos.

Las personas a entrevistar se han acordado con la Oficina Técnica para responder a las necesidades de los distintos ámbitos de actuación delimitados. La solicitud de las entrevistas se ha realizado mediante la siguiente metodología de trabajo:

- Carta o mail de la Oficina Técnica a los stakeholders de interés.
- Llamadas telefónicas y en su defecto, mails, a los mismos para concertar cita.
- Realización de la entrevista.

The image displays three pages of a semi-structured interview model, titled 'Modelo de entrevista semiestructurada grupos Políticos V01'.

- Page 1 (Cover):** Features the Almería 2030 logo and the text 'Plan Estratégico de Almería 2030' and 'OFICINA TÉCNICA'.
- Page 2:** Contains the following sections:
 - 1. OBJEIVO DE LA ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA:** Explains the purpose of the interview.
 - 2. BLOQUE I: IDENTIFICACIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA:** Includes fields for '1.1. Grupo Político', '1.2. Nombre y Cargo de la persona entrevistada', and '1.3. Datos de Contacto (fño. y mail)'.
 - 3. BLOQUE II: SITUACIÓN GENERAL:** Includes a question about the current situation of the city of Almería and a large box for the 'Respuesta:'.
- Page 3:** Contains the following section:
 - 4. BLOQUE III: LÍNEAS GENERALES DE SU GRUPO POLÍTICO:** Includes a question about the group's lines or programs and a large box for the 'Respuesta:'.

Modelo de entrevista semiestructurada utilizada

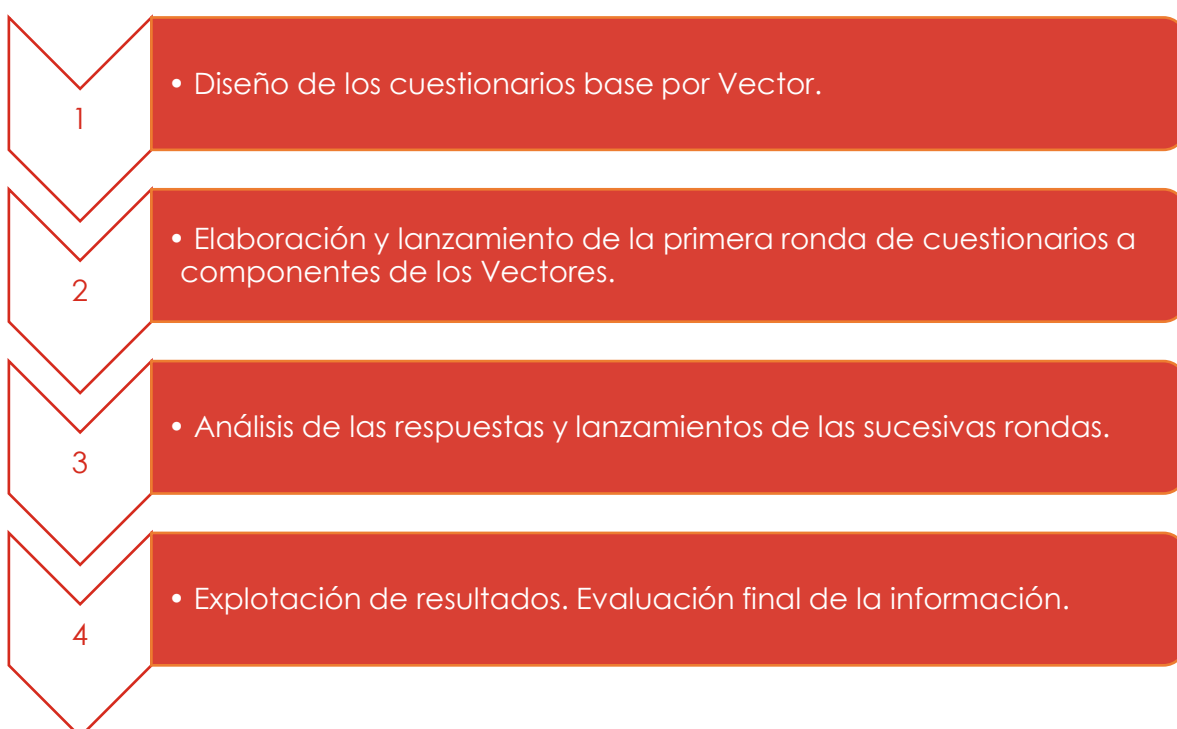
3.5. Panel de Expertos (Método Delphi)

Con el objetivo de establecer escenarios de opinión en la estrategia futura de la ciudad de Almería, se han llevado a cabo paneles de expertos en cada uno de los vectores para analizar las tendencias, detectar oportunidades y formular propuestas de actuación. Los Paneles de Expertos se han realizado bajo el método Delphi, un método de encuestación destinada a sondear a personas expertas para establecer los mejores escenarios de opinión en los ámbitos analizados.

El método Delphi se trata de un método de predicción, basado en un panel de expertos para obtener información precisa acerca del futuro. El panel se lleva a cabo de una manera anónima para evitar los efectos de "líderes". Las preguntas se refieren, por ejemplo, a las probabilidades de realización de hipótesis o de acontecimientos con relación al tema de estudio (que en nuestro caso sería el desarrollo futuro de la ciudad de Almería respecto a las competencias de cada uno de los vectores: movilidad e infraestructuras, agroindustria, economía azul, diversidad e inclusión social, etc.). Por lo tanto, en su conjunto, el método Delphi ha permitido prever las transformaciones más importantes que deben producirse en la ciudad de Almería en los próximos años.

En este caso, se ha consultado a las personas integrantes en los vectores, diversas acciones necesarias para desarrollar Almería en los distintos ámbitos de actuación.

De manera resumida los pasos que se han llevado a cabo para garantizar la calidad de los resultados, para lanzar y analizar la Delphi han sido los siguientes:



3.6. Mesas o Grupos de Trabajo

La elaboración de un proyecto que sienta las bases para transformar el futuro de una ciudad, requiere de un ambiente participativo, por lo que se han involucrado a los principales agentes de la zona que están implicados en los diferentes ámbitos de actuación, de forma que se han tematizado los grupos de trabajo.

Las Mesas o Grupos de Trabajo se han realizado según los Vectores identificados (empleo y educación, diversidad e inclusión social, agroindustria y bioindustria, 'economía azul', cultura y turismo sostenible, movilidad e infraestructuras de comunicación, innovación y 'smart city', y lucha contra el cambio climático).

Las Mesas o Grupos de Trabajo ha intentado contar con todos los estamentos de la sociedad con conocimiento o participación activa en cada uno de los ámbitos que afectan a los Vectores en cuestión (representantes de la empresa, la administración, el mundo académico, asociativo, etc.). Agentes que han permitido validar e interpretar la información obtenida para el Plan Estratégico, aportando tanto información como sus conocimientos en cuestiones tales como información estadística, estudios, debilidades y amenazas, principales necesidades a cubrir, proyectos estrella a desarrollar o la priorización de las líneas de actuación.

De este modo, y mediante métodos participativos, se ha conseguido que los agentes se sientan implicados en el Proyecto y conciban el Plan Estratégico como un producto propio. Si se sienten integrados y cómodos, se garantiza el éxito del proyecto ya que resulta más fácil orientar Plan Estratégico Almería 2030 hacia la corresponsabilidad público-privada, contribuyendo de esta forma a incrementar la sostenibilidad urbana.

Las Mesas o Grupos de trabajo, han estado conformados por:

I.MODERADOR / GUÍA: Utiliza un guion de discusión para dirigir el grupo, presenta adecuadamente las preguntas, responde neutralmente a los comentarios y estimula la participación del grupo (Oficina Técnica, AUREN y Fundación Ciedes).

II.OBSERVADORES: anotan las interacciones y observan las reacciones y los mensajes de los participantes (Oficina Técnica, AUREN y Fundación Ciedes).

III.PARTICIPANTES: entes representativos de los Vectores (administración, del mundo académico, la empresa privada, asociaciones vecinales...).

Se han realizado en una atmósfera tranquila e informal que ha estimulado la conversación., con una duración normalmente de entre dos y tres horas.



Imágenes de algunas de las Mesas de Trabajo realizadas

A continuación, se exponen las diferentes mesas y jornadas realizadas por los diferentes vectores:

| Fecha | Tipo | Alcance |
|----------|---|---|
| 26/07/16 | Reunión del Consejo Social de la Ciudad | Se habla entre otras cosas de Plan Estratégico, participación e ideas de futuro |
| 26/10/16 | Reunión del Consejo Social de la Ciudad | Se habla entre otras cosas de Plan Estratégico, avances |
| 2018 | Reuniones internas | Reuniones internas Área de Seguridad, Movilidad y Plan Estratégico y Empresa Municipal para el diseño de la oficina, incorporaciones de miembros de las mesas y coordinación. |
| 31/01/18 | Presentación Presidentes Vectores Plan | Se presentan los presidentes a la sociedad con los medios presentes. |
| 16/02/18 | Desayuno informativo con los medios | Mesa de trabajo para explicarle a los medios el plan, los actores que intervienen y su importancia para difundirlo y ayudar en la participación. |
| 27/02/18 | Reunión del Consejo Social de la Ciudad | Presentación de los coordinadores sectoriales del Plan Estratégico de la Ciudad |
| 24/05/18 | XXI Encuentro Planes Estratégicos | Asiste oficina Almería a Reunión Planes Estratégicos en Zaragoza |
| 19/09/18 | Reunión oficina EMA2030 y Consultora | Toma de contacto reunión Auren Spain y Oficina del Plan Estratégico Almería 2030 |
| 27/09/18 | Reunión oficina EMA2030 y Consultora | Avances en la estrategia de participación, eventos, actividades y metodología de las mesas de trabajo. |
| 03/04/19 | Presentación de la Fase 1 del Máster Plan Puerto Ciudad | Asistencia de la oficina a la Jornada – "Reflexión y Análisis comparado sobre la actuación Puerto-Ciudad de Almería" |
| 28/03/19 | 10º Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana | Asiste oficina Almería a 10º Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana en Málaga |
| 09/05/19 | Jornada Colegio de Arquitectos de Almería | Patrocinio de Almería 2030 – Planificación Estratégica en San Sebastián – Logros y Retos |
| 16/05/19 | XXII Encuentro Planes Estratégicos | Asiste oficina Almería a Reunión Planes Estratégicos en Zaragoza |

| Fecha | MOVILIDAD E INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN | Alcance |
|----------|---|---|
| 02/07/18 | Mesa Movilidad e Infraestructuras de Comunicación | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes |
| 24/01/19 | Mesa Movilidad e Infraestructuras de Comunicación | Mesa de trabajo |
| 11/12/18 | Mesa Movilidad e Infraestructuras de Comunicación | Mesa de Urbanismo |
| 14/03/19 | Jornadas Almería 2030: Una ciudad mirando al futuro | Reflexiones sobre las integraciones Puerto-Ciudad por Jerónimo Junquera – Urbanismo ecológico. Supermanzanas. Nueva movilidad y espacio público, por Salvador Rueda |

| Fecha | AGROINDUSTRIA Y BIOINDUSTRIA | Alcance |
|----------|--------------------------------------|---|
| 28/05/18 | Reunión interna del vector | Objetivo de realización DAFO del sector entre los miembros de la mesa. |
| 21/06/18 | Mesa de Agroindustria y Bioindustria | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes |
| 07/03/19 | Mesa de Agroindustria y Bioindustria | Introducción de la consultora del Plan Estratégico para dinámica de grupo, avance en la presentación de resultados de los indicadores más relevantes. |

| Fecha | CULTURA Y TURISMO SOSTENIBLE | Alcance |
|----------|--------------------------------------|--|
| 26/06/18 | Mesa de Cultura y Turismo Sostenible | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes |
| 22/01/19 | Mesa de Cultura y Turismo Sostenible | Mesa de trabajo y presentación de la consultora – Dinámica de grupo |
| 26/02/19 | Turismo Sostenible | Constitución de la mesa – Presentación de la consultora – Dinámica de grupo |
| 23/07/19 | Mesa de Cultura | Presentación del Pre-diagnóstico del sector, priorización de actuaciones y elección de indicadores |
| 03/09/19 | Mesa sectorial del Cine | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes – Dinámica de grupo. |
| 24/09/19 | Mesa sectorial del Comercio | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes – Dinámica de grupo. |
| 26/09/19 | Mesa sectorial del Deporte | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes – Dinámica de grupo. |

| Fecha | ECONOMÍA AZUL | Alcance |
|----------|---|---|
| 26/06/18 | Mesa de Economía Azul | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes – Dinámica de grupo. |
| 21/11/18 | Foro "Incyde School" – El emprendimiento con futuro | Con la participación del presidente de la mesa Trini Cabeo |
| 27/09/18 | Conferencia | Estrategias de Crecimiento y Economía Azul en Almería. Potencial y Desarrollo. - Jornada en Edif. Las Mariposas en Almería. |
| 30/01/19 | Jornada Economía Azul: IIº Blue Lab Energy | Capacidades e impacto de las energías renovables Marinas en Andalucía, en el PITA de Almería. |
| 19/02/19 | Mesa de Economía Azul | Intervención de la consultora con los datos más relevantes de la Economía Azul en Almería. |
| 26/09/19 | Mesa sectorial del Deporte | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes – Dinámica de grupo. |

| Fecha | INNOVACIÓN Y SMART CITY | Alcance |
|----------|---|---|
| 06/06/18 | Mesa de Innovación y Smart&City | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes – Dinámica de grupo. |
| 21/11/18 | Foro "Incyde School" – El emprendimiento con futuro | Con la participación del presidente de la mesa Ramón González. |
| 13/12/18 | Mesa de Innovación y Smart&City | Novedades y trabajos realizados – Dinámica de grupo y propuestas para la realización de Jornadas sobre Innovación y Smart Cities. |
| 04/07/19 | Mesa de Innovación y Smart&City | Debate de visión estratégica y propuestas concretas |

| Fecha | EMPLEO Y EDUCACIÓN | Alcance |
|----------|----------------------------|---|
| 18/06/18 | Mesa de Empleo y Educación | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes |
| 26/06/19 | Mesa de Empleo y Educación | Presentación de prediagnóstico y elaboración del DAFO |

| Fecha | DIVERSIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL | Alcance |
|----------|--|---|
| 14/06/18 | Mesa de diversidad e inclusión social | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes |
| 14/11/18 | Jornadas Almería 2030: Hacia la normalización Social | Mesas redondas – En pro de la cohesión social y ética y servicios sociales. |
| 05/02/19 | Mesa de diversidad e inclusión social | Presentación datos de diagnóstico y elección de indicadores – Diseño DAFO y dinámica de grupo |
| 21/03/19 | Mesa de diversidad e inclusión social | Intervención de la consultora y avance en el diagnóstico – Dinámica de trabajo sobre el DAFO. |

| Fecha | LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO | Alcance |
|----------|---------------------------------------|--|
| 21/05/18 | Mesa Lucha contra el cambio climático | Constitución formal del grupo y presentación de los integrantes |
| 28/11/18 | Mesa Lucha contra el cambio climático | Exposición concesionarias de Parques y Jardines, Plantas Residuos y Gestión del Agua – Intervenciones miembros de la mesa. |
| 01/04/19 | Mesa Lucha contra el cambio climático | Presentación de prediagnóstico – análisis de tráfico, consumo energía eléctrica y contaminación. |

3.7. Análisis D.A.F.O.

Con el objetivo de disponer de una visión global de la realidad que afecta a la ciudad de Almería en todos sus Vectores y que permita posteriormente establecer y priorizar actuaciones en el ámbito de la planificación estratégica, se ha utilizado una metodología de Análisis DAFO, determinando los factores estratégicos críticos tanto internos (fortalezas y debilidades) como externos (oportunidades).



Para la elaboración del DAFO se ha partido de las siguientes definiciones:

- **Debilidades:** factores internos que motivan una posición desfavorable respecto al desarrollo del Vector o frente a otras ciudades que son o pueden ser competencia en un ámbito concreto. Ej. Dotación de recursos insuficientes para ejecutar una actividad.
- **Amenazas:** factores externos que no son controlables y que tienen el potencial de afectar negativamente al desarrollo del Vector o la ciudad de Almería. Ej.: cambios en la legislación fuera del ámbito del Vector o de las competencias municipales que sean desfavorables.
- **Fortalezas:** factores internos que suponen una ventaja competitiva del Vector o de la ciudad frente a otras ciudades que son o pueden ser competencia en un ámbito concreto. Ej. una actividad donde se es líder o conforma un aspecto diferencial frente a otros.
- **Oportunidades:** factores externos, que, aunque no son controlables, suponen una posibilidad de mejora en el desarrollo del Vector o de la ciudad si se saben explotar. Ej. cambios tecnológicos que pueden suponer una ventaja para la situación actual del Vector o de la ciudad frente a terceros.

Igualmente, indicar que se han realizado matrices DAFO por cada uno de los Vectores de trabajo realizados, así como un DAFO global resaltando las ideas-fuerza principales.

ANÁLISIS DIAGNÓSTICO POR VECTORES

A continuación, se realiza una breve contextualización de la ciudad de Almería, así como un análisis tanto el marco externo como el marco interno por cada uno de los vectores de desarrollo establecidos, que lleve a definir los retos o aspectos críticos en cada vector y sus oportunidades de futuro. En el marco externo se analiza el marco estratégico en el ámbito europeo, nacional y autonómico. Por otra parte, en el marco interno se realiza un análisis cuantitativo y cualitativo y realizando análisis comparativos con otros territorios de la situación de algunos aspectos de interés, finalizando con un análisis D.A.F.O. por cada uno de los Vectores establecidos, para finalmente exponer un DAFO-CAME global resaltando las ideas-fuerza principales.

CONTEXTUALIZACIÓN

La ciudad de Almería, capital de la provincia homónima, se localiza en el extremo sureste de Andalucía. Configura una aglomeración urbana de cierta entidad que, según el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Almería (POTAUA), está conformada por los municipios de Almería, Benahadux, Gádor, Huércal de Almería, Níjar, Pechina, Rioja Santa Fe de Mondújar y Viator, es un territorio abierto al mar Mediterráneo, con 1.159 Km² de superficie, y una población de 263.380 habitantes, con una fuerte centralidad en la capital almeriense, donde se localiza la mayoría de la población (casi el 75%) y la práctica totalidad de los equipamientos supramunicipales.



FUENTE: Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Almería.

Pero esta situación no responde a la realidad del término municipal, puesto que, aunque el POTUAU no concibe a los municipios de Roquetas de Mar y de El Ejido, dentro de la aglomeración urbana de Almería, la realidad es que forman parte de su ámbito funcional, generando la mayor parte de los movimientos origen-destino de todo el territorio.

En este contexto, si sumamos estos dos importantes municipios dentro del ámbito funcional de Almería, la población total de dicha aglomeración ascendería a cerca de 450.000 habitantes (casi 200.000 habitantes más, significando el 65% del total de población provincial), y la ciudad de Almería pasaría del 75% al 44% de la población de la aglomeración urbana.

Este desarrollo exponencial de estos territorios, es una oportunidad para la ciudad de Almería, que debe potenciar aún más la centralidad y visualización como nexo de unión entre levante y poniente.

“La ciudad de Almería debe potenciar aún más la centralidad como capital provincial, nexo de unión entre el levante y el poniente almeriense”.

A nivel histórico, conforme se puede comprobar en la web del Ayuntamiento de Almería en su apartado “conoce Almería”, la ciudad de Almería ha experimentado numerosos vaivenes que la han llevado a ser lo que es hoy.

La ciudad fue fundada en el año 955 por los árabes, pero existen yacimientos que remontan su origen a tiempos prehistóricos, como el cerro donde actualmente se encuentra la Alcazaba, el cual puede ser de la Edad de Bronce. Posteriormente, fueron encontrados hallazgos fenicios y romanos, de éstos últimos aún se conservan restos de la antigua vía romana de Bayyana, a las afueras de la capital.

Cabe mencionar que, durante el periodo musulmán, fue cuando Almería alcanzó su máximo esplendor, especialmente en los siglos XI-XII, tras la caída del Califato de Córdoba. El legado más importante de esta época es la Alcazaba, así como otros restos como el de la Mezquita Mayor, los Aljibes Árabes o las murallas del Jairán.

Tras la toma de la ciudad por los Reyes Católicos, el 26 de diciembre de 1489, tanto en la ciudad como en la provincia de Almería, se produjo un retroceso y abandono, debido a que la ciudad estaba apartada de cualquier ruta comercial americana y, por otra parte, tuvieron lugar terremotos y ataques de piratas berberiscos y turcos, lo que produjo que la población mermara y se desplazaran hacia el interior.

El siglo XVII se inicia con una despoblación galopante, a la que hay que sumar terremotos, sequías y una costa bajo constante amenaza pirata. La repoblación cristiana, proveniente sobre todo de Jaén, Castilla-La Mancha, Levante, y Aragón es insuficiente y no logra repuntar la demografía de la ciudad ni la provincia. Las malas comunicaciones y el aislamiento siguen siendo los mismos de siglos atrás. A pesar de todo esto, se impulsó la actividad minera con las explotaciones de hierro en los Filabres, plomo en Gádor y mármol en Macael.

En el siglo XVIII, los gobernantes de la ciudad comenzaron a preocuparse por recabar información veraz sobre demografía, trabajo y emigración y se crearon agrupaciones culturales y sociales.

Hasta mediados y finales del siglo XIX, Almería no vuelve a alcanzar su prosperidad de antaño. Este crecimiento se debió al nacimiento del dinamismo social y económico que surgió gracias a la minería y el comercio de la uva que enriqueció a la burguesía. El siglo XIX también es denominado en Almería como el siglo de los avances geopolíticos, urbanísticos y de infraestructura. Se derruyeron las murallas de la ciudad en 1855, se urbanizaron los amplios perímetros monásticos recién desamortizados, dando lugar a la actual plaza de San Pedro. Se dotó la ciudad de un sistema de alcantarillado y agua potable, se trazaron nuevas calles, se abrió la nueva Puerta de Purchena y se construyó el Mercado Central.

Durante el siglo XX, la ciudad sufrió importantes transformaciones, dando paso a grandes edificios en pleno casco histórico. Además, hubo un crecimiento más allá de la Carretera de Ronda, llegando hasta la Vega de Acá y el Río Andarax.

En la primera etapa del siglo y hasta 1939, hubo pocos avances y muchas dificultades, como la emigración y falta de proyectos de futuro.

En 1960, la provincia de Almería tiene una de las rentas per cápita más bajas dentro del país. Sin embargo, durante esa década, la irrupción del turismo significa una tímida recuperación, no comparable a la de otras zonas turísticas de España, quizá debido a sus peores comunicaciones, que mejoró con la inauguración de aeropuerto de Almería, en 1968. A partir de ahí, la provincia comenzó un despegue económico, en la que las claves fueron el auge de la industria fílmica y el crecimiento del turismo, pero en mucha mayor medida, de la agricultura bajo plástico, que ha hecho de la provincia un referente mundial en agricultura.

“A partir de los años 60, Almería se convierte en un referente mundial gracias a los avances en la agricultura intensiva bajo plástico”.

Esta realidad nos ha llevado hasta nuestros días, donde Almería es una de las principales provincias exportadoras de frutas y hortalizas en España, siendo la Agroindustria uno de los principales motores de la economía local y uno de los mayores configuradores del territorio. Esta dinámica también ha llevado a Almería a crecimiento poblacional por encima de la media, pasando de los 86.680 habitantes en 1960 a los 201.780 habitantes que recoge el padrón a 1 de enero de 2020, acogiendo además a múltiples nacionalidades entre sus habitantes.

Así, en este documento se analiza el presente del T.M. de Almería, desde la óptica de 8 vectores de conocimiento, materias fundamentales para conocer el presente de la ciudad y para poner las bases de lo que será la planificación del futuro de Almería, un documento basado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que están marcando las agendas locales mundiales en cuanto a planificación estratégica.

Diagnóstico de Diversidad e Inclusión Social



ALMERÍA
CIUDAD



DIVERSIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL

1. INTRODUCCIÓN

Almería es una ciudad acogedora de diferentes culturas, religiones, identidades y razas que muestra un firme compromiso por continuar trabajando para conseguir un clima ciudadano de verdadera inclusión social, sustentado en el respeto a todas las personas y a la diversidad. Esta característica de su idiosincrasia puede ser una fuente de riqueza y un atractivo importante para estimular el rejuvenecimiento de su población activa, así como para la creación de espacios, servicios y alternativas de envejecimiento activo, acordes a un nuevo concepto de ciudad saludable, cuyo eje angular en la búsqueda permanente de las claves del bienestar ciudadano.

Para ayudar en este cometido, se ha puesto en marcha la **mesa-vector Diversidad e Inclusión Social**, donde con el trabajo conjunto se ha desarrollado una metodología de trabajo, de estudio y análisis de la situación actual para lograr la cohesión social, una Almería armónica donde todas las personas estén incluidas.

Esta mesa-vector, como su temática, es muy diversa. Está dirigida por María del Mar Esparza Conesa, psicóloga clínica en el grupo HLA, experta en estimulación temprana y patologías infantiles y Secretaría de la Asociación de padres, madres y protectores de personas con Discapacidad Intelectual en Almería (ASPAPROS).

En la mesa-vector están presentes distintos agentes del tercer sector: UNICEF, Cruz Roja, la Asociación Española contra el Cáncer, la Asociación de Personas con Discapacidad Verdiranxa, Cáritas Diocesana, el Centro de Evaluación y Rehabilitación Neuropsicológica de la Universidad de Almería (CERNEP), el Consejo Provincial de Mayores, Proyecto Hombre, la Asociación de padres, madres y protectores de personas con Discapacidad Intelectual en Almería (ASPAPROS), Iglesia Evangelista el colectivo LGBTI COLEGA Almería, la Liga Española de la Educación y la Unión de Rugby Almería (URA Clan), que dispone de una sección de rugby inclusivo, la Asociación ANDA de niños con discapacidad, la Asociación de Familias Numerosas, Asociaciones de Autismo como ALTEA, DARATA y TRADE, la Asociación de Celíacos, la Asociación de Dislexia y otras dificultades de Aprendizaje (AXDIAL) Centros Especiales de Empleo como PROILABAL, Asociaciones Socioculturales como Mesón Gitano, la Fundación Diagrama, la Asociación Española para la Investigación y Ayuda del Síndrome de Wolfram, Movimiento por la Paz, así como Asociaciones de Vecinos y el Área de Familia e Igualdad del Ayuntamiento, entre otros.

Este grupo de trabajo se constituyó formalmente el 14 de junio de 2018, en una jornada donde se planteó la metodología de trabajo y se presentaron los integrantes y su primera visión sobre el estado de la diversidad e inclusión social en Almería.

Como instrumento para visualizar la temática, el 14 de noviembre de 2018, se celebraron las *Jornadas Almería 2030: Hacia la Normalización Social*, donde se celebraron diversas mesas redondas en pro de la cohesión social y ética y servicios sociales en la ciudad de Almería.

Posteriormente, el 15 de febrero de 2019, se realizó una mesa de trabajo del grupo para presentar datos previos para el diagnóstico y empezar a seleccionar indicadores y diseñar la matriz D.A.F.O. del vector. El 21 de marzo de 2019, el grupo se volvió a reunir en una mesa de trabajo para avanzar en el diagnóstico y priorizar tanto el análisis D.A.F.O. del vector.

Se trata de un vector fundamental para el correcto desarrollo de ciudad, como una ciudad amable para sus gentes. A lo largo de estos meses de trabajo, se han mantenido reuniones, jornadas y, de cara a obtener información cualitativa sobre los principales aspectos del vector, se ha realizado un Panel de Expertos bajo el método Delphi, con el objetivo de detectar las posibilidades y los límites de la diversidad y la inclusión social en Almería como clave y referencia de su desarrollo armónico (mejora en las condiciones residenciales, sentido de pertenencia, ocio inclusivo, etc.) y vislumbrar las estrategias a seguir.

A su vez, este vector tiene mucha relación con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con los que el *Plan Estratégico Almería 2030* está tan comprometido para transformar y mejorar el mundo donde vivimos. Concretamente, este vector está relacionado directamente con los siguientes ODS:

- ODS 1: Fin de la pobreza.
- ODS 2: Hambre cero.
- ODS 3: Salud y bienestar.
- ODS 5: Igualdad de género.
- ODS 10: Reducción de desigualdades.

“Este vector trabaja con el objetivo general de promover la inclusión social y luchar contra la pobreza y cualquier forma de discriminación en la ciudad de Almería”

2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR

Para realizar el análisis externo de la ciudad de Almería en materia de diversidad e inclusión social, se ha determinado el marco de referencia básico europeo, nacional y regional, en el que se incluyen las normativas, tratados, políticas y líneas de financiación, junto con el alineamiento que hace la ciudad de Almería en esta materia con el marco anteriormente indicado. En el siguiente cuadro se enumeran los documentos que han de ser tenidos en cuenta a la hora de analizar este vector.

| Ámbito | Marco Estratégico y Legislativo | Entidad |
|--------|--|------------------------------|
| Europa | Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social. | Comisión Europea |
| | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). | Naciones Unidas |
| | Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social. | Comisión Europea |
| | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). | Naciones Unidas |
| | Fondo de Ayuda Europea a las personas más desfavorecidas 2014-2020. | Comisión Europea |
| | Convención de la ONU sobre los derechos de las personas con discapacidad. | Internacional |
| | Directiva 2000/78/CE del Consejo de 27 de noviembre de 2000 relativa al establecimiento de un marco general para la igualdad de trato en el empleo y la ocupación. | Unión Europea |
| | Pilar Europeo de Derechos Sociales <ul style="list-style-type: none"> Los 20 principios del Pilar de Derechos Sociales. Tendencias clave económicas, de empleo y sociales detrás del Pilar Europeo de Derechos Sociales. | Comisión Europea |
| | Paquete de Inversión Social (Social Investment Package) | Comisión Europea |
| | Convención Anual para el crecimiento inclusivo 2018 (Annual Convention for Inclusive Growth 2018) | Comisión Europea |
| | Nueva agenda de capacidades para Europa (New Skills Agenda for Europe) | Comisión Europea |
| | Estrategia de la UE en materia de lucha contra la droga (2013-2020) | Comisión Europea |
| | Observatorio Europeo de la Droga y las Toxicomanías (EMCDDA) | Comisión Europea |
| España | Real Decreto 1276/2011, de 16 de septiembre, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad. | Ministerio de la Presidencia |

| | |
|--|--|
| Ley 39/2006, de 14 de diciembre, de Promoción de la Autonomía Personal y Atención a las personas en situación de dependencia. | Gobierno de España |
| Rentas Mínimas de Inserción (Informe Anual de Rentas Mínimas). | Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social |
| Estrategia Nacional Integral para Personas Sin Hogar 2015-2020 | Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social |
| Plan Integral de Apoyo a la Familia 2015-2017. | Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad |
| Plan Nacional de Acción para la Inclusión Social 2013-2016 | Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad |
| II PENIA (II Plan Estratégico Nacional de Infancia y Adolescencia 2013-2016). | Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad |
| Percepción de la Discriminación en España. Distribuciones Marginales. Año 2013 | Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) |
| Estrategia Nacional para la Inclusión Social de la Población Gitana en España 2012-2020. | Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad |
| Estrategia Estatal del Voluntariado 2010-2014. | Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad |
| Real Decreto Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social. | Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad |
| Ley 26/2011, de 1 de agosto, de adaptación normativa de la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. | Gobierno de España |
| Estrategia Nacional de Prevención y Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social 2019-2023 | Ministerio de Sanidad, Consumo y bienestar Social |
| Crédito de Lucha contra la Pobreza Infantil y Apoyo a la Familia y la Infancia | Ministerio de Sanidad, Consumo y bienestar Social |
| Plan Concertado de Prestaciones Básicas de Servicios Sociales en Corporaciones Locales 2016-2017 | Ministerio de Sanidad, Consumo y bienestar Social |
| Estrategia Estatal del Voluntariado 2010-2014 | Ministerio de Sanidad, Consumo y bienestar Social |
| Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024 | Ministerio de Sanidad, Consumo y bienestar Social |

| | | |
|------------------|--|---|
| Andalucía | Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social (ERACIS). Intervención en Zonas Desfavorecidas. | Consejería de Igualdad y Políticas Sociales |
| | Plan Integral para la Inclusión de la Comunidad Gitana 2017-2020. | Consejería de Igualdad y Políticas Sociales |
| | II Plan de Infancia y Adolescencia de Andalucía 2016-2020. | Consejería de Igualdad y Políticas Sociales |
| | III Plan Integral para la Inmigración en Andalucía Horizonte 2016. | Consejería de Justicia e Interior |
| | Plan Andaluz de Cooperación para el Desarrollo 2015-2018. | Consejería de Igualdad y Políticas Sociales |
| | Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y la Atención a las Personas con Discapacidad en Andalucía. | Gobierno de Andalucía |
| | Ley 9/2016, de 27 de diciembre, de Servicios Sociales de Andalucía. | Gobierno de Andalucía |
| | Estudio sobre necesidades formativas de los equipos profesionales de Servicios Sociales Comunitarios de Andalucía. | Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación |
| | Guía para la Integración Transversal de la Perspectiva de Género. Materia: Comunidad Gitana. | Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación |
| | I Plan de Igualdad. | Agencia de Servicios Sociales y Dependencia de Andalucía |
| | Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social. Intervención en Zonas Desfavorecidas (ERACIS). | Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación |
| | I Plan Andaluz de Atención Integral a Personas Menores de 6 años en situación de dependencia o en riesgo de desarrollarla 2017-2020. | Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación |
| | I Plan Andaluz de Promoción de la Autonomía Personal y Prevención de la Dependencia 2016-2020. | Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación |
| | Protocolo andaluz para la actuación sanitaria ante la violencia de género. | Consejería de Salud y Familias |
| | III Plan Andaluz sobre Drogas y Adicciones (2016-2021) | Consejería de Igualdad y Políticas Sociales |
| Almería (Ciudad) | I Plan Municipal de Servicios Sociales Comunitarios 2018-2022. | Ayuntamiento de Almería |
| | Plan de Acción Local – Proyecto Europeo ROMANET. | Ayuntamiento de Almería y ROMANET |
| | I Plan Municipal de Discapacidad 2011/2013. | Ayuntamiento de Almería |

| | | |
|--|--|-------------------------|
| | I Plan Local de Intervención de Zonas Desfavorecidas. | Ayuntamiento de Almería |
| | III Plan Municipal sobre Drogas y Adicciones 2017-2020 | Ayuntamiento de Almería |

En este contexto, la Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador establece metas para sacar por lo menos a veinte millones de personas de la pobreza y la exclusión social y aumentar al 75% la tasa de empleo del grupo de personas con edades comprendidas entre 20 y 64 años. Las iniciativas emblemáticas de la Estrategia Europa 2020, y en especial la Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social y la Agenda de Nuevas Cualificaciones y Empleos, favorecen los esfuerzos para alcanzar esas metas.

“La Estrategia Europa 2020 para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador establece metas para sacar por lo menos a veinte millones de personas de la pobreza y la exclusión social y aumentar al 75% la tasa de empleo del grupo de personas con edades comprendidas entre 20 y 64 años”

3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR

En este apartado se analiza la caracterización de la población de la ciudad de Almería, y se recogen los ámbitos de conflictividad social, bolsas de pobreza y exclusión social, así como información sobre el colectivo gitano en el municipio.



3.1 POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ALMERÍA

El primer aspecto que hay que tratar en cualquier Plan Estratégico de Ciudad son las personas. Por ello, es necesario realizar un primer análisis poblacional que defina su dimensión y características.

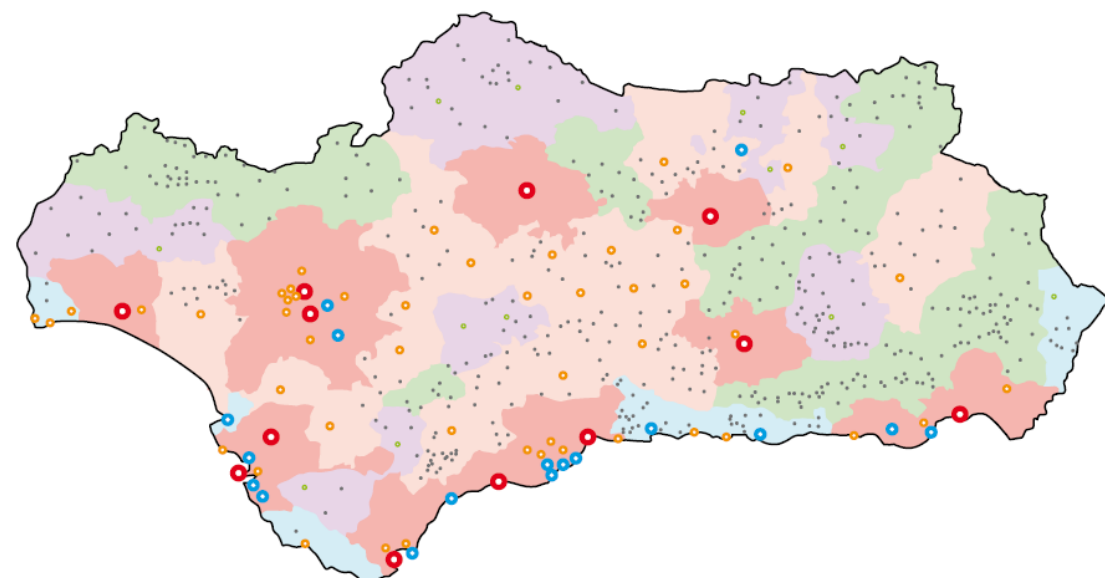
Conforme al Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA), que es el sistema urbano de referencia utilizado por la Agenda Urbana de Andalucía, el instrumento para la generación y coordinación de políticas urbanas en el ámbito de la Comunidad Autónoma, Almería conforma, junto a El Ejido, un Área Metropolitana.

La Agenda Urbana de Andalucía entiende las áreas metropolitanas como la expresión de la nueva escala y organización de la ciudad en las sociedades contemporáneas, constituyendo los ámbitos reales del espacio de vida de sus habitantes y de organización funcional de sus actividades y recursos.

En Andalucía, este sistema urbano está conformado por 10 ámbitos (Almería-El Ejido, Bahía de Algeciras, Bahía de Cádiz-Jerez, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Costa del Sol y Sevilla) y aglutina a 195 municipios. Su peso en términos poblacionales es esencial en el conjunto andaluz, concentrando a 5.762.091 personas, lo que representa casi el 70% de la población andaluza en el año 2017.

Tomando como referencia el año 2001, la población de las áreas metropolitanas andaluzas ha venido incrementándose hasta el año 2012, año a partir del cual su tamaño poblacional se mantiene prácticamente estable. Si bien todas ellas presentan en el periodo 2001-2017 Tasas de Crecimiento Anual Medio positivas, éstas son superiores en las áreas metropolitanas de Granada y especialmente en Almería-El Ejido,

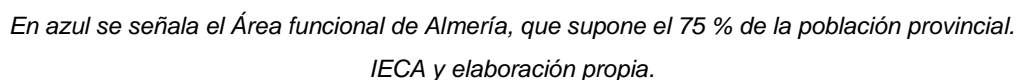
Málaga y Costa del Sol, lo que puede estar relacionado con procesos de crecimiento de los ámbitos de tipo litoral.



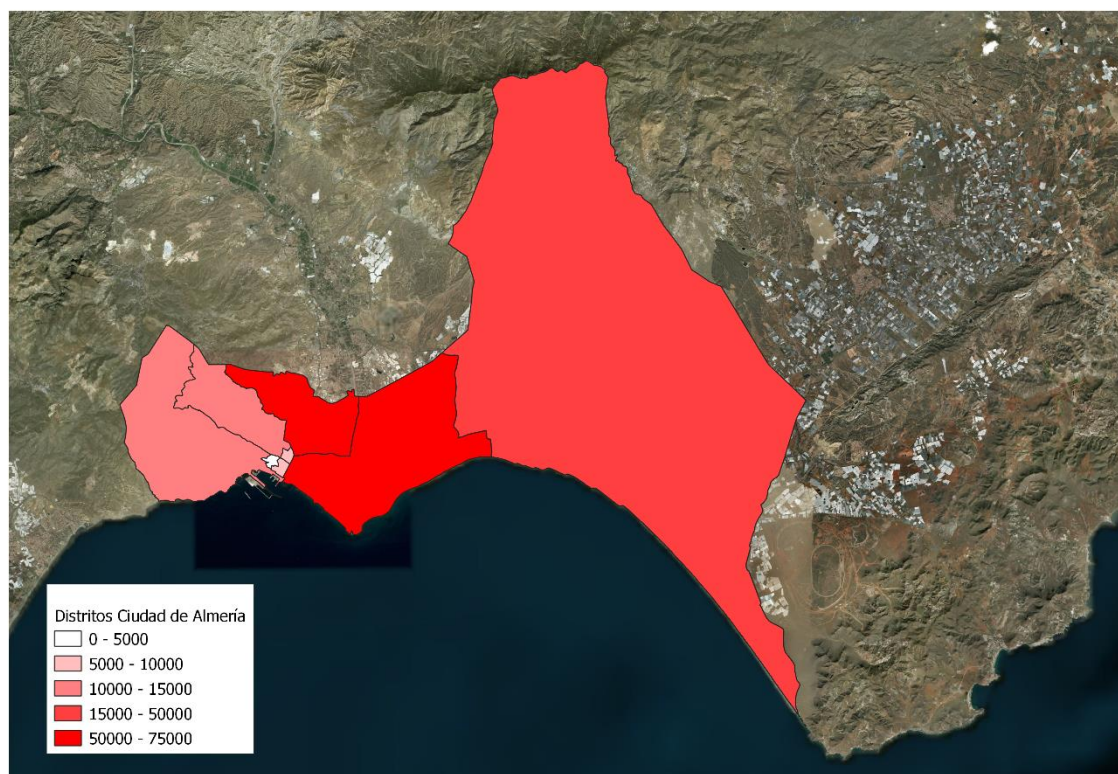
| ELEMENTOS DEL SISTEMA URBANO DE REFERENCIA PARA LA AGENDA URBANA | SISTEMAS TERRITORIALES DE ASENTAMIENTOS RURALES SIN CENTRO URBANO |
|---|--|
| <p>Área metropolitana</p> <p>Más de 100.000 hab.</p> <p>De 50.000 a 100.000 hab.</p> <p>De 20.000 a 50.000 hab.</p> <p>Centros urbanos comarcales de 10.000 a 20.000 hab.</p> <p>Resto de cabeceras municipales</p> | <p>Sistemas de ciudades medias interiores</p> <p>Sistemas de ciudades medias litorales</p> <p>Sistemas de asentamientos rurales con centro urbano</p> <p>Sistemas de asentamientos rurales sin centro urbano</p> |

Elementos del Sistema Urbano de Referencia para la Agenda Urbana de Andalucía.

El área metropolitana de Almería supera los 263.000 habitantes, residiendo el 75% en la capital (pero si se incluyen los municipios de El Ejido y Roquetas de Mar, como municipios que realmente están dentro del Área Funcional de Almería, la población superaría los 500.000 habitantes, lo que supone el 75% del total provincial y la ciudad de Almería tendría el 44% de la población de esta área funcional).



En las tablas y el mapa siguientes se puede comprobar cómo son los distritos 6 y 7, con más de 65.000 personas cada uno, los más poblados de la capital almeriense. En cambio, es el Distrito 1 (Casco Histórico), es que tiene menor población con apenas 3.230 habitantes.



Población por Distritos en la Ciudad de Almería.

IECA y elaboración propia.

A continuación, se recogen las características más importantes de dicha población, en el núcleo de Almería:

Población según Género

Hombres: 96.995 (48,9%)

Mujeres: 101.538 (51,1%)

Población según edad

< 20 años: 21,94%

> 65 años: 15,10%

Edad media: 39,8 años

Población Extranjera

Extranjeros: 21.196 (10,7%)

Principal procedencia:
Marruecos (52,84% respecto al total de extranjeros)

Evolución

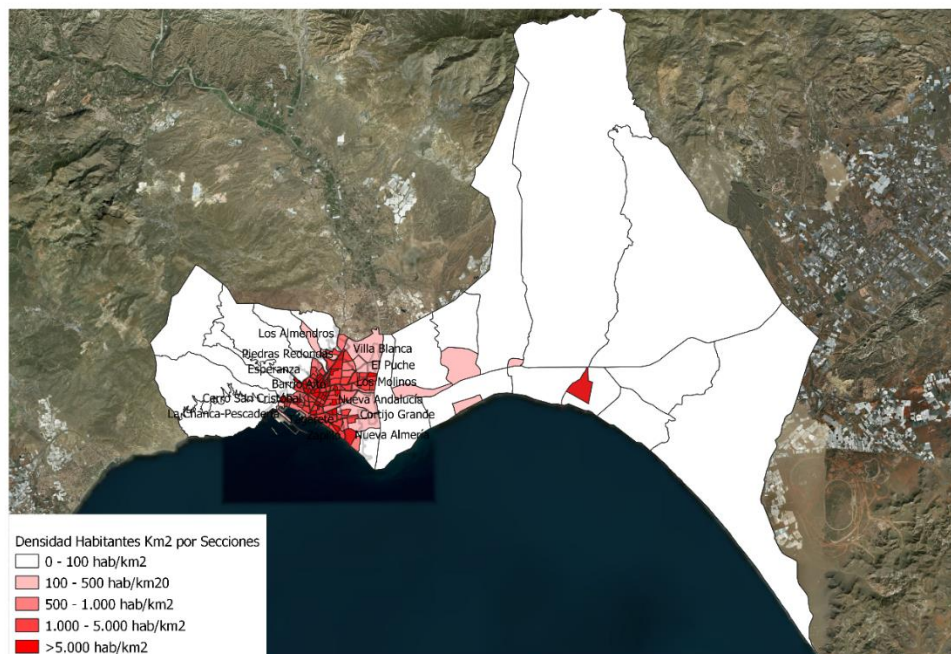
En los últimos diez años se ha producido un incremento de la población del 5,15%.

| Padrón 2019 | Población total | % | Población Nacional | % | Población Extranjera | % |
|------------------------|-----------------|---------------|--------------------|--------------|----------------------|--------------|
| Distrito 01 de Almería | 3.230 | 1,6% | 2.934 | 90,8% | 296 | 9,2% |
| Distrito 02 de Almería | 6.363 | 3,2% | 6.054 | 95,1% | 309 | 4,9% |
| Distrito 03 de Almería | 11.422 | 5,8% | 9.816 | 85,9% | 1.606 | 14,1% |
| Distrito 04 de Almería | 6.841 | 3,4% | 6.363 | 93,0% | 478 | 7,0% |
| Distrito 05 de Almería | 14.217 | 7,2% | 12.076 | 84,9% | 2.141 | 15,1% |
| Distrito 06 de Almería | 65.642 | 33,1% | 57.725 | 87,9% | 7.917 | 12,1% |
| Distrito 07 de Almería | 74.106 | 37,3% | 68.278 | 92,1% | 5.828 | 7,9% |
| Distrito 08 de Almería | 16.712 | 8,4% | 14.091 | 84,3% | 2.621 | 15,7% |
| Almería | 198.553 | 100,0% | 177.337 | 89,3% | 21.196 | 10,7% |

INE. Padrón 2019. Elaboración Propia.

Analizando la desagregación de la población por núcleos de Almería conforme al Nomenclátor de Población del Padrón Continuo por Unidad Poblacional a 1 de enero de 2019, ésta se distribuye en 19 núcleos de población (además de los diseminados) y el 84,6% de ella se localiza en el núcleo urbano de la ciudad, lo que evidencia su peso específico en la población de la ciudad.

De hecho, si se realiza un análisis más detallado por secciones censales, comprobamos cuales son las zonas más densamente pobladas en Almería, que corresponden efectivamente con el núcleo urbano de la ciudad.



Densidad de población por secciones censales. IECA y elaboración propia.

Esta atomización en 19 núcleos poblacionales tan dispares en tamaño y en ubicación (algunos interiores, otros de costa...), unido a su dimensión (296 Km²), supone una dificultad añadida para atender a la población y dotarla de servicios homogéneamente.

“Un Término Municipal tan grande en tamaño (296 Km²) y con 19 núcleos tan dispares en tamaño y en ubicación (algunos interiores, otros de costa...), supone una dificultad añadida para atender a la población y dotarla de servicios homogéneamente”

| NÚCLEOS | POBLACIÓN ¹ | % |
|----------------------------|------------------------|--------|
| ALMERÍA | 167.634 | 84,44% |
| ALQUIÁN (EL) | 5.869 | 2,96% |
| BOBAR (EL) | 46 | 0,02% |
| CABO DE GATA Y LAS SALINAS | 1.673 | 0,84% |
| CAÑADA DE SAN URBANO (LA) | 9.248 | 4,66% |
| CASTELL DEL REY | 178 | 0,09% |
| COSTACABANA | 1.434 | 0,72% |
| CUEVAS DE LOS MEDINAS | 430 | 0,22% |
| CUEVAS DE LOS ÚBEDAS | 29 | 0,01% |
| GARROFA (LA) | 3 | 0,002% |
| ISLA DE ALBORÁN | - | - |
| MAMÍ (EL) | 59 | 0,03% |
| MAZARRUQUELLE | 14 | 0,01% |
| RAMBLA DE MORALES | 8 | 0,004% |
| RETAMAR | 8.458 | 4,26% |
| LOMA CABRERA | 2.711 | 1,37% |
| PUJAIRE | 97 | 0,05% |
| RUESCAS | 134 | 0,07% |

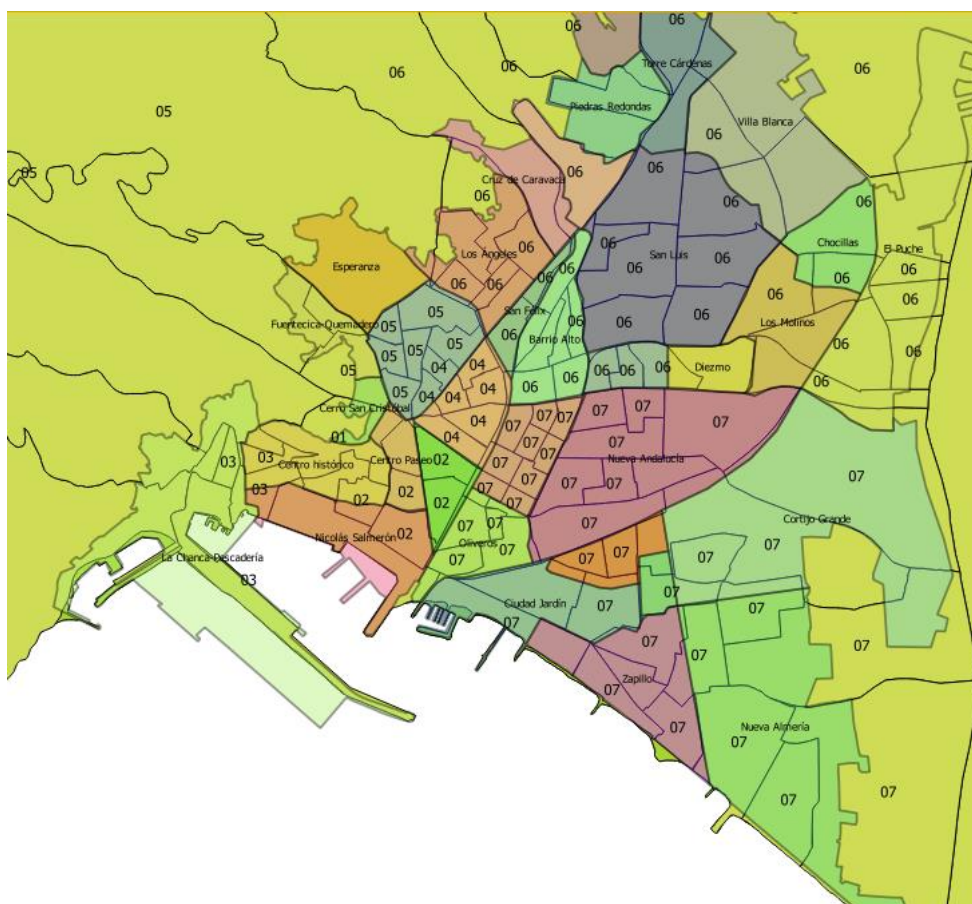
¹ Se han incluido la población de los diseminados a cada uno de los 17 núcleos.

| | | |
|----------------------------|---------|-------|
| VENTA GASPAR | 508 | 0,26% |
| TOTAL MUNICIPIO DE ALMERÍA | 198.533 | 100% |

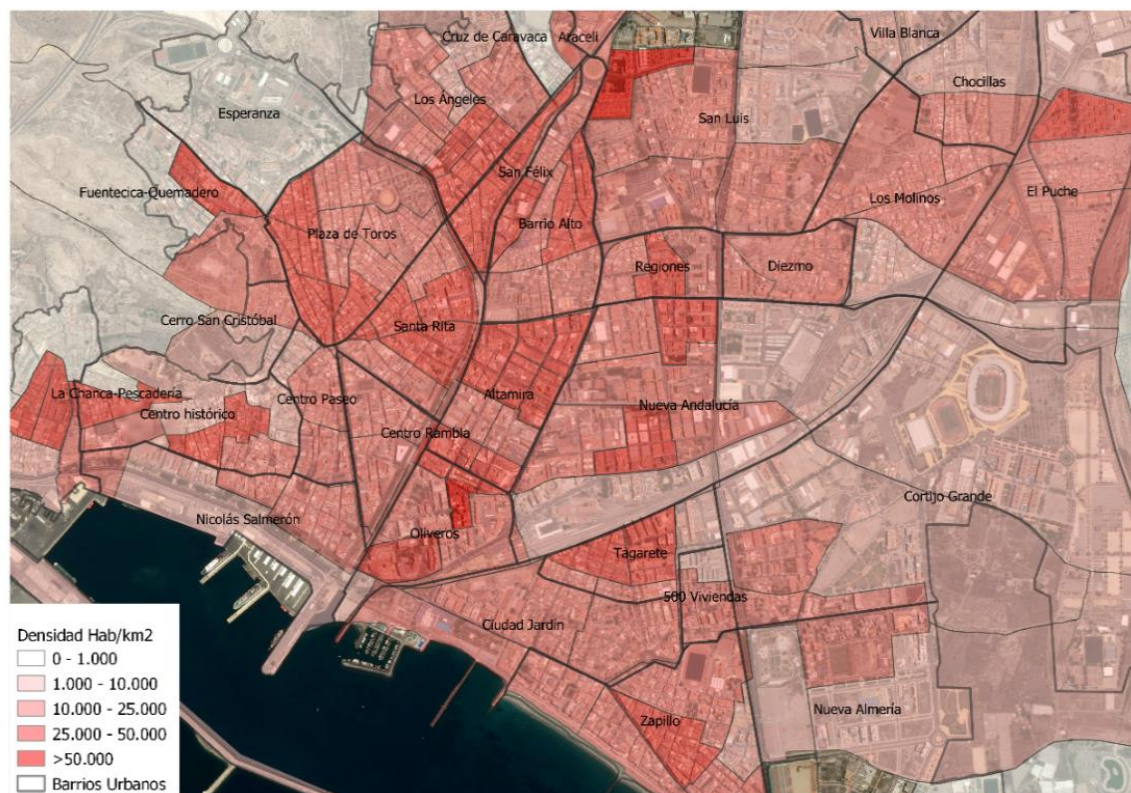
INE. Nomenclátor de Población del Padrón Continuo por Unidad Poblacional a 1 de enero de 2019.

“La población del municipio de Almería asciende a casi 200.000 habitantes (dato de 2019), de los cuales el 84,5% se localiza en el núcleo urbano de la ciudad, estando el resto disperso en 19 núcleos de población diferenciados. Tampoco existe una división clara de los Barrios, lo que dificulta la acción conjunta”

Esta densidad poblacional del núcleo urbano de Almería varía a su vez según barrios, siendo algunos de los más densamente poblados los de Altamira, Santa Rita, Oliveros, El Zapillo, Tagarete, San Luís, El Puche o Nueva Andalucía, superando los 25.000 habitantes por km².



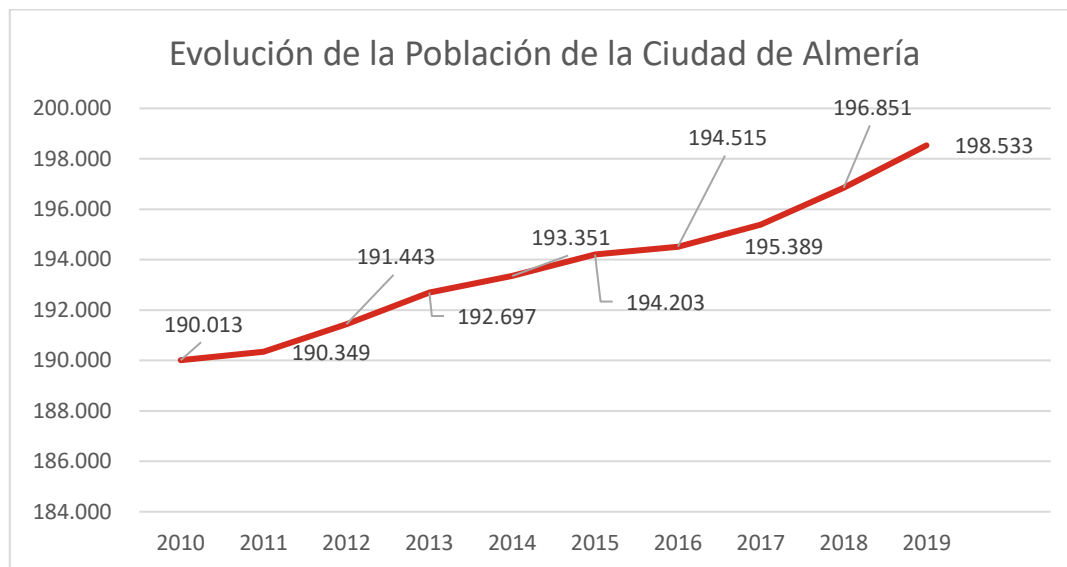
Barrios de Almería (y Distrito Censal correspondiente) según IECA. Elaboración propia.



Densidad de población según Barrios Urbanos de Almería según IECA. Elaboración propia.

Además, la población de Almería es la capital de provincia que más porcentaje de crecimiento tiene con respecto a las capitales de provincia de Andalucía y dentro del contexto nacional. Conforme se observa en el gráfico siguiente, Almería ha experimentado un moderado crecimiento positivo del 4,5% desde el año 2010 hasta el año 2019. Un crecimiento superior al experimentado por la provincia en su conjunto (+ 3,1%), aunque algo inferior al de la Comunidad Autónoma andaluza (+ 6,2%).

“Almería es la capital de provincia que más porcentaje de crecimiento tiene con respecto a las capitales de provincia de Andalucía y dentro del contexto nacional”



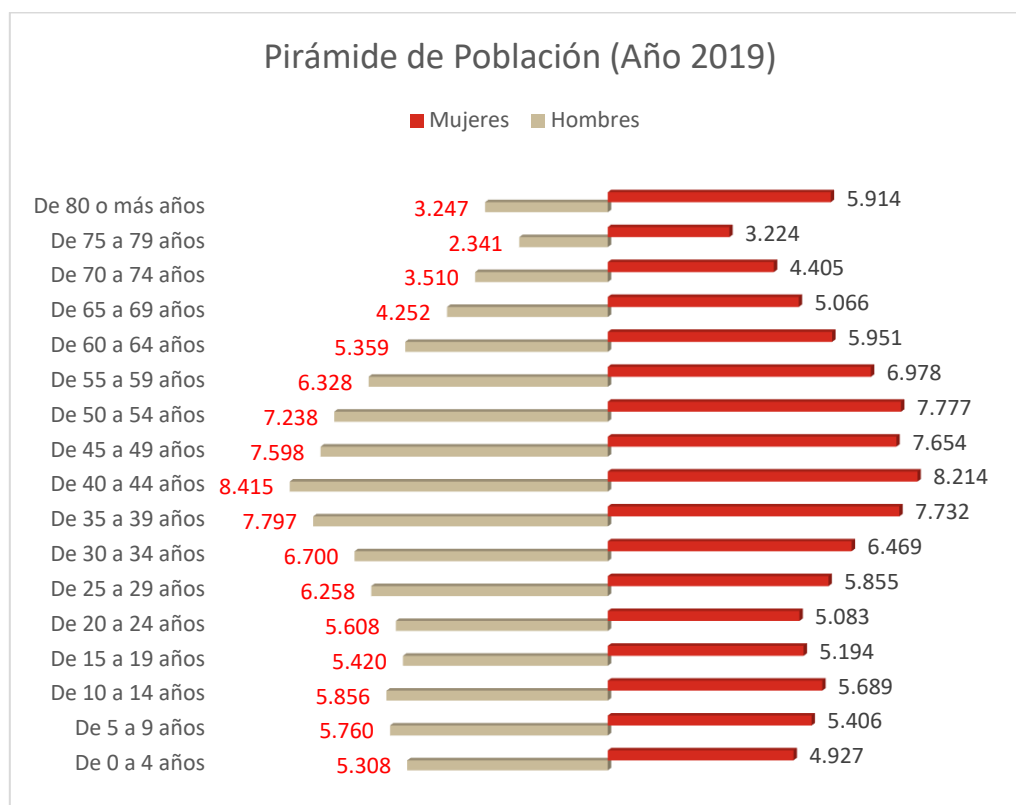
Plan Local de Intervención en Zonas Desfavorecidas. 2018. Actualizado con información del Padrón de Habitantes del INE.

Por género, en el municipio de Almería el 51,4% de la población son mujeres, frente al 48,6% que son hombres, lo que refleja similitudes generales a otros muchos centros poblacionales, por lo que no es una particularidad destacable.

Por edad, destaca que el mayor número de población se sitúa en la mitad de la tabla, en concreto, entre la franja comprendida en el grupo de 40 a 44 años, que representa el 8,29% del total de la población de Almería. Por otro lado, el porcentaje de niños y jóvenes (de 0 a 14 años), representa el 16,79%, mientras que el porcentaje de la población mayor de 65 años es 15,58%.

Como se observa en el gráfico adjunto, la pirámide de población crece de forma regresiva, tal y como corresponde a las ciudades desarrolladas, caracterizadas por tener una población madura que tiende hacia el envejecimiento, aunque el porcentaje de niños y adolescentes es algo mayor que el de personas mayores de 65 años.

“Almería, sigue la misma tendencia que otras ciudades desarrolladas, las cuales se caracterizan por tener una población madura que tiende hacia el envejecimiento y una tasa de niños y adolescentes, ligeramente superior a los mayores de 65 años”



Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Explotación del Padrón municipal de habitantes del INE. Año 2019. Elaboración propia.

En cuanto a las tasas demográficas, tal y como se indica en el Plan de Intervención de Zonas Desfavorecidas de Almería, las tasas del municipio son similares a las de la provincia debido, en parte, al peso que tiene la masa de población que habita en el municipio de Almería respecto a los que habitan en la provincia.

| TASAS DEMOGRÁFICAS | ALMERÍA (MUNICIPIO) | ALMERÍA (PROVINCIA) | ANDALUCÍA |
|---|---------------------|---------------------|-----------|
| Tasa de Juventud | 16,6% | 17,0% | 15,7% |
| Índice de Vejez | 16,1% | 14,7% | 17,1% |
| Índice de Maternidad | 22,36% | 23,08% | 20,53% |
| Índice de Tendencia | 90,99% | 91,38% | 85,03% |
| Índice de Reemplazo | 106,6% | 99,8% | 108,2% |
| Índice de Dependencia | 48,6% | 46,4% | 48,6% |
| Índice de Renovación de la Población Activa | 106,6% | 99,8% | 108,2% |

Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Último dato disponible para Índice de Maternidad y de Tendencia año 2018, para el resto de Índices, año 2019. Elaboración Propia.

Como se puede comprobar en la tabla anterior, las tasas que resultan más dispares respecto a la provincia de Almería, es el Índice de Reemplazo y el de Renovación de la Población Activa (relaciona el tamaño de los grupos en edad de incorporarse a la actividad con aquellos en los que se produce la salida) siendo en la ciudad de Almería, mayores que en la provincia. Esto quiere decir que la capacidad de la ciudad de Almería para sustituir a los individuos que se jubilan, es mayor que en el global de la provincia, por lo que será un aspecto a tener en cuenta de cara a dinamizar el mercado de trabajo.

Esta tendencia al envejecimiento, provocada por el continuo aumento de la esperanza de vida y las bajas tasa de natalidad, se vislumbra de igual manera en las proyecciones de población, donde se prevé una proyección moderada de la población de la ciudad de Almería hasta 2040, con un incremento de población que ronda el 3%, y donde la población adulta se estima un crecimiento del 4%, que la convierte en una población bastante envejecida (por encima de la media europea y provincial), con casi el 28% de la misma por encima de los 65 años.

| Territorio | UE | España | Provincia Almería | Almería Ciudad |
|--------------------------------------|-------|--------|-------------------|----------------|
| % Población mayor de 65 años en 2040 | 27,1% | 30,2% | 25,8% | 27,9% |

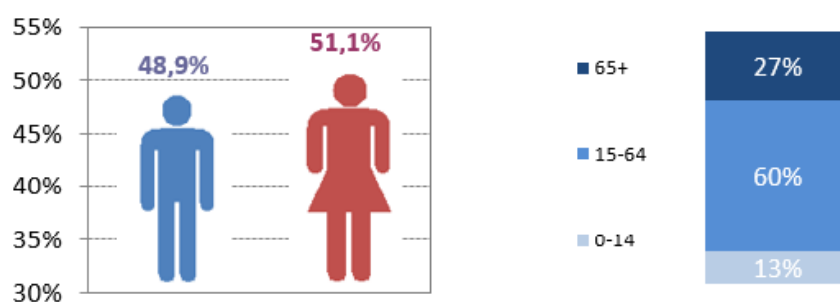
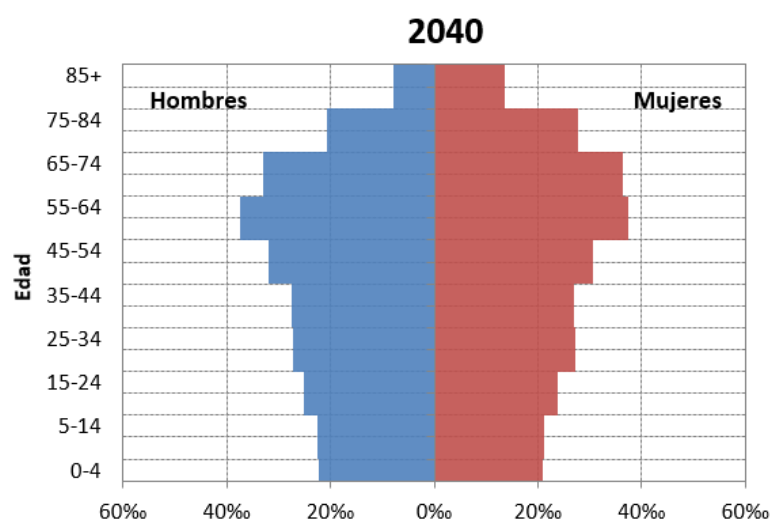
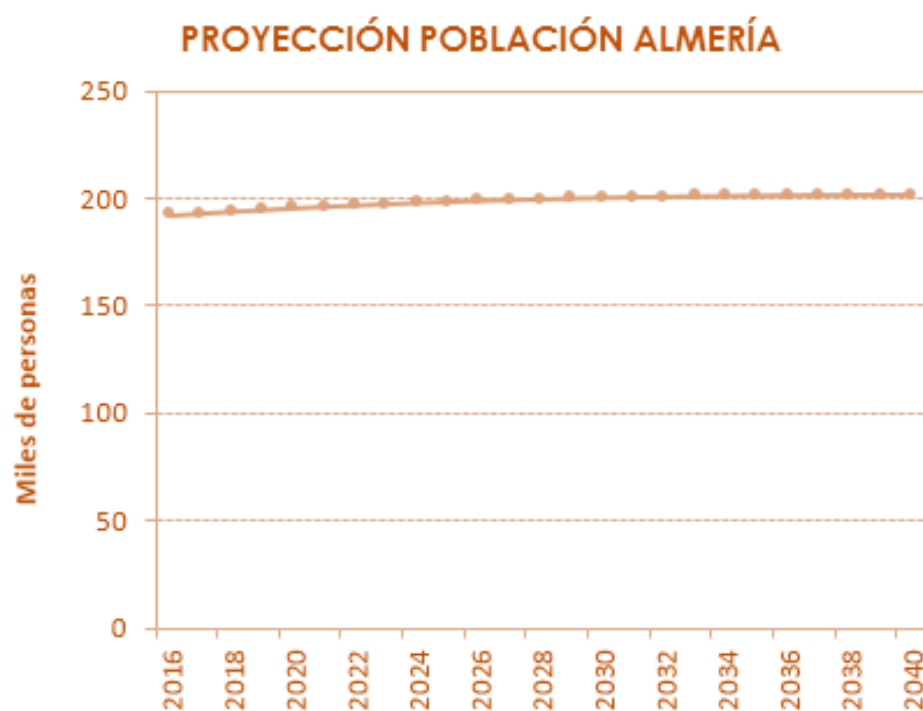
Para proyecciones UE y España (The 2018 Ageing Report; European Economy Institutional Papers. Para Provincia de Almería y Almería Ciudad (Proyección de Población. IECA). Elaboración propia.

“Las proyecciones prevén un importante envejecimiento de la población almeriense por encima de las medias europea y provincial, lo que empuja a la ciudad hacia la consecución de fondos europeos en esta materia que ayuden a un envejecimiento activo y a la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía: inclusión social, accesibilidad digital, mejora de los servicios públicos, etc.”

Esta prospectiva de envejecimiento de la población es uno de los principales retos del futuro de la Unión Europea, porque presenta una serie de desafíos (pensiones, atención médica, cuidados de larga duración, educación, desempleo, etc.), que deben ser afrontados por las políticas públicas.

En este contexto, la ciudad de Almería deberá trabajar en la consecución de fondos europeos en esta materia que ayuden a un envejecimiento activo y a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía: inclusión social, accesibilidad digital, mejora de los servicios públicos, etc.

Por otra parte, el envejecimiento de la población, también debe ser utilizado como una oportunidad para las empresas, especialmente en sectores como el ocio, la asistencia a domicilio, la seguridad, etc.



Proyección de Población. IECA.

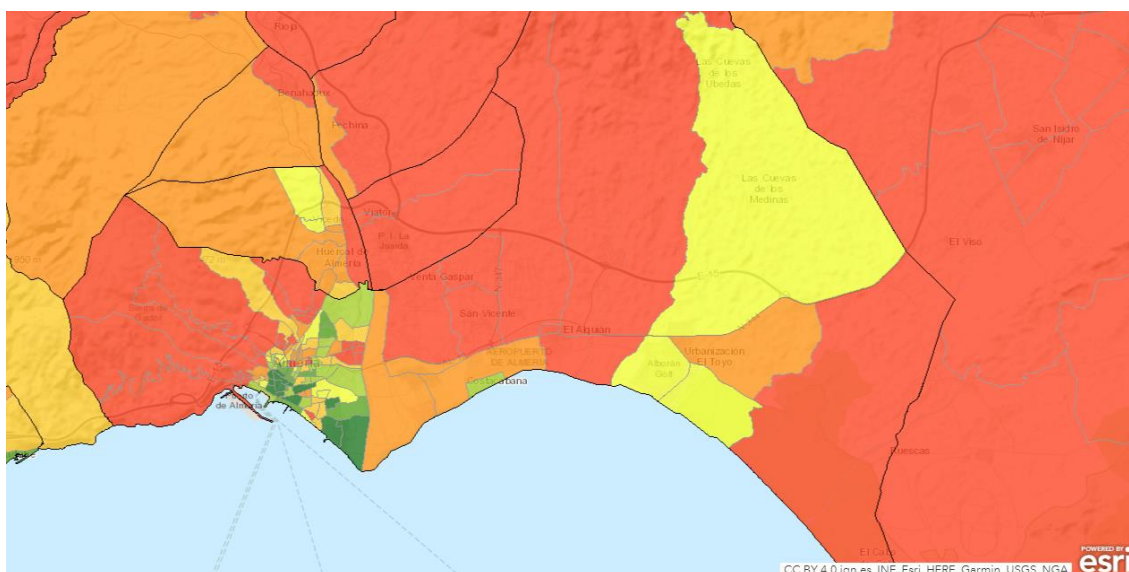
3.2 NIVELES DE RENTA EN LA CIUDAD DE ALMERÍA

La ciudad de Almería presenta una renta más alta que la de la provincia, siendo superior a la media de renta andaluza, pero más baja que la media estatal. Hay que tener en cuenta que los datos medios sobre renta se calculan en base a las declaraciones presentadas, sin computar a las personas que no alcanzan un mínimo nivel de ingresos, que no están obligadas a presentar declaración de IRPF. Por ello, no es un indicador totalmente fiable para analizar zonas en riesgo de exclusión social.

| Espacio | Renta Media |
|-------------------|-------------|
| España | 20.791,00 € |
| Andalucía | 17.568,00 € |
| Provincia Almería | 15.189,00 € |
| Almería Ciudad | 19.562,00 € |

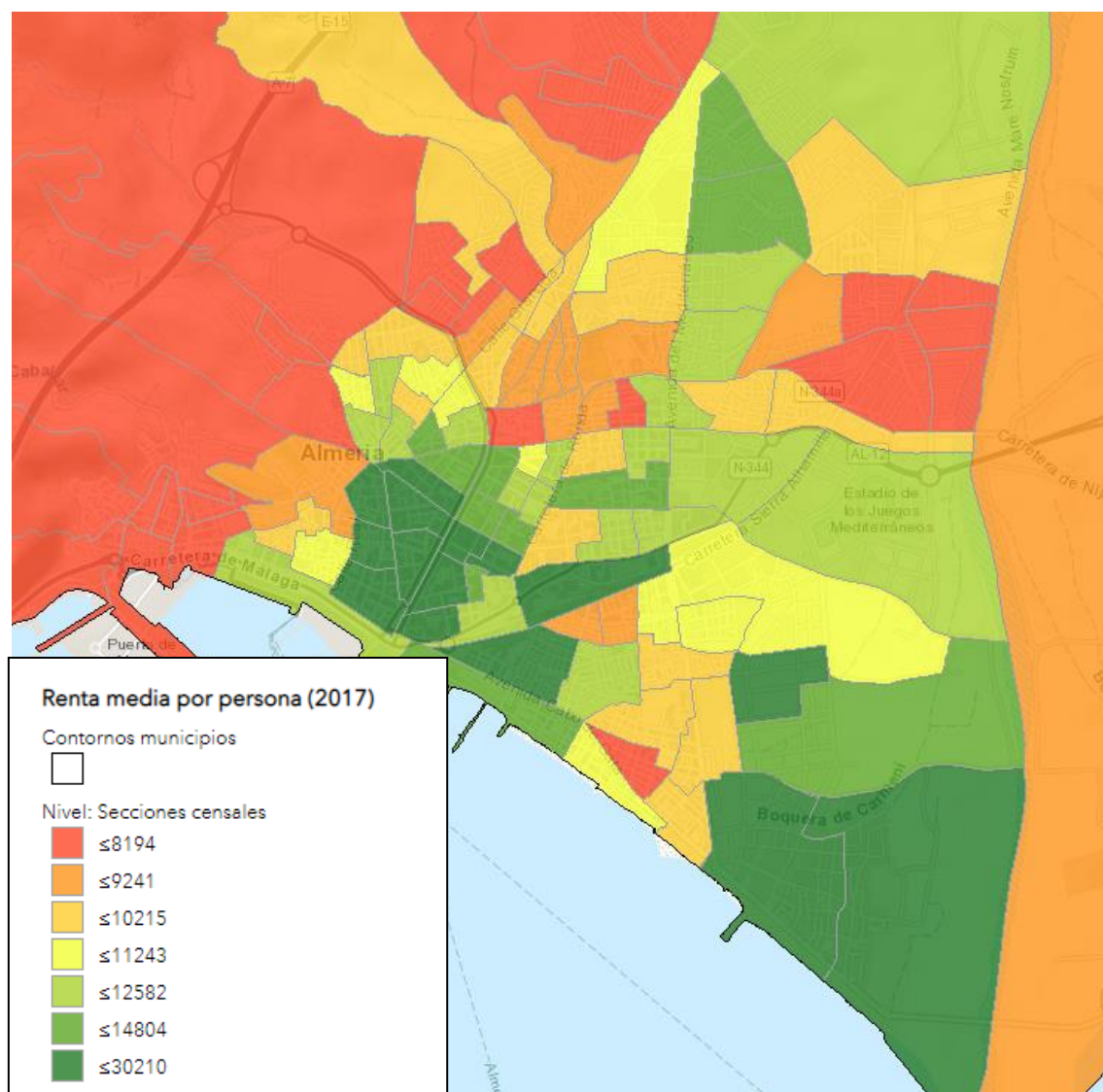
Agencia Tributaria. Último dato disponible referido a 2017.

Gracias al Atlas de Distribución de Renta del Instituto Nacional de Estadística, se puede realizar un análisis más específico por secciones censales que, al menos, indica cuáles son las zonas con mayor o menor renta de la ciudad y se acerca más a la ubicación de las zonas desfavorecidas de la ciudad, destacando ciertas secciones como las de menor renta, como se comprueba en el mapa. Estas zonas coinciden con los barrios de La Chanca-Pescadería, una sección del Zapillo, Barrio Alto, El Puche y Piedras Redondas, además de los núcleos de El Alquíán, Loma Cabrera, Venta Gaspar, San Vicente, Los Cortijillos y El cabo de Gata.



Mapa 1. Renta Media por persona por Secciones. 2017.

Atlas de Distribución de Renta (INE).



Mapa 2. Renta Media por persona por Secciones. 2017.

Atlas de Distribución de Renta (INE).

Haciendo un desglose de los distritos con ingresos por debajo de los 10.000 euros según la nacionalidad², se comprueba igualmente que son los distritos del Oeste los de menor renta, pero hay diferencias importantes según sea nacionalidad española o extranjera.

Así, mientras para la población española el porcentaje máximo de personas con ingresos por debajo de los 10.000 euros no supera el 62,2% (ver mapa 3); para la población extranjera este porcentaje llega a alcanzar el 93,5% en algunos distritos.

“La ciudad de Almería presenta rentas medias más bajas que las de la provincia y dentro de las zonas con más bajos niveles de

² En este caso, solo puede realizarse un análisis por Distritos Censales puesto que el INE no permite un acercamiento a las secciones censales por secreto estadístico.

renta y mayor riesgo de exclusión social se encuentran los distritos de la zona Oeste de la capital y especialmente, la población extranjera”

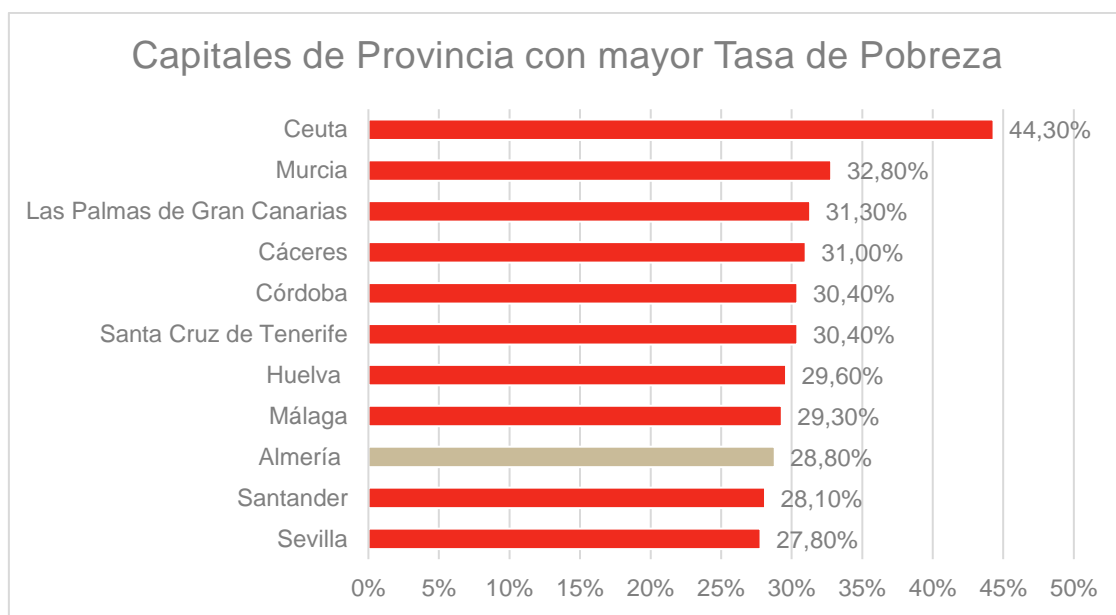


Mapa 3. Porcentaje de población con ingresos por unidad de consumo por debajo de 10.000 euros. Nacionalidad Española. 2017.
Atlas de Distribución de Renta (INE).



Mapa 4. Porcentaje de población con ingresos por unidad de consumo por debajo de 10.000 euros. Nacionalidad Extranjera. 2017.
Atlas de Distribución de Renta (INE).

Por otro lado, como se puede observar en la tabla siguiente, al hacer una comparativa con algunas capitales de provincia con mayor tasa de pobreza, Ceuta es la primera ciudad con mayor tasa de pobreza (44,3%) y Murcia, la segunda (32,80%), mientras que Almería ocupa el noveno puesto, con una tasa de pobreza del 28,80%, estando levemente por debajo de Málaga (29,30%) y Huelva (29,60%).



EXPANSIÓN. Último dato disponible año 2015. Elaboración Propia.

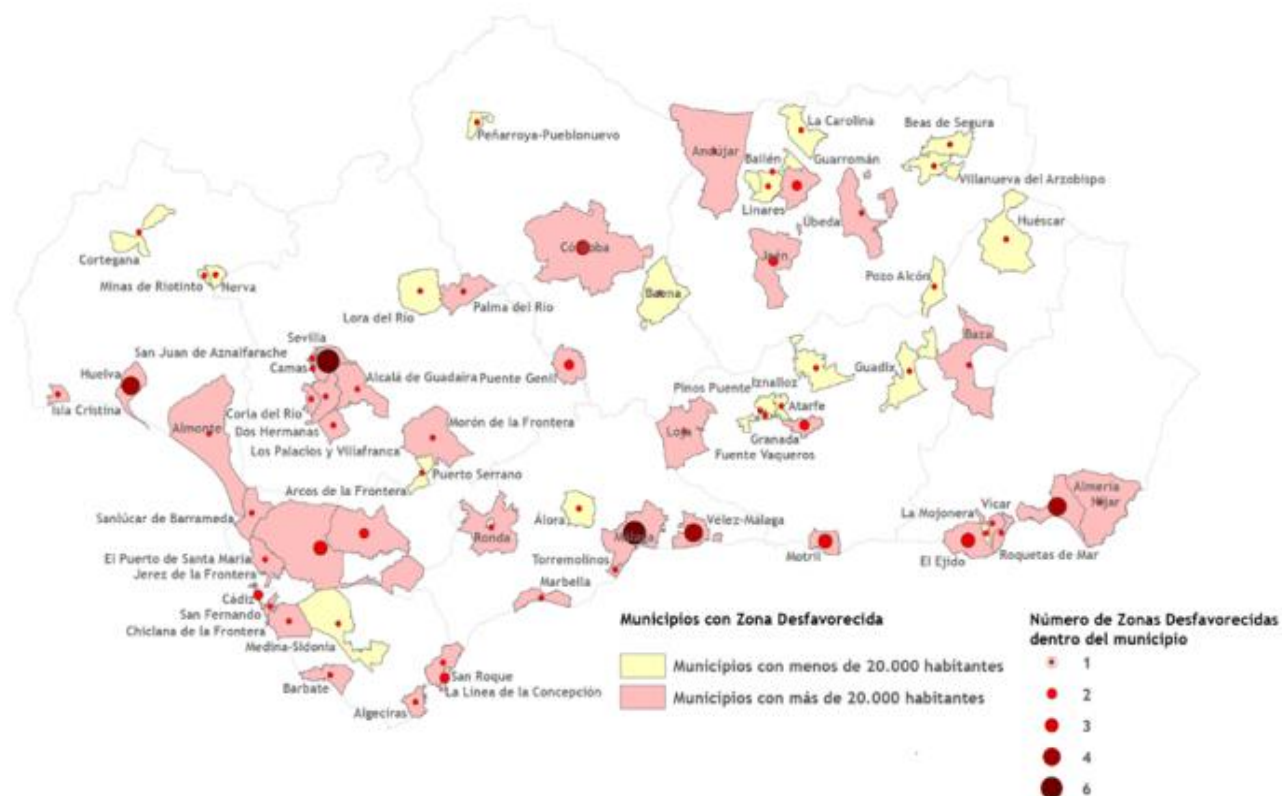
3.3 POBLACIÓN RESIDENTE EN ZONAS DESFAVORECIDAS

Para identificar con mayor detalle las zonas desfavorecidas en la ciudad de Almería, se han analizado diferentes fuentes de información con datos más específicos en la materia.

Así, a nivel provincial, Almería es la tercera provincia de Andalucía con mayor población residente en zonas desfavorecidas, con 130.299 personas (14,25%), por detrás de Cádiz con 203.574 personas (22,27%) y Sevilla con 147.962 personas (16,19%), según los datos obtenidos de la *Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social*.

“A nivel municipal, en Almería, cerca del 13% de la población de la ciudad se encuentra en riesgo de exclusión social, siendo las zonas más vulnerables Chanca – Pescadería, Araceli – Piedras Redondas – Los Almendros, Puche y Fuentecica – Quemadero”

Municipios con Zonas Desfavorecidas



Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social.



Zonas Vulnerables en Almería. Ministerio de Fomento.

Como se puede observar en la tabla inferior, el porcentaje de hombres en riesgo de exclusión social es más de 6 puntos porcentuales superior al de mujeres. Mientras que, por edad, el rango más afectado es de 16 a 64 años, suponiendo cerca del 65% de la población en riesgo de exclusión social.

| Zona | Población Total | | Género | | Edad | | |
|--|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| | D. Abs. | % | Hombre | Mujer | 0 – 15 | 16 – 64 | + 65 |
| Puche | 6.453 | 25,5% | 3.666 | 2.787 | 1.947 | 4.239 | 267 |
| Chanca – Pescadería | 7.341 | 29,0% | 3.862 | 3.479 | 1.878 | 4.631 | 832 |
| Fuentecica – Quemadero | 4.243 | 16,8% | 2.230 | 2.013 | 941 | 2.851 | 451 |
| Araceli – Piedras Redondas – Los Almendros | 7.265 | 28,7% | 3.672 | 3.593 | 1.903 | 4.716 | 646 |
| TOTAL | 25.302 | 100,0% | 13.430 | 11.872 | 6.669 | 16.437 | 2.196 |
| % | | | 53,08% | 46,92% | 26,36% | 64,96% | 8,68% |

I Plan Municipal de Servicios Sociales Comunitarios del Ayuntamiento de Almería. Padrón municipal a fecha 29/05/2018. Elaboración propia.

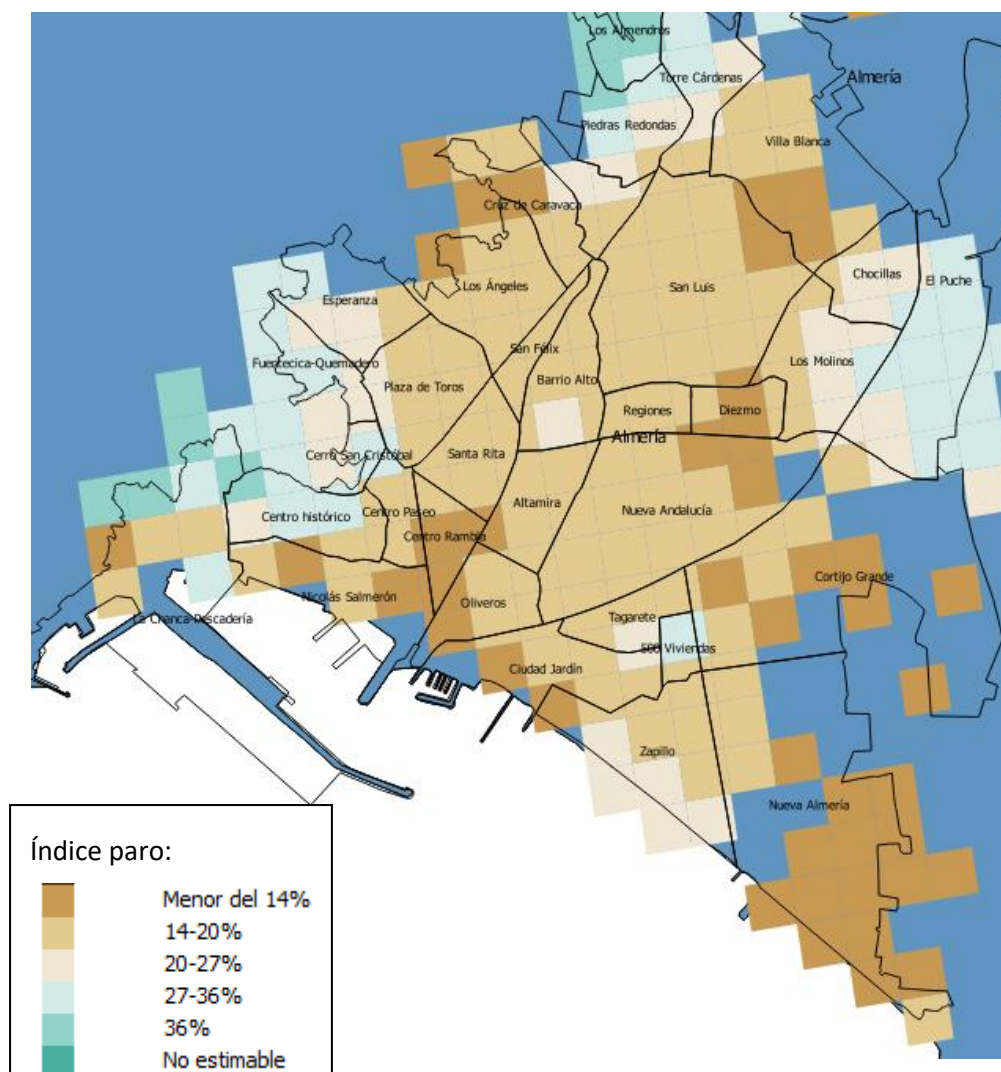
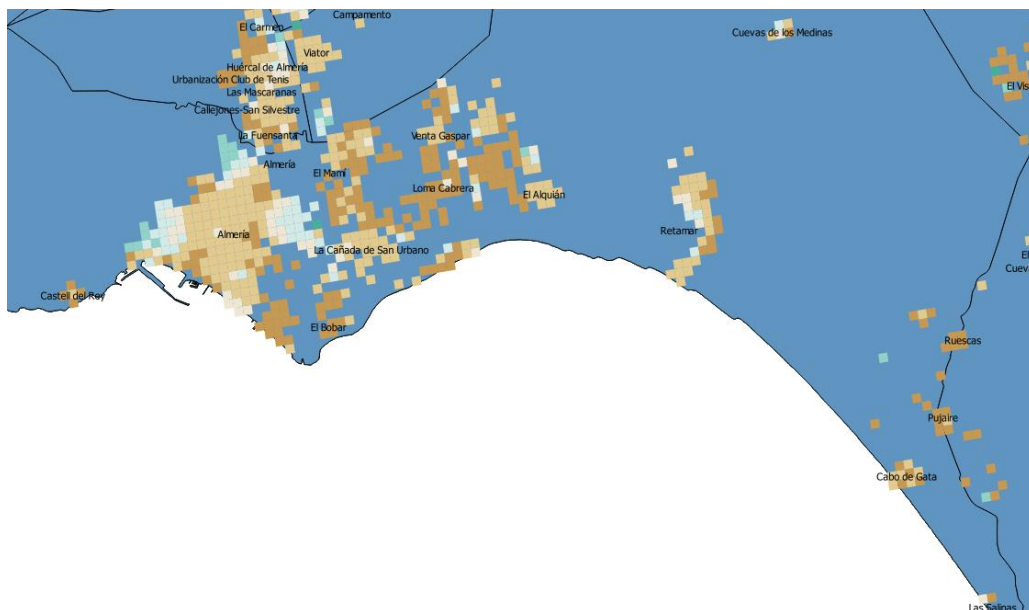
Al analizar las zonas desfavorecidas, es el Barrio de La Chanca – Pescadería el que cuenta con peores datos, ya que concentra el mayor porcentaje de personas en paro, analfabetos y sin estudios, viviendas en edificios que se encuentran en mal estado y un alto porcentaje de población inmigrante.

| ZONAS | % Paro | % Analfabetos y sin estudio | % Viv. Edif. Mal Estado | % Pob. Inmigrante |
|--|--------|-----------------------------|-------------------------|-------------------|
| Puche | 40,09 | 13,39 | 8,43 | 33,72 |
| Chanca – Pescadería | 61,14 | 16,03 | 19,26 | 11,06 |
| Fuentecica – Quemadero | 44,35 | 12,11 | 8,49 | 5,18 |
| Araceli – Piedras Redondas – Los Almendros | 44,64 | 13,04 | 2,92 | 1,87 |

Estrategia Regional Andaluza para la Cohesión e Inclusión Social.

Diagnóstico

Plan Estratégico Almería 2030



Clasificación de paro. Elaboración propia a partir de datos IECA 2018.

Por otra parte, indicar que según el Informe Anual 2018 del Defensor de Menores de Andalucía, a 31 de diciembre de 2018, el Sistema de Protección de Menores de la Junta de Andalucía tenía asumida la tutela de 5.278 menores de edad, 490 en la provincia de Almería (casi el 9,3%). Entrando en datos exclusivos de la ciudad de Almería, a partir de los datos obtenidos del I Plan Municipal de Servicios Sociales, a través de diferentes programas, se han tratado **75 familias y 122 menores en situación de riesgo o desprotección**.

- **Programa de riesgo:** 72 familias y 117 menores.
- **Programa de reunificación familiar:** 3 familias y 5 menores.

Cabe mencionar que los menores en situación de riesgo o desprotección que han sido tratados en los diferentes programas indicados anteriormente, no representan toda la realidad de la población infantil en riesgo del municipio, ya que el porcentaje de menores de 0 a 17 años, es del 20%, de los cuales más del 4% se corresponden con menores de zonas desfavorecidas.

Respecto a las **personas atendidas en situación de exclusión social “sin techo”** por el centro Municipal de Acogida de Almería, según los datos recogido en el I Plan Municipal de Servicios Sociales, a lo largo del año 2017 se han atendido más de 1.562 personas, suponiendo una media de 4 personas al día.

“Cerca del 13% de la población de la ciudad de se encuentra en riesgo de exclusión social, siendo la zona Chanca – Pescadería la que cuenta con peores datos, por concentrar el mayor porcentaje de personas en paro, analfabetos y sin estudio, viviendas en edificios que se encuentran en mal estado y un alto porcentaje de población inmigrante”³

3.4 COLECTIVO GITANO. SITUACIÓN ACTUAL Y NECESIDADES

La comunidad gitana española, la principal minoría de nuestro país, ha sido tradicionalmente, uno de los colectivos más discriminados y, aunque se han experimentado mejoras en las últimas décadas, son todavía necesarias una serie de medidas de actuación (empleo, salud, vivienda, estereotipos y prejuicios, participación social...) para contribuir al equilibrio e igualdad de oportunidades y la reducción de los factores de impacto de la exclusión social de este colectivo.

A nivel autonómico, en el año 2015, se registraban 284 municipios en los que se asientan el colectivo gitano, ocupando un total de 38.017 viviendas, lo que suponía un 11,57% más que en el año 2007. Las provincias que cuentan con mayor número de

³ World Vegetable Map 2018“, Rabobank

<https://research.rabobank.com/far/en/sectors/regional-food-agri/world-vegetable-map-2018.html>

viviendas destinadas al colectivo gitano son Granada (22,4%), seguida de Almería y Sevilla (19,8% respectivamente).

A nivel provincial, nos encontramos que en la provincia de Almería se localizan 7.512 viviendas en las que viven personas de etnia gitana, mientras que en la capital se encuentran 3.338 de estas viviendas, lo que supone el 44,4% del total de viviendas de la provincia.

| Provincias | Municipios | | Barrios / Asentamientos | | Viviendas | |
|------------------|------------|---------------|-------------------------|---------------|---------------|---------------|
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Almería | 44 | 15,5% | 98 | 14,3% | 7.512 | 19,8% |
| Cádiz | 25 | 8,8% | 81 | 11,8% | 3.243 | 8,5% |
| Córdoba | 19 | 6,7% | 43 | 6,3% | 2.354 | 6,2% |
| Granada | 59 | 20,8% | 138 | 20,1% | 8.501 | 22,4% |
| Huelva | 23 | 8,1% | 46 | 6,7% | 1.529 | 4,0% |
| Jaén | 47 | 16,5% | 113 | 16,5% | 3.249 | 8,5% |
| Málaga | 34 | 12,0% | 64 | 9,3% | 4.113 | 10,8% |
| Sevilla | 33 | 11,6% | 103 | 15,0% | 7.516 | 19,8% |
| Andalucía | 284 | 100,0% | 686 | 100,0% | 38.017 | 100,0% |

Anexo 2 del Informe "Estudio-Mapa sobre Vivienda y Población Gitana, 2015". Elaboración propia.

Según la Fundación Secretariado Gitano, en el municipio de Almería habita una parte importante de la población gitana de la provincia de Almería, que se cifra en torno a 10.000 personas y gran parte de este colectivo está situado en la zona Pescadería – La Chanca (unas 3.000 personas) y el Casco antiguo (unas 700-800 personas).

Es por ello por lo que el Ayuntamiento de Almería viene trabajando a través de distintos proyectos europeos, siendo el fundamental el Proyecto URBACT ROMA-NET, proyecto de referencia para la Comisión Europea y catalogado como FAST TRACK (vía rápida) por la Dirección General de Política Regional y Urbana (DG REGIO).

Fruto de este proyecto, se realizó un Plan de Acción Local con objeto de equilibrio e igualdad de oportunidades y la reducción de los factores de impacto de la exclusión social de la Población Gitana de Almería. Precisamente la EDUSI Almería Abierta tiene incluido el Plan de Acción URBACT ROMANET, en coherencia con la *Estrategia Nacional para la Inclusión Social de la población Gitana 2012-2020* como objetivo temático (OT9-Inclusión Social y lucha contra la pobreza).

Respecto a la educación, la escolarización primaria de los niños y niñas gitanas, es casi total, pero se presentan graves problemas de absentismo, con elevados porcentajes que no acaban sus estudios (del 70% en educación primaria y del 80% en secundaria).

Similar problemática ocurre con el empleo, ya que solo el 51% de las personas gitanas son asalariadas, con una tasa de temporalidad cercana al 50% y además el 24% de la población gitana ocupada lo hace en actividades no reguladas, lo que implica una alta desprotección social.

Por otro lado, analizando la antigüedad de las viviendas habitadas por el colectivo gitano, según los últimos datos disponibles, **el 63,9% de estas viviendas tienen una antigüedad de más de 50 años**. Por lo que nos encontramos ante un alto porcentaje de población de etnia gitana que viven en infraviviendas.

“En Almería habita una parte importante de la población gitana de la provincia y gran parte de este colectivo está situado en la zona Pescadería – La Chanca y el Casco antiguo, presentando graves problemas de inclusión social, con elevados porcentajes de fracaso escolar, bajos niveles de ocupación y altos porcentajes de población gitana viviendo en infravivienda. Todo este conjunto lleva incluso a que el colectivo gitano presente una esperanza de vida 10 años menor que la media española”



Anexo 2 del Informe “Estudio-Mapa sobre Vivienda y Población Gitana, 2015”. Elaboración propia.

| Barrio / Lugar de residencia | Antigüedad | | | Nº viviendas habitadas (2007) |
|-----------------------------------|------------------|-----------------|----------------|-------------------------------|
| | Menos de 15 años | De 15 a 30 años | Más de 30 años | |
| Tagarete | | | X | 409 |
| 500 viviendas | | | X | 506 |
| El Alquíán | | X | | 24 |
| Cabo de Gata | | | X | 12 |
| Puche Norte | | X | | 135 |
| Torrecárdenas | | X | | 42 |
| Barrio / Lugar de residencia | Antigüedad | | | Nº viviendas habitadas (2007) |
| | Menos de 15 años | De 15 a 30 años | Más de 30 años | |
| Puche Sur | | X | | 132 |
| Puche Viejo | | | X | 202 |
| Los Almendros | | X | | 431 |
| Los Almendros Bajos | | | X | 62 |
| Piedras Redondas | | | X | 34 |
| Caja de Ahorros, Piedras Redondas | | | X | 18 |
| Pescadería | | | X | 182 |
| La Chanca | | | X | 281 |
| El Quemadero | | | X | 20 |
| Cerro San Cristóbal | | | X | 30 |
| La Fuentecica 2 | X | | | 67 |
| La Fuentecica 1 | | X | | 106 |
| Barrio Alto | X | | | 50 |
| Fuentecica | X | | | 3 |
| TOTAL | 120 | 870 | 1.756 | 2.746 |

Anexo 2 del Informe "Estudio-Mapa sobre Vivienda y Población Gitana, 2015". Información desagregada por Comunidades Autónomas y Provincias. Septiembre de 2016. Elaboración propia.

“La apuesta de mejora del colectivo gitano por parte del Ayuntamiento de Almería se confirma con la puesta en marcha de una Línea de Actuación Específica en la EDUSI Almería Abierta: LA8. PLAN DE ACCION LOCAL URBACT ROMANET”

3.5 POBLACIÓN MIGRANTE

En la ciudad de Almería residen en torno a 18.000 inmigrantes, suponiendo un 9% respecto al total de la población. Por género, el 53,88% de la población inmigrante son mujeres, frente al 46,12% que son hombres. Por edad, cabe mencionar que el porcentaje de niños y jóvenes inmigrantes es mucho mayor que el de personas mayores de 65 años.

| EDAD | GÉNERO | | TOTAL | % respecto al total de la población |
|--------------|---------------|---------------|----------------|-------------------------------------|
| | Hombres | Mujeres | | |
| 0-15 | 1.622 | 1.724 | 3.346 | 18,70% |
| 16-64 | 6.437 | 7.775 | 14.212 | 79,40% |
| + 65 años | 196 | 145 | 341 | 1,90% |
| TOTAL | 8.255 | 9.644 | 17.899 | 9,16% |
| % | 46,12% | 53,88% | 100,00% | |

I Plan Municipal de Servicios Sociales Comunitarios del Ayuntamiento de Almería. Padrón municipal a fecha 01/06/2017. Elaboración propia.

Respecto a la tasa de población migrante, como se puede observar en la tabla inferior, en el municipio de Almería es del 9,50%, estando 2,27 puntos porcentuales por encima de la tasa de Andalucía, lo que implica una atención especial a este colectivo. A pesar de ello, se sitúa casi 10 puntos porcentuales por debajo de la media provincial, lo que nos indica la importancia de esta escala, conociendo la estructura económica basada en invernaderos y otras tipologías de cultivo existente en la provincia, que demanda mucha mano de obra. A este respecto, hay que indicar que casi el 66% de la población extranjera en la provincia de Almería está afiliada al régimen agrario⁴.

| Espacio | Almería (municipio) | Almería (provincia) | Andalucía |
|----------------------------|---------------------|---------------------|-----------|
| Tasa de población migrante | 9,50% | 19,47% | 7,23% |

Plan Local de Intervención en Zonas Desfavorecidas. Año 2018. Elaboración Propia.

“Aunque en la ciudad de Almería hay una alta tasa de población migrante, es muy inferior a la media provincial, destacando la nacionalidad marroquí por encima del resto (1 de cada 2 migrantes son marroquíes)”

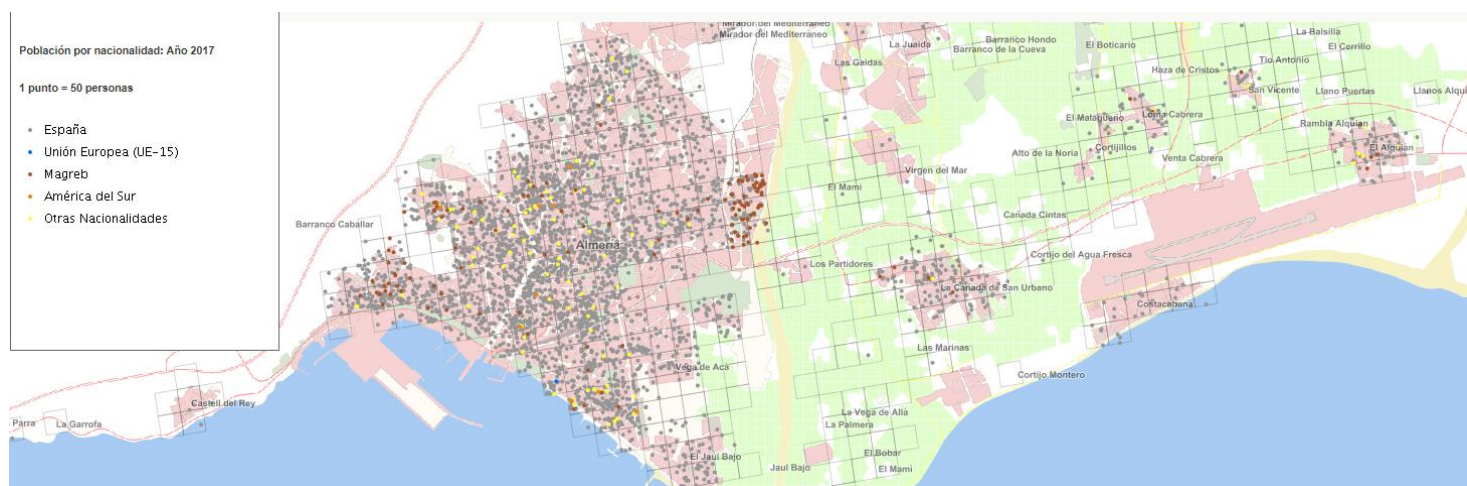
Más de la mitad de la población inmigrante de Almería es procedente de Marruecos.

⁴ Afiliados medios extranjeros por CC.AA. y provincias. Regímenes y género en el mes de abril 2020. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

| NACIONALIDAD | TOTAL | % respecto total población |
|-----------------------------------|---------------|----------------------------|
| Marruecos | 9.150 | 51,12% |
| Países del Este | 3.895 | 21,76% |
| Países Africanos | 4.854 | 27,12% |
| TOTAL POBLACIÓN INMIGRANTE | 17.899 | 100,00% |

I Plan Municipal de Servicios Sociales Comunitarios del Ayuntamiento de Almería. Padrón municipal a fecha 01/06/2017. Elaboración propia.

En el siguiente mapa, se puede comprobar como la población extranjera se localiza principalmente en barrios como El Puche o Quemadero.



Distribución Espacial de la Población en Andalucía (IECA).

“Barrios como El Puche o Quemadero, son los que albergan mayor número de población extranjera”

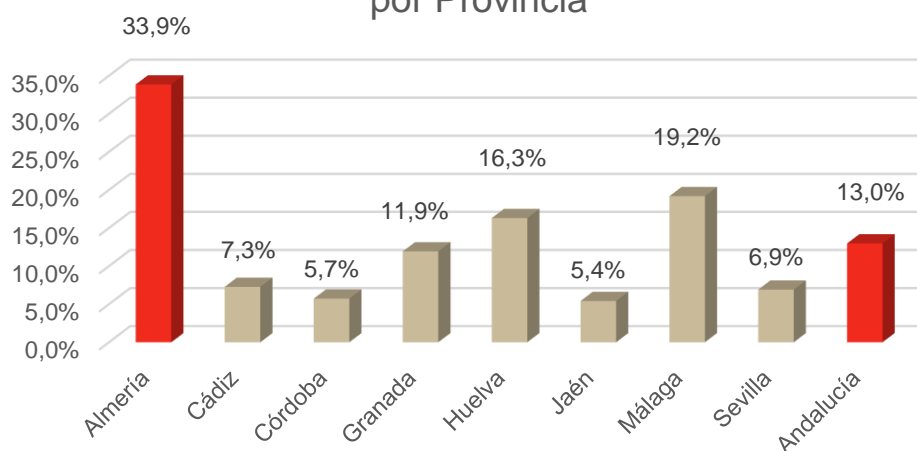
En una provincia que en el año 2018 supuso el 10,5% del total de nacimientos en Andalucía, casi el 34% de ellos eran de padres y madres extranjeros, siendo con mucha diferencia, la provincia con mayor número de niños nacidos en familias extranjeras, siendo la segunda en % la provincia de Málaga con el 19,2% y la media en Andalucía del 13%. Por tanto, la estructura de población de Almería es distinta a todas las demás provincias, no tanto por su pirámide (que tiende al envejecimiento como todas), sino por su composición y proyección, lo que precisa elaborar un plan para el futuro, proponiendo medidas adecuadas para adaptar esta composición en educación, inclusión, empleo, etc.

Nacimientos de Padres y Madres Extranjeros por Provincia en Andalucía

| Provincia | TOTAL | % | Española | % | Extranjera | % | No consta | % |
|------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-----------|-------------|
| Almería | 7.352 | 10,5% | 4.840 | 65,8% | 2.489 | 33,9% | 23 | 0,3% |
| Cádiz | 10.130 | 14,5% | 9.385 | 92,6% | 737 | 7,3% | 8 | 0,1% |
| Córdoba | 6.199 | 8,8% | 5.835 | 94,1% | 355 | 5,7% | 9 | 0,1% |
| Granada | 7.145 | 10,2% | 6.289 | 88,0% | 852 | 11,9% | 4 | 0,1% |
| Huelva | 3.962 | 5,7% | 3.310 | 83,5% | 646 | 16,3% | 6 | 0,2% |
| Jaén | 4.870 | 7,0% | 4.605 | 94,6% | 264 | 5,4% | 1 | 0,0% |
| Málaga | 13.434 | 19,2% | 10.849 | 80,8% | 2.577 | 19,2% | 8 | 0,1% |
| Sevilla | 16.958 | 24,2% | 15.756 | 92,9% | 1.171 | 6,9% | 31 | 0,2% |
| Andalucía | 70.050 | 100,0% | 60.869 | 86,9% | 9.091 | 13,0% | 90 | 0,1% |

Movimiento Nacional de Población (IECA). Último dato disponible año 2018.

% de Nacidos de Padres y Madres Extranjeros por Provincia



Movimiento Nacional de Población (IECA). Último dato disponible año 2018.

“Casi el 34% de los nacidos en la provincia son de padres y madres extranjeros, lo que provoca una estructura de población particular que hay que tener en cuenta”

3.6 PLANES Y PROGRAMAS DE AYUDAS MUNICIPALES PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL. EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS

A continuación, se analizan los principales planes, programas y ayudas que algunos ayuntamientos llevan a cabo para fomentar la inclusión social, así como los órganos de participación en este ámbito.

- **Gobernanza en Diversidad e Inclusión Social en Almería**

La ciudad de Almería, además de disponer de los planes que se han recogido anteriormente en el marco estratégico, cuenta con órganos de participación, información y propuesta de los vecinos y las Entidades Ciudadanas, sobre las grandes áreas de actuación municipal. Entre los Consejos de Participación Ciudadana en Almería, se encuentran los siguientes:

- Consejo Sectorial de la Mujer.
- Consejo Local de Discapacidad.
- Consejo Local de Inmigración.
- Consejo Local de Mayores.
- Consejo Municipal de Familia.
- Consejo Municipal de la Infancia y la Adolescencia.

- **Gobernanza en Diversidad e Inclusión Social en Málaga**

El Área de Derechos Sociales del Ayuntamiento de Málaga cuenta con diferentes Órganos de Participación, los cuales son órganos de colaboración, deliberación y asesoramiento y con capacidad de realizar propuestas, de los que forman parte representantes de las administraciones, agentes sociales, así como asociaciones y entidades del municipio, en materia económica y social, y a través de los cuales se fomenta la participación y el acercamiento de la ciudadanía a los asuntos de interés público. Dichos órganos de participación son los siguientes:

- Consejo Sectorial de Derechos Sociales, Voluntariado e Inmigración.
- Consejo Sectorial de Mayores.
- Consejo Sectorial de Niños y Niñas.

Entre los planes, programas y ayudas de que el Ayuntamiento de Málaga pone a disposición de la ciudadanía para menguar la exclusión social en la ciudad, se encuentran los siguientes:

| Plan/Programa/Ayuda | Descripción |
|--|--|
| Prestación económica de apoyo a la convivencia y autonomía personal | Ayudas dirigidas a cubrir situaciones de necesidad de carácter extraordinario y coyuntural para familias en riesgo debido a una situación de carencia de recursos económicos. |
| Prestación económica de inserción social | Ayudas que tienen como finalidad complementar diversas estrategias técnicas para apoyar los procesos de inserción de familias en situación de exclusión social. |
| Prestación económica de emergencia social | Ayudas destinadas a atender situaciones de emergencia social ocasionadas por la pérdida sobrevenida de la vivienda, imposibilidad de continuar en el hogar y situaciones de desamparo personal. |
| Ayudas económicas familiares | Prestaciones temporales de carácter preventivo para atender las necesidades básicas de los menores con el fin de favorecer su permanencia e integración en el entorno familiar evitando situaciones de desprotección. |
| Third Framework Plan for Citizenship and Conviviality | Los principios de este Plan son: igualdad y no discriminación, ciudadanía y participación, interculturalidad, solidaridad, cultura dominante, innovación y transparencia y buen gobierno. |
| Puerta Única | Recurso de atención inmediata a personas sin hogar (sin techo, sin casa, en alojamiento inseguro, en alojamiento inadecuado). |
| Plan de Zonas Desfavorecidas de la Ciudad de Málaga 2019-22 | El objetivo principal de este plan es la puesta en marcha de una serie de medidas socioeconómicas que posibiliten la inserción de las personas que residen en estas zonas de la ciudad, promoviendo su bienestar social y desarrollo comunitario. |
| Agrupación de Desarrollo | Se trata de grupos de trabajo en red compuestos por las entidades sociales que trabajan en un ámbito concreto, para el consenso de actuaciones en común que tengan como objetivo la sensibilización e información para prevenir diversos problemas: prevención del desarrollo de conductas adictivas, promoción de hábitos saludables, impulso de la investigación en el tratamiento y fomento de la detección precoz del cáncer, prevención de la discriminación por razón de orientación y/o identidad sexual, prevención del suicidio, etc. |

| Plan/Programa/Ayuda (sigue) | Descripción |
|---|--|
| Agrupación de Desarrollo de Infancia, Juventud y Familia | Se trata de una metodología de trabajo dirigida a aunar, racionalizar y sumar esfuerzos de aquellas entidades, asociaciones y organismos públicos que trabajan en el ámbito de la infancia y familia en Málaga. |
| I Plan Transversal por la Convivencia | El objetivo principal de este Plan es sensibilizar y construir una ciudadanía activa y resiliente, que favorezca la cohesión social, mejore la convivencia, respete la libertad religiosa y de culto y evite la marginalización y el radicalismo violento. |
| Foro Pluralismo Religioso | Órgano de participación cuyo objetivo es crear conocimiento, conciencia y comprensión de cara a la ciudadanía acerca de las diferentes manifestaciones religiosas presentes en la ciudad. |
| VI Plan Inclusión Social 2014-2018 | Este Plan responde a la apuesta del Ayuntamiento de Málaga por diseñar estrategias de futuro para el desarrollo de la atención, incorporación y promoción social de entidades, asociaciones, colectivos y ciudadanía. |
| I Plan Transversal de Género | Los objetivos generales de este plan son: - Análisis y conocimiento de la violencia de género y de otros tipos de violencia. - Formación de pensamiento igualitario respetuoso, pacífico y solidario. - Formación de habilidades para la igualdad, la cooperación, el respeto a las diferencias y la solidaridad. |

- **Gobernanza en Diversidad e Inclusión Social en Huelva**

El Ayuntamiento de Huelva, tiene como objetivo, entre otros, profundizar en la democratización de nuestra sociedad, haciendo al ciudadano co-partícipe de la gestión municipal. Para ello, se han puesto en marcha los llamados Consejos Locales, órganos municipales desde donde se desea hacer posible la participación de los onubenses en el ámbito público, facilitando la información, acceso y ejercicio mismo de sus derechos. De esta manera, los Consejos Locales constituidos en el Ayuntamiento de Huelva son los siguientes:

- **Consejo Local de Mayores:** orientado a articular la adaptación y la intervención de los mayores en el ámbito público.
- **Consejo Local de la Mujer:** tiene el objeto de profundizar y hacer efectiva la integración social de la mujer en condiciones de igualdad, removiendo aquellos obstáculos que durante años han impedido su participación y la efectividad de sus derechos.

- **Consejo Local de Inmigrantes:** creado para potenciar la promoción de estos colectivos y defender su incorporación en todos los ámbitos. Asimismo, este Consejo trabaja para corregir las actitudes intolerantes y racistas.
- **Consejo Local de Discapacitados:** gracias a este Consejo se han eliminado muchas barreras físicas y funcionales en Huelva, que han hecho posible que las personas con alguna minusvalía tengan la posibilidad de desarrollarse y ejercer como ciudadanos de pleno derecho.
- **Consejo Local de Servicios Sociales:** se trata del Consejo en el concurren los cuatro Consejos mencionados anteriormente, el cual ha asumido la función de sentar las bases de las políticas de promoción, prestación y reinserción social que corren a cargo de la institución municipal.

A continuación, se recogen los planes, programas y ayudas que el Ayuntamiento de Huelva pone a disposición de la ciudadanía para reducir la exclusión social en la ciudad.

| Plan/Programa/Ayuda | Descripción |
|---|--|
| Plan Municipal de Drogodependencia | Este plan pretende reducir la oferta y la demanda de consumo; colaborar en la atención y reinserción; dar soporte y apoyo a programas; programa formativo dirigido a padres-madres; prevenir la drogodependencia en las etapas educativas de infantil y primaria. |
| Plan de Infancia | Este plan tiene por objeto la organización de acciones dirigidas a la población de Huelva menor de 18 años, procurando la mayor participación y coordinación posible de todas las instancias implicadas. |
| Programa de Desarrollo Gitano | Este programa tiene como objetivo conocer la realidad sociodemográfica, necesidades sociales, cultura, organización, estilo de vida, etc., de la población gitana del municipio. Fomentar la coordinación, apoyo y complementación de entidades que intervienen con la comunidad gitana. Desarrollar estrategias de prevención y atención. |

| Plan/Programa/Ayuda (sigue) | Descripción |
|---|---|
| Programa de Intervención con Familias Desfavorecidas | Este programa tiene como objetivo diseñar estrategias de intervención con familias y niños/as en alto riesgo social de maltrato o familias en las que se haya producido algún tipo de maltrato. |
| Programa de Zonas con Necesidades de Transformación Social | Los objetivos de este programa están relacionados con el hábitat; la educación y el asociacionismo; y con la información, formación e inserción sociolaboral, mediante el diseño de estrategias e itinerarios de inserción sociolaboral en la zona. |
| Proyecto Redes | El objetivo de este proyecto es acercar el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información a la población más desfavorecida de la ciudad de Huelva. |
| Programa de Convivencia y Reinserción Social | Se trata de un conjunto de actuaciones dirigidas a posibilitar las condiciones personales y sociales para la convivencia, con especial atención a las acciones de carácter preventivo. |
| Ayudas Económicas Familiares | Prestaciones temporales de carácter preventivo que se conceden a familias para la atención de las necesidades básicas de menores a su cargo cuando carecen de los recursos económicos suficientes para ello, con el fin de evitar la institucionalización del menor y posibilitar su integración en el entorno social y familiar. |
| Programa de Cooperación Social | Consiste en el desarrollo de actuaciones dirigidas a fomentar y apoyar las manifestaciones de solidaridad de la comunidad, impulsar y promover el asociacionismo, potenciar las asociaciones ya existentes y ofrecer cauces que favorezcan la participación de la comunidad. |
| Ayudas de Emergencia Social | Prestaciones económicas individualizadas, destinadas a paliar contingencias extraordinarias que se puedan presentar a personas o unidades familiares y que deban ser atendidas con inmediatez. |
| Programa de Información, Orientación y Valoración | Este programa facilita información, orientación y asesoramiento a la ciudadanía, grupos y entidades sobre los derechos y recursos existentes en el ámbito de los servicios sociales. |

| Plan/Programa/Ayuda (sigue) | Descripción |
|---|---|
| Programa de Ayuda a Domicilio | Dirigido a prestar las atenciones necesarias a la ciudadanía con el objetivo de posibilitar la permanencia en su medio habitual, evitando el desarraigo. |
| Plan Municipal de la Mujer | El objeto de este plan es seguir apoyando el camino hacia la igualdad real entre las personas, sin distinción de género, así como prevenir y superar las actuaciones de desigualdad. |
| Plan de Intervención en Zonas Desfavorecidas | En este plan se definen los ejes, objetivos, medidas y actuaciones que el Ayuntamiento de Huelva tiene previsto en la intervención de las cuatro zonas desfavorecidas reconocidas por la Junta de Andalucía: - Zona Marismas del Odiel. - Barriada Príncipe Juan Carlos - El Torrejón - Barriada Pérez Cubillas |

- **Gobernanza en Diversidad e Inclusión Social en Murcia**

La diversidad e inclusión social en Murcia se trabaja desde los Servicios Sociales, los cuales están integrados en la Concejalía de Derechos Sociales y Cooperación al Desarrollo del Ayuntamiento de Murcia, organizándose del siguiente modo:

- **Centros Municipales de Servicios Sociales (CSS):** son el primer punto de referencia del Sistema Público de Servicios Sociales, prestan atención primaria en una zona del municipio, facilitando a la ciudadanía el acceso a los recursos y prestaciones sociales, a través de las Unidades de Trabajo Social (UTS), y desarrollan servicios y proyectos preventivos y de promoción social a nivel individual, familiar y de acción comunitaria.
- **Servicios Sociales Especializados (Secciones):** se dirigen a determinados colectivos o grupos de población que por sus características necesitan una atención especializada e integral, como por ejemplo personas mayores, personas con discapacidad, personas con problemas de adicciones, etc.

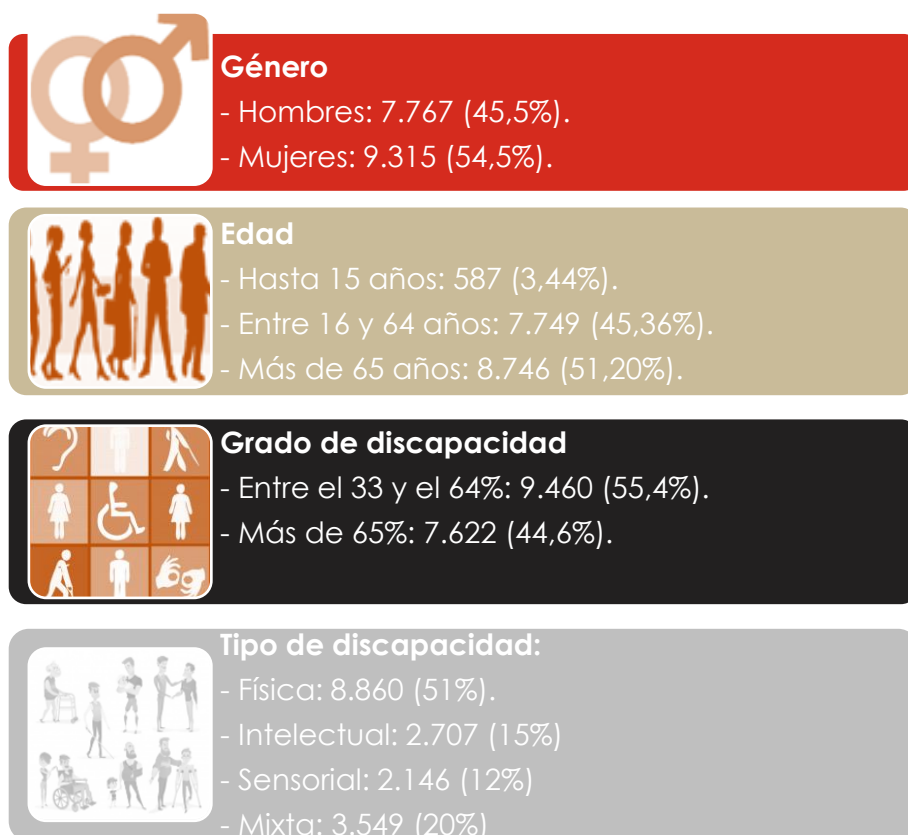
Tras analizar los órganos participativos en materia de diversidad e inclusión social, a continuación, se recogen los planes, programas y/o ayudas que facilita el Ayuntamiento de Murcia.

| Plan/Programa/Ayuda | Descripción |
|--|--|
| Ayudas económicas municipales para la atención de necesidades sociales (Año 2018) | Ayudas económicas, de carácter no periódico, destinadas a personas o familias que carezcan de recursos económicos propios para la atención de sus necesidades básicas, con la finalidad de prevenir, paliar o resolver situaciones de riesgo o exclusión social. |
| Informe sobre el riesgo de pobreza y exclusión social en el municipio de Murcia (IV). 2018 | El objetivo es facilitar una información lo más precisa y actualizada posible sobre la pobreza y el riesgo de exclusión en el municipio de Murcia, tomando como referencia los indicadores nacionales, regionales y municipales. |
| II Plan de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres del Ayto. de Murcia. 2018-19 | La finalidad de este Plan es garantizar y promover la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres desde la acción municipal modificando aquellas prácticas y /o actuaciones que pudieran producir discriminación por razón de género. |
| Guía para combatir la violencia contra las mujeres | Guía para mejorar la información sobre el maltrato hacia las mujeres. |
| Proyecto de intervención social integral en los Cabezos Collao y de la Cruz de Cabezo de Torres | El objetivo de este proyecto es abarcar las actuaciones de diferentes áreas (servicios sociales, sanidad, educación, etc.), para mejorar la situación de la población residente en estas zonas con un alto grado de pobreza y exclusión social. |
| Proyecto de atención de desprotección infantil | El objetivo de este proyecto es aclarar, homogeneizar, guiar y mejorar la calidad y la eficiencia desde los Servicios Sociales de Atención Primaria en la atención y protección de los menores del municipio de Murcia. |
| Proyecto de intervención con personas que ejercen la mendicidad en el Municipio de Murcia | El objetivo general de este proyecto es el de profundizar en el conocimiento del ejercicio de la mendicidad en el municipio de Murcia y de las personas que la ejercen, promoviendo aquellas acciones que sea preciso desarrollar para procurar su reducción y la mejora de las condiciones de vida. |
| Plan Municipal contra la Pobreza Energética e Hídrica del Ayto. de Murcia | Este plan contiene medidas preventivas y correctivas destinadas a actuaciones en relación a la pobreza energética e hídrica en el municipio. |

“En Almería se dispone de importantes planes, programas y ayudas para fomentar la inclusión social, así como los órganos de participación en este ámbito”

3.7 POBLACIÓN CON ALGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD

La ciudad de Almería cuenta con **17.082 habitantes que poseen algún tipo de discapacidad**, lo que supone el 8,7% del total de la población. Esto implica que en la ciudad de Almería se está 1,6 puntos porcentuales por encima de la media de Andalucía, que, según la Base de Datos Estatal de Personas con Discapacidad, en 2016 cifraba en la Comunidad, 597.198 personas con discapacidad administrativamente reconocida, el 7,1% de la población.



Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Datos a fecha 31 de enero de 2017. Elaboración Propia.

Además de las 17.082 personas con discapacidad mencionadas anteriormente, en la ciudad de Almería, existen los siguientes casos:

- Personas que tienen tramitada una solicitud de reconocimiento de grado de discapacidad y pendientes de ser valoradas.
- Personas localizadas pendientes de resolución de grado de dependencia y con el expediente activo en lista de espera para ser valoradas.
- Personas localizadas con derecho a dependencia reconocido y con el expediente activo.

Por tanto, 732 personas tienen tramitada una solicitud de reconocimiento de grado de discapacidad y pendientes de ser valoradas, situándose el 63,4% en un tramo de edad de 16 a 64 años (en edad activa, por lo que precisan de medidas que favorezcan su inclusión social). Por otro lado, el 52% de las personas solicitantes son mujeres.

| SOLICITUDES DE RECONOCIMIENTO DE GRADO DE DISCAPACIDAD | | | |
|--|-------------|--------------|-------|
| TRAMOS DE EDAD | GÉNERO | TOTALES | % |
| Sin fecha de nacimiento | 0 hombres | 4 personas | 0,5% |
| | 4 mujeres | | |
| De 0 a 15 años | 41 hombres | 58 personas | 7,9% |
| | 17 mujeres | | |
| De 16 a 64 años | 218 hombres | 464 personas | 63,4% |
| | 246 mujeres | | |
| De 65 a 75 años | 48 hombres | 101 personas | 13,8% |
| | 53 mujeres | | |
| Más de 75 años | 44 hombres | 105 personas | 14,3% |
| | 61 mujeres | | |
| Total personas | 732 | | 100% |

Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Datos a fecha 17 de octubre de 2017. Elaboración Propia.

“Almería está 1,6 puntos porcentuales por encima de la media de población con discapacidad en Andalucía, a lo que hay que añadir la presencia de un importante número de personas pendientes de ser valoradas en su grado de discapacidad, la mayor parte, en edad activa, por lo que precisan de medidas que favorezcan su inclusión social”

Además, 122 personas están pendiente de resolución de grado de dependencia y con el expediente activo en lista de espera para ser valoradas. Por género, el 60,7% son mujeres, frente al 39,3% que son hombres, mientras que, por tramos de edad, el 45,9% de las personas pendientes de resolución tienen más de 75 años, seguidos del 35,2% que tienen entre 16 y 64 años (en edad activa).

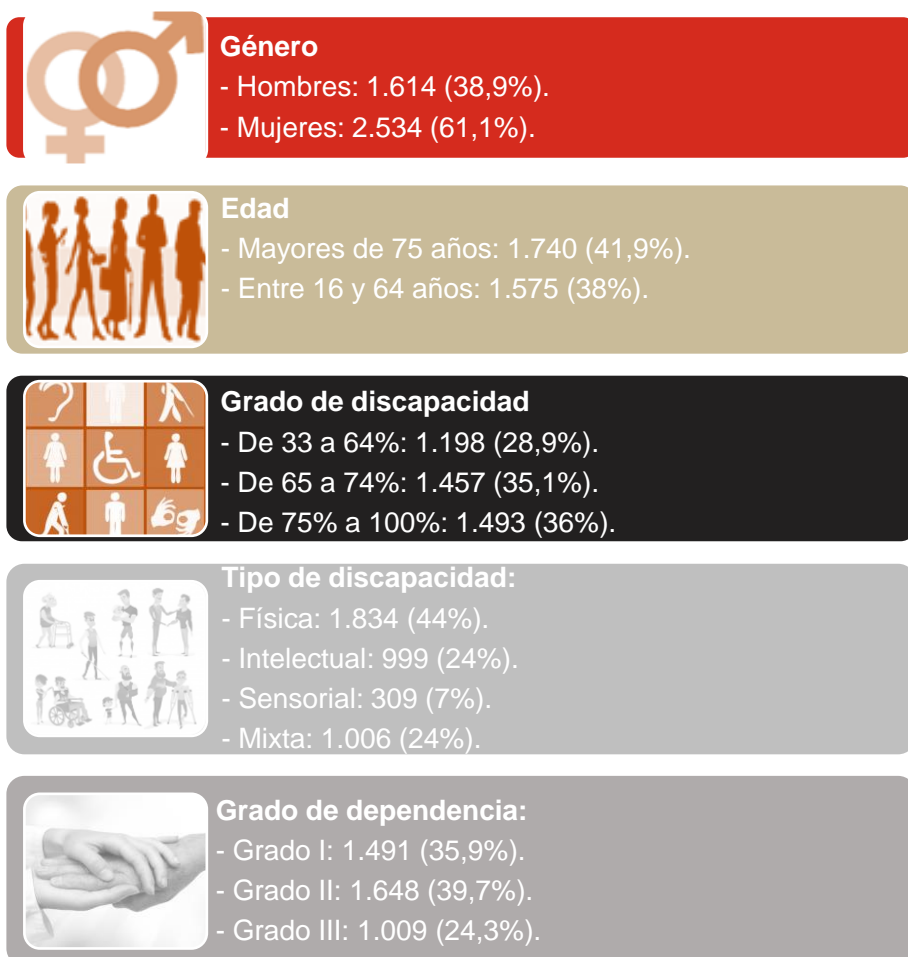
RESOLUCIÓN DE GRADO DE DEPENDENCIA

| TRAMOS DE EDAD | GÉNERO | TOTALES | % |
|--------------------------------|------------|-------------|-------------|
| Sin fecha de nacimiento | 0 hombres | 1 persona | 0,8% |
| | 1 mujer | | |
| De 0 a 15 años | 6 hombres | 8 personas | 6,6% |
| | 2 mujeres | | |
| De 16 a 64 años | 22 hombres | 43 personas | 35,2% |
| | 21 mujeres | | |
| De 65 a 75 años | 4 hombres | 14 personas | 11,5% |
| | 10 mujeres | | |
| Más de 75 años | 16 hombres | 56 personas | 45,9% |
| | 40 mujeres | | |
| Total personas | 122 | | 100% |

Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Datos a fecha 31 de enero de 2017. Elaboración Propia.

Respecto al número de **personas localizadas con derecho a dependencia reconocido y con el expediente activo**, en la ciudad de Almería hay un total de 4.148, siendo el perfil de dichas personas el siguiente:

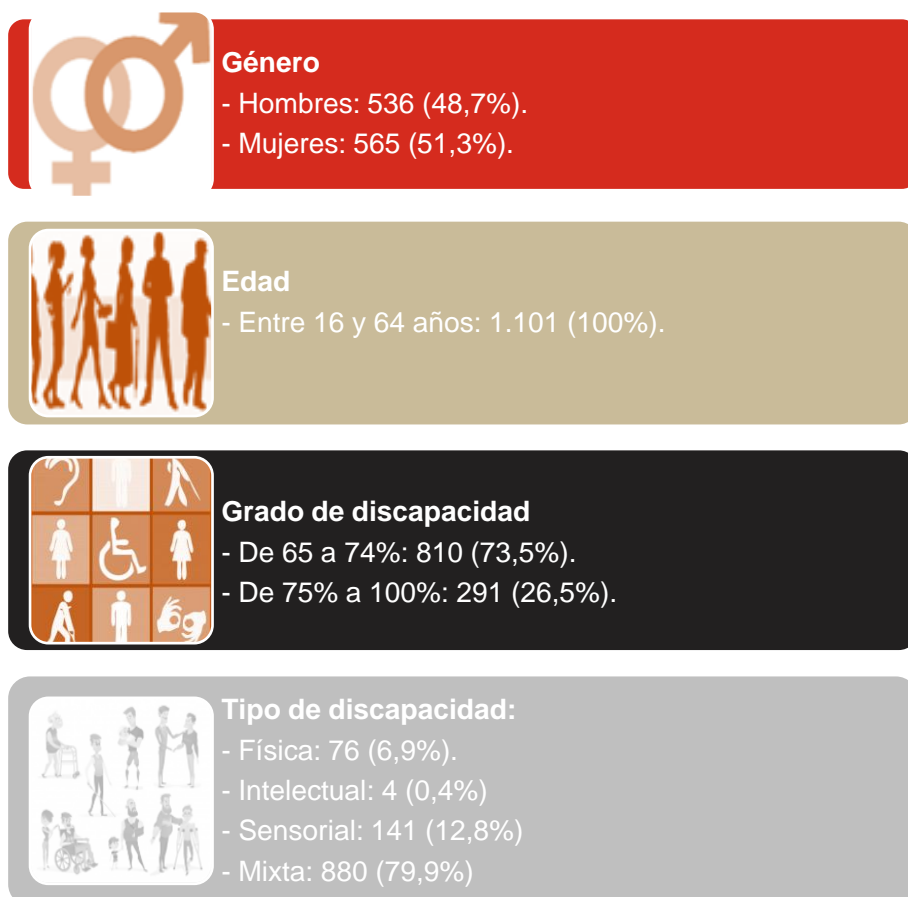
Perfil de Personas con Derecho a Dependencia y con el Expediente Activo:



Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Datos a fecha 31 de enero de 2017. Elaboración Propia.

Del total de personas que tiene algún tipo de discapacidad, 1.101 **reciben una pensión no contributiva**. A continuación, se recoge el número de personas por género, tramos de edad, grado y tipo de discapacidad.

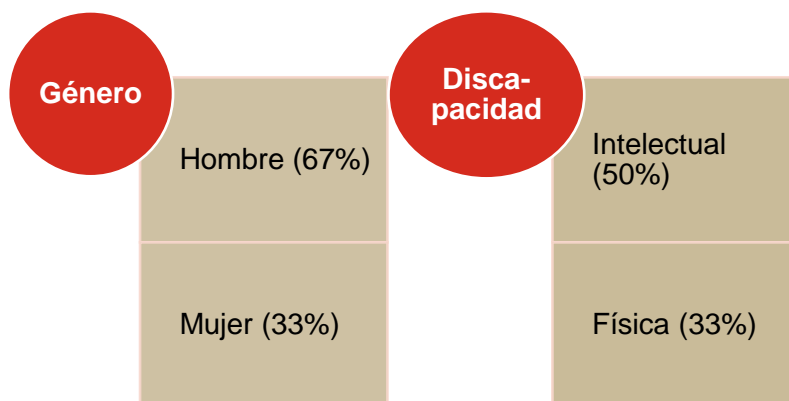
Perfil de Personas con Algún Tipo de Discapacidad y reciben una Pensión No Contributiva:



Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Datos a fecha 31 de enero de 2017. Elaboración Propia.

Respecto al número de **menores con discapacidad** (hasta 17 años) **que se encuentran en Centros de Protección de Menores**, en la ciudad de Almería, hay 12 personas, de las cuales el 33% son mujeres y el 67% son hombres, siendo la discapacidad principal de los mismos de tipo intelectual.

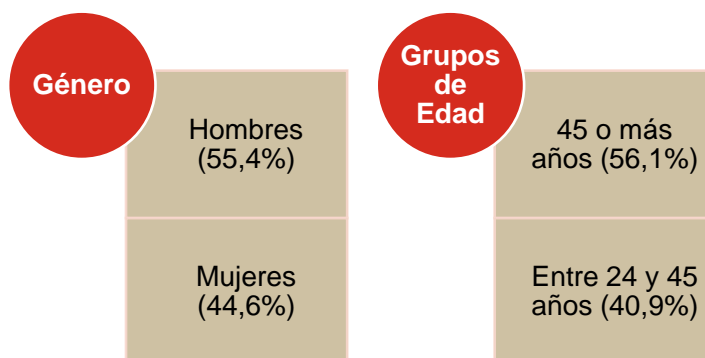
Perfil de Menores con Discapacidad que se encuentran en Centros de Protección de Menores:



Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Datos a fecha 31 de enero de 2017. Elaboración Propia.

En cuanto al número de **mujeres con discapacidad maltratadas** de la ciudad de Almería ingresadas en casas de acogida a 31 de julio de 2017, según la consulta realizada en la base de datos del Servicio de Atención y Acogida a Mujeres Víctimas de Violencia de Género y sus hijos e hijas del Instituto Andaluz de la Mujer, éste es de 4 mujeres, una menos que en 2016. Respecto a las **personas con discapacidad demandantes de empleo**, es mayor esta demanda entre los hombres (55,4%) que en las mujeres (44,6%), así como en personas mayores de 45 años (56,1%), como podemos comprobar en el siguiente gráfico:

Perfil de Personas con Discapacidad Demandantes de Empleo:



Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. Datos a fecha 31 de enero de 2017. Elaboración Propia.

El número de **personas con discapacidad demandantes de empleo** y paradas registradas en la ciudad de Almería a 31 de diciembre de 2016 y a 31 de julio de 2017, se sitúa en 672:

| Grupo de Edad | Nivel Formativo | 31-dic-16 | | | 31-jul-17 | | |
|--------------------|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | | HOMBRE | MUJER | TOTAL | HOMBRE | MUJER | TOTAL |
| Menor de 25 años | Sin estudios | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 |
| | Estudios primarios completos | 3 | 2 | 5 | 3 | 2 | 5 |
| | Estudios secundarios | 11 | 4 | 15 | 9 | 3 | 12 |
| | Estudios postsecundarios | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| | TOTAL | 15 | 7 | 22 | 13 | 7 | 20 |
| Entre 25 y 44 años | Sin estudios | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | Estudios primarios incompletos | 22 | 8 | 30 | 24 | 11 | 35 |
| | Estudios primarios completos | 7 | 3 | 10 | 4 | 4 | 8 |
| | Estudios secundarios | 108 | 76 | 184 | 112 | 77 | 189 |
| | Estudios postsecundarios | 22 | 24 | 46 | 20 | 23 | 43 |
| | TOTAL | 159 | 111 | 270 | 160 | 115 | 275 |
| 45 o más años | Sin estudios | 7 | 5 | 12 | 7 | 6 | 13 |
| | Estudios primarios incompletos | 33 | 23 | 56 | 25 | 23 | 48 |
| | Estudios primarios completos | 11 | 6 | 17 | 12 | 5 | 17 |
| | Estudios secundarios | 146 | 121 | 267 | 140 | 120 | 260 |
| | Estudios postsecundarios | 17 | 23 | 40 | 15 | 24 | 39 |
| | TOTAL | 214 | 178 | 392 | 199 | 178 | 377 |
| TOTAL | | 388 | 296 | 684 | 372 | 300 | 672 |

Consejería de Empleo, Empresa y Comercio. Transparencia Pública de Andalucía.

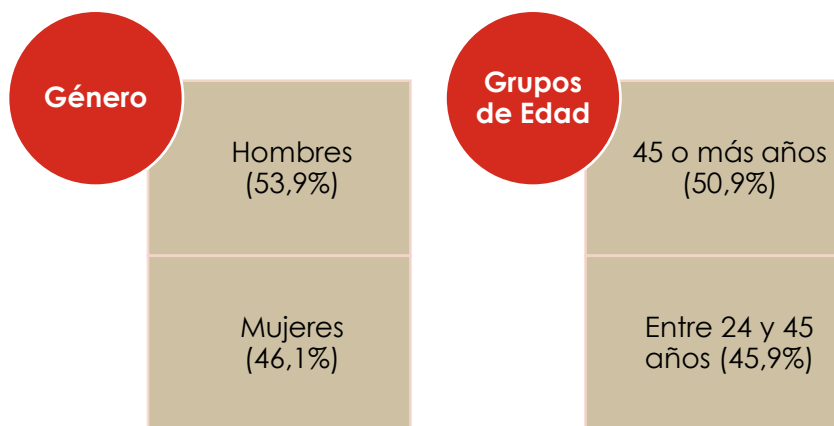
En cuanto al número de **personas con discapacidad contratadas** en la ciudad de Almería a 31 de diciembre de 2016 y a 31 de julio de 2017, los resultados son los siguientes:

| Grupo de Edad | Nivel Formativo | 31-dic-16 | | | 31-jul-17 | | |
|--------------------|--------------------------------|------------|------------|--------------|------------|------------|------------|
| | | HOMBRE | MUJER | TOTAL | HOMBRE | MUJER | TOTAL |
| Menor de 25 años | Sin estudios | 3 | 1 | 4 | 0 | 1 | 1 |
| | Estudios primarios incompletos | 1 | 4 | 5 | 1 | 3 | 4 |
| | Estudios primarios completos | 10 | 7 | 17 | 0 | 2 | 2 |
| | Estudios secundarios | 23 | 27 | 50 | 8 | 11 | 19 |
| | Estudios postsecundarios | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | TOTAL | 37 | 39 | 76 | 11 | 17 | 28 |
| Entre 25 y 44 años | Sin estudios | 17 | 12 | 29 | 21 | 9 | 30 |
| | Estudios primarios incompletos | 13 | 19 | 32 | 23 | 17 | 40 |
| | Estudios primarios completos | 81 | 29 | 110 | 62 | 29 | 91 |
| | Estudios secundarios | 215 | 180 | 395 | 145 | 108 | 253 |
| | Estudios postsecundarios | 20 | 41 | 61 | 7 | 24 | 31 |
| | TOTAL | 329 | 269 | 598 | 258 | 187 | 445 |
| 45 o más años | Sin estudios | 22 | 9 | 31 | 22 | 10 | 32 |
| | Estudios primarios incompletos | 17 | 12 | 29 | 15 | 11 | 26 |
| | Estudios primarios completos | 60 | 61 | 121 | 54 | 39 | 93 |
| | Estudios secundarios | 174 | 190 | 364 | 99 | 124 | 223 |
| | Estudios postsecundarios | 16 | 15 | 31 | 12 | 15 | 27 |
| | TOTAL | 289 | 287 | 576 | 202 | 199 | 401 |
| TOTAL | | 655 | 595 | 1.250 | 471 | 403 | 874 |

Consejería de Empleo, Empresa y Comercio. Transparencia Pública de Andalucía.

Desde el 31 de diciembre de 2016 al 31 de julio de 2017, la contratación de personas con discapacidad descendió un 30,08%. A continuación, se recoge el porcentaje de contratados según género y grupo de edad.

Perfil de Personas con Discapacidad con contrato:



Consejería de Empleo, Empresa y Comercio. Transparencia Pública de Andalucía.

En lo que respecta al **número de personas con algún tipo de discapacidad matriculadas en la Universidad de Almería**, hay un total de 193 personas. Por género, prácticamente el número de hombres y mujeres es el mismo, mientras que, por tipología, predominan las personas que tienen una discapacidad física (35,2%).

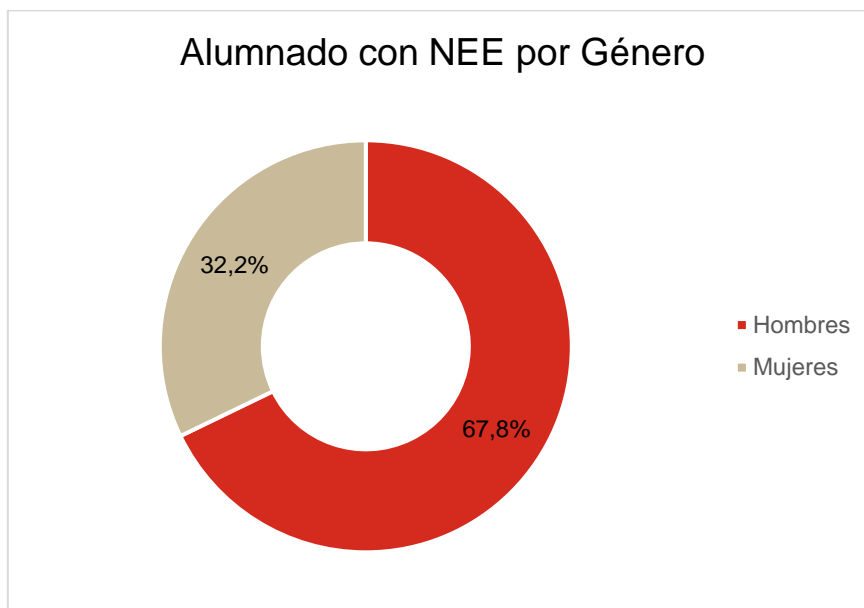
| Tipo de discapacidad | Hombres | Mujeres | Total | % |
|----------------------|-----------|-----------|------------|---------------|
| Física | 32 | 36 | 68 | 35,2% |
| Intelectual | 6 | 11 | 17 | 8,8% |
| Visual | 7 | 5 | 12 | 6,2% |
| Auditiva | 10 | 4 | 14 | 7,3% |
| Otras discapacidades | 14 | 14 | 28 | 14,5% |
| No indicada | 28 | 26 | 54 | 28,0% |
| TOTAL | 97 | 96 | 193 | 100,0% |

*Delegación de Área de Familia e Igualdad de Oportunidades. Último dato disponible julio 2016.
Elaboración Propia.*

Como se puede observar en la tabla anterior, un aspecto importante a resaltar es el hecho de la **dificultad de acceso al empleo en función de la discapacidad**. Actualmente es más fácil emplear a personas con discapacidad física en ciertos sectores, que personas con discapacidad sensorial o autismo. Hay un problema social

derivado de la falta de apoyos para mejorar la empleabilidad en personas con algún tipo de discapacidad intelectual o social, como es el caso del autismo.

Conforme a los últimos datos disponibles, son numerosas las personas con algún tipo de discapacidad en Almería demandantes de empleo o paradas, lo que dificulta su inclusión. Igualmente, son escasas los matriculados en la Universidad de Almería. Por otro lado, hay que indicar que el municipio de Almería cuenta con un total de 1.349 alumnos con NEE, de los cuales el 67,8% son de género masculino y el 32,2% de género femenino.



Datos Alumnado con Necesidades Educativas Especiales en el Municipio de Almería. Consejería de Educación. Delegación Territorial en Almería. Elaboración Propia.

Entre las principales Necesidades Educativas Especiales detectadas en el municipio de Almería, se encuentran las siguientes:



Datos Alumnado con Necesidades Educativas Especiales en el Municipio de Almería. Consejería de Educación. Delegación Territorial en Almería. Elaboración Propia.

Entre las principales necesidades educativas especiales se encuentra el Trastorno del Espectro Autista (TEA), siendo Almería una de las provincias andaluzas con mayor número de aulas TEA y existe una gran demanda que aumenta año tras año en este sentido. Ya en 2017, se crearon 5 nuevas aulas para atender a 175 escolares, de los que dos de ellos se localizaron en la capital, el colegio Mediterráneo y el Instituto Cruz de Caravaca.

También es muy importante hacer mención a la dificultad de aprendizaje dislexia, que sí bien en muchos casos suelen ir de la mano en la mayoría de las ocasiones con el Trastorno por Déficit de Atención e Hiperactividad (TDAH), son dos trastornos diferentes y hay que hacer un trabajo específico en el mismo, puesto que es un colectivo muy vulnerable, ya que las dificultades que presentan en lectoescritura pueden derivar, en muchos casos, en baja autoestima o ansiedad y, sobre todo en ambientes familiares desestructurados o de bajo nivel económico, en dificultades de sociabilización y problemáticas sociales. Por ello es muy importante trabajar en su detección temprana, para la cual la sensibilización es primordial, así como la formación, como así lo confirma el informe de 2015 de la International Dyslexia Association, que indica que puede llegar a ser disléxico el diez por ciento de la población escolar, es decir, de cada 30 alumnos, uno o dos, pueden ser personas con dislexia, así como de cada seis fracasos escolares, cuatro son de personas con dislexia.

Por último, indicar que el restante 50% de estudiantes con necesidades educativas especiales tienen, si cabe, mayores dificultades de integración al ser enfermedades y síndromes pocos conocidos y no existir una red asociativa que los ayude.

En cuanto a las **facilidades que Almería ofrece a personas al colectivo de personas con algún tipo de discapacidad** se encuentran las siguientes:

- **Viviendas:** en las promociones municipales llevadas a cabo en los últimos 6 años, el total de viviendas ascienden a 303, de las cuales 9 han sido reservadas a personas con discapacidad.
- **Localidades reservadas en los espacios escénicos:**

- **Auditorio M. Maestro Padilla:** 10 localidades.
- **Teatro Apolo:** 4 localidades.
- **Transportes:**
 - **Taxis:** 5 vehículos
 - **Autobuses:**
 - 45 autobuses de 12 metros
 - 3 microbuses
 - 3 autobuses de 18 metros
 - 1 mini bus de 10 metros
- **Plazas de aparcamiento:** 298 plazas.
- **Semáforos adaptados para personas con deficiencias auditivas:** 108 semáforos.
- **Habitaciones de hotel:** en torno a 10-12 habitaciones, entre todos los hoteles pertenecientes a la Asociación de Hostelería de Almería.
- **Servicios de temporada prestados en las playas.**

| PLAYA | INSTALACIONES |
|--|---|
| PLAYA DE ALMERÍA – Tramo San Miguel – Las Conchas | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. - Un módulo de aseos (personas con discapacidad-hombre-mujer) de 9 m². |
| PLAYA DE ALMERÍA – Tramo Zapillo | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. - Un módulo de aseo para personas con discapacidad de 9 m². |
| PLAYA DE ALMERÍA – Tramo Palmeral | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. - Tres módulos de aseo (personas con discapacidad - hombre-mujer) de 15 m² cada uno. - Un módulo de aseo accesible de 9 m². - Una zona de sombra accesible de 30 m². |

| PLAYA | INSTALACIONES |
|-------------------------------|---|
| PLAYA DE NUEVA ALMERÍA | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. - Cuatro módulos de aseos (discapacitado-hombre-mujer) de 4 m² cada uno. |
| PLAYA DE COSTACABANA | <ul style="list-style-type: none"> - Una zona balizada de baño accesible de 100 m². - Pasarelas. - Un módulo de aseo accesible hombre-mujer de 15 m². - Un módulo de aseo accesible de 4 m². - Cuatro módulos de aseos (discapacitado-hombre-mujer) de 4 m² cada uno. - Una zona de sombra accesible de 30 m². |
| PLAYA DE EL ALQUIAN | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. |
| PLAYA DE EL TOYO | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. - Un módulo de aseo personas con discapacidad de 9 m². - Un módulo de aseo (discapacitado-hombre-mujer) de 15 m². - Una zona de sombra accesible de 30 m². |
| PLAYA DE RETAMAR | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. - Un módulo de aseo accesible-hombre-mujer de 15 m². - Un módulo de aseo accesible de 9 m². - Dos módulos de aseos (discapacitado-hombre-mujer) de 4 m² cada uno. - Dos zonas de sombra accesible de 30 m² cada una. |
| PLAYA DE CABO DE GATA | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. - Un módulo de aseo accesible de 9 m². - Dos módulos de aseos (discapacitado-hombre-mujer) de 4 m² cada uno. - Una zona de sombra accesible de 30 m². |
| PLAYA DE LA ALMADRABA | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. |
| PLAYA DE LA OLA | <ul style="list-style-type: none"> - Pasarelas. |

- **Duchas:** Todas las duchas son accesibles para las personas con movilidad reducida.
- **Playas con puntos accesibles para el baño:**
 - El Palmeral
 - Costacabana
 - El Toyo
 - Retamar (dos puntos)
 - Cabo de Gata
- **Zona lúdica para mayores:** Esta zona se ubica junto a la pérgola en el Palmeral para ofrecer mayor calidad a los usuarios de la tercera edad.
- **Pérgolas:** Se instalarán pérgolas destinadas a dar sombra, que tendrá una superficie aproximada de 15 m², y estará fabricada en madera con escuadras de sección suficiente para asegurar su estabilidad frente al viento. La cubierta será impermeable, el material utilizado tendrá una resistencia adecuada al sol. El conjunto se protegerá con un barniz resistente al ambiente marino. Los emplazamientos serán los siguientes:
 - El Palmeral
 - Costacabana
 - El Toyo
 - Retamar (dos)
 - Cabo de Gata
- **Sillas anfibas:** el Ayuntamiento pone a disposición de todas las personas con movilidad reducida sillas anfibas con las siguientes características:
 - Dimensiones: 1120x1200x1670
 - Peso: 37,350 kg
 - Peso máximo usuario: 100 kg
 - Material: aluminio
 - Flotadores: polietileno, trasero relleno de poliuretano expandido

Silla de ruedas denominada MARINA-ANFI, que puede ser utilizada tanto dentro como fuera del agua y está pensada para facilitar a las personas con discapacidad el acceso a la playa y su entorno, así como permitir el baño en el mar. Las sillas anfibas se utilizarán en el punto accesible a instalar en la Playa del Palmeral, en el punto accesible de Retamar y en el punto accesible de Cabo de Gata.

- **Balizamiento:** Debido a la gran afluencia de bañistas a las playas y a la proliferación de navegación deportiva (motos acuáticas, ski acuático,

hidropedales, windsurf, etc.) también se hace necesario actuar para garantizar la seguridad, ordenación y buen uso de las playas. Para ello, el Ayuntamiento va a prestar el servicio consistente en la instalación, mantenimiento y retirada del balizamiento de las playas del término municipal, así como la señalización de la zona de baño adaptada para personas con discapacidad en las playas de El Palmeral y Costacabana con la finalidad de ordenar y compatibilizar los diferentes usos lúdicos de las playas con zona reservada a los bañistas.

- **Ordenanzas municipales que incluyen medidas de accesibilidad en beneficio del colectivo de personas con discapacidad:**
 - **Ordenanza nº 3.** Impuesto de actividades económicas que recoge exención para asociaciones de minusválidos⁵ para este impuesto.
 - **Ordenanza nº 4.** Impuestos de vehículos de tracción mecánicas, recoge la exención del impuesto de vehículos para los minusválidos⁶.
 - **Ordenanza nº 14** reguladora de la tasa de expedición de documentos administrativos, concede exención de minusválidos⁷ para las pruebas selectivas que organice el Ayuntamiento.
 - **Ordenanza nº 25** reguladora de la tasa por estacionamiento de vehículos de tracción mecánica en las vías públicas municipales, declara que no estén incluidos en el hecho imponible, lo cual equivale a una exención, respecto de los vehículos de minusválidos⁸ para estacionamiento en la vía pública.
 - **Ordenanza nº 44** reguladora de la tasa por los servicios de transporte urbano colectivo de viajeros, establece exención de los minusválidos⁹ con más del 65% de minusvalía, censados, para el transporte urbano de viajeros.

“Almería pone a disposición de las personas con discapacidad una gran cantidad de recursos y facilidades para su inclusión en todos los ámbitos de la vida: vivienda, empleo, transporte, normativa, actividades lúdicas, servicios...”

⁵ Definición literal en la Ordenanza

⁶ Ídem

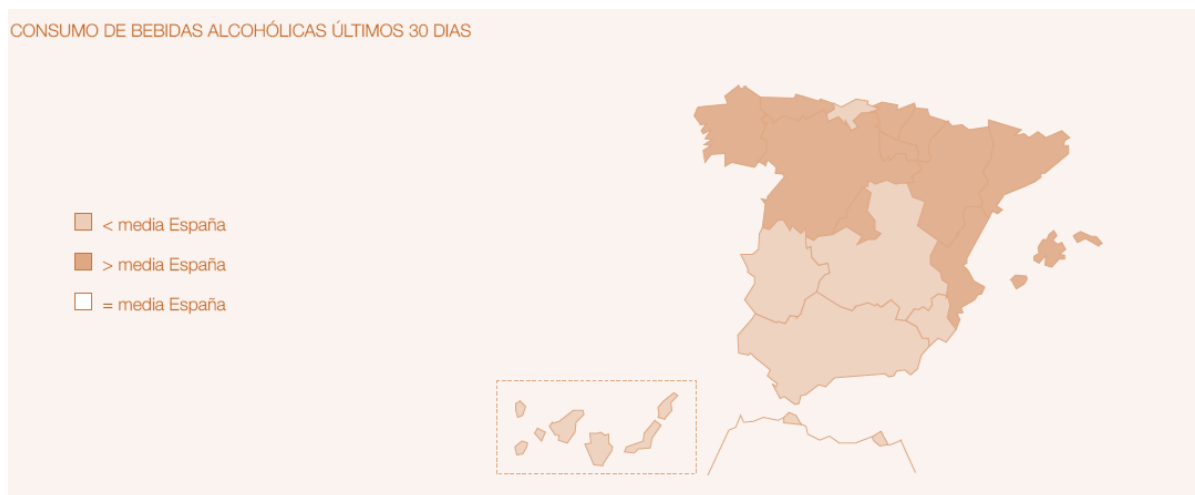
⁷ Ídem

⁸ Ídem

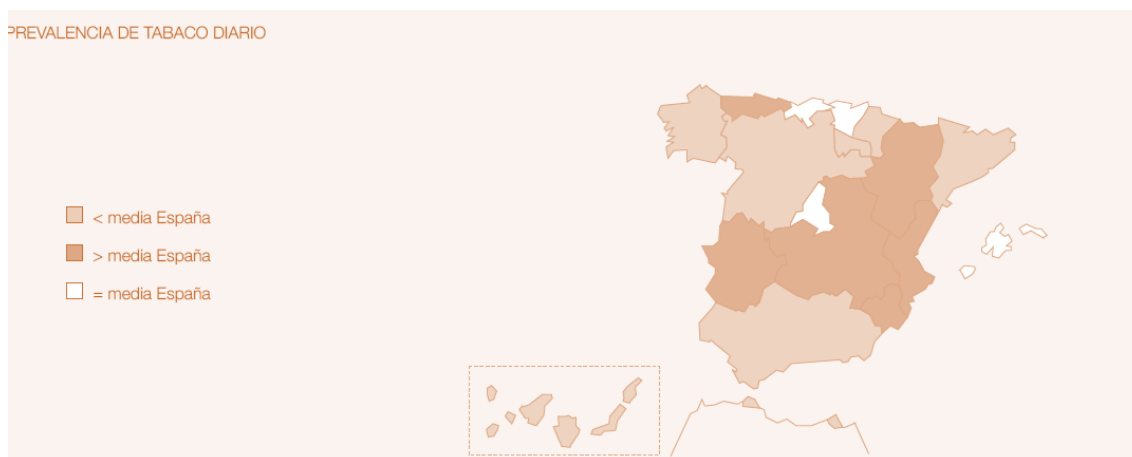
⁹ Ídem

3.8 POBLACIÓN CON ALGÚN TIPO DE ADICCIÓN

Por último, se deben tener en cuenta a las personas que tienen algún tipo de adicción y a los que se encuentran en especial vulnerabilidad de padecerlas. En este contexto, aunque Andalucía en general presenta datos de consumo por debajo de la media de España (consumo de bebidas alcohólicas, de tabaco, de cannabis, etc.) la propia provincia de Almería suele estar por encima de los consumos medios de nuestra región, por lo que hay que realizar un especial esfuerzo de prevención e inclusión social en esta materia.



Consumo de Bebidas Alcohólicas en España. Fuente: Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones. 2019.



Prevalencia de Tabaco Diario en España. Fuente: Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones. 2019.

| | Andalucía | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
|---------------------------|-----------|---------|-------|---------|---------|--------|-------|--------|---------|
| Consume alguna vez | 90,2% | 92,0% | 90,7% | 89,7% | 89,6% | 88,4% | 95,3% | 89,0% | 89,4% |
| Consumo último año | 72,5% | 72,6% | 74,6% | 71,1% | 74,0% | 69,5% | 79,4% | 67,1% | 74,0% |
| Consumo último mes | 55,2% | 60,5% | 53,9% | 52,4% | 59,7% | 52,3% | 59,9% | 48,3% | 58,0% |
| Consumo diario último mes | 6,4% | 9,5% | 8,4% | 7,4% | 6,9% | 3,6% | 9,7% | 2,7% | 6,2% |
| Base: total muestra | (3.600) | (307) | (535) | (337) | (393) | (224) | (278) | (694) | (832) |

Prevalencia de Consumo de Alcohol en Andalucía. Fuente: La Población Andaluza ante las Drogas. 2015.

| Provincia | 2015 |
|-----------|-------|
| Almería | 37,5% |
| Cádiz | 40,7% |
| Córdoba | 32,9% |
| Granada | 35,5% |
| Huelva | 35,1% |
| Jaén | 35,6% |
| Málaga | 27,3% |
| Sevilla | 36,4% |
| Andalucía | 34,9% |

Prevalencia de Consumo Diario de Tabaco en Andalucía. Fuente: La Población Andaluza ante las Drogas. 2015.

En este contexto, el ayuntamiento de Almería tiene como eje de referencia para luchar contra cualquier tipo de adicción el III Plan Municipal sobre Drogas y Adicciones, como elemento que coordina y da respuesta social al problema de las adicciones en la ciudad de Almería. El III Plan cuenta con más de 20 actividades, como son la edición y publicación del documento y una guía con todos los recursos disponibles, la realización de campañas de sensibilización y difusión, la celebración de los días mundiales Sin Tabaco o Sin Alcohol y la ampliación de la intervención en centros educativos.

Un programa preventivo que desarrolla a través de la Delegación de Familia e Igualdad y donde participan activamente, además del Observatorio Municipal sobre drogas y adicciones, organizaciones del Tercer Sector como Proyecto Hombre, Asociación NOESSO, Asociación 'Nuevo Rumbo', Asociación de Alcohólicos Rehabilitados de Almería, Asociación para la Prevención 'A Tiempo', Cruz Roja Toxicomanías, Asociación Española contra el Cáncer, Servicio Provincial de Drogodependencias y técnicos de la delegación del Área de Familia e Igualdad.

Debido a las escasas competencias que el ayuntamiento tiene en esta materia, las actividades se centran principalmente en programas de prevención y a la reinserción social de personas que han salido o están saliendo de algún tipo de adicción.

Debido a la temporalidad del III Plan (2017-2020), va siendo hora de actualizar en un IV Plan que intente minimizar las problemáticas existentes en la ciudad, incidiendo especialmente en la sensibilización e información para el tratamiento y prevención de las adicciones, incluyendo la insuficiencia de técnicos y/o docentes cualificados para el seguimiento o la falta de pisos para personas que se encuentren en el proceso de reinserción sociolaboral y de apoyo al tratamiento de adicciones.

4. MATRIZ D.A.F.O.

A raíz de la exposición de los aspectos anteriormente tratados y de las mesas de trabajo realizadas con los agentes implicados en el sector, se han analizado las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades más destacadas en el Vector Diversidad de Inclusión Social en la ciudad de Almería y que, posteriormente se ha priorizado para determinar la visión y medidas de actuación a poner en marcha para el desarrollo del vector.

| DEBILIDADES |
|--|
| D1. Atomización del municipio en numerosos núcleos de población. |
| D2. No existe una división clara de los Barrios de Almería que facilite su identidad. |
| D3. Almería tiene una estructura de población madura que tiende hacia el envejecimiento. |
| D4. Escasa capacidad de la ciudad de Almería para sustituir a las personas jubiladas. |
| D5. Existen zonas con bajos niveles de renta y con riesgo de exclusión social. |
| D6. El 13% de la población de la ciudad de se encuentra en riesgo de exclusión social, siendo las zonas más vulnerables Chanca – Pescadería, Araceli – Piedras Redondas – Los Almendros, Puche y Fuentecica – Quemadero. |
| D7. El rango de población en riesgo de exclusión social más afectado es de 16 a 64 años, suponiendo cerca del 65% de esta población, es decir, la población potencialmente activa. |
| D8. Un elevado porcentaje de personas de etnia gitana viven en infraviviendas. |
| D9. Alta tasa de población migrante en la ciudad, aunque bastante menor que en el global provincial. |
| D10. La ciudad de Almería cuenta con un porcentaje de personas con discapacidad reconocida superior a la media andaluza. |
| D11. Son numerosas las personas con algún tipo de discapacidad en Almería demandantes de empleo o paradas. |
| D12. Son escasas las personas con algún tipo de discapacidad matriculadas en la Universidad de Almería. |
| D13. Almería cuenta con un elevado número de personas con necesidades educativas especiales, siendo bastante superior en el género masculino que en el femenino. |
| D14. La vulnerabilidad de las personas inmigrantes, genera indefensión e inseguridad en sus condiciones de vida. |
| DEBILIDADES (Sigue) |

D15. Escasez de cobertura y difícil acceso a las necesidades básicas: vivienda normalizada, educación básica, recursos de salud, formación, etc. (emergente necesidad de cobertura).

D16. Dificil acceso de los colectivos en riesgo de exclusión social a la formación ocupacional por los requisitos y horarios que no le son compatibles a su situación.

D17. Los profesionales de atención social no tienen formación continuada obligatoria como en otros sectores.

D18. Falta de políticas específicas que faciliten la inclusión de los colectivos inmigrantes en la sociedad almeriense.

D19. Importantes barreras arquitectónicas, así como escasez de adaptación del transporte público a las personas con movilidad reducida.

D20. Desconocimiento y desinformación de los colectivos minoritarios, y/o afectados por algún factor de exclusión.

D21. Escasa experiencia y formación profesional para atender a los colectivos vulnerables.

D22 Escasos y limitados recursos económicos en general de los colectivos en riesgo de exclusión social.

D23. Bajo nivel de adaptación en puestos de trabajo concretos para personas con discapacidad.

D24 Las organizaciones y colectivos de la sociedad civil están muy fragmentadas.

D25. Insuficiente nivel educativo y cultural de la sociedad para atender y entender los beneficios de la inclusión social.

D26. Escasez de campañas de concienciación y sensibilización sobre los colectivos en riesgos de exclusión social que aumenten y mejoren su visibilidad y conocimiento.

D27. Alto nivel de analfabetismo.

D28. Desconocimiento del idioma de las personas inmigrantes.

D29. Inadaptación a algunas de las normas y costumbres españolas de las personas inmigrantes.

D30. Dificultades administrativas para la homologación de título y convalidaciones para las personas extranjeras.

D31. Elevada presencia de la economía sumergida como modo de subsistencia en determinados colectivos en riesgo de exclusión social.

| DEBILIDADES (Sigue) |
|--|
| D32. La dificultad de acceso y manejo de las TIC por parte de ciertos colectivos en riesgo de exclusión social aumenta la brecha digital existente y genera mayor desigualdad de oportunidades. |
| D33. Determinados espacios con mayor densidad de personas en riesgo de exclusión social presentan importantes deficiencias de cuidado y aseo urbano, lo que empeora la imagen de estos colectivos. |
| D34. Fuerte presencia en la sociedad de importantes estereotipos, falsas creencias, bulos, etc. sobre las personas en riesgo de exclusión social en general. |
| D35. Elevada tasa de absentismo escolar en colectivos en riesgo de exclusión social, por falta de motivación y expectativas futuras, lo que dificulta los procesos de inclusión. |
| D34. Dificultades de acceso y precariedad laboral para las personas en riesgo de exclusión social. |
| D37. Presencia de barreras psicológicas entre la población almeriense para acceder a ciertos barrios. |
| D38. Escasez de habilidades personales y sociales, de comunicación y relacionales para atender a las personas en riesgo de exclusión social. |
| D39. Desconocimiento del mercado laboral español y de las herramientas para la búsqueda activa de empleo por parte de los colectivos inmigrantes. |
| D40. Carencias materiales y falta de personal para cubrir necesidades de los diferentes colectivos en exclusión social. |
| D41. Mayor vulnerabilidad y brecha de género de la mujer en los colectivos en riesgo de exclusión social (violencia de género, desigualdad...). |
| D42. Falta de participación activa y positiva de la sociedad almeriense en temas sociales (necesidad de una mayor tasa de voluntariado). |
| D43. Enquistamiento de pobreza, exclusión de minorías, marginación, etc. centrados en determinados barrios almerienses. |
| D44. La ciudad de Almería presenta las rentas medias más bajas que las medias provincial, regional y nacional. |
| D45. Casi el 34% de los nacidos en la provincia son de padres y madres extranjeros, lo que provoca una estructura de población particular que hay que tener en cuenta. |
| D46. Escasez de campañas de sensibilización e información para el tratamiento y prevención de las adicciones con y sin sustancia. |
| DEBILIDADES (Sigue) |

| |
|---|
| D47. Insuficiencia de programas de prevención escolar, familiar, laboral y comunitaria y técnicos y/o docentes cualificados para el seguimiento. |
| D48. Pocas Comunidades Terapéuticas para usuarios con este perfil, teniendo que desplazarse a otras provincias para desarrollar el tratamiento con lista de espera. |
| D49. Falta de pisos para personas que se encuentren el proceso de reinserción sociolaboral y de apoyo al tratamiento de adicciones. |
| D50. Poca cultura de asociacionismo y de colectivismo activo. |
| D51. Escasez de actividades de ocio y tiempo libre en las zonas de transformación social. |
| D52. Menores en riesgo de exclusión social, pueden no estar detectados, por lo que pueden estar sufriendo situaciones de maltrato y abuso. |
| D53. Cronicidad de problemas sociales en ciertos barrios de Almería. |
| D54. Necesidades educativas especiales para personas con Trastorno del Espectro Autista (TEA). |

AMENAZAS

| |
|---|
| A1. Continuidad del aislamiento local por las diferentes políticas autonómicas, estatales y europeas. |
| A2. Incremento de la tasa de paro, que perjudica con mayor intensidad a los colectivos en riesgo de exclusión social. |
| A3. El incremento de puntos de venta y tráfico de drogas en ciertas zonas desfavorecidas. |
| A4. Desaprovechamiento del potencial de la diversidad del municipio por parte de las administraciones. |
| A5. Deterioro general del nivel educativo y formativo. |
| A6. La pérdida de recursos económicos públicos (menor compromiso o disminución de presupuestos y/o subvenciones) o privados (como donaciones de particulares), por una nueva crisis económica puede provocar una falta de financiación que no sea suficiente para atender todas las necesidades sociales, lo que conlleve a la competencia entre entidades por dichos recursos. |
| A7. El incremento de concentración espacial de ciertos colectivos en riesgo de exclusión social aumenta la situación de exclusión y la aparición de guetos. |

AMENAZAS (sigue)

A8. Falta de visión, en profundidad y coordinada del modelo de desarrollo socioeconómico para lograr la inclusión social.

A9. Disminución de recursos económicos de las administraciones públicas y/o privadas destinadas a proporcionar cobertura a las personas con adicciones y la prevención de las mismas.

A10. Normalización por parte de la sociedad de drogas legales (tabaco, alcohol...), casas de apuestas deportivas en cualquier formato, normalización y baja percepción del riesgo del cannabis.

A11. Intereses económicos para la legalización y fomento de actividades de riesgo, como pueden ser las casas de apuesta deportivas, cannabis, etc.

A12. Dificultad al acceso al tratamiento de adicciones por desigualdad de género.

FORTALEZAS

F1. Importante peso poblacional del municipio (acercándose a los 200.000 habitantes).

F2. Tendencia positiva en la evolución demográfica (por encima de las medias de la provincia almeriense y Andalucía).

F3. La ciudad de Almería ofrece numerosos servicios y herramientas a las personas con discapacidad (viviendas, localidades en espacios escénicos, transporte adaptado, plazas de aparcamientos...).

F4 Almería presenta indicadores más favorables en diversidad e inclusión social que otras ciudades análogas, aunque es necesario que se siga trabajando para hacer de Almería una ciudad más inclusiva y menos vulnerable socialmente.

F5. Preocupación y acción de la Administración Local para impulsar la diversidad y la inclusión social en Almería (trabajo en red Administración y colectivos del ámbito).

F6. La utilización de redes sociales por parte de los agentes está ayudando a visualizar el Tercer Sector.

F7. Almería presenta sectores económicos muy consolidados y competitivos que posibilitan oportunidades laborales para los diferentes colectivos.

F8. Las personas con discapacidad presentan actitudes muy positivas para su inclusión laboral (alta motivación, interés y valor hacia el trabajo, capacidad para el aprendizaje y la formación, actitud de esfuerzo, flexibilidad y adaptación, multitud de capacidades y competencias, disposición y facilidad para trabajar en grupo, etc.).

FORTALEZAS (Sigue)

F9. La población inmigrante presenta una alta capacidad para sobreponerse a situaciones adversas: constancia, afán de superación, carácter emprendedor, etc. Valores muy útiles para la sociedad (cualidad humana).

F10. La situación geoestratégica de Almería, su posicionamiento de tierra abierta a otras culturas, su solidaridad, el conocimiento bicultural (cultura de origen y país de acogida); son pilares para potenciar la inclusión social.

F11. Capacidad de autoorganización, desarrollo y empoderamiento del entorno y los habitantes de la ciudad.

F12. Evolución positiva de la concienciación social (aunque es necesaria mucha más sensibilización y concienciación en la sociedad almeriense).

F13. Motivación y participación por parte de los centros educativos en la sensibilización y la inclusión social.

F14. Presencia, aunque insuficiente, de recursos y herramientas que facilitan el trabajo a las comunidades educativas.

F15. La propia diversidad y su riqueza cultural es una fortaleza que se debe aprovechar para el desarrollo de la sociedad almeriense: la diversidad como valor y la inclusión como propósito.

F16. Presencia de formación a profesionales sobre vulnerabilidad en cada área específica.

F17. Participación muy activa de los colectivos en riesgo de exclusión social.

F18. La ciudad de Almería presenta las rentas medias más altas de la provincia.

F19. Gracias al esfuerzo de las administraciones y del Tercer Sector, otros colectivos desfavorecidos como los jóvenes tutelados o las mujeres maltratadas están mejorando su situación personal.

OPORTUNIDADES

O1. Mejora de la formación profesional y técnica en los países de origen.

O2. Globalización general: más oportunidad de crecimiento.

O3. Incremento de subvenciones y ayudas por parte de los servicios sociales y otros recursos de la Administración.

O4. Avance de los derechos de las personas inmigrantes en España: derecho a la documentación reglada; asistencia sanitaria de urgencia; libertad de reunión, asociación y sindicación; asistencia jurídica gratuita; derecho a asistencia social básica; derecho a la educación obligatoria básica.

OPORTUNIDADES (sigue)

O5. Mayor visualización y conocimiento local y provincial de las realidades de la exclusión social (jóvenes tutelados, mujeres maltratadas, personas con discapacidad...).

O6. Incremento de la concienciación social que suponga mayores niveles de inversión en diversidad e inclusión social.

O7. Recepción de los flujos migratorios para revertir la pirámide poblacional y hacer más sostenible el ecosistema económico y social.

O8. Estudio y conocimiento de las diferentes comunidades migratorias del territorio (conocimiento de la cultura de origen y del país de acogida).

O9. Puesta en marcha de programas específicos para la creación de empleo de los colectivos desfavorecidos por parte de la Administración.

O10. Puesta en marcha de políticas de deducción y/o incentivos fiscales a particulares y empresas donantes y/o empresas que contraten a personas en riesgo de exclusión social.

O11. Planes, programas, estrategias llevadas a cabo en otros territorios como experiencia de buenas prácticas para alcanzar una mayor inclusión social.

O12. Incremento de la organización y apoyo en red de los diferentes colectivos y la administración.

O13. Puesta en marcha de políticas y herramientas para ampliar las garantías de ocio y tiempo libre en todas las etapas de la vida.

O14. Incremento de la concienciación y preocupación de las empresas privadas por los problemas sociales.

O15. Incremento de la participación ciudadana y de los centros educativos.

Diagnóstico de Agroindustria y Bioindustria



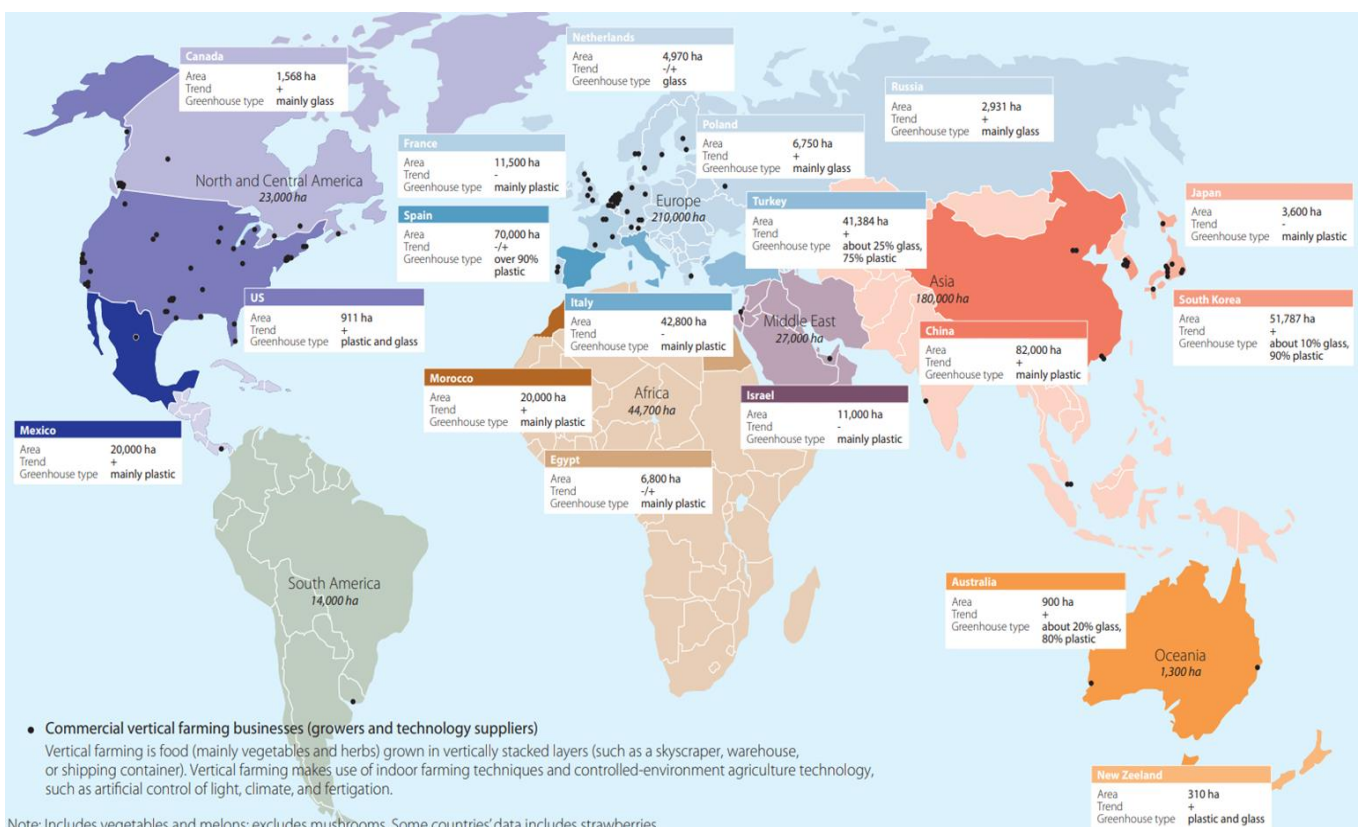
ALMERÍA
CIUDAD



AGROINDUSTRIA Y BIOINDUSTRIA

1. INTRODUCCIÓN

Si existe un sector con capacidad de identificar Almería en el mundo es la agricultura, debido a sus cultivos intensivos en invernadero, fácilmente reconocibles hasta desde el espacio y donde, con una gran incidencia sobre el conjunto de la economía provincial. El modelo es referente mundial, por su productividad, eficiencia y, por su dimensión, puesto que la provincia de Almería presenta una superficie de invernaderos superior a la de otros países productores. De hecho, la provincia de Almería compite con países, con la mitad de superficie de invernaderos de toda España, a lo que hay que añadir que aproximadamente el 80% de su producción se exporta, lo que hace de Almería una potencia internacional en este sector.



Rabbobank World Vegetable Map 2018.

Así, Almería dispone de un modelo productivo que ha dejado de ser concebido como meramente agrícola, para pasar a ser considerado de naturaleza industrial en términos de desarrollo y cooperación empresarial, rendimientos, organización de la producción, etc.; convirtiéndose en referente mundial de modernidad y en el uso sostenible del agua en la agricultura.

Pero la innovación en el sector ha de conducirlo hacia la creación de una industria de apoyo al mismo y de conversión y comercialización de sus productos, así como el desarrollo en paralelo de una industria vinculada a técnicas biológicas y el uso de la tecnología para mejorar los procesos biológicos, lo que sería de gran valor. Es decir, utilizar la Agroindustria y la Bioindustria como motor económico y palanca de cambio en Almería.

Una Agroindustria a la que hay que impulsar su visualización tanto internamente como hacia el exterior, puesto que, como se podrá comprobar más adelante con datos, es un sector innovador, sostenible y generador de conocimiento, que ha provocado que Almería sea la segunda provincia con mayor crecimiento de población, que la Universidad de Almería sea referente en conocimiento en esta materia o que las empresas almerienses sean líderes en tramitación de patentes y marcas.

A esto hay que añadir que el sector agro de **Almería es referente mundial en el modelo de bajo consumo de agua y alta producción**, por lo que es un ejemplo de sostenibilidad (ODS) y, por tanto, un modelo de referencia a escala internacional.

Para ayudar en este cometido, se ha puesto en marcha la mesa-vector de Agroindustria y Bioindustria, que analiza la situación de un sector que supera el ámbito de actuación de la propia ciudad de Almería, por lo que se ha buscado detectar las posibilidades de desarrollo donde el Ayuntamiento tenga capacidad de acción y competencias, resaltando y dando a conocer, en positivo, nuestro modelo sin olvidar las necesarias colaboraciones con otras administraciones, organismos o empresas y convertir Almería en la capital agroalimentaria del mundo. Almería debe apostar por la centralidad entre Poniente y Levante, una centralidad que debe servir para la captación de innovación y promoción empresarial de este sector, convirtiendo a la capital en el centro de todo el eje agroalimentario provincial por la concentración de los principales espacios de innovación y conocimiento (PITA, UAL, etc.).

Esta mesa-vector está dirigida por el presidente de Hortyfruta y Hortiespaña, Francisco Góngora Cañizares, y están representados en la misma, responsables de distintas administraciones, organizaciones de productores, corporaciones, foros y profesionales relacionados con esta materia, como el Colegio Oficial de Ingenieros Técnicos Agrícolas de Almería (COITAAL), la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL), Cajamar y la Universidad de Almería, entre otros.

Este grupo, incluso ha trabajado internamente para realizar un D.A.F.O. previo a la propia constitución de la Mesa, que se constituyó formalmente el 21 de junio de 2018, en una jornada donde se planteó la metodología de trabajo y se presentaron los integrantes y su primera visión sobre el estado de la agroindustria y la bioindustria en Almería.

Posteriormente, el 7 de marzo de 2019, se realizó una mesa de trabajo del grupo para presentar datos previos para el diagnóstico y empezar a seleccionar indicadores y diseñar la matriz D.A.F.O. del vector.

A través del trabajo conjunto, del análisis DAFO y paneles de expertos, se han ido detectando necesidades de mejora, amenazas y oportunidades que el Plan Estratégico puede y debe priorizar como la gestión del agua, la contaminación de acuíferos derivados de los cultivos intensivos, la propia desinformación de la sociedad en materia agrícola, aprovechamiento de excedentes, etc.

A su vez, este vector tiene mucha relación con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con los que el Plan Estratégico de Almería está tan comprometido para

transformar y mejorar el mundo donde vivimos. Concretamente, este vector está relacionado directamente con los siguientes ODS:

- ODS 2: Hambre cero, hay que promover la agricultura sostenible.
- ODS 6: Garantizar el agua, su disponibilidad.
- ODS 9: Construir infraestructuras para lograr ese desarrollo sostenible.

“Almería es referente mundial de modernidad, innovación y en el uso sostenible del agua en la agricultura y tiene el potencial para convertirse en la capital agroalimentaria del mundo”

2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR

En Europa, la agricultura está muy marcada por la Política Agraria Común (PAC), que abarca una amplia gama de ámbitos, incluida la calidad de los alimentos, la trazabilidad, el comercio y la promoción de los productos agrícolas de la Unión Europea. Entre los principales objetivos que se marca se encuentran mejorar la productividad agrícola para adaptarse a las tendencias de mercado y a los competidores; pero se encuentran actualmente con otros retos como garantizar la seguridad alimentaria, minimizar el cambio climático y promover una gestión sostenible de los recursos, entre otros. Objetivos que se alinean también con las metas que los ODS pretenden abordar para este vector, como, por ejemplo:

- Las Metas 2.3 y 2.4, que pretenden duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores, desarrollando prácticas agrícolas resilientes que además de aumentar la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas y fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático.
- Las Metas 6.4 y 6.6, que pretenden aumentar considerablemente el uso eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores, apoyando y fortaleciendo la participación de las comunidades locales en la mejora de la gestión del agua.
- Las Metas 9.4 y 9.6, que pretenden promover una industrialización inclusiva y sostenible, aumentando la investigación científica y la mejora de la capacidad tecnológica de los sectores.

Dentro de este marco estratégico, se encuentran también políticas e iniciativas nacionales y regionales que pretenden facilitar un entorno empresarial favorable al desarrollo agrícola, haciéndola más innovadora, competitiva y sostenible, que cree y consolide el empleo en el sector. Iniciativas que debe liderar Almería por su referencia mundial.

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|--------|------------------------------|------------------|
| Europa | Política Agraria Común (PAC) | Comisión Europea |

| | | |
|------------------|--|---|
| | Iniciativa Conjunta de Bioindustrias: beneficios para Europa. (Año 2017). | Bio-Based Industries Public-Private Partnership |
| | Strategic Plan 2016-2020. Directorate-General for Agriculture and Rural Development. | Comisión Europea |
| | Strategic Plan 2016-2020. Directorate-General for Research and Innovation. | Comisión Europea |
| | Programa Marco de Investigación e Innovación Horizonte 2020. (Año 2014). | Comisión Europea |
| España | Estrategia Española de la Bioeconomía Horizonte 2030. (Año 2015). | Gobierno de España |
| | Análisis del Comercio Exterior Español. (Año 2018. CCAA: Andalucía). | ICEX España Exportación e Inversiones |
| Andalucía | Estrategia Andaluza de Bioeconomía Circular. (Año 2018). | Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural |
| | Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía Horizonte 2020. (Año 2017). | Junta de Andalucía |
| | Cartografía de invernaderos en el litoral de Andalucía Oriental. (Año 2016). | Consejería de Desarrollo, Industria, Pesca y Desarrollo Rural |
| Almería (Ciudad) | Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería. Campaña 2017/2018. | Cajamar Caja Rural |

“Existen políticas e iniciativas nacionales y regionales que pretenden facilitar un entorno empresarial favorable al desarrollo agrícola, haciéndola más innovadora, competitiva y sostenible, que cree y consolide el empleo en el sector”

3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR

En el vector de agroindustria y bioindustria se han analizado temáticas tales como el peso del sector en el PIB, la evolución de los invernaderos en Almería, sus competidores y la industria auxiliar, entre otros aspectos.



- PIB
- Evolución de los Invernaderos
- Producción y exportación
- Industria auxiliar

- Competidores
- Consumo de agua
- Afectaciones al medio ambiente
- Bioindustria

A nivel provincial, Almería se caracteriza por haber experimentado una gran transformación económica, ya que, hasta el final de la década de los sesenta, los indicadores sociales y económicos caracterizaban Almería como una provincia subdesarrollada y en decadencia debido al estancamiento de la población, el agotamiento de la minería y frustradas experiencias de la producción y exportación de uva y cítricos.

Sin embargo, a partir de la década de los setenta esta situación ha ido evolucionando en positivo, teniendo lugar una recuperación en la economía de la provincia a causa de la agricultura intensiva. De esta manera, pasó de una agricultura tradicional a apostar por la agricultura intensiva, siendo más próximo a una “fábrica” agrícola que al tradicional cultivo de hortalizas. Esta situación ha supuesto un dinamismo demográfico atípico, pasando de ser una provincia donde migraba la mano de obra por razones de índole económica, a convertirse en una provincia de gran crecimiento demográfico debido al incremento de ocupación productiva por parte de emigrantes extranjeros y de población del interior.

“El desarrollo de la agricultura almeriense ha provocado un modelo demográfico atípico: de ser provincia de emigrantes ha pasado a ser una provincia de captación de mano de obra”

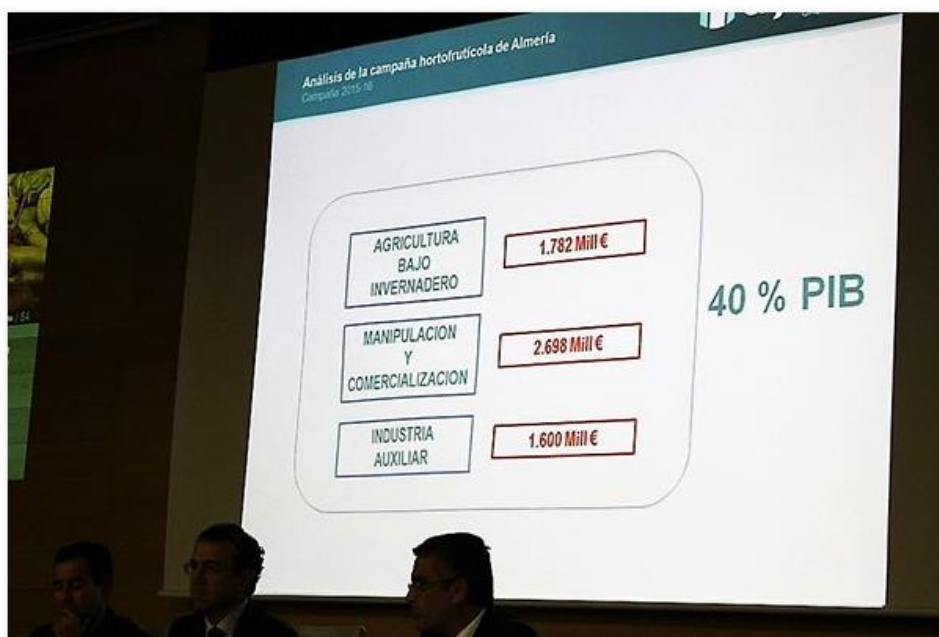
3.1 PRODUCTO INTERIOR BRUTO DE LA PROVINCIA DE ALMERÍA

El producto interior bruto a precios de mercado en la provincia de Almería es de 16.155.382 miles de euros, en el año 2019, lo que supone el 9,4% del PIB de Andalucía.

En lo que respecta al PIB en el sector **agricultura, ganadería, silvicultura y pesca** en la provincia de Almería, según el último dato disponible, éste es de 2.436.821 miles de euros, representando el **16% del PIB** total de la provincia, siendo el sector que mayor ingreso aporta Almería. Cabe mencionar que el PIB de este sector es superior al de Andalucía (6,2%).

Mientras que el PIB de la **industria manufacturera** en la provincia de Almería es de 498.239 miles de euros, suponiendo el **3,3% del PIB**, valor por debajo del PIB de Andalucía (7,1%).

Por otro lado, en la presentación del Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería 2015-2016 de Cajamar, se expuso que el PIB conjunto de la Agricultura bajo Invernadero, la Manipulación y Comercialización y la Industria Auxiliar, suponía el 40% del PIB provincial.



Presentación del Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería 2015-2016. Cajamar.

“Según el PIB, el sector agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en la provincia de Almería es el sector que mayor ingreso aporta a Almería, triplicando a la media andaluza”

Haciendo una comparativa por provincias de Andalucía, se observa en la tabla inferior, cómo la provincia de Almería es la que, con mucha diferencia, aporta un mayor Producto Interior Bruto con el sector de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (24,3%).

| PRODUCTO INTERIOR BRUTO A PRECIOS DE MERCADO EN EL SECTOR DE AGRICULTURA, GANADERÍA, SELVICULTURA Y PESCA | | |
|---|----------------------|----------------------------|
| Provincias | PIB (miles de euros) | % PIB respecto a Andalucía |
| Almería | 2.436.821 | 24,3% |
| Cádiz | 519.727 | 5,2% |
| Córdoba | 1.199.444 | 12,0% |
| Granada | 1.195.349 | 11,9% |
| Huelva | 1.050.502 | 10,5% |
| Jaén | 1.102.057 | 11,0% |
| Málaga | 757.234 | 7,6% |
| Sevilla | 1.761.605 | 17,6% |
| Andalucía | 10.022.739 | 100,0% |

Contabilidad Provincial Anual de Andalucía. Último dato disponible año 2017. Elaboración Propia.

3.2 MODELO PRODUCTIVO DE LA AGROINDUSTRIA ALMERIENSE

El motor del modelo productivo de Almería es la agricultura intensiva de regadío y destacan dos elementos esenciales de la misma: ¹⁰

- Se trata de un modelo de desarrollo propio, originado por la movilización de los recursos naturales, capital y trabajo.
- El modelo se orienta al mercado (tanto interior como exterior) donde el autoconsumo deja de ser el componente principal de la demanda.

Esta nueva agricultura fue impulsada inicialmente por el sector público: en concreto, por el desaparecido Instituto Nacional de Colonización (INC). En 1941, la parte oriental del Campo de Dalías fue declarada zona de interés nacional a efectos de colonización, y procedió al reparto de lotes de tierras regables a razón de dos hectáreas por colono. Años después, en 1957, el propio INC puso en marcha, una experiencia piloto de enarenado (uso de la arena como sustrato de cultivo en sustitución de la tierra), destinado al cultivo del tomate, con gran éxito en su rendimiento y con el añadido de

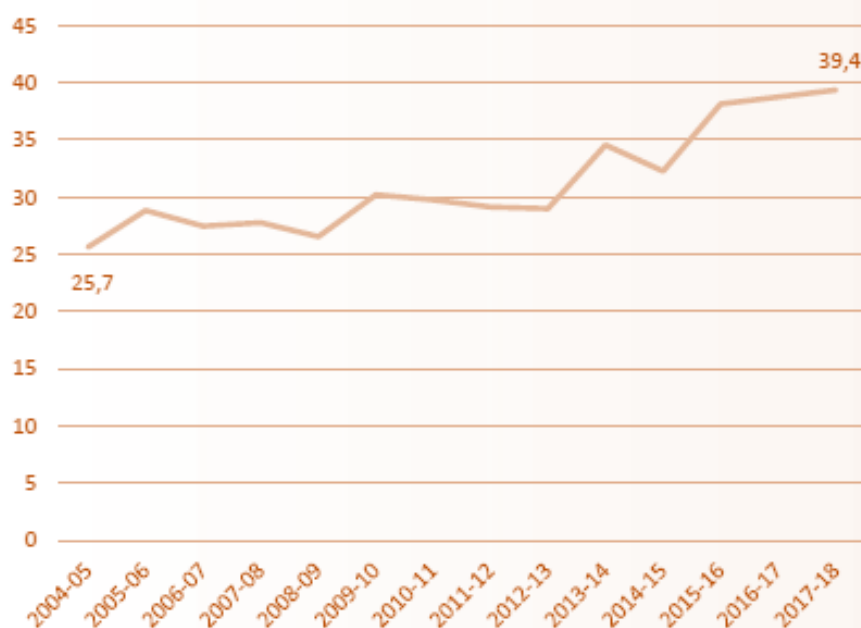
¹⁰ " Los comienzos de la Actuación en el Campo de Dalías. <http://www.dipalme.org/>

poder obtenerlos fuera de temporada (extratemprano) y en 1960, el INC inició una nueva experiencia, en este caso la del emparralado, siguiendo la técnica usada para la uva de mesa, utilizando como soporte el hierro y la madera y cubriéndolo de plástico. Así, el descubrimiento del polietileno, cuya producción era barata, posibilitó su uso agrario, siendo Almería una adelantada en su implantación.

A mediados de los sesenta, se introdujo el riego por goteo que ahorra en torno al 50% de agua respecto del riego a pie; en este caso se siguió la experiencia del desierto israelí a cuyo fin se contrató el asesoramiento de técnicos de este país y también de franceses. A las innovaciones anteriores han seguido otras muchas, entre ellas, la incorporación de fertilizantes y pesticidas en el propio sistema de riego, la computación del proceso de producción (el invernadero inteligente), el control integrado de plagas (con métodos biológicos, genéticos, físicos y químicos) y también un moderno y ágil proceso de comercialización propio (a diferencia de los comienzos que era realizado por empresarios de otras zonas levantinas) a través de cooperativas, sociedades agrarias de transformación (SAT) y lonjas de subasta.

Conforme indica el Informe “*El Modelo Económico Almería basado en la agricultura intensiva*”, de Cajamar, el éxito del modelo productivo hortofrutícola almeriense se ha basado fundamentalmente en la capacidad de socialización de la producción y en la cooperación, pasando de la venta en la propia finca a sistemas más complejos de comercialización y de integración de la oferta como el sistema alhondiguista y el modelo cooperativo. En este contexto, hay que indicar que el índice de concentración (cuota conjunta de las cinco primeras empresas comercializadoras) sigue avanzando de forma continua. En la campaña 2017-18 alcanzó el nivel del 39,4%.

Evolución de la concentración en la comercialización almeriense. Cuota conjunta de las primeras cinco empresas en %



Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería.

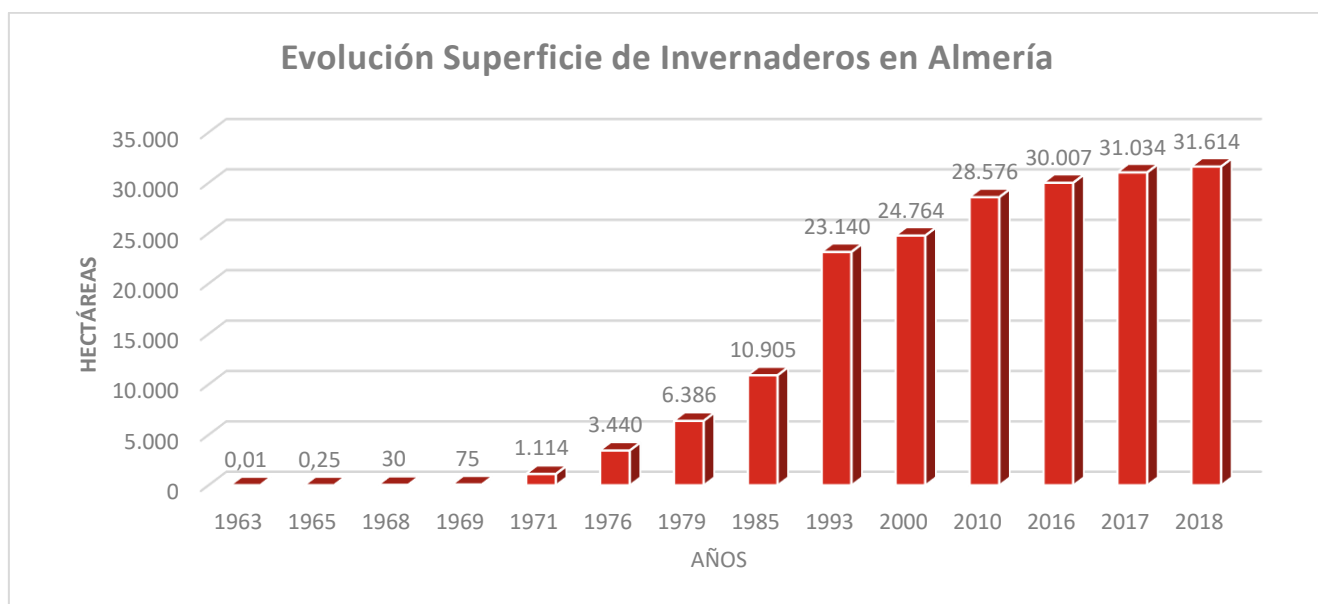
Campaña 2017-18. CAJAMAR.

Así, en el éxito del modelo almeriense, tiene mucho que ver el trabajo de grandes compañías exportadoras, que tienen un papel muy importante. En el apartado correspondiente a "Empresas Asociadas a la Industria Agroalimentaria" se analizará el gran peso de estas empresas dentro del contexto nacional e internacional.

3.3 SUPERFICIE DE INVERNADEROS EN ALMERÍA

La evolución de la superficie de invernaderos en Almería ha pasado de ser de 0,01 hectáreas en 1963 a abarcar en la actualidad 31.614 hectáreas. Por tanto, se puede ver claramente, como la agricultura intensiva se ha visto incrementada en la provincia, sobre todo a partir de la década de los noventa.

A partir de los datos recogidos del estudio “*Cartografía de Invernaderos en Almería, Granada y Málaga*” elaborado en octubre de 2017 por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, se obtiene que, en las comarcas estudiadas en Almería, **31.034 ha. son utilizadas para agricultura intensiva**. Este dato está muy por encima de la superficie destinada a este tipo de agricultura en Granada (3.087 ha.) y en Málaga (789 ha.).



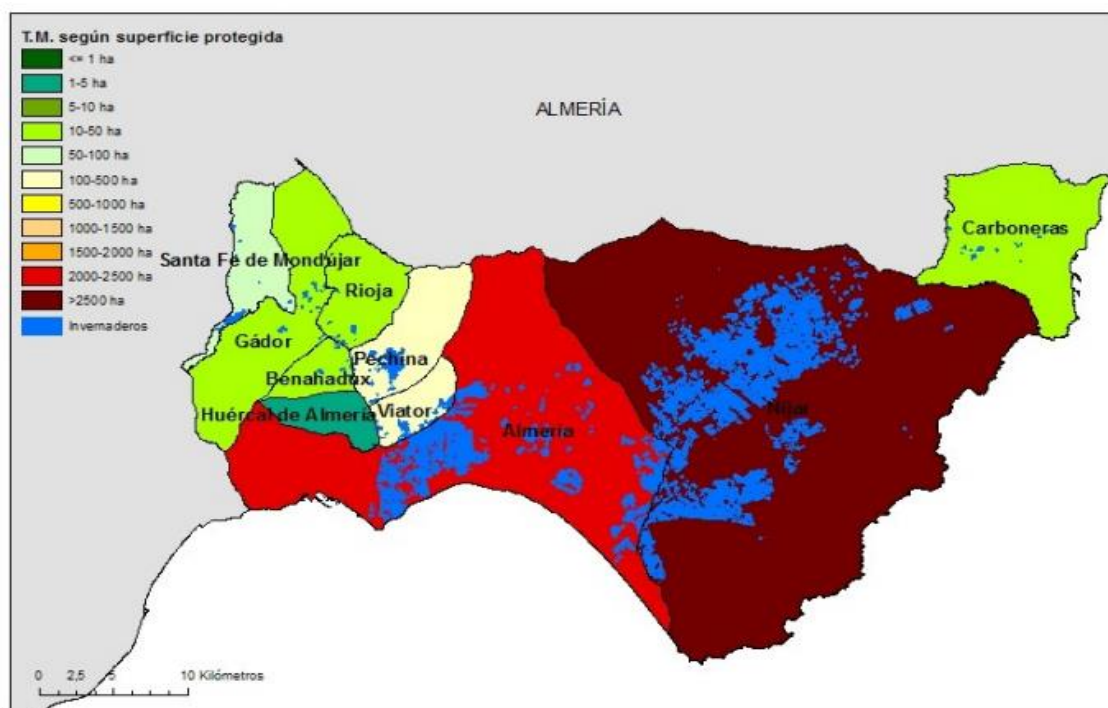
Hortoinfo. Elaboración Propia.

“La superficie de invernaderos en Almería ha crecido de modo exponencial desde principios de los 60 hasta la actualidad”

Los datos que refleja la Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga¹¹, elaborada en el año 2017 por la Consejería de Agricultura, Pesca y desarrollo rural, muestra como el litoral de Andalucía Oriental concentra la principal zona productora de hortalizas protegidos de la comunidad autónoma andaluza.

Esta información, se obtiene de forma periódica, mediante técnicas de análisis de imágenes satélite, que permiten localizar y cuantificar de forma rápida la superficie cubierta de plástico para una región geográfica extensa. Aprovechando este potencial, se vienen realizando periódicamente cartografías de invernaderos del litoral de Andalucía Oriental (comarcas de Campo de Dalías, Campo de Níjar y Bajo Andarax y Bajo Almanzora en Almería, La Costa en Granada y Vélez-Málaga en Málaga). Se han realizado estimaciones para los años 2001, 2004 y, con periodicidad anual, desde 2008 a 2014 y en 2016. Los sensores empleados han sido LANDSAT 5 TM, LANDSAT 8 OLI, IRS-P6 LISS, SPOT 5 y SENTINEL 2A.

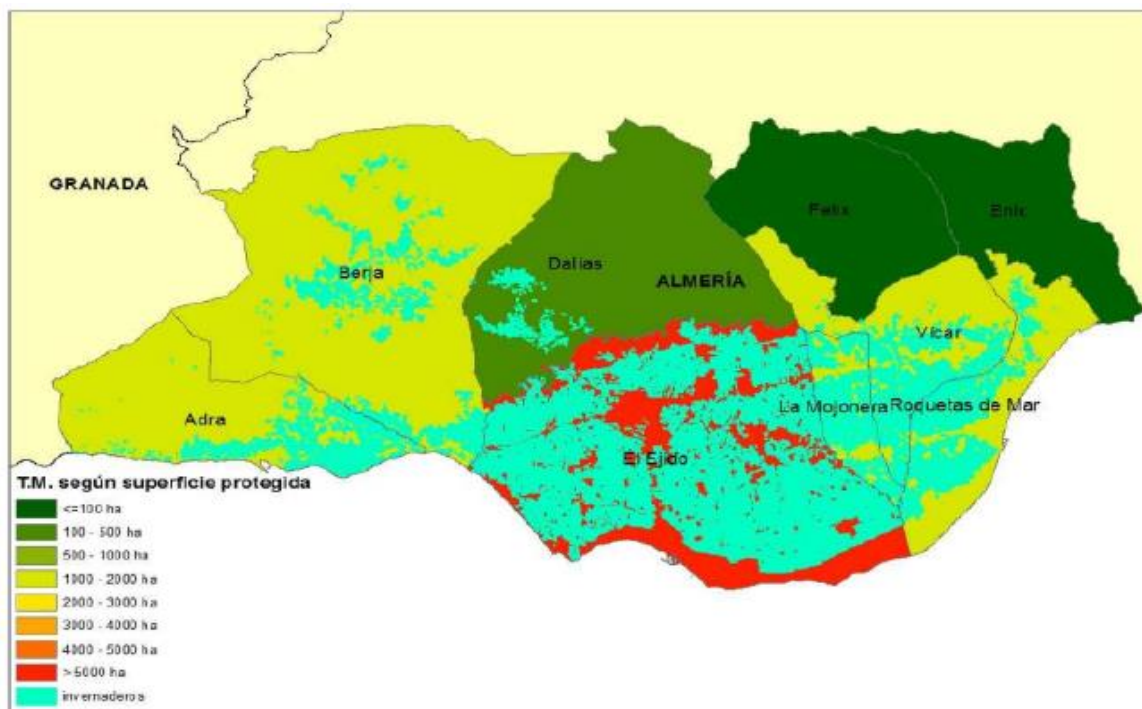
La superficie de invernaderos detectada para el año 2017 en las comarcas estudiadas ascendió a 34.910 ha. Por provincias, en Almería se han detectado 31.034 ha., en Granada 3.087 ha. y en Málaga 789 ha. Las imágenes para el levante y el poniente almeriense son las siguientes:



Superficie de Invernaderos en la Comarca de Níjar y Bajo Andarax.

Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga. Octubre 2017. Elaboración Propia.

¹¹ https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/Cartografia%20inv_AL_GR_MA_SEE.pdf



Superficie de Invernaderos en el Campo de Dalías.

Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga. Octubre 2017. Elaboración Propia.

A continuación, se analizan los datos de la Comarca Campo de Níjar y Bajo Andarax, de la cual forma parte el municipio de Almería. Como se puede observar en la tabla inferior, la superficie de invernaderos de esta comarca es de 8.748 hectáreas, que suponen entorno al 27,7% del total provincial, siendo los municipios de Níjar (65,7%) y Almería (28,9%) los que concentran la mayor parte de los invernaderos de la misma.

Para una mejor contextualización del peso de la superficie de invernaderos de la Comarca de Níjar y Bajo Andarax y de Almería en particular, se ha indicado también la superficie de invernaderos de El Ejido y Roquetas de Mar, donde el primero supone el 40,3% de la superficie provincial.

| Superficie de Invernaderos en la Comarca de Níjar y Bajo Andarax | | |
|--|-------------------------------|-----------------|
| Municipio | Superficie invernaderos (ha.) | Datos relativos |
| Níjar | 5.744 | 65,7% |
| Almería | 2.525 | 28,9% |
| Pechina | 199 | 2,3% |
| Viator | 121 | 1,4% |
| Santa Fe de Mondújar | 54 | 0,6% |

| | | |
|--|--------------------------------------|-----------------------------|
| Gádor | 34 | 0,4% |
| Carboneras | 27 | 0,3% |
| Rioja | 24 | 0,3% |
| Superficie de Invernaderos en la Comarca de Níjar y Bajo Andarax | | |
| Municipio | Superficie invernaderos (ha.) | Datos relativos |
| Benahadux | 18 | 0,2% |
| Huércal de Almería | 2 | 0,0% |
| Total | 8.748 | 27,7% ⁽¹⁾ |
| El Ejido | 12.756 | 40,3% ⁽¹⁾ |
| Roquetas de Mar | 1.945 | 6,2% ⁽¹⁾ |

Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga. Octubre 2017. Elaboración Propia. En relación al total de la provincia de Almería.

En la tabla inferior se muestra la evolución de la superficie destinada a invernaderos en el municipio de Almería, que alcanza cerca del 8% provincial. En los últimos diez años la variación de la superficie ha sido del -0,2%,

| Año | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2016 | 2017 | Var. 2008 - 2017 |
|------------------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|------------------|
| Superficie (ha.) | 2.467 | 2.304 | 2.209 | 2.197 | 2.214 | 2.236 | 2.232 | 2.438 | 2.462 | - |
| Superficie (%) | - | -6,61% | -4,12% | -0,54% | 0,77% | 0,99% | -0,18% | 9,23% | 0,98% | -0,2% |

Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga. Octubre 2017. Elaboración Propia.

Por otra parte, cabe mencionar la superficie invernada en el mundo, donde China, con 82.000 ha. y España, con unas 70.000 ha. (la mitad se concentra en Almería) ocupan las dos primeras posiciones. Corea del Sur, que aparece en tercer lugar con 51.787 ha., donde la tendencia es al alza, justo lo contrario que ocurre en Italia, que ocupa el cuarto lugar con 42.800 ha. Turquía es el quinto país del mundo en el ranking de superficie de invernadero (41.384 ha.) y su tendencia es al alza, al igual que Marruecos y México, ambos con una superficie de 20.000 ha.¹²

¹² World Vegetable Map 2018“, Rabobank

3.4 PRODUCCIÓN Y EXPORTACIÓN

Para contextualizar el peso de la agroindustria almeriense, es importante recoger datos oficiales sobre producción de frutas y hortalizas, tanto en el ámbito estatal, como en el internacional. Para ello se toma como referencia los datos del Ministerio de Agricultura y de FAO.

Así, en el informe sobre "Análisis de superficie, rendimiento y producción"¹³ del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, se recogen las superficies y producciones anuales de cultivo, elaborado conforme al Reglamento (CE) 543. La metodología seguida, permite establecer un marco común para la elaboración sistemática de estadísticas comunitarias sobre la utilización del suelo con fines agrícolas y los productos agrícolas.

En la siguiente tabla, se recogen, para cada Comunidad Autónoma y el detalle de las provincias andaluzas, el tipo de riego, superficie y producciones de los cultivos de hortalizas, con alguna relevancia cuantitativa en el conjunto de territorio español, durante el año 2019:

| Provincias y CCAA | Superficie (hectáreas) | | | | % Superficie de cultivo | Producción (toneladas) | % Producción |
|--------------------|------------------------|------------|-----------|--------|-------------------------|------------------------|--------------|
| | Secano | Regadío | | | | | |
| | | Aire libre | Protegido | Total | | | |
| GALICIA | 6.209 | 5.037 | 1.886 | 13.132 | 3,42% | 401.507 | 2,53% |
| P. DE ASTURIAS | 481 | 149 | 67 | 697 | 0,18% | 12.723 | 0,08% |
| CANTABRIA | 33 | 5 | 30 | 68 | 0,02% | 2.388 | 0,02% |
| PAÍS VASCO | 927 | 1.067 | 269 | 2.263 | 0,59% | 43.515 | 0,27% |
| NAVARRA | 558 | 21.540 | 1.088 | 23.186 | 6,03% | 486.929 | 3,07% |
| LA RIOJA | 18 | 4.855 | 406 | 5.279 | 1,37% | 175.538 | 1,11% |
| ARAGÓN | 26 | 13.155 | 87 | 13.268 | 3,45% | 246.677 | 1,56% |
| CATALUÑA | 229 | 9.040 | 484 | 9.753 | 2,54% | 238.604 | 1,50% |
| BALEARES | 2 | 1.927 | 308 | 2.237 | 0,58% | 59.040 | 0,37% |
| CASTILLA Y LEÓN | 40 | 13.510 | 286 | 13.836 | 3,60% | 461.500 | 2,91% |
| MADRID | 269 | 2.534 | 279 | 3.082 | 0,80% | 89.051 | 0,56% |
| CASTILLA-LA MANCHA | 3.290 | 49.067 | 273 | 52.630 | 13,69% | 1.787.180 | 11,27% |
| C. VALENCIANA | 201 | 23.640 | 1.399 | 25.240 | 6,57% | 806.402 | 5,09% |
| R. DE MURCIA | — | 50.563 | 4.396 | 54.959 | 14,30% | 1.815.902 | 11,45% |
| EXTREMADURA | 363 | 30.628 | 1.344 | 32.335 | 8,41% | 2.395.263 | 15,11% |
| Almería | — | 13.400 | 45.861 | 59.261 | 15,42% | 3.882.799 | 24,49% |
| Cádiz | 766 | 7.810 | 223 | 8.799 | 2,29% | 313.468 | 1,98% |
| Córdoba | 190 | 3.979 | — | 4.169 | 1,08% | 89.383 | 0,56% |
| Granada | 1.941 | 14.093 | 5.631 | 21.665 | 5,64% | 761.476 | 4,80% |
| Huelva | — | 1.363 | 6.774 | 8.137 | 2,12% | 374.588 | 2,36% |

https://research.rabobank.com/far/en/sectors/regional-food-agri/world_vegetable_map_2018.html

¹³<https://www.mapa.gob.es/es/estadistica/temas/publicaciones/anuario-de-estadistica/2019/default.aspx?parte=3&capitulo=07&grupo=6>

| | | | | | | | |
|-------------------|------------------------|------------|-----------|---------|-------------------------|------------------------|--------------|
| Jaén | 529 | 1.277 | 3 | 1.809 | 0,47% | 27.931 | 0,18% |
| Málaga | 441 | 5.136 | 1.666 | 7.243 | 1,88% | 187.705 | 1,18% |
| Provincias y CCAA | Superficie (hectáreas) | | | | % Superficie de cultivo | Producción (toneladas) | % Producción |
| | Secano | Regadío | | | | | |
| | | Aire libre | Protegido | Total | | | |
| Sevilla | — | 14.292 | 56 | 14.348 | 3,73% | 904.604 | 5,71% |
| ANDALUCÍA | 3.867 | 61.350 | 60.214 | 125.431 | 32,63% | 6.541.954 | 41,26% |
| CANARIAS | 283 | 4.902 | 1.822 | 7.007 | 1,82% | 290.144 | 1,83% |
| ESPAÑA | 16.796 | 292.969 | 74.638 | 384.403 | 100,00% | 15.854.317 | 100,00% |

Análisis de superficie, rendimiento y producción, 2019.

Ministerio de Agricultura pesca y alimentación.

Como se aprecia en los datos, la producción de Almería representa un 24,5 % del total de la producción de hortalizas en España, muy por delante de cualquier otra región española, pero es que, además, la tabla muestra el importante rendimiento de la agricultura provincial, ya que dicha producción se realiza con un 15% de la superficie total ocupada, importante dato para resaltar la diferencia del cultivo intensivo, que necesita menos suelo para altos rendimientos.

Por otro lado, según los datos de FAO para el año 2018¹⁴, los 20 primeros países productores de hortalizas en el mundo son los siguientes:

| País | Producción (toneladas) |
|-------------------------------|------------------------|
| China | 551.556.530 |
| India | 128.243.182 |
| Estados Unidos de América | 31.740.872 |
| Egipto | 15.572.765 |
| Irán (República Islámica del) | 15.071.393 |
| Federación de Rusia | 13.711.071 |
| España | 12.629.447 |
| Italia | 12.297.872 |
| Indonesia | 11.510.309 |
| Japón | 9.697.234 |
| Brasil | 8.989.788 |

¹⁴ <http://www.fao.org/faostat/es/#data/QC>

| | |
|------------|-----------|
| Argelia | 6.910.245 |
| Filipinas | 6.751.152 |
| Bangladesh | 5.459.502 |
| Francia | 5.188.987 |
| Colombia | 4.360.462 |
| Alemania | 3.522.993 |
| Argentina | 3.376.673 |
| Camerún | 2.832.445 |

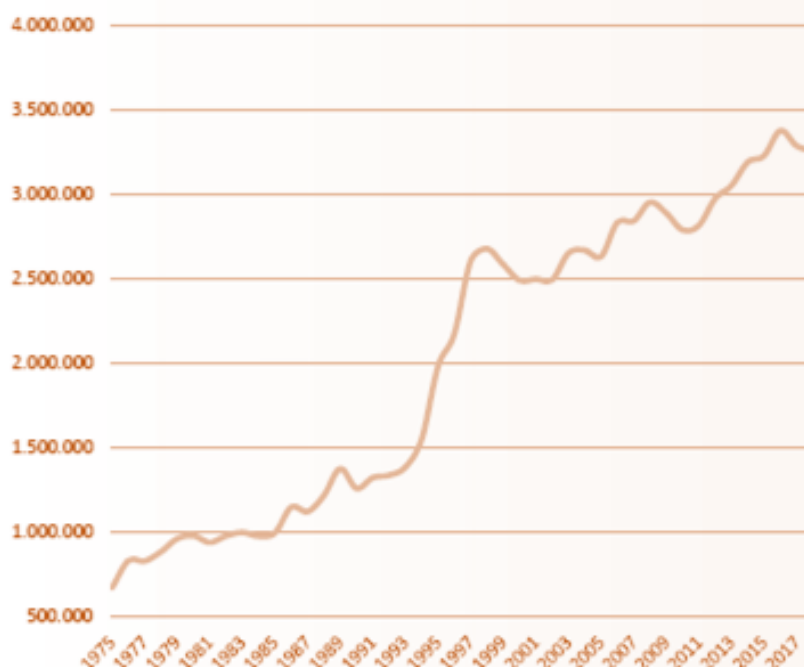
Producción mundial de hortalizas en los primeros 20 puestos internacionales.

FAO, 2018.

España ocupa el 7º lugar mundial, y ya hemos visto que Almería contribuye con casi un 25% de la producción. Pero, además, como se aprecia en la tabla, la producción de Almería, estimada en 2018 en 3,2 millones de kilos, por sí sola estaría dentro de los 20 primeros países productores de hortalizas.

Ambas series, confirman que Almería está en los primeros puestos mundiales y nacionales en producción de hortalizas, con un sistema productivo que nace en la década de los 60, y cuya evolución ha aumentado de forma exponencial, creciendo de forma continuada:

Evolución de la producción hortofrutícola almeriense 1975-2018. En toneladas



Evolución de la producción hortofrutícola almeriense.

Informe anual de producción. Cajamar.

Por otro lado, en cuanto a exportación, el liderazgo español en la exportación de frutas y verduras es indiscutible, llegando a convertir a España en la despensa de frutas y verduras de Europa. Pero, aunque España sigue situándose como primer exportador dentro de Europa, las crisis geopolíticas y coyunturales, las políticas proteccionistas y antiglobalización, el cambio climático, la competencia de países con menores costes y las barreras arancelarias y fitosanitarias, que impiden llegar a nuevos mercados, son factores que pueden poner en jaque esta posición de liderazgo como proveedor internacional a medio plazo. Dentro de este contexto, se realiza un análisis del peso de Almería dentro de las exportaciones estatales.

Según los datos de la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas, FEPEX, las toneladas de frutas y hortalizas exportadas en España en el año 2019 fueron:¹⁵

| PROVINCIA | TOTAL HORT. (Toneladas) | TOTAL FRUTAS (Toneladas) | T. FR Y HORT (Toneladas) | % |
|-----------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-------|
| Álava | 251 | 1.077 | 1.328 | 0,01% |
| Albacete | 39.961 | 1.215 | 41.176 | 0,31% |

¹⁵ <https://www.fepex.es/datos-del-sector/exportacion-importacion-espa%C3%B1ola-frutas-hortalizas>

| | | | | |
|------------------|------------------------------------|-------------------------------------|---|---------------|
| Alicante | 207.209 | 373.767 | 580.976 | 4,32% |
| Almería | 2.359.115 | 616.708 | 2.975.823 | 22,12% |
| Asturias | 5 | 277 | 282 | 0,00% |
| Ávila | 0 | 820 | 820 | 0,01% |
| Badajoz | 32.181 | 108.854 | 141.035 | 1,05% |
| Baleares | 19.444 | 659 | 20.103 | 0,15% |
| Barcelona | 157.954 | 259.982 | 417.936 | 3,11% |
| Burgos | 7.045 | 28 | 7.073 | 0,05% |
| Cáceres | 690 | 16.281 | 16.971 | 0,13% |
| Cádiz | 120.771 | 54.136 | 174.907 | 1,30% |
| Cantabria | 3 | 7 | 10 | 0,00% |
| Cartagena | 0 | 35 | 35 | 0,00% |
| Castellón | 42.193 | 1.030.451 | 1.072.644 | 7,97% |
| Ciudad Real | 19.516 | 60.174 | 79.690 | 0,59% |
| Córdoba | 60.198 | 75.290 | 135.488 | 1,01% |
| Coruña, La | 24 | 113 | 137 | 0,00% |
| Cuenca | 69.230 | 245 | 69.475 | 0,52% |
| Gerona | - | 33.692 | 33.692 | 0,25% |
| Gijón | 56 | 220 | 276 | 0,00% |
| Granada | 207.674 | 26.159 | 233.833 | 1,74% |
| Guadalajara | 9 | 2 | 11 | 0,00% |
| Guipúzcoa | 858 | 3.137 | 3.995 | 0,03% |
| Huelva | 5.536 | 483.564 | 489.100 | 3,64% |
| Huesca | 445 | 140.397 | 140.842 | 1,05% |
| Jaén | 3.483 | 1 | 3.484 | 0,03% |
| La Rioja | 5.859 | 2.274 | 8.133 | 0,06% |
| PROVINCIA | TOTAL HORT. (Toneladas) | TOTAL FRUTAS (Toneladas) | T. FR Y HORT (Toneladas) | % |
| Las Palmas | 62.067 | 3.332 | 65.399 | 0,49% |
| León | 22.179 | 135 | 22.314 | 0,17% |
| Lérida | 5.711 | 448.108 | 453.819 | 3,37% |
| Lugo | 0 | 117 | 117 | 0,00% |
| Madrid | 85.133 | 174.095 | 259.228 | 1,93% |
| Málaga | 19.087 | 169.285 | 188.372 | 1,40% |
| Murcia | 1.278.806 | 1.299.415 | 2.578.221 | 19,16% |
| Navarra | 56.667 | 6.560 | 63.227 | 0,47% |
| Orense | 23.037 | 10.486 | 33.523 | 0,25% |
| Palencia | 1.633 | 13 | 1.646 | 0,01% |
| Pontevedra | 2.771 | 66.488 | 69.259 | 0,51% |
| Salamanca | 36.004 | 2.407 | 38.411 | 0,29% |
| Segovia | 24.134 | 1.976 | 26.110 | 0,19% |
| Sevilla | 110.145 | 224.292 | 334.437 | 2,49% |
| Sin Identificar | 954 | 38.805 | 39.759 | 0,30% |

| | | | | |
|--------------|------------------|------------------|-------------------|----------------|
| Soria | 54 | 3.530 | 3.584 | 0,03% |
| Tarragona | 18.291 | 74.147 | 92.438 | 0,69% |
| Tenerife | 113 | 406 | 519 | 0,00% |
| Teruel | 1.537 | 940 | 2.477 | 0,02% |
| Toledo | 11.365 | 330 | 11.695 | 0,09% |
| Valencia | 446.306 | 1.956.095 | 2.402.401 | 17,85% |
| Valladolid | 30.926 | 347 | 31.273 | 0,23% |
| Vizcaya | 1.564 | 3.255 | 4.819 | 0,04% |
| Zamora | 12.533 | 0 | 12.533 | 0,09% |
| Zaragoza | 20.850 | 49.429 | 70.279 | 0,52% |
| TOTAL | 5.631.577 | 7.823.558 | 13.455.135 | 100,00% |

Exportaciones (ton) españolas de frutas y verduras. FEPEX. 2019.

Como se observa, en cuanto a toneladas, Almería es la primera provincia exportadora, contribuyendo con un 22,12% del total, por delante de Murcia o Valencia. En cuanto al valor en euros de dicha exportación:

| | TOTAL HORTALIZAS | TOTAL FRUTAS | T. FR Y HORT | % |
|----------------|----------------------|--------------------|----------------------|---------------|
| Álava | 567.105 | 807.196 | 1.374.301 | 0,01% |
| Albacete | 39.221.494 | 1.385.472 | 40.606.966 | 0,30% |
| Alicante | 266.612.962 | 351.627.832 | 618.240.794 | 4,57% |
| Almería | 2.476.063.119 | 343.360.257 | 2.819.423.376 | 20,82% |
| Asturias | 15.254 | 355.013 | 370.267 | 0,00% |
| Ávila | 0 | 1.790.338 | 1.790.338 | 0,01% |
| Badajoz | 33.704.126 | 113.119.712 | 146.823.838 | 1,08% |
| Baleares | 11.451.237 | 1.562.622 | 13.013.859 | 0,10% |
| Barcelona | 133.863.921 | 261.057.743 | 394.921.664 | 2,92% |
| Burgos | 1.762.599 | 196.497 | 1.959.096 | 0,01% |
| Cáceres | 914.946 | 39.012.470 | 39.927.416 | 0,29% |
| Cádiz | 84.219.573 | 59.955.506 | 144.175.079 | 1,06% |
| Cantabria | 203.701 | 39.503 | 243.204 | 0,00% |
| Cartagena | 0 | 52.272 | 52.272 | 0,00% |
| Castellón | 42.776.510 | 770.705.669 | 813.482.179 | 6,01% |
| Ciudad Real | 7.557.850 | 21.930.924 | 29.488.774 | 0,22% |
| Córdoba | 63.462.554 | 45.170.530 | 108.633.084 | 0,80% |
| Coruña, La | 28.752 | 62.274 | 91.026 | 0,00% |
| Cuenca | 83.032.660 | 284.391 | 83.317.051 | 0,62% |
| Gerona | 16.230.603 | 25.275.222 | 41.505.825 | 0,31% |
| Gijón | 197.888 | 300.607 | 498.495 | 0,00% |
| Granada | 324.076.798 | 48.774.952 | 372.851.750 | 2,75% |
| Guadalajara | 17.730 | 5.343 | 23.073 | 0,00% |
| Guipúzcoa | 1.047.920 | 4.257.370 | 5.305.290 | 0,04% |
| Huelva | 4.211.564 | 1.238.097.405 | 1.242.308.969 | 9,17% |
| Huesca | 2.298.902 | 121.783.319 | 124.082.221 | 0,92% |

| | | | | |
|--------------|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------|
| Jaén | 5.395.298 | 771 | 5.396.069 | 0,04% |
| La Rioja | 4.749.700 | 1.843.893 | 6.593.593 | 0,05% |
| Las Palmas | 46.602.086 | 3.265.956 | 49.868.042 | 0,37% |
| León | 7.005.832 | 183.955 | 7.189.787 | 0,05% |
| Lérida | 9.181.885 | 364.587.304 | 373.769.189 | 2,76% |
| Lugo | 2.130 | 98.314 | 100.444 | 0,00% |
| Madrid | 95.971.702 | 176.728.868 | 272.700.570 | 2,01% |
| Málaga | 32.729.178 | 392.474.695 | 425.203.873 | 3,14% |
| Murcia | 1.331.391.241 | 1.233.006.048 | 2.564.397.289 | 18,94% |
| Navarra | 45.745.714 | 5.904.923 | 51.650.637 | 0,38% |
| Orense | 6.961.158 | 4.071.272 | 11.032.430 | 0,08% |
| Palencia | 753.573 | 7.188 | 760.761 | 0,01% |
| Pontevedra | 1.706.909 | 46.571.368 | 48.278.277 | 0,36% |
| Salamanca | 5.726.862 | 1.256.700 | 6.983.562 | 0,05% |
| Segovia | 17.926.766 | 6.951.486 | 24.878.252 | 0,18% |
| Sevilla | 71.343.895 | 240.705.554 | 312.049.449 | 2,30% |
| Soria | 167.615 | 2.053.593 | 2.221.208 | 0,02% |
| Tarragona | 15.481.149 | 59.743.018 | 75.224.167 | 0,56% |
| Tenerife | 68.020 | 498.201 | 566.221 | 0,00% |
| Teruel | 8.589.079 | 1.284.460 | 9.873.539 | 0,07% |
| Toledo | 8.649.530 | 289.750 | 8.939.280 | 0,07% |
| Valencia | 410.080.343 | 1.714.252.026 | 2.124.332.369 | 15,69% |
| Valladolid | 9.989.570 | 745.294 | 10.734.864 | 0,08% |
| Vizcaya | 2.394.539 | 4.332.285 | 6.726.824 | 0,05% |
| Zamora | 4.170.697 | 0 | 4.170.697 | 0,03% |
| Zaragoza | 15.812.661 | 55.252.722 | 71.065.383 | 0,52% |
| TOTAL | 5.752.915.990 | 7.789.827.907 | 13.542.743.897 | 100,00% |

Exportaciones (€) españolas de frutas y verduras. FEPEX. 2019.

Almería exportó en 2019 frutas y hortalizas por valor de **2.819.423.376 €**, ocupando también aquí la primera posición en España.

En base a los datos provisionales publicados por Extenda (Agencia Andaluza de Promoción Exterior), en el año 2018, la provincia de Almería obtuvo 3.394 millones de euros en exportaciones. Igualmente, a partir de la información obtenida del informe “*El Sector Hortofrutícola en Andalucía para su Internacionalización*” publicado por Extenda, se obtiene que en el año 2016 la campaña hortofrutícola en Andalucía incrementó sus exportaciones de forma notable, alcanzando en valor 4.748 millones de euros. En este sentido, cabe destacar que **más de la mitad de las ventas al exterior de productos hortofrutícolas andaluces se concentraron en la provincia de Almería**, llegando a las 2.669.918 toneladas exportadas, por un valor total de 2.384 millones de euros. Por tanto, se concluye que la provincia de Almería tiene el mayor peso regional y estatal en el conjunto de las exportaciones hortofrutícolas españolas.

“La provincia de Almería es la primera provincia exportadora de España en frutas y hortalizas, tanto en toneladas exportadas como en valor de la producción”

Por otro lado, si analizamos la producción, según el "Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2018/2019" los productos cultivados en Almería son los siguientes:

| | Campaña 2017/2018 | Campaña 2018/2019 | Var. % |
|-------------------------|-------------------|-------------------|------------|
| Berenjena | 181.130 | 190.614 | 5,2 |
| Calabacín | 456.045 | 459.420 | 0,7 |
| Judías Verdes | 7.897 | 4.347 | -45,0 |
| Melón | 91.927 | 121.344 | 32,0 |
| Pepino | 459.777 | 527.352 | 14,7 |
| Pimiento | 707.693 | 785.043 | 10,9 |
| Sandía | 477.152 | 548.677 | 15,0 |
| Tomate | 996.254 | 888.389 | -10,8 |
| TOTAL INVERNADO | 3.377.875 | 3.525.187 | 4,4 |
| Lechuga | 130.271 | 194.675 | 49,4 |
| TOTAL INTENSIVO | 3.508.146 | 3.719.862 | 6,0 |
| Otras hortalizas | 29.745 | 44.873 | 50,9 |
| TOTAL | 3.537.891 | 3.764.735 | 6,4 |

Informe sobre la Campaña 2018/19 en Almería, elaborado por Cajamar, con datos de SOIVRE y Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía.

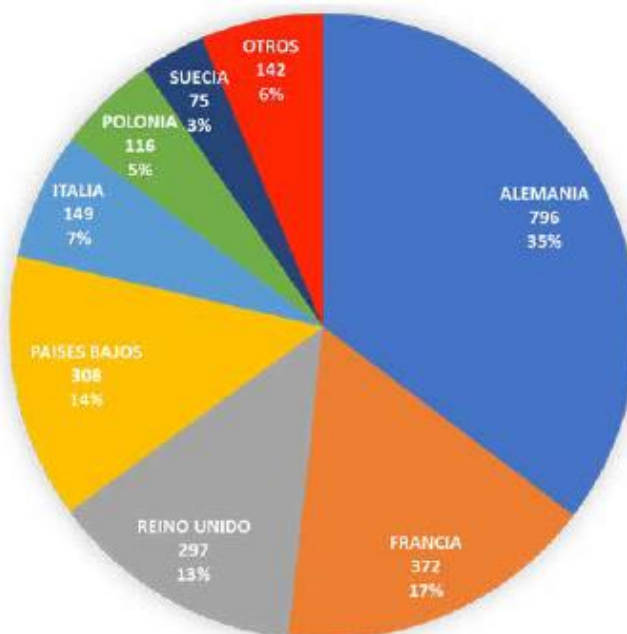
La UE en general es el principal mercado de exportación y casi el 80% de las exportaciones se realiza a 4 países: Alemania (35%), Francia (17%), Países Bajos (14%) y UK (13%):



Zonas del mundo donde Almería exporta hortalizas.

COEXPAL 2017.

El destino de las exportaciones de Almería en el año 2016, según datos de Coexpal se concentra fundamentalmente en Alemania, Francia, Reino Unido y Países Bajos (79% del total):



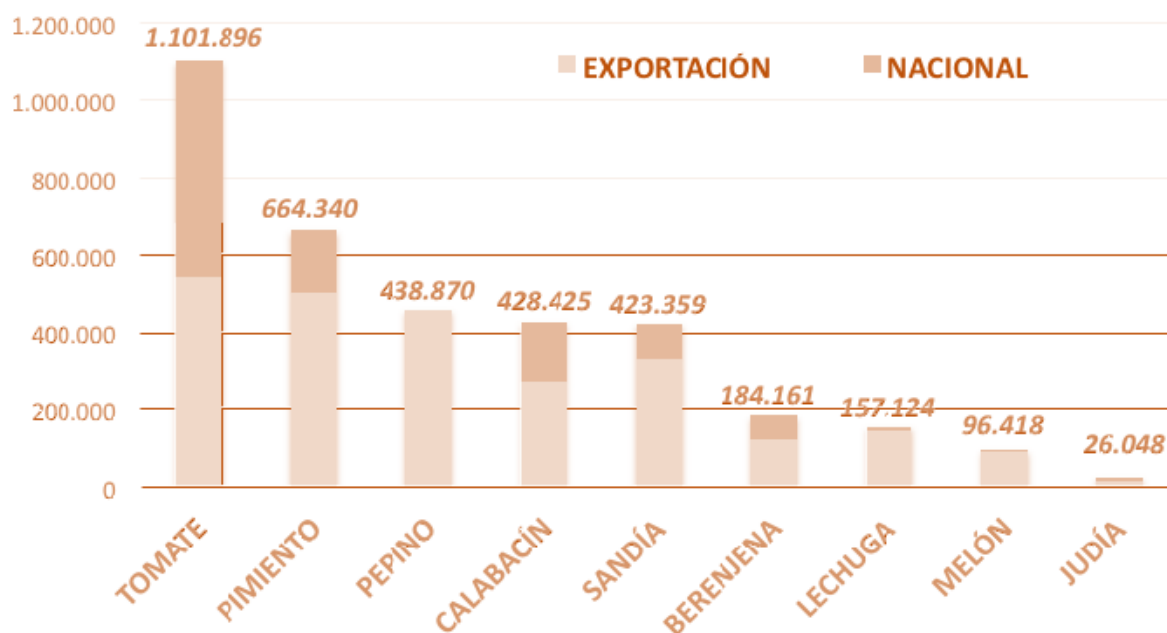
Destino de las exportaciones de Almería (Millones de € y %). Año 2016. COEXPAL 2017.

Según Extenda, atendiendo a los productos, el destino es el siguiente:

| Producto | Valor exportaciones 2015 | Toneladas exportadas 2015 | Mercado al que más se exporta | Principal país exportador | Mercados de actual interés fuera de la UE | Mercados de potencial interés |
|-------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------------|---------------------------|---|---|
| Tomates | 665.426.521€ | 641.170 | UE (Alemania) | Países Bajos y México | EAU y Bielorrusia | EE.UU. y Canadá. Kuwait y Singapur |
| Pimientos | 580.619.705€ | 500.781 | UE (Alemania) | Países Bajos | EE.UU. y Canadá | Japón y Rusia. EAU, Arabia Saudí y Singapur |
| Pepinos | 374.006.497€ | 513.052 | UE (Alemania) | España | EE.UU. y Canadá | Singapur y EAU |
| Calabacines | 252.360.113€ | 238.175 | UE (Francia) | España | Canadá y EAU | EE.UU. y Singapur |

EXTENDA. Informe sobre “El Sector Hortofrutícola en Andalucía para su Internacionalización”. Año 2017.
Elaboración propia.

Por otro lado, a excepción del tomate, que tiene también un alto porcentaje de consumo interno, el principal destino de comercialización de nuestros productos es la exportación:

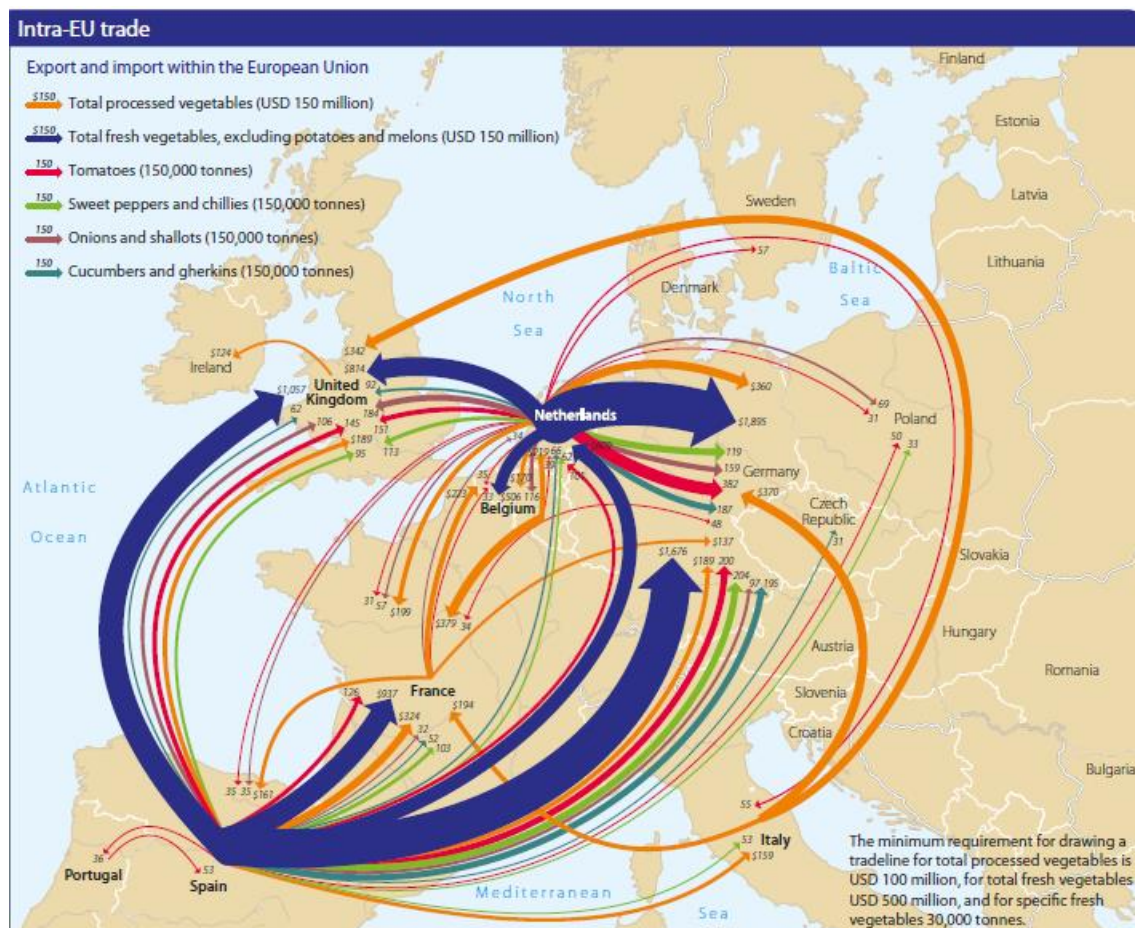


Producción de Almería (Toneladas) y Destino de la Comercialización.COEXPAL 2017.

Por otra parte, se analizan las exportaciones realizadas por Holanda y Marruecos, ya que, son países en expansión en el ámbito de la producción hortícola, cuya producción compite con la de Almería.

En el caso de Holanda, como se puede observar en el mapa inferior, los principales países a los que exporta verduras frescas, excluyendo patatas y melones, son Reino Unido, Alemania y Bélgica, obteniendo de estas exportaciones unos ingresos de 814 millones de dólares de Reino Unido, 1.895 millones de dólares de Alemania y 506 millones de dólares de Bélgica.

Por otra parte, los principales productos exportados a Alemania son los tomates (382 toneladas), pepinos y pepinillos (187 toneladas), cebollas y chalotes (159 toneladas) pimientos dulces y chilis (119 toneladas). Mientras que ha Reino Unido se exportan los mismos productos que a Alemania, pero en menor cantidad, ya que a este destino también llegan exportaciones desde España de tomates, pimientos, cebollas y pepinos.

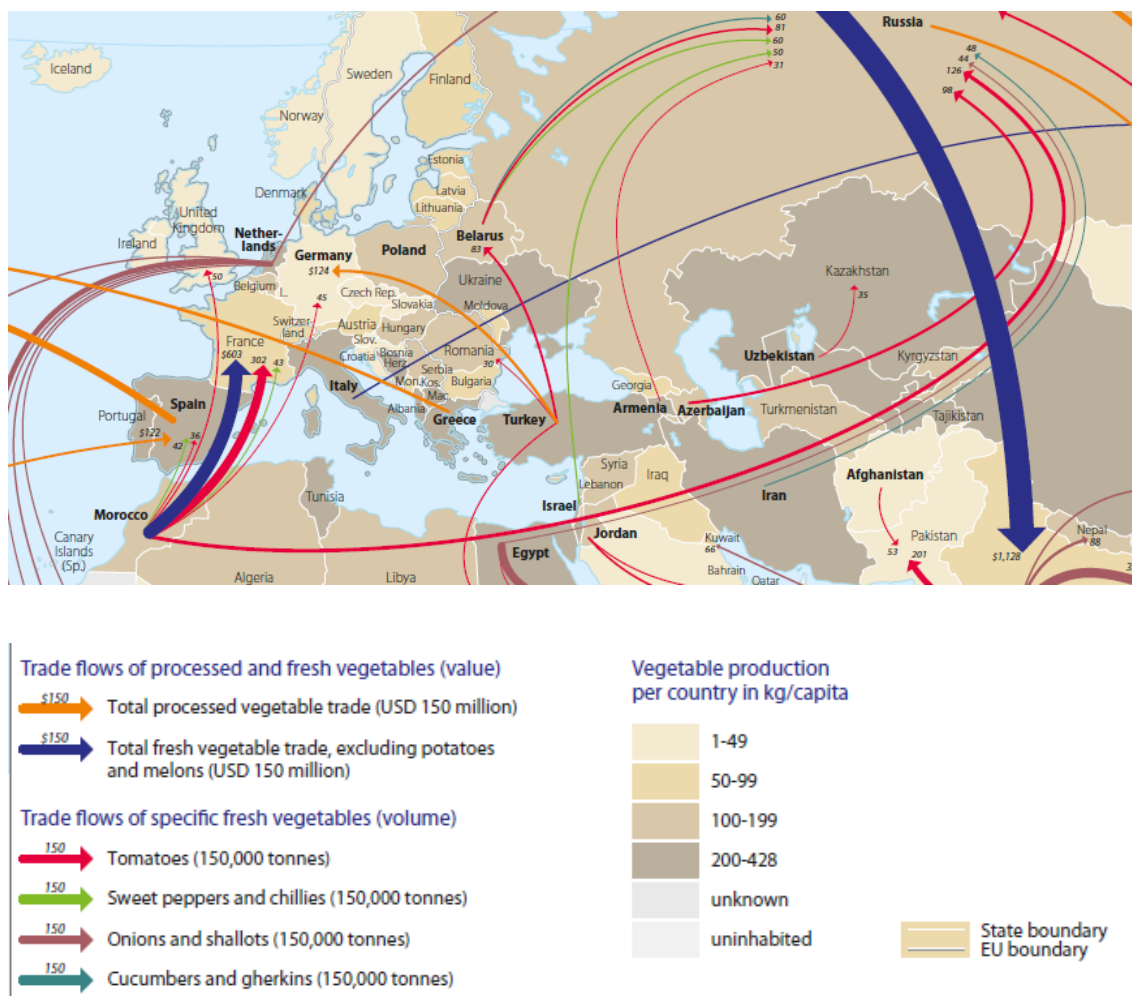


World Vegetable Map. Rabobank. Año 2016.

En el caso de Marruecos, el total de verduras frescas, excluyendo patatas y melones, que se exportaron a Francia tuvo una repercusión de 603 millones de dólares.

El producto más exportado por Marruecos es el tomate, el cual va destinado a Francia (307 toneladas), Rusia (126 toneladas), Alemania (45 toneladas), incluso a España (36

toneladas). El segundo producto exportado por Marruecos es el pimiento dulce y los chilis, habiendo exportado 43 toneladas a Francia y 42 toneladas a España.



World Vegetable Map. Rabobank. Año 2016.

3.5 INDUSTRIA AUXILIAR DE LA AGRICULTURA EN ALMERÍA Y EMPRESAS EXPORTADORAS

La industria auxiliar de la agricultura (sustratos, agroquímicos, invernaderos, control y climatización, etc.) juega un papel muy importante en el sector, por lo que, desde Cajamar, se ha iniciado un nuevo apartado en sus análisis de campaña. Un análisis centrado en el estudio de las empresas pertenecientes al sector de la industria auxiliar de la agricultura.

Así, en su primer informe de la campaña 2017-2018, ha calculado un valor de la cifra de negocio total de la industria auxiliar en Almería de 2.390,6 millones de euros, aportados por 422 empresas, aunque no toda la facturación corresponda al sector hortofrutícola.

Como se puede comprobar en el siguiente gráfico, el principal subsector es el de suministros, con el 35% de la cifra de negocio, seguido por el de logística y transporte, con el 27,3%.

Igualmente, han estimado las exportaciones de bienes del sector durante 2017 en 473,3 millones de euros, siendo los principales subsectores exportadores los sistemas de riego (49 %), las semillas (19 %) y el film plástico (13 %).

Cifra de negocio y número de empresas de cada subsector

| Subsector | Nº empresas | Cifra de Negocio (€) | % sobre total |
|-----------------------------------|-------------|----------------------|---------------|
| Control biológico | 10 | 65.567.951 | 2,7 |
| Envases y embalajes | 19 | 159.859.443 | 6,7 |
| Fertirrigación y control de clima | 31 | 108.246.703 | 4,5 |
| Gestión de residuos | 10 | 14.376.689 | 0,6 |
| Invernaderos | 24 | 79.000.982 | 3,3 |
| Logística y transporte | 54 | 652.271.118 | 27,3 |
| Maquinaria agrícola | 41 | 56.360.090 | 2,4 |
| Otros servicios | 11 | 9.910.676 | 0,4 |
| Plásticos | 11 | 172.767.196 | 7,2 |
| Semillas | 11 | 125.937.070 | 5,3 |
| Semilleros | 38 | 78.484.547 | 3,3 |
| Servicios avanzados | 15 | 31.809.428 | 1,3 |
| Suministros | 147 | 836.003.777 | 35,0 |
| Total | 422 | 2.390.595.670 | 100,0 |

Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería.

Campaña 2017-18. CAJAMAR.

Hay que destacar, además, el papel de las grandes compañías exportadoras, con un papel muy importante en el agro almeriense. Algunas son consorcios exportadores fruto de la unión de varias empresas productoras que han sabido acertar con su estrategia y la selección de los países objetivo.

En cuanto a empresas de comercio al por mayor de frutas y hortalizas, 4 empresas almerienses se encuentran entre las 20 primeras que más facturan:

| | Nombre de la empresa | Facturación | Provincia |
|----|---|-------------|-----------|
| 1 | SOCIEDAD DE COMPRAS MODERNAS SA | 686.451.069 | Madrid |
| 2 | ANECOOP S.C. | 650.003.367 | Valencia |
| 3 | EUROGROUP ESPAÑA FRUTAS Y VERDURAS SOCIEDAD ANONIMA | 401.379.385 | Valencia |
| 4 | ARC EUROBANAN SL | 298.905.341 | Madrid |
| 5 | ALHONDIGA LA UNION SA | 283.766.763 | Almería |
| 6 | MARTINAVARRO SL. | 281.350.783 | Castellón |
| 7 | GARCIA ARANDA SL | 246.780.595 | Murcia |
| 8 | HERMANOS FERNANDEZ LOPEZ SA | 233.341.123 | Alicante |
| 9 | GREENYARD FRESH SPAIN SOCIEDAD ANONIMA. | 225.651.078 | Valencia |
| 10 | ALPA ALIMENTOS FRESCOS SLU | 205.623.935 | Gipuzkoa |

| | | | |
|----|---|-------------|-----------|
| 11 | S.A.T. NUM 9855 PRIMAFLOR | 191.654.944 | Almería |
| 12 | COOP PROVINCIAL AGRICOLA GANADERA SAN ISIDRO SDAD COOP ANDALUZA | 191.116.587 | Almería |
| 13 | AGROPONIENTE NATURAL PRODUCE SL | 183.040.903 | Almería |
| 14 | CULTIVAR SA | 177.748.780 | Barcelona |
| 15 | ALIMENTOS DEL MEDITERRANEO S.C. | 174.639.521 | Murcia |
| 16 | SAT N 9909 LAS PRIMICIAS | 169.136.077 | Murcia |
| 17 | SAT 9662 AGROIRIS | 165.096.113 | Almería |
| 18 | GRANADA LA PALMA S.C. AND | 149.315.232 | Granada |
| 19 | FRUCA MARKETING SL | 147.852.961 | Murcia |
| 20 | NUFRI SL | 146.773.621 | Lérida |

Sector CNAE: (4631) Comercio al por mayor de frutas y hortaliza.

Según datos del servicio de publicaciones de Alimarket, estas serían las principales exportadoras nacionales de hortalizas en España, teniendo en cuenta todas las fórmulas empresariales:

Principales exportadores de hortalizas (M€) (1)

| | 2017 | 2018 | Evolución % 2018/17 |
|---|------------|------------|------------------------|
| 1 ÚNICA FRESH, S.L. | 235,00 | 290,00 | 23,4 |
| 2 COOP. VICASOL | 150,00 (*) | 189,28 | 26,2 |
| 3 ALHÓNDIGA LA UNIÓN, S.A. - GRUPO | 153,76 | 152,00 | -1,1 |
| 4 GRUPO AGROPONIENTE | 150,00 | 150,00 | 0,0 |
| 5 G'S ESPAÑA, S.L. (GRUPO) | 145,00 | 145,00 (*) | 0,0 |
| 6 GRUPO AGROIRIS | 140,00 | 140,00 | 0,0 |
| 7 GRUPO EMPRESARIAL LA CAÑA, S.L. (2) | 98,00 | 135,00 | 37,8 |
| 8 FRUCA MARKETING, S.L. - GRUPO | 140,00 (*) | 130,00 (*) | -7,1 |
| 9 COOP. MURGIVERDE | 130,52 | 123,00 | -5,8 |
| 10 GRANADA LA PALMA, SCA | 130,22 | 120,00 | -7,8 |
| 11 COOP. AGRARIA Y GANADERAS S. ISIDRO, S.C.A. (CASI) | 80,00 | 90,00 | 12,5 |
| 12 S.A.T. HOROTOFRUTÍCOLA MABE | 95,00 | 85,00 | -10,5 |
| 13 GRUPO ALIMENTARIO CITRUS, S.L. | 31,00 | 84,00 | 171,0 |
| 14 GRUPO HORTOFRUTÍCOLA PALOMA, S.A. | 51,70 | 69,28 | 34,0 |
| 15 HORTOFRUTÍCOLA COSTA DE ALMERÍA, S.L. | 54,97 | 55,00 (*) | 0,1 |
| 16 S.A.T. BIO-SABOR | 41,54 | 50,00 (*) | 20,4 |
| 17 COOP. GREGAL | 48,00 | 46,70 | -2,7 |
| 18 CAMPO DE LORCA, S. COOP. | 40,05 | 45,03 | 12,4 |
| 19 ORGANIZACIÓN DE PRODUCTORES AGROMARK, S.L. | 43,32 | 45,02 | 3,9 |
| 20 JIMBOFRESH INTERNATIONAL, S.L. | 42,20 | 44,60 | 5,7 |

(*) Estimación.

(1) Incluye la exportación de sandía y melón. (2) Incluye la exportación de frutas tropicales.

Fuente: Alimarket Com Consumo

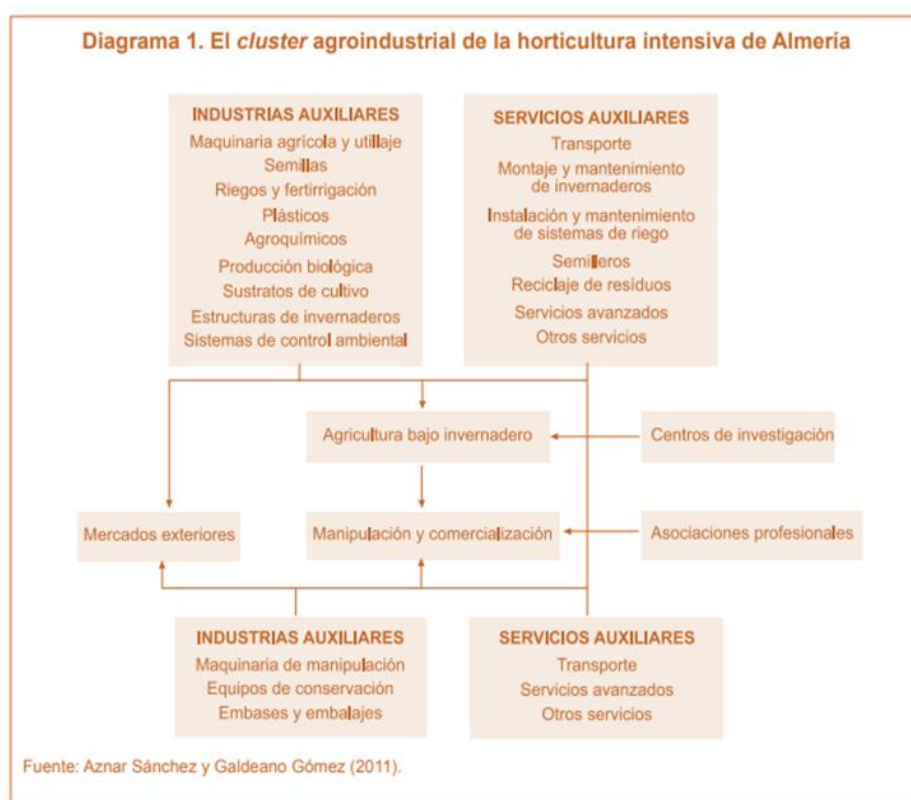
Principales exportadoras de hortalizas en España.

Alimarket 2020.

De los veinte primeros puestos, las exportadoras almerienses son la mitad de ellas, (ocupando los cuatro primeros puestos de la lista): Unica Fresh, Vicasol, Alhondiga la Unión, Agroponiente, Grupo Agroiris, Mugiverde, CASI, Hortofrutícola MABE, Hortofrutícola Costa de Almería y SAT Bio Sabor.

Por otro lado, y tal y como se recoge en el estudio *“El Clúster Agroindustrial de la Horticultura Intensiva de Almería: Surgimiento, Dinámica y Perspectivas”*, realizado por José Ángel Aznar Sánchez de la Universidad de Almería, debido a que la horticultura de invernadero de Almería es una agricultura intensiva en consumos intermedios de distinta naturaleza, tiene lugar un complejo sistema de interrelaciones industriales y de servicios, por lo que, con el paso del tiempo, se ha ido generando en su entorno una gran diversidad de actividades industriales y de servicios que han conformado un “clúster agroindustrial”.

Según la estimación realizada por la Fundación Tecnova en el año 2011, en 2009 el clúster agroindustrial (aunque no reconocido como tal) estaba constituido por un total de 182 empresas, que facturaron 930 millones de euros, dieron empleo a 4.291 personas y exportaron por valor de 67 millones de euros.

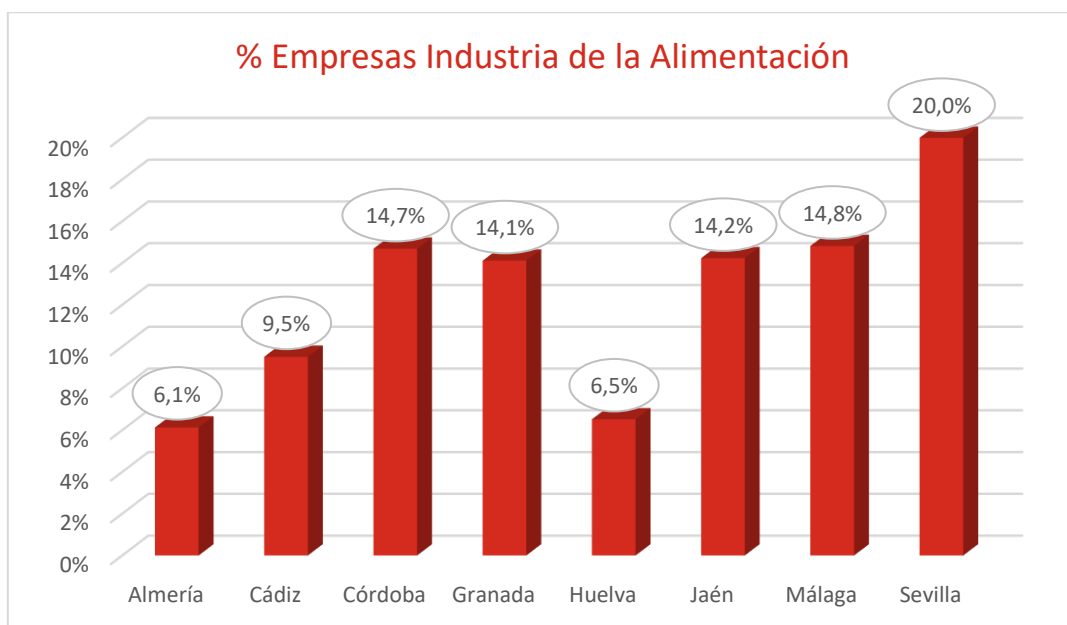


Por último, la agricultura intensiva almeriense se ha convertido en un potente foco de atracción para los inversores que muestran cada vez su interés en adentrarse en los proyectos de presente y de futuro del sector. Los primeros en aparecer en la agricultura fueron los **fondos de inversión**, algunos de ellos creados específicamente para el segmento agro y cada vez se hace más patente el interés de **sociedades de capital riesgo** que buscan obtener una rentabilidad mayor que la que en la actualidad pueden ofrecer los mercados financieros nacionales e internacionales.

3.6 EMPRESAS ASOCIADAS A LA INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

En lo que respecta a la industria asociada, se analiza la industria alimentaria donde, a nivel autonómico, Andalucía cuenta con 6.118 empresas dedicadas a la industria de la alimentación, lo que supone cerca del 20% del total de industrias de la comunidad autónoma.

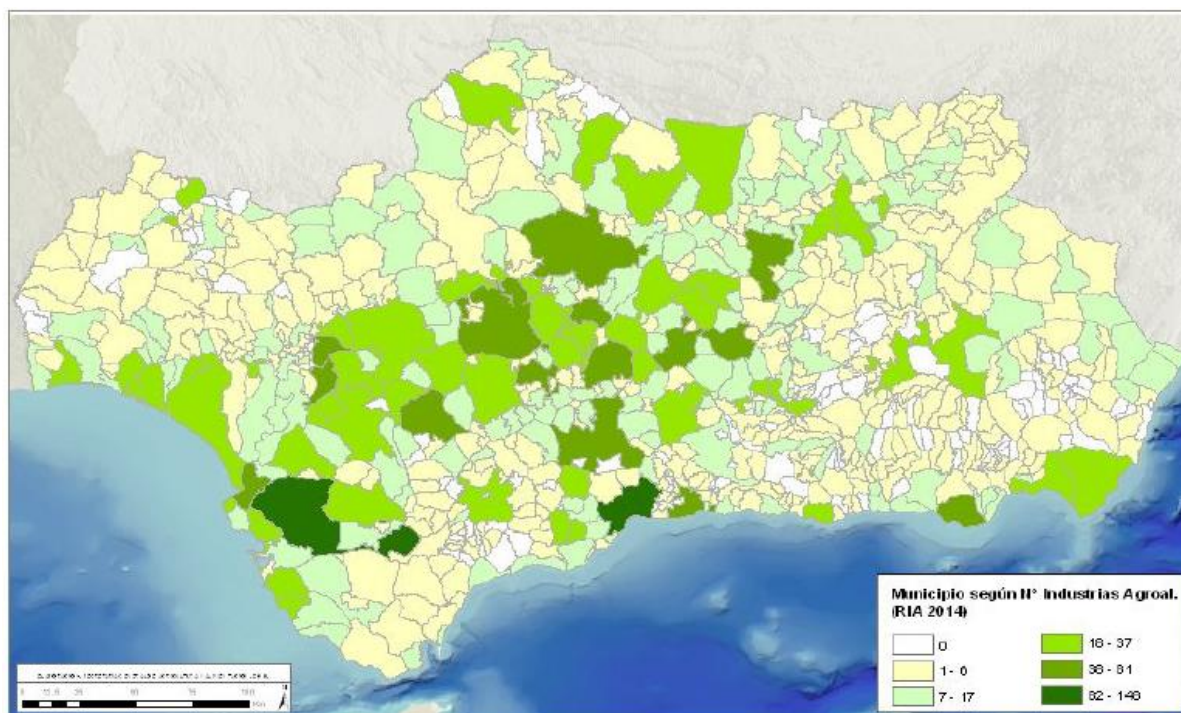
A nivel provincial, cabe mencionar que Almería, junto con Huelva, es una de las provincias con menor número de empresas de industria alimentaria de Andalucía, contando con el 6,1% de las mismas.



*Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía (DIRCE). Año 2017.
Elaboración Propia.*

“A pesar de disponer de la mayor producción de España, Almería, es una de las provincias andaluzas con menor número de empresas de industria alimentaria de Andalucía, puesto que el producto se exporta sin procesar.”

A nivel municipal, Almería cuenta con 51 empresas cuya actividad es la industria de alimentación, representando el 13% de industrias alimentarias de la provincia de Almería. En la ciudad de Almería predominan las empresas de fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias, al igual que a nivel provincial y autonómico.



Mapa de Municipios según nº de Industrias Agroalimentarias. Plan Estratégico para la Agroindustria de Andalucía. Horizonte2020. Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

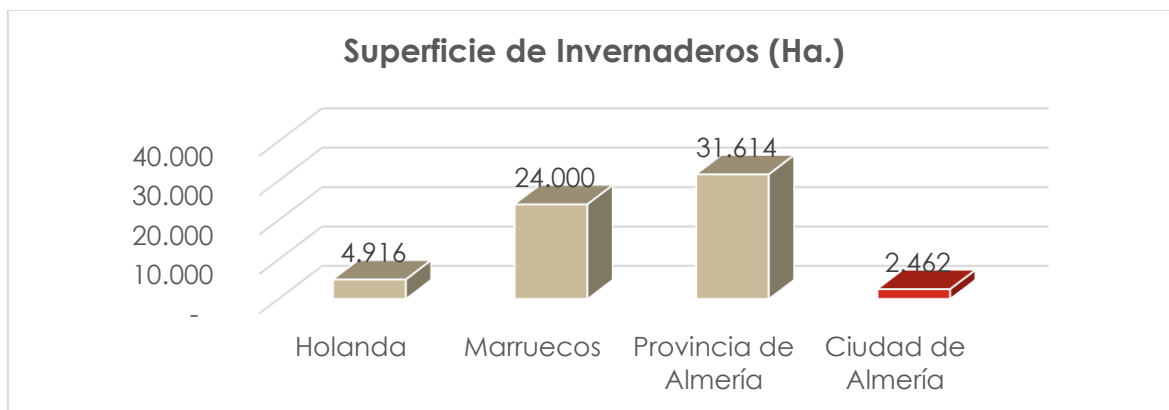
| Actividad | Andalucía | | Almería | | Almería (capital) | |
|--|--------------|---------------|------------|---------------|-------------------|---------------|
| | D. Abs. | % | D. Abs. | % | D. Abs. | % |
| Procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos | 696 | 11,4% | 49 | 12,5% | 2 | 3,9% |
| Procesado y conservación de pescados, crustáceos y moluscos | 92 | 1,5% | 5 | 1,3% | 2 | 3,9% |
| Procesado y conservación de frutas y hortalizas | 458 | 7,5% | 34 | 8,7% | 1 | 2,0% |
| Fabricación de aceites y grasas vegetales y animales | 930 | 15,2% | 32 | 8,2% | 2 | 3,9% |
| Fabricación de productos lácteos | 223 | 3,6% | 15 | 3,8% | 1 | 2,0% |
| Fabricación de productos de molinería, almidones y productos amiláceos | 68 | 1,1% | 3 | 0,8% | 0 | 0,0% |
| Fabricación de productos de panadería y pastas alimenticias | 2.955 | 48,3% | 217 | 55,5% | 35 | 68,6% |
| Fabricación de otros productos alimenticios | 594 | 9,7% | 31 | 7,9% | 7 | 13,7% |
| Fabricación de productos para la alimentación animal | 102 | 1,7% | 5 | 1,3% | 1 | 2,0% |
| TOTAL | 6.118 | 100,0% | 391 | 100,0% | 51 | 100,0% |

Directorio de Establecimientos y Empresas con actividad económica en Andalucía (DIRCE). Año 2017.
Elaboración Propia.

Este hecho puede suponer uno de las oportunidades claras que pueden propiciarse, buscando nuevos sectores asociados a la producción agrícola en la provincia de Almería, basándose en un producto fresco, muy relacionado con hábitos de vida saludables.

3.7 PRINCIPALES COMPETIDORES DE LA AGRICULTURA ALMERIENSE

Tradicionalmente se habla de Marruecos y Holanda como principales competidores de la producción almeriense; pese a que el término municipal de Almería no es el de mayor superficie de producción, el peso económico que genera en toda la provincia, hace que resulte interesante estudiar a competidores directos como Holanda y Marruecos.



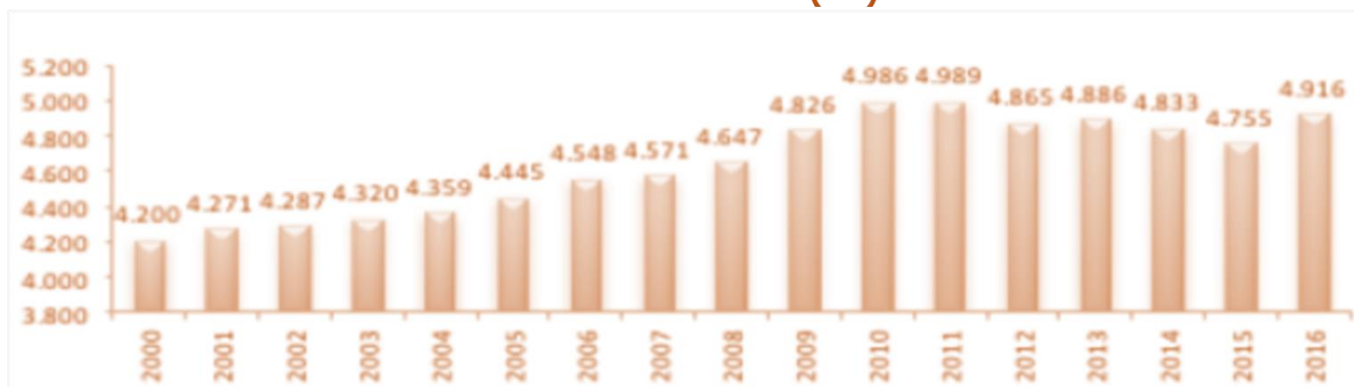
Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga.

COEXPAL. Elaboración Propia.

- **Holanda:**

Respecto a Holanda, la superficie invernada destinadas a hortalizas es de 4.916 hectáreas. En el año 2016, se ha producido una recuperación productiva en el sector, mostrando un aumento muy fuerte, sobre todo por la nueva superficie de pimiento y otras hortalizas.

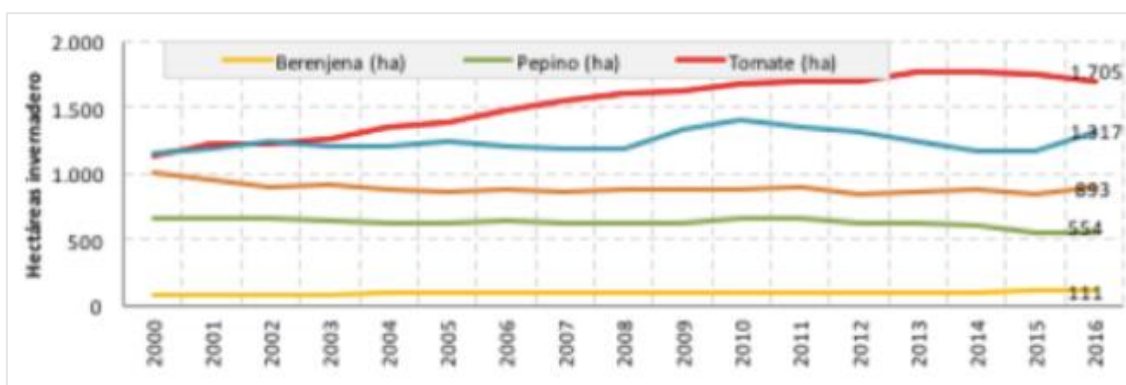
Total Hortalizas en Invernadero (ha) en Holanda



Informe COEXPAL.

En el siguiente gráfico se puede ver cómo los productos que se cultivan principalmente en las hectáreas invernadas de Holanda son tomates y pepinos, destinándose 1.705 y 1.317 hectáreas respectivamente.

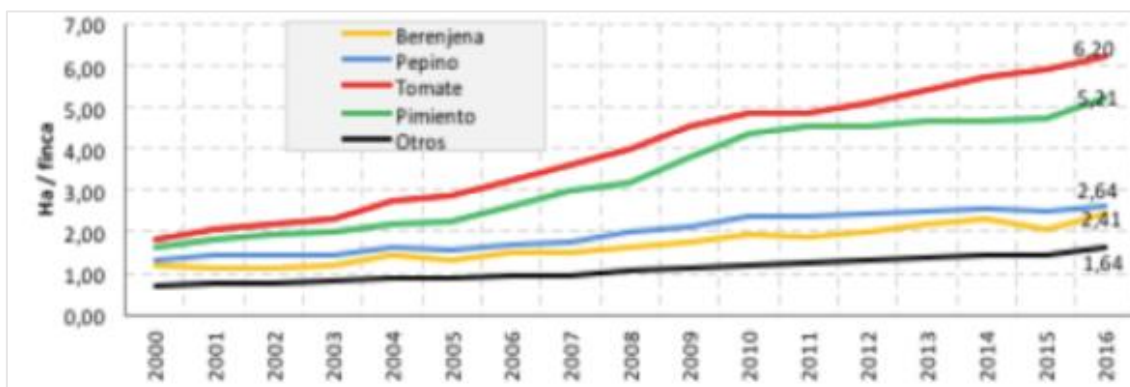
Hectáreas invernadas según cultivo en Holanda



Informe COEXPAL.

Por fincas, se obtiene que, en Holanda se cultiva una superficie media de 6,20 hectáreas por finca para tomates, 5,21 hectáreas por finca para pimientos y que se destina menos superficie para el cultivo de pepinos y berenjenas.

Superficie Media (ha/finca) en Holanda



Informe COEXPAL.

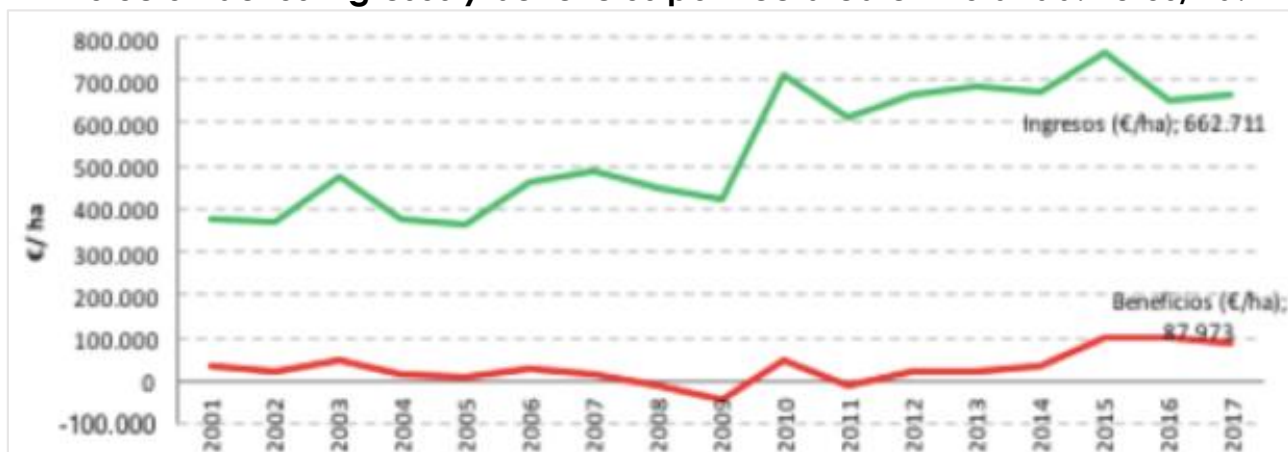
La horticultura de invernaderos en los Países Bajos está altamente concentrada en las tres áreas de "puerto verde": Westland / Oostland, Aalsmeer y sus alrededores, y Venlo y sus alrededores. Es ventajoso establecerse en áreas concentradas porque estas áreas son agrupaciones económicas con redes cercanas entre proveedores, horticultores y clientes. Pero, en Holanda no es tan importante el tamaño, sino que exporta más alimentos que España y Francia juntas con métodos sostenibles (80.000 millones de euros en productos agroalimentarios). Esta situación es producto de años de investigación y desarrollo de nuevas técnicas que están multiplicando la productividad de este sector en Holanda. Siendo sus principales factores de éxito:

- El triángulo de oro (redes de industrias con un interés común, excelente investigación y un gobierno facilitador).
- Sistema de cofinanciación.
- La cultura del empresario.
- Sector organizado.
- Participación activa empresario.
- Disseminación abierta del conocimiento.
- Convenios entre el sector y el gobierno con claros objetivos (reducción de emisiones de CO₂, lucha de plagas, aumento de superficie por empresa, mecanización de procesos...): Planes de acción, Agenda de investigación y Cofinanciación de actividades.

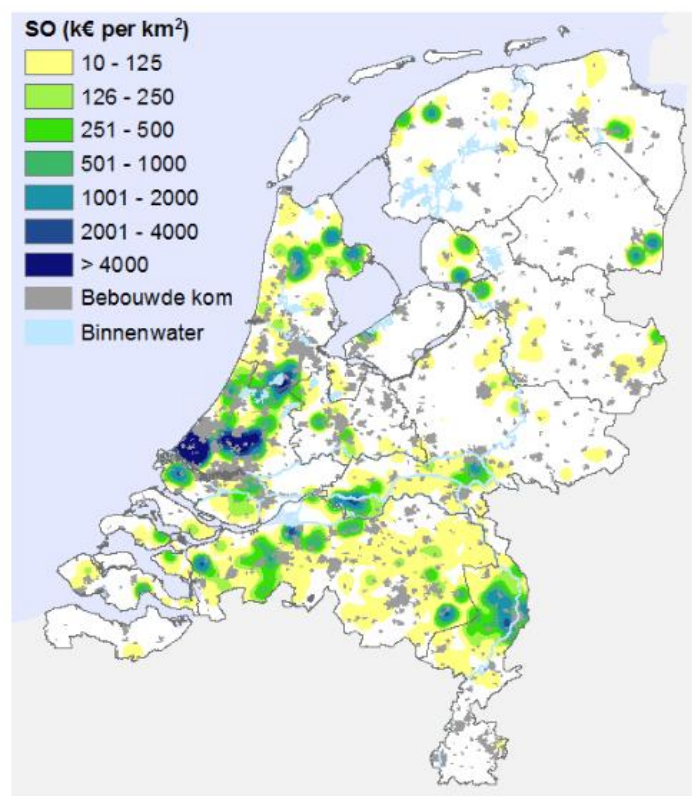
“En Holanda no es tan importante el tamaño, sino que exporta más alimentos que España y Francia juntas con métodos sostenibles”

Por otra parte, se analiza la evolución de los ingresos y los beneficios por hectáreas obtenidos en Holanda. Como se puede observar en el gráfico inferior, desde el año 2001 hasta el año 2017 se ha producido un incremento de los ingresos en Holanda, obteniéndose en el año 2017 unos ingresos de 662.711 € por hectárea y unos beneficios de 87.973 € por hectárea, lo que supone un beneficio por la superficie total invernada de 432.475.268 €, valor que queda muy lejos de los beneficios obtenidos en la provincia de Almería en la última campaña, en la que se obtuvieron 2.403 millones de euros.

Evolución de los ingresos y beneficios por hectárea en Holanda. Euros/ha.

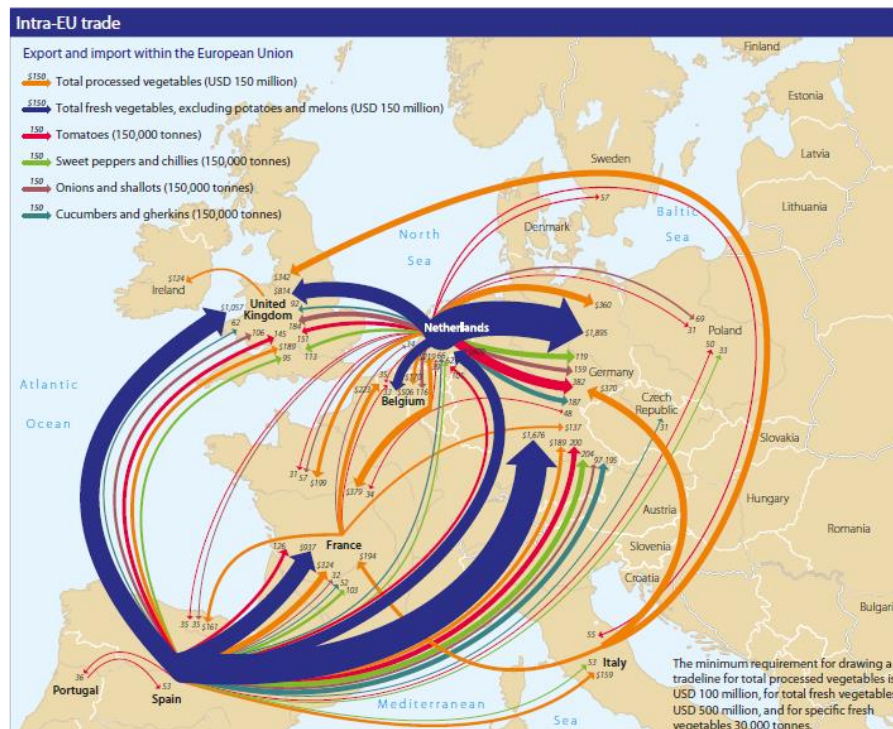


Informe COEXPAL.



Densidad de los Invernaderos en Holanda. Agrimatie.nl

En el siguiente mapa se puede comprobar los destinos de las exportaciones hortofrutícolas de Holanda y de España.



World Vegetable map. Rabobank. Año 2016.

- **Marruecos:**

Para las autoridades de Marruecos, la agricultura intensiva es un sector estratégico para su economía. El Ministerio de Agricultura y Pesca marítima del país africano presentó el "Plan Marruecos Verde" (Le Maroc Vert) en 2008 como una estrategia ambiciosa que pretendía convertir la agricultura en motor de desarrollo social y económico del país, teniendo por objetivo desarrollar la agricultura mediante el apoyo de inversiones privadas extranjeras y consolidar los éxitos adquiridos adaptándose a los nuevos retos de competitividad y de reducción de las disparidades.

En este contexto, Marruecos se marca como objetivo aumentar un 76% el sector hortofrutícola desde 2011 a 2020 y alcanzar la transformación en regadío de 555.000 hectáreas. Además, plantea la creación de 6 agrópolis (Meknés, Berkane, Souss, Gharb, Tadla y Haouz), la potenciación de la Agencia para el Desarrollo Agrícola, desarrollar proyectos integrales, más invernaderos, mejorar la eficiencia del uso del agua, desalinización y valorización de la producción; desarrollar los mercados a nivel nacional e internacional y mejorar la organización del mercado local; y mejorar las condiciones del sector con la creación de la interprofesional, la supervisión de los productores, la inversión en formación, investigación y desarrollo, y la creación de un sistema de seguros agrarios.

Con estos planteamientos, Marruecos ha pasado de 9.000 Ha. de invernaderos en 2001 a 24.000 en 2018, a lo que hay que unir que la mano de obra en Marruecos es un 91% más barata que en España. Además, tiene un fuerte apoyo en materia de infraestructuras, tanto del transporte como de dotaciones que se consideran esenciales como es la disponibilidad de agua para riego.

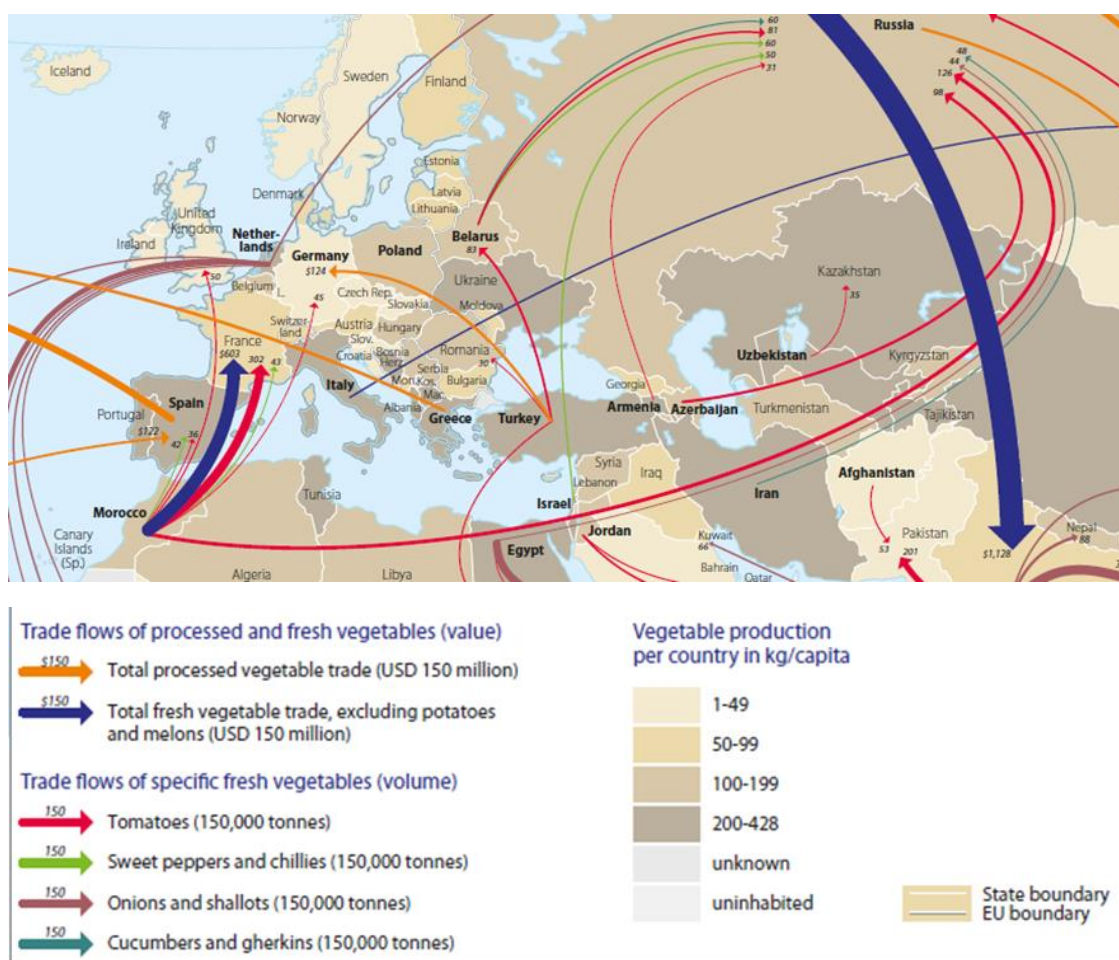
Respecto al agua para el riego, en Agadir se está construyendo una desaladora con capacidad para producir en torno a los 275.000 metros cúbicos de agua diarios, suficiente para atender la demanda de alrededor de 14.000 hectáreas de cultivos.

Respecto al transporte, se están construyendo autovías para unir las zonas de cultivo con Tánger Med, con el objetivo de aprovechar la potencialidad del ferrocarril (Corredor Central Algeciras).

Actualmente, el destino mayoritario de sus ventas es Europa, con una presencia creciente además en Rusia, al ocupar el nicho creado con el veto que prohíbe las ventas allí de los países europeos.

“Para las autoridades de Marruecos, la agricultura intensiva es un sector estratégico para su economía, teniendo un fuerte apoyo en materia de infraestructuras, tanto del transporte como de dotaciones que se consideran esenciales como es la disponibilidad de agua para riego”

En el siguiente mapa se puede comprobar los destinos de las exportaciones hortofrutícolas de Marruecos.



World Vegetable Map. Rabobank. Año 2016

3.8 CONSUMO DE AGUA EN LA AGRICULTURA DE ALMERÍA

El agua es un elemento indispensable no solo en la actividad agraria, sino en cualquier actividad de la vida, por lo que la escasez de recursos hídricos implica hacer un uso muy eficiente de dichos recursos en todos los sectores.

El cultivo almeriense se encuentra dentro de la Cuenca Mediterránea Andaluza, cuya competencia en planificación la ostenta la Junta de Andalucía. El Plan Hidrológico de la Demarcación Hidrográfica de las Cuencas Mediterráneas Andaluzas, es el documento correspondiente al primer ciclo de planificación desarrollado integrando los requisitos de la planificación española tradicional con los derivados de la adopción de la Directiva Marco del Agua (DMA). La DMA introduce un proceso de planificación cíclico de 6 años, exigiendo la preparación de un Plan Hidrológico a nivel de la demarcación hidrográfica en 2015 y 2021 y así en adelante. Los documentos iniciales, del citado periodo operativo, conforme a lo establecido en el Reglamento de Planificación Hidrológica (RPH) recogen un estudio general de la Demarcación, que contiene una descripción, un análisis de las repercusiones de la actividad humana en el estado de las aguas y un análisis económico del uso del agua.

En el citado documento se incluyen las determinaciones de cada sistema de riego de la cuenca, cuyo esquema de funcionamiento se subdivide en sectores y subsectores, atendiendo a criterios geográficos e hidrológicos, y teniendo en cuenta las unidades básicas de explotación de aguas superficiales y subterráneas. La planificación hidrológica ha dividido el ámbito continental de la demarcación en cinco zonas o sistemas, numerados del I al V desde el Oeste hacia el Este, cada uno de los cuales se encuentra a su vez subdividido en unidades menores: los subsistemas. El esquema y la tabla siguiente recoge la relación y localización de los sistemas y subsistemas en que se encuentra dividida la DHCMA:



Sectores y Subsectores de la Cuenca Mediterránea Andaluza.

Documentos Iniciales Ciclo de planificación hidrológica de la Cuenca para el periodo 2015-2021.

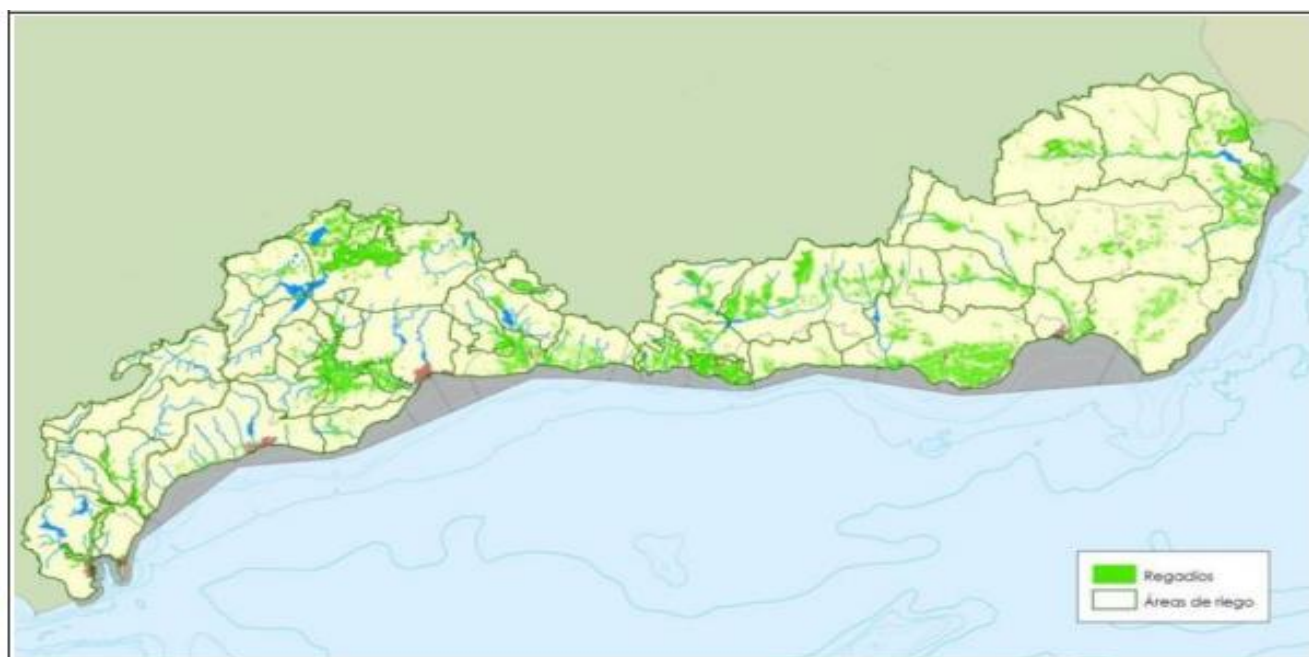
| Tabla 3. Sistemas y subsistemas de explotación | |
|--|---|
| Sistema | Subsistema |
| I.- SERRANIA DE RONDA | I-1 Cuencas de los ríos Guadarranque y Palmones |
| | I-2 Cuenca del río Guadiaro |
| | I-3 Cuencas vertientes al mar entre las desembocaduras de los ríos Guadiaro y Guadalhorce |
| | I-4 Cuencas de los ríos Guadalhorce y Guadalmedina |
| | I-5 Cuenca endorreica de Fuente de Piedra |
| II.- SIERRA TEJEDA-ALMIJARA | II-1 Cuenca del río Vélez |
| | II-2 Polje de Zafarraya |
| | II-3 Cuencas vertientes al mar entre la desembocadura del río Vélez y el río de la Miel, incluido este último |
| III.- SIERRA NEVADA | III-1 Cuencas vertientes al mar entre el río de la Miel y el río Guadalfeo |
| | III-2 Cuenca del río Guadalfeo |
| | III-3 Cuencas vertientes al mar entre las desembocaduras de los ríos Guadalfeo y Adra |
| | III-4 Cuenca del río Adra y acuífero del Campo de Dalías |
| IV.- SIERRA DE GADOR-FILABRES | IV-1 Cuenca del río Andarax |
| | IV-2 Comarca natural del Campo de Níjar |
| V.- SIERRA DE FILABRES-ESTANCIAS | V-1 Cuencas de los ríos Carboneras y Aguas |
| | V-2 Cuenca del Almanzora |

Sectores y Subsectores de la Cuenca Mediterránea Andaluza.

Documentos Iniciales Ciclo de planificación hidrológica de la Cuenca para el periodo 2015-2021.

Como se aprecia, la producción hortícola intensiva de Almería se localiza fundamentalmente en los subsectores III-4 (Poniente) y IV-2 (Levante).

El esquema de áreas de riego en la citada cuenca es el siguiente:



Inventario y Caracterización de los regadíos de Andalucía 2008.

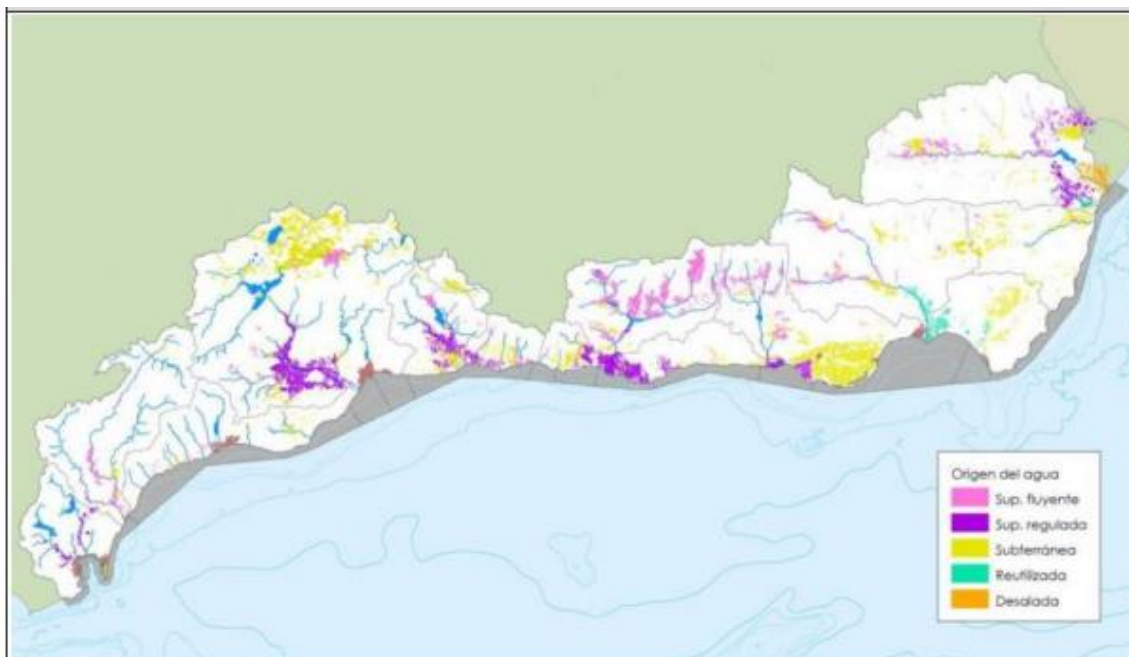


Especialización Productiva por Tipos de Cultivos y Áreas.

En cuanto a la especialización productiva por tipos de cultivos y áreas), se pueden reseñar la citricultura en los Valles de los ríos Guadiaro, Guadalhorce, Andarax y Almanzora; los frutales, en la Alpujarra, Valle de Lecrín y zonas interiores de Almería; los cultivos subtropicales en el litoral granadino y la Axarquía; los herbáceos extensivos en zonas más frescas del interior de Málaga, Granada y Cádiz; el olivar en las áreas alejadas de la costa, en especial en el interior de Almería y la comarca de Antequera; y **la horticultura, fundamentalmente cultivada bajo plástico en Níjar, Campo de Dalías y Contraviesa**, y al aire libre en el Almanzora.

Las técnicas de riego empleadas son el riego localizado y el riego por gravedad, mientras que la aspersión apenas se utiliza en un 5% de la superficie de la DHCMA. La penetración del riego por goteo ha sido más acusada en la provincia de Almería (60% de la superficie regada y con clara tendencia expansiva), siendo también destacable su presencia en la Contraviesa, Zafarraya, Costa del Sol Oriental y Bahía de Algeciras, siempre asociado a las especializaciones hortofrutícolas y al olivar. El ritmo anual de crecimiento de la superficie de riego localizado en el periodo 1997-2005 ha sido del 3,4% en el conjunto de la DHCMA. También se están realizando sustituciones de sistemas de gravedad a riego localizado en el marco de programas de mejora de los regadíos en diferentes zonas de la demarcación: cuenca del Guadalfeo (Motril-Carchuna), Axarquía, cuenca del Pereilas, etc.¹⁶

¹⁶Documentos Iniciales Ciclo de planificación hidrológica de la Cuenca para el periodo 2015-2021.



Fuente: elaboración propia a partir del Inventario y Caracterización de los regadíos de Andalucía 2008 y otras fuentes.

Almería es una de las zonas más áridas de Europa, situación que se está agravando por el cambio climático. Posee un clima mediterráneo semiárido, con precipitaciones medias variables y muy escasas, inferiores a 250 mm, lo que le confiere carácter de clima subdesértico. La eficiencia en el uso del agua en los invernaderos de Almería es muy elevada, pero la demanda agrícola total suma 220 Hm³, de los cuales el 80% provienen del subsuelo, lo que provoca un déficit hídrico anual de unos 80 hm³, tal y como se aprecia en la siguiente tabla:

| Zona | RECURSOS DISPONIBLES | | | | | | | | DEMANDAS | | | | | | BALANCE | | | |
|-------------|----------------------|-------------------|-----------------|--------------------|---------|----------------|----------|--------|----------------|--------|---------|-----------|-------|-----------|---------|--------------------|----------------------|--------|
| | Recursos propios | | | | | Transferencias | | | Recursos netos | Urbana | Regadío | Ganadería | Golf | Industria | Totales | Infradota- ción | Sobrexplota- ción | Total |
| | Superficiales | Subterrá- neos | Desala- ción | Reutiliza- ción | Totales | Internas | Externas | | | | | | | | | | | |
| | Regulados | Fluyentes | | | | | | | | | | | | | | | | |
| I-1 | 51,17 | 3,16 | 1,83 | 0,00 | 0,69 | 56,85 | 0,00 | 1,55 | 58,40 | 27,79 | 9,45 | 0,33 | 1,91 | 18,92 | 58,40 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| I-2 | 0,60 | 74,84 | 14,18 | 0,00 | 0,25 | 89,87 | -0,11 | -56,00 | 33,76 | 10,54 | 23,62 | 0,67 | 1,76 | 0,00 | 36,58 | -2,82 | 0,00 | -2,82 |
| I-3 | 48,93 | 5,10 | 40,38 | 5,95 | 6,17 | 106,53 | 0,11 | 0,00 | 106,64 | 93,57 | 11,25 | 0,08 | 17,31 | 0,00 | 122,23 | 0,00 | -15,59 | -15,59 |
| I-4 | 95,35 | 38,62 | 87,61 | 0,00 | 2,79 | 224,38 | 1,30 | -0,11 | 225,57 | 84,40 | 210,13 | 1,42 | 2,43 | 0,20 | 298,58 | -63,19 | -9,81 | -73,01 |
| I-5 | 0,00 | 0,06 | 3,40 | 0,00 | 0,00 | 3,46 | -1,28 | 0,00 | 2,17 | 1,59 | 17,34 | 0,06 | 0,00 | 0,00 | 18,98 | -9,37 | -7,44 | -16,81 |
| Sistema I | 196,05 | 121,77 | 147,40 | 5,95 | 9,91 | 481,08 | 0,01 | -54,56 | 426,54 | 217,88 | 271,79 | 2,56 | 23,41 | 19,12 | 534,76 | -75,4 | -32,8 | -108,2 |
| II-1 | 37,40 | 4,81 | 19,74 | 0,00 | 0,17 | 62,12 | -6,64 | 0,00 | 55,48 | 15,30 | 42,22 | 0,15 | 0,41 | 0,00 | 58,09 | -2,61 | 0,00 | -2,61 |
| II-2 | 0,00 | 0,20 | 8,02 | 0,00 | 0,00 | 8,22 | 0,00 | 0,00 | 8,22 | 0,33 | 7,86 | 0,03 | 0,00 | 0,00 | 8,22 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| II-3 | 0,00 | 4,43 | 11,39 | 0,00 | 0,00 | 15,82 | 6,63 | 0,00 | 22,45 | 7,73 | 21,42 | 0,02 | 0,41 | 0,00 | 29,58 | -7,13 | 0,00 | -7,13 |
| Sistema II | 37,40 | 9,44 | 39,15 | 0,00 | 0,17 | 86,16 | -0,01 | 0,00 | 86,15 | 23,36 | 71,49 | 0,21 | 0,82 | 0,00 | 95,89 | -9,7 | 0,0 | -9,7 |
| III-1 | 0,00 | 4,04 | 12,90 | 0,00 | 0,00 | 16,94 | 4,41 | 0,00 | 21,35 | 6,62 | 18,58 | 0,03 | 0,00 | 0,63 | 25,85 | -3,04 | -1,47 | -4,51 |
| III-2 | 86,55 | 99,13 | 19,66 | 0,00 | 0,14 | 205,48 | -15,74 | 0,00 | 189,73 | 8,14 | 186,79 | 0,18 | 0,43 | 0,00 | 195,54 | -5,81 | 0,00 | -5,81 |
| III-3 | 0,00 | 0,07 | 9,76 | 0,00 | 0,00 | 9,83 | 13,88 | 0,00 | 23,71 | 11,16 | 11,19 | 0,04 | 0,00 | 2,16 | 24,55 | -0,84 | 0,00 | -0,84 |
| III-4 | 16,60 | 33,00 | 97,84 | 0,00 | 1,09 | 148,53 | 2,58 | 0,00 | 151,11 | 42,72 | 175,70 | 0,15 | 1,64 | 0,00 | 220,20 | -7,21 | -61,89 | -69,10 |
| Sistema III | 103,15 | 136,24 | 140,16 | 0,00 | 1,23 | 380,77 | 5,12 | 0,00 | 385,89 | 68,64 | 392,25 | 0,40 | 2,06 | 2,79 | 466,15 | -16,9 | -63,4 | -80,3 |
| IV-1 | 0,88 | 17,77 | 28,93 | 5,12 | 8,00 | 60,71 | -11,22 | 0,00 | 49,49 | 5,85 | 62,56 | 0,17 | 0,00 | 0,00 | 68,58 | -18,47 | -0,62 | -19,09 |
| IV-2 | 0,00 | 0,40 | 11,44 | 0,00 | 0,50 | 12,33 | 6,10 | 0,00 | 18,43 | 2,82 | 44,87 | 0,07 | 0,50 | 0,00 | 48,27 | -10,54 | -19,29 | -29,84 |
| Sistema IV | 0,88 | 18,17 | 40,37 | 5,12 | 8,50 | 73,04 | -5,12 | 0,00 | 67,92 | 8,67 | 107,44 | 0,24 | 0,50 | 0,00 | 116,85 | -29,0 | -19,9 | -48,9 |
| V-1 | 0,00 | 1,15 | 8,87 | 3,00 | 0,00 | 13,03 | -1,40 | 4,46 | 16,09 | 6,57 | 28,02 | 0,06 | 1,19 | 0,24 | 36,09 | -6,76 | -13,24 | -20,00 |
| V-2 | 0,00 | 15,74 | 25,99 | 9,28 | 1,17 | 52,17 | 1,40 | 36,47 | 90,04 | 10,44 | 110,91 | 0,89 | 0,94 | 1,03 | 124,22 | -24,93 | -9,25 | -34,18 |
| Sistema V | 0,00 | 16,89 | 34,86 | 12,28 | 1,17 | 65,20 | 0,00 | 40,94 | 106,14 | 17,01 | 138,94 | 0,96 | 2,14 | 1,27 | 160,31 | -31,7 | -22,5 | -54,2 |
| DHCMA | 337,5 | 302,5 | 401,9 | 23,3 | 21,0 | 1.086,2 | 0,0 | -13,6 | 1.072,6 | 335,6 | 981,9 | 4,4 | 28,9 | 23,2 | 1.374,0 | -162,7 | -138,6 | -301,3 |

Balance de recursos en los diferentes sistemas y subsistemas andaluces.

Sería muy oportuno analizar la posibilidad de realizar trasvases de reservorios cercanos, como la Presa de Rules, para mejorar los ya existentes, por ejemplo, el procedente del Pantano Benínar; no obstante, a día de hoy, **la sostenibilidad de los recursos hídricos de la zona pasa por el uso de aguas desaladas, regeneradas y de escorrentía.**

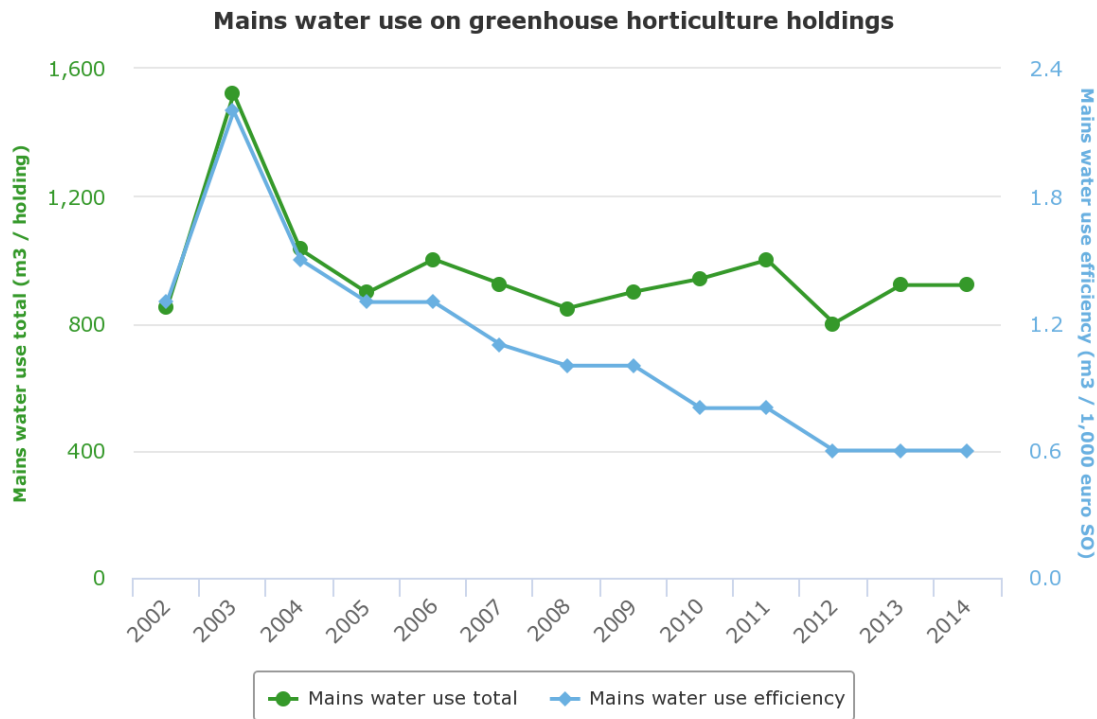
De estos últimos recursos, destaca el agua de mar desalinizada. La desalación es una fuente que proporciona agua con garantía de suministro en cantidad y calidad suficiente e independientemente de la climatología, pero a un precio muy elevado; factor clave que ha provocado que la demanda de agua desalada por los agricultores no sea la esperada.

Actualmente Almería cuenta con diversas plantas desaladoras que pueden contribuir notablemente a disminuir el déficit hídrico de la zona y a recuperar los acuíferos. Además, las nuevas instalaciones han mejorado sustancialmente su consumo de energía específico, pero sigue siendo muy elevado, por ejemplo, es de 4 kWh/m³ en la recientemente inaugurada planta desaladora de Campo de Dalías.

En un horizonte de tiempo cercano, con la mejora de la tecnología y la incorporación de energías renovables, pueda reducirse considerablemente el consumo de energía específico necesario para la desalinización.

Además, el agua es un factor determinante en la estructura de costes del sector. A este respecto, según el *Análisis de la Campaña Hortofrutícola de Almería 2017-2018*, de Cajamar, donde indica que el importe de esta partida en la estructura de costes ha crecido un 3% en 2017/2018 y lo atribuye a que, probablemente, se deba al fuerte incremento de la energía eléctrica el pasado ejercicio y al efecto en cascada que esto genera sobre multitud de costes de la agricultura.

En el gráfico siguiente, se puede comprobar como Holanda, está evolucionando en positivo hacia el uso eficiente del agua, lo que aumenta su productividad.



Evolución de la eficiencia del agua en invernaderos holandeses.

Agrimatie.nl

Almería, junto con Israel, están a la vanguardia en tecnologías de riego eficiente. Durante la jornada “Nuevas Fronteras en las Tecnologías del Agua”, que tuvo lugar en el año 2017, el viceconsejero de Agricultura valoró que “la agricultura de invernadero que existe en el litoral almeriense es una de las más eficientes, productivas y sostenibles por la eficiencia en el uso de recursos”. Asimismo, cabe mencionar que por cada metro cúbico de agua que se utiliza para regar hortalizas en Almería, se obtienen entre 6 y 15 euros, mientras que con los cultivos al aire libre se obtienen 1,60 euros, debido a unos sistemas de riego eficientes y unas explotaciones modernas que utilizan sistemas de riego de precisión automatizados.

3.9 AFECTACIONES AMBIENTALES DEBIDAS A LA AGRICULTURA INTENSIVA

La agricultura intensiva genera grandes cantidades de residuos que son difíciles de degradar, tales como residuos plásticos, residuos vegetales, residuos de envases de pesticidas, etc., pero que son una oportunidad para la industria auxiliar (reciclaje, biocombustible, etc.).

Estos residuos dan lugar a afecciones ambientales en diferentes factores ambientales, tal y como se indica en el Informe de INFOAGRO “Residuos sólidos agrícolas. Impactos ambientales”, publicado en 2019:

- Quemadas indiscriminadas de restos de envase con la consiguiente contaminación atmosférica.
- Generación de malos olores como consecuencia de la putrefacción de restos orgánicos.
- Dispersión de materiales plásticos por la acción del viento.
- Contaminación puntual de aguas superficiales (acequias de riego, balsas).
- Taponamiento de acequias, aliviaderos, ramblas por vertidos de plástico, envases de pesticidas y restos orgánicos.
- Contaminación de acuíferos subterráneos, como consecuencia de los elevados contenidos de los productos hortofrutícolas, plásticos de invernaderos y restos de pesticidas que quedan en el interior de los envases, los cuales se vierten sobre el suelo, pudiendo llegar a afectar acuíferos subterráneos.
- Contaminación de los mismos como consecuencia del vertido indiscriminado de productos tales como plásticos, envases de pesticidas, restos de materia orgánica, etc.
- Alteraciones de comunidades vegetales como consecuencia de la aparición indiscriminada de vertederos incontrolados.
- Generación de focos de infección como consecuencia de acúmulos de materia orgánica.
- Alimento no controlado de ganado caprino y ovino (restos hortofrutícolas) con los consiguientes peligros de incorporación de los pesticidas al metabolismo animal y posterior transmisión al hombre mediante leche y carne.
- Incremento de plagas de insectos y roedores.
- Cambios de pauta de alimentación de determinadas especies animales (gaviotas y garcilla bueyera).
- Afecciones graves sobre el paisaje, acentuado no solo por la construcción de invernaderos, sino por el vertido indiscriminado de residuos sólidos agrícolas.
- Peligros de intoxicaciones por manipulación de envases de pesticidas por niños.
- Falta de control ante posibles plagas de insectos y roedores.
- Falta de control ante transmisiones de plagas derivadas de los productos hortofrutícolas que se pudren en las inmediaciones de otras plantaciones, caminos, proximidad de acequias de riego, etc.
- Mala imagen ante terceros, depreciación de productos, caída del mercado, mala gestión de los productos hortofrutícolas y de los residuos sólidos generados, pérdidas de empleo y falta de aprovechamiento de nuevos recursos y subproductos derivados del aprovechamiento y tratamiento de los residuos agrícolas.

“La agricultura intensiva genera grandes cantidades de residuos que son difíciles de degradar pero que son una oportunidad para la industria auxiliar”

Otra afección medioambiental es el transporte, y aunque existe un vector específico destinado a movilidad e infraestructuras, se ha considerado conveniente tratar aquí el

transporte por mercancías, debido al peso que tiene como industria auxiliar en la agricultura en Almería.

En este contexto, hay que indicar que, mientras que en los modos de transporte terrestre (carretera y ferrocarril) y en el transporte aéreo se observa un descenso muy pronunciado, el transporte marítimo en Andalucía, superados los tres primeros años, ha alcanzado máximos históricos.

TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN ANDALUCÍA (Tm)

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| CARRETERA | 275.429.929 | 234.523.082 | 198.238.455 | 177.527.825 | 175.364.721 | 155.939.261 | 141.077.536 | 147.948.972 |
| FERROCARRIL | 3.610.935 | 2.960.122 | 2.040.108 | 1.825.149 | 1.735.906 | 1.406.743 | 1.252.366 | 1.617.912 |
| PORTUARIO | 118.823.349 | 112.303.838 | 97.887.854 | 103.822.250 | 124.036.570 | 132.506.822 | 129.500.124 | 132.198.615 |
| AEROPORTUARIO | 13.406 | 11.074 | 8.546 | 8.695 | 8.215 | 7.553 | 7.782 | 8.183 |
| TOTAL | 397.877.618 | 349.798.115 | 298.174.963 | 283.183.919 | 301.145.412 | 289.860.379 | 271.837.808 | 281.773.681 |

RENFE. Puertos del Estado. AENA. Encuesta de Transporte de Mercancías por Carretera (Boletín on line Ministerio de Fomento). El transporte por carretera incluye los movimientos intramunicipales.

El hecho de que aumente el transporte marítimo es de interés para Almería ya que la presencia del Puerto de Almería es una oportunidad a estudiar, mediante transporte RO-RO, que debería potenciarse **en el caso de frutas y hortalizas**.

En la actualidad el sector de frutas y hortalizas de Almería, principal exportador europeo de estos productos, realiza la práctica totalidad de sus transportes a través de carretera. Con el transporte marítimo, se mejorarían los efectos negativos que tiene el transporte por carretera sobre el medio ambiente y su repercusión en la huella de carbono para la producción almeriense, un factor que muchos consumidores y, sobre todo, la gran distribución europea, ya está teniendo en cuenta a la hora de tomar sus decisiones de compra.

3.10 BIOINDUSTRIA

La biotecnología agrícola es un conjunto de herramientas y disciplinas destinadas a modificar organismos para un propósito, siendo estos organismos las plantas o cultivos. Aquí se incluyen numerosos campos, desde lograr un mayor rendimiento de los cultivos hasta aumentar la resistencia de las plantas a ciertas enfermedades. La bioeconomía se ha convertido en un concepto clave para marcar las prioridades de un desarrollo sostenible, como respuesta a los retos a los que la sociedad actual debe hacer frente, como son la garantía de suministro y reparto justo de los alimentos, la mitigación de los efectos del cambio climático y la reducción de la utilización de combustibles fósiles.

Por tanto, la bioeconomía propone un nuevo modelo productivo basado en la innovación, en la aplicación intensiva de conocimiento y tecnología a los procesos productivos y en la optimización del empleo de materias primas y fuentes de energía, priorizando el uso responsable de aquellas de carácter renovable.

Los centros experimentales almerienses ya exploran el uso de microorganismos para la obtención de productos de valor y el aprovechamiento de residuos agrarios, la alimentación animal y la gestión de efluentes. Además, el sector agroalimentario posee

un gran potencial de utilización de energías renovables. La tecnología nos permite obtener energías limpias y algunos subproductos esenciales para los cultivos como el dióxido de carbono y, en el caso de las producciones intensivas, la recuperación y valorización de la biomasa sin aplicación comercial es otro de los grandes retos abiertos.

Según el Informe de Cajamar sobre la Campaña 2018/19, el sector auxiliar almeriense ya es líder en biotecnología, con una facturación en la citada campaña de 296 M de euros y existen ejemplos como la Fundación para las Tecnologías Auxiliares de la Agricultura (Fundación Tecnova), que cuenta con una línea de trabajo específica en la materia.

La **Universidad de Almería**, junto con 77 miembros principales y 136 miembros asociados, está asociada a **Bio based Industries Consortium**, una organización sin ánimo de lucro creada en 2012 para representar el sector privado en la **iniciativa JTI de Bioindustrias**, una iniciativa público-privada entre la Comisión Europea y la industria -BIC- para el fomento de la investigación e innovación de las Bioindustrias.



Los objetivos de esta iniciativa son el desarrollo de una bioindustria sostenible y competitiva en Europa basadas en biorrefinerías avanzadas que obtengan la biomasa que necesitan de forma sostenible:

- Desarrollar tecnologías que completen las cadenas de valor.
- Desarrollar modelos de negocios válidos para todos los stakeholders.
- Establecer biorrefinerías en Europa utilizando tecnologías y modelos de negocio competitivos con las alternativas fósiles.

Asimismo, el fin último de esta iniciativa es contribuir a una bioeconomía:

- Baja en producción de CO₂.
- Que haga un uso más eficiente de los recursos y un consumo energético más responsable.
- Que ayude a generar empleo y crecimiento económico, en particular en las zonas rurales.

En este contexto, el sector agrícola de Almería, con su alto componente de innovación, tiene potencial de desarrollo en el campo de la bioindustria, incrementando la disponibilidad de la biomasa aprovechable y favoreciendo el consumo de bioproductos y sus mercados.

“El sector agrícola de Almería, con su alto componente de innovación, tiene potencial de desarrollo en el campo de la bioindustria”

4. MATRIZ D.A.F.O.

A continuación, se recogen las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que se han detectado en el vector Agroindustria y Bioindustria.

| DEBILIDADES |
|--|
| D.1. Impacto ambiental y falta de implantación de economía circular. |
| D.2. Imagen negativa del sector por su supuesto impacto ambiental. |
| D.3. Coste de la energía elevado para comercializadoras y fincas agrícolas: repercute en la competitividad y desincentiva inversiones que podrían aumentar la productividad. |
| D.4. Ubicación periférica del sector respecto al cliente europeo con dificultad de conexiones logísticas. |
| D.5. Malas infraestructuras hídricas: conexiones, canalizaciones y escasez del recurso agua. |
| D.6. Necesidad de ordenación del territorio: normativa poco clara y que dificulta las nuevas inversiones. También se complica la gestión eficiente de residuos. |
| D.7. Atomización del sector, que no favorece la captación de recursos, la diversificación productiva y la amplitud temporal de la oferta. |
| D.8. Carencias en la profesionalización de la gestión empresarial. |
| D.9. Formación escasa en utilización de TICs: sobre todo en finca. Esto afecta al bajo nivel de digitalización. |
| D.10. Innovación limitada en valor añadido: desarrollo de nuevos productos más industriales con base hortícola, pero también en técnicas rentables de economía circular o bioeconomía. |
| D.11. Poca capacidad de promoción y marketing: que trascienda al consumidor y que pueda cambiar la mala imagen percibida dando a conocer los esfuerzos realizados en origen. Tampoco existe capacidad de diferenciación por marca. |
| D.12. Poco peso institucional de la provincia: política local y con poca capacidad de influencia regional y nacional (sin acción de lobby) para atraer inversiones al sector. |
| D.13. Carencia de Infraestructuras logísticas: por ejemplo, marítimas y ferroviarias que favorezcan la intermodalidad del transporte. |
| D.14. Dependencia de las escasas ayudas y subvenciones (OPFH) para implementar mejoras (innovación): poca inversión propia por parte de empresas y agricultores. |
| DEBILIDADES (sigue) |

D.15. A pesar de disponer de la mayor superficie de invernaderos de España, Almería, junto con Huelva, es una de las provincias con menor número de empresas de industria alimentaria de Andalucía.

AMENAZAS

A.1. Reducción de recursos hídricos: tendencia a la sobreexplotación y salinización de acuíferos.

A.2. Cambio climático: meteorología extrema.

A.3. Aumento de oferta en zonas con imposibilidad de producción en otoño-invierno

A.4. Incremento de la restricción normativa.

A.5. Aumento de la oferta y entrada libre en la UE: competidores reconocidos (Marruecos, Turquía) y países emergentes (Senegal, Egipto...).

A.6. Nuevas tendencias de consumo hacia los productos locales: utilización por parte de los clientes de cadenas de suministro cortas para productos estacionales de proximidad.

A.7. Flujos migratorios en aumento y gestión ineficiente de los mismos: puede redundar en la mala imagen del sector.

A.8. Peligros geopolíticos: Veto ruso, BREXIT...

A.9. Cambios legislativos: PAC en Europa (Fondos Operativos). También en reconocimientos OPFH, interprofesión...

A.10. Peligro de reducción de la población en la EU.

A.11. Los principales competidores hortofrutícolas para Almería son Holanda y Marruecos, por agricultura intensiva con más agua.

| FORTALEZAS |
|---|
| F.1. Clima: condiciones idóneas para el cultivo otoño-invierno-primavera en épocas de escasa oferta. |
| F.2. Proximidad al mar: proporciona capacidad de obtención de recursos (agua) y facilita la logística marítima. |
| F.3. Cultura del aprovechamiento del agua: reconocimiento como recurso escaso, por tanto, consideración de este hecho en toda inversión productiva. |
| F.4. Bajo consumo energético en fincas. |
| F.5. Estructura familiar de las explotaciones: reducción de costes por mano de obra familiar y alto compromiso con el entorno. |
| F.6. Actividad poco sensible a crisis económicas (demanda estable): actividad refugio y atractiva para inversores y facilidad de financiación. |
| F.7. Alta rentabilidad y atractivo de la actividad: agricultores jóvenes y formados. Existe relevo generacional. |
| F.8. Agricultor y empresario con alta propensión al riesgo: alta capacidad de emprendimiento y adaptabilidad. |
| F.9. Calidad y aseguramiento de la calidad: nivel de certificación cercana al 100%. |
| F.10. Calidad del asesoramiento técnico: número y calidad de ingenieros, también alta colegiación profesional. |
| F.11. Existencia de centros de transferencia públicos y privados implicados con el sector: Universidad, Palmerillas, IFAPA... |
| F.12. Implantación del control integrado de plagas: reduce control químico y facilita la implantación del cultivo ecológico. |
| F.13. Estructura del modelo corporativo: empresas con elevada experiencia (know how) y conocimiento del mercado. Sistema cooperativo comprometido con el entorno. |
| F.14. Estructura asociativa muy desarrollada: que ha suplido la falta de dimensión empresarial y ha agilizado la implementación de mejoras y la colaboración entre miembros. |
| F.15. Funcionamiento en forma de clúster: cooperación vertical y horizontal de todas las empresas del sector (suministros, comercializadoras, entidades financieras, clientes...) |

FORTALEZAS (sigue)

F.16. Facilidad de financiación: entidad financiera especializadas en el sector (Cajamar).

F.17. Almería es referente mundial de modernidad, innovación y en el uso sostenible del agua en la agricultura.

F.18. Según el PIB, el sector agricultura, ganadería, silvicultura y pesca en la provincia de Almería es el sector que mayor ingreso aporta a Almería, triplicando a la media andaluza.

F.19. La provincia de Almería tiene un gran peso en el conjunto de las exportaciones hortícolas españolas.

F.20. A pesar de la reducción de la producción, la exportación ha aumentado en volumen físico, exportándose el 81% de lo que se produce.

F.21. El éxito del modelo productivo hortofrutícola almeriense se ha basado fundamentalmente en la capacidad de socialización de la producción y en la cooperación.

F.22. La industria auxiliar de la agricultura (sustratos, agroquímicos, invernaderos, control y climatización, etc.) juega un papel muy importante en el sector, destacando los suministros y la logística y transporte.

OPORTUNIDADES

O.1. Mejorar en desalación: nuevas técnicas con menor consumo energético (por ejemplo, por empleo de energías fotovoltaicas).

O.2. Potencial de las energías renovables: por ejemplo, empleo de fotovoltaicas para reducir costes de energía.

O.3. Potencial de mejora de la digitalización y nuevas tecnologías en toda la cadena de valor: aumentar productividades, eficiencia, mejorar coordinación con el cliente...

O.4. Nuevas tendencias de consumo saludable y ecológico: hortalizas son productos cuyo consumo beneficia la salud.

O.5. Potencial de nuevos productos transformados con base hortícola.

O.6. Crecimiento del consumo alimentario mundial: sobre todo en zonas de Asia, África. Aumento del consumo per cápita por envejecimiento de la población en UE.

OPORTUNIDADES (sigue)

O.7. Existen políticas e iniciativas nacionales y regionales que pretenden facilitar un entorno empresarial favorable al desarrollo agrícola, haciéndola más innovadora, competitiva y sostenible, que cree y consolide el empleo en el sector.

O.8. Los principales subsectores exportadores dentro de la industria auxiliar de la agricultura son los sistemas de riego, las semillas y el film plástico.

O.9. Potenciar el transporte marítimo RO-RO de frutas y hortalizas.

O.10. La agricultura intensiva genera grandes cantidades de residuos que son difíciles de degradar pero que son una oportunidad para la industria auxiliar.

O.11. El sector agrícola de Almería, con su alto componente de innovación, tiene potencial de desarrollo en el campo de la bioindustria.

Diagnóstico de Cultura y Turismo Sostenible



ALMERÍA
CIUDAD



CULTURA Y TURISMO SOSTENIBLE.

1. INTRODUCCIÓN

El vector de Cultura y Turismo Sostenible es uno de los más amplios que contempla el *Plan Estratégico Almería 2030*, ya que la cultura y el turismo en sentido estricto, a su vez tiene relación directa con otras áreas que es necesario contemplar para analizar el vector en toda su potencialidad, especialmente el comercio y el cine y el audiovisual.

De esta forma, se ha realizado una subdivisión del vector, analizando todas estas temáticas por separado, al entender que estas disciplinas actúan de forma complementaria.

Por un lado, para analizar la Cultura desde un punto de vista transversal, ha sido necesario realizar un estudio de los distintos aspectos que incluye este concepto, analizando los aspectos relacionados con el patrimonio, su vinculación con el turismo, las industrias culturales o el empleo que genera este sector estratégico vinculado con la creatividad y la innovación. Para abordar este trabajo, se creó un grupo de expertos, integrado por personas de reconocido prestigio en diversas materias vinculadas con la cultura y se realizaron una serie de **reuniones de trabajo**. El 26 de junio del 2018, se constituye el grupo celebrando su primera reunión, en la cual se sentaron las bases del trabajo. En la misma, se pone de manifiesto la vinculación, pero también las diferencias, que existen entre el turismo y la cultura. En virtud a ello, se plantea dividir el grupo creando una doble línea de trabajo. Por un lado, analizar la Cultura como parte de la historia, del patrimonio, de la idiosincrasia y de la industria cultural y creativa de Almería, como un elemento que da soporte y coherencia al resto. Por otra parte, analizar la Cultura como parte central de la actividad económica vinculada al turismo y al ocio en la ciudad, estando muy relacionado con su entorno metropolitano, provincial y andaluz. Posteriormente, el 22 de enero de 2019, se celebra la segunda reunión del grupo propiamente de cultura, y se inicia el diagnóstico de situación, siendo completado junto a una encuesta Delphi y un DAFO en una tercera sesión celebrada el 23 de julio de 2019.

El Objetivo que persigue esta línea de trabajo es diseñar la estrategia cultural para la Almería del futuro. Para ello, se hizo necesario detectar los elementos significativos del pasado y del presente cultural de Almería; desarrollarlos de forma creativa, integrada y sostenible; profundizar sobre su vinculación con otros valores transversales clave, como la educación y los sectores económicos, logrando una identidad propia y diferenciada, que haga la apuesta cultural de Almería atractiva para su ciudadanía y para sus visitantes.

“El Objetivo que persigue esta doble línea de trabajo es diseñar la estrategia cultural para la Almería del futuro. Para ello, ha sido necesario detectar los elementos significativos del pasado y del presente de Almería y desarrollarlos de forma creativa y sostenible”

2. LA CULTURA EN ALMERÍA

2.1. ANÁLISIS EXTERNO

La cultura es un elemento imprescindible de nuestra existencia como personas y como sociedad. Colocar la cultura en el centro de la estrategia de desarrollo sostenible ha sido una fórmula exitosa en muchas ciudades del mundo, mediante la puesta en valor del patrimonio histórico, a través de la recuperación y la regeneración urbana de barrios, espacios públicos y/o edificios de alto valor, o mediante políticas con programas y proyectos culturales más innovadores. El desarrollo cultural como estrategia ayuda a fomentar la convivencia y la inclusión social, que fortalecen la identidad local, y al mismo tiempo, permite a la ciudad encontrar su singularidad competitiva, para mejorar la calidad de vida, atraer visitantes y posicionarse en el escenario global.

La Cultura, además, es capaz de generar riqueza y empleo, es una herramienta de primer orden en la promoción de las ciudades y potenciadora de la industria cultural y creativa.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por Naciones Unidas y asumidos por más de 193 países, no abordan la cultura en uno de sus 17 ODS, pero se considera presente y transversal a la mayoría de ellos. Además, la Agenda 2030 incluye varias referencias explícitas a los aspectos culturales, con metas concretas a abordar por todas las ciudades y países:

- La Meta 4.7 hace referencia al objetivo de asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.
- La Meta 8.3 aborda la promoción de las políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, así como, entre otras, la creatividad y la innovación.
- Las Metas 8.9 y 12.b hacen referencia a la necesidad de elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible, también a través de la cultura y los productos locales, y la necesidad de elaborar instrumentos adecuados a estos efectos.
- La Meta 11.4 destaca la necesidad de redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.

Otros organismos internacionales han trabajado y propuesto estrategias vinculadas a la cultura y el desarrollo sostenible de las ciudades, que se han materializado en declaraciones, documentos estratégicos, redes, asociaciones e, incluso, ranking de ciudades. Almería está presente en algunos de ellos, pero aún ha de definir el alcance de su estrategia cultural con claridad y enmarcarla en el modelo de ciudad que desea ser.

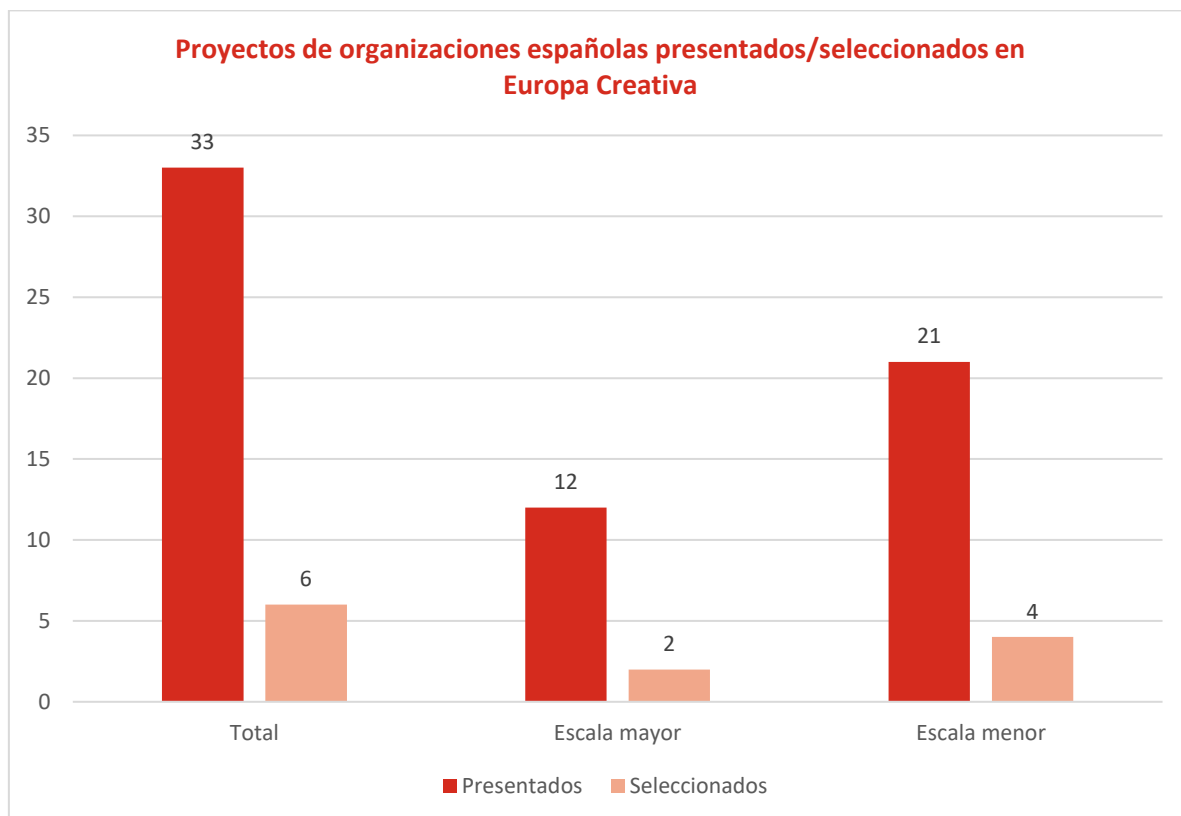
Para ello, se ha propuesto el análisis de documentos como:

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|------------------|--|--|
| Europa | Agenda Europea para la cultura en un mundo en vías de globalización, UE (2007) | Comisión Europea |
| | Una nueva estrategia para poner la cultura en el corazón de las relaciones internacionales de Europa | Comisión Europa |
| | Red de industrias creativas, | Instituto Europeo di Design, S.L. |
| | Industrias creativas y red de ciudades creativas. | Unesco |
| España | 2018: Año europeo del patrimonio cultural | Ministerio de Cultura y deporte. |
| | Marco Estratégico de Educación y Formación 2020, | Ministerio de Cultura, educación y deporte |
| | Plan cultura 2020: Gestión cultural y fomento de la actividad creadora, | Ministerio de Cultura, Educación y Deporte |
| | Plan de fomento de las industrias culturales y creativas 2016 | Ministerio de Educación, Cultura y Deporte |
| | Guía Economía de la Cultura 2018, | Ministerio de Educación, Cultura y Deporte |
| | Programa Europa Creativa | Ministerio de Cultura y Deporte. Gobierno de España |
| Andalucía | Pacto por la cultura en Andalucía, | Consejería de Cultura (2013). Junta de Andalucía |
| | RIS3 de Andalucía | Junta de Andalucía. Fondo Europeo de desarrollo Regional |
| Almería (Ciudad) | Capital gastronómica Almería 2019 | Ayuntamiento de Almería |
| | Almería Cultura | Área de cultura del Ayuntamiento de Almería |
| | PGOU y adaptación | Ayuntamiento de Almería |

La UE trabaja por conservar el patrimonio cultural común de Europa y por apoyar y promover las artes y las industrias creativas en sus países miembro. Gran parte de las políticas de la Unión Europea están destinadas al fomento de la cultura abordando sectores como la educación, investigación, política social, desarrollo regional y relaciones exteriores.

Se han promovido una serie de iniciativas concretas, como el **año europeo del patrimonio cultural**, destinado a poner en valor la riqueza monumental que posee el continente al tiempo de acercarlo a la población, o el **Programa Europa Creativa**, para

el impulso de los sectores cultural, creativo y, en especial, audiovisual. A lo largo del 2018, de los 101 proyectos aprobados en la convocatoria de Europa Creativa, 31 han contado con la participación de organizaciones españolas. En 6 de ellos, han sido beneficiarios como coordinadores 6 entidades españolas, mientras que 36 han participado como coordinadores. Es, sin duda, una apuesta de interés para Almería, en donde algunos de los elementos singulares de su cultura están vinculados con el patrimonio histórico, arqueológico y natural, con el talento (flamenco) y con las industrias creativas, como el cine.



Informe de resultados Europa Creativa.

“El desarrollo cultural como estrategia ayuda a fomentar la convivencia y la inclusión social, que fortalecen la identidad local, y al mismo tiempo, permite a la ciudad encontrar su singularidad competitiva, para mejorar la calidad de vida, atraer visitantes y posicionarse en el escenario global.”

2.2 ANÁLISIS INTERNO

El análisis interno de la Cultura en Almería se ha realizado a su vez en una doble vertiente, analizado por un lado todo lo concerniente a la Cultura y el Patrimonio y, por otro, los aspectos más relevantes de la creatividad, la industria e innovación cultural. Así, se han ido determinando los elementos clave a abordar en cada uno de ellos y se han estudiado las fuentes documentales y estadísticas de las que se disponía para obtener la información.



CULTURA Y PATRIMONIO

Monumentos, museos y equipamientos culturales
 Patrimonio Arqueológico
 Patrimonio Urbano (Centro Histórico)
 Tradiciones, fiestas y eventos
 Espacios de cultura (ciudad ágora)
 Ciudad educadora
 Idiosincrasia
 Patrimonio inmaterial
 Conexiones internacionales y diversidad

CREATIVIDAD, INDUSTRIA E INNOVACIÓN CULTURAL

Economía de la cultura (Industrias culturales y creativas)
 Cine y audiovisual (música, videojuegos, ...)
 Flamenco
 Producción literaria y material impreso
 Creación, producción y comercialización
 Artes plásticas y escénicas
 Publicidad y arquitectura
 Talento
 Nuevas tecnologías

No ha sido posible encontrar suficientes datos estadísticos y fuentes oficiales de información como para realizar un diagnóstico de todos los aspectos señalados, pero se recogen a continuación los resultados obtenidos en gran parte de ellos, cerrando el diagnóstico con una matriz DAFO para ordenar la estrategia cultural a seguir.

2.2.1 Cultura y Patrimonio

2.2.1.1. Patrimonio, Museos y Equipamientos Culturales

El patrimonio cultural de un pueblo, según definición de la UNESCO, comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas surgidas del alma popular y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo, la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.

La ciudad de Almería, según el Catálogo General de Patrimonio Histórico Andaluz, elaborado por la Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía, posee 40 bienes catalogados de los cuales 29 de ellos son considerados Bienes de Interés Cultural (BIC). De estos BIC, 25 poseen la catalogación jurídica de monumentos, uno de conjunto históricos, uno de zona arqueológica y uno de jardín histórico. Cabe destacar que los últimos bienes en incorporarse al catálogo han sido el Jardín Histórico Parque Nicolas Salmerón y las Canteras Reales, ambos catalogados en el año 2018.

| Denominación del Bien | Régimen de Protección | Fecha disposición | Tipología jurídica |
|--|-----------------------|-------------------|--------------------|
| Alcazaba y Murallas del Cerro de San Cristóbal | BIC | 24/02/2004 | Monumento |
| Aljibe de la Almadraba de Monteleiva | Catalogación General | 23/01/2001 | - |
| Antiguo Convento de Santo Domingo Basílica de la Virgen del Mar, Claustro del Antiguo Convento de Santo Domingo, Iglesia de Santo Domingo, Escuela de Artes Aplicadas y Oficios Artísticos | BIC | 14/07/1992 | Monumento |
| Archivo Histórico Provincial de Almería Palacio de los Vizcondes del Castillo de Almansa, Casa de los Marqueses de Almansa, Observaciones | BIC | 25/06/1985 | Otros |
| Biblioteca Pública Provincial de Almería Francisco Villaespesa | BIC | 25/06/1985 | Otros |
| Canteras monumentales Canteras históricas, Canteras califales | BIC | 11/12/2018 | Monumento |
| Cargadero de mineral El Alquife Cable Inglés, Cargadero de Mineral de la Sociedad "The Alquife Mines and Raidway Company Limited" | BIC | 28/07/1998 | Monumento |

| Denominación del Bien | Régimen de Protección | Fecha disposición | Tipología jurídica |
|--|-----------------------|-------------------|--------------------|
| Casa Fuerte Fortaleza denominada Casa Fuertes | BIC | 25/06/1985 | Monumento |
| Casa Sindical Edificio del Movimiento Moderno | Catalogación General | 15/05/2006 | - |
| Casino Cultural Delegación del Gobierno de la Junta de Andalucía, Antigua Residencia de D. Emilio Pérez | BIC | 07/03/1985 | Monumento |
| Castillo de San Telmo | BIC | 25/06/1985 | Monumento |
| Castillo del Diezmo | BIC | 25/06/1985 | Monumento |
| Centro Histórico de Almería Puerta de Purchena o Delimitación del Conjunto Histórico de Almería, Conjunto Histórico de Almería | BIC | 04/05/1999 | Conjunto Histórico |
| Convento de Santa Clara: Iglesia Las Claras | BIC | 19/05/1992 | Monumento |
| Convento de la Purísima Concepción Las Puras | BIC | 14/07/1992 | Monumento |
| Cortijo Noria de San Antonio: Molina Cortijo de San Antonio | Catalogación General | 23/01/2001 | - |
| Cortijo de la Hoya Altica: Aljibe | Catalogación General | 23/01/2001 | - |
| Edificio Banesto | Catalogación General | 02/05/2001 | - |
| Edificio de la Cruz Roja | Catalogación General | 14/01/1997 | - |
| Edificio del Círculo Mercantil e Industrial y Teatro Cervantes | BIC | 12/03/2002 | Monumento |
| Edificio en Plaza Flores, nº 1 Casa de Don Facundo S. Roche | Catalogación General | 08/11/2001 | - |

| Denominación del Bien | Régimen de Protección | Fecha disposición | Tipología jurídica |
|--|-----------------------|-------------------|--------------------|
| El Barranquete y El Tarahal: El Barranquete Haza de la Virgen, Poblado de la Necrópolis del Barranquete | BIC | 06/03/1997 | Zona arqueológica |
| Estación de Autobuses Edificio del Movimiento Moderno | BIC | 29/10/1997 | Monumento |
| Fundición Heredia de Pescadería | Catalogación General | 07/01/2004 | - |
| Hospital de Santa María Magdalena: El hospital antiguo, la capilla, el asilo, la zona de ruinas, la lavandería, el pabellón de infecciosos y las consultas externas. Hospital Provincial de Almería | BIC | 10/07/2007 | Monumento |
| Iglesia Catedral de Nuestra Señora de la Encarnación | BIC | 03/06/1931 | Monumento |
| Iglesia de San Juan Evangelista: Mihrab Iglesia de San Juan, Iglesia Parroquial de San Juan Evangelista, Antigua Mezquita Mayor-Iglesia de San Juan Evangelista | BIC | 12/05/1934 | Monumento |
| Iglesia de Santiago Apóstol | BIC | 03/06/1931 | Monumento |
| Muralla urbana | BIC | 25/06/1985 | Monumento |
| Museo de Almería | BIC | 01/03/1962 | Monumento |
| Parque Nicolás Salmerón | BIC | 23/01/2018 | Jardín Histórico |
| Pozo de Torre García | Catalogación General | 23/01/2001 | - |
| Sede de la Policía Local Edificio del Movimiento Moderno, Edificio de la Asistencia Social | Catalogación General | 15/05/2006 | - |
| Torre Perdigal | BIC | 25/06/1985 | Monumento |
| Torre Cárdenas | BIC | 25/06/1985 | Monumento |
| Torre La Garrofa | BIC | 25/06/1985 | Monumento |

| Denominación del Bien | Régimen de Protección | Fecha disposición | Tipología jurídica |
|-------------------------|-----------------------|-------------------|--------------------|
| Torre Torregarcía | BIC | 25/06/1985 | Monumento |
| Torre de San Miguel | - | 25/06/1985 | Monumento |
| Torre de los Perdigones | Catalogación General | 07/01/2004 | - |

Bienes Culturales y catalogación general del patrimonio Histórico Andaluz. Elaboración Propia en base a los datos de del catálogo General del Patrimonio Histórico andaluz. Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico. Junta de Andalucía.

En comparación con el resto de capitales de provincias andaluzas, Almería es la penúltima capital andaluza en número de bienes inmuebles catalogado, seguida de Huelva.

| CAPITALES | Nº de Inmuebles catalogados |
|-----------|-----------------------------|
| ALMERIA | 40 |
| CADIZ | 53 |
| CORDOBA | 123 |
| GRANADA | 127 |
| HUELVA | 30 |
| JAEN | 55 |
| MÁLAGA | 66 |
| SEVILLA | 137 |

Número de inmuebles catalogados en el resto de capitales. Elaboración Propia en base a los datos del catálogo General del Patrimonio Histórico andaluz. Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico. Junta de Andalucía.

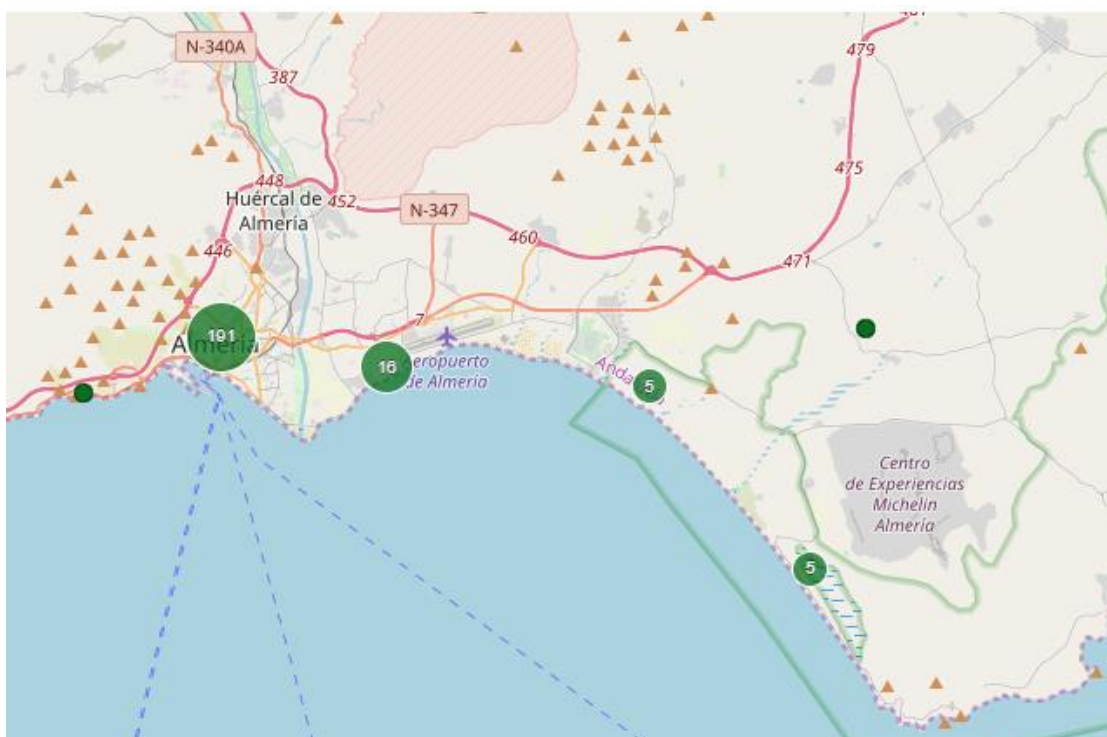
Según la **Guía Digital del Patrimonio Cultural de Andalucía**, Almería capital cuenta con 200 **bienes inmuebles**, correspondientes a los periodos históricos de la Edad Contemporánea (130); Edad Moderna (25); Edad Media (24); Época romana (6); Edad del cobre (3); Califato (2); Plena Edad Media (2); Alta Edad Media (1); Alto imperio romano (1); Baja Edad Media (1); Edad del Hierro I (1); Edad del bronce (1).

De ellos, 78 tiene algún tipo de protección, siendo los principales bienes inmuebles en esta guía catalogados, los correspondientes a las tipología de Acequias (8); Balsas de agua (7); Puentes (7); Canteras (6); Torres defensivas (4); Conventos (3); Cuarteles (3); Iglesias (3); Murallas (3); Alcazabas (2); Aljibes (2); Casinos (2); Castillos (2); Estaciones (Transporte) (2); Iglesias conventuales (2); Palacios (2); Pozos de agua (2); Abrevaderos

(1); Almacenes (1); Archivos (1); Bibliotecas (1); Casas (1); Catedrales (1); Centros históricos (1); Conserveras (1); Construcciones funerarias (1); Edificios asistenciales (1); Edificios docentes (1); Edificios dotacionales (1); Edificios financieros (1); Edificios sanitarios (1); Fortificaciones (1); Fundiciones (1); Hospitales (1); Infraestructuras hidráulicas (1); Jardines(1); Mezquitas(1); Mihrabs(1); Molinos(1); Molinos hidráulicos; Harineros (1); Muelles de carga (1); Museos (1); Norias (1); Pósitos (1); Teatros (1); Torres (1); Torres vigías (1).

El concerniente a **bienes muebles**, la Guía Digital contempla un total de 3.166 que corresponden fundamentalmente a los periodos históricos de la edad contemporánea y a la edad moderna y están integrados por Dibujos (46); Grabados (31); Esculturas de bulto redondo (20); Esculturas (17); Esculturas religiosas (14); Esculturas bulto redondo (13); Esculturas de busto (11) ;Fuentes (11); Monumentos (11); Esculturas conmemorativas (10); Retablos (9); Pinturas (8); Lápidas funerarias (5); Pinturas de caballete (5); Relieves (4); Cruz (3); Fondos de archivo (3); Pinturas murales (3); Cálices (2); Pinturas sobre tabla (2); Ancas (1); Azulejos (1); Banderas (1); Barcas (1); Cajas de órganos (1); Caricaturas (1); Escudos heráldicos (1); Esculturas de candelero (1); Esculturas de vestir (1); Instalaciones urbanas (1); Libros (1); Manifestadores (1); Obeliscos (1); Púlpitos (1); Retablos mayores (1); Sillerías de coro (1); Surtidores de agua (1); Tabernáculos (1); Triunfos (Monumentos) (1); Tumbas (1).

Asimismo, la Guía Digital constata 4 bienes de patrimonio inmatrimoniales tales como son las Fiestas de la Virgen del Carmen; Las fiestas de las Cruces, el Domingo de Resurrección y la Romería de la Virgen del Mar.



Bienes Muebles e Inmuebles registrados por la Guía Digital de Andalucía en la ciudad de Almería

Por otra parte, hay que referenciar los Museos y espacios culturales gestionados por la Junta de Andalucía, destacando los siguientes:

| | | |
|--|---------------------------------------|---|
| Museos y colecciones museográficas de Almería (gestionados por la Junta de Andalucía) | Centro Andaluz de la Fotografía (CAF) | |
| | Conjunto Monumental de la Alcazaba | |
| | Museo de Almería | |
| Red de Espacios Culturales de Andalucía (RECA) | Conjuntos Culturales | Conjunto monumental Alcazaba de Almería |
| | Enclaves culturales | Enclave arqueológico Puerta de Almería |

Museos y espacios culturales de Almería (gestionados por la Junta de Andalucía)

En la primera categoría se incluyen, en el municipio de Almería, el Centro Andaluz de la Fotografía (CAF), el espacio museográfico del Conjunto Monumental de la Alcazaba y el Museo de Almería.

Por su parte, los espacios culturales se definen, no por los bienes que albergan, sino por los inmuebles y conjuntos arquitectónicos que los componen. Los bienes que forman parte de esta categoría están recogidos dentro de la Red de Espacios Culturales de Andalucía (RECA). La Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía define la RECA como "un sistema integrado y unitario formado por aquellos Espacios Culturales ubicados en el territorio de la Comunidad Autónoma que sean incluidos en la misma por la Consejería competente en materia de patrimonio histórico, así como aquellos Enclaves abiertos al público, que por sus condiciones y características no requieran la dotación de un órgano de gestión propio."

Dentro de los conjuntos culturales se incluye la Alcazaba de Almería y entre los enclaves culturales, se encuentra el enclave arqueológico Puerta de Almería.

La Alcazaba almeriense, es el conjunto monumental más importante de la ciudad y es uno de los conjuntos monumentales arqueológicos musulmanes más importantes de la Península Ibérica. Su gestión por parte de la Junta de Andalucía se realiza desde 1984, fecha en la que el Estado transfiere a la Junta de Andalucía las competencias en materia de cultura, incluida la gestión de la Alcazaba. En 1989 se creó el Conjunto Monumental de la Alcazaba de Almería (Decreto 128/1989, de 6 de junio, por el que se crea el conjunto monumental de La Alcazaba de Almería, como unidad administrativa), como unidad administrativa. El Conjunto cuenta con una dirección como órgano de carácter ejecutivo, y una comisión técnica, como órgano colegiado consultivo y de asesoramiento.

Con la creación del Conjunto se consiguió el impulso necesario para la investigación y difusión de la Alcazaba. En este contexto, la investigación histórica con metodología arqueológica llegará a finales de los años 80, a través de un proyecto de investigación con un equipo de arqueólogos formado por F. Alcaraz, A. Claros y C. San Martín, supervisados por los medievalistas M. Ación y P. Cressier. En esta misma época, L. Cara publica dos libros basados en las planimetrías de los años 50 y las descripciones literarias de al Udri.

Algunos años más tarde (entre 1993 y 1995) se realizaron diversos trabajos adscritos a la V fase del proyecto de restauración en los jardines del Primer Recinto, dirigido por el arquitecto R. de Torres. Las excavaciones se centraron en la muralla septentrional, en el sistema hidráulico y en los accesos del Primer Recinto y fueron dirigidas por D. Ortiz, en una primera etapa, y C. Mellado, más tarde.

Si se atiende a los datos recogidos por la **Red de Espacios Culturales de la Junta de Andalucía**, Almería cuenta con 5 espacios culturales de atractivo cultural y turístico, de los que destaca el conjunto monumental de la Alcazaba, que ha experimentado un crecimiento cuantitativo constante. Así en el año 2018, recibieron un total de 351.318 visitas entre todos, un crecimiento de 66.318 visitantes más que en el periodo anterior. De este total, 303.099 visitaron el conjunto de la Alcazaba (86%).

Los meses de julio y agosto son, con diferencia, los que más visitantes se animan a conocer el **conjunto de la Alcazaba**, seguidos del mes de marzo. Sin embargo, los otros enclaves (Puerta de Almería, Villaricos, Millares y Castillo de Vélez- Blanco) concentran los visitantes en los meses de marzo a mayo.

Por otra parte, la Alcazaba es el conjunto monumental más atractivo para la población extranjera, 30%, frente al 70% por españoles; mientras que en el resto de monumentos, el porcentaje de españoles se sitúa entre un 87% y un 93%.

| Espacios culturales | Procedencia | | | | | | TOTAL |
|---|----------------|--------------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| | Andalucía | Resto de españoles | Españoles | Unión Europea | Resto del Mundo | Extranjeros | |
| Conjunto monumental de la Alcazaba de Almería | 114.365 | 101.373 | 215.738 | 72.108 | 15.253 | 87.361 | 303.099 |
| Enclave arqueológico Puerta de Almería | 1.063 | 407 | 1.470 | 113 | 42 | 155 | 1.625 |
| Enclave arqueológico de Villaricos | 941 | 399 | 1.340 | 100 | - | 100 | 1.440 |
| Enclave arqueológico de Los Millares | 10.648 | 3.044 | 13.692 | 923 | 68 | 991 | 14.683 |
| Enclave monumental del Castillo de Vélez-Blanco | 13.480 | 13.134 | 26.614 | 3.857 | - | 3.857 | 30.471 |
| Conjunto arqueológico de Baelo Claudia | 77.117 | 51.888 | 129.005 | 33.195 | 6.365 | 39.560 | 168.565 |
| Enclave arqueológico Gades: Teatro Romano | 28.405 | 45.283 | 73.688 | 44.382 | 16.018 | 60.400 | 134.088 |
| Enclave arqueológico del Castillo de Doña Blanca | 2.900 | 1.499 | 4.399 | 631 | 196 | 827 | 5.226 |
| Enclave arqueológico Carteia | 4.195 | 776 | 4.971 | 335 | 96 | 431 | 5.402 |
| Conjunto arqueológico de Madinat Al-Zahra | 93.579 | 129.812 | 223.391 | 39.544 | 12.791 | 52.335 | 275.726 |
| Enclave monumental de La Sinagoga de Córdoba | 14.885 | 20.198 | 35.083 | 24.962 | 13.935 | 38.897 | 73.980 |
| Conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife | 201.061 | 704.260 | 905.321 | 1.069.747 | 749.498 | 1.819.245 | 2.724.566 |
| Enclave monumental de Los Baños Árabes de El B | 14.497 | 33.953 | 48.450 | 34.417 | 15.132 | 49.549 | 97.999 |
| Enclave monumental Palacio Dar Al-horra | 11.185 | 18.649 | 29.834 | 19.458 | 8.065 | 27.523 | 57.357 |
| Enclave monumental de Los Baños Árabes de Baza | 4.805 | 3.385 | 8.190 | 677 | - | 677 | 8.867 |
| Enclave arqueológico Castellón Alto | 3.096 | 1.281 | 4.377 | 273 | 21 | 294 | 4.671 |
| Enclave arqueológico Necrópolis Ibérica de Tútugi | 2.540 | 1.089 | 3.629 | 38 | 14 | 52 | 3.681 |
| Enclave arqueológico de Turóbriga | 3.424 | 290 | 3.714 | 69 | 10 | 79 | 3.793 |
| Enclave arqueológico del Dolmen de Soto | 6.416 | 3.141 | 9.557 | 498 | 63 | 561 | 10.118 |
| Conjunto arqueológico de Cástulo | 24.278 | 8.257 | 32.535 | 371 | 244 | 615 | 33.150 |
| Enclave arqueológico Puente Tablas | 2.128 | 827 | 2.955 | 187 | 3 | 190 | 3.145 |
| Conjunto arqueológico de los Dólmenes de Antequera | 99.743 | 63.341 | 163.084 | 42.555 | 7.971 | 50.526 | 213.610 |
| Enclave arqueológico del Teatro Romano de Málaga | 63.459 | 70.316 | 133.775 | 179.242 | 48.841 | 228.083 | 361.858 |
| Enclave arqueológico de Acinipo | 8.524 | 1.905 | 10.429 | 3.742 | 1.087 | 4.829 | 15.258 |
| Enclave arqueológico de Los Baños Árabes de Ron | 11.626 | 11.618 | 23.244 | 28.767 | 9.575 | 38.342 | 61.586 |
| Conjunto arqueológico de Carmona | 23.290 | 4.714 | 28.004 | 7.959 | 1.300 | 9.259 | 37.263 |
| Conjunto arqueológico de Itálica | 97.928 | 26.565 | 124.493 | 28.817 | 8.824 | 37.641 | 162.134 |
| Enclave monumental del Monasterio de San Isidoro | 21.470 | 5.827 | 27.297 | 2.973 | 1.238 | 4.211 | 31.508 |
| Enclave arqueológico de los Dólmenes de la Pastor | 11.916 | 156 | 12.072 | 76 | 20 | 96 | 12.168 |
| Enclave arqueológico de Munigua | 5.545 | 159 | 5.704 | 177 | 16 | 193 | 5.897 |
| TOTAL | 978.509 | 1.327.546 | 2.306.055 | 1.640.193 | 916.686 | 2.556.879 | 4.862.934 |

Número de personas usuarias de la Red por centro y por procedencia. Año 2018. Consejería de Cultura y Patrimonio Histórico.

En referencia a las actividades culturales organizadas por la Alcazaba de Almería y comparándolas con las actividades realizadas en el resto de conjuntos monumentales de Andalucía, recogidas en la estadística de la red de espacios culturales de Andalucía, el monumento almeriense tiene una actividad cultural discreta, ya que ocupa el penúltimo puesto del ranking andaluz, tan solo superando a los conjuntos culturales de Sevilla y Huelva.

| Nombre | Exposiciones temporales | Visitas guiadas | Represent., Festivos y Concursos | Talleres, Cursos y Jornadas | Celebraciones | Actividades didácticas | Otras actividades | Total |
|--|-------------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|---------------|------------------------|-------------------|--------------|
| Almería | | | | | | | | |
| Conjunto monumental de la Alcazaba de Almería | 1 | 31 | 21 | 1 | - | 27 | 2 | 83 |
| Enclave arqueológico Puerta de Almería | - | - | 1 | - | - | - | - | 1 |
| Enclave arqueológico de Villaricos | - | 1 | - | - | - | - | 1 | 2 |
| Enclave arqueológico de Los Millares | - | 2 | - | 5 | - | - | 1 | 8 |
| Enclave monumental del Castillo de Vélez-Blanco | - | - | 5 | - | - | - | - | 5 |
| Cádiz | | | | | | | | |
| Conjunto arqueológico de Baelo Claudia | 2 | 94 | 23 | 6 | - | 2 | - | 127 |
| Enclave arqueológico Gades: Factoría de Salazones | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Enclave arqueológico Gades: Teatro Romano | - | 153 | - | - | - | - | - | 153 |
| Enclave arqueológico del Castillo de Doña Blanca | - | 33 | - | 1 | - | - | - | 34 |
| Enclave arqueológico Carteia | - | - | - | 1 | - | - | - | 1 |
| Córdoba | | | | | | | | |
| Conjunto arqueológico de Madinat Al-Zahra | 3 | 55 | 1 | 6 | 6 | 12 | 3 | 86 |
| Enclave monumental de La Sinagoga de Córdoba | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Granada | | | | | | | | |
| Conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife | 2 | - | 78 | 9 | 8 | - | 8 | 105 |
| Enclave monumental de Los Baños Árabes de Baza | - | - | 2 | - | - | - | - | 2 |
| Enclave arqueológico Castellón Alto | - | 1 | - | 2 | - | - | - | 3 |
| Enclave arqueológico Necrópolis Ibérica de Tútuji | 1 | 2 | - | 3 | - | - | 2 | 8 |
| Encl. monum. de Los Baños Árabes de El Bañuelo | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Enclave monumental Palacio Dar Al-Horra | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Huelva | | | | | | | | |
| Enclave arqueológico de Turóbriga | - | 1 | 1 | - | - | - | - | 2 |
| Enclave arqueológico del Dolmen de Soto | - | - | 2 | - | - | - | 2 | 4 |
| Jaén | | | | | | | | |
| Conjunto arqueológico de Cástulo | 6 | 71 | 7 | 90 | - | 1 | 15 | 190 |
| Enclave arqueológico Puente Tablas | - | 2 | 4 | 5 | - | - | - | 11 |
| Málaga | | | | | | | | |
| Conjunto arqueológico de los Dólmenes de Antequera | - | 555 | 9 | 219 | 9 | 2 | - | 794 |
| Enclave arqueológico del Teatro Romano de Málaga | - | 1 | 22 | 8 | - | - | 2 | 33 |
| Enclave arqueológico de Acinipo | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Enclave arqueológico de Los Baños Árabes de Ronda | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sevilla | | | | | | | | |
| Conjunto arqueológico de Carmona | - | 13 | 1 | 11 | - | 3 | 2 | 30 |
| Conjunto arqueológico de Itálica | 2 | 1 | 26 | 4 | 4 | 3 | 1 | 41 |
| Encl. monum. Monasterio de San Isidoro del Campo | - | 1 | 14 | 2 | 1 | 2 | 4 | 24 |
| Encl. arq. Dólmenes de la Pastora y Matarrubilla | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Enclave arqueológico de Munigua | - | 35 | - | - | - | - | - | 35 |
| Total | 17 | 1.052 | 217 | 373 | 28 | 52 | 43 | 1.782 |

- : Valor nulo

Número de actividades culturales realizadas en la Red. Distribución según centro y tipo de actividad. Red de espacios culturales de la Junta de Andalucía. Cartografía y estadística.

Con el objetivo de maximizar su potencialidad, la Alcazaba almeriense como el conjunto monumental más importante de la ciudad y de los más importantes de la provincia, la Junta de Andalucía ha abierto la puerta a crear un patronato para mejorar la gestión el conjunto monumental, tal y como desde hace años se realizaba con el Conjunto monumental de la Alhambra. Este patronato permitirá daría participación a los almerienses en la gestión de su monumento al tiempo de dar cabida a la entrada de distintas entidades.

Según la Consejería de Cultura dependiente del Gobierno Andaluz, la cifra récord de visitantes de 2018 la convierten al conjunto almeriense en el tercer espacio cultural dependiente de la Junta con mayor número de visitas después la Alhambra de Granada y el Teatro Romano de Málaga.

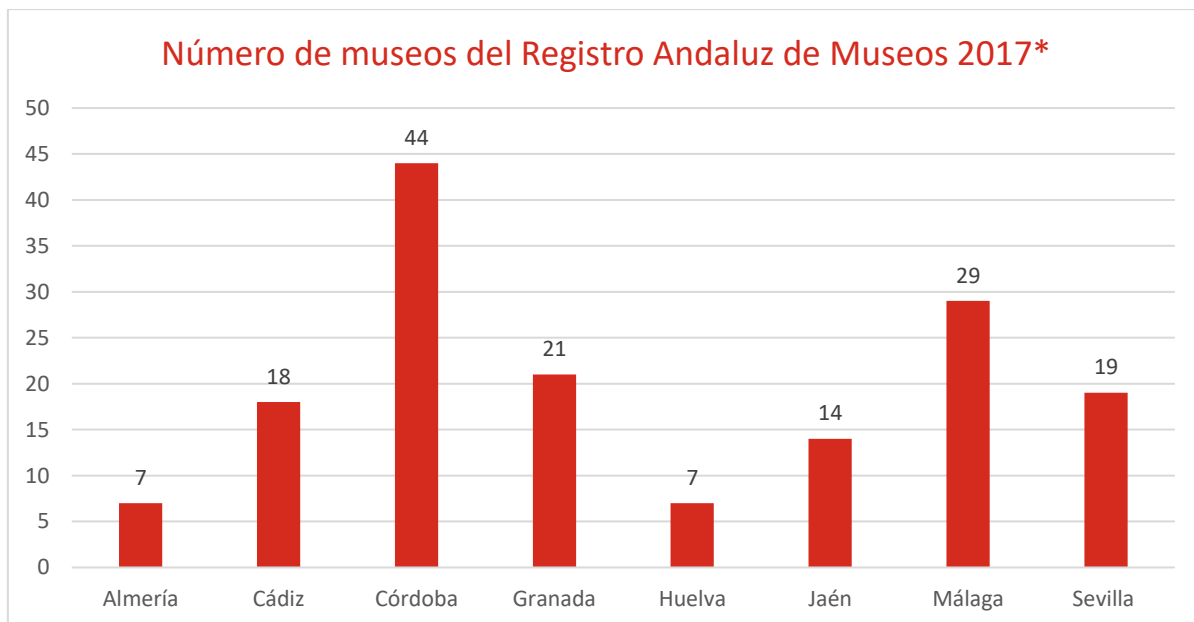
El número de visitantes al monumento ha crecido por tercer año consecutivo, Por otra parte, las inversiones realizadas para el estudio y la conservación del Conjunto Monumental ha supuesto una inversión de más de 600.000 euros al que hay que sumar otros 546.000 de las obras de reforma de la instalación eléctrica y de la iluminación.

Por otra parte, según el Catálogo General de Patrimonio Histórico de la Junta de Andalucía, Almería tiene 2.975 bienes muebles registrados, lo que supone el 14,07% del total de los bienes muebles andaluces. En primera posición está Cádiz con casi un 32%, seguido en segundo lugar por Sevilla, Córdoba y Almería con porcentajes parecidos. Más del 65% están vinculados a bienes inmuebles, mientras que en otras provincias son más los bienes no vinculados a inmuebles, salvo en el caso de Jaén que casi el 96% también están vinculados a inmuebles.

| 2018 | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla | Total |
|--|---------|-------|---------|---------|--------|-------|--------|---------|--------|
| No vinculados con el inmueble | 1.953 | 36 | 178 | 69 | 226 | 2.730 | 60 | 1.733 | 6.985 |
| Catalogados como Bienes de Interés Cultural | 769 | 7 | 58 | 50 | 9 | 2.693 | 15 | 163 | 3.764 |
| Incluidos en el Inventario General de Bienes Muebles | 1.183 | 22 | 98 | 19 | - | 37 | 45 | 1.569 | 2.973 |
| Catalogación General | 1 | 7 | 22 | - | 217 | - | - | 1 | 248 |
| Vinculados con el inmueble | | | | | | | | | |
| Catalogados como Bienes de Interés Cultural (BIC) | 1.022 | 6.691 | 3.189 | 938 | 457 | 115 | 429 | 1.384 | 14.225 |
| Total | 2.975 | 6.627 | 3.367 | 1.007 | 683 | 2.845 | 489 | 3.117 | 21.210 |

Bienes Muebles inscritos en el Catálogo General de Patrimonio Histórico Andaluz por provincias (2018). Consejería de cultura. Estadística de Patrimonio Histórico de Andalucía.

Atendiendo a los datos recogidos en el **Registro Andaluz de Museos**, Almería iguala a Huelva en referencia al número de espacios gestionados por la Junta de Andalucía, si bien ambas provincias ocupan las últimas posiciones dentro de la Comunidad Autónoma.



**Datos referidos a 1 diciembre. Sin incluir conjuntos y enclaves de la Red de Espacios Culturales de Andalucía. Consejería de cultura. Registro Andaluz de Museos.*

Finalmente, atendiendo a los datos de la Junta Andalucía en sus distintos registros, Almería ocupa el quinto puesto dentro de Andalucía en referencia al número de instituciones e infraestructuras culturales que posee, superando a Huelva, Cádiz y Jaén. Almería posee 89 bibliotecas públicas incluidas en la red de bibliotecas andaluzas; 20 Teatros; 4 auditorios y 9 cines. En general, posee un 10,7% de las infraestructuras e instituciones culturales de Andalucía, algo por debajo de la media.

| | 2018 | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla | Andalucía |
|---|------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Archivos (Sistema Andaluz de Archivos) | | 118 | 66 | 96 | 187 | 95 | 114 | 116 | 167 | 959 |
| Bibliotecas públicas (Red de bibliotecas públicas de Andalucía) | | 89 | 71 | 93 | 105 | 78 | 88 | 143 | 128 | 795 |
| Centros de documentación (Red centros documentación y bibliotecas especializadas de Andalucía) | | 15 | 32 | 36 | 44 | 14 | 15 | 24 | 73 | 253 |
| Museos* (Registro Andaluz de Museos) | | 7 | 18 | 43 | 21 | 7 | 16 | 30 | 19 | 161 |
| Conjuntos (RECA) | | 1 | 1 | 1 | 1 | - | 1 | 1 | 2 | 8 |
| Enclaves (RECA) | | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 1 | 3 | 3 | 25 |
| Teatros | | 20 | 20 | 19 | 22 | 19 | 16 | 15 | 33 | 164 |
| Auditorios | | 4 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 8 | 11 | 40 |
| Cines | | 9 | 11 | 14 | 10 | 8 | 6 | 18 | 20 | 96 |
| Total | | 267 | 228 | 307 | 400 | 225 | 260 | 358 | 456 | 2.501 |

Resumen número de instituciones e infraestructuras culturales de Andalucía por tipología y provincia (2018). Consejería de cultura de la Junta de Andalucía

Dado que en la capital se encuentran otras infraestructuras y equipamientos culturales que no son parte de la red andaluza o están gestionados por la Junta de Andalucía, se ha realizado un trabajo de recopilación de distintas fuentes de información para presentar una oferta más completa del conjunto cultural y patrimonial del municipio.

“En el año 2018, la Alcazaba de Almería superó los 300 mil visitantes batiendo así un récord histórico. Estos datos convierten al conjunto almeriense en el tercer espacio cultural de Andalucía en importancia por número de visitantes, de los que dependen de la Junta”

La Diputación de Almería es una entidad muy dinámica a la hora de promover la cultura en le territorio tal y como lo demuestra su plan provincial de cultura, que pretende definir, delimitar y concretar la política cultural de la Diputación en todo el territorio provincial, al considerar que la cultura es uno de los pilares fundamentales del desarrollo de nuestros pueblos. Por ello que la Diputación de Almería tiene entre sus objetivos prioritarios la actualización y consolidación de programas ya elaborados, así como la creación de otros nuevos que respondan a las necesidades reales de la provincia, y que favorezca el progreso social y cultural de los ciudadanos.

Una de las próximas iniciativas que llevará a cabo la Diputación será la apertura del primer Museo Nacional del Realismo Contemporáneo de España que será ubicado en el Hospital Provincial de Almería, un edificio del S. XVI en pleno proceso de rehabilitación. Este ambicioso proyecto cultural está avalado por Antonio López, y por Andrés García Ibáñez, proyectará internacionalmente a la capital y provincia almeriense y será un revulsivo cultural de primer orden.

En cuanto a edificios protegidos, el PGOU de Almería de 1998 contiene el Catálogo de edificios protegidos, que actualmente está en trámite de ampliación, con 21 nuevos inmuebles protegidos de singular valor arquitectónico, dotándolos de un régimen de protección que permita su conservación (https://www.dropbox.com/s/hidyuog9k0cjfrs/PGOU98.zip?dl=0&file_subpath=%2FCatálogo).

En la capital, tomando como base la información del **Área de Cultura del Ayuntamiento de Almería**, se pueden encontrar en la capital un total de 15 espacios museísticos y 24 monumentos y lugares de interés.

El Área de Cultura aporta información de visitantes y actividades de aquellos que son gestionados por el Ayuntamiento o tienen algún tipo de acuerdo o concierto con el mismo.

Se recoge a continuación la relación de estos espacios y monumentos, si bien, no se les ha querido dar una ordenación por importancia o atractivo, sino solo enumerar los que a juicio del propio Ayuntamiento tienen un atractivo cultural y turístico.

Los espacios museísticos que parecen más atractivos para los visitantes son: el *Centro de Interpretación Patrimonial (CIP)* y los *Refugios de la Guerra Civil*, ambos algo por encima de los 24.000 visitantes anuales, y el *Museo de Arte “Doña Pakita”*, con algo más de 21.000 visitantes al año. Le siguen en importancia los Aljibes Árabes, el Museo de la Guitarra y el Centro de Arte Museo de Almería (CAMA), quedando la Casa del Cine y la Casa del Poeta en último lugar.

| Espacios Museísticos | Monumentos y lugares de interés |
|--|--|
| Refugios de la Guerra Civil | Conjunto Alcazaba |
| Centro de Arte Museo de Almería (CAMA) | Algibes árabes |
| Museo de la Guitarra | Almedina |
| Casa del Cine | Auditorio Maestro Padilla |
| Algibes Árabes | Catedral |
| Centro de Interpretación Patrimonial (CIP) | Cerro San Cristobal |
| Museo de Arte "Doña Pakyta" | Iglesia convento las Claras |
| Casa del Poeta | Iglesia Convento las Puras |
| Museo arqueológico de Almería | Iglesia Virgen del Mar |
| Centro Andaluz de fotografía | Cable inglés |
| Archivo provincial de Almería | Canteras de Almería |
| Parque de rescate fauna sahariana | Cortijo Fisher |
| Museo catedralicio | Centro de interpretación fauna sahariana |
| Centro de Interpretación Puerta de Almería | Iglesia de San Juan Mezquita |
| Museo de Juegos del Mediterráneo | Balsas de Salazón |
| | Ermita de Torre García |
| | Torres defensivas |
| | Mercado de Abastos |
| | Iglesia las Salinas. Cabo de Gata |
| | Monumento a los Coloraos |
| | Iglesia de Santiago |
| | La Molineta |
| | Canal de San Indalecio |
| | Parque Nicolás Salmerón |

Relación de espacios museísticos, monumentos y lugares de interés recogidos por el Ayuntamiento de Almería. Área de cultura del Ayuntamiento de Almería

En cualquier caso, lo que se puede comprobar con este análisis realizado del patrimonio monumental y museístico, es que Almería cuenta con una historia propia en cada uno de sus barrios (desde Quemadero hasta la Chanca, pasando por otros muchos, incluidos los más modernos), que ha permitido acumular un patrimonio singular de cada época y que permite hacer múltiples lecturas de la ciudad que pueden emocionar y atraer a todo tipo de visitantes y ciudadanía.

Destaca, sin duda, el enclave único de la Alcazaba, unido a la gran fortaleza del Cerro San Cristóbal y la Hoya del casco histórico, que son hoy el principal atractivo patrimonial y turístico, pero que requieren de una intervención para su revitalización y conexión con el conjunto urbano, que sean el detonante de una recuperación del Centro Histórico y baluarte de la apuesta cultural.

| Espacios Museísticos | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Refugios de la Guerra Civil | 21.683,00 | 19.866,00 | 26.381,00 | 24.355,00 |
| Centro de Arte Museo de Almería (CAMA) | 6.429,00 | 10.650,00 | 9.719,00 | 8.689,00 |
| Museo de la Guitarra | 7.266,00 | 8.073,00 | 12.142,00 | 11.635,00 |
| Casa del Cine | 5.436,00 | 5.126,00 | 4.508,00 | 4.163,00 |
| Aljibes Árabes | 11.814,00 | 11.368,00 | 12.342,00 | 13.527,00 |
| Centro de Interpretación Patrimonial (CIP) | 36.885,00 | 32.271,00 | 29.113,00 | 24.902,00 |
| Museo de Arte "Doña Pakyta" | 29.474,00 | 26.619,00 | 21.278,00 | 21.577,00 |
| Casa del Poeta | 6.118,00 | 7.434,00 | 4.066,00 | 3.231,00 |
| TOTAL VISITAS | 125.105,00 | 121.407,00 | 119.549,00 | 112.079,00 |

Visitas a los principales espacios museísticos de Almería. Área de Cultura Ayuntamiento de Almería

Se podría también hablar de tres ejes culturales que pueden ser detonantes de este nuevo modelo cultural de Almería, capaces de unir el carácter marítimo de Almería y su esencia cultural y artística. En cada uno de ellos, hay una serie de elementos o núcleos culturales que pueden apoyar el impulso cultural deseado, como son:

1) Eje Alcazaba: engloba a su entorno más inmediato (ladera sur, la Hoya y Cerro de San Cristóbal) articulando La Chanca, Almedina y Quemadero. Sus elementos patrimoniales son la Alcazaba, las murallas de San Cristóbal-el Quemadero, torreones de Pescadería y canteras califales y el Centro de Interpretación de la Plaza Vieja, actuando esta como centro de engarce y lugar de acogida. Su valor es excepcional desde el punto de vista histórico, arqueológico (laderas de la Alcazaba y Hoya) y etnográfico (sistemas de regadío, cortijos y canteras históricas). Su potencial es doble: (a) la escasa construcción-urbanización que condicione su desarrollo y (b) su amplitud visual que permiten definirlo como un "parque cultural" periurbano.

2) Eje museístico: Tiene como nodos el museo Doña Pakyta y el Hospital Provincial y su proyecto museográfico, englobando Catedral (que actúa como núcleo de engarce con el anterior), Parque Nicolás Salmerón, Centro de Interpretación Puerta de Almería, CAF y el Puerto, (con la posibilidad de generar un eje secundario siguiendo el Paseo Marítimo). Su valor o contenido es histórico-artístico y su temática gira alrededor del arte contemporáneo y la creatividad que va desde La Chanca (vinculada a los indalianos), Parque Nicolás Salmerón-Zona integración Puerto-Ciudad (CAF y Museo de D^a Pakya) hasta unirse al último eje en el Cable Inglés. Todos estos elementos patrimoniales necesitarían un plan de funcionamiento y una intervención que permita su puesta en valor, como está ocurriendo con el Cable Inglés, en pleno proceso de restauración y puesta en valor.

3) Eje decimonónico: se extiende de N a S desde el cortijo Fischer al Cable Inglés por el Paseo. El eje temático es la Almería del XIX, una ciudad comercial y minera y su temática-contenido es la arquitectura. Cada elemento o edificio deberá tener su propio y específico proyecto museográfico, aunque sus funciones sean recreativas.

Estos ejes se pueden potenciar a través de iniciativas transversales:

- (1) Cine.
- (2) Creatividad (mediante encuentros regulares y eventos programados en espacios específicos, con especial incidencia en pintura y fotografía).
- (3) Historia-arqueología (medieval, siglos X-XII, Milenio, vinculación con el Mediterráneo, mediante campos de trabajo y talleres arqueológicos, recreación histórica, premio de poesía y música mediterránea).

En este proceso de construcción estratégica de ciudad habrá que analizar todos los elementos que pueden componer estos ejes y esta apuesta cultural para determinar cuáles son sus singularidades y potenciarlas al máximo, de manera que Almería encuentre el modelo cultural que le permita arraigar aún más a sus habitantes al territorio, así como ser más atractivos para las personas que la visitan.

“El modelo cultural de Almería puede pivotar sobre un conjunto de ejes culturales basados en su patrimonio y sus tradiciones”

2.2.1.2. Eventos, Fiestas y Tradiciones

Más de 3.000 años de historia han dejado en Almería un legado no sólo monumental, sino también un rico patrimonio inmaterial de fiestas, tradiciones y costumbres que marcan el carácter y la vida actual de la ciudad, como son: la Romería de la Virgen del Mar, el Carnaval, la Semana Santa, las Cruces de Mayo, la Noche de San Juan y la Feria, en honor a la Patrona, la Virgen del Mar.

La **Semana Santa** de la ciudad de Almería ha sido declarada en 2019 Fiesta de Interés Turístico Nacional, y tuvo su resurgimiento a partir de los años 70 del siglo XX, de manera que hoy desfilan en procesión por las calles y plazas de la capital más de una veintena de hermandades y cofradías. Es uno de los momentos turísticos más importantes del año, con un impacto estimado en 2018 de 11 millones de euros, según un estudio del Colegio de Economistas y la Universidad de Almería, y una ocupación hotelera entre un 85% y un 100%, según la Asociación de Hosteleros de Almería.

La **Feria de Almería** se celebra en agosto y es una feria repartida por diferentes lugares emblemáticos de la capital, como son el Recinto Ferial, Ambigús del Mediodía, Casetas de Noche, el nuevo recinto de Conciertos, y la Plaza de Toros. También es un momento de máxima afluencia turística en el año, pero sobre todo de intercambio y disfrute de la ciudadanía entorno a tus tradiciones.

“La Semana Santa y la Feria son dos de los eventos culturales que cuentan con más tradición y participación ciudadana y de visitantes.”

El Ayuntamiento de Almería también promociona **otros espectáculos y actividades**, en especial al aire libre, para promover el intercambio cultural y la cultura en general.

En 2018, cerca de 200.000 personas participaron en las diversas actividades culturales organizadas por el Ayuntamiento de Almería. Entre las mismas, cabe destacar el atractivo que tienen para los visitantes aquellas que se realizan al aire libre, en las que han participado más de 115.000 personas, casi todos organizadas entorno a la música, el teatro y el cine. De todas las actividades y eventos, destaca el interés de la ciudadanía por el teatro, que duplica al resto de eventos organizados por el Área de Cultura, posiblemente por la influencia del Festival de Teatro del Siglo de Oro, que tiene un alcance nacional. También son de destacar las actividades vinculadas a la danza y a la música clásica, con gran aceptación.

| ESPECTACULOS AL AIRE LIBRE | Nº Espectadores |
|---|-----------------|
| Cooltural Fest | 20.000 |
| Conciertos de Feria | 56.000 |
| Festival de flamenco | 7.000 |
| Alamar | 5.000 |
| Conciertos de Maná, Fito, Malakian, Lori Meyers ... | 27.000 |
| Total | 115.000 |

N.º de asistentes a los espectáculos al Aire libre organizado por el Ayuntamiento de Almería. Área de Cultura Ayuntamiento de Almería.

| TIPO | ASISTENTES |
|---------------|------------|
| Acto | 5.809 |
| Carnaval | 1.521 |
| Certamen | 550 |
| Cine | 659 |
| Clásica | 10.147 |
| Congreso | 1.000 |
| Danza | 12.427 |
| Festival | 900 |
| Flamenco | 1.354 |
| Gala | 6.600 |
| Jazz | 1.050 |
| Jornada | 2.920 |
| Monólogos | 765 |
| Musical | 1.528 |
| TIPO | ASISTENTES |
| Opera | 843 |
| Otros | 2.961 |
| Pop-Rock | 8.304 |
| Teatro | 24.651 |
| Transformismo | 300 |
| Zarzuela | 1.388 |

N.º de asistentes a eventos lúdicos culturales. Área de Cultura Ayuntamiento de Almería.

“El teatro y la música son dos de las actividades que resultan más atractivas para la ciudadanía, seguidos de la danza. Las actividades al aire libre cobran especial relevancia en relación al resto”.

2.2.1.3. Espacios Urbanos de Interés: Centro Histórico y Barrios

Es imprescindible hablar del Centro Histórico cuando se habla de cultura en Almería, pues aglutina en sus monumentos, en sus calles y en sus habitantes, gran parte de la esencia de esta ciudad.

La **ciudad histórica** está constituida por el núcleo antiguo, cuyas murallas rodeaban la plaza Vieja, dirigiéndose a la Puerta de Purchena (centro actual de la ciudad), Rambla del Obispo, Puerta del Mar y Rambla de la Chanca, para converger en la Alcazaba.

El Conjunto histórico ha ido constituyendo con las sucesivas ocupaciones una estructura urbana única. Cuenta con un viario que parte de los límites de la Alcazaba y del Cerro de San Cristóbal y se aproxima hasta el puerto en una estructura de calles ligeramente paralelas. Al mismo tiempo, se reconocen los tres ejes perpendiculares que dividen el Conjunto en sus cuatro zonas características, siendo la plaza de Puerta Purchena la que ha funcionado como nudo articulador desde el XIX, recogiendo las vías más importantes de la expansión hacia el Este de la ciudad.

Los **barrios históricos musulmanes** eran tres:

- Al-Medina, localizado en la rambla de Gorman, la de la Chanca, la Alcazaba y el mar, cuya calle principal (hoy de la Almedina) discurría desde la mezquita mayor a la puerta de la Imagen de la que partía el camino de Pechina;
- Rabab-al-Hawd o del Aljibe, situado al Oeste del barrio de la Almedina, que estaba atravesado por el barrio de la Chanca y era el centro comercial de la ciudad debido a la cercanía del puerto y de la mezquita mayor;
- Al-Musalla, surgido a la caída del califato como ampliación de las defensas hacia la zona de levante.

Otro de los barrios incluidos en el Conjunto es el barrio Nuevo, construido a partir del siglo XIX hacia Levante y teniendo como eje la calle Regocijos.

La **tipología residencial** del Centro Histórico posee cierta variedad. Destaca la *arquitectura doméstica neoclásica* (desde finales del XVIII hasta 1860 aproximadamente) con varios estilos en los distintos períodos, donde se caracteriza por las viviendas de dos plantas con portadas decoradas con distintos elementos significativos, muchas de ellas con patios centrales cubiertos.

Frente a estas viviendas burguesas se distingue la *vivienda popular*, con planta estrecha y alargada, portada sencilla que enmarca con color puerta y ventanas, y suele terminar en un patio trasero.

El derribo de las murallas (a partir de 1855), marca el arranque de una nueva fase en el desarrollo urbano, que se prolonga hasta fines del siglo XIX, con los ensanches y la expansión interna. Se produce el **ensanche burgués**, hacia levante, que provoca la desaparición de los barrios populares de la Puerta del Sol y Pescadores, y el ensanche originado por las **clases trabajadoras**, situado hacia poniente, y ocupando una zona próxima a las instalaciones industriales y portuarias.

Hasta los años cincuenta, este tipismo y pureza se mantuvo bastante bien conservado, pero en estos años se inicia un desarrollismo que completa la ciudad con una arquitectura diferente, más anárquica, de mayor altura y menos integrada con el paisaje y el clima.

El Ayuntamiento, consciente de la necesidad de dar un nuevo impulso al centro histórico para revitalizarlo económica, social y culturalmente y, junto con la Junta de Andalucía, viene trabajando desde principios de los años 90 en diversos planes y proyectos con un enfoque integrado de lo que significa el desarrollo sostenible urbano.

Hay que citar en primer lugar el **PERI de la Chanca**, una iniciativa de la Junta de Andalucía, diseñado en el período 1994-1999, y que fue premiado en el 2000 por la Segunda Conferencia Hábitat de Naciones Unidas en Dubai como una “*Best practices*” (buena práctica) en este sentido.

Posteriormente, el Ayuntamiento ha presentado varios proyectos como estrategias de desarrollo urbano integrado en las últimas décadas, que han logrado la financiación de fondos europeos FEDER. Destaca el período FEDER 2007-2013 en que se consiguen 14 millones € en la Iniciativa URBAN, y el período FEDER 2014-2020 que se obtienen otros 15 millones € de las Estrategias DUSI.

El **proyecto URBAN** se concibió como el eslabón necesario para comunicar y regenerar la zona comprendida entre la Avenida del Mar (barrio de La Chanca) y la C/ Marín (comienzo del área de San Cristóbal), al tiempo que abría a los visitantes el Casco Histórico, principalmente la zona de La Catedral a la Alcazaba.

Con el proyecto se abordaron varios ejes estratégicos que dieron lugar a más de una veintena de actuaciones concretas. Los citados ejes estratégicos fueron:

- Regeneración medio ambiental sostenible.
- Aperturismo, accesibilidad, movilidad y mejora transporte urbano sostenible.
- Promoción de la inclusión social y laboral de la población inmigrante y comunidad gitana.
- Desarrollo del tejido productivo y de la actividad económica.
- Puesta en valor del patrimonio cultural y dinamización turística.
- Participación y capacitación.
- Igualdad de oportunidades.

Por su parte, la **Estrategia DUSI** ha tomado como ámbito de actuación todo el municipio, si bien sus líneas estratégicas han venido marcadas por los objetivos establecidos por la convocatoria europea. Los ejes estratégicos han quedado definidos de la siguiente manera:

- Administración electrónica 4.0.
- Smartcity Almería.
- Movilidad sostenible de Almería.
- Eficiencia energética en iluminación pública y edificios públicos.
- Plan de rehabilitación del entorno Alcazaba.
- Ordenación de crecimientos desordenados: Barrio Alto y El Zapillo.
- Plan de incorporación de los millennials almerienses al mercado de trabajo.
- Conexión Corredor Mediterráneo.
- Plan de acción local URBACT ROMANET.

La EDUSI ha propuesto algunas acciones concretas en determinados barrios y espacios, como son:

- Acciones de mejoras ambientales y energéticas en Cabo de Gata, Retamar y Costacabana.

- Acciones de rehabilitación y revitalización integrada en Entorno de la Alcazaba, Barrio Alto y Barrio del Zapillo.
- Acciones de integración social en Barrio Pescadería- La Chanca y El Puche.

Hay que señalar que la realidad territorial del municipio es compleja, pues conviven en la misma espacios urbanos (con más o menos historia) con otros espacios más rurales, así como con espacios naturales protegidos (Sierra Alamilla y Cabo de Gata, fundamentalmente).

El río Andarax es el eje que separa más claramente estos espacios. Deja en su margen derecha, al oeste o poniente, la zona más urbana, y al este una zona de convivencia urbana- rural. Sin embargo, en esta zona este, se han situado grandes equipamientos e infraestructuras, como la Universidad y el aeropuerto, que están creciendo y ayudando a coser poco a poco el territorio.

En este espacio del levante de la capital, la ciudad más moderna ha crecido y ha abandona sus límites administrativos, uniéndose físicamente a los municipios de Huércal y Viator, por lo que su realidad y sus retos de futuro son muy diferentes a los de otros barrios.

“Existe una gran diversidad de espacios en la ciudad, desde los más urbanos a los que unen lo urbano con lo rural y lo natural. Los esfuerzos por conocerlos y abordar sus retos de futuro se han sucedido, especialmente en la zona del centro histórico y sus barrios aledaños”.

2.2.1.4. Ciudad Educadora

Hasta ahora se ha presentado la ciudad en sus escenarios y en su historia, pero también se construye de vivencias, estrategias y encuentros entre la ciudadanía. Todo ello, a lo largo del tiempo, va dando cuerpo a la cultura, la identidad y el estilo de vida de las personas que habitan estos espacios. Cuando se habla de ciudad educadora, no es otra cosa, que entender la educación más allá de los espacios cerrados de aprendizaje, e incluir a toda la ciudad y a sus distintos escenarios en el proceso de aprendizaje y formación permanente de la ciudadanía. La ciudad es más que su conglomerado urbano y su población, es un ente vivo que crece y se desarrolla, donde el papel de sus dirigentes políticos y la implicación de la ciudadanía en su desarrollo es fundamental.

La ciudad educadora implica que exista una interacción entre las propuestas de la educación formal, no formal e informal. No sólo hay que asegurar un funcionamiento óptimo del sistema educativo formal, sino que es preciso integrar en una misma perspectiva la acción educativa de los distintos ámbitos y agentes educativos a partir del diálogo y la colaboración. La educación de la ciudadanía no es sólo responsabilidad de los estamentos tradicionales (estado, familia y escuela), sino que también lo es del municipio, de sus dirigentes, de las asociaciones, de las industrias culturales, de las empresas con voluntad educadora y de todas las instancias de la sociedad.

En la ciudad educadora hay tres elementos clave: la información, la participación y la evaluación de necesidades. Todos ellos requieren de un papel activo de la ciudadanía para lograr generar y transmitir aprendizaje y cultura.

Atendiendo a los datos aportados por **Observatorio de Hábitos de Lectura** (2018), que van más allá de la formación y la educación reglada, resulta que, en Andalucía, el perfil medio del lector es el de una mujer, menor de 40 años, que lee a diario por afición y consume una media de 10 a 20 libros anuales, preferentemente en papel, aunque tampoco rechaza los soportes digitales. El 56,7% de personas de Andalucía leía en su tiempo libre, y el 98,3% lo hace por afición. Entre los factores que impiden leer más, la mayoría hacen referencia a la falta de tiempo.

En referencia a los hábitos de compra, el 77,5% de los lectores andaluces compra en la librería, aunque se combina con internet (47,3%) y grandes superficies (22,5%, con sólo un 30,4% que obtienen los libros por préstamos de las bibliotecas.

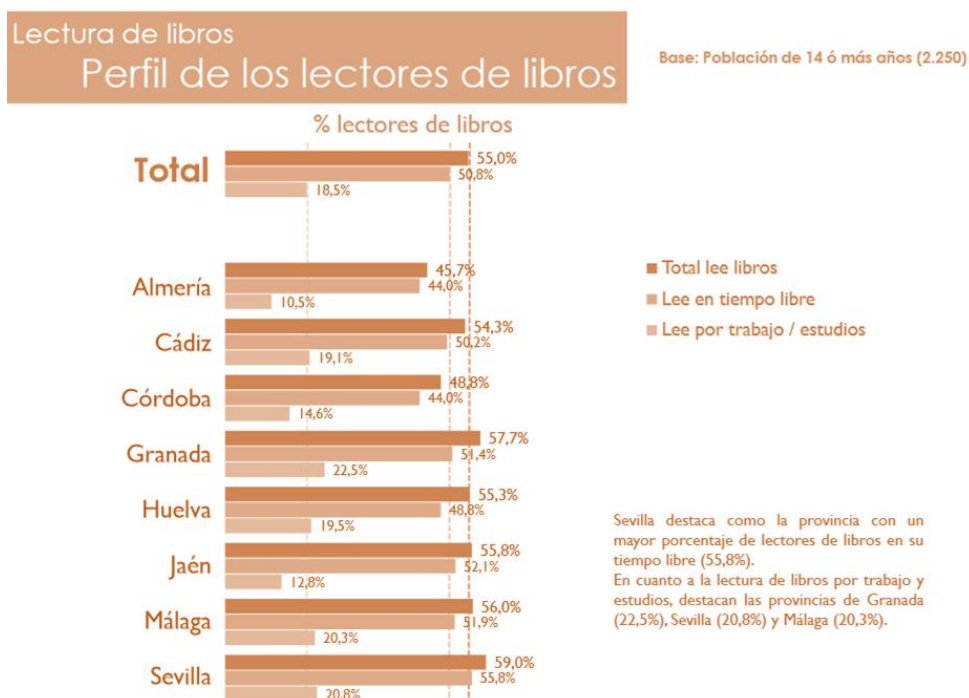
Sobre el formato de lectura, el 93,3% de los andaluces sigue consumiendo libros en papel, aunque un 52,1% lee libros digitales y un 52,3% tiene dispositivo digital de lectura como e-reader, kindle o similar.

Pese a ello, la Comunidad Autónoma Andaluza se encuentra por debajo de la media española en índice de lectura, por lo que aún hay un largo camino que recorrer en lo que a la preparación de la población respecta en la ciudad educadora, y en su acceso a la información más allá de lo requerido por el sistema educativo o la actividad profesional.



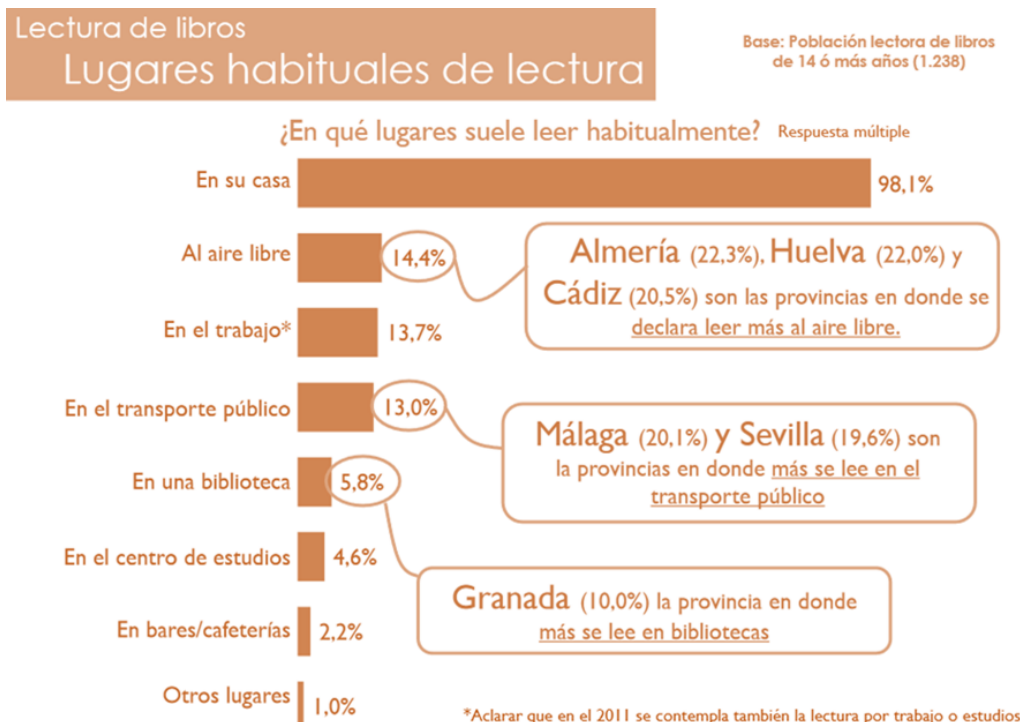
Lectores de Libros en tiempo libre. Estudio Anulas de hábitos de lectura de la federación de gremios de editores de España.

Los datos provincializados, aportados por el Observatorio de lectura de Andalucía (último informe disponible 2011), indican que en Almería solo un 45,7% del total de la población es lectora asidua de libros, situándose en los últimos puestos de la comunidad. No obstante, este porcentaje corresponde en su mayoría (44%) a personas que lo hacen en su tiempo libre y no por necesidades de estudio o de trabajo.



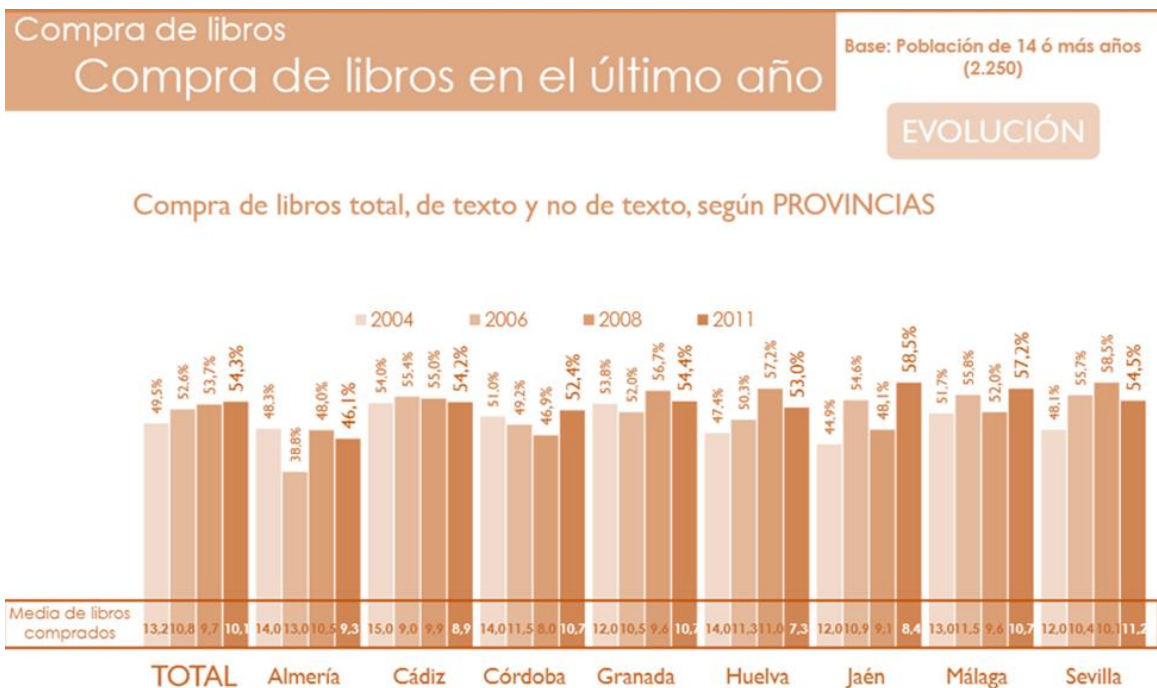
Perfil de los lectores de libros. Observatorio de Lectura de Andalucía. Junta de Andalucía

En referencia a los lugares preferentes para ejercer la lectura, los almerienses prefieren ejercerlo al aire libre (22,3% de los lectores), más que en el resto de provincias andaluzas.



Lugares más habituales de lectura. Observatorio de Lectura de Andalucía. Junta de Andalucía

En referencia a la compra de libros, la provincia almeriense ha tenido una evolución desigual en los últimos años, estando algo por debajo de la media andaluza. En la compra de libros de texto, apenas hay diferencias con otras provincias andaluzas.



Hábitos de lectura y de compra de libros en Andalucía. Observatorio de Lectura de Andalucía. Junta de Andalucía

Los datos son más positivos en lo relativo al soporte de lectura utilizado. Así se observa cómo aumente progresivamente la lectura en soportes digitales y en Almería los lectores de soporte digital (47,2%) se inclinan fundamentalmente por las webs, foros y blogs (40,8%) y la prensa (33,5%), frente a otras fuentes como revistas, libros o comics.

| | Total Lect.Dig. | Webs, blogs | Prensa | Revistas | Libros | Cómics |
|---------|-----------------|-------------|--------|----------|--------|--------|
| TOTAL | 50,8 | 40,8 | 33,5 | 8,9 | 7,1 | 4,1 |
| Almería | 47,2 | 37,2 | 36,3 | 7,3 | 7 | 5,7 |
| Cádiz | 48,7 | 39,5 | 35,5 | 5,7 | 5,5 | 2 |
| Córdoba | 42,5 | 34,7 | 27,4 | 6,4 | 6,8 | 1,9 |
| Granada | 53,1 | 43,4 | 32,9 | 12 | 7,1 | 7,3 |
| Huelva | 50,2 | 38,5 | 29,9 | 10,2 | 8,5 | 1,7 |

| | | | | | | |
|---------|------|------|------|------|------|-----|
| Jaén | 48,1 | 39,2 | 33,1 | 7,5 | 5,6 | 3,6 |
| Málaga | 63 | 47,9 | 37,5 | 11,2 | 4,1 | 6,6 |
| Sevilla | 46,8 | 39,7 | 31,6 | 9,2 | 11,1 | 3 |

Tipos de lectura en soporte digital. Observatorio de Lectura de Andalucía. Junta de Andalucía y Conecta.

Por otra parte, el Ayuntamiento de Almería, consciente de que la educación supone un factor vital para una mejor calidad de vida de los ciudadanos, articula anualmente una amplia oferta de programas educativos municipales. El Ayuntamiento ofrece a todos los almerienses multitud de recursos con diversas vertientes culturales: la red de museos, el patrimonio municipal, las instalaciones culturales y los medios de las diferentes áreas, entre las que destaca la de Presidencia, Empleo y Seguridad; Servicios Municipales y Playas; Deportes, Agricultura y Pesca; Educación y Tradiciones con programas tales como el de educación vial; día mundial del medio ambiente; Plan de consumo de frutas y hortalizas o visitas a museos y bibliotecas.

2.2.2 Creatividad, Industria e Innovación Cultural

2.2.2.1. Industrias Culturales y Creativas

La COMISIÓN EUROPEA (2006) realiza una separación entre las actividades que las componen las Industrias Culturales y las industrias Creativas, entendiendo que las primeras (Culturales) son aquellas que se dedican a la producción y distribución de bienes y servicios al tiempo de considerar que el atributo, **uso o propósito** que contiene o transmiten son **expresiones culturales, independientemente del valor comercial** que pueda tener. Como ejemplo relacionado con la industria cultural, cabe destacar: **películas, libros, televisión, radio, música, prensa o videojuegos**.

Por su parte, a la hora de definir a las Industrias Creativas, cabe destacar que son aquellas que utilizan la cultura como **input** en el proceso productivo. Tienen una **dimensión cultural**, aunque el **resultado final no** tenga puramente esta finalidad, puede buscar generar un **bien intermedio**. Se basan en la cultura para obtener **productos y servicios** que combinan **derechos de propiedad con marca**. Ejemplos de estas industrias podrían ser las empresas publicitarias o la arquitectura.

A nivel nacional, la Encuesta de Población Activa, permite estimar el empleo en determinadas actividades económicas y ocupaciones vinculadas al ámbito cultural. Concretamente se trata del empleo que se desarrolla en empresas dedicadas a actividades culturales, tales como actividades de *edición, de bibliotecas, archivos, museos, cinematográficas, de vídeo, de radio y televisión, o las artísticas y de espectáculos entre otras*. Junto a ello se contempla el empleo que se corresponde en ocupaciones con una dimensión cultural, *escritores, artistas, archivistas, bibliotecarios*, etc. Los resultados de esta explotación indican que el volumen de empleo cultural ascendió en 2017 a 687,2 mil personas, un 3,7% del empleo total en España en la media del periodo anual.

El empleo cultural se caracteriza también por una formación académica superior a la media, presentando tasas más elevadas de educación superior a las observadas en el

conjunto nacional, 67,1% frente a 42,5%. El 68,3% del empleo cultural es asalariado, cifra inferior a la observada en el total, 83,5%, y presenta tasas de empleo a tiempo completo y a tiempo parcial del 87,1% y 12,9% respectivamente (Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística).

En Andalucía, el tejido empresarial cultural de la comunidad está formado por 29.728 empresas, que han generado 58.819 puestos de trabajo, según los últimos datos disponibles en la Unidad Estadística y Cartográfica de la Consejería de Cultura, correspondientes a 2016. Estas cifras revelan un incremento del 17% en el número de empresas con respecto a 2015 y reflejan que, en el transcurso de ese año, se ganaron más de 10.000 puestos de trabajo en el ámbito cultural. Según los datos del Servicio Andaluz de Empleo, el 30,48% de los contratos registrados en el sector cultural andaluz en 2016 ha sido a personas jóvenes menores de 30 años. Dentro de la Comunidad Autónoma, en Almería se asientan el 7% de las empresas culturales de Andalucía. Cabe destacar que son los subsectores de **Arquitectura, libros y prensa**, donde destacan artes gráficas y traducción e interpretación; **Artes visuales y Audiovisual**, con actividades de fotografía y **creación** artística y literaria; **producción y multimedia**, los que más empresas concentran, donde destacan actividades cinematográficas y de video y programas de televisión. Como se ve en los siguientes cuadros, Almería aglutina 1.944 empresas del sector que crean un total de 3.320 empleos.

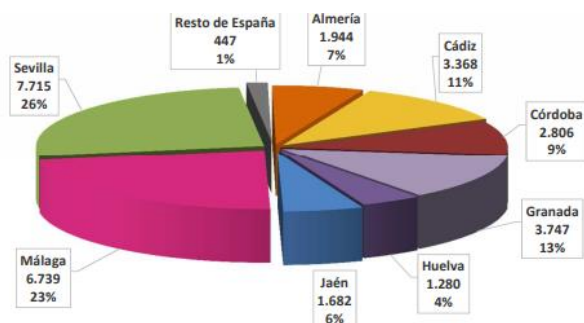
| | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla | Resto España | Total |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Patrimonio cultural, archivos y bibliotecas | 1 | 14 | 9 | 16 | 2 | 4 | 22 | 30 | 3 | 101 |
| Libros y prensa | 430 | 800 | 587 | 990 | 254 | 379 | 1.487 | 1.594 | 133 | 6.654 |
| Artes visuales | 267 | 514 | 447 | 554 | 206 | 265 | 1.024 | 1.072 | 29 | 4.378 |
| Artesanía | 45 | 359 | 599 | 110 | 73 | 139 | 164 | 239 | 34 | 1.762 |
| Artes escénicas | 88 | 191 | 119 | 213 | 74 | 69 | 514 | 453 | 21 | 1.742 |
| Audivisuales y multimedia | 101 | 195 | 107 | 176 | 71 | 68 | 389 | 481 | 56 | 1.644 |
| Arquitectura | 812 | 983 | 731 | 1.384 | 515 | 647 | 2.045 | 3.049 | 67 | 10.233 |
| Publicidad | 189 | 300 | 194 | 282 | 82 | 99 | 1.065 | 767 | 99 | 3.077 |
| Educación cultural | 11 | 12 | 13 | 22 | 3 | 12 | 29 | 30 | 5 | 137 |
| Total | 1.944 | 3.368 | 2.806 | 3.747 | 1.280 | 1.682 | 6.739 | 7.715 | 447 | 29.728 |

Empresas culturales por dimensión cultural y provincias. Consejería de Cultura. Informe tejido empresarial de la cultura en Andalucía

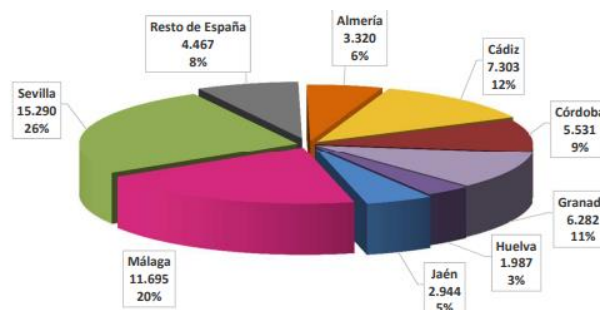
| | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla | Resto España | Total |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| Patrimonio cultural, archivos y bibliotecas | 4 | 72 | 93 | 98 | 42 | 10 | 213 | 137 | 15 | 684 |
| Libros y prensa | 993 | 1.677 | 1.205 | 2.047 | 417 | 843 | 2.903 | 3.719 | 1.021 | 14.825 |
| Artes visuales | 303 | 629 | 549 | 625 | 237 | 305 | 1.321 | 1.368 | 53 | 5.390 |
| Artesanía | 72 | 2.454 | 1.593 | 262 | 148 | 377 | 307 | 578 | 60 | 5.851 |
| Artes escénicas | 137 | 333 | 342 | 522 | 93 | 110 | 982 | 1.183 | 54 | 3.756 |
| Audivisuales y multimedia | 332 | 522 | 343 | 617 | 238 | 229 | 1.095 | 3.128 | 728 | 7.232 |
| Arquitectura | 1.076 | 1.117 | 810 | 1.592 | 602 | 876 | 2.431 | 3.627 | 94 | 12.225 |
| Publicidad | 373 | 473 | 532 | 461 | 206 | 156 | 2.350 | 1.419 | 2.313 | 8.283 |
| Educación cultural | 30 | 26 | 64 | 58 | 4 | 38 | 93 | 131 | 129 | 573 |
| Total | 3.320 | 7.303 | 5.531 | 6.282 | 1.987 | 2.944 | 11.695 | 15.290 | 4.467 | 58.819 |

Empleo en las empresas culturales en Andalucía. Consejería de Cultura. Informe tejido empresarial de la cultura en Andalucía

Empresas culturales por dimensión y provincia



Empleo en las empresas culturales

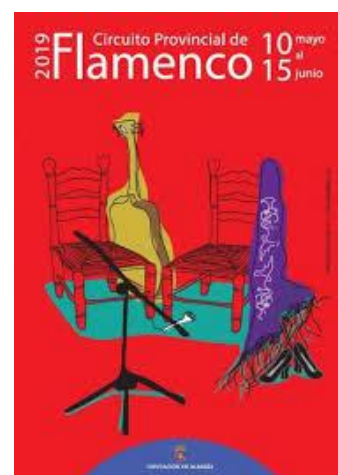


Consejería de Cultura. Informe tejido empresarial de la cultura en Andalucía

2.2.2.2. Flamenco y Guitarra

Almería ha desempeñado un papel fundamental en la historia del Flamenco, que no siempre ha sido reconocido, ya que pocos autores han escrito y difundido el movimiento flamenco producido en Almería desde mediados del siglo XIX.

De hecho, existe una gran relación musical en esa época con otras provincias como Granada y Málaga, con las que comparten la evolución de estilos flamencos como el fandango. También en estos años se produce el posicionamiento de Almería como ciudad mundial de la guitarra, gracias al nacimiento del guitarrero Antonio de Torres, y al guitarrista, Juan Arcas. El primero cambió el diseño y el sonido de las guitarras clásicas al incorporar las barras armónicas, y el segundo, fue el primero en introducir el flamenco en los conciertos de guitarra, creando una forma de tocar propia y perfeccionando estilos, como soleares, rondeñas, jaberías, malagueñas, seguidillas, punto cubano, etc. Por todo esto, y mucho más, se conoce a **Almería como la madre de la guitarra flamenca moderna**.



Hoy día se reconocen como propios de Almería los siguientes **estilos flamencos**: fandango de Almería (con maestros como Gaspar Vivas, Manolo de Rivera o José Sorroche), la Taranta (Pedro el Morato, Juan el Cabogatero, El Rojo, Chilares o el Marmolista), el Taranto (Fosforito, José Soroche y Tío Enrique), Petenera de Almería (Medina El Viejo, Niño Medina o Niña De Los Peines) y otros muchos.

Según indica en un estudio el autor Antonio F. García Rodríguez, «el Flamenco es una manifestación cultural surgida principalmente en Andalucía, que engloba cante, guitarra, baile y todos los instrumentos musicales que con el paso del tiempo se han ido incorporando a la música flamenca, principalmente la percusión».

El **Festival de Flamenco de Almería**, inaugurado en el año 1966, cuenta con reconocimiento internacional y ha ido evolucionando hasta alcanzar su edición número 53. En la actualidad, el festival incluye diversas actividades, entre las que destacan charlas, cine, exposiciones, visitas guiadas o clases magistrales. En la edición de 2019, además, se ha celebrado el sexto Concurso Internacional de Danza Española y Baile Flamenco, que organiza Indanza.

La apuesta por el flamenco en Almería, como se dicho, va unida a la guitarra, con un exponente clave, como es el **Museo de la Guitarra Antonio Torres**. Además de un centro museográfico y espacio expositivo, actúa como centro de formación, en el que acercar a los visitantes al mundo de la guitarra, el instrumento más interpretado y recreado en la historia de la música mundial.

Otros enclaves del flamenco de la capital son sus **peñas flamencas**, donde se cultiva y presentan las últimas tendencias, con artistas jóvenes, locales e internacionales; el **Centro de Interpretación Patrimonial**, donde se hace especial referencia a este arte; y la **Cueva de Juan “El Pirri”**, hogar de la familia Heredia, una saga de guitarristas y cantaores flamencos de reconocimiento mundial.

Del flamenco de Almería, han surgido artistas de la guitarra, tanto guitarreros (hermanos Moya, Gerundino Fernández (dos premios de la UNESCO) y muchos de sus descendientes) como guitarristas (“Tomatito”, Manolo De La Ribera, Sorroche, Hermanos Gómez, Luis De La Venta, Rocío Segura, Antonia López y Carrete).

Especial mención merece el guitarrista “Tomatito” nombre artístico de José Fernández Torres, ilustre almeriense guitarrista flamenco y gitano, nacido en el barrio de Pescadería. Como puntos destacados de su dilatada carrera artística, que comienza con Camarón, cabe destacar la consecución de un Grammy, y sus contactos artísticos con Paco de Lucía y José Mercè. El guitarrista sigue manteniendo una especial vinculación con Almería.

La cultura de Almería tiene en el flamenco y la guitarra uno de sus máximos potenciales para posicionar internacionalmente a la ciudad. Sin embargo, aún es necesario generar una imagen y posicionamiento de la ciudad y su vinculación con la guitarra más allá de sus propias fronteras. En los próximos años habrá que dinamizar este eje estratégico para dar el salto cuantitativo y cualitativo necesario para que así sea.

2.2.2.3. Artes Escénicas y Plásticas

Según el Directorio de Artes Escénicas de Andalucía, en la capital se encuentran tres **espacios** escénicos principales: Auditorio Municipal Maestro Padilla, la Casa Encantada y el Teatro Apolo. Los mismos se ven apoyados por otros espacios, agentes y recursos, como son: 4 asociaciones, 7 compañías, el centro andaluz de la fotografía, así como varios festivales y premios.

Del conjunto de 1.194 **autores** dramáticos andaluces que se encuentran recogidos en el Catálogo de Autores Dramáticos de Andalucía de la Junta de Andalucía, en la capital de Almería han nacido 32 (42 en la provincia), pero solo 9 viven en la misma.

En cuanto a espacios en los que se puede recibir **formación** vinculada a las artes escénicas, en Almería se encuentran:

- Anett Wolter Danza Contemporánea
- Artenvació, Escuela de teatro y cine de Almería
- Asociación Indanza
- Aula de Artes Escénicas de la Universidad de Almería
- Conservatorio Profesional de Danza de Almería Kina Fernández
- Circuito de Teatro de calle Arriba el Telón
- Duende Escuela de Danza

- Escuela Ahla Leila danzas orientales
- Escuela de Arte de Almería
- Escuela de Danza Piluca Velasco
- Escuela de Danza Tomás de María y Toñi Cuadrado
- Escuela Municipal de Música y Artes de Almería
- Escuela Profesional de Danza Yolanda Urios
- Taller de Teatro Aescena



Un referente de estas artes en Almería es el **Festival de Teatro del Siglo de Oro**. Su principal objetivo es el conocimiento, la divulgación y la representación de obras teatrales de los siglos XVI Y XVII por medio de representaciones teatrales, conferencias y todo tipo de actividades. También persigue fomentar el interés de la población de Almería por este tipo de Teatro, uno de los legados más importantes de Europa Occidental, al tiempo de hacerlo extensivo a Andalucía, España y el mundo. El

reto estratégico es conseguir una proyección mayor del mismo que sitúe a la ciudad en las rutas escénicas españolas.

Otros festivales en Almería vinculados a estas artes son: Festival Alamar (impulsado por el Ayuntamiento), Certamen Coreográfico (Conservatorio de Danza de Almería), Festival Internacional de Folclore Ciudad de Almería y Festival de Teatro Infantil de Almería (ambos del Ayuntamiento de Almería).

“El máximo referente en Almería de las artes escénicas es su Festival de Teatro del Siglo de Oro”

2.2.2.3. Almería y la Gastronomía

Almería, como ciudad mediterránea, tiene su **base gastronómica** en la dieta del Mediterráneo, pero cuenta con la influencia de dos elementos que la hacen única y variada; por un lado, la gastronomía propia de la Alpujarra, y por otro, la influencia de la zona murciana. Por todo ello, existe una combinación de pescados, verduras y especias que salen de sus costas y de sus invernaderos. Destaca no sólo por la calidad de los productos, sino también por su frescura, ya que gran parte de la materia prima utilizada tiene como origen la propia provincia.

En Almería se combinan la riqueza de su **industria agroalimentaria**, con la creatividad de sus restauradores y la capacidad de innovación de su tejido empresarial. Esta peculiaridad y riqueza se le ha reconocido con la designación como Capital Española de la Gastronomía en 2019, promovido por la Federación Española de Hostelería y la Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo. Trimestralmente, se organizan actividades y eventos en la ciudad para promocionar esta capitalidad, teniendo en el Mercado Central de Abastos su núcleo central de encuentro. Se han elegido temáticas para cada mes del año y destacan los concursos de tapas, las actividades infantiles, los talleres formativos y hasta las visitas guiadas.

“La riqueza de los productos utilizados y la creatividad de los restauradores están abriendo al panorama nacional la oferta gastronómica de Almería”

Mientras que en la provincia hay dos **restaurantes** con estrella Michelin: Alejandro (Roquetas de Mar) y La Costa (El Ejido), en la capital destacan algunos como el espacio gastronómico de Tony García o Casa Joaquín, regentado por Joaquín López, premio Andaluz de Gastronomía.

La Diputación Provincial y el Ayuntamiento apuestan desde hace unos años por **la promoción y la venta de esta imagen culinaria** de Almería a todos los niveles, siendo muy importante la presencia de ambas en la Feria de Turismo FITUR 2019, donde se lanzó oficialmente la citada candidatura.

Por otra parte, la Diputación cuenta con la marca “Sabores Almería”, como sello de calidad de productores, restauradores y profesionales vinculados con la alimentación. Su objetivo primordial es “la promoción conjunta y colectiva de los productos agroalimentarios y pesqueros producidos en la provincia de Almería. También es símbolo de calidad y distinción para aquellos comercios y establecimientos de restauración, turísticos y de hostelería que utilicen y/o comercialicen de forma destacada dichos productos”.

A través de esta marca y sus actividades se está trabajando también en la mejora de la salud de la población almeriense, en la incorporación de la innovación a la industria gastronómica y en la promoción turística de la provincia. Tres grandes retos a los que se enfrena la apuesta gastronómica de Almería.

2.3. MATRIZ DAFO DE CULTURA

DEBILIDADES

D.1. Tópicos negativos sobre elementos poco atractivos de la ciudad (casco histórico poco cuidado; falta de imagen exterior; problemas de comunicación y acceso; dejadez en el mantenimiento de lugares de interés; enfrentamiento entre administraciones; actuaciones poco significativas en materia edificaciones cultural; falta de visibilidad de las señas de identidad).

D.2. El tejido empresarial es escaso, el Tercer Sector que gestiona instalaciones propias permanece muy cerrado, débil estructura anárquica y necesitado de tutela administrativa.

D.3. Ausencia de una plataforma única que recoja todos los eventos, servicios, etc. puntuales, regulares, públicos o privados.

D.4. Insuficientes vías de difusión y comercialización de los eventos.

D.5. Falta de posicionamiento internacional con una imagen propia y clara.

D.6. Ausencia de modelo cultural y de estrategias de potenciación del mismo en el exterior.

AMENAZAS

A.1. Minimización de la inversión cultural en épocas de crisis.

A.2. Potencial pérdida de la educación cultural en las generaciones más jóvenes.

A.3. Elección de otros destinos para disfrutar las actividades culturales.

A.4. Acciones de regeneración del centro histórico incompletas y no integradas, degradado y con población mayor.

A.5. Deterioro del patrimonio por falta de recursos de mantenimiento.

FORTALEZAS

F.1. Patrimonio rico en variedad y con grandes posibilidades.

F.2. Puesta en valor de monumentos y espacios culturales.

F.3. Riqueza gastronómica.

F.4. Almería como centro de creación y difusión del flamenco, con personajes de gran relevancia nacional e internacional.

F.5. Flamenco y guitarristas flamencos, de gran relevancia nacional

OPORTUNIDADES

O.1. Potencialidades como la Alcazaba, los Refugios con sus galerías, el Cable Inglés, Barranco de la Hoya y Cerro San Cristóbal, las Canteras Califales, la Arquitectura burguesa del siglo XIX o la Casa Fisher (hoy cerrada a las visitas turísticas), así como la Catedral, fortaleza única en España.

O.2. Almería como centro de difusión, atractivo para gente joven y para talentos nacionales e internacionales.

O.3. Creación de sinergias con fundaciones o patronatos para tener actividades culturales y teatrales con regularidad.

O.4. Impulso como centro internacional del flamenco y la guitarra.

O.5. Emprendimiento y aplicación de nuevas tecnologías al arte y las industrias emergentes

O.6. Mejora del atractivo de Almería para los almerienses y el espacio provincial.

O.7 Articulación de la participación en barrios y diseño de proyectos estratégicos de barrios.

3. TURISMO SOSTENIBLE

La definición de **Turismo Sostenible**, según la Organización Mundial del **Turismo** (OMT) es: “Aquel turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, **económicas, sociales y medioambientales** para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”. En esta línea de trabajo se afronta el diagnóstico de este vector, recogiendo los datos que permitan caracterizar la situación actual del sector y las tendencias sobre las que debe proyectarse.

Debido a la amplitud del vector, y con el fin de abordarlo de manera más detallada y estructurada, se ha considerado más adecuado realizar análisis particularizados por grandes temáticas que tienen un gran peso específico en la ciudad de Almería: turismo, cine y audiovisual, y comercio.

3.1 ANÁLISIS EXTERNO

3.1.1 Análisis Externo en Materia de Turismo

Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo a nivel mundial creció un 6% en 2018, hasta alcanzar los 1.400 millones de viajeros en todo el mundo, lo que implica una serie de impactos que no siempre son positivos. España es el segundo país más visitado y Andalucía, una de las Comunidades Autónomas con mayor dependencia del sector turístico, con una media de 381.300 ocupados en actividades turísticas (12,3% de los ocupados de la Comunidad).

Por lo tanto, es uno de los sectores más regulados y las diferentes Instituciones y Organismos con competencias en la materia abarcan un número importante de instrumentos de planificación estratégica la consolidación de un turismo sostenible con la sociedad y el medio ambiente. En este contexto, en las siguientes líneas se indican los principales instrumentos de planificación analizados, así como los aspectos que más se han tenido en cuenta en cada uno de ellos.

En Andalucía existe un claro marco estratégico para potenciar el turismo sostenible, y la propia ciudad de Almería ha desarrollado un Plan Turístico de Grandes Ciudades que plantea y prioriza una serie de iniciativas para el desarrollo y consolidación del sector turístico en la ciudad, que este Diagnóstico ha tenido muy en cuenta, especialmente para impulsar en Almería un turismo sostenible que se cimente en la cultura y la identidad local de la ciudad.

En general, el principal marco estratégico en el que se encuentra el sector turístico es el siguiente:

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|--------|--|----------------------------|
| Europa | El turismo no se ha incluido como un objetivo temático en los reglamentos de los Fondos Estructurales y de Inversión de la Unión Europea (EIE), puesto que constituye un medio o sector más que un objetivo. | Comisión Europea |
| España | Plan del Turismo Español Horizonte 2020 | Consejo Español de Turismo |

| | | |
|--|-------------------------|---|
| | Plan Estratégico RED.ES | Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital |
|--|-------------------------|---|

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|------------------|---|--|
| Andalucía | Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía. Horizonte 2020. Volumen III. | Consejería de Turismo y Deporte |
| | Plan Estratégico de Marketing Turístico. Horizonte 2020. | Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía |
| | Plan Director de Promoción Turística de Andalucía 2013-2016. | Consejería de Turismo y Comercio |
| Almería (Ciudad) | Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Almería (pendiente de firmar el Convenio de Colaboración). | Consejería de Turismo y Deporte, y Ayuntamiento de Almería |

“La ciudad de Almería ha desarrollado un Plan Turístico de Grandes Ciudades que plantea y prioriza una serie de iniciativas para el desarrollo y consolidación del sector turístico en la ciudad”

También es destacable resaltar que hay una serie de iniciativas propuestas para Almería, que son de mucho interés para el desarrollo del turístico de la ciudad. En este caso, hay que resaltar aquellas que se proyectaron en el Plan de Ordenación del Territorio de la Aglomeración Urbana de Almería dentro de su Programa de Espacio Turístico y Recreativo:

| Denominación de las actuaciones |
|--|
| Parque Metropolitano de la Molineta |
| Parque Metropolitano de la Vega del Andarax |
| Itinerarios recreativos. Acondicionamiento y señalización. RED VERDE |
| Estudio viabilidad Puerto de El Toyo |

Acciones previstas en Almería por la Junta de Andalucía a través del POTUAU.

3.1.2 Análisis Externo en Materia de Comercio

Según el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, el sector comercial, junto a la hostelería, el transporte y el almacenamiento, suponen el 21% del PIB de la Comunidad Autónoma, un resultado muy similar al de la media estatal (21,7%), lo que indica el importante peso de ese sector en la economía andaluza. De hecho, el sector comercial en nuestra Comunidad lo componen más de 144.000 empresas, distribuidas en casi 165.000 locales comerciales, que ocupan a cerca de medio millón de personas en Andalucía y un volumen de negocio que se acerca a los 93 mil millones de euros.

Estas importantes cifras del sector comercial, en especial el comercio minorista, indican que es un elemento prioritario en los sistemas productivos locales, como se puede comprobar en el caso concreto de la ciudad de Almería, donde el comercio ha configurado nuestros espacios urbanos: mercados municipales, centros urbanos comerciales, mercadillos ambulantes y grandes superficies comerciales minoristas; convirtiéndose en una actividad que va más allá de su mero componente económico, sino que se convierte en un modelo cultural y social, de estilos de vida y planificación del espacio físico.

En este contexto, el marco estratégico que afecta al sector comercial y con mayor incidencia en Almería por su componente de corte mediterráneo y ciudad turística, tiene mucho que ver con el fomento del comercio local y el equilibrio sostenible y equilibrado de los distintos formatos comerciales.

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|-----------|--|---|
| Europa | Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior | Comisión Europea |
| España | Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista (cuya última actualización entró en vigor a partir del 29 de marzo de 2014) | Jefatura del Estado |
| | Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales (cuya última actualización entró en vigor a partir del 17 de octubre, de 2014) | Jefatura del Estado |
| Andalucía | Decreto LEGISLATIVO 1/2012, de 20 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Comercio Interior de Andalucía. | Consejería de Turismo, Comercio y Deporte |
| | VI Plan Integral del Comercio Interior de Andalucía | Dirección General de Comercio |
| | Plan de Establecimientos Comerciales de Andalucía | Dirección General de comercio |

| | | | | |
|--|--|--------------------|---------|----|
| | Plan de Activación del Comercio Ambulante en Andalucía para el periodo 2015/2017 | Dirección comercio | General | de |
| | ORDEN de 7 de mayo de 2010, por la que se establece el procedimiento para la obtención del reconocimiento como Centro Comercial Abierto de Andalucía. | Dirección comercio | General | de |
| | Decreto 2/2014, de 14 de enero, por el que se regulan los criterios y el procedimiento para la declaración de zonas de gran afluencia turística, a efectos de horarios comerciales | Dirección comercio | General | de |

“El marco estratégico que afecta al sector comercial y con mayor incidencia en Almería por su componente de corte mediterráneo y ciudad turística, tiene mucho que ver con el fomento del comercio local y el equilibrio sostenible y equilibrado de los distintos formatos comerciales”

3.2 ANÁLISIS INTERNO

A continuación se exponen los análisis diferenciados tanto del turismo, del cine y el audiovisual y el comercio en Almería:

3.2.1 El Turismo en Almería

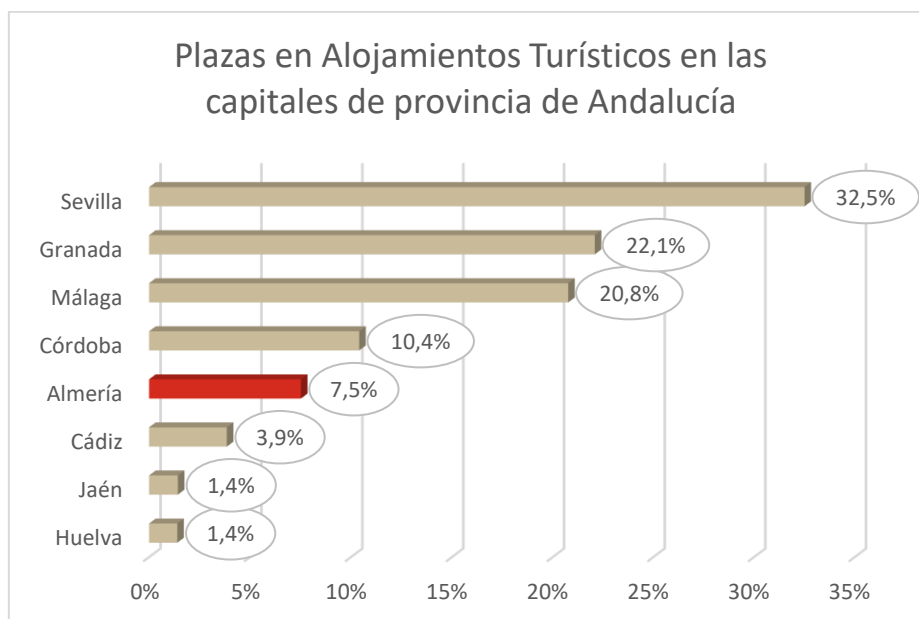
3.2.1.1. Oferta Turística en la Ciudad de Almería

En este epígrafe se analiza la oferta y demanda turística, así como la promoción y estrategia turística que se lleva a cabo en Almería, las tendencias actuales en el ámbito del turismo en la ciudad de Almería.

- **Oferta de Alojamientos**

La ciudad de Almería cuenta con un total de 71 establecimientos turísticos y 5.838 plazas, lo que supone el 9,82% de las plazas de alojamiento que se ofertan en la provincia de Almería. Comparando la oferta de **plazas en alojamientos turísticos** de la ciudad con cada capital de provincia de Andalucía, como se puede ver en el gráfico inferior, Almería se encuentra en quinto lugar, contando con el 7,5% de las plazas que se ofrecen en Andalucía, quedando por detrás de Sevilla, Granada, Málaga y Córdoba.

“Almería dispone de 71 establecimientos turísticos y 5.838 plazas, lo que supone el 9,82% de las plazas de alojamiento que se ofertan en la provincia de Almería”



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

“La ciudad de Almería es una de las capitales de provincia con menor oferta de alojamiento turístico, lo que lastra su desarrollo y consolidación”

Si hacemos una comparativa específica de la ciudad de Almería con Málaga, como ciudad de referencia en el ámbito turístico, así como con Cartagena, Castellón y Tarragona por ser ciudades del arco Mediterráneo con una oferta turística similar a la almeriense, se obtienen datos que posicionan claramente a la ciudad.

Como se puede observar en la tabla siguiente, de las ciudades analizadas, Almería y Tarragona son las que ofrecen menor oferta de alojamientos turísticos, disponiendo tan solo de 71 y 32 establecimientos, respectivamente. En el caso de Almería, la oferta de alojamientos está conformada, principalmente, por apartamentos (45,1%) y hoteles (38%), mientras que en Tarragona predominan los hoteles (53,1%).

La ciudad de Málaga, cuenta con un total de 1.238 establecimientos, cifra 17 veces mayor que la de establecimientos turísticos localizados en Almería. Cabe mencionar que, de estos establecimientos el 87,4% son apartamentos turísticos.

En el caso Cartagena y Castellón de la Plana, se puede ver como la oferta de establecimientos también es superior a la de Almería, predominando en Cartagena y Castellón de la Plana los apartamentos turísticos (94,2% y 91,7% respectivamente).

ESTABLECIMIENTOS POR TIPO DE ALOJAMIENTO

Almería

Málaga

Cartagena

Castellón de la Plana

Tarragona

| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
|-------------------------|-----------|---------------|--------------|---------------|------------|---------------|------------|---------------|-----------|---------------|
| Hoteles | 27 | 38,0% | 76 | 6,1% | 23 | 3,9% | 17 | 6,7% | 17 | 53,1% |
| Hostales y Pensiones | 10 | 14,1% | 79 | 6,4% | 8 | 1,4% | 4 | 1,6% | 8 | 25,0% |
| Apartamentos Turísticos | 32 | 45,1% | 1.082 | 87,4% | 557 | 94,2% | 233 | 91,7% | - | - |
| Campamentos | 2 | 2,8% | 1 | 0,1% | 3 | 0,5% | 0 | 0,0% | 7 | 21,9% |
| TOTAL | 71 | 100,0% | 1.238 | 100,0% | 591 | 100,0% | 254 | 100,0% | 32 | 100,0% |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). CREM (Centro Regional de Estadística de Murcia). IDESCAT (Instituto de Estadística de Cataluña). Portal Estadístic de la Comunitat Valenciana. Últimos datos disponibles, año 2017. Elaboración Propia.

En términos de plazas por tipo de alojamiento turístico, se puede ver cómo, aunque Almería tiene casi el doble de establecimientos que Tarragona, las plazas ofertadas en esta ciudad duplican a las de Almería, ya que, a pesar de haber tan solo 7 campings en Tarragona, suponen un total de 8.343 plazas, representando el 78,3% de las plazas de alojamiento ofertadas en esta ciudad.

En el caso de Málaga y Cartagena, ambas ciudades casi triplican el número de plazas ofertadas que, en Almería, siendo el 59,1% de las plazas ofertadas en Málaga de hoteles y algo más del 50% de las plazas ofertadas en Murcia de campamentos.

Por otra parte, Almería supera el número de plazas ofertadas de Castellón de la Plana, aunque esta última ciudad posea 3,5 veces más establecimientos turísticos que Almería. Cabe mencionar, que en ambas ciudades la oferta de plazas hoteleras es, principalmente, de hoteles.

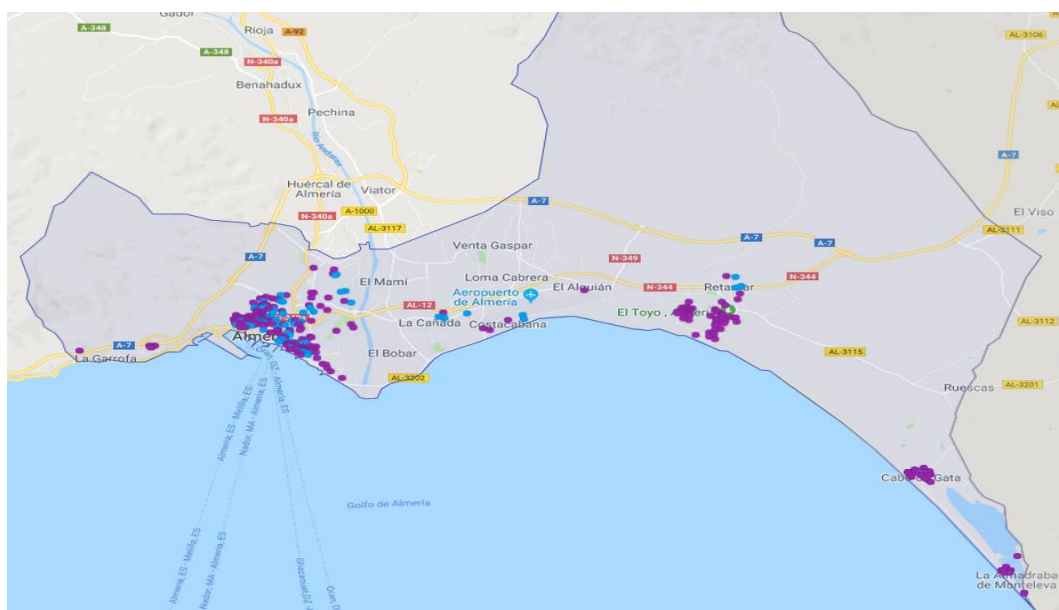
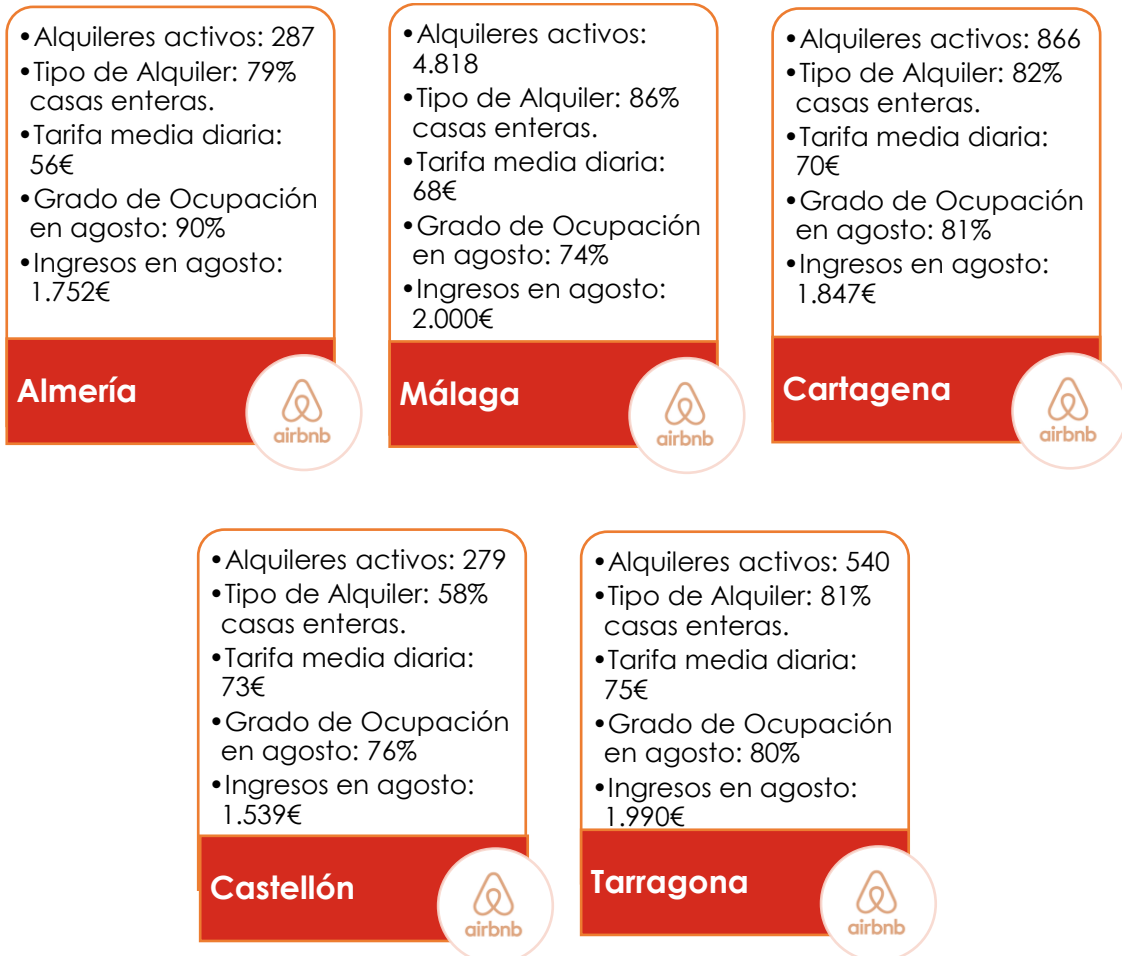
| PLAZAS POR TIPO DE ALOJAMIENTO | | | | | | | | | | |
|--------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------------|---------------|---------------|---------------|
| | Almería | | Málaga | | Cartagena | | Castellón de la Plana | | Tarragona | |
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Hoteles | 4.734 | 81,1% | 9.391 | 59,1% | 5.457 | 34,4% | 2.351 | 67,8% | 2.147 | 20,2% |
| Hostales y Pensiones | 283 | 4,8% | 2.655 | 16,7% | 192 | 1,2% | 67 | 1,9% | 161 | 1,5% |
| Apartamentos | 114 | 1,9% | 3.718 | 23,4% | 2.184 | 13,7% | 1.048 | 30,2% | - | - |
| Campamentos | 707 | 12,1% | 114 | 0,7% | 8.053 | 50,7% | 0 | 0,0% | 8.343 | 78,3% |
| TOTAL | 5.838 | 100,0% | 15.878 | 100,0% | 15.886 | 100,0% | 3.466 | 100,0% | 10.651 | 100,0% |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). CREM (Centro Regional de Estadística de Murcia). IDESCAT (Instituto de Estadística de Cataluña). Portal Estadístic de la Comunitat Valenciana. Últimos datos disponibles, año 2017. Elaboración Propia.

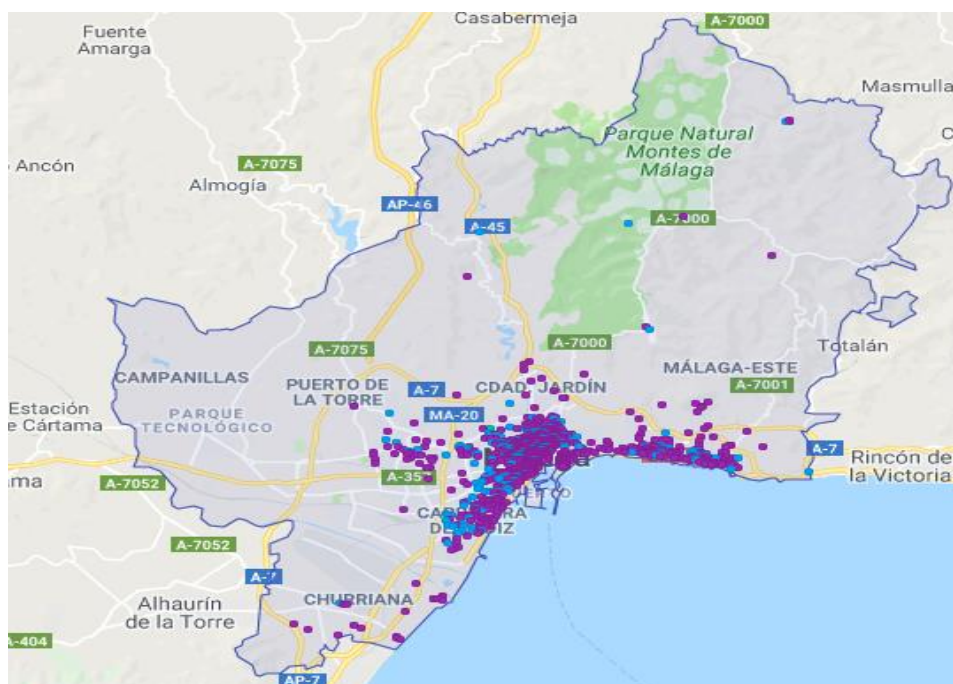
Hay que hacer una mención especial a las Viviendas con Fines Turísticos, puesto que la fuerte irrupción de este formato de alojamiento turístico, con la aparición de Airbnb y otros operadores en el mercado turístico ha supuesto un antes y un después en este sector.

Por ejemplo, actualmente, Airbnb ofrece acceso a más de 6 millones de anuncios de espacios únicos en más de 81.000 ciudades y 191 países de todo el mundo, entre las cuales se encuentra Almería. Por tanto, aunque existen otros operadores, por su penetración en el mercado, se ha realizado un análisis comparativo del número de alquileres activos en Airbnb, el tipo de alquiler, la tarifa media diaria, el grado de ocupación y los ingresos recibidos en el mes de agosto (mes de mayor afluencia turística), de la ciudad de Almería, con otras ciudades de referencia.

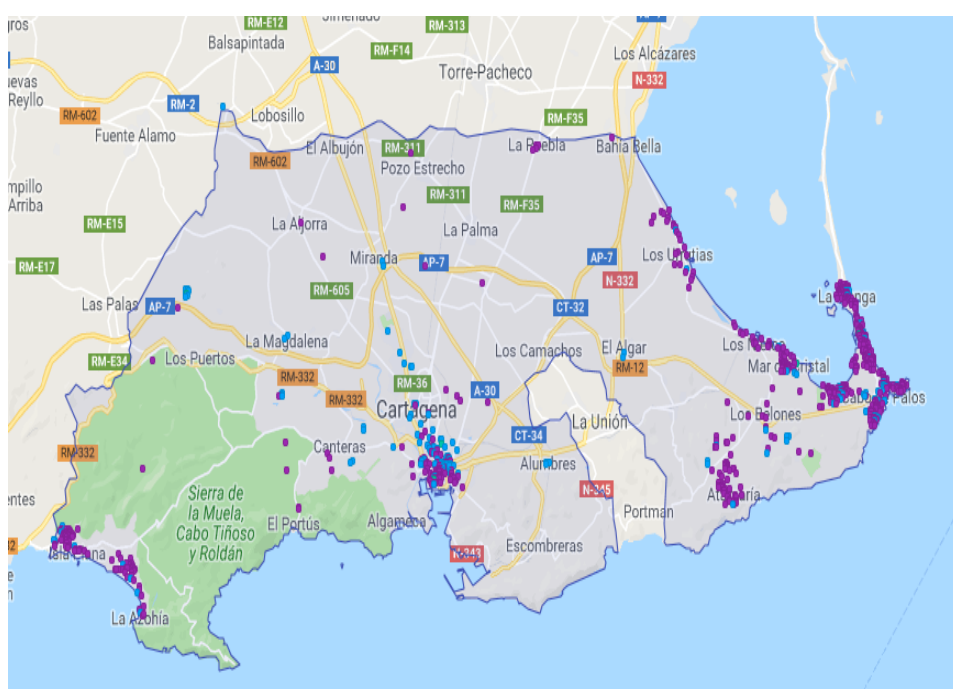
En este contexto, Almería junto con Castellón, es la ciudad con menos alquileres activos en Airbnb. Cabe destacar, que Almería es la ciudad con mayor grado de ocupación en alojamientos Airbnb en el mes de agosto, sin embargo, por detrás de Castellón, recibe menos ingresos en este mes que Málaga, Tarragona y Cartagena, lo cual se puede deber a que de estas ciudades es la que posee la tarifa media diaria más baja (56€).



Localización Alquileres Activos Airbnb en Almería. AIRDNA.



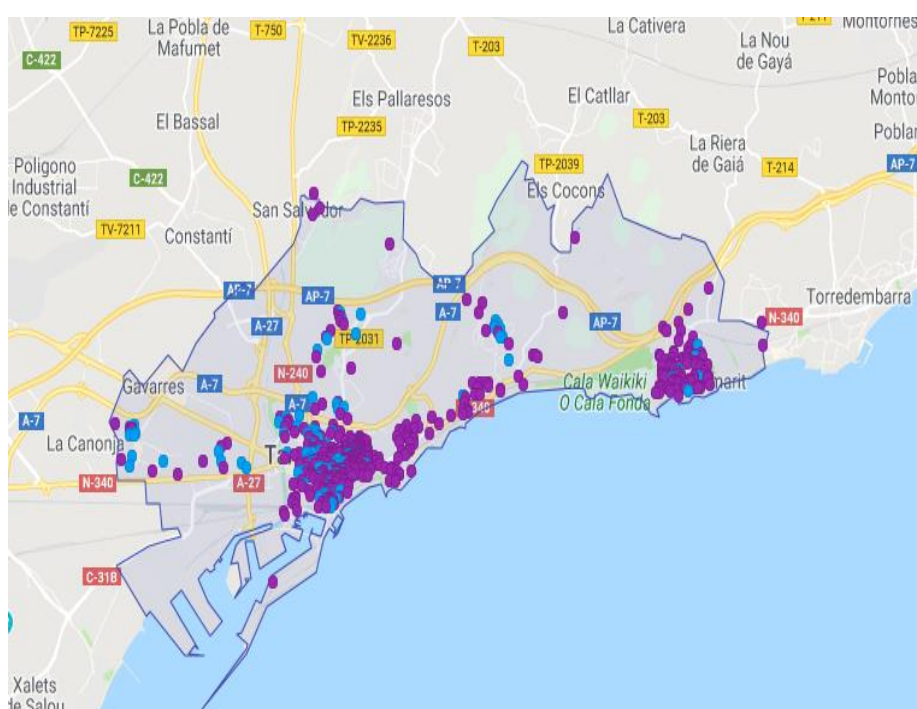
Localización Alquileres Activos Airbnb en Málaga. AIRDNA.



Localización Alquileres Activos Airbnb en Cartagena. AIRDNA.



Localización Alquileres Activos Airbnb en Castellón de La Plana. AIRDNA.



Localización Alquileres Activos Airbnb en Tarragona. AIRDNA.

Ya haciendo un análisis de detalle de la oferta de alojamientos de la ciudad de Almería, se comprueba como la conforman principalmente los apartamentos (45,1%) y hoteles (38%), siendo las plazas hoteleras las que predominan en la ciudad, representando el 81,1% de las plazas de alojamiento ofertadas en Almería.

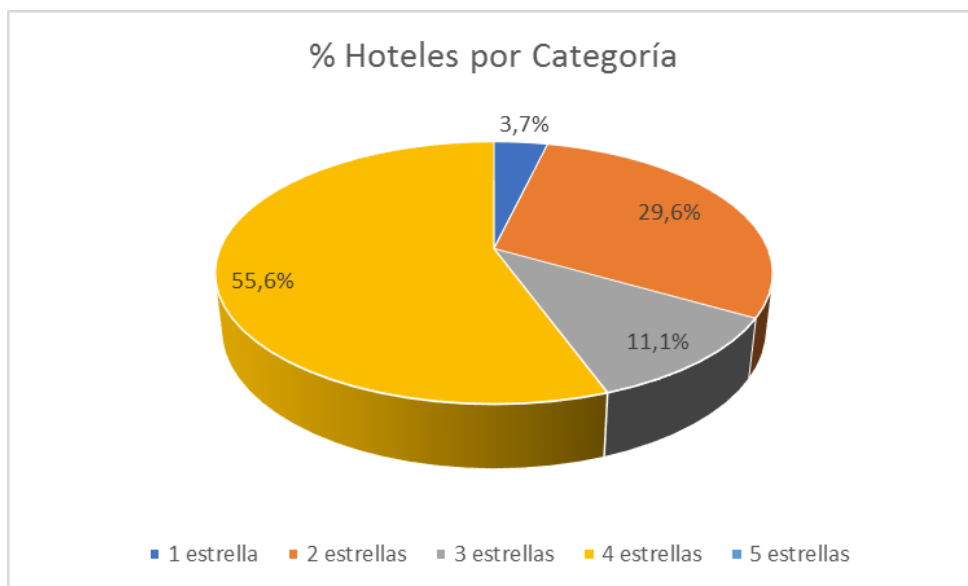
| Tipo de Alojamiento | Establecimientos | % | Plazas | % |
|---------------------|------------------|---------------|--------------|---------------|
| Hoteles | 27 | 38,0% | 4.734 | 81,1% |
| Hostales | 6 | 8,5% | 154 | 2,6% |
| Pensiones | 4 | 5,6% | 129 | 2,2% |
| Apartamentos | 32 | 45,1% | 114 | 2,0% |
| Campamentos | 2 | 2,8% | 707 | 12,1% |
| TOTAL | 71 | 100,0% | 5.838 | 100,0% |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

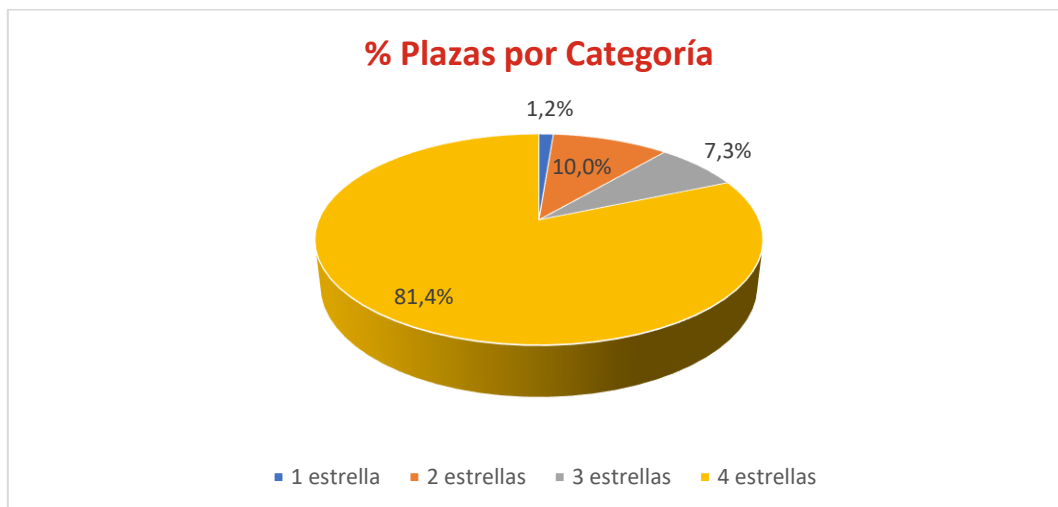
A continuación, se analiza la oferta de establecimientos y plazas de alojamientos por categorías.

- **Hoteles**

El 55,6% de los hoteles, en la ciudad de Almería, así como el 81,4% de las plazas ofertadas en hoteles, tienen una categoría de 4 estrellas.



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

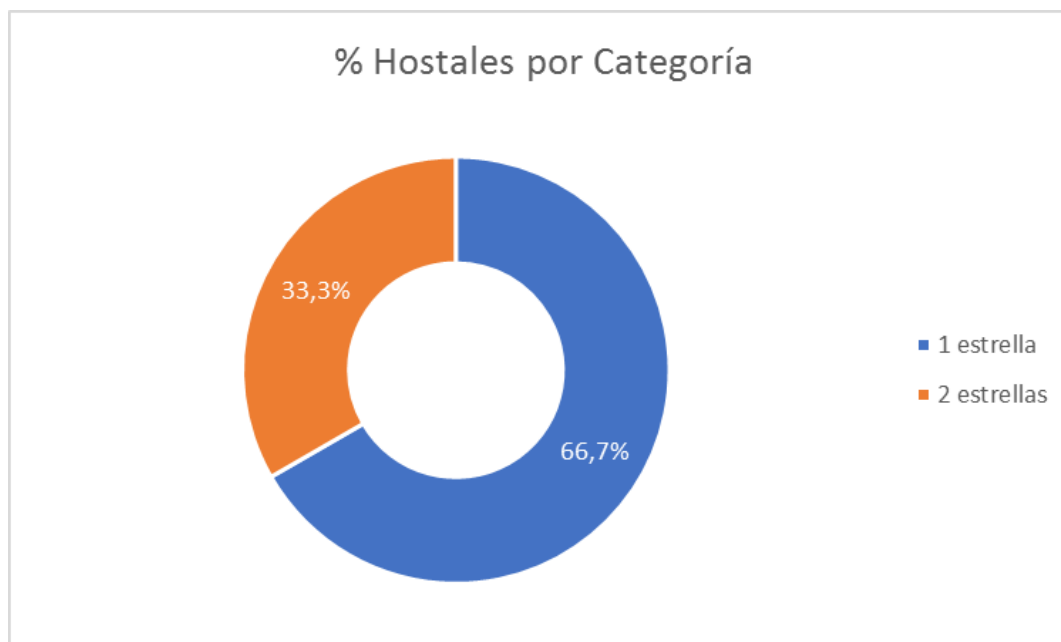


SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

“A pesar de la escasez de plazas, las plazas hoteleras existentes la mayor parte son de un nivel elevado, superior a 4 estrellas, aunque es exigua la oferta categoría superior”

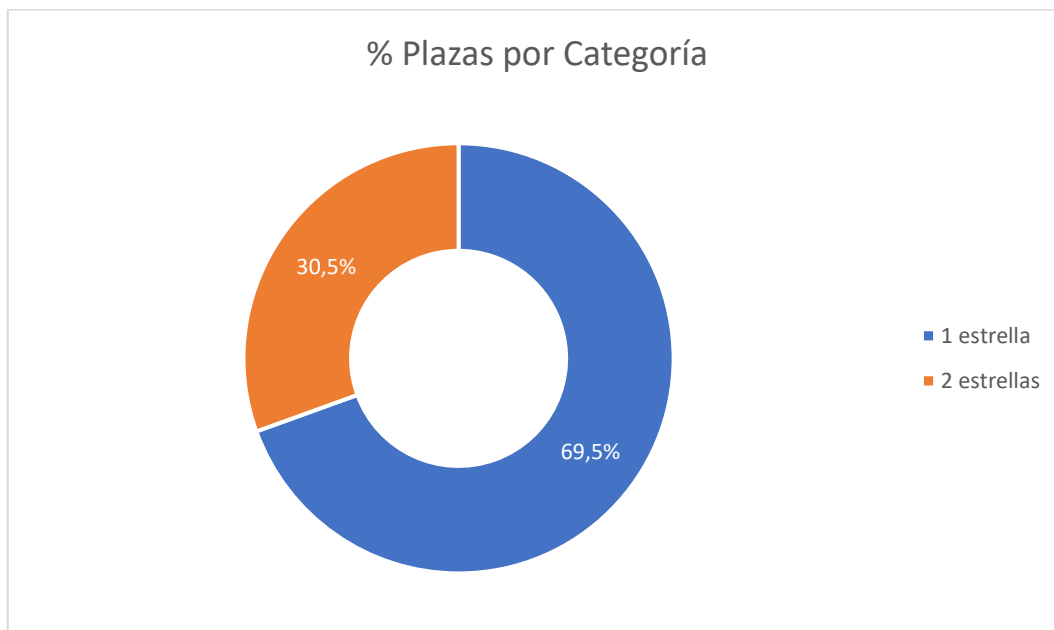
- **Hostales**

El 66,7% de los hostales de la ciudad de Almería tienen la categoría de 1 estrella, esto supone que el 69,5% de las plazas ofertadas en hostales posean esta categoría.



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017.

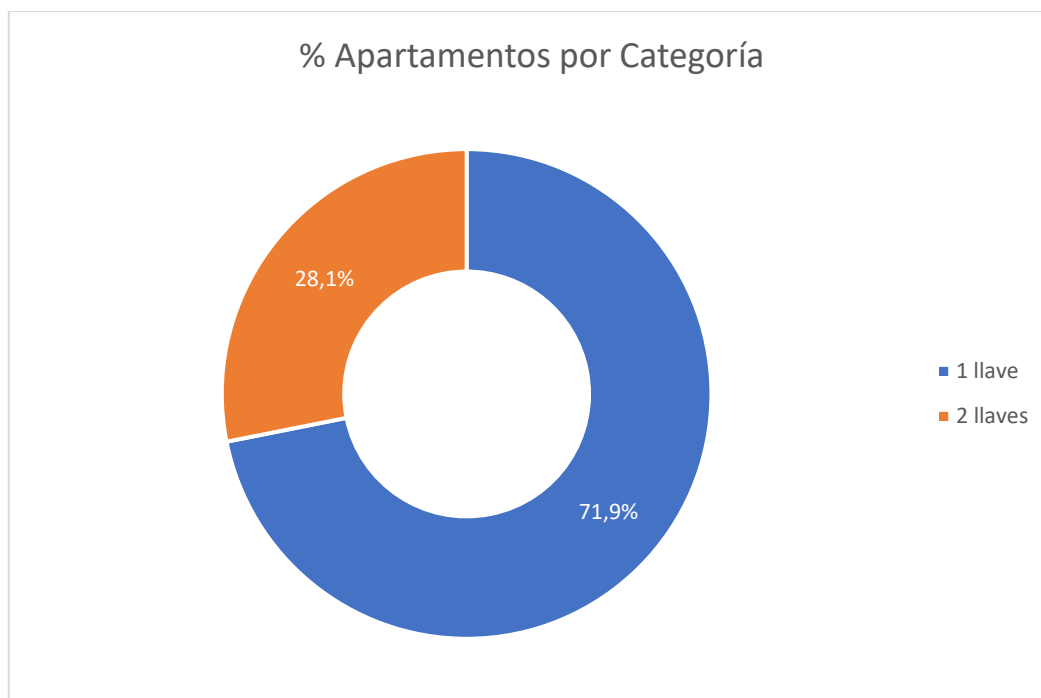
Elaboración Propia.



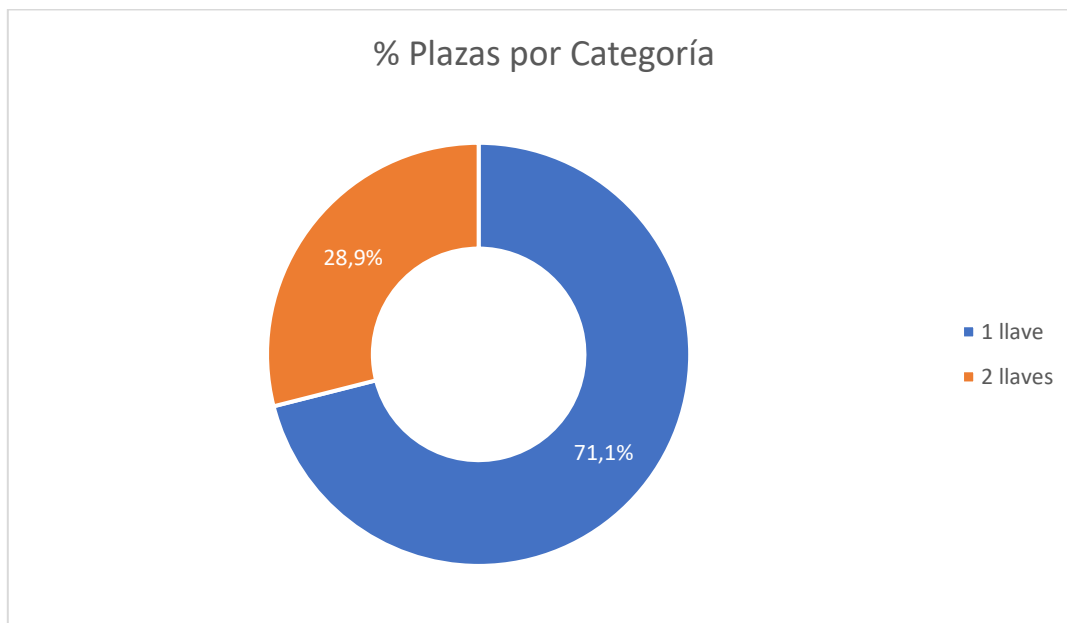
SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

- **Apartamentos**

Cerca del 72% de los apartamentos de la ciudad de Almería tienen una categoría de 1 llave, esto supone que el 71,1% de las plazas ofertadas por apartamentos tengan esta categoría.



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

- **Campamentos**

En la ciudad de Almería tan solo hay 2 campamentos, los cuales son de segunda categoría y ofertan un total de 707 plazas entre los dos.

• **Tarifa media diaria (ADR) e Ingresos por habitación disponible (RevPAR)**

Respecto a la **tarifa media diaria (ADR)**, entendiéndose por ésta los ingresos medios obtenidos por habitación ocupada, aplicándose a una habitación doble con baño, por alojamientos, descontando cualquier otro servicio o impuesto, se obtiene que, en la ciudad de Almería es de **50,00€**, siendo, la capital de provincia con la tarifa media diaria más barata de Andalucía.

Mientras que los **ingresos por habitación disponible (RevPAR)**, hayan o no sido ocupadas, en la ciudad de Almería son de 17,15€, siendo la segunda ciudad que tiene menos ingresos por habitación disponible en Andalucía por detrás de Jaén.

“Además de ofrecer las tarifas hoteleras más bajas de las capitales de provincia andaluza, en Almería se tienen muy bajos ingresos por habitación disponible”

| | Tarifa media diaria (ADR) | Tasa interanual | Ingresos por hab. disp. (RevPAR) | Tasa interanual |
|-----------|---------------------------|-----------------|----------------------------------|-----------------|
| Almería | 50,00€ | 0,17% | 17,15€ | -2,39% |
| Cádiz | 70,56€ | 1,18% | 22,35€ | 9,40% |
| Córdoba | 55,71€ | 3,39% | 21,37€ | 6,16% |
| Granada | 63,91€ | 5,51% | 35,65€ | 6,07% |
| Huelva | 59,21€ | -11,64% | 22,58€ | 16,75% |
| Jaén | 56,38€ | 3,69% | 12,62€ | 10,41% |
| Málaga | 80,67€ | 0,17% | 38,81€ | 3,85% |
| Sevilla | 75,83€ | 3,51% | 40,17€ | 7,44% |
| Andalucía | 67,06€ | 1,93% | 32,05€ | 6,76% |

IECA. Explotación de la encuesta de Ocupación Hotelera del INE. Enero 2019. Elaboración propia.

- Oferta de Restauración y Complementaria**

Respecto a la oferta de restauración y complementaria que ofrece la ciudad de Almería, se comprueba un importante número de establecimientos de restauración y de oferta complementaria.

| Establecimientos | Cantidad |
|--|----------|
| Establecimientos de bebidas | 797 |
| Restaurantes y puestos de comidas | 226 |
| Actividades recreativas, deportivas y de entretenimiento | 147 |
| Agencias de Viajes y Operadores Turísticos | 48 |
| Alquiler de vehículos de motor | 19 |
| Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales | 14 |
| Baños Árabes y Spas | 7 |
| Centros Comerciales | 3 |
| Cines | 1 |
| Campos de Golf | 1 |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

Haciendo una comparativa de la oferta de restauración y complementaria que ofrece la ciudad de Almería, respecto con Málaga y Cartagena, se obtienen los siguientes resultados:

- La oferta de restauración y oferta complementaria en Málaga es más amplia que en Almería, en términos absolutos, tan solo la ciudad de Almería cuenta con más establecimientos de alquiler de vehículos de motor y baños árabes y spas que Málaga. Estos datos muestran que la ciudad de Málaga es una gran competencia para Almería como destino cultural, de ocio, de compras y de golf.
- La oferta de restauración de Cartagena es algo superior que la de Almería, al igual que ocurre con oferta de ocio y deportes, así como la oferta cultural, mientras que en la oferta complementaria restante los resultados son similares.

| Establecimientos | Almería | Málaga | Cartagena |
|--|---------|--------|-----------|
| Establecimientos de bebidas, restaurantes y puestos de comida | 1.023 | 2.782 | 1.347 |
| Actividades recreativas, deportivas y de entretenimiento | 147 | 326 | 182 |
| Agencias de Viajes y Operadores Turísticos | 48 | 142 | 31 |
| Alquiler de vehículos de motor | 19 | 13 | - |
| Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales | 14 | 25 | 17 |
| Baños Árabes y Spas | 7 | 2 | 2 |
| Centros Comerciales | 3 | 7 | 2 |
| Cines | 2 | 5 | 2 |
| Campos de Golf | 1 | 2 | 1 |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía); Portal Estadístico de la Región de Murcia; Año 2017. Elaboración Propia.

• Recursos Turísticos

Almería cuenta con una importante cantidad de recursos, pero no todos pueden ser considerados producto turístico al no disponer de un grado de consolidación adecuado, así como una falta o inexistencia de coordinación entre organismos que gestionan estos recursos, que dificultan su visita y/o disfrute de los mismos.

Como ya se han analizado detalladamente en el vector de Cultura, solamente se hace una breve categorización de los mismos para argumentar la importante presencia y diversidad de los recursos turísticos de la ciudad de Almería.

“Almería cuenta con una importante cantidad y diversidad de recursos, pero no todos pueden ser considerados producto turístico”

- **Arte y Cultura**

○ **Almería Musulmana**



Calle de las Tiendas



**El Barrio del Aljibe
(Al-Hawd)**



La Alcazaba



**Muralla de Jayrán y
Cerro de San
Cristóbal**



Puerta de Purchena



La Medina

○ Almería Cristiana



Iglesia Convento
Compañía de María



Ermita de San Antón



Esclavas del
Santísimo
Sacramento



Iglesia Convento de
las Claras



Iglesia Convento de
las Puras



Iglesia de San Pedro



Iglesia de San Roque



Iglesia de San
Sebastián



Iglesia de Santiago



La Catedral



La iglesia de San
Juan (Antigua
Mezquita Mayor)



Real Hospital de
Santa María
Magdalena y Capilla



Santuario de la
Virgen del Mar

○ Almería entre siglos



Antigua Estación de Autobuses



Antiguo colegio de La Purísima



Casa Palacio de Juan Lirola (Diputación)



Casino Cultural



Círculo Mercantil y Teatro Cervantes



Escuela de Artes y Oficios Artísticos



Instituto Celia Viñas



Palacio de los Marqueses de Cabra



Palacio de los Vizcondes del Castillo de Almansa



Plaza Bendicho



Plaza Careaga



Plaza de la Constitución



Plaza de Toros



Puerta de Purchena y Paseo de Almería



Puerto y Parque Nicolás Salmerón



Teatro Apolo

○ Almería y la arquitectura del hierro



El Cable Inglés



Estación del Ferrocarril



Mercado Central

○ Museos y centros de exposiciones



Aljibes Árabes



Casa del poeta José Ángel Valente



Centro Andaluz de la Fotografía (C.A.F.)



Centro de Arte Museo de Almería



Centro de Interpretación Patrimonial



Centro de Documentación Juegos del Mediterráneo



La Casa del Cine



Los Refugios de la Guerra Civil



Museo de la Guitarra "Antonio de Torres"



Museo Arqueológico



Museo de Arte Doña Pakyta

○ **Estatuas y esculturas**



Almería al Educador



Bajorrelieve de San Valentín



Busto a Celia Viñas



Busto a Federico García Lorca



Busto a Maestro Richoly



Busto del Padre Ballarín



Donantes de Sangre



El Saludo



Estatua de Alfredo Kraus



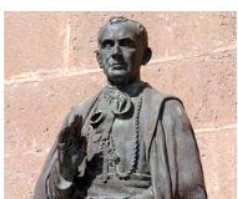
Estatua de John Lennon



Estatua de la Caridad



Estatua de Nicolás Salmerón



Estatua del beato Diego Ventaja



La Espera



Las Gárgolas



Monumento a la Tolerancia



Monumento a los mártires de la libertad



Enclave Arqueológico Puerta de Almería



Sagrado Corazón de Jesús

○ **Cine, teatros y espectáculos**



Cines Monumental



**Peña Flamenca
Antonio de Torres**



**Peña Flamenca El
Morato**



**Peña Flamenca El
Taranto**



Teatro Cervantes



Teatro Apolo

- **Naturaleza: Parque Natural Cabo de Gata**

El Parque Natural Cabo de Gata, localizado a tan solo 20 minutos de la capital, fue catalogado por la UNESCO como Reserva de la Biosfera Situado en el año 1987. Cabo de Gata se sitúa a lo largo de los municipios de Almería, Níjar y el extremo suroccidental de Carboneras, para descubrirlo existen 16 senderos diferentes con distintos niveles de dificultad.



- **Belleza y Salud**

En pleno casco histórico de la ciudad se puede disfrutar de dos Baños Árabes. Además, en la urbanización El Toyo, se emplaza un conjunto de hoteles que han apostado por el turismo de alta gama, los cuales están dotados de complejos de agua y spas, especialmente enfocados para el turismo deportivo y de salud.



- **Fiestas y Tradiciones**

○ **Carnaval**

Durante el carnaval se realizan diferentes tipos de eventos organizados para la población y sus visitantes como un concurso para la elección de Dios y Diosa del Carnaval, un pregón, conciertos, festivales infantiles, concursos musicales donde compiten diferentes comparsas, etc.

También se celebra el festival Friki Show en el Paseo de Almería, el cual se convierte en un circo de carnaval con espectáculos, ilusionismo, imitaciones, conciertos y desfiles de carnaval.

○ **Semana Santa**

Esta tradición comenzó a organizarse como Vía Crucis a principios del siglo XVI. Actualmente, la Carrera Oficial discurre por el Paseo de Almería, así como por la Plaza de la Catedral, punto por el que casi todos los pasos discurren en algún momento de su itinerario. Cabe destacar que la Semana Santa de Almería está declarada de Interés Turístico Nacional de Andalucía.

○ **Noche de San Juan**

Durante esta noche se programan distintos eventos en las 16 playas de la capital, de los cuales se puede disfrutar de un gran espectáculo de castillos de fuegos artificiales representativos de la ciudad, su cultura y tradición que se realizan en el conocido “Espigón de los Gatos”.

○ **Cruces de Mayo**

Esta festividad se conoce en Almería como “festividad de los Mayos” y se celebra durante la primera semana de ese mes y sus dos correspondientes fines de semana.

Los ciudadanos se reúnen en los puntos donde se colocan las Cruces de Mayo para visitarlas, los cuales están adaptados para que todos los visitantes disfruten de un ambiente festivo.

○ **Feria y Fiestas de Almería**

La Feria y Fiestas de Almería tienen lugar la segunda quincena de agosto, en honor a la Patrona de Almería, la Virgen del Mar. Durante varios días se realizan diversas actividades: deportivas, corridas de toros, la Feria del Mediodía y la Feria de la noche.

○ **Tradiciones Locales**

- Día del Patrón de San Esteban (26 de diciembre).
- Romería de Torregarcía (segundo domingo del año).
- La Virgen del Carmen (16 de julio).

- Playas



| | | | | | | | |
|----|-----------------------|--|--|----|------------------------|--|--|
| 1 | Costacabana | | | 2 | El Bobar | | |
| 3 | El Perdigal | | | 4 | El Toyo | | |
| 5 | La Almadraba de Monte | | | 6 | La Fabriquilla | | |
| 7 | La Garrofa | | | 8 | Las Amoladeras | | |
| 9 | Las Olas | | | 10 | Las Salinas de Cabo de | | |
| 11 | Nueva Almería | | | 12 | Retamar | | |
| 13 | San Miguel de Cabo de | | | 14 | San Telmo | | |
| 15 | Torregarcía | | | 16 | Zapillo | | |

Fuente: Guía de Playas del MITECO

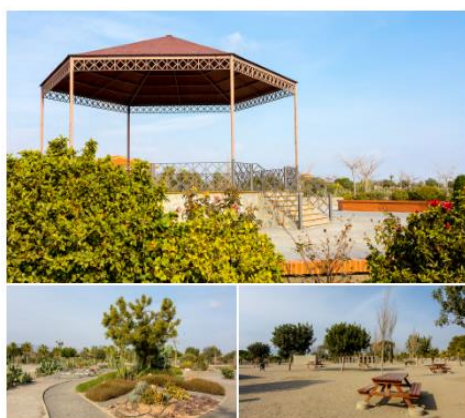
- **Parques**



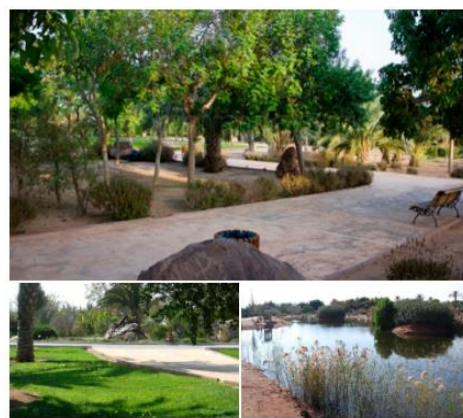
Parque de las Familias



Parque San Nicolás Salmerón



Parque Andarax



Parque Botánico el Boticario

- ***Campos de Golf: Alborán Golf***

Este campo de golf localizado en el Toyo fue calificado por los usuarios como decimosexto mejor campo de España por los usuarios en 2015.



- **Congresos**

La ciudad de Almería dispone de infraestructuras especialmente adaptadas a la organización de eventos y congresos y cadenas hoteleras de hasta cuatro estrellas, tanto en la ciudad como en el Toyo, con grandes salas para conferencias, spa y multitud de servicios junto al mar.

En el Toyo además se encuentra el Centro de Exposiciones y Congresos de Cabo de Gata, con capacidad de hasta cinco mil personas.



• **Rutas**

A continuación, se recogen las numerosas rutas que se pueden realizar por la ciudad de Almería, así como las rutas accesibles a disposición de personas con movilidad reducida.

- **Rutas por Almería**



Almería Burguesa



Almería Cristiana



Almería de cine



Panorámicas



Almería Musulmana



Cabo de Gata – Las Salinas



La Fachada Marítima y El Puerto



Los Millares



Los Refugios



Personajes y calles de Almería



Tapeando Almería



Visitas Teatralizadas y Especiales



Leyendas



La lonja



La Alcazaba



Centro Histórico

- **Rutas accesibles**

- **Almería por los Templos.** Recorrido a través de las plazas más emblemáticas del centro histórico de la ciudad y sus templos.
- **Centro Histórico de Almería.** Recorrido a través de algunas de las más pintorescas plazas del centro histórico de Almería.
- **Fachada Marítima y centro.** Recorrido desde la zona portuaria de la ciudad hasta la Puerta Purchena a través de monumentos, plazas y parques.
- **Jesús de Perceval.** Ruta dedicada al pintor y escultor almeriense que recorre algunas de sus obras en la ciudad de Almería.
- **La Ciudad Burguesa.** Recorrido que nos conduce a través de los edificios burgueses de la ciudad.
- **La Ciudad Burguesa y Moderna.** Recorrido por los edificios y plazas de la ciudad de construcción entre el XVIII y XIX.

- **Personal empleado en Hostelería y Restauración**

Como se ha mencionado en el análisis de empleo, en la ciudad de Almería predomina la contratación en el sector servicios, teniendo lugar el 75,4% de los contratos registrados en el sector servicios. Por tanto, en este apartado se ha analizado la incidencia de las contrataciones en los subsectores Hostelería y Restauración.



Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE). Año 2018. Elaboración Propia.

“La ciudad de Almería presenta una oferta elevada de restauración y otra oferta complementaria al turismo, lo que refuerza el hecho de que más del 20% de los contratos que se formalizaron en 2018 fueron en Hostelería y Restauración”

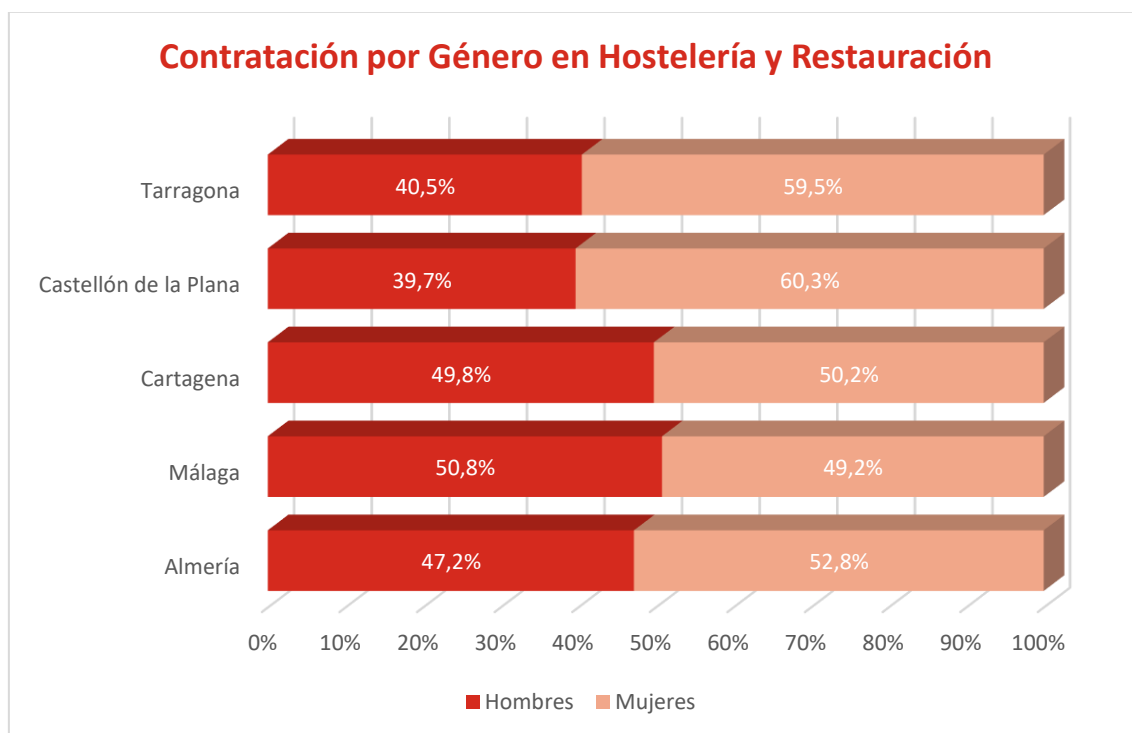
Como se puede observar en la tabla, el 20,7% de los contratos que se han realizado en el último año en la ciudad de Almería han sido en Hostelería y Restauración, valor

levemente superior al registrado en la ciudad de Málaga y, superior al de las ciudades del arco Mediterráneo. Por lo que el sector turístico tiene una gran incidencia en el empleo en la ciudad de Almería.

| % Contratos en Hostelería y Restauración respecto al total | | | | |
|--|--------|-----------|-----------------------|-----------|
| Almería | Málaga | Cartagena | Castellón de la Plana | Tarragona |
| 20,7% | 20,5% | 18,4% | 19,1% | 12,5% |

Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE). Año 2018. Elaboración Propia.

Por género, se puede ver como en el sector Hostelería y Restauración existe paridad en la contratación, concretamente, en Cartagena y Málaga, mientras que, en Almería, al igual que ocurre en Tarragona y Castellón, el porcentaje de mujeres contratadas en este sector es mayor que el de hombres.



Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE). Año 2018. Elaboración Propia.

3.2.1.2. Conectividad

El análisis de la conectividad de la ciudad de Almería se ha realizado a partir de la información recogida en el Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería, así como en el propio vector de Movilidad e Infraestructuras. A este respecto, solo se exponen

aquellos aspectos que afectan muy directamente al sector turístico y que son claves para la llegada del turista al Destino y su movilidad en el mismo.

- **Transporte por carretera**

La ciudad de Almería cuenta con una buena conectividad terrestre por carretera, favoreciendo la llegada de flujos turísticos del mercado nacional, y en especial de Andalucía y el Levante. Las carreteras más importantes para acceder a la ciudad son la autovía A-4 que une Almería con Madrid, así como la A-7 y la A-92 que unen la ciudad con Sevilla y Málaga.

| Conexión por carretera | | | |
|------------------------|--------|-----------|--------|
| Madrid | 545 km | Barcelona | 790 km |
| Sevilla | 407 km | Valencia | 430 km |
| Málaga | 219 km | Bilbao | 937 km |
| Granada | 161 km | Murcia | 205 km |

Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería.

- **Transporte ferroviario**

Almería presenta deficiencias en transporte ferroviario, con una evidente lentitud en trayectos a ciudades cercanas como Granada, o la inexistencia de conexiones con ciudades como Málaga y Murcia, destinos de gran interés dada su cercanía y afluencia de turistas, especialmente desde Málaga.

Por otro lado, aunque las licitaciones del AVE entre Almería y Murcia ya están adjudicadas y su previsión de llegada es en 2023, la falta de una red ferroviaria de alta velocidad actualmente, perjudica la afluencia de turistas, tanto por razones de tiempo como económicas. De hecho, uno de los asuntos tratados en las mesas de trabajo en el vector Turismo, ha rondado sobre esta temática, declarando algunos participantes la conveniencia de disponer de una comunicación de tren más rápida, antes incluso, de la llegada del AVE.

| Conexión por tren | | | |
|-------------------|---------------|-----------|---------------|
| Madrid | 6h 08min | Barcelona | 12h 25min |
| Sevilla | 5h 44min | Valencia | 8h 27min |
| Málaga | No disponible | Bilbao | 13h 41min |
| Granada | 2h 27min | Murcia | No disponible |

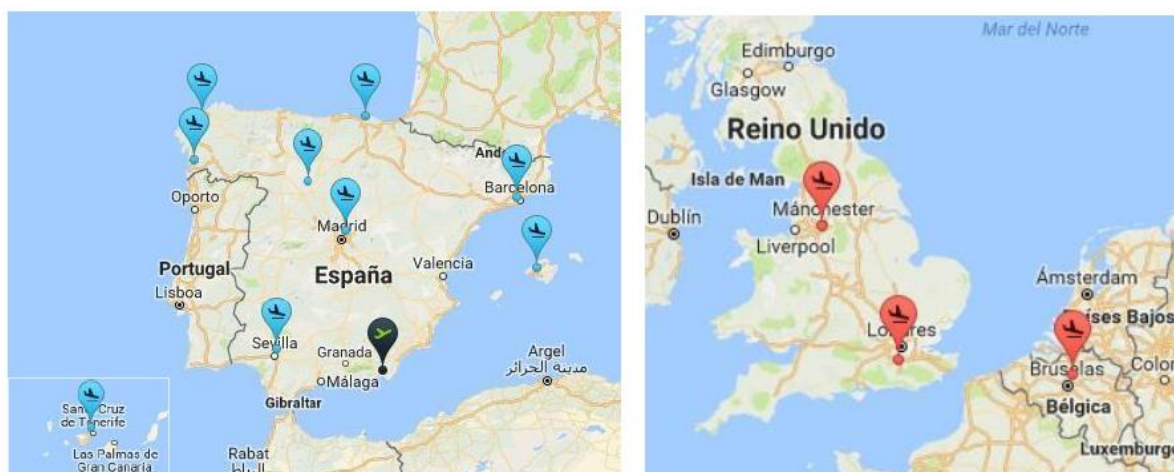
Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería.

“La falta de una red ferroviaria de alta velocidad actualmente, perjudica la afluencia de turistas”

- **Transporte aéreo**

Debido a la ausencia de un tren de alta velocidad, el aeropuerto de Almería es la principal puerta de entrada de turistas internacionales. En 2018, el aeropuerto de Almería registró 992.043 pasajeros, 11.946 movimientos de aeronaves y 9 toneladas de carga y según el Plan Director del Aeropuerto, éste tiene capacidad de soportar el doble de tráfico actual, lo que supondría un acicate importante para el sector turístico.

De forma regular, dispone de conexión directa con doce aeropuertos, nueve nacionales y tres internacionales, dos de ellos de Reino Unido. Sin embargo, existe un bajo número y frecuencia de conexiones aéreas nacionales e internacionales durante la época no estival, lo que supone un obstáculo para el desarrollo turístico de la ciudad.



Mapa de Conexiones Aéreas desde el Aeropuerto de Almería. Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería.



Mapa de Conexiones Regulares del Aeropuerto de Almería en Época Invernal. Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería.

La frecuencia de los vuelos que conectan la ciudad de Almería con otros aeropuertos explica el perfil de los turistas que recibe la misma, siendo los turistas internacionales principalmente británicos.

A nivel nacional, se puede observar como Madrid, Barcelona y Sevilla tienen 6 o más conexiones semanales, mientras que las conexiones el resto de ciudades de la península tan solo son de 1 día a la semana, lo que dificulta la llegada de turistas procedentes de ciudades del norte del España, principalmente.



Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería.

A map of Europe with 15 cities marked by colored dots. Green dots are located in the UK and Ireland (Edinburgh, Glasgow, Newcastle, Dublin, Manchester, Liverpool, Birmingham, London, Bristol, Cardiff). Orange dots are in Central and Southern Europe (Edimburgo, Hamburgo, Amsterdam, Dusseldorf, Bruselas, Luxemburgo, Múnic, París, Barcelona, Palma, Sevilla, Almería). Red dots are in Northern and Eastern Europe (Estocolmo, Gotemburgo, Billund, Copenhague, Praga, Moscú). The map also shows country names like Reino Unido, Francia, España, Alemania, Polonia, Italia, and others, along with major bodies of water like the Atlantic Ocean and the Mediterranean Sea.

“El Aeropuerto de Almería tiene mucha menos conectividad que otros aeropuertos de ciudades turísticas como Málaga, pero tiene la capacidad de soportar el doble de tráfico actual, lo que supondría un acicate importante para el sector turístico”

- **Transporte marítimo**

El Puerto de Almería está integrado en la ciudad y los pasajeros pueden pasear en pocos minutos hasta el centro histórico, así como los accesos a la autovía son cortos y rápidos. Además, se disponen de amplios espacios para la operativa de autobuses lo que facilita los traslados.

Actualmente, el Puerto de Almería está conectada a través de líneas regulares con Melilla, Marruecos y Argelia, a través de la compañía Transmediterránea. Estas líneas suponen la mayor parte del tráfico de pasajeros del puerto.

En el año 2018, arribaron a Almería cerca de 29.000 cruceristas, casi un 11% más que el año anterior. El atraque de cruceros, en el nuevo Proyecto Puerto-Ciudad, será remodelado y reubicado en una zona más atractiva y accesible y se ha desarrollado un Club de Producto de Cruceros que aglutina al Puerto, la Fundación Bahía Almeriport, el Patronato de Turismo, el Ayuntamiento y las empresas receptoras que ofertan sus excursiones, que trata de mejorar las condiciones y atractivos para que los cruceros hagan más escalas en Almería, un aspecto crucial para una mejor explotación turística de la ciudad.

“Entre el Puerto y otros agentes del sector, se ha desarrollado un Club de Producto de Cruceros que trata de mejorar las condiciones y atractivos para que los cruceros hagan más escalas en Almería”

Pero igualmente, el Puerto de Almería está configurado como un espacio cerrado, bloqueando la integración con el casco urbano y afectando a la visión costera de la ciudad, por lo que se está trabajando en un proyecto de mejora e integración denominado “Puerto-Ciudad”.

Este proyecto tiene el objetivo de solventar la falta de integración física y permitir un mayor tránsito turístico en la ciudad. Este proyecto mejorará la conexión de la Rambla y el Muelle de Levante a través de un parque elevado, se reconvertirá el Cable Francés en espacio de paseo con la posibilidad de realizar en su entorno una zona de baños de agua salada, se realizará una playa urbana entre el Muelle de Levante y el Club de Mar, se ampliará el Puerto Deportivo y se incluirá un nuevo atraque de cruceros de 500 metros, entre otras mejoras, que ayudarán a mejorar el carácter turístico-costero de la ciudad.

“El Puerto de Almería está configurado como un espacio cerrado, bloqueando la integración con el casco urbano y afectando a la visión costera de la ciudad, por lo que se está trabajando en un proyecto de mejora e integración denominado “Puerto-Ciudad”

- **Transporte dentro del T.M.**

Aunque se analiza en mayor profundidad en el vector correspondiente a movilidad e infraestructuras, se ha de señalar que el transporte urbano e interurbano necesita un rediseño y adaptación también a la demanda turística y sus principales destinos dentro

del T.M. y de la provincia. Uno de los principales destinos es el Parque Natural del Cabo de Gata, que no cuenta con muchas alternativas sostenibles de comunicación, fundamentalmente en verano, que es cuando tiene la mayor presión.

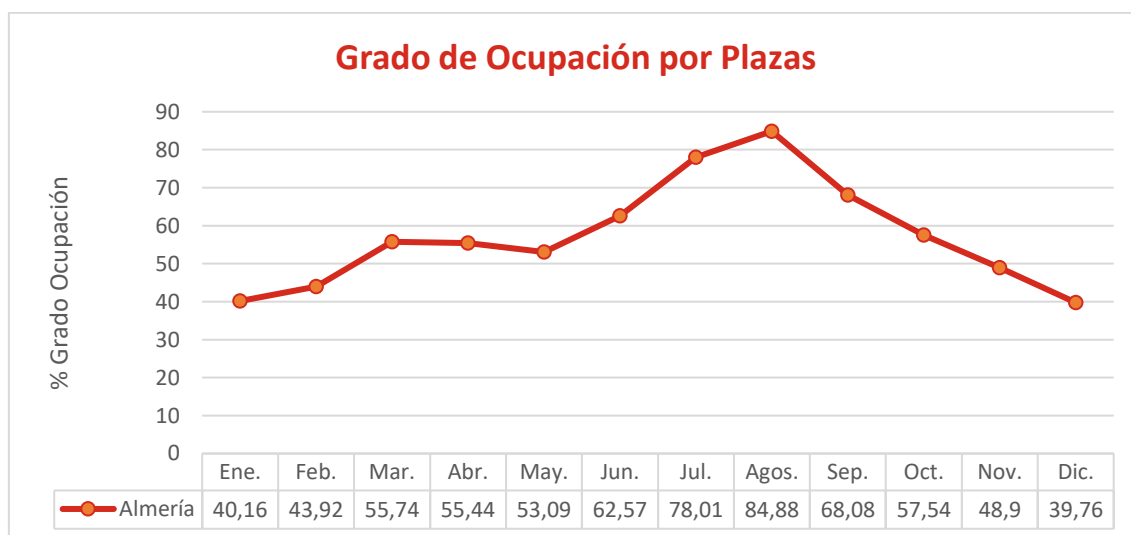
Por ello, resulta necesario abordar un análisis de nuevos modos de transporte, una adaptación de las rutas de transporte público a las matrices origen/destino, una mejora de las frecuencias y de la conectividad entre los distintos destinos dentro del propio T.M. y con el resto la provincia, fundamentalmente para resolver la demanda entorno al Parque Natural. Este destino supera el ámbito municipal, por lo que sería competencia de la Junta de Andalucía abordar un Plan de Movilidad Sostenible del Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, además de completar la red ciclista por la costa, tal y como establece el Plan Andaluz de la bicicleta. En definitiva, se requiere un análisis profundo de la movilidad urbana sostenible también desde el punto de vista turístico. Además, el perfil de turista en Almería, como se verá en los apartados siguientes, es muy proclive a estos modos y además pueden resultar un nuevo acicate para impulsar el sector.

3.2.1.3. Demanda Turística en la Ciudad de Almería

En los siguientes gráficos y tablas se destacan las principales cifras turísticas en la ciudad de Almería.

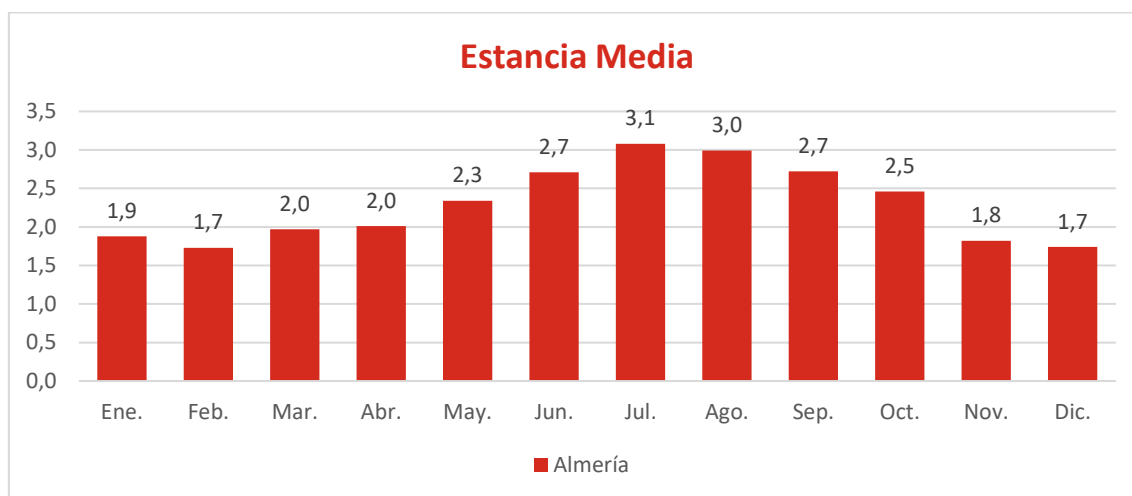
- **Grado de Ocupación Hotelera y Estancia Media**

Como se puede observar en el gráfico inferior, la ciudad de Almería sufre una fuerte estacionalidad, siendo julio y agosto los meses que mayor grado de ocupación por plazas presentan. Sin embargo, en noviembre, diciembre, enero y febrero, el grado de ocupación es inferior al 50%.



INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Año 2018. Elaboración Propia.

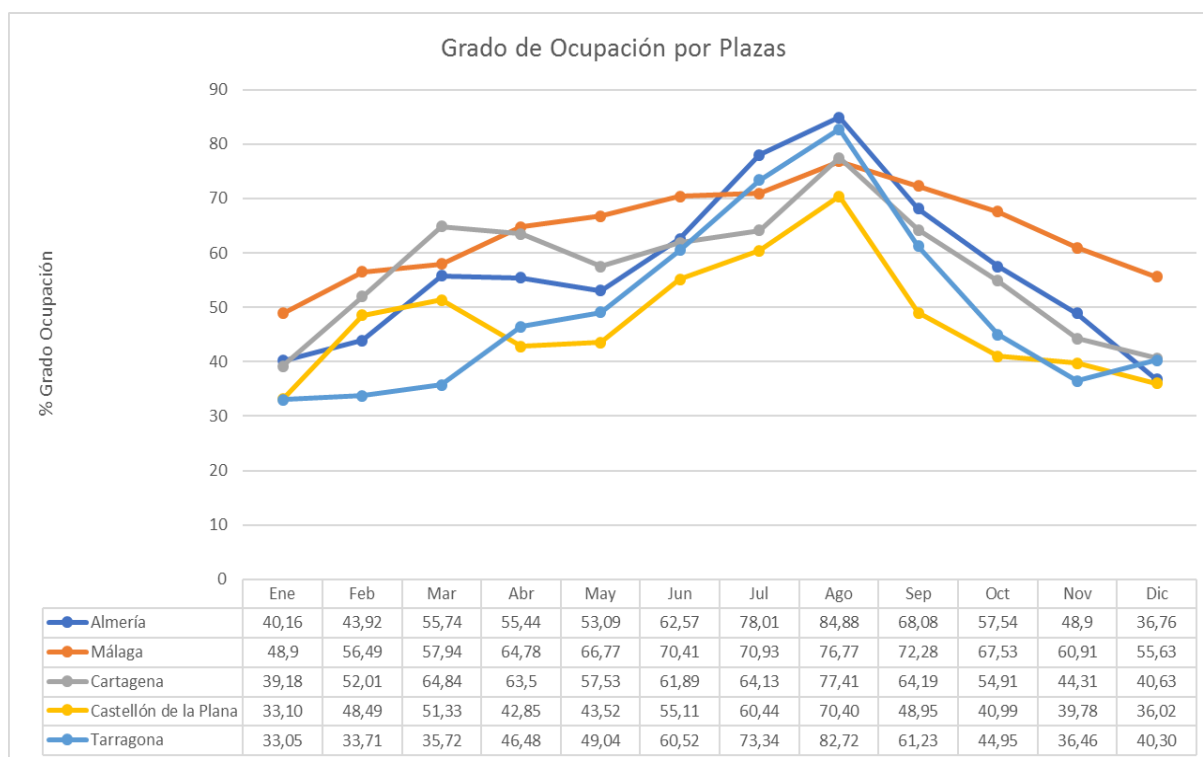
Respecto a la estancia media en la ciudad de Almería, ésta es de 2,3 días, lo que indica claramente un perfil de turismo cultural o de city break.



Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

“La ciudad de Almería sufre una fuerte estacionalidad y con una estancia media baja, que, en este caso, indica un perfil de turismo cultural o de city break”

Respecto a la fuerte estacionalidad de Almería, las ciudades del arco Mediterráneo presentan una tendencia similar a la de Almería. En el lado opuesto, se encuentra la ciudad de Málaga, la cual tiene un grado de ocupación prácticamente constante desde el mes de abril hasta noviembre, siendo los meses de mayor ocupación hotelera desde junio hasta septiembre.



INE. Encuesta de Ocupación Hotelera. Año 2018. Elaboración Propia.

Respecto a la estancia media, en la ciudad de Almería es de 2,29 días, estando por encima de Málaga (1,92 días), Tarragona (1,79 días) y Castellón de la Plana (2,01), sin embargo, se encuentra por debajo de Cartagena (3,65 días).

| Estancia Media | | | | |
|----------------|--------|-----------|-----------------------|-----------|
| Almería | Málaga | Cartagena | Castellón de la Plana | Tarragona |
| 2,29 | 1,92 | 3,65 | 2,01 | 1,79 |

Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

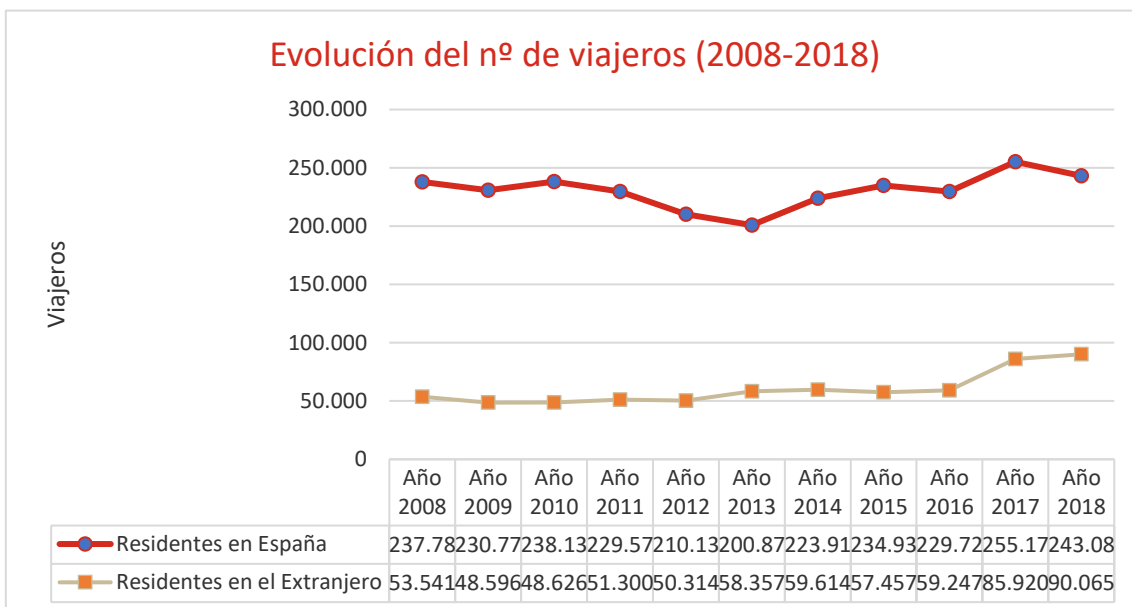
- **Viajeros**

En el año 2018, la ciudad de Almería recibió un total de 333.151 viajeros, lo que supone un 14,4% más que hace diez años, aunque este incremento está por debajo de la media de la provincia de Almería y de Andalucía.

| Evolución del nº de viajeros en los últimos 10 años | | | |
|---|------------|------------|------------------------------------|
| | Año 2008 | Año 2018 | Variación año 2018 respecto a 2008 |
| Andalucía | 15.769.339 | 18.776.684 | + 19,1% |
| Almería (Provincia) | 1.296.727 | 1.496.634 | +15,4% |
| Almería (Ciudad) | 291.321 | 333.151 | +14,4% |

Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Elaboración Propia.

El 73% de estos viajeros son españoles, frente al 27% que son viajeros extranjeros, por lo que nos encontramos ante una ciudad en la que predomina el turismo nacional, aunque cabe mencionar que desde el año 2008 hasta ahora el número de viajeros extranjeros ha aumentado un 68,2%, mientras que el número de viajeros nacionales tan solo se ha visto incrementado un 2,2%.



Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Elaboración Propia.

“Almería ciudad todavía no está posicionada como Destino Turístico consolidado en Andalucía y, aunque ha ido aumentando el número de viajeros de manera paulatina en los últimos 10 años, lo está haciendo por debajo de las medias provincial y regional”

A continuación, se ha analizado el número de viajeros por puntos turísticos de Andalucía en el año 2018, obteniéndose que la ciudad de Almería recibió el 4,48% de los viajeros del total de puntos turísticos de Andalucía.

Por nacionalidad, la ciudad de Almería es el punto turístico de Andalucía que recibió un mayor porcentaje de viajeros nacionales (72,97%) y menos viajeros extranjeros (27,03%).

| Puntos Turísticos | Viajeros | | Viajeros españoles | | Viajeros extranjeros | |
|-------------------|-----------|--------|--------------------|--------|----------------------|--------|
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Almería | 333.151 | 4,48% | 243.086 | 72,97% | 90.065 | 27,03% |
| Cádiz | 234.361 | 3,15% | 136.503 | 58,24% | 97.858 | 41,76% |
| Córdoba | 959.650 | 12,92% | 515.168 | 53,68% | 444.482 | 46,32% |
| Granada | 1.865.652 | 25,11% | 859.551 | 46,07% | 1.006.100 | 53,93% |

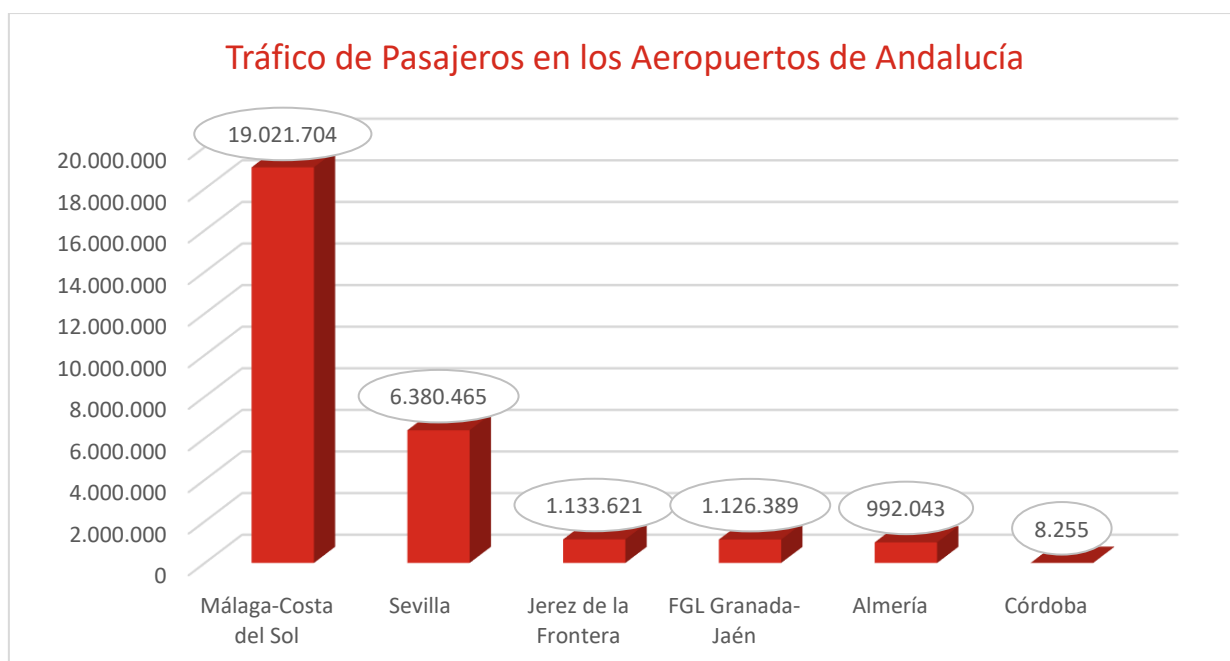
| | | | | | | |
|--------------|------------------|----------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| Málaga | 1.368.924 | 18,43% | 525.834 | 38,41% | 843.090 | 61,59% |
| Sevilla | 2.667.564 | 35,91% | 1.139.032 | 42,70% | 1.528.532 | 57,30% |
| TOTAL | 7.429.302 | 100,00% | 3.419.174 | 46,02% | 4.010.127 | 53,98% |

Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

Respecto a los **viajeros que llegaron a Almería en avión** en el año 2018, se registraron un total de 992.043 viajeros, lo que supone un descenso del 1,5% respecto al año 2017. Como se puede observar en la tabla inferior, Almería es la segunda ciudad de Andalucía, que cuenta con aeropuerto, que recibe menor número de viajeros a través de este medio.

| Aeropuerto | Pasajeros | Var. 2018 respecto a 2017 |
|----------------------|------------|---------------------------|
| Almería | 992.043 | -1,5% |
| Córdoba | 8.255 | 2,4% |
| FGL Granada-Jaén | 1.126.389 | 24,9% |
| Jerez de la Frontera | 1.133.621 | 8,3% |
| Málaga-Costa del Sol | 19.021.704 | 2,1% |
| Sevilla | 6.380.465 | 24,9% |

AENA. Año 2018. Elaboración propia.



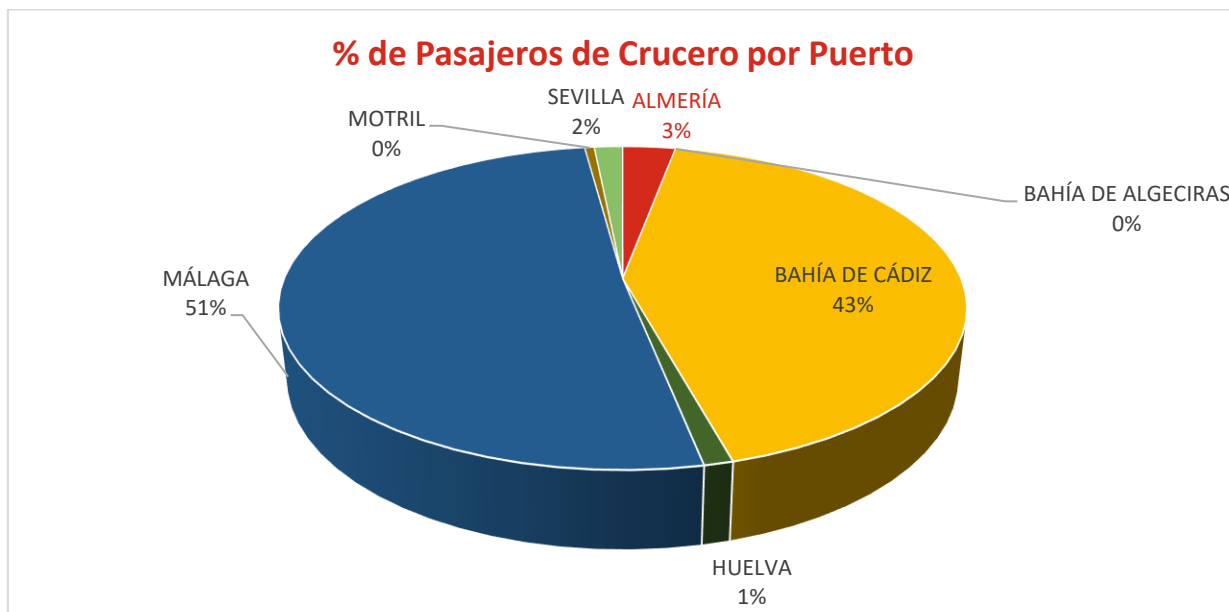
AENA. Año 2018. Elaboración propia.

En cuanto al número de **pasajeros de cruceros** acumulados desde enero de 2018 en los diferentes puertos de Andalucía, se obtiene el puerto de Almería ha recibido un 13,12% de pasajeros de cruceros más que en el año 2017, siendo el tercer puerto que más ha aumentado su número de pasajeros de cruceros, por detrás de Huelva (+81,36%) y Motril (+32,66%).

| PASAJEROS DE CRUCERO | | | | | |
|----------------------|---------------|---------------|-----------------------|----------------|-------------|
| Autoridad Portuaria | Mes diciembre | | Acumulado desde enero | | |
| | 2017 | 2018 | 2017 | 2018 | Var. (%) |
| Almería | 1.053 | 581 | 25.975 | 29.384 | 13,12 |
| Bahía de Algeciras | 0 | 0 | 381 | 0 | -100,00 |
| Bahía de Cádiz | 26.361 | 24.942 | 387.109 | 424.900 | 9,76 |
| Huelva | 0 | 0 | 6.359 | 11.533 | 81,36 |
| Málaga | 20.622 | 21.191 | 509.644 | 507.421 | -0,44 |
| Motril | 0 | 0 | 4.005 | 5.313 | 32,66 |
| Sevilla | 433 | 522 | 23.916 | 15.813 | -33,88 |
| TOTAL | 48.469 | 47.236 | 957.389 | 994.364 | 3,86 |

Puertos del Estado. Ministerio de Fomento. Elaboración propia.

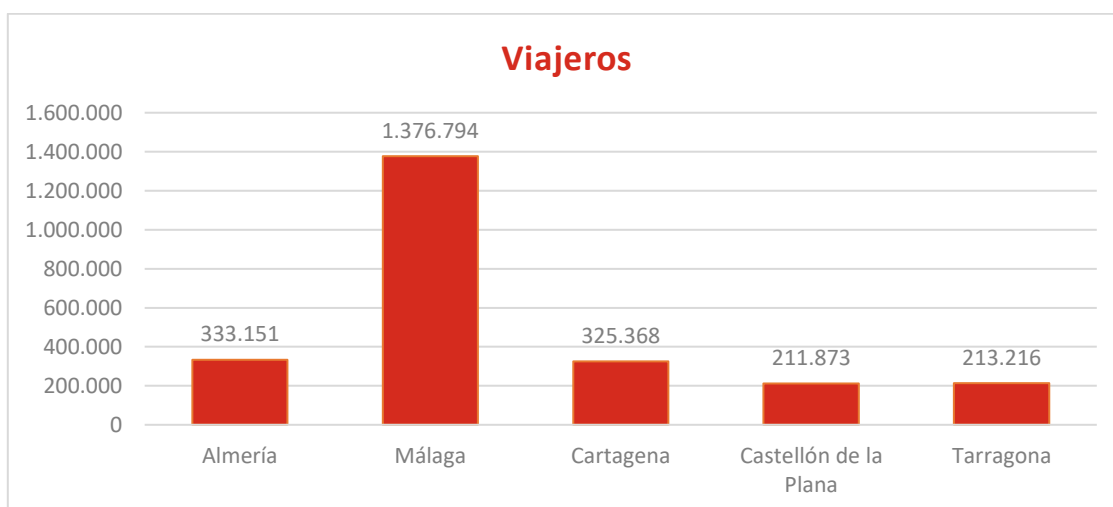
Tras analizar el porcentaje de pasajeros de cruceros recibidos en cada puerto respecto al total de pasajeros en Andalucía, se obtiene que el Puerto de Almería tan solo recibió en el último año el 3% de los pasajeros de cruceros de Andalucía, llegando éstos principalmente a los puertos de Málaga (51%) y la Bahía de Cádiz (42,7%).



Puertos del Estado. Ministerio de Fomento. Elaboración propia.

“Aunque que el Puerto de Almería tan solo recibió en el último año el 3% de los pasajeros de cruceros de Andalucía, ha sido el tercer puerto andaluz que más ha aumentado su número de pasajeros de cruceros”

Haciendo un análisis comparativo por ciudades que pueden ser referencia, tal y como se puede ver en el gráfico, la ciudad de Málaga es la que ha registrado mayor número de viajeros en el año 2018. En el caso de Almería y Cartagena, la cantidad de viajeros recibidos es similar, mientras que Castellón de la Plana y Tarragona fueron las ciudades que menos viajeros recibieron respecto a las demás.



Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

Haciendo una comparativa según el número y porcentaje de viajeros recibidos a cada ciudad distinguiendo en españoles y extranjeros, como se recoge en la tabla inferior, excepto en Málaga, las demás ciudades reciben más turistas nacionales que extranjeros, aunque en el caso de Tarragona el porcentaje de turistas españoles es más bajo que en Almería, Cartagena y Castellón de la Plana, mientras que aumenta el porcentaje de viajeros extranjeros.

| Viajeros | | | | | |
|-----------------------|-----------|---------|-------------|---------|-----------|
| Territorio | Españoles | | Extranjeros | | Total |
| | V. Abs. | V. Rel. | V. Abs. | V. Rel. | V. Abs. |
| Almería | 243.086 | 72,97% | 90.065 | 27,03% | 333.151 |
| Málaga | 525.367 | 38,16% | 851.427 | 61,8% | 1.376.794 |
| Cartagena | 240.282 | 73,85% | 85.086 | 26,2% | 325.368 |
| Castellón de la Plana | 157.551 | 74,36% | 54.322 | 25,6% | 211.873 |
| Tarragona | 126.489 | 59,32% | 86.727 | 40,7% | 213.216 |

Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

- **Pernoctaciones**

Respecto a la evolución del número de pernoctaciones en los últimos diez años, cabe destacar que, en la ciudad de Almería, éstas han aumentado un 33,8%, superando la media de Andalucía 10,3 puntos porcentuales, y la provincial 7,35 puntos porcentuales.

| Evolución del nº de pernoctaciones en los últimos 10 años | | | |
|---|------------|------------|------------------------------------|
| | Año 2013 | Año 2018 | Variación año 2018 respecto a 2013 |
| Andalucía | 43.061.934 | 53.201.407 | + 23,5% |
| Almería (Provincia) | 4.413.893 | 5.581.610 | +26,45% |
| Almería (Ciudad) | 641.072 | 857.791 | +33,8% |

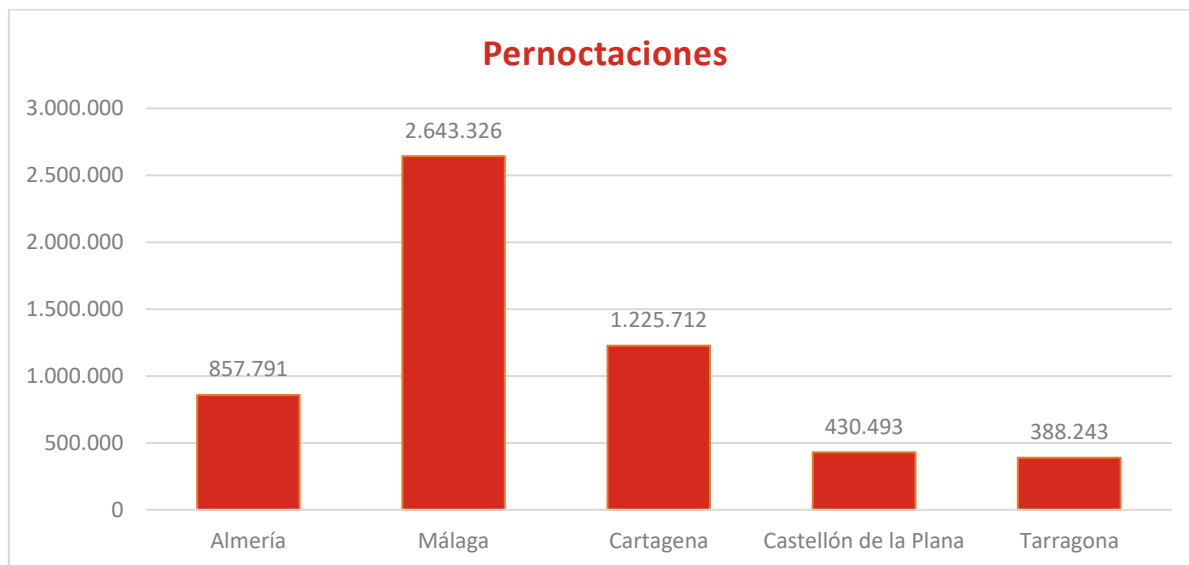
Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Elaboración Propia.

Tras analizar el número de pernoctaciones en cada punto turístico de Andalucía, se puede observar que las pernoctaciones que han tenido lugar en la ciudad de Almería tan solo representan el 5,9%, de las cuales el 66,8% son pernoctaciones realizadas por españoles y el 33,2% por extranjeros.

| Puntos Turísticos | Pernoctaciones | | Pernoctaciones españoles | | Pernoctaciones extranjeros | |
|-------------------|-------------------|---------------|--------------------------|--------------|----------------------------|--------------|
| | Nº | % | Nº | % | Nº | % |
| Almería | 857.791 | 5,9% | 572.838 | 66,8% | 284.952 | 33,2% |
| Cádiz | 571.625 | 3,9% | 327.981 | 57,4% | 243.644 | 42,6% |
| Córdoba | 1.572.488 | 10,8% | 899.153 | 57,2% | 673.335 | 42,8% |
| Granada | 3.359.447 | 23,1% | 1.570.185 | 46,7% | 1.789.262 | 53,3% |
| Málaga | 2.635.200 | 18,2% | 924.711 | 35,1% | 1.710.489 | 64,9% |
| Sevilla | 5.519.653 | 38,0% | 2.060.382 | 37,3% | 3.459.270 | 62,7% |
| TOTAL | 14.516.202 | 100,0% | 6.355.251 | 43,8% | 8.160.952 | 56,2% |

Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

Haciendo una comparativa de las pernoctaciones con ciudades referencia, la ciudad de Málaga es la que mayor número pernoctaciones recibió en el año 2018, con 2,6 millones de pernoctaciones. En segundo lugar, se encuentra Cartagena (1,2 millones), mientras que la ciudad de Almería recibió casi 860.000 pernoctaciones, valor por encima de Castellón de la Plana y Tarragona.



Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

Según procedencia, se obtiene la misma tendencia que con los viajeros, de manera que excepto Málaga, el porcentaje de pernoctaciones de españoles es superior a las de extranjeros en todas las ciudades comparadas.

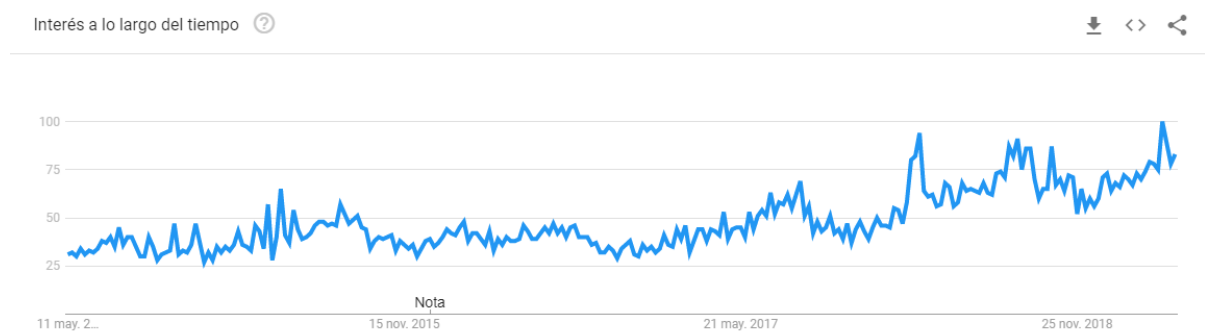
| Pernoctaciones | | | | | |
|-----------------------|-----------|---------|-------------|---------|-----------|
| | Españoles | | Extranjeros | | Total |
| | V. Abs. | V. Rel. | V. Abs. | V. Rel. | V. Abs. |
| Almería | 572.839 | 66,78% | 284.952 | 33,2% | 857.791 |
| Málaga | 923.564 | 34,94% | 1.719.762 | 65,1% | 2.643.326 |
| Cartagena | 901.328 | 73,54% | 324.384 | 26,5% | 1.225.712 |
| Castellón de la Plana | 311.608 | 72,38% | 118.885 | 27,6% | 430.493 |
| Tarragona | 222.821 | 57,39% | 165.422 | 42,6% | 388.243 |

Encuesta de Ocupación Hotelera por Puntos Turísticos. Año 2018. Elaboración Propia.

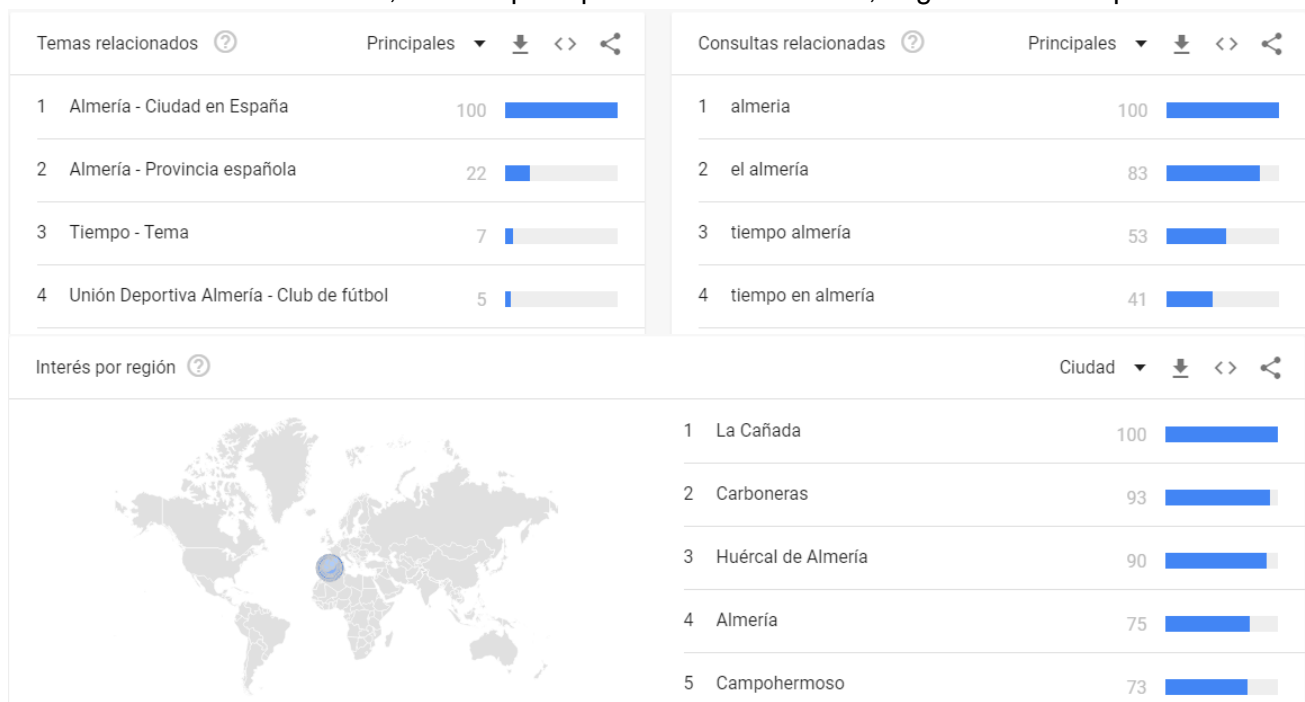
• Búsquedas en Internet

Antes de elegir un destino, los turistas suelen realizar búsquedas en internet para informarse sobre el mismo, por tanto, se ha realizado un análisis comparativo de diferentes términos en la herramienta Google Trends para comprobar el grado de posicionamiento que Almería tiene en la web respecto a otras ciudades como Málaga y Cartagena.

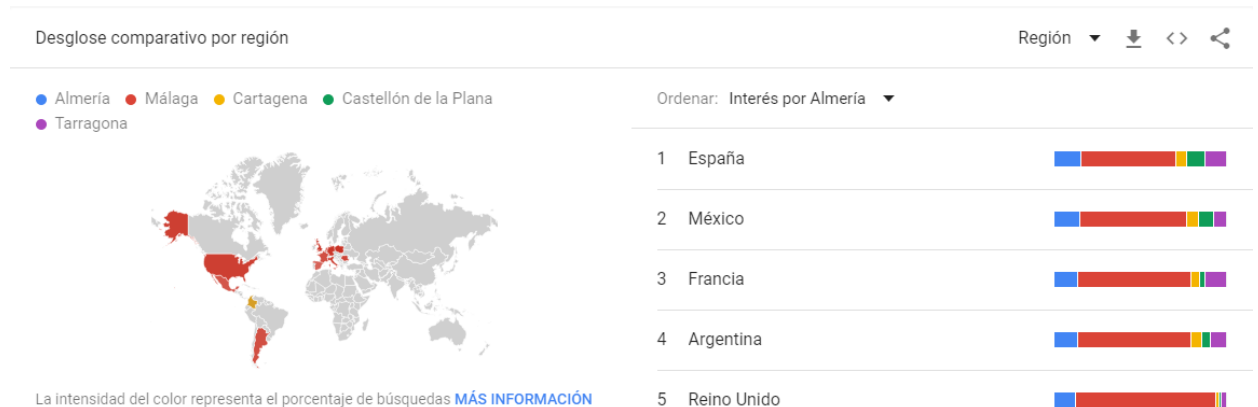
Como se puede observar en el gráfico inferior, el interés de la búsqueda “Almería”, a nivel mundial, ha aumentado en los últimos 5 años, siendo España donde más búsquedas de este término se realiza. Mientras que, a nivel de ciudad, tienen lugar más búsquedas de este término en La Cañada, Carboneras y Huércal de Almería.



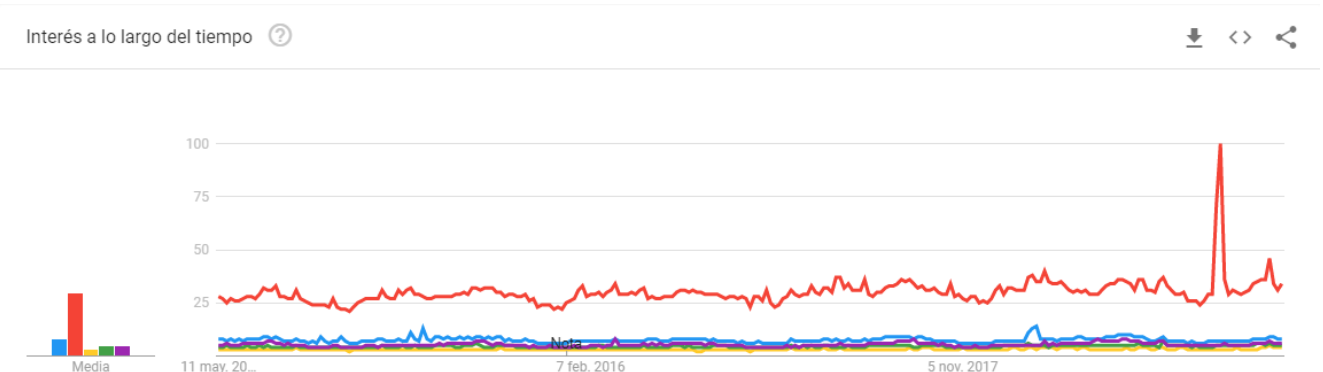
El principal tema relacionado con la búsqueda de la palabra “Almería” es “Almería – Ciudad en España” seguido de “Almería – Provincia Española”. En cuanto a las consultas relacionadas, se trata principalmente de la ciudad, seguidas del tiempo.



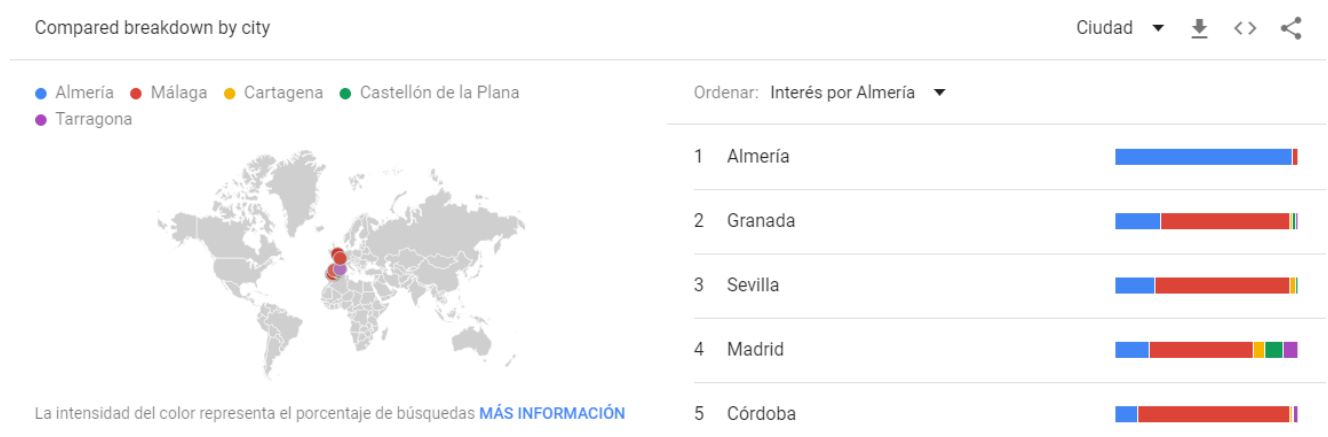
Si comparamos la búsqueda de “Almería” con “Málaga”, “Cartagena”, “Castellón de la Plana” y “Tarragona” a nivel mundial, en los últimos cinco años, como se puede observar en el gráfico adjunto, la media de búsquedas de Málaga es muy superior a la de las demás ciudades, mientras que la media de Almería está por encima de la de Cartagena, Castellón de la Plana y Tarragona.



A continuación, se puede ver que los países que mayor número de búsquedas hacen de estas ciudades son España, México, Francia, Argentina y Reino Unido, predominando las búsquedas de “Málaga” frente a “Almería” y siendo la búsqueda de “Almería” realizada más veces que “Cartagena”, “Castellón de la Plana” y “Tarragona”.



Mientras que, por ciudades españolas, las cinco primeras son Almería, Granada, Sevilla, Madrid y Córdoba. Como se puede observar, excepto los ciudadanos de Almería, los de las demás ciudades buscan “Málaga” más veces que “Almería”.



Tras realizar este análisis de búsquedas en la web a nivel mundial, se obtiene que Almería recibe menos búsquedas que Málaga, pero más búsquedas que las ciudades de arco Mediterráneo. En cuanto a la procedencia de las personas que buscan Almería en internet, nos encontramos a personas de la misma ciudad, así como de municipios de la provincia de Almería, los cuales quieren buscar información de la ciudad y el tiempo que va a hacer en misma.

- **Tendencias en el Sector Turístico**

El turismo, al ser un sector de “experiencias”, está mostrando nuevas tendencias continuamente y el turismo de Almería debe estar al tanto de las mismas. Las principales tendencias que se están dando en el turismo actual son:

- **Turismo de aventuras:** Han aumentado los turistas que buscan tours y actividades durante varios días. Al buscar viajar, quieren un viaje con todas las excursiones ya planificadas. Muchos buscan experiencias fuertes, sentir la adrenalina en el cuerpo, de esta forma se han fomentado distintas actividades: navegación, buceo, salto en paracaídas, surf, padelsurf, etc.

Los turistas cada vez buscan más **experiencias únicas**, algo que no hayan realizado nunca, es muy común entre los Millennials.

- **Tours Ecológicos:** Los turistas buscan la educación e información de cómo proteger el futuro. El contacto con la naturaleza, con los animales y aprender de ello llama mucho la atención a gran porcentaje del turismo.
- **Experiencias locales:** Trata de conocer más profundamente la cultura local de la ciudad que se está visitando, para ello, se realizan las actividades que realizaría un habitante de dicha localidad. Hay empresas como Airbnb experience que ofrecen a los turistas que puedan reservar una experiencia local con un nativo del destino elegido, de tal manera que visitarán los rincones de la ciudad que a ese nativo le gusta visitar y comerán en los bares /restaurantes donde ellos lo hacen.
- **Turismo enológico y gastronómico:** Es una gran excusa de los viajeros actualmente de elegir destinos turísticos por la curiosidad de probar la cocina típica de ese país o esa ciudad, y así descubrir los rincones de esos países.
- **Astroturismo:** Se trata de un viaje por las estrellas. Son destinos turísticos con unas condiciones inmejorables para observar las estrellas y disfrutar de la noche.

Especialmente en España han surgido nuevas tipologías de turismo que se están consolidando:

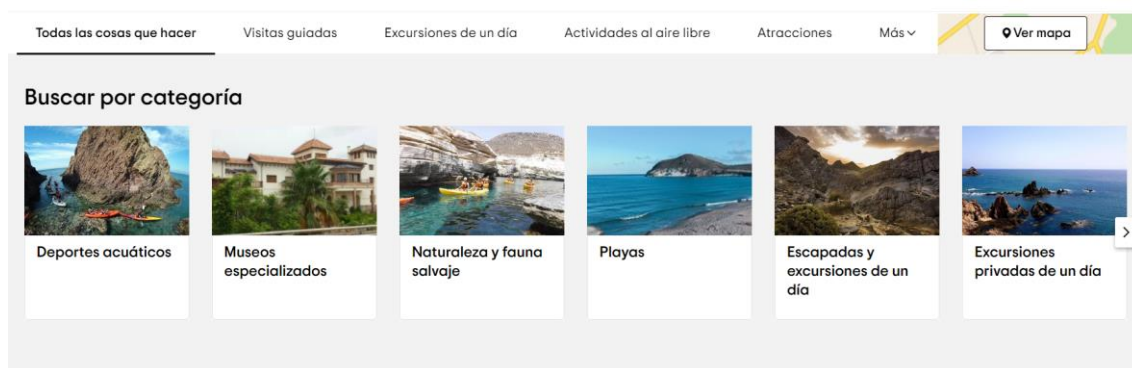
- **Turismo urbano:** Son escapadas de entre 3 y 5 días a ciudades con algún tipo de atractivo.
- **Turismo musical:** Viajes cuyo objetivo es disfrutar de la música. Cada vez existen más festivales de música tanto en España como en el mundo, donde

puedes conocer la ciudad donde se celebran, conocer gente nueva y disfrutar con tus amigos de la música que más te gusta.

- **Mindful Travel:** Destinos turísticos elegidos en base a su gastronomía y a su contacto cercano con la naturaleza.
- **Turismo de salud:** Los destinos son elegidos por cuestiones de salud y buscando el bienestar. Se trata de viajes cortos programados por el motivo real de tener que asistir a alguna cita médica, revisión, prueba, etc. Pero debido a esa excusa aprovechan para visitar la ciudad.
- **Turismo de cine:** En la actualidad está muy de moda las series de televisión y sagas de películas, todo ello ha sido detonante de este tipo de turismo. La tendencia es elegir los destinos donde han sido grabadas las escenas de películas o series y revivirlas.

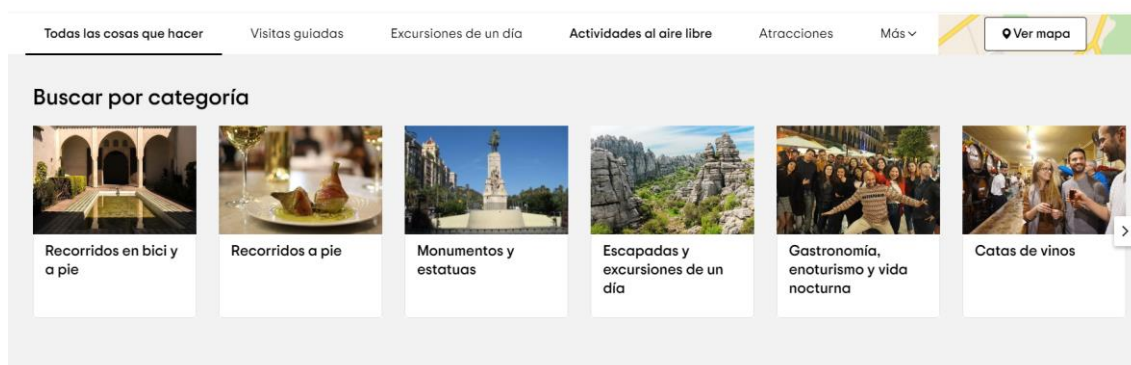
Almería posee innumerables recursos para apostar por estas tendencias, ya que su naturaleza y paisajes la hacen perfecta para apostar por el turismo de naturaleza y de experiencias, que además no presentan tanta estacionalidad, no en vano las empresas que más crecieron fueron las asociadas al cicloturismo y buceo, actividades que se pueden realizar a lo largo de todo el año, debido a su climatología. Así aparece la distribución de actividades de Almería en el portal especializado Tripadvisor:

Cosas que hacer en Almería

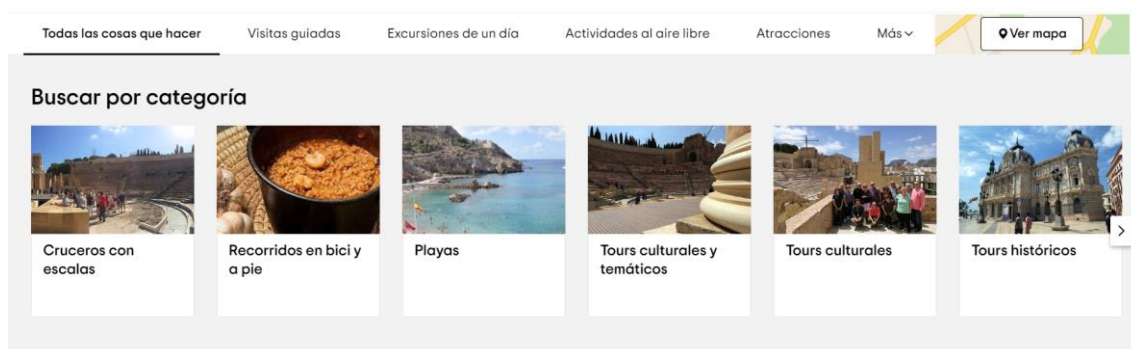


Si se realiza la misma búsqueda en otras ciudades:

Cosas que hacer en Málaga



Cosas que hacer en Cartagena



Como se aprecia, las primeras entradas en la web, destacan en Almería las actividades ligadas a la naturaleza y las excursiones más valoradas son las rutas en 4*4, Kayak, barranquismo y equitación.

Estas escapadas se pueden acompañar de la generación de producto de turismo urbano, con las escapadas basadas en turismo urbano, gastronómico, musical, de cine y mindful. Donde también se poseen unas condiciones excepcionales es como destino turístico asociado al deporte: windsurf, paddel surf, carreras deportivas y ciclismo entre otras disciplinas.

Para apostar por un turismo sostenible, hay que presentar un turismo atractivo para todas las estaciones, y como se ha visto, Almería puede ser un referente en este sentido, aprovechando bien todos los recursos.

- **Turismo Sostenible.**

Este apartado se analiza fuera del turismo de tendencias, pues es en sí una estrategia. Así, la actividad turística está estrechamente vinculada a los recursos del entorno pero, esta actividad puede contribuir al agotamiento de los recursos naturales, así como a la alteración de los paisajes, las emisiones de CO2 debido a la movilidad que genera y la degradación de su capacidad de asimilación de residuos.

En este contexto, el equilibrio es clave, ya que si no se logra mantener la sostenibilidad, también la actividad turística puede verse afectada.

En este contexto, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Turismo, está elaborando la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030, una agenda nacional de turismo para afrontar los retos del sector en el medio y largo plazo, impulsando los tres pilares de la sostenibilidad: socioeconómica, medioambiental y territorial. Para ello, se ha impulsado un proceso participativo en el que se está implicando al sector y las comunidades autónomas.

El objetivo de la nueva Estrategia es sentar las bases de la transformación del turismo español hacia un modelo de crecimiento sostenido y sostenible, apoyado en la mejora de la capacidad competitiva y rentabilidad de la industria, en los valores naturales y culturales diferenciales de los destinos, y en la distribución equitativa de los beneficios y las cargas del turismo.

Como documento previo al diseño de esta Estrategia de Turismo Sostenible se presentó un Informe que define las directrices estratégicas de esta nueva agenda nacional de turismo, analizando los retos futuros que deberá afrontar el sector turístico en la próxima década. La Estrategia propone un modelo de crecimiento turístico para los próximos años basado en los siguientes principios:

- **Crecimiento socio económico**, para lo que se deberá trabajar en favor de la competitividad y rentabilidad del sector, apostando por la calidad y acelerando el proceso de transformación digital.
- **Preservación de los valores naturales y culturales**, partiendo de la base que la conservación de nuestro extenso patrimonio cultural y natural es un objetivo prioritario.
- **Beneficio social**, para conseguir un reparto de los beneficios del sector, y afrontar retos como la despoblación del medio rural en España.
- **Participación y gobernanza**, vertebrando mecanismos de gobernanza participativa entre el Estado y las Administraciones competentes a todos los niveles.
- **Adaptación permanente**, dado que no se trata sólo de buscar la calidad y la mejora, sino también de posibilitar que el sector tenga capacidad de respuesta frente al nuevo entorno de cambios constantes.
- **Liderazgo**, que persigue consolidar el papel de España como líder mundial en el sector.

Así, los futuros planes locales deben ir en esta dirección.

3.2.1.4. Promoción y Estrategia Turística de Almería

El Ayuntamiento de Almería desde 2015 se identifica como Destino Turístico Inteligente (DTI), y ahora con el *Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería*, ha ido desarrollando medidas para desarrollar y consolidar a Almería como Destino Turístico diferencial y de calidad. Entre las diferentes medidas y herramientas puestas en marcha, se pueden destacar:

- **Asistencias a ferias, misiones comerciales, foros, jornadas y congresos**

El Área de Promoción de la ciudad está continuamente presente en ferias, misiones comerciales, foros, jornadas y congresos llevando el nombre de la capital por toda España y también por diversos países europeos, tanto en citas generalistas como FITUR, como en encuentros especializados en turismo deportivo, senior, familiar o de golf, contribuyendo al aumento de la proyección de Almería en el exterior.

- **Página web**

A través de la web www.turismodealmeria.org, los usuarios pueden preparar su viaje, conocer la ciudad, consultar qué hacer en Almería, además de obtener información sobre el Palacio de congresos, Eventos y Ocio, “Tierra de Cine”, así como consultar los diferentes Blogs Temáticos sobre actualidad, ocio, gastronomía y Almería en familia.



- **Programas e iniciativas**

En la ciudad se realizan diferentes programas e iniciativas para fomentar la dinamización en Almería, entre las más recientes se encuentran las siguientes:

- Vive el Centro, Vive tu Barrio
- Noche en Negro 2018
- Fiesta Celebración “Almería Has No Limit”
- Almería, Capital Española de la Gastronomía en 2019



VIVE EL CENTRO VIVE TU BARRIO



Noche en Negro 2018



Fiesta Celebración 'Almería Has No Limit'



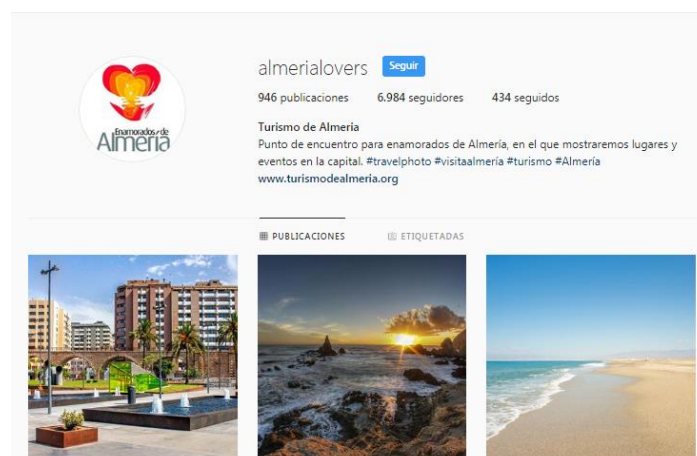
Almería, Capital Española de la Gastronomía en 2019

- **Redes Sociales**

En diferentes redes sociales se puede seguir a la comunidad “Enamorados de Almería”. Esta comunidad viajera online está compuesta por aquellas personas que viven, disfrutan y sobre todo se sienten enamorados de la ciudad de Almería.



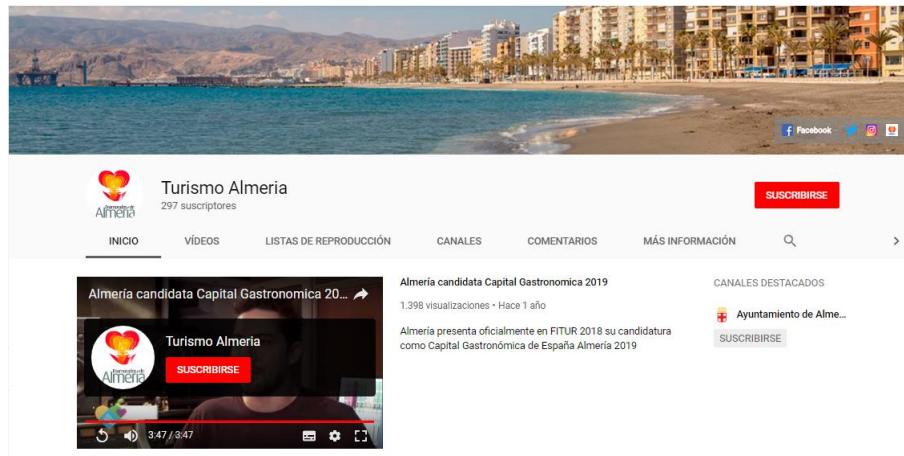
Detalle Perfil de Facebook



Detalle Perfil de Instagram

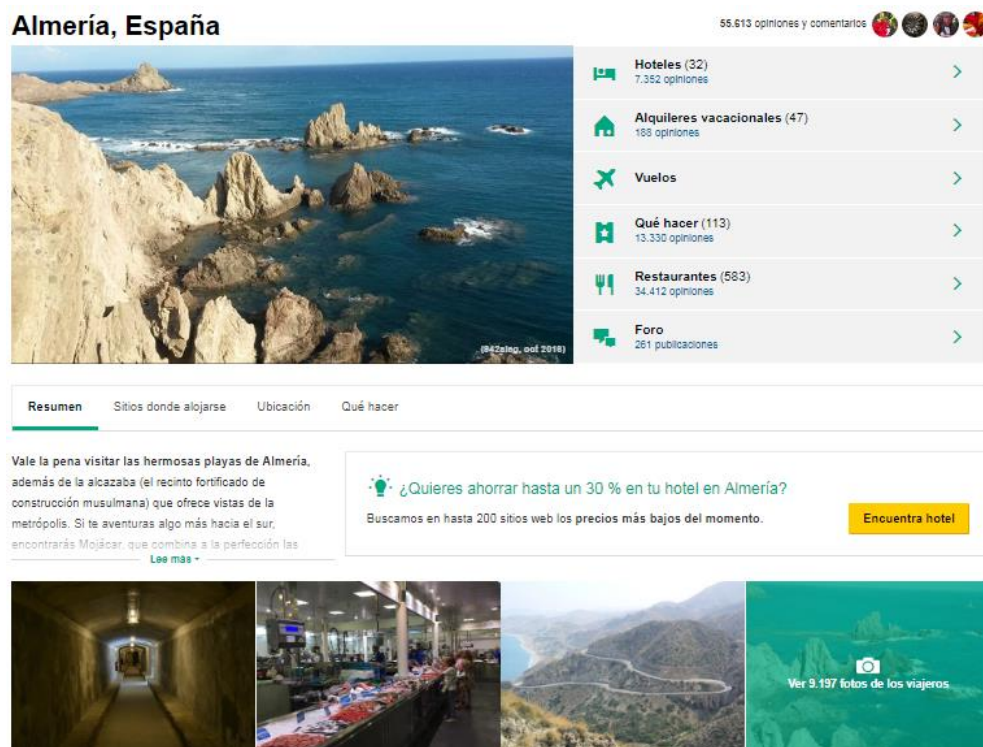


Detalle Perfil de Twitter

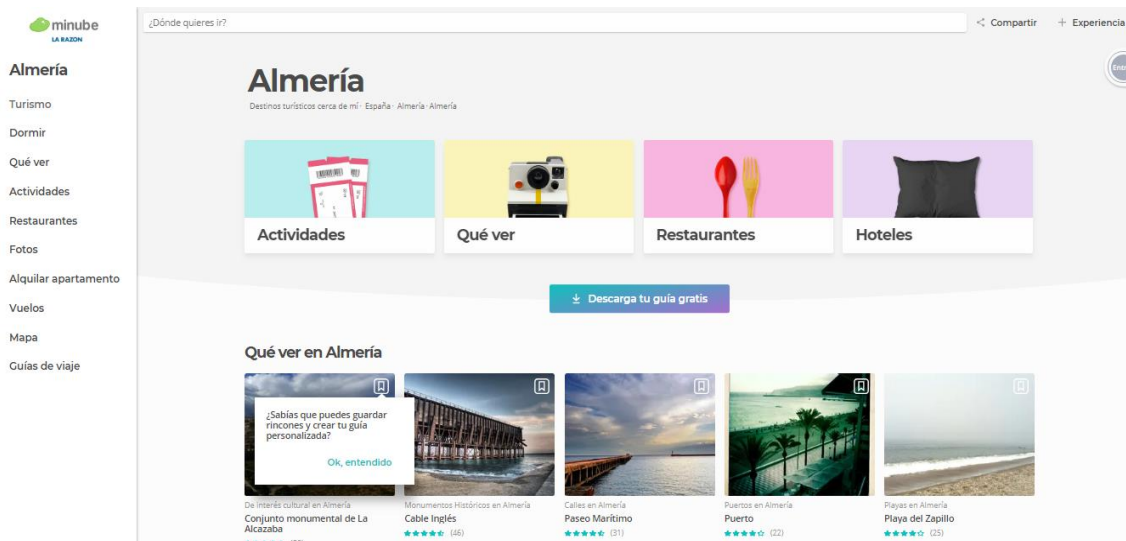


Detalle Perfil de Youtube

Asimismo, la Comunidad de Enamorados de Almería permite consultar los comentarios que han dejado otras personas sobre qué visitar, dónde comer y dónde alojarse en Almería capital y tener más información de la ciudad. Además, a través de esta comunidad, los usuarios se pueden poner en contacto con la experiencia de los viajeros que ya hayan disfrutado de Almería.



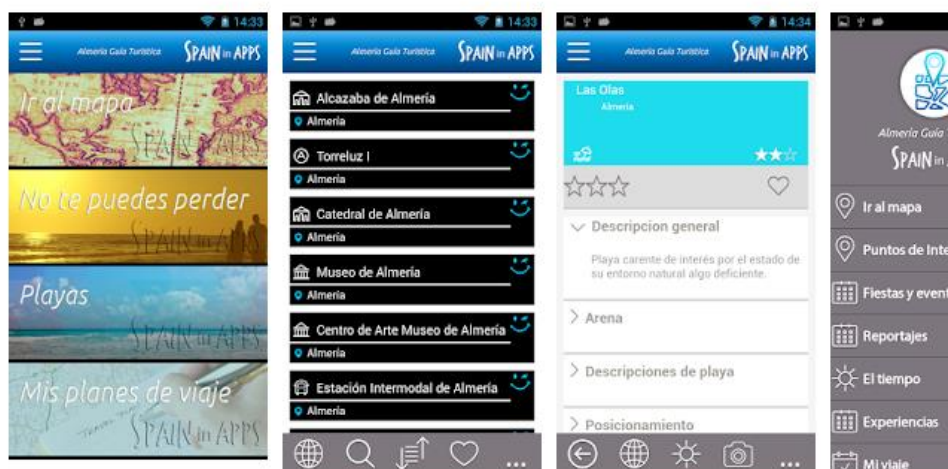
Detalle Perfil Tripadvisor



Detalle Perfil Minube

- **Aplicación Móvil**

En 2016 se puso a disposición de los usuarios una aplicación móvil, tanto para Android como para Apple, a través de la cual se podía obtener información de los diferentes recursos turísticos de la ciudad de Almería.



Detalle Aplicación Móvil "Almería Guía Turística"

- **Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería**

Con el Plan Turístico de la ciudad de Almería, se pretende conseguir los siguientes objetivos:

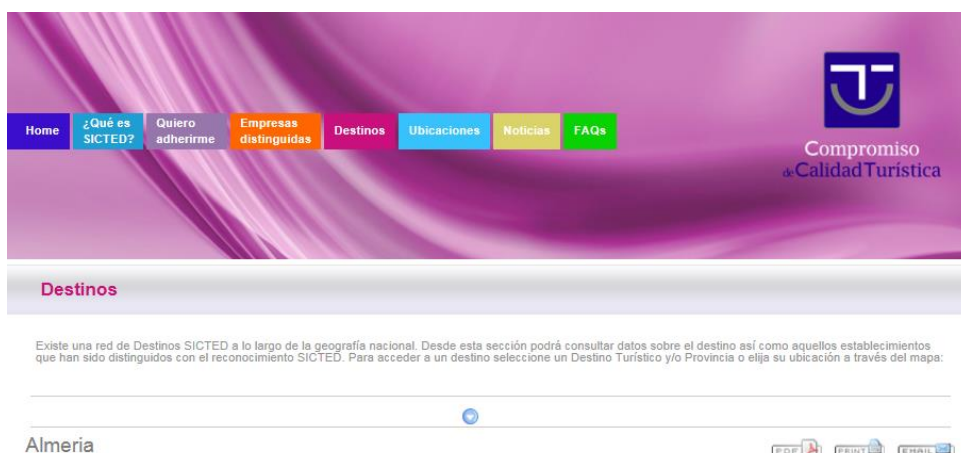
- La puesta en valor y uso de recursos turísticos.
- La adecuación del medio urbano al uso turístico impulsando la accesibilidad universal.
- El aumento de la calidad de los servicios turísticos de la ciudad.
- La mejora del producto turístico existente y la creación de nuevos productos basados en la explotación innovadora de los recursos.
- La sensibilización e implicación de la población y agentes locales en una cultura de calidad turística.
- El fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.

- **Compromiso con la Calidad Turística**

Almería se adhirió como destino SICTED en el año 2015, desde entonces se han distinguido 36 empresas y se han adherido otras 9 empresas y/o servicios turísticos.

Con la implantación del SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino), la ciudad de Almería pretende establecer una estructura de gestión permanente que vele por el incremento de la competitividad de las empresas turísticas del destino, así como ofrecer un nivel de calidad homogéneo en todos los servicios turísticos, además de incrementar la satisfacción de los turistas y fomentar la fidelización de los mismos.

Por otra parte, este sistema de calidad, permite a las empresas adheridas y distinguidas, mejorar la gestión interna, especialmente la de los procesos relacionados con la satisfacción del cliente; incrementar la cualificación del equipo de trabajo a través de un plan formativo; participar en el mayor proyecto de calidad turística desarrollado en España.



Nº adheridos: 9
Nº distinguidos: 36
Año adhesión: 2015

- **Playas con Bandera Azul**

La Bandera Azul es un distintivo de calidad que premia el cumplimiento de unos estándares de condiciones higiénicas, de sanidad, de seguridad, accesibilidad, información, salvamento y socorrismo. En la costa de Almería, en el año 2020, han sido 32 playas las que han conseguido este distintivo (5 más que el año anterior), siendo dos de estas playas del municipio de Almería (playa de Nueva Almería y playa San Miguel del Cabo de Gata).



San Miguel de Cabo de Gata

Pedanía: Cabo de Gata

Municipio: Almería

Provincia: Almería



Nueva Almería

Municipio: Almería

Provincia: Almería

3.2.2 Cine y Audiovisual en Almería

Almería ha sido y es una provincia caracterizada por ser una zona preferente de localizaciones cinematográficas en España, donde se han rodado grandes obras de la historia del cine, por lo que el cine merece una mención específica en este diagnóstico.

La capital empezó su rodadura a principios de los 50 con una producción española y otra francesa que la dieron a conocer como un auténtico set africano. Desde entonces se han sucedido centenares de rodaje que han identificado a la capital con ciudades reales y oníricas, como Tánger, Beirut, Ciudad del Cabo, Palermo y Mesina, El Cairo, etc.

Dos de las claves del éxito de Almería como escenario de rodajes son, por un lado, sus características climáticas, que le aportan una luz diferente y un entorno natural muy característico que le permite una gran versatilidad; y por otro, poseer un grupo de profesionales locales expertos en la materia y formados en múltiples disciplinas.

“Almería es conocida como tierra del cine por su larga trayectoria en rodajes, amplia oferta de profesionales y diversidad de localizaciones”

La provincia cuenta con una oficina provincial **“Filming Almería”** de apoyo a la industria, además de otras sedes de Film Office en Almería capital, Tabernas, Níjar, Adra, Berja y Serón (estas tres últimas no están operativas aún). La oficina provincial ejerce de ventanilla única para la mayoría de las productoras y empresas interesadas en el cine en Almería, además de ofrecer apoyo a los profesionales que ofrecen sus servicios e información y difusión de los proyectos desarrollados.

La **Film Office de Almería capital** está incorporada en la Delegación de Turismo del Ayuntamiento, pero no ha alcanzado todo el potencial que podría tener como ventanilla única para los rodajes y producciones que llegan a la ciudad, en especial en la intermediación de permisos y trámites con otras administraciones.

En la provincia destaca el festival de cine Almería Western Film Festival de Tabernas, aunque hay varios festivales en otros municipios de la provincia. En Almería capital se desarrollan tres festivales a lo largo del año vinculados con el cine: el **Festival Internacional de Cine de Almería 'Fical'**, 'Almería Creative Commons Film Festival' y el Festival 'Cinejoven'. El Festival Internacional de Cine va por su edición número 18 y es organizado en colaboración por Ayuntamiento y Diputación de Almería, en unión con el proyecto “Almería, Tierra de Cine”.

El valor del cine como **elemento turístico** es clave, ya que no sólo llegan cinéfilos más nostálgicos preguntando por las películas que se rodaban en los años 60 y 70, sino que también jóvenes y familias están diseñando sus vacaciones para conocer los escenarios en los que se han rodado series tan famosas como 'Juego de Tronos' o 'Penny Dreadful', o películas más actuales, como 'Éxodus', 'Toro' o 'Vivir es fácil con los ojos cerrados'.

Dentro de la ciudad existen múltiples localizaciones que han sido usadas en grandes producciones, como la Alcazaba (Conan el Bárbaro, Juego de Tronos, Resucitado), la Catedral (Patton), el Parque Nicolás Salmerón (Lawrence de Arabia, El Viento y el

León), la Escuela de Artes de Almería (Indiana Jones y la Última Cruzada), la finca Santa Isabel, el Antiguo Casino Cultural, etc.

En la ciudad hay diseñadas dos **rut**as vinculadas con el cine: la ruta del cine y la ruta de los tótems del cine, vinculadas con espacios que sirvieron de localización a todo tipo de rodajes, así como equipamientos relacionados con el cine, como la **Casa del Cine**. Esta última es una antigua casa cortijo, situada en las afueras de Almería y que llegó a ser residencia de John Lennon en 1966 durante el rodaje de “Cómo gané la guerra”. Hoy acoge un espacio museístico interactivo y moderno, que hace un recorrido por la historia del cine en la provincia a través de sus personajes y sus rodajes.

A pesar de estas acertadas iniciativas, aún son muchas las posibilidades de mejora de esta vinculación de turismo y cine con el territorio en la provincia y en la propia ciudad.

El cine en Almería como **actividad económica**, según datos de la Film Office de Almería, en 2018, recogía a más de un centenar de empresas inscritas en su registro de proveedores y empresas vinculadas con el cine, y un total de 116 profesionales autónomos. En Andalucía esta industria acoge a más de 22.000 profesionales, con un impacto directo de 122,5 millones de euros (1.400 rodajes y más de 15.000 proyectos). Lo que más se rueda son programas de televisión, spots publicitarios y reportajes fotográficos, siendo Almería de los principales destinos en series televisivas y publicidad. La tradición y preparación de Almería en este segmento ha de seguir impulsándose y creciendo para lograr un mayor impacto en estas cifras.

“La capital necesita potenciar la actividad económica derivada de la industria, así como apoyar la labor de los profesionales y la coordinación con las administraciones para impulsar aún más el segmento”

Por otra parte, se producen a lo largo del año numerosas demandas por parte de las productoras de series, películas, documentales, publicidad, videojuegos, animación, etc., en especial, de **profesionales especializados** en cine y de empresas y profesionales proveedores de servicios básicos (peluquería, maquillaje, carpintería, pintura, etc.). En algunas ocasiones estas demandas resultan difíciles de atender por falta de coordinación y articulación en el sector, pero en otras se detectan ciertas lagunas de formación. Almería cuenta con formación especializada tanto universitaria como profesional, de hecho, han surgido numerosos talentos en este segmento, pero la mayoría han terminado trabajando en Madrid y en otros destinos. Es clave mejorar esta formación con nuevas titulaciones universitarias o, incluso, la creación de una Escuela de Cine; pero también es necesario aumentar la capacidad del municipio para la retención de este talento local formado en cine y la atracción de nuevo, con ayudas a la instalación, la creación, la producción, etc.

Desde hace años se viene hablando de la creación de la **Ciudad del Cine** de Almería, con espacios formativos, creativos, instalaciones y de rodaje, etc., por lo que se debe impulsar su ejecución. Junto a ello, será necesaria la mejora de las infraestructuras de comunicación, así como el marketing y la coordinación entre agentes públicos, y agentes públicos y privados.

En el primer semestre de 2019 se han producido 37 días de rodaje con una movilización de equipos de más de 800 personas. Estas cifras crecen anualmente, pero están por debajo de las de otros destinos andaluces como Málaga o Sevilla.

| Producción | Nº Personas Equipo | Nº Días rodaje |
|---|--------------------|----------------|
| Spot publicitario Mc Donalds | 50 | 1 |
| Bounty Hunters | 100 | 2 |
| Hanna | 40 | 1 |
| Los Nuestros II | | 2 |
| The Rytm Section | 300 | 14 |
| Magic Hours | 200 | 10 |
| Anuncio Mercedes Benz (Wonder Woman 1984) | 15 | 3 |
| Molly | 120 | 3 |
| Sesión fotográfica V W CADDY | 14 | 1 |

Datos rodaje de las producciones de Almería 2019. Filming Almería.

Cabe destacar la labor realizada por la **Mesa del Cine** de Almería para facilitar la coordinación de agentes, así como su visualización social. Está Integrada por las principales instituciones, administraciones, organizaciones empresariales y asociaciones almerienses. Está dotada de una comisión permanente para promover una industria estable y sólida y tiene por objetivo impulsar y relanzar la industria cinematográfica, para que la misma actúe como dinamizadora económica y generadora de empleo, cultura y turismo.

“La mejora y la ampliación de la oferta formativa, en espacios y titulaciones, es otro de los retos del cine en Almería”

Esta Mesa del Cine reclama fundamentalmente la definición de una estrategia de formación a largo plazo, en la que destaca la creación de una Escuela de Cine, que disponga de infraestructuras, como estudios de interior y la creación de titulaciones propias; así como la apertura de una oficina única de relaciones con el cine, tanto a nivel de promoción internacional como de organización dentro de la provincia.

3.2.3 El Sector Comercial en Almería

Como se ha ido comentado a lo largo del documento, aunque el sector comercial está encuadrado dentro del Vector Cultura y Turismo Sostenible, debido al importante peso que el sector comercial tiene en el sistema productivo local de la ciudad de Almería era

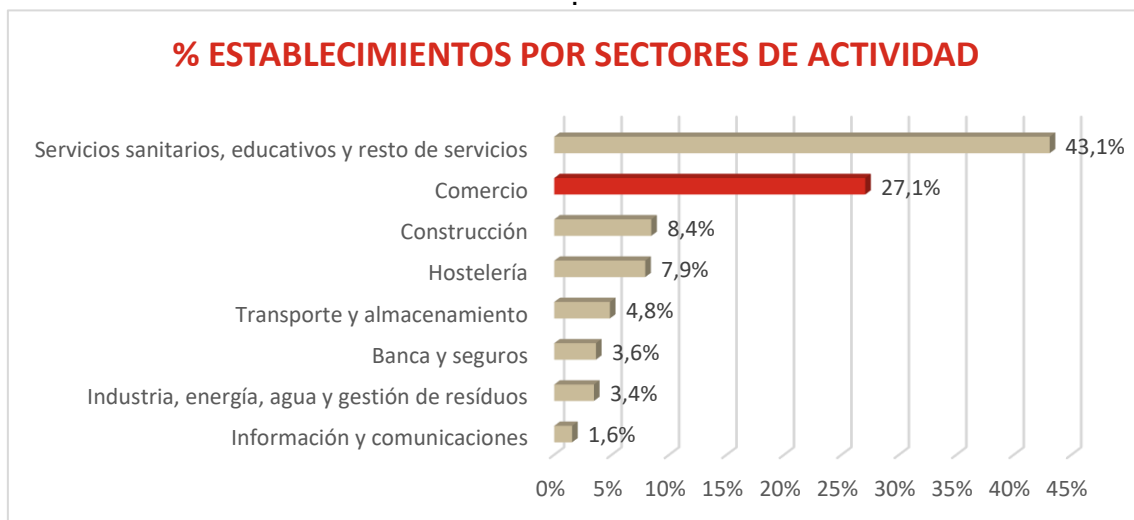
conveniente realizar un análisis específico de este segmento. A continuación, se expone el análisis efectuado para el sector comercial de Almería:



3.2.3.1. Estructura Comercial de la Ciudad de Almería

- **Peso del Comercio en la Estructura Económica de Almería**

Para determinar la estructura económica de la ciudad de Almería, se ha analizado el porcentaje de establecimientos existentes por sectores de actividad, obteniéndose que en Almería predominan los establecimientos del sector servicios sanitarios, educativos y resto de servicios, seguido en segundo lugar por el sector comercio, por tanto, se puede considerar que el sector comercial de Almería es un elemento indispensable en su sistema productivo local.



Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía (DIRCE). Año 2017.
Elaboración propia.

“El sector comercial de Almería es el segundo sector de actividad en importancia, por lo que es un elemento indispensable en su sistema productivo local”

Igualmente, con el fin de conocer la importancia del sector comercio en la ciudad de Almería, a continuación, se realiza un análisis de la estructura empresarial, estructura comercial, estructura comercial minorista, así como una evolución del número de establecimientos de comercio minorista en Almería respecto a las demás capitales de provincia de Andalucía.

Como se puede observar en las tablas adjuntas, la ciudad de Almería ocupa la quinta posición con 3.891 establecimientos dedicados a comercio, sin embargo, es la cuarta en peso relativo del comercio respecto a la estructura empresarial.

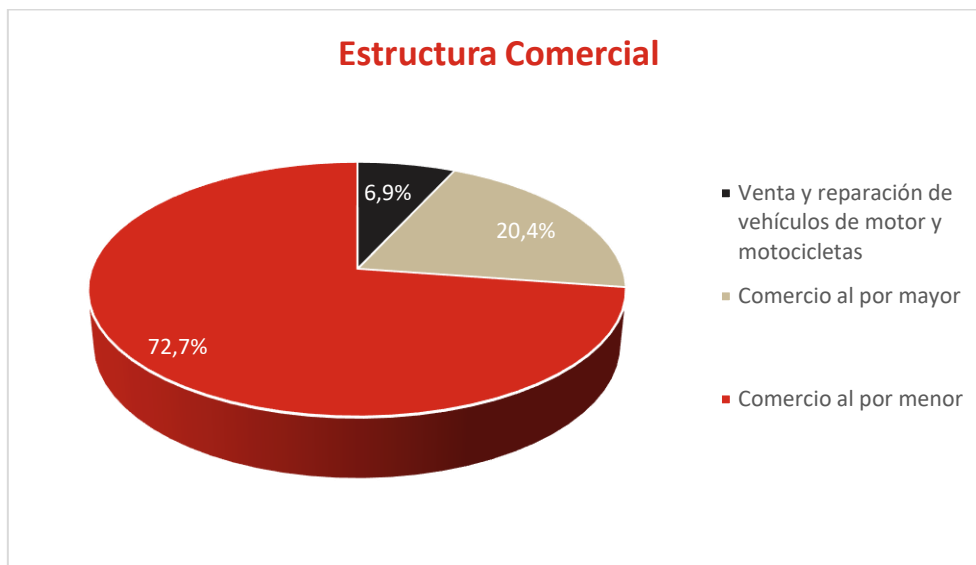
| (Datos Absolutos) | | Estructura Empresarial por Capitales de Provincia. N.º de Establecimientos | | | | | | |
|---|---------------|--|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Industria, energía, agua y gestión de residuos | 496 | 295 | 1.743 | 820 | 371 | 519 | 2.082 | 2.207 |
| Construcción | 1.214 | 426 | 1.957 | 1.535 | 695 | 722 | 3.676 | 3.597 |
| Comercio | 3.891 | 2.408 | 7.157 | 5.983 | 2.799 | 2.405 | 13.047 | 14.675 |
| Transporte y almacenamiento | 696 | 440 | 1.181 | 693 | 486 | 374 | 2.644 | 2.598 |
| Hostelería | 1.138 | 932 | 1.993 | 2.552 | 770 | 656 | 3.739 | 4.951 |
| Información y comunicaciones | 223 | 133 | 369 | 440 | 120 | 127 | 905 | 1.246 |
| Banca y seguros | 521 | 258 | 768 | 723 | 332 | 324 | 1.282 | 1.794 |
| Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios | 6.200 | 3.434 | 9.642 | 10.790 | 3.997 | 3.819 | 19.168 | 26.348 |
| TOTAL | 14.379 | 8.326 | 24.810 | 23.536 | 9.570 | 8.946 | 46.543 | 57.416 |

| (Datos Relativos) | | Estructura Empresarial por Capitales de Provincia. N.º de Establecimientos | | | | | | |
|---|---------------|--|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Industria, energía, agua y gestión de residuos | 3,4% | 3,5% | 7,0% | 3,5% | 3,9% | 5,8% | 4,5% | 3,8% |
| Construcción | 8,4% | 5,1% | 7,9% | 6,5% | 7,3% | 8,1% | 7,9% | 6,3% |
| Comercio | 27,1% | 28,9% | 28,8% | 25,4% | 29,2% | 26,9% | 28,0% | 25,6% |
| Transporte y almacenamiento | 4,8% | 5,3% | 4,8% | 2,9% | 5,1% | 4,2% | 5,7% | 4,5% |
| Hostelería | 7,9% | 11,2% | 8,0% | 10,8% | 8,0% | 7,3% | 8,0% | 8,6% |
| Información y comunicaciones | 1,6% | 1,6% | 1,5% | 1,9% | 1,3% | 1,4% | 1,9% | 2,2% |
| (Datos Relativos) | | Estructura Empresarial por Capitales de Provincia. N.º de Establecimientos | | | | | | |
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Banca y seguros | 3,6% | 3,1% | 3,1% | 3,1% | 3,5% | 3,6% | 2,8% | 3,1% |
| Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios | 43,1% | 41,2% | 38,9% | 45,8% | 41,8% | 42,7% | 41,2% | 45,9% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía. Año 2017.

- **Estructura Global del Sector Comercial en Almería**

Con cerca de 4.000 establecimientos comerciales, la estructura comercial de la ciudad de Almería está conformada principalmente por comercios al por menor (72,7%), estando por encima de la media provincial (65,1%) y autonómica (67,7%), lo que habla de una estructura comercial a nivel metropolitana por su capitalidad provincial.



Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Año 2017. Elaboración Propia.

| ESTABLECIMIENTOS POR SECTOR DE ACTIVIDAD: COMERCIO | | | | | | |
|---|----------------|-------------|---------------------|-------------|------------------|-------------|
| | Andalucía | | Almería (Provincia) | | Almería (Ciudad) | |
| | D. Abs. | % | D. Abs. | % | D. Abs. | % |
| Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas | 18.613 | 10,7% | 1.644 | 10,9% | 268 | 6,9% |
| Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas | 37.631 | 21,6% | 3.604 | 24,0% | 795 | 20,4% |
| Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas | 117.827 | 67,7% | 9.796 | 65,1% | 2.828 | 72,7% |
| TOTAL COMERCIO | 174.071 | 100% | 15.044 | 100% | 3.891 | 100% |

Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Año 2017. Elaboración Propia.

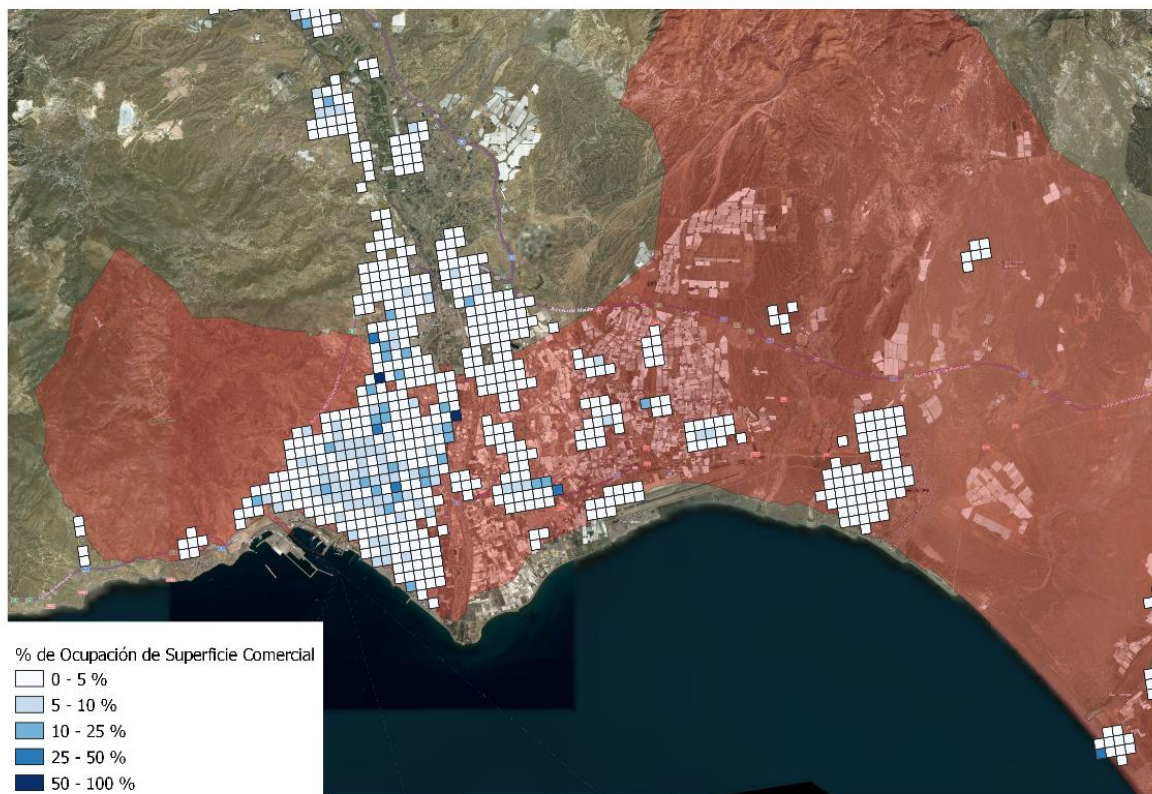
La estructura comercial de Almería está conformada principalmente por comercios minoristas, misma tendencia que en las demás capitales de provincia andaluzas. Aunque los datos absolutos sitúan a Almería como quinta capital de provincia andaluza en el ranking de comercios minoristas, según los valores relativos, ocupa el tercer puesto.

| Estructura Comercial por Capitales de Provincia. N.º de Establecimientos (Datos Absolutos) | | | | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas | 268 | 153 | 709 | 432 | 311 | 235 | 1.257 | 1.115 |
| Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas | 795 | 346 | 1.870 | 1.100 | 536 | 551 | 3.709 | 3.847 |
| Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas | 2.828 | 1.909 | 4.578 | 4.451 | 1.952 | 1.619 | 8.081 | 9.713 |
| Comercio | 3.891 | 2.408 | 7.157 | 5.983 | 2.799 | 2.405 | 13.047 | 14.675 |

| Estructura Comercial por Capitales de Provincia. N.º de Establecimientos (Datos Relativos) | | | | | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Venta y reparación de vehículos de motor y motocicletas | 6,9% | 6,4% | 9,9% | 7,2% | 11,1% | 9,8% | 9,6% | 7,6% |
| Comercio al por mayor e intermediarios del comercio, excepto de vehículos de motor y motocicletas | 20,4% | 14,4% | 26,1% | 18,4% | 19,1% | 22,9% | 28,4% | 26,2% |
| Comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas | 72,7% | 79,3% | 64,0% | 74,4% | 69,7% | 67,3% | 61,9% | 66,2% |
| Comercio | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

*Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía. Año 2017.
Elaboración Propia.*

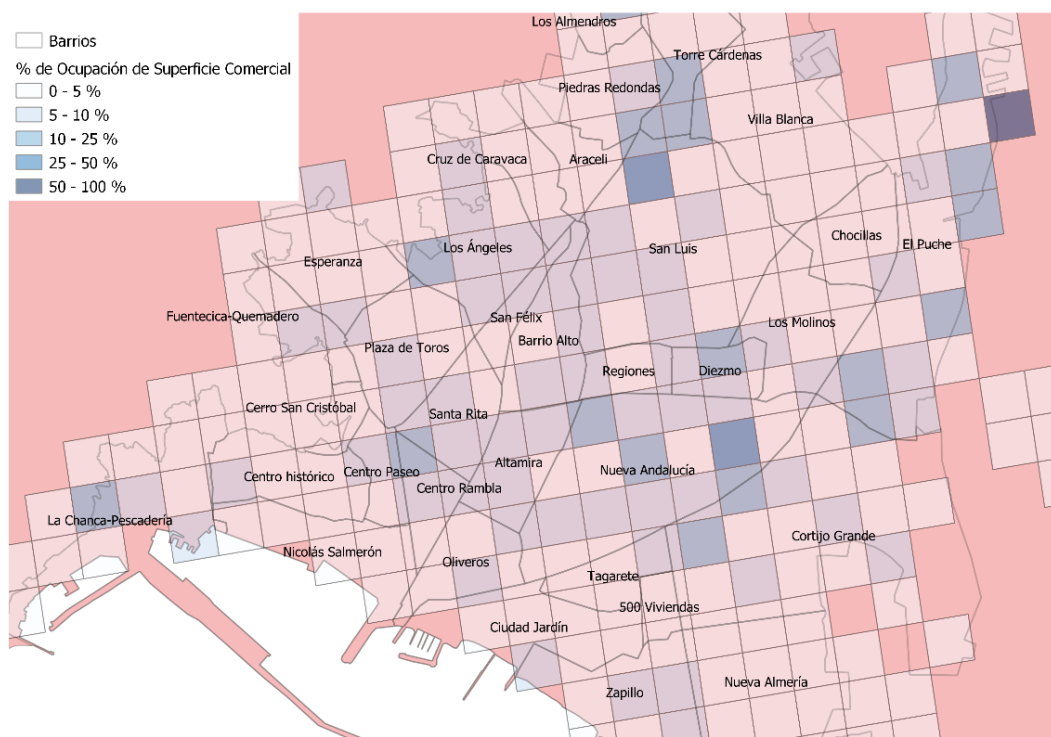
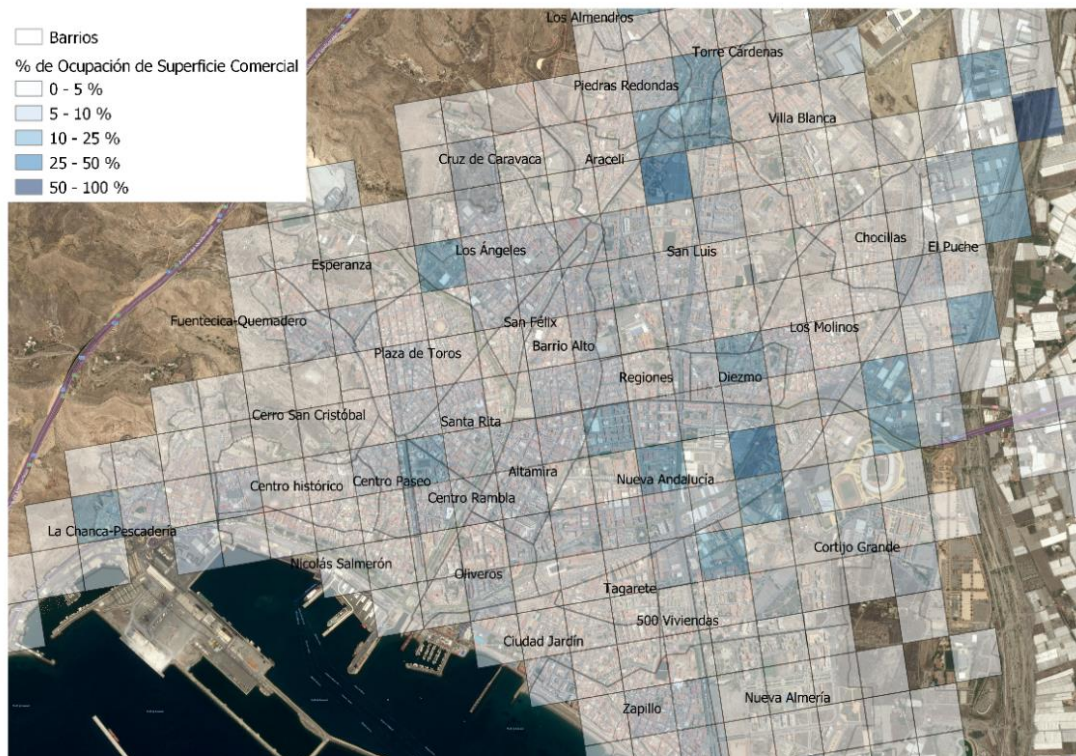
Conforme se observa en el siguiente mapa de ocupación del suelo comercial según metros cuadrados acumulados en todas las plantas construidas y representado en datos relativos, se comprueba claramente que las actividades comerciales en el término municipal de Almería están bastante diseminadas, con tendencia a concentrarse en el centro de los núcleos. El dato más interesante es que se comprueba que el peso mayoritario de la estructura la tiene el comercio minorista, con bajos porcentajes de ocupación superficie comercial/m² construidos (salvo en las grandes superficies comerciales, donde es el porcentaje mayoritario).



Porcentaje de ocupación: m^2 superficie comercial/ m^2 construidos en el TM de Almería.

Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Por tanto, se ven con claridad grandes espacios con poca actividad relativa (comercio de barrio con poca representatividad) y solo en el centro urbano de Almería y aquellos barrios con cierta densidad comercial y presencia de Mercados Municipales se comprueba una clara concentración por la suma de superficie comercial de los diversos establecimientos existentes en este espacio. Situación que se puede corroborar en los mapas siguientes, realizando una aproximación al centro urbano almeriense.

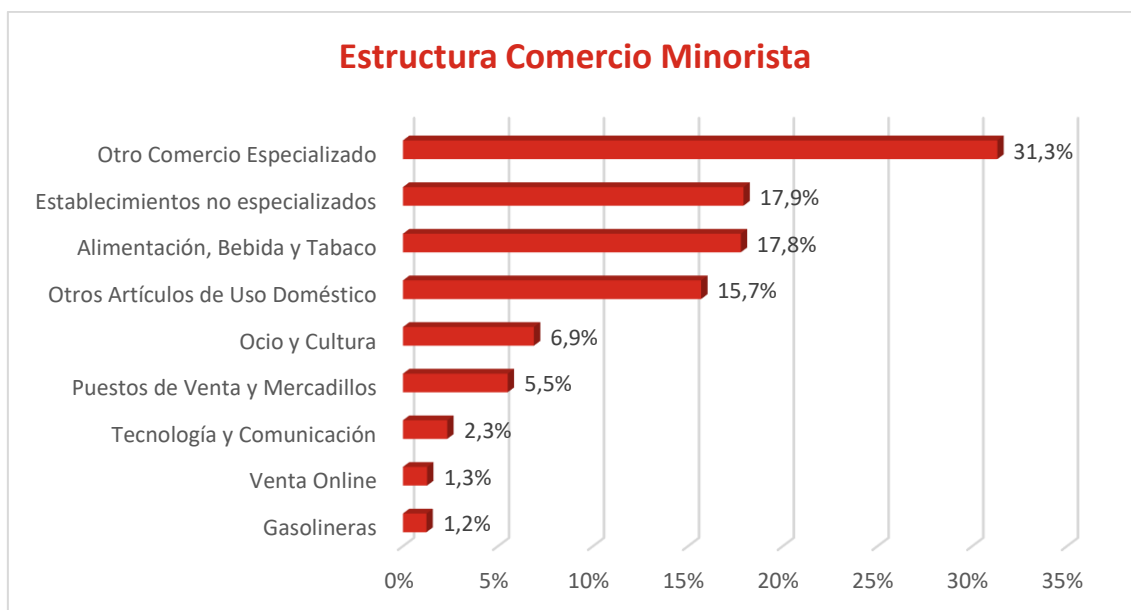


Detalle de ciudad. Porcentaje de ocupación: m^2 superficie comercial/ m^2 construidos

Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

- **Estructura del Comercio Minorista de Almería**

Respecto a la estructura de los comercios minoristas, en la ciudad de Almería, siguiendo su perfil de atracción supramunicipal, predominan principalmente los establecimientos de otro comercio especializado (31,3%), seguidos en menor medida de los establecimientos especializados (17,9%) y establecimientos de alimentación, bebida y tabaco (17,8%).



Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Año 2017. Elaboración Propia.

“La estructura comercial de la ciudad de Almería está conformada principalmente por comercios al por menor y principalmente, de comercio especializado, lo que indica una estructura comercial a nivel metropolitana por su capitalidad provincial”

La estructura comercial minorista de la ciudad de Almería es similar a la de Cádiz y Huelva, donde también predominan los establecimientos con las actividades mencionadas.

| Estructura Comercial Minorista por Capital de Provincia. N.º de Establecimientos (Datos Absolutos) | | | | | | | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Establecimientos especializados no | 507 | 408 | 786 | 647 | 412 | 358 | 1.362 | 1.842 |
| Alimentación, bebida y tabaco | 503 | 475 | 779 | 717 | 411 | 249 | 1.562 | 1.598 |
| Gasolineras | 35 | 13 | 56 | 31 | 19 | 14 | 70 | 83 |
| Tecnología y comunicación | 66 | 36 | 100 | 108 | 33 | 39 | 177 | 233 |
| Equipamiento hogar | 444 | 297 | 852 | 801 | 312 | 303 | 1.397 | 1.695 |
| Cultura y ocio | 195 | 114 | 309 | 352 | 127 | 91 | 672 | 743 |
| Otro comercio especializado | 886 | 523 | 1.395 | 1.567 | 565 | 490 | 2.289 | 3.073 |
| Mercadillos | 156 | 29 | 231 | 166 | 38 | 50 | 466 | 314 |
| Comercio online | 36 | 14 | 70 | 62 | 35 | 25 | 86 | 132 |
| TOTAL COMERCIO AL POR MENOR | 2.828 | 1.909 | 4.578 | 4.451 | 1.952 | 1.619 | .8081 | 9.713 |

| Estructura Comercial Minorista por Capital de Provincia. N.º de Establecimientos (Datos Relativos) | | | | | | | | |
|--|---------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Establecimientos especializados no | 17,9% | 21,4% | 17,2% | 14,5% | 21,1% | 22,1% | 16,9% | 19,0% |
| Alimentación, bebida y tabaco | 17,8% | 24,9% | 17,0% | 16,1% | 21,1% | 15,4% | 19,3% | 16,5% |
| Gasolineras | 1,2% | 0,7% | 1,2% | 0,7% | 1,0% | 0,9% | 0,9% | 0,9% |
| Tecnología y comunicación | 2,3% | 1,9% | 2,2% | 2,4% | 1,7% | 2,4% | 2,2% | 2,4% |
| Equipamiento hogar | 15,7% | 15,6% | 18,6% | 18,0% | 16,0% | 18,7% | 17,3% | 17,5% |
| Cultura y ocio | 6,9% | 6,0% | 6,7% | 7,9% | 6,5% | 5,6% | 8,3% | 7,6% |
| Otro comercio especializado | 31,3% | 27,4% | 30,5% | 35,2% | 28,9% | 30,3% | 28,3% | 31,6% |
| Mercadillos | 5,5% | 1,5% | 5,0% | 3,7% | 1,9% | 3,1% | 5,8% | 3,2% |
| Comercio online | 1,3% | 0,7% | 1,5% | 1,4% | 1,8% | 1,5% | 1,1% | 1,4% |
| TOTAL COMERCIO AL POR MENOR | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía. Año 2017. Elaboración Propia.

En cuanto al lugar que ocupa Almería en el ranking de capitales de provincia andaluzas en las tres actividades comerciales minoristas citadas anteriormente, Almería es la tercera ciudad con mayor porcentaje de **otros comercios especializados** y la cuarta con más **comercios no especializados** y de **alimentación, bebida y tabaco**.

• Evolución del Comercio Minorista de Almería

Comparando la evolución de la estructura comercial minorista por capital de provincia en los últimos diez años y, como se puede observar en la tabla inferior, en todas las capitales de provincia se registra una pérdida de establecimientos en el año 2017 respecto a 2007, **siendo Almería la segunda capital que menos establecimientos ha perdido en los últimos diez años**.

Por sectores de actividad, los más afectados han sido **equipamiento hogar**, **comercio especializado** y **alimentación, bebida y tabaco**. En el lado opuesto, nos encontramos que actividades como el **comercio online**, han aumentado favorablemente.

“Almería es la segunda capital de provincia que menos establecimientos ha perdido en los últimos diez años”

| Evolución de la Estructura Comercial Minorista por Capital de Provincia. (Año 2007 – 2017). N.º de Establecimientos (Datos Relativos) | | | | | | | | |
|---|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| Actividad | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Establecimientos especializados no | 2,8% | 25,5% | -2,0% | 11,4% | 1,5% | 31,6% | 20,2% | 15,3% |
| Alimentación, bebida y tabaco | -6,7% | -14,1% | -6,3% | 11,0% | -21,6% | -18,9% | 1,6% | -9,3% |
| Gasolineras | 66,7% | 18,2% | 51,4% | 34,8% | 18,8% | 0,0% | 42,9% | 27,7% |
| Tecnología y comunicación | 17,9% | -7,7% | -2,9% | 1,9% | -41,1% | -9,3% | 0,6% | 13,7% |
| Equipamiento hogar | -26,5% | -31,3% | -19,8% | -25,0% | -32,9% | -23,9% | -21,9% | -24,3% |
| Cultura y ocio | 47,7% | -27,4% | 12,8% | 13,5% | 12,4% | 1,1% | 13,7% | 7,2% |
| Otro comercio especializado | -11,6% | -15,6% | -14,8% | -17,4% | -13,5% | -18,7% | -10,2% | -11,0% |
| Mercadillos | -3,1% | -38,3% | -13,5% | -56,3% | -43,3% | -45,7% | -25,6% | -36,2% |
| Comercio online | 56,5% | 27,3% | 37,3% | 59,0% | 20,7% | 38,9% | 59,3% | 38,9% |
| TOTAL COMERCIO AL POR MENOR | -6,7% | -13,0% | -9,6% | -11,9% | -16,2% | -11,9% | -5,0% | -8,4% |

Directorio de Establecimientos y Empresas con Actividad Económica en Andalucía. Año 2017. Elaboración Propia.

Incluso se siguen abriendo negocios en la ciudad, como demuestra el dato de que en el año 2019 se concedieron 626 licencias de apertura (casi el 10% en el Centro Histórico); aunque como en la gran mayoría de ciudades en cómputo global también ha ido perdiendo actividad comercial. Concretamente, en Almería han disminuido los comercios minoristas un 6,7%, porcentaje similar al de Andalucía.

| Evolución del nº de comercios minoristas en los últimos 10 años | | | |
|---|----------|----------|------------------------------------|
| | Año 2007 | Año 2017 | Variación año 2017 respecto a 2007 |
| Andalucía | 126.052 | 117.827 | - 6,5% |
| Almería (Ciudad) | 3.031 | 2.828 | -6,7% |

FUENTE: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Elaboración Propia.

A este respecto, se han ido desarrollando proyectos de dinamización comercial (Centro Comercial Abierto, Digitaliza tu Mercado, la plataforma online de apoyo al comercio local www.almeriaadomicilio.es, etc.), que han contribuido a la salvaguarda del sector, sin menoscabo que haya que seguir desarrollando proyectos piloto para seguir con la revitalización del comercio urbano de Almería: programas de ocupación de los locales actualmente inactivos; programas de mejora de la estética de locales vacíos; programas de regeneración urbana de adecuación urbanístico-comercial; programas de sensibilización y promoción comercial; programas de modernización de la pyme comercial; o programas de potenciación de la colaboración público-privada; entre otros que pudieran ser de interés.

- **Distribución Alimentaria en Almería**

Como ocurre en la actual distribución comercial, los principales distribuidores de alimentación minorista existentes en la ciudad de Almería son los Hipermercados, Supermercados, Autoservicios y Cash & Carry, aunque la ciudad cuenta con un importante número de mercados municipales como se puede comprobar a continuación.

| ESTRUCTURA COMERCIAL ALIMENTARIA DE ALMERÍA | | | |
|---|-------------------|----|------------------------|
| Tipología | Nombre Comercial | Nº | S.B.A. aproximada (m²) |
| Autoservicio | CARREFOUR EXPRESS | 2 | <= 399 m² |
| | COVIRAN | 5 | <= 399 m² |
| | DIA % MARKET | 4 | <= 399 m² |
| | EROSKI CITY | 1 | <= 399 m² |
| | SUPER ALQUIAN | 1 | <= 399 m² |
| | SUPERMERCADO | 1 | <= 399 m² |
| | SUPERSUR | 2 | <= 399 m² |
| | SUPREMO | 17 | <= 399 m² |
| SUBTOTAL AUTOSERVICIO | | 33 | - |
| Cash & Carry | CASH SUR | 1 | - |
| | CUDAL | 1 | - |
| | MAX DESCUENTO | 1 | - |
| SUBTOTAL CASH & CARRY | | 3 | - |

| | | | |
|----------------|------------------|----|----------------------------|
| Hiper | ALCAMPO | 1 | $\geq 10.000 \text{ m}^2$ |
| | CARREFOUR | 1 | 5.000 a 9.999 m^2 |
| SUBTOTAL HIPER | | 2 | - |
| Super | ALDI | 1 | $\geq 1.000 \text{ m}^2$ |
| | CARREFOUR MARKET | 1 | $\geq 1.000 \text{ m}^2$ |
| | CONSUM | 2 | $\geq 1.000 \text{ m}^2$ |
| | DIA % MARKET | 7 | 400 a 999 m^2 |
| | DIA % MAXI | 2 | 400 a 999 m^2 |
| | DON MARKET | 2 | 400 a 999 m^2 |
| | LA PLAZA DE DIA | 8 | 400 a 999 m^2 |
| | LIDL | 4 | $\geq 1000 \text{ m}^2$ |
| | MERCADONA | 8 | $\geq 1000 \text{ m}^2$ |
| | SUPREMO | 1 | 400 a 999 m^2 |
| SUBTOTAL SUPER | | 36 | - |
| TOTAL | | 74 | $> 25.000 \text{ m}^2$ |

FUENTE: ALIMARKET. Año 2019. Elaboración Propia.

• Mercados Municipales de Almería

Por la importancia que tienen los mercados municipales en el comercio de proximidad y de fomento del producto local, por lo tanto, del comercio sostenible, es conveniente hacer mención expresa sobre los mismos.

En primer lugar, es necesario indicar que los mercados municipales suelen ser elementos vertebradores de los centros urbanos por su tipología de consumo cotidiano, que genera mucha afluencia de visitas (en un análisis reciente mediante aforos, se ha estimado que el Mercado Central de Almería mueve cerca de 26.500 personas a la semana, con algo más de 3.200 personas al día). Pero los mercados municipales son un formato que han sufrido un importante declive por su inadaptación a las cambiantes transformaciones sociales y tecnológicas¹⁷ para ofrecer una imagen atractiva a los distintos perfiles de consumidores.

¹⁷ Aquí se podría eximir al Mercado de Los Ángeles, por su participación en el Proyecto Digitaliza tu Mercado, que ha iniciado un proceso de transformación digital del equipamiento y sus puestos con portal Web propio, promoción en RRSS y formación tecnológica de sus comerciantes. Un proceso de digitalización que ha seguido con la puesta en marcha por parte del Ayuntamiento de Almería de una plataforma online de visualización y comercialización de los negocios locales (www.almeriaadomicilio.es) y que está dentro del Programa Almería Reactiva 20, una serie de medidas para reactivar el parón económico provocado por el Covid-19.

En el caso concreto de la ciudad de Almería, según la Ordenanza Reguladora de Mercados Municipales Minoristas, hace mención a 9 mercados a lo largo de toda la ciudad:

- 1.- Mercado Central, sito en la Circunvalación Ulpiano Díaz.
- 2.- Mercado de los Ángeles, sito en la Colonia de los Ángeles en la Avenida Federico García Lorca a la altura de la calle Llano Amarillo.
- 3.- Mercado de Plaza Pavía, sito en la Barriada de Pescadería en la Plaza del mismo nombre.
- 4.- Mercado del Quemadero, sito en la Barriada del mismo nombre en Plaza del Quemadero.
- 5.- Mercado de Regiones, sito en la Barriada de Regiones Devastadas en la calle Redonda.
- 6.- Mercado de Torrecárdenas, sito en la Barriada del mismo nombre en la Plaza Teruel.
- 7.- Mercado de La Cañada, sito en la Barriada de la Cañada de San Urbano en la calle Playa.
- 8.- Mercado de El Alquíán, sito en la Barriada del mismo nombre en la calle Mercado.
- 9.- Mercado de Cabo de Gata, sito en la barriada de San Miguel de Cabo de Gata en la Plaza de la Malvasía.

Mercados en funcionamiento:

- Central
- Los Ángeles
- Plaza de Pavía
- Quemadero
- La Cañada
- Cabo de Gata

Mercados fuera de servicio (edificios destinados a otras funciones prestadas por asociaciones y demás):

- Regiones
- Torrecárdenas
- El Alquíán

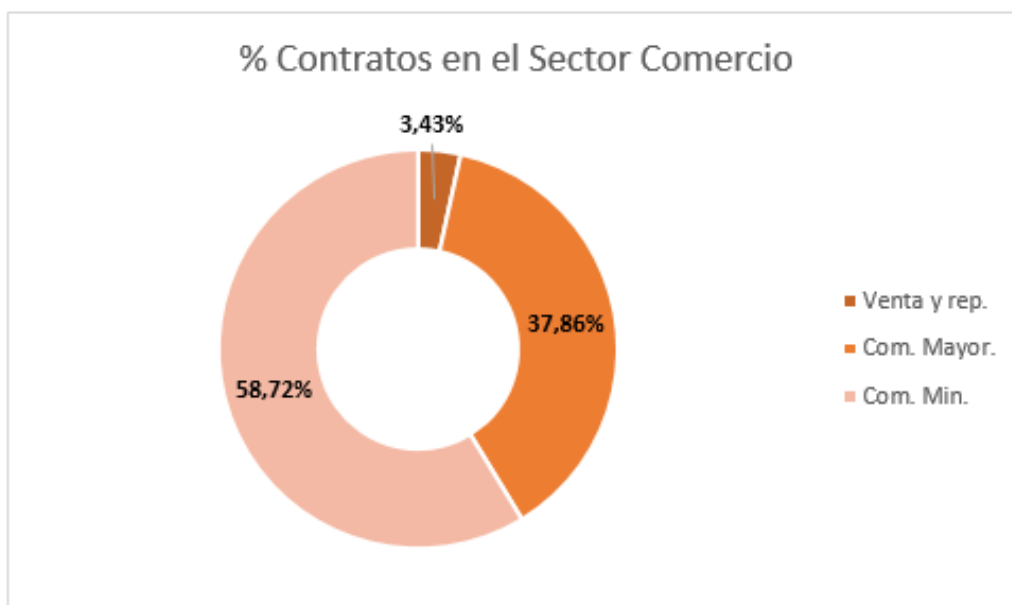
Destacar el Mercado Central como referente de comercio cotidiano en la ciudad, especialmente tras la importante reforma de modernización del equipamiento en 2009, para transformarlo en un mercado más moderno y actual, con una inversión de unos 15 millones de euros. Una reforma arquitectónica que puede considerarse como exitosa por la excelente funcionalidad del Equipamiento.



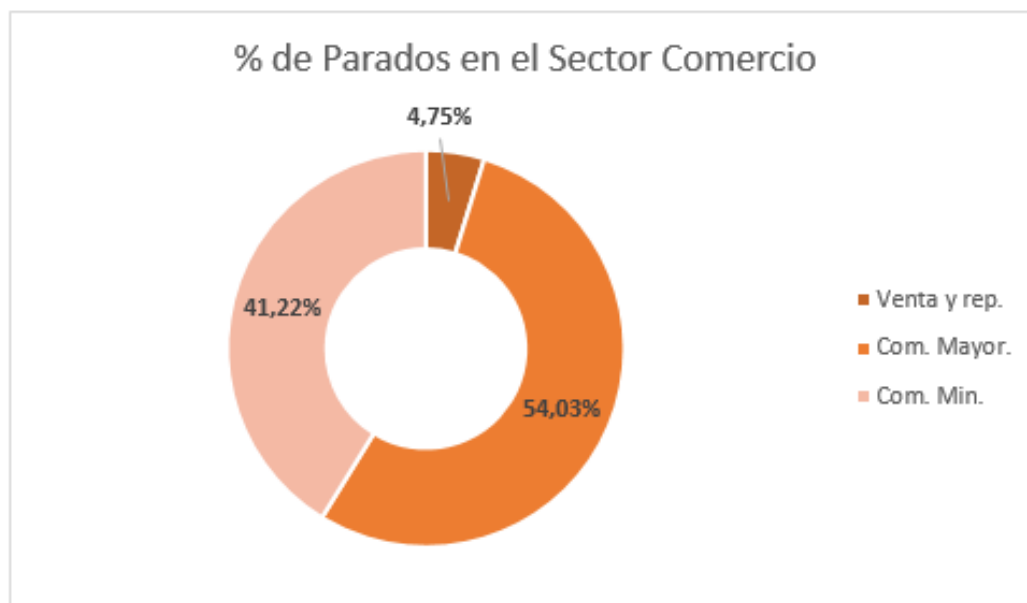
Localización de los Mercados Municipales de Almería: Elaboración Propia a partir de la Ordenanza Municipal de Mercados Municipales.

- **Mercado de Trabajo**

En el año 2018, el 12,33% de los contratos registrados en Almería fueron en el sector comercio, lo que retrata la importancia del sector, aunque peores cifras ofrecen el dato del paro en este sector, donde en el último año el porcentaje de parados fue del 20,69%.



FUENTE: Servicio Público de Empleo Estatal. Año 2018. Elaboración Propia.



FUENTE: Servicio Público de Empleo Estatal. Año 2018. Elaboración Propia.

Haciendo una comparativa a nivel provincial y regional, el porcentaje de contratos realizados en la ciudad de Almería en el sector comercio es superior al de Andalucía (+4,17%) y el porcentaje de parados en el sector comercio en la ciudad de Almería es similar al de la provincia, aunque en ambos casos duplican el porcentaje de personas paradas en este sector a nivel autonómico.

| | Contratos Sector Comercio | % Contratos en Comercio | Parados Sector Comercio | % Parados en Comercio |
|---------------------|---------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Andalucía | 414.882 | 8,16% | 504.478 | 10,60% |
| Almería (Provincia) | 21.418 | 17,52% | 68.567 | 20,42% |
| Almería Ciudad | 11.549 | 12,33% | 47.711 | 20,69% |

FUENTE: Observatorio Argos y Servicio Público de Empleo Estatal. Año 2018. Elaboración Propia.

“El elevado número de contratos registrados en Almería en el sector comercio retrata la importancia del sector”

3.2.3.2. Herramientas de Reactivación del Comercio en Almería

- **Asociacionismo Empresarial**

A pesar de la importancia socioeconómica del sector comercial, existe una paulatina pérdida de actividad y de capacidad de venta del comercio minorista en nuestras ciudades, tendencia que también se da en Almería, con una pérdida en los últimos 10 años de un 6,7% de establecimientos comerciales minoristas.

El descenso del número de establecimientos comerciales no ha sido mayor sin duda, gracias al esfuerzo de agrupaciones empresariales que han ido llevando a cabo diferentes actuaciones de dinamización comercial en diferentes áreas urbano-comerciales de la ciudad. De hecho, existen varias asociaciones en Almería que defienden con sus servicios el comercio de proximidad: Asociación de Comerciantes, Empresarios y Profesionales de La Cañada (ACEPCA), Asociación de Comerciantes y Empresarios Nueva Andalucía (CENA), Asociación de Comerciantes de Almería Centro y Asociación de Comerciantes y Empresarios de El Alquíán. Una atomización empresarial, quizás excesiva, que dificulta el trabajo conjunto en pro del sector comercial en general de la ciudad de Almería.

Pero con el asociacionismo también ha tenido que evolucionar en este panorama de pérdida de actividad y de continua introducción de nuevos formatos comerciales, de implantación de nuevas tecnologías y de modificación de los hábitos de consumo. En este contexto, los Centros Comerciales Abiertos (CCA en adelante), se han convertido en importantes agentes dinamizadores e incluso revitalizadores del comercio urbano de los pueblos y ciudades, al implementar a la mera venta del producto, una gran cantidad de servicios añadido que dan mayor valor a los productos: compra conjunta, mayor surtido, garantía de devolución, servicio postventa, etc.; acciones y servicios adicionales que facilitaban la decisión de la compra: publicidad, mejor localización y mejores accesos, adecuación funcional de los inmuebles, aparcamiento gratuito –o no, pero al menos te facilitan el pago-, forma de pago –tarjeta, crédito-, etc.

En Almería, esta figura está presente (es uno de los 38 CCAs reconocidos oficialmente por la Junta de Andalucía) y está siendo gestionada por la Asociación de Comerciantes del CCA Almería Centro, que pone a disposición del asociado y del cliente, numerosos servicios (Tarjeta de crédito, tarjeta regalo, sorteos, convenios con 2 parking, servicio de ludoteca...).

“La presencia del Centro Comercial Abierto Almería Centro ofrece unas garantías de servicios que deben potenciarse aumentando su representatividad y financiación”



Logotipo del Centro Comercial Abierto de Almería “Almería Centro”

- **Plataformas de Colaboración del Sector Comercial**

Muchas de las actuaciones necesarias para el desarrollo del comercio en los centros urbanos (adecuación urbanística, aparcamientos, señalética, etc.) no son competencia de los empresarios, sino de la administración local, por lo que la colaboración activa entre los agentes públicos y privados en una prioridad y para ello, lo deseable es disponer de algún tipo de plataforma o marco jurídico regulado desde donde trabajar.

En el caso concreto de la ciudad de Almería, se cuenta con el Consejo Sectorial de Comercio, una herramienta que, bien utilizada, consigue aumentar y hacer más operativas las relaciones de cooperación entre los agentes públicos y privados implicados en el sector. El Consejo se ha estructurado en tres mesas de trabajo: venta ambulante, comercio y mercados de abastos.

Actualmente el Consejo puede ser todavía más operativo como ocurre en otras ciudades, donde existen Comisiones Técnicas de Trabajo (más operativas) sobre las zonas y/o materias que afectan al sector comercial en la ciudad de Almería, formadas por técnicos del Ayuntamiento, miembros de Asociaciones de Comerciantes y otros agentes con especial interés en la temática e incluso con asesores técnicos externos si es necesario. Es deseable que cuente con un calendario de reuniones técnicas de trabajo donde se analice la realidad del sector comercial de Almería, a partir de los planes directores o estratégicos, estudios, trabajos, publicaciones existentes, así como de las experiencias, los datos y estadísticas obrantes en poder de los miembros del presente órgano.

Esta medida de mejora organizativa, bajo un marco de trabajo, encuentro y participación regulado, debe ayudar para revitalizar el sector comercial trabajando bajo una estrategia común en las actuaciones a realizar para la dinamización del comercio urbano de la ciudad. Por ejemplo, estas medidas organizativas deben contar con los canales de comunicación adecuados para informar de cortes de calle, llegada de cruceros, etc. y para algo tan importante como evitar mensajes catastrofistas que calan negativamente en el potencial consumidor y daña al comercio urbano, desviándolos hacia otros espacios y formatos comerciales.

“Almería cuenta con un Consejo Sectorial de Comercio, pero no está siendo muy funcional”

En este contexto, se debe evaluar la puesta en marcha de proyectos o programas piloto que consigan posicionar el comercio urbano de Almería como el principal destino comercial de la ciudad y su área metropolitana, siendo conveniente que el Consejo Sectorial de Comercio tenga una hoja de ruta que desarrollar y evaluar.

3.3. MATRIZ DAFO

A continuación se exponen las principales carencias y fortalezas detectadas en el segmento Turismo Sostenible desglosadas en las diferentes magnitudes del mismo: Turismo, Cine y Audiovisual, y Comercio.

3.3.1 DAFO Turismo

| DEBILIDADES |
|--|
| D.1. Descontento y desánimo del sector por la situación actual del sector turístico en la ciudad de Almería. |
| D.2. Escasa operatividad del marco de colaboración regulado entre la Administración Local y el resto de agentes turísticos (Consejo Sectorial de Turismo). |
| D.3. Falta de coordinación e implicación activa de los gestores de recursos turísticos para ponerlos en valor. |
| D.4. Escasa participación empresarial en la política de promoción del Ayuntamiento. |
| D.5. Adhesión de Almería como Destino SICTED, pero con pocas empresas y servicios turísticos adheridos (36). |
| D.6. Presencia de otros destinos competencia con mayores recursos en el Área Turística para realizar un número superior de acciones turísticas (fam y press trip, acciones inversas, jornadas comerciales, visitas comerciales, ferias específicas, marketing online...). |
| D.7. Parte del sector empresarial tiene tendencia a desarrollar su actividad empresarial sin realizar alianzas estratégicas con otras empresas y/o servicios, lo que minimiza su impacto turístico. |
| D.8. Algunos recursos con un alto grado de singularidad (refugios de la Guerra Civil, Alcazaba...) no terminan de funcionar todo lo bien que es deseable por problemas de gestión y mantenimiento. |
| D.9. Almería no presenta la imagen de excelencia que un Destino Turístico debe proyectar, especialmente el Centro Histórico (suciedad e inseguridad en algunas zonas o recursos turísticos, deficiencias en señalización turística e itinerarios estructurados, espacios degradados...). |
| D.10. Deficiencias en las redes de transporte y comunicaciones para consolidar Almería como Destino Turístico. |

| DEBILIDADES (sigue) |
|---|
| D.11. Conexiones aún limitadas del Aeropuerto de Almería con potenciales mercados emisores, especialmente en temporada baja. |
| D.12. Retardo en el desarrollo turístico de la ciudad por considerar el turismo como un sector de actividad secundario (en parte por el peso que el sector agroalimentario ofrece en el territorio). |
| D.13. Cabo de Gata presenta deficiencias de comunicación e infraestructuras básicas (aseos, seguridad en aparcamiento...). |
| D.14. La oferta turística de la ciudad demuestra estar por debajo de las expectativas de los turistas. |
| D.15. Elevado número de recursos turísticos pero escaso desarrollo de producto turístico (comercialización y puesta en valor del recurso para su correcta visita y/o disfrute). |
| D.16. Menor número de plazas hoteleras que otras capitales de provincia andaluza, especialmente en el Centro Histórico, agravado por la tendencia al alza de la oferta de alojamiento no reglada. |
| D.17. La estacionalidad turística de Almería perjudica la apertura hotelera durante todo el año y viceversa. |
| D.18. Falta de un posicionamiento estratégico claro tanto como Destino Turístico integral como por producto y/o segmento turístico (city break, gastronómico, deportes, cruceros...). |
| D.19. La falta de posicionamiento diluye los mercados objetivo a los que acudir. |
| D.20. Hay pérdida de negocio (por ejemplo, congresual) por la falta de colaboración inter-empresas. |
| D.21. La falta de coordinación y los horarios poco flexibles de los recursos turísticos, dificultan tanto la imagen del Destino como el desarrollo turístico del mismo. |
| D.22. La oferta turística de Almería está muy desagregada y atomizada, lo que hace muy compleja su visita y proyecta una imagen de Destino difuso y poco estructurado. |
| D.23. Desaprovechamiento de potenciales recursos singulares y diferenciadores de otros Destinos (por ejemplo, el hecho de haber organizado los Juegos del Mediterráneo en el marco del movimiento olímpico, el hecho de ser la huerta de Europa o la calidad gastronómica de sus tapas, entre otros). |

| DEBILIDADES (sigue) |
|---|
| D.24. Almería es una de las capitales de provincia andaluzas con menor visualización turística como Destino Turístico consolidado. |
| D.25. El Centro Histórico de Almería, espacio necesario para el desarrollo turístico cultural y de city break, presenta deficiencias de desconexión y adecentamiento. |
| D.26. Desaprovechamiento de la importancia y la imagen que proyecta la agroindustria en Almería para el sector turístico de la ciudad. |
| D.27. La propia población de Almería suele ser desconocedora de su oferta turística, cuando debe ser el primer prescriptor de su Destino. |
| D.28. Profesionalización del sector (idiomas, calidad del servicio...). |
| D.29. Elevada dependencia de la Demanda Nacional. |
| D.30. La población residente no ha visto el turismo como motor de desarrollo. |
| D.31. Escasa conciencia de destino turístico (población). |
| D.32. Proyectos previstos no realizados (Parque Metropolitano La Molineta, Red Verde, Completar itinerarios por la costa del Plan Andaluz de la bicicleta...). |

| AMENAZAS |
|---|
| A.1. Falta de implicación de entes gestores de recursos turísticos (Iglesia, Cultura...). |
| A.2. Territoriales y de Infraestructura |
| A.3. Mejores conexiones de otros destinos (principalmente para el mercado extranjero). |
| A.4. Aumento sin control de las viviendas con fines turísticos en economía colaborativa. |
| A.5. No llegada del AVE a Almería. |
| A.6. Dependencia de altas inversiones y decisiones de terceros para mayor desarrollo turístico (apertura puerto-ciudad, conectividad, renovación de edificios e infraestructuras, imagen y limpieza...) |

| AMENAZAS (sigue) |
|--|
| A.7. Dependencia de la apuesta de compañías aéreas para impulsar el aeropuerto de Almería. |
| A.8. Recuperación definitiva de mercados contraídos por la situación geopolítica (Turquía, Egipto...). |
| A.9. Dificultades de adaptación de la oferta a la nueva demanda. |
| A.10. Destinos mejor posicionados y más conocidos como marca. |
| A.11. Uniones empresariales y desarrollo de productos específicos en otros destinos próximos. |
| A.12. Finalización del actual proceso de salida de Reino Unido de la UE con un Brexit duro, como principal emisor de turistas extranjeros. |

| FORTALEZAS |
|--|
| F.1. Presencia del Plan Turístico de Grandes Ciudades de Almería. |
| F.2. Alineación con los planes turísticos de la Junta de Andalucía (Plan Turístico de Grandes Ciudades). |
| F.3. Información turística actualizada. |
| F.4. Incremento del tiempo de recogida de RSU en el Centro Histórico en épocas determinadas que beneficia la imagen de la ciudad. |
| F.5. Riqueza natural con algunos de los contrastes más abruptos de todo el litoral mediterráneo y con oferta de playa para todos los gustos. |
| F.6. Climatología privilegiada con 18,7% de temperatura media anual. |
| F.7. Aeropuerto de Almería en funcionamiento y con mayor potencial de desarrollo. |
| F.8. Existencia de un Club de Producto de Crucero, que aglutina al Puerto, la Fundación Bahía Almeríaport, el Patronato de Turismo, el Ayuntamiento y las empresas receptoras que ofertan sus excursiones. |
| F.9. Buenas conexiones por carretera. |
| F.10. Espacios para la práctica del senderismo, BTT y cicloturismo. |

| FORTALEZAS (sigue) |
|--|
| F.11. Destino seguro. |
| F.12. Almería Capital Española de la Gastronomía 2019. |
| F.13. Presencia de equipamientos turísticos, reconocimientos o espacios de gran relevancia para lanzar productos a segmentos específicos (Capitalidad Gastronómica, Cabo de Gata, Palacio de Exposiciones y Congresos Cabo de Gata-Ciudad de Almería, Alborán Golf, etc.). |
| F.14. La oferta hotelera de Almería es reciente o ha experimentado una moderna reconversión y con hoteles de 4 y 5 estrellas. |
| F.15. La ciudad de Almería cuenta con una gran cantidad de recursos turísticos para enfocar a múltiples segmentos. |
| F.16. Presencia de oferta turística complementaria (guías, buceo, rutas...). |
| F.17. Potencial como Destino líder fuera de la época estival. |
| F.18. Cultura del emprendimiento muy arraigada en el territorio |
| F.19. Presencia de iniciativas colaborativas (Capitalidad Gastronómica, Club de Producto de Crucero) |

| OPORTUNIDADES |
|--|
| O.1. Participación activa de los entes gestores de recursos turísticos en Almería (Iglesia, Cultura...) con el funcionamiento de un Consejo Turístico con convocatorias periódicas o un hub turístico. |
| O.2. Incremento de la colaboración público-privada. |
| O.3. El aeropuerto de Almería tiene capacidad para llegar a los 3 millones de viajeros anuales y no se llega al millón. |
| O.4. El desarrollo definitivo del Proyecto de integración Puerto-Ciudad puede ser el punto de inflexión del desarrollo turístico de Almería por su apertura al frontal marítimo. |
| O.5. Desarrollo turístico conjunto con otros municipios. |
| O.6. Evolución positiva y constante del número de turistas en España. |
| O.7. Incremento de la inseguridad en otros destinos. |
| OPORTUNIDADES (sigue) |

| |
|--|
| O.8. Atracción de inversores y emprendedores turísticos |
| O.9. Turistas que pretenden descubrir nuevos destinos. |
| O.10. Reconocimiento del sector turístico como sector estratégico en Almería. |
| O.11. Presencia de agentes con interés en mercados con productos diferenciados y especializados (ciclismo, agroturismo, salud, naturaleza...). |
| O.12. Evolución del uso de las TIC en la promoción y comercialización de productos y Destinos. |
| O.13. Finalización de los Proyectos previstos no realizados (Parque Metropolitano La Molineta, Red Verde...). |

3.3.2 DAFO Cine y Audiovisual

DEBILIDADES

D.1. La Film Office de Almería no ha alcanzado todo el potencial que podría tener como ventanilla única para los rodajes y producciones que llegan a la ciudad, en especial en la intermediación de permisos y trámites con otras administraciones.

D.2. Se realiza poca promoción específica de los rodajes realizados en la ciudad de Almería.

D.3. Falta de plataforma que aglutine a los profesionales y a las empresas del ámbito cinematográfico para ser más eficientes en la respuesta a sus necesidades y atraer a las productoras internacionales.

D.4. Las cifras de rodaje de la ciudad de Almería están por debajo de otros destinos andaluces como Málaga o Sevilla.

D.5. Las demandas por parte de las productoras en la ciudad resultan difíciles de atender por falta de coordinación y articulación en el sector.

D.6. Han surgido numerosos talentos en este segmento, pero la mayoría han terminado trabajando en Madrid y en otros destinos por falta de oportunidades.

AMENAZAS

A.1. Especialización y profesionalización de otros destinos.

A.2. Pérdida de prestigio de la marca Almería.

A.3. Masificación turística que dificulte el rodaje en ciertos lugares (Alcazaba, Cabo de Gata...).

A.4. Pérdida de identidad del Destino Almería.

A.5. Inestabilidad económica persistente provocada por el Covid-19.

A.6. Incremento de la presión fiscal frente a otros destinos.

A.7. Restricciones de movimiento provocada por el Covid-19.

FORTALEZAS

F.1. Almería ha sido y es una provincia caracterizada por ser una zona preferente de localizaciones cinematográficas por su larga trayectoria en rodajes, amplia oferta de profesionales y diversidad de localizaciones.

F.2. Almería cuenta con formación especializada tanto universitaria como profesional en esta materia.

F.3. La Mesa del Cine de Almería facilita la coordinación de agentes, así como su visualización social.

F.4. En Almería capital se desarrollan tres festivales a lo largo del año vinculados con el cine: el Festival Internacional de Cine de Almería 'Fical', 'Almería Creative Commons Film Festival' y el Festival 'Cinejoven', lo que la posiciona en el sector.

F.5. La provincia cuenta con una oficina provincial "Filming Almería" de apoyo a la industria, además de una sede de Film Office en Almería capital que intentan ejercer de ventanilla única para la mayoría de las productoras y empresas interesadas en el cine en Almería.

F.6. Dentro de la ciudad existen múltiples localizaciones que han sido usadas en grandes producciones y hay diseñadas dos rutas vinculadas con el cine: la ruta del cine y la ruta de los tótems del cine, vinculadas con espacios que sirvieron de localización a todo tipo de rodajes, así como equipamientos relacionados con el cine, como la Casa del Cine.

F.7. La industria del cine supone un importante impacto económico y de empleo en los territorios.

OPORTUNIDADES

O.1. Incremento constante del turismo vinculado al cine.

O.2. A pesar de estas acertadas iniciativas, aún son muchas las posibilidades de mejora de esta vinculación de turismo y cine con el territorio en la provincia y en la propia ciudad.

O.3. Potenciación de la industria del cine y su vinculación con el territorio y la historia de Almería.

O.4. Se producen a lo largo del año numerosas demandas por parte de las productoras, en especial, de profesionales especializados en cine y de empresas y profesionales proveedores de servicios básicos (peluquería, maquillaje, carpintería, pintura, etc.).

O.5. Emprendimiento y aplicación de nuevas tecnologías al arte y las industrias emergentes.

O.6. Formación con nuevas titulaciones universitarias o, incluso, la creación de una Escuela de Cine; pero también es necesario aumentar la capacidad del municipio para la retención de este talento local formado en cine y la atracción de nuevo, con ayudas a la instalación, la creación, la producción, etc.

O.7. Creación de la Ciudad del Cine de Almería.

O.8. Candidatura a Ciudad Creativa del Cine por la Unesco.

O.9. Profesionalización de una ventanilla única para agilizar los rodajes en Almería.

3.3.3 DAFO Comercio

| DEBILIDADES |
|--|
| D1. Pérdida de actividad de establecimientos del comercio minorista en la ciudad de Almería en los últimos años. |
| D2. Los Mercados Municipales de Almería han ido perdiendo actividad. |
| D3. Descentralización en la representatividad empresarial del sector comercial de la ciudad (presencia de varias asociaciones). |
| D4. Existencia de grandes superficies comerciales en la ciudad de Almería y alrededores, que complica el comercio local de proximidad. |
| D5. Escasa sinergia y/o colaboración entre las diferentes asociaciones zonales de la ciudad. |
| D6. Escaso activismo de los asociados, dejando el peso de la actuación en las Juntas Directivas, a excepción de Almería Centro, que tiene una gerencia profesionalizada. |
| D7. Percepción de dificultad de acceso y de aparcamientos en los espacios urbano-comerciales. |
| D8. Posibles mejoras de señalización comercial a los espacios comerciales urbanos. |
| D9. Opiniones encontradas sobre el proyecto de peatonalización del Paseo. |
| D10. Insuficiente funcionalidad comercial de algunas calles comerciales. |
| D11. La presencia de locales inactivos en algunas calles comerciales no facilita la percepción conjunta como destino comercial de referencia. |
| D12. Escasa identificación del Centro y Centro Histórico como Destino Comercial. |
| D13. La vinculación turístico-comercial es muy escasa. |
| D14. Pérdida paulatina de estructura comercial de los centros urbanos comerciales. |
| D15. El Centro Histórico ha perdido atracción comercial. |
| D16. Pérdida paulatina y envejecimiento de la población en el Centro Histórico. |

| AMENAZAS |
|--|
| A1. Percepción de dificultades de acceso en vehículo y aparcamientos disponibles al centro urbano. |
| A2. Imposibilidad de financiación local para todas las obras urbanísticas a corto plazo. |
| A3. Auge del comercio online en grandes Market place (Aliexpress, Amazon...). |
| A4. No aprovechamiento de la afluencia turística. |
| A5. Percepción de mejor y mayor oferta comercial en otros espacios y formatos comerciales (Grandes Superficies Comerciales). |
| A6. Nuevos modos de consumo. |
| A7. Elección de la población joven de otros formatos comerciales. |
| A8. No adaptación del comercio local a la transformación digital. |

| FORTALEZAS |
|--|
| F1. El sector comercial de Almería es el segundo sector de actividad en importancia, por lo que es un elemento indispensable en su sistema productivo local. |
| F2. La estructura comercial de la ciudad de Almería indica una estructura a nivel metropolitana por su capitalidad provincial. |
| F3. El elevado número de contratos registrados en Almería en el sector comercio retrata la importancia del sector. |
| F4. La presencia del CCA Almería Centro ofrece unas garantías de servicios que deben potenciarse aumentando su representatividad y financiación. |
| F5. La constitución del Consejo Sectorial de Comercio facilita un marco de trabajo y entendimiento regulado que beneficia al sector. |
| F6. Presencia de cultura del asociacionismo en el sector comercial, aunque excesivamente atomizada para el dimensionamiento de la ciudad. |
| F7. Apuesta del Ayuntamiento por el sector comercio (Consejo Sectorial de Comercio, inversión en el Mercado Central...). |

| FORTALEZAS (sigue) |
|---|
| F8. Mejoras urbanísticas realizadas (actuación en calles, dotación de mobiliario, aparcamientos, ciudad gastronómica...) |
| F9. Presencia de un elevado número de comercio y de buena calidad. |
| F10. Presencia y experiencia del CCA Almería Centro. Reconocido Oficialmente por la Junta de Andalucía. |
| F11. Importante presencia de Mercados Municipales en Almería como elementos vertebradores de los barrios. |
| F12. El Mercado Central ha experimentado una importante mejora física y funcional tras la inversión realizada. |
| F13. El Mercado de Los Ángeles está participando en el proyecto Digitaliza Tu Mercado, un importante paso en la transformación digital del comercio de proximidad. |

| OPORTUNIDADES |
|--|
| O1. Puesta en marcha de proyectos o programas piloto para la revitalización comercial. |
| O2. Peatonalización del Paseo. |
| O3. Integración del Proyecto Puerto-Ciudad. |
| O4. Almería Ciudad Gastronómica 2019. |
| O5. Incremento del turismo en Almería. |
| O6. Existencia de superficie disponible (locales inactivos) para nuevos negocios. |
| O7. Uso de los servicios añadidos para la potenciación del sector comercial. |
| O8. Uso continuo de TIC por gran parte de la población (Internet, RRSS, APPs específicas...). |
| O9. Presencia de huecos y nichos de mercado. |

OPORTUNIDADES (sigue)

O10. Presencia de hitos con capacidad de atracción en el Centro Histórico (Administración, marcas de referencia, concentración comercial y de servicios, hitos turísticos...).

O11. Puesta en marcha medidas de potenciar la puesta en valor comercial del Centro Histórico (limitación de usos, incentivos, programas de regeneración urbana y de vivienda...).



Diagnóstico de Cambio Climático

CAMBIO CLIMÁTICO

1. DEFINICIÓN DEL VECTOR

La Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC), en su artículo 1, define el cambio climático como el “**cambio de clima atribuido, directa o indirectamente, a la actividad humana, que altera la composición de la atmósfera global y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables**”. La CMNUCC reconoce que las actividades humanas alteran la composición atmosférica y afectan a la variabilidad climática. En el análisis externo que se realiza más adelante se recogen los distintos documentos marco que estudian el alcance y la amplitud de este fenómeno a escala mundial e internacional.

Las ciudades concentran la mayor parte de la actividad humana, ya que acogen hoy día a más del 50% de la población mundial. De cara al 2050, Naciones Unidas prevé que representen más del 70% de esa población. Este papel clave de las ciudades se viene estudiando y planificando desde la primera Conferencia Hábitat de Naciones Unidas, celebrada en Vancouver en 1976 hasta la tercera Conferencia Hábitat, celebrada en Quito, en 2016. Esta última concluyó con la Nueva Agenda Urbana (NAU), como guía común que aplicaba los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al ámbito urbano y ayudaba a orientar el desarrollo sostenible urbano de cara al 2030. En la NAU se reconoce que la mitigación y la adaptación urbana al cambio climático ha de ir de la mano de la reducción de la contaminación, la reducción del consumo energético y de recursos en general, así como de la mejora del ecosistema natural en el que se asientan.

En España, los últimos estudios realizados para medir la huella nacional de carbono demuestran que la mayor fuente de contaminación urbana es la producida por el transporte, en particular por los vehículos privados. Le siguen en emisiones, las edificaciones y los sectores comercial e institucional.

Es por ello que, en este vector de desarrollo de Almería, el análisis interno se basa en el estudio del clima y de la huella de carbono del municipio, donde se hace una clara apuesta por la ciudad resiliente, capaz de mejorar su movilidad interna estableciendo un modelo sostenible basado en el transporte público y en el personal no motorizado. También se aboga por un urbanismo sostenible y ecosistémico, con una clara incidencia en la rehabilitación y revitalización integrada de la ciudad que lleva a un modelo de ciudad mediterránea, compacta, heterogénea y no devoradora de recursos.

Almería es ya un referente de eficiencia energética y de reducción del consumo de agua, así como de producción de energías limpias, pero ha de serlo aún más en el futuro. De ahí que se estudia el consumo y producción energética del municipio y la gestión que hace de recursos como el agua, el suelo y los propios residuos urbanos. Por último, se estudian las zonas verdes y el estado del ecosistema urbano, en especial, la existencia y calidad del arbolado, como parte de las infraestructuras que aportan una mejora al clima y confort urbano.

Para analizar estas realidades, se creó una **mesa de trabajo** integrada por una quincena de profesionales y expertos en la materia, conocedores de los distintos aspectos de los enunciados en este vector. Los participantes han puesto de manifiesto

aspectos críticos, así como fortalezas y oportunidades que se deben potenciar y aprovechar.

A lo largo de los 18 meses en los que se ha desarrollado la fase de diagnóstico, los expertos han mantenido **tres reuniones**, una primera constitutiva del panel (21 de mayo de 2018) en la que miembros de entidades públicas y privadas relacionadas el cambio climático, en concreto con los sectores de: agua, energía, huella CO2, renovables... sentaron las bases de trabajo y la metodología a seguir en este proceso. Posteriormente, han tenido lugar dos nuevas reuniones, el 29 de diciembre de 2018, en la que se comienza a profundizar en las temáticas que se incluyen dentro del vector, como el análisis del grado de desarrollo de la Agenda 21; los principios recogidos en el pacto de alcalde de 2009, su reformulación en 2015 y las acciones ya puestas en marcha en la ciudad, entre otras. La última sesión mantenida fue el 1 de abril de 2019, en la que se trabaja sobre el prediagnóstico elaborado por la consultora y donde ya se recogen los principales indicadores disponibles y las primeras conclusiones recogidas en la matriz DAFO. La situación de pandemia ha ocasionado que las últimas aportaciones de los expertos del vector se hayan tenido que realizar a distancia, enviándoseles una serie de documentos y fichas de trabajo que se han recogido, tabulado e incorporado a este diagnóstico.

Cara a obtener información cualitativa sobre los principales aspectos del vector, se realizó una encuesta Delphi, como técnica de prospectiva, lo que ha permitido obtener valiosa información sobre las posibilidades del sector cara al futuro, e ir vislumbrando las estrategias a seguir.

2. ANÁLISIS EXTERNO

A partir de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD) o **Cumbre de Río de 1992**, se crean las Convenciones sobre el Cambio Climático, la Diversidad Biológica y la Desertificación de Naciones Unidas. En la Convención sobre el cambio climático, se acordó la creación de la COP, **Conferencia de las Partes**, como el órgano supremo de la convención y que debía reunirse anualmente, interviniendo expertos en medioambiente, ministros, jefes de estado y organizaciones no gubernamentales. La COP2, celebrada en Ginebra en 1996, adoptó por consenso la necesidad de fijar “objetivos cuantitativos vinculantes” sobre la limitación de emisiones de gases de efecto invernadero-GEI por los países industrializados. En 1997 se llevó a efecto la COP3, en Kioto, de la cual surgió el célebre **Protocolo de Kioto**.

El Protocolo de Kioto sobre el cambio climático se acordó en diciembre de 1997, en la conocida Cumbre Río +5. Se trataba de un acuerdo internacional cuyo objetivo era la reducción de las emisiones de los gases de efecto invernadero, causantes del calentamiento global.

El **Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC)** fue creado en 1988 por la Organización Meteorológica Mundial (OMM) y ONU- Medio Ambiente con el objetivo de proporcionar una fuente objetiva de información científica sobre este fenómeno. A lo largo de los años ha realizado informes y estudios temáticos dirigidos a conocer la situación técnica, científica y socio-económica del cambio climático. En 2013, el IPCC publicó su Quinto Informe de Evaluación y concluyó con gran claridad que el cambio climático es real y su principal causa se asocia a las

actividades humanas. El Informe proporciona una evaluación exhaustiva del aumento del nivel del mar y sus causas a lo largo de las últimas décadas. También calcula las emisiones acumuladas de CO₂ desde la época preindustrial y ofrece una estimación sobre futuras emisiones de CO₂. Sus conclusiones dieron pie a la firma en 2015 del primer acuerdo mundial vinculante sobre el clima en la **Conferencia de París (COP21)**. Un conjunto de 195 países estableció un plan de acción conjunto con el objetivo de limitar el calentamiento global a menos de 2 °C y mitigar las emisiones un 40% de cara al 2030, es el llamado Acuerdo de París 2015. En junio del 2022 saldrá a la luz el Sexto Informe del IPCC que está trabajando en estos momentos con distintos grupos de países y expertos. Las temáticas que abordan están vinculadas con los impactos, adaptación, vulnerabilidad y mitigación del cambio climático, así como los cambios en el clima (1,5º), los océanos, la tierra y la criosfera.

“El cambio climático es el mayor desafío de nuestro tiempo y es un momento decisivo. Desde pautas meteorológicas cambiantes, que amenazan la producción de alimentos, hasta el aumento del nivel del mar, que incrementa el riesgo de inundaciones catastróficas, los efectos del cambio climático son de alcance mundial y de una escala sin precedentes. Si no se toman medidas drásticas desde hoy, será más difícil y costoso adaptarse a estos efectos en el futuro”.

En Europa, la preocupación por el cambio climático y la búsqueda de soluciones activas ha dado pie no sólo a múltiples estudios y grupos de trabajo, sino también a políticas y programas con fuentes de financiación millonarias. En el marco de apoyo comunitario 2017-2020, ha estado activa la **Estrategia Europea de Adaptación al Cambio Climático (2013-2020)** con Directivas concretas de fomento del uso de energías renovables, de reducción de gases de efecto invernadero y de mejora de la eficiencia energética, entre otras. De cara al 2030, se han puesto ya en marcha paquetes de medidas como el **Marco de actuación UE en materia de clima y energía**, y se han marcado estrategias como la **Hoja de ruta 2050 hacia una Europa hipo carbónica competitiva**.

En 2008, un grupo de gobiernos locales y regionales firmaron el **Pacto de Alcaldes por el Clima y la Energía** con el objetivo de alcanzar y superar los objetivos de la Unión Europea en materia de clima y energía. Uno de los primeros acuerdos del citado Pacto era la elaboración de los Planes de Acción para la Energía Sostenible (PAES) y la presentación de los informes bianuales de seguimiento de los mismos. A partir del Acuerdo de París en 2015, se acuerda la elaboración de los Planes de Acción para el Clima y la Energía Sostenible (PACES) con una visión común a 2050, acelerar la descarbonización de las ciudades, fortalecer su capacidad para adaptarse a los impactos ineludibles del cambio climático y conseguir que la ciudadanía disfrute de acceso a una energía segura, sostenible y asequible.

Esta preocupación por el cambio climático se incluye en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas de la Agenda 2030 de Naciones Unidas, donde se

incorpora el **ODS 13** que tiene como fin “**Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos**”.

Este ODS guarda una relación directa con otros objetivos marcados en la Agenda, como son: **ODS6**: Agua limpia y saneamiento, **ODS7**: energía asequible y no contaminante, **ODS11**: ciudades y comunidades sostenibles; **ODS12**: producción y consumo responsable, **ODS14**: vida submarina, **ODS15**: vida de ecosistemas terrestres; **ODS17**: alianzas para lograr los objetivos.

En España, se han trasladado estos compromisos al ámbito de las ciudades a través de redes y alianzas, como la **Red Española de Ciudades por el Clima**, impulsada por la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). Se creó en 2005 para impulsar las políticas nacionales vinculadas al cambio climático en los gobiernos locales y ahora misma da soporte a numerosas ciudades en la elaboración de sus inventarios de emisiones, cálculos de la huella de carbono y la elaboración de los PACEs del Pacto de Alcaldes.

Uno de los primeros objetivos de esta red ha sido el Cálculo y Registro de la huella de carbono municipal, como herramienta clave para poder realizar un buen diagnóstico sobre la situación de las ciudades en la lucha y mitigación del cambio climático. En Almería, también se ha llevado a cabo este estudio y se han incorporado sus análisis y resultados al diagnóstico de este vector.

Para realizar el análisis externo de la ciudad de Almería, se ha determinado el marco de referencia básico europeo, nacional y regional, en el que se incluyen las normativas, tratados, políticas y líneas de financiación que tienen por objetivo la lucha y mitigación del cambio climático. En el siguiente cuadro se enumeran los documentos que se han consultado para elaborar este diagnóstico y que deben ser tenidos en cuenta no sólo para este análisis sino también para el diseño de los objetivos, estrategias y planificación de acciones, pues también orientan sobre las posibles fuentes de financiación de proyectos.

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|---------|---|------------------|
| Mundial | Convención marco de Naciones Unidas sobre el cambio (CMNUCC) COP21. C | Naciones Unidas |
| | Acuerdo de París (2015) | Comisión Europea |
| Europa | Estrategia UE de adaptación al cambio climático (2013-2020) | Comisión Europea |
| | Marco de actuación UE en materia de clima y energía hasta el año 2030 (paquete de medidas). | Comisión Europea |

| | | |
|-----------|---|--|
| España | Hoja de ruta hacia una Europa hipo carbónica competitiva 2050 | Comisión Europea |
| | Lucha contra el cambio climático en la UE. | Consejo Europeo; Consejo de la Unión Europea |
| | Directiva CE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre el fomento del uso de energía renovables. | Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de abril de 2009 |
| | Cambio climático en Europa: hechos y cifras. Naciones unidas | Parlamento Europeo |
| | Plan nacional de adaptación al cambio climático y sus programas de trabajo | Ministerio para la Transición Ecológica |
| | Cambio Climático: Bases Físicas Guía resumida del Quinto Informe de evaluación del IPCC Grupo de Trabajo | Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio ambiente |
| | Impactos del Cambio Climático en la Salud. | Ministerio de Sanidad |
| | Huella de carbono del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente 2016. Evolución 2010 – 2016. | Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio ambiente |
| Andalucía | Manual sobre agricultura, energía y cambio climático en España | Fundación Global Nature |
| | Ley 08/2018 Medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía. | Junta de Andalucía |
| | Plan Andaluz de Acción por el clima (2007-2012) | Junta de Andalucía |
| | Plan de acción 2018-2020 de la Estrategia Energética de Andalucía 2020. | Agencia Andaluza de la Energía. Junta de Andalucía |

| | | |
|---------|---|-------------------------|
| Almería | Informe sobre la evolución de las emisiones de gases de efecto invernadero en Andalucía. Año 2018 | Junta de Andalucía |
| | Escenarios Locales de Cambio Climático de Andalucía (ELCC) | Junta de Andalucía |
| | Huella de carbono de la ciudad de Almería 2020 | Ayuntamiento de Almería |

La lucha contra el cambio climático, su mitigación y la adaptación de los países y de las ciudades a su impacto y sus efectos es uno de los principales objetivos que todos los habitantes del planeta están obligados a trabajar para lograr un desarrollo sostenible en las próximas décadas. Es necesario cumplir lo antes posible con las leyes y normativas que regulan la actividad humana y reducen su contribución al cambio climático, comprometiéndose a cumplir con los objetivos comunes y vinculantes que se han fijado en las distintas conferencias mundiales.

En este diagnóstico, no sólo se contemplan los objetivos establecidos para Europa en 2020, 2030 y 2050, sino también los que se han fijado España y Andalucía en esos mismos períodos temporales y que son los siguientes:



- Reducción del 20% de las **emisiones de gases de efecto invernadero** con respecto a 1990
- 20% del consumo total de energía procedente de **energías renovables**
- Incremento del 20% de la **eficiencia energética**



- Reducción de al menos el **40%** de las **emisiones de gases de efecto invernadero** con respecto a 1990
- Al menos el 27% del consumo total de energía procedente de **energías renovables**
- Incremento de al menos el 27% de la **eficiencia energética**
- Medidas de **adaptación** y atenuación (**estrategias específicas** nacionales y locales) para cumplir con el Acuerdo de París y el Pacto de Alcaldes con el clima y la energía 2015



- Para 2050 la UE quiere reducir sustancialmente sus emisiones —en un 80-95% con respecto a los niveles de 1990—, uniendo así sus esfuerzos a los del conjunto de los países desarrollados.
- Hacer de la economía europea una economía de alta eficiencia energética y bajas emisiones de CO₂. Esto dará impulso a la economía, creará empleo y mejorará la competitividad de Europa.



3. ANÁLISIS INTERNO

3.1. INTRODUCCIÓN

Dentro del Plan Estratégico la mitigación y adaptación de la ciudad y de su espacio territorial de influencia al cambio climático es uno de los más transversales y con más influencia sobre el resto. Es tal su importancia que el Ayuntamiento de Almería ya se sumó al Pacto de Alcaldes en 2015 y ha puesto en marcha el inventario de emisiones del municipio y el cálculo de la huella de carbono para poder sumarse a las iniciativas del resto de municipios españoles. Asimismo, en estos momentos está empezando a realizar la planificación de su Estrategia de mitigación y adaptación al cambio climático o Plan del Clima, como lo denominan otros municipios. En esta labor, se están teniendo en consideración otros documentos como el nuevo plan de alumbrado; los planes de mejora del arbolado; el plan de movilidad urbana sostenible; la Estrategia de Desarrollo Urbano Integrado (EDUSI) y, por supuesto, este plan estratégico.

“La mitigación y adaptación al cambio climático es transversal a todos los vectores del Plan Estratégico de Almería.”

Las **principales causas** que provocan el cambio climático, y que se han mencionado en los informes anteriormente citados a escala global, son: el aumento de gases de efecto invernadero (principalmente por el desarrollo de la industrialización), la deforestación de los pulmones naturales del planeta, la destrucción de los ecosistemas marinos por la contaminación y, por último, el aumento de la población.

Trasladando estas causas y sus impactos al caso de las ciudades, se han considerado para la ciudad de Almería los siguientes bloques para el análisis y seguimiento del diagnóstico de cambio climático. Un primer bloque vinculado con el **clima**, la evolución de las **temperaturas y precipitaciones**, sus escenarios futuros y los efectos que tendrá su evolución sobre el nivel del mar, la agricultura y el turismo, como sectores estratégicos. Un segundo bloque relacionado con el metabolismo urbano, donde se analiza el **Inventario de Emisiones y la Huella CO₂**, así como su relación con las **energías renovables y el consumo energético**. Un tercer bloque donde se vincula el **urbanismo** y los **usos de la ciudad** con la lucha contra el cambio climático, en especial las **zonas verdes** y el **arbolado**. Un último bloque, relacionado con **el uso y consumo de los recursos** (balance hídrico) y **la gestión de los residuos** sólidos urbanos, como parte de la economía circular a la que se debe tender.



3.2. CLIMA, TEMPERATURAS, PRECIPITACIONES Y RIESGOS E IMPACTOS ASOCIADOS

Almería cuenta con un clima árido-desértico cálido, lo que hace que las temperaturas sean suaves a lo largo de todo el año, entre 12. 5º y 8. 3º en los meses invernales, y entre 31º y 22. 4º en los meses de verano para el período 1981-2010. A medida que se avanza hacia el interior, se incrementan los valores extremos, llegando a ser notables las diferencias entre el día y la noche, y entre unas estaciones y otras.

El régimen de precipitaciones es muy escaso en sus zonas bajas y litorales, estando en una media de 200 mm anuales en el período 1981-2010, lo que son apenas 25 días de lluvia al año. En las zonas intermedias se contabilizan entre 400-500 mm y 800-900 mm, régimen pluviométrico que posibilita la existencia natural de arbolado. Es un clima bastante seco, con una humedad relativa media anual de apenas un 65%. De media, en este período no contó con días de nieve o heladas y apenas 8 días de tormentas o nieblas.

Las sierras que rodean al término constituyen una barrera natural de proyección contra los vientos del interior; los vientos procedentes del sur, no se encuentran obstáculos, siendo relativamente frecuentes los vendavales.

| Mes | T | TM | Tm | R | H | DR | DN | DT | DF | DH | DD | I |
|-------------------|------|------|------|-----|----|------|-----|-----|-----|-----|-------|------|
| Enero | 12.6 | 16.9 | 8.3 | 24 | 67 | 2.9 | 0.0 | 0.5 | 1.0 | 0.0 | 7.1 | 194 |
| Febrero | 13.3 | 17.6 | 9.0 | 25 | 67 | 2.9 | 0.0 | 0.5 | 1.3 | 0.0 | 6.1 | 191 |
| Marzo | 15.1 | 19.6 | 10.6 | 16 | 65 | 2.6 | 0.0 | 0.3 | 1.5 | 0.0 | 5.7 | 232 |
| Abril | 17.0 | 21.4 | 12.5 | 17 | 62 | 2.6 | 0.0 | 0.6 | 0.6 | 0.0 | 6.1 | 261 |
| Mayo | 19.7 | 24.1 | 15.3 | 12 | 63 | 1.9 | 0.0 | 0.5 | 1.0 | 0.0 | 6.9 | 297 |
| Junio | 23.5 | 27.9 | 18.9 | 5 | 61 | 0.6 | 0.0 | 0.6 | 0.4 | 0.0 | 13.1 | 325 |
| Julio | 26.1 | 30.5 | 21.7 | 1 | 60 | 0.3 | 0.0 | 0.5 | 0.4 | 0.0 | 19.0 | 342 |
| Agosto | 26.7 | 31.0 | 22.4 | 1 | 63 | 0.3 | 0.0 | 0.6 | 0.4 | 0.0 | 15.0 | 315 |
| Septiembre | 24.2 | 28.4 | 20.0 | 14 | 65 | 1.5 | 0.0 | 1.1 | 0.5 | 0.0 | 9.3 | 256 |
| Octubre | 20.4 | 24.5 | 16.3 | 27 | 68 | 2.8 | 0.0 | 1.0 | 0.9 | 0.0 | 5.4 | 218 |
| Noviembre | 16.4 | 20.5 | 12.3 | 28 | 67 | 3.6 | 0.0 | 0.9 | 0.5 | 0.0 | 5.4 | 183 |
| Diciembre | 13.8 | 17.9 | 9.6 | 30 | 67 | 3.3 | 0.0 | 0.5 | 0.5 | 0.0 | 6.2 | 178 |
| Año | 19.1 | 23.4 | 14.7 | 200 | 65 | 25.4 | 0.0 | 7.4 | 8.9 | 0.0 | 108.0 | 2994 |

Valores climatológicos normales de la estación Almería Aeropuerto (1981-2010). Fuente: Elaboración propia a partir de la Agencia Estatal de Meteorología

Leyenda: T_Temperatura media mensual/anual (°C); TM_Media mensual/anual de las temperaturas máximas diarias (°C); Tm_Media mensual/anual de las temperaturas mínimas diarias (°C); R_Precipitación mensual/anual media (mm); H_Humedad relativa media (%); DR_Número medio mensual/anual de días de precipitación superior o igual a 1 mm; DN_Número medio mensual/anual de días de nieve; DT_Número medio mensual/anual de días de tormenta; DF_Número medio mensual/anual de días de niebla; DH_Número medio mensual/anual de días de helada; DD_Número medio mensual/anual de días despejados; I_Número medio mensual/anual de horas de sol.

Si se comparan estos datos normalizados con los valores extremos que se han dado en las últimas seis décadas (1968-2020) se comprueba que en la década actual se han dado los máximos valores tanto en temperaturas como en precipitaciones diarias o mensuales. Sin embargo, las temperaturas más bajas o el máximo número de días de lluvia y de tormenta al mes, hay que remontarse a finales del siglo pasado.

| Variable | Anual |
|---|--|
| Máx. núm. de días de lluvia en el mes | 20 (dic. 1996) |
| Máx. núm. de días de tormenta en el mes | 5 (oct. 1986) |
| Prec. máx. en un día (l/m2) | 99.2 (12 sept. 2019) |
| Prec. mensual más alta (l/m2) | 154.5 (dic. 2016) |
| Prec. mensual más baja (l/m2) | 0.0 (dic. 2015) |
| Racha máx. viento: velocidad y dirección (km/h) | Vel 137, Dir 270 (16 oct. 1980 12:15) |
| Tem. máx. absoluta (°C) | 41.6 (06 jul. 2019) |
| Tem. media de las máx. más alta (°C) | 33.1 (ago. 2018) |
| Tem. media de las mín. más baja (°C) | 5.9 (ene. 1981) |
| Tem. media más alta (°C) | 28.7 (jul. 2015) |
| Tem. media más baja (°C) | 10.8 (feb. 2012) |
| Tem. mín. absoluta (°C) | 0.1 (27 ene. 2005) |

Valores climáticos extremos en estación Aeropuerto Almería. Precipitación: 1968-2020. Temperatura: 1968-2020. Viento: 1973-2020. Fuente: Elaboración propia a partir de la Agencia Estatal de Meteorología

“El clima de Almería se caracteriza por tener temperaturas cálidas en invierno y elevadas en periodo estival, con un régimen de lluvias escaso y una humedad reducida.”

La Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio aborda desde 2007, junto a la Agencia Estatal de Meteorología la elaboración de escenarios climáticos a partir de los sucesivos Informes de Evaluación del IPCC. Los Escenarios Locales de Cambio Climático (ELCC) son la información de referencia que se utilizar en la planificación sectorial sobre la vulnerabilidad e impactos del cambio climático, así como en la definición de las medidas de adaptación al mismo. En 2018 se ha realizado la última adaptación de los ELCC con ocasión de la publicación del Quinto Informe del IPCC. Es por ello que se incorporan a este diagnóstico los principales datos de referencia vinculados a la zona de Almería tanto para el período de estudio (1961-2000) como para el período de prospectiva futura (2071-2099).

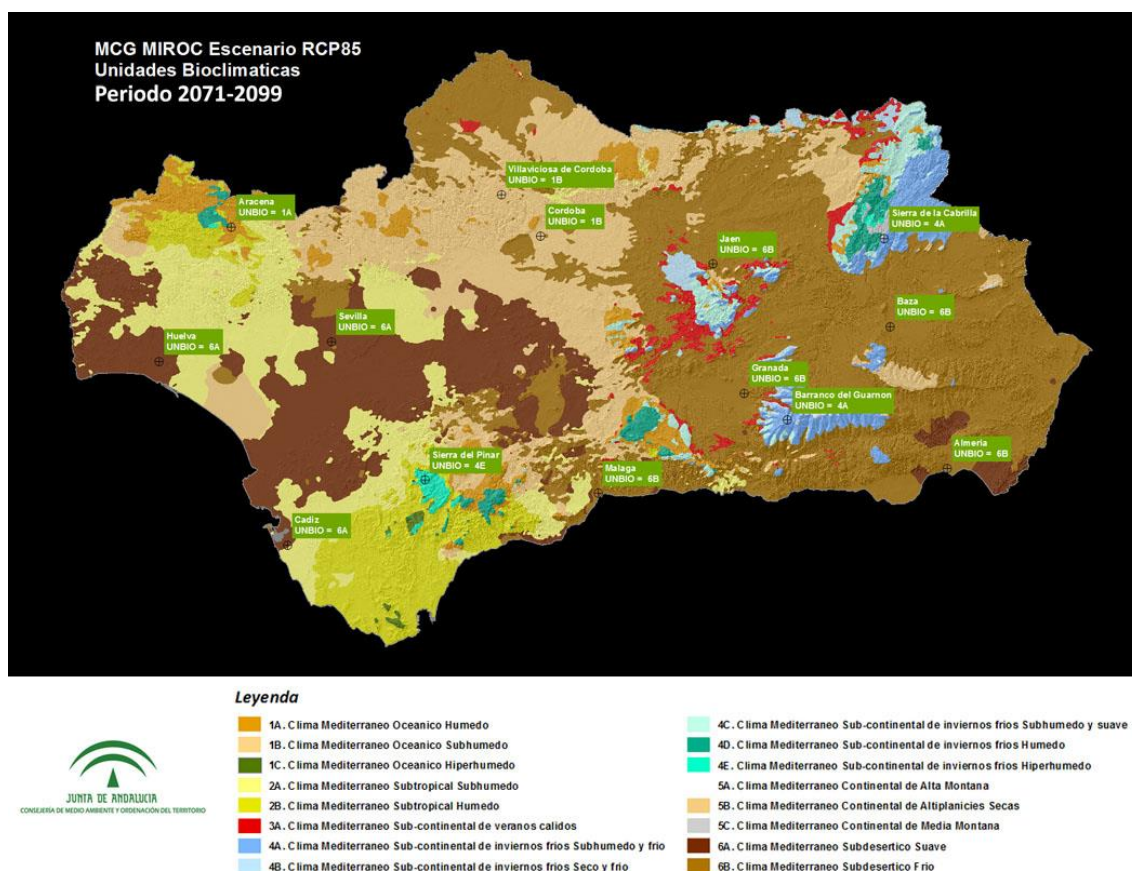
Los ELCC utilizan simulaciones que construyen modelos de comportamiento del clima, denominados Modelos de Circulación General (MCGs), que son corregidos y mejorados

MCG OBS Escenario HIST
Unidades Bioclimáticas
Periodo 1961-2000

Map showing the distribution of bioclimatic units (Unidades Bioclimáticas) in Andalusia, Spain, for the period 1961-2000. The map is color-coded and labeled with various locations and their corresponding UNBIO values:

- Aracena UNBIO = 4E
- Huelva UNBIO = 2A
- Sevilla UNBIO = 1B
- Castro UNBIO = 2A
- Villavieja de Córdoba UNBIO = 4C
- Córdoba UNBIO = 3A
- Sierra del Pinar UNBIO = 4E
- Jaén UNBIO = 4B
- Granada UNBIO = 5B
- Barranco del Guarnon UNBIO = 5A
- Sierra de la Cazorla UNBIO = 3C
- Baza UNBIO = 5B
- Almería UNBIO = 6A
- Malaga UNBIO = 2A





Clasificación bioclimática de Andalucía para los periodos 1961-2000 y 2071-2099

Fuente: Junta de Andalucía

Almería se encuentra dentro del grupo climático Mediterráneo Subdesértico (suave y frío, según las zonas), que presenta valores más secos y cálidos que los otros cinco tipos de clima de la clasificación. A lo largo del tiempo y de los distintos modelos, se observa para el conjunto de la Comunidad un incremento de las temperaturas y una disminución de las precipitaciones, con pérdida de muchas de las zonas de clima continental y subcontinental más húmedo (a excepción de las zonas de alta y media montaña). En el caso de Almería, se tiende a una extensión del clima subdesértico frío, manteniendo sólo el suave en puntos aislados y el subcontinental húmedo en las zonas de alta montaña. Según el modelo de predicción y los escenarios de emisiones que se elijan, las subidas de temperaturas pueden variar entre 6,5º y 3,6º, así como disminuir las precipitaciones entre un 1º y un 17º. Es evidente que, a menores emisiones y mejor planificación del desarrollo económico y social, los datos son más favorables.

Por otra parte, habrá que tener en cuenta que el impacto de estos cambios drásticos de clima en otros territorios andaluces afectará también al clima de Almería favoreciendo valores bioclimáticos más extremos, mayor incidencia y recurrencia de catástrofes naturales, reducción del suministro de agua y, por tanto, mayor vulnerabilidad y fragilidad de sectores como la agroindustria y el turismo, eso sin contar con las posibles afecciones en la salud humana. Entre los principales riesgos destacados en Andalucía están los siguientes:

- Aumento del riesgo de sequía y escasez de agua
- Aumento del nivel del mar
- Erosión de los suelos, salinización, desertización
- Expansión de la superficie agraria con déficit hídrico
- Aumento de las necesidades de riego
- Mayor frecuencia de incendios forestales

“La reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y la apuesta por un modelo de desarrollo más respetuoso con el medio ambiente y la integración social mejorarán las proyecciones climáticas de Almería y del conjunto de Andalucía.”

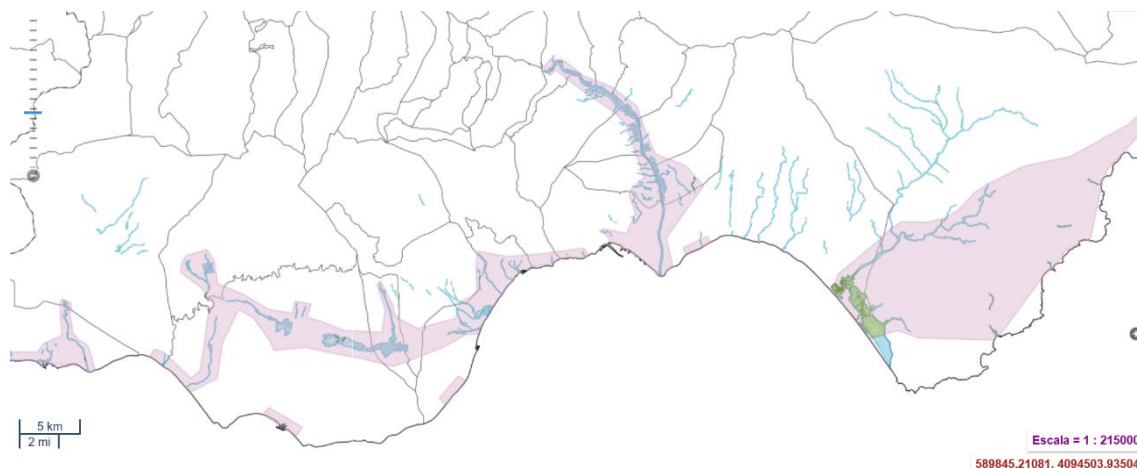
En base al desarrollo actual, la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible ha generado los mapas de peligrosidad de inundación con diferentes escenarios, así como los mapas de riesgo de inundación, que marcan las zonas potencialmente inundables, sus calados y los daños que pueden ocasionar. Todos estos documentos se elaboran según los criterios establecidos en la Directiva 2007/60/CE, en el Real Decreto 903/2010 y en la Ley 9/2010 y dentro del marco del Plan de Prevención de Avenidas e Inundaciones de Andalucía.

Se definen como ARPSIs a aquellas zonas del territorio para las cuales se ha llegado a la conclusión de que existe un riesgo potencial de inundación significativo o bien en las cuales la materialización de tal riesgo pueda considerarse probable como resultado de los trabajos de Evaluación Preliminar del Riesgo de Inundación (EPRI), realizados en el ámbito de cada demarcación hidrográfica.

La delimitación de las ARPSIs se realiza sobre la base de la evaluación preliminar del riesgo inundación, que se elabora a partir de la información fácilmente disponible, como datos registrados y estudios de evolución a largo plazo, incluyendo el impacto del cambio climático, y teniendo en cuenta las circunstancias actuales de ocupación del suelo, la existencia de infraestructuras y actividades para protección frente a inundaciones y la información suministrada por el Sistema Nacional de Cartografía de Zonas Inundables y por las Administraciones competentes en la materia.

Para las **áreas de riesgo potencial significativo de inundación (ARPSIs)** seleccionadas en la fase anterior se elaboran los **mapas de peligrosidad por inundaciones** que incluyen tres escenarios: Baja (eventos extremos o período de retorno mayor o igual a 500 años), Media (período de retorno mayor o igual a 100 años) y Alta probabilidad de inundación (período de retorno mayor o igual a 10 años) y los **mapas de riesgo de inundación** que delimitan las zonas inundables así como los

calados del agua, e indican los daños potenciales que una inundación pueda ocasionar a la población, a las actividades económicas y al medio ambiente.¹⁸

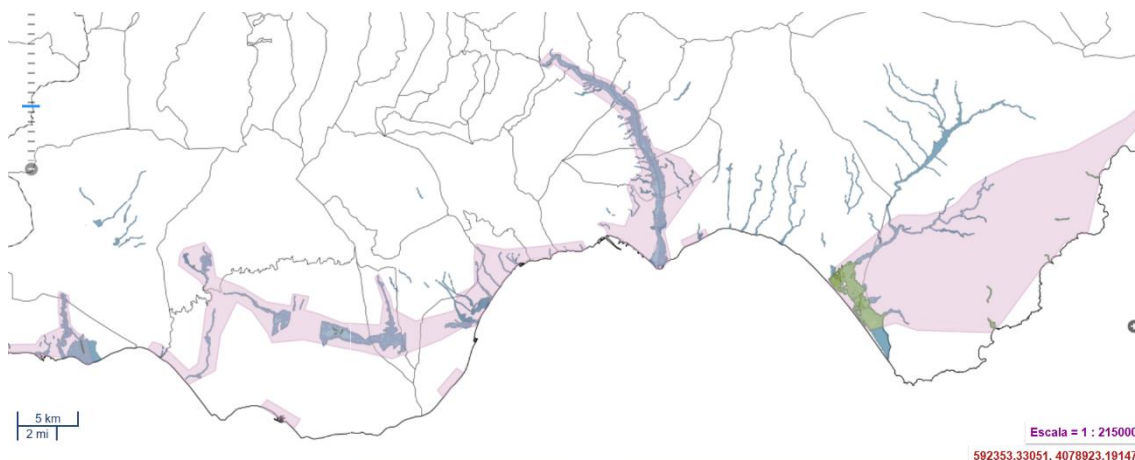


Zonas ARPSIs (rosa) y zonas inundables (azul) para un periodo de retorno de 10 años

Fuente: MAPEA. Consejería de agricultura, ganadería, pesca y desarrollo sostenible

¹⁸

<http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/porta/web/menuitem.7e1cf46ddf59bb227a9ebe205510e1ca/?vgnextoid=5f4b0b5c9e6f6410VgnVCM2000000624e50aRCRD&vgnnextchannel=9136461af55f4310VgnVCM1000001325e50aRCRD>



Zonas ARPSIs (rosa) y zonas inundables (azul) para un periodo de retorno de 500 años

Fuente: MAPEA. Consejería de agricultura, ganadería, pesca y desarrollo sostenible

Por su parte, el Real Decreto 903/2010, de 9 de julio de Evaluación y Gestión de Riesgos de Inundación, en su artículo 21 prevé los siguientes plazos para su actualización y revisión:

- La evaluación preliminar de riesgo de inundaciones se actualizará antes el 22 de diciembre de 2018.
- Los mapas de peligrosidad por inundaciones y los mapas de riesgo de inundación se revisarán, y si fuese necesario, se actualizarán antes del 22 de diciembre de 2019.
- Los planes de gestión del riesgo de inundación, se revisarán y se actualizarán antes del 22 de diciembre de 2021.

Con respecto a lo indicado en el Cap. V de Coordinación, información y consulta pública del RD 903/2010 se estipula una coordinación con la revisión de los Planes Hidrológicos de Cuenca según se recoge en su Art. 14. Igualmente, deberá coordinarse con otros planes (sectoriales, con incidencia territorial, protección civil,...) conforme a lo estipulado en su Art. 15, entre ellos destacar el nuevo **Plan de Prevención de Avenidas e Inundaciones de Andalucía**.

La Evaluación Preliminar del Riesgo de Inundación (2º ciclo de planificación) de la Demarcación Hidrográfica de las Cuencas Mediterráneas Andaluzas está disponible en la web de la Consejería, e incluye diversas zonas en el T.M. de Almería.

Enlace web:

<http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/porta/web/menuitem.7e1cf46ddf59bb227a9ebe205510e1ca/?vgnnextoid=4489fe09fe933610VgnVCM1000001325e50aRCRD&vgnnextchannel=65eea8e465e32610VgnVCM1000001325e50aRCRD>

3.3. INVENTARIO DE EMISIONES Y HUELLA DE CARBONO

Las emisiones de dióxido de carbono y el cálculo de la huella de carbono, son indicadores ambientales que reflejan la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de cualquier individuo, organización, servicio, evento o territorio. Son la base de herramientas como la huella de carbono, que se han convertido en uno de los elementos clave para el diagnóstico y planificación de las políticas municipales vinculadas con la lucha y mitigación del cambio climático.

El Plan de Acción Andaluz por el Clima (PAAC) es el instrumento del Gobierno Andaluz para dar respuesta a la necesidad de reducir las emisiones netas de gases de efecto invernadero y fomentar la capacidad de sumidero. Para alcanzar esta reducción, el PAAC cuenta entre sus objetivos con el desarrollo de herramientas de análisis, conocimiento y gobernanza para actuar frente al cambio climático desde el punto de vista de la mitigación.

Para el diseño, aplicación y seguimiento de políticas de acción contra el cambio climático, es esencial disponer de un diagnóstico inicial y continuado de las emisiones de GEI, de ahí que se pida a todos los municipios que realicen su inventario de emisiones de GEIs y hagan el cálculo de su Huella de Carbono.

Las emisiones de GEI se dividen en dos grupos: las emisiones del sector industrial y las emisiones del sector difuso. Se consideran emisiones del sector industrial aquellas procedentes de las instalaciones afectadas por la Ley 1/2005, de 9 de marzo, por la que se regula el régimen del comercio de derechos de emisión de gases de efecto invernadero (RCDE), modificada por la Ley 13/2010, de 5 de julio. El resto de emisiones de GEI se consideran sector difuso y proceden del transporte, el ámbito residencial, comercial e institucional, el sector agrario, la gestión de residuos y emisiones de gases fluorados, así como en las instalaciones industriales no afectadas por la citada Ley 1/2005.

En concreto, los gobiernos locales tienen competencias directas en sectores relacionados con las emisiones de los sectores difusos: planeamiento urbano, transporte y movilidad, gestión energética municipal, gestión de residuos, sensibilización ciudadana... La oficina del Plan Estratégico concluyó a principios de 2020 el análisis de la Huella de Carbono tanto del municipio, como del propio Ayuntamiento. La huella de carbono se convierte en un instrumento que permite contabilizar y comunicar el efecto de un determinado producto, servicio u organización en el cambio climático.

“Almería cuenta con un inventario de emisiones GEIs y una Huella de Carbono, tanto para el municipio como para el propio Ayuntamiento, documentos que son la base de su planificación de lucha y mitigación contra el cambio climático.”

Con el cálculo de la Huella de Carbono, Almería ha iniciado su compromiso de lucha, adaptación y mitigación del cambio climático, en coherencia con lo firmado en el Pacto de Alcaldes por el Clima y la Energía Sostenible, y en el “Mayors Adapt” europeo de 2014. Ambos acuerdos comprometen no sólo a la reducción de las emisiones, sino también a la generación de estrategias locales de mitigación y adaptación al cambio climático que seguro se va a producir. El compromiso a 2030 es evitar la subida de 2º de la temperatura del planeta, para lo que se deben reducir las emisiones a 2030 en un 40%, aumentar la producción de energías renovables en un 20% y el consumo eficiente en un 20%, además de unificar en una estrategia integradas las acciones de lucha, mitigación y adaptación.

Siguiendo la metodología propuesta en el Pacto de Alcaldes, el inventario de emisiones de Almería ha incluido como sectores clave en los que el Ayuntamiento puede intervenir en el consumo energético y, por tanto, reducir las emisiones:

- Edificios y equipamiento/instalaciones municipales
- Edificios y equipamiento/instalaciones terciarias (no municipales)
- Edificios residenciales
- Alumbrado público
- Industria (no RCDE)
- Transporte
- Otros (agricultura, silvicultura, ganadería y pesca)

Para el cálculo de la huella se hace primero una estimación de la actividad y consumo de cada uno de los sectores en los años 2011, 2015 y 2018, y se multiplica por un factor de emisión propio del mismo, expresando el resultado en toneladas de CO2 equivalente.

De forma resumida, se obtienen los siguientes valores de consumo para cada uno de los sectores clave en los tres escenarios:

| EDIFICIOS Y EQUIPAMIENTOS/INSTALACIONES MUNICIPALES (MWh) | 2011 | 2015 | 2018 |
|---|------------------|------------------|------------------|
| GLP | 346,05 | 346,05 | 346,05 |
| Gasóleo B | 0 | 0 | 563,61 |
| Electricidad | 35.683,81 | 33.453,94 | 33.950,89 |
| TOTAL | 36.029,86 | 33.799,99 | 34.860,55 |

| EDIFICIOS EQUIPAMIENTOS/INSTALACIONES TERCIARIAS (MWh) | 2011 | 2015 | 2018 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gas natural | 27.376,91 | 94.093,31 | 131.767,86 |
| Electricidad | 166.259,11 | 137.989,52 | 145.415,15 |
| Gasóleo | 8.846,72 | 5.447,19 | 6.287,31 |
| GLP | 16.659,57 | 2.342,42 | 16.560,33 |
| Biomasa y biogás | 14.897,06 | 5.446,21 | 7.534,65 |
| TOTAL | 193.636,02 | 232.082,83 | 277.183,01 |

| EDIFICIOS RESIDENCIALES (MWh) | 2011 | 2015 | 2018 |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gas natural | 2.338,35 | 3.507,53 | 34.198,39 |
| Electricidad | 281.275,51 | 276.145,41 | 267.443,94 |
| Gasóleo | 27.570,46 | 17.598,16 | 14.665,14 |
| GLP | 50.955,48 | 56.745,88 | 54.719,24 |
| Biomasa y biogás | 63.048,74 | 44.573,99 | 34.016,99 |
| TOTAL | 425.188,54 | 398.570,97 | 371.026,71 |

| ALUMBRADO PÚBLICO | MWh | 2011 | 2015 | 2018 |
|-------------------|--------------|-----------|-----------|-----------|
| | Electricidad | 24.179,18 | 18.198,41 | 19.691,83 |

| INDUSTRIA (no RCDE) (MWh) | 2011 | 2015 | 2018 |
|---------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gasóleo | 2.800,79 | 1.479,43 | 1.490,61 |
| GLP | 8.081,32 | 4.945,70 | 3.993,75 |
| Gas natural | 12.238,13 | 15.587,66 | 45.837,63 |
| Electricidad | 9.870,38 | 7.746,26 | 8.178,54 |
| Biomasa y biogás | 45.019,93 | 1.855,34 | 5.535,54 |
| SUMA | 22.108,51 | 23.333,91 | 54.016,17 |

| FLOTA MUNICIPAL (MWh) | 2011 | 2015 | 2018 |
|-----------------------|---------------|---------------|---------------|
| Gasolina | 5,74 | 5,74 | 7,42 |
| Gasóleo A | 449,37 | 546,15 | 611,61 |
| TOTAL | 455,11 | 551,90 | 619,03 |

| TRANSPORTE PÚBLICO | 2011 | 2015 | 2018 |
|--------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gasóleo A | 12.868,49 | 12.316,85 | 13.731,06 |
| TOTAL | 12.868,49 | 12.316,85 | 13.731,06 |

| TRANSPORTE PRIVADO Y COMERCIAL | 2011 | 2015 | 2018 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|
| Gasolina | 202.841,29 | 177.873,42 | 193.795,31 |
| Gasóleo A | 894.796,43 | 872.458,59 | 888.632,71 |
| Gasóleo B | 0,00 | 1.323,41 | 1.208,39 |
| GLP | 0,00 | 1.306,34 | 2.406,21 |
| Gas Natural | 0,00 | 6.175,93 | 812,55 |
| BioDiésel | 84.582,41 | 67.052,97 | 93.849,45 |
| Electricidad (transporte privado y público) | 684,75 | 882,12 | 812,40 |
| SUMA | 1.170.036,38 | 1.114.755,94 | 1.167.166,92 |

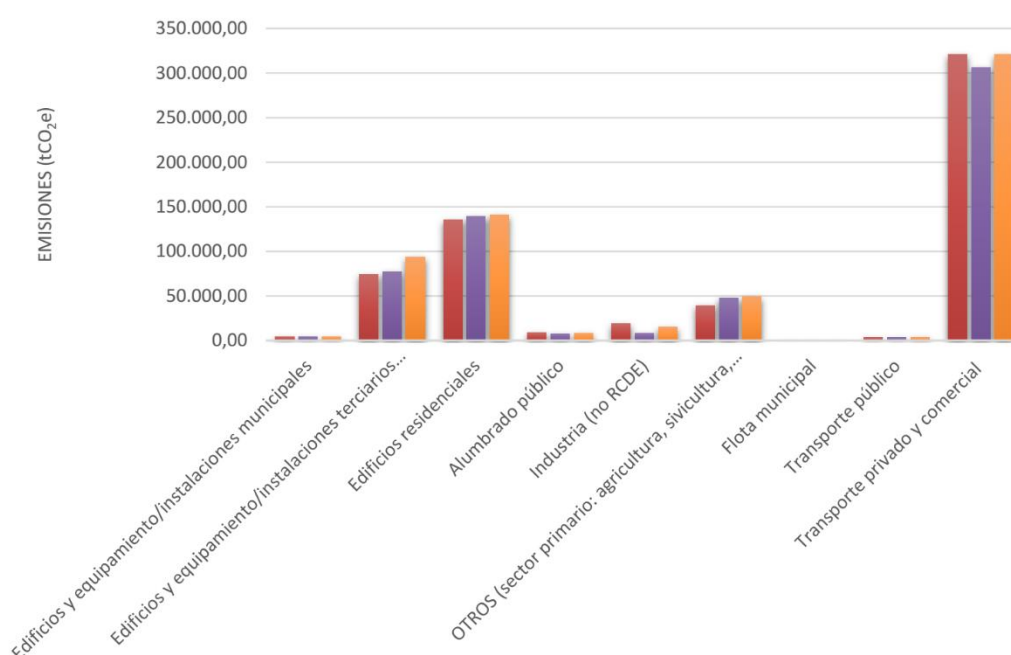
| OTROS (AGRICULTURA, SILVICULTURA, GANADERÍA Y PESCA) | 2011 | 2015 | 2018 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| Gasóleo | 245.686,57 | 188.748,95 | 212.690,60 |
| GLP | 9.949,45 | 1.271,77 | 4.141,60 |
| Gas Natural | 43.632,02 | 46.543,46 | 43.421,06 |
| Electricidad | 75.582,26 | 93.391,37 | 93.902,62 |
| Biomasa y biogás | 5.668,67 | 3.542,43 | 3.872,27 |
| SUMA | 380.518,98 | 333.497,98 | 358.028,16 |

Una vez estimados los consumos de cada sector clave, se multiplica por los factores de emisión propios de cada sector que publican los distintos organismos autonómicos, nacionales e internacionales y se obtienen los valores finales de estimación de emisiones en toneladas de CO₂ equivalentes en cada escenario temporal. Se observa que no existe una variación significativa entre los tres escenarios, siendo los datos de 2015 ligeramente mejores y los de 2018 los que resultan algo más negativos.

| SECTORES | EMISIONES 2011 (tCO ₂ e) | EMISIONES 2015 (tCO ₂ e) | EMISIONES 2018 (tCO ₂ e) |
|---|--|--|--|
| Edificios y equipamiento/instalaciones municipales | 4.409,00 | 3.998,21 | 4.576,95 |
| Edificios y equipamiento/instalaciones terciarios (no municipales) | 74.461,93 | 77.463,20 | 93.437,09 |
| Edificios residenciales | 135.377,66 | 139.150,05 | 140.837,58 |
| Alumbrado público | 8.704,50 | 7.279,37 | 8.073,65 |
| Industria (no RCDE) | 19.100,15 | 8.198,67 | 15.208,25 |
| OTROS (sector primario: agricultura, silvicultura, ganadería y pesca) | 105.446,61 | 98.457,13 | 106.114,59 |
| Flota municipal | 125,52 | 152,24 | 170,74 |
| Transporte público | 3.552,22 | 3.399,94 | 3.790,32 |
| Transporte privado y comercial | 321.130,85 | 306.063,67 | 320.602,92 |
| TOTAL | 672.308,45 | 644.162,47 | 692.812,08 |

Emisiones por sectores clave en escenarios 2011, 2015 y 2018 (tCO₂e). Fuente: Huella de Carbono de Almería.

Como sucede en gran parte de las urbes que no tienen un fuerte peso del sector industrial, el transporte privado y comercial es la principal fuente de emisiones en todos los escenarios, seguido de los edificios residenciales (viviendas) y de las edificaciones destinadas al sector servicios. El transporte privado y comercial es un gran consumidor de gasóleo A, si bien en 2015 y 2018 la gasolina también experimentó un fuerte avance. Las viviendas residenciales realizan un elevado consumo eléctrico, al igual que el sector servicios, si bien parece haberse estabilizado a lo largo de los años, fundamentalmente por la expansión del uso del gas natural que se ha dado con la llegada de la red de gas ciudad.



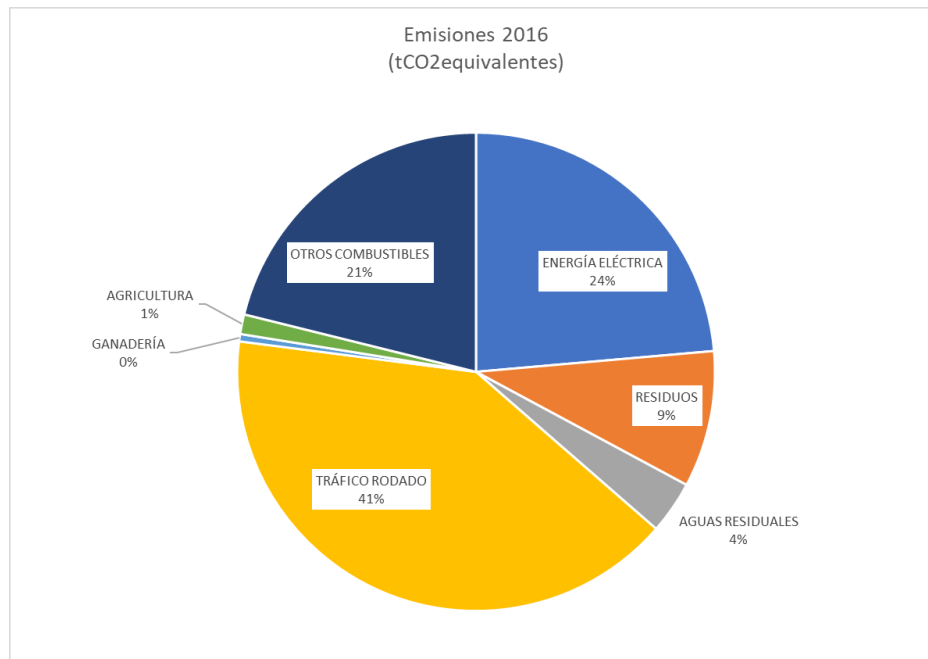
Gráfica de emisiones por año y sector. Fuente: Huella de Carbono de Almería.

La Junta de Andalucía también realiza su propio Inventario de Emisiones y recoge datos procedentes del Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA), Inventario Nacional de Emisiones de GEI y Consejerías de la Junta de Andalucía. Estos datos son tratados siguiendo metodologías sectoriales para el cálculo de las emisiones, basadas en las directrices y guías de orientación del Inventario Nacional y del Panel Intergubernamental de Cambio Climático (IPCC).

Existe una coherencia entre los resultados obtenidos en la huella de carbono de la ciudad de Almería y el inventario de emisiones de la Junta, donde se aprecia también que las emisiones producidas por el tráfico privado son las más importantes, seguidas de las procedentes del consumo de energía eléctrica y de otros combustibles.

| Emisiones (tCO ₂ equivalentes) | | | | |
|---|-------------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Ciudad: Almería Año: 2016 | | | | |
| Consumo de energía eléctrica | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Agricultura | 5.130,00 | N/A | N/A | 5.130,00 |
| Industria | 2.112,00 | N/A | N/A | 2.112,00 |
| Comercio-Servicios | 37.102,00 | N/A | N/A | 37.102,00 |
| Sector Residencial | 74.856,00 | N/A | N/A | 74.856,00 |
| Administración y Servicios públicos | 30.936,00 | N/A | N/A | 30.936,00 |
| Resto de sectores | 478,00 | N/A | N/A | 478,00 |
| TOTAL EMISIONES ENERGÍA ELÉCTRICA | | | | 150.614,00 |
| Tratamiento y eliminación de residuos | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Vertedero controlado | N/A | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Planta de Recuperación y Compostaje | N/A | 2.804,00 | 0,00 | 58.879,00 |
| TOTAL EMISIONES RESIDUOS | | | | 58.879,00 |
| Tratamiento de aguas residuales | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Emisiones de N ₂ O asociadas al consumo de proteínas | N/A | N/A | 17,00 | 5.308,00 |
| Emisiones asociadas al tratamiento de aguas residuales | N/A | 831,00 | 0,00 | 17.441,00 |
| TOTAL EMISIONES AGUAS RESIDUALES | | | | 22.749,00 |
| Emisiones Tráfico Rodado | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Autobuses | 10.503,00 | 1,00 | 0,00 | 10.651,00 |
| Vehículos de mercancías | 64.274,00 | 4,00 | 3,00 | 65.239,00 |
| Turismos | 166.066,00 | 15,00 | 28,00 | 175.063,00 |
| Motos | 6.763,00 | 12,00 | 0,00 | 7.053,00 |
| Cidomotores | 1.078,00 | 7,00 | 0,00 | 1.229,00 |
| TOTAL EMISIONES TRÁFICO RODADO | | | | 259.235,00 |
| Ganadería | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Fermentación entérica | N/A | 101,00 | N/A | 2.120,00 |
| Gestión de estiércol | N/A | 30,00 | 1,00 | 1.032,00 |
| TOTAL EMISIONES GANADERÍA | | | | 3.152,00 |
| Agricultura | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Emisiones directas agricultura | N/A | 0,00 | 13,00 | 4.171,00 |
| Emisiones pastoreo | N/A | N/A | 3,00 | 1.034,00 |
| Emisiones indirectas de la agricultura | N/A | N/A | 11,00 | 3.288,00 |
| TOTAL EMISIONES AGRICULTURA | | | | 8.493,00 |
| Otros combustibles | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Gas natural | 14.607,00 | N/A | N/A | 14.607,00 |
| Carbón | 0,00 | N/A | N/A | 0,00 |
| Fuelóleo | 1.946,00 | N/A | N/A | 1.946,00 |
| Gasóleo no automoción | 95.011,00 | N/A | N/A | 95.011,00 |
| Querosenos de aviación | 20,00 | N/A | N/A | 20,00 |
| Butano | 16.548,00 | N/A | N/A | 16.548,00 |
| Propano | 6.709,00 | N/A | N/A | 6.709,00 |
| TOTAL EMISIONES OTROS COMBUSTIBLES | | | | 134.841,00 |
| Emisiones totales | | | | |
| | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| | 534.139,00 | 3.804,00 | 77,00 | 637.964,00 |
| Capacidad de sumidero anual | | | | |
| Descripción | CO ₂ (t/año) | CH ₄ (t/año) | N ₂ O (t/año) | CO ₂ eq (t/año) |
| Superficie forestal arbolada | 754,00 | N/A | N/A | 754,00 |
| Superficie dehesa espesa | 260,00 | N/A | N/A | 260,00 |
| Superficie cultivo anual convertida a cultivo leñoso | 3,00 | N/A | N/A | 3,00 |
| Superficie de tierras agrícolas convertidas a forestal | 0,00 | N/A | N/A | 0,00 |

Inventario de emisiones de Almería capital 2016. Fuente: Junta de Andalucía



Peso relativo de cada sector en las emisiones 2016 de Almería capital. Fuente: Junta de Andalucía

Del análisis de este inventario desde 2006 se desprende que el orden de importancia de cada uno de los sectores clave se ha mantenido en los últimos 10 años, no así sus aportaciones totales en toneladas de emisiones que han ido creciendo de manera paulatina. La incidencia en los sistemas de transporte y movilidad del municipio es clave para reducir las emisiones y establecer una nueva estrategia de mitigación y lucha contra el cambio climático en Almería.

“Desde hace 10 años, las emisiones del tráfico privado y comercial son las que más impactan en la huella de carbono del municipio y mantienen una tendencia creciente. Se hace prioritario el establecimiento de nuevos modelos de movilidad y transporte no contaminante para poder cumplir con los objetivos de reducción de emisiones al 2030.”

Adicionalmente a estos cálculos, se ha realizado los cálculos de la Huella de Carbono del Ayuntamiento como organización. Este cálculo es interesante porque permite vincular más claramente los efectos que tienen determinadas medidas y estrategias sobre la reducción real de emisiones. Los escenarios temporales contemplados son 2016, 2017 y 2018, y en vez de abordarse por sectores clave, se abordan los llamados “alcances” dentro de la organización, conforme a la metodología establecida por el Ministerio de Transición Ecológica para organizaciones y empresas. Se identifican dentro de cada alcance las fuentes de emisiones y sus valores, y se multiplican por los factores de emisión estandarizados. Para el Ayuntamiento de Almería, se han establecido tres alcances y valorado las siguientes fuentes de emisión:

Tabla 2: Fuentes de emisión identificadas por alcance.

| | |
|-----------|--|
| Alcance 1 | Consumo de gas natural en dependencias municipales |
| | Consumo de combustibles en flota de vehículos municipal |
| | Fugas HFCs en equipos de refrigeración |
| | Consumo de butano en escuelas |
| | Consumo de propano en el Centro de acogida |
| Alcance 2 | Consumo eléctrico |
| Alcance 3 | Consumo de combustible asociado al transporte público del municipio (SURBUS) |
| | Consumo energético de la empresa municipal de aguas (Aqualia) |

Fuentes de emisión identificadas por alcance. Fuente: Huella de Carbono del Ayuntamiento de Almería.

Los dos primeros alcances se encuentran en cualquier administración local y se utiliza la metodología propuesta por la Red Española de Ciudades por el Clima, para poder realizar posteriores comparaciones. El Alcance 3 se corresponde con las fuentes de servicios externalizados, por lo que varían según el municipio. A partir del cálculo del consumo que se produce en cada una de las fuentes, se obtienen las emisiones.

| TOTAL EMISIONES POR ALCANCE (tCO ₂ e) | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|
| | 2016 | 2017 | 2018 |
| ALCANCE 1 | 321,49 | 331,93 | 344,04 |
| ALCANCE 2 | 4.626,60 | 8.353,26 | 8.179,68 |
| ALCANCE 3 | 6.989,74 | 10.412,07 | 10.158,34 |
| TOTAL | 11.937,83 | 19.097,26 | 18.682,06 |

Así, la distribución de las emisiones es la siguiente:

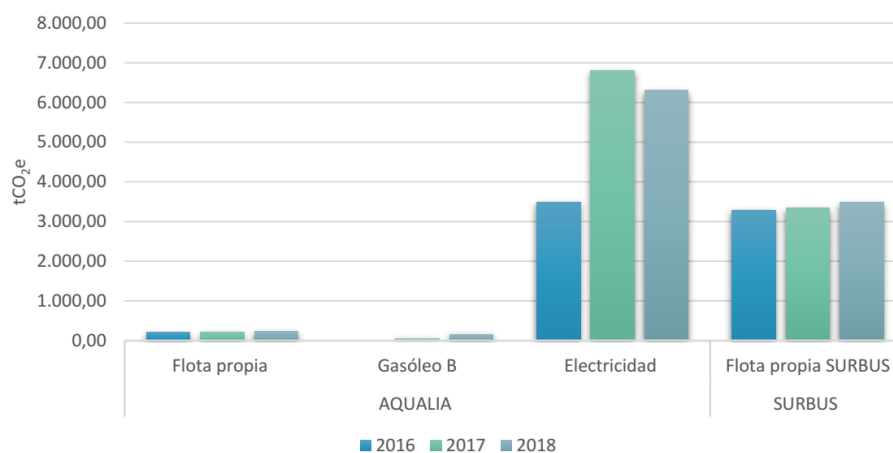
| TOTAL EMISIONES (tCO ₂ e) POR ALCANCE Y FUENTE DE EMISIÓN | | | | | |
|---|---------------------|---------------------|-----------|-----------|-----------|
| | SECTOR | FUENTE | 2016 | 2017 | 2018 |
| ALCANCE 1 | TRANSPORTE | Flota propia | 155,69 | 165,66 | 156,61 |
| | INSTALACIONES FIJAS | Gas natural | 65,44 | 56,71 | 68,99 |
| | | Propano | 5,13 | 13,41 | 22,31 |
| | | Butano | 4,05 | 4,98 | 4,95 |
| | CLIMATIZACIÓN | HFCs | 91,18 | 91,18 | 91,18 |
| ALCANCE 2 | CONSUMO ELÉCTRICO | Electricidad | 4.626,60 | 8.353,26 | 8.179,68 |
| ALCANCE 3 | AQUALIA | Flota propia | 206,56 | 212,18 | 223,37 |
| | | Gasóleo B | 0,00 | 55,38 | 154,99 |
| | | Electricidad | 3.494,78 | 6.809,12 | 6.303,85 |
| | SURBUS | Flota propia SURBUS | 3.288,40 | 3.335,38 | 3.476,13 |
| TOTAL | | | 11.937,83 | 19.097,26 | 18.682,06 |

Principales fuentes de emisiones. Fuente: Huella de Carbono del Ayuntamiento de Almería

Dentro del Alcance 1 las emisiones más numerosas son debidas al consumo de gasóleo A de la flota municipal de vehículos, seguidas de las recargas de HFCs de los equipos de refrigeración y calefacción de los edificios municipales.

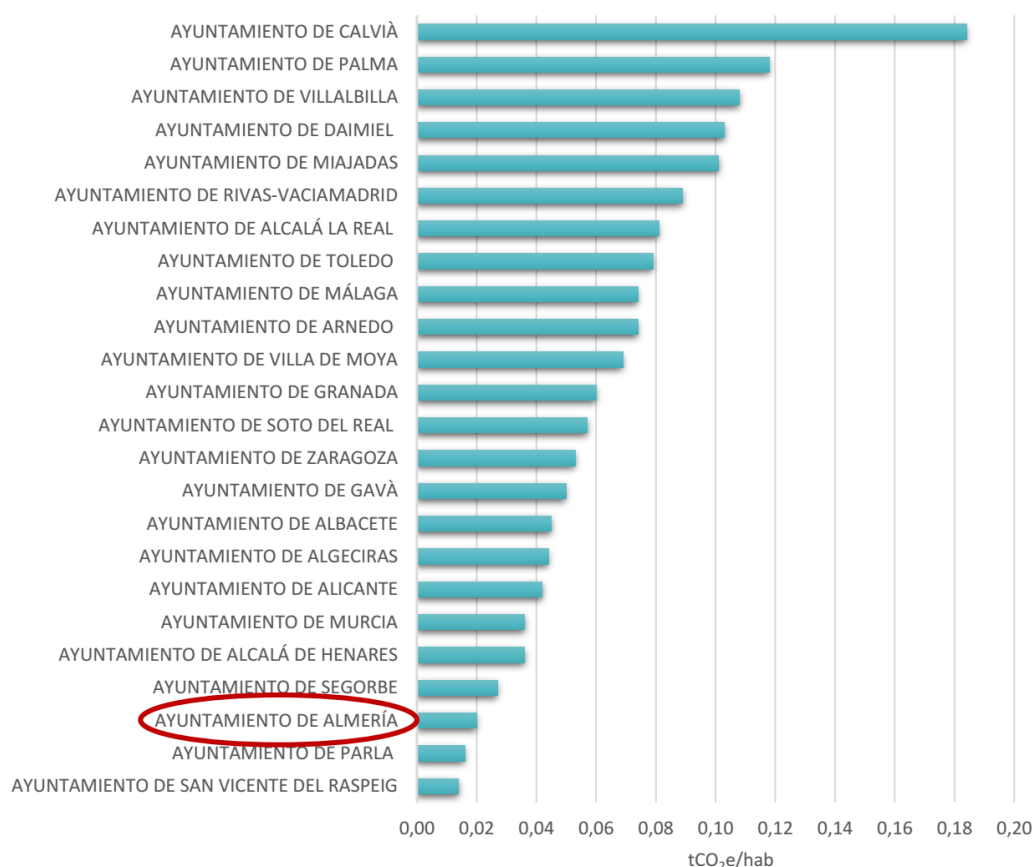
Por su parte, el Alcance 2 recoge el consumo eléctrico tanto de las dependencias municipales como del alumbrado público, siendo este último el más contaminante. Este Alcance es el que más emisiones representa en el total.

Finalmente, el Alcance 3 se corresponde con fuentes externalizadas, como son Aqualia y Surbus. El consumo eléctrico de Aqualia es la segunda fuente de emisiones de la organización, tras el consumo eléctrico de dependencias y alumbrado, seguido del consumo asociado a la flota municipal de Surbus. No obstante, mientras que el consumo eléctrico de Aqualia ha descendido en el último año, el de la flota de Surbus se ha visto incrementado.



Principales fuentes de emisiones del Alcance 1. Fuente: Huella de Carbono del Ayuntamiento de Almería

En la carrera por cumplir los objetivos del Pacto de Alcaldes, es interesante analizar los esfuerzos que están realizando otros ayuntamientos para reducir sus emisiones y los resultados que están obteniendo. La misma metodología utilizada para el cálculo de los alcances del Ayuntamiento de Almería se ha utilizado en un conjunto de 24 municipios dentro de la Red Española de Ciudades por el Clima. El ayuntamiento de Almería ocupa el puesto 22 en emisiones por habitante, por lo que se encuentra en una posición privilegiada con respecto al resto. Si se suma a esta información, que en 2018 las emisiones por habitantes son menores que las de 2016, esto indica que las medidas que ha ido tomando el Consistorio con respecto a la organización han sido fructíferas. Solo resta lograr que se produzcan los mismos resultados con las nuevas políticas que afectan a la huella de carbono del conjunto del municipio.



Emisiones por habitante (tCO₂e/hab) por municipio. Fuente: Red Española de Ciudades por el Clima

“El Ayuntamiento de Almería tiene una posición comparada muy positiva con respecto a otros municipios españoles en su huella de carbono como organización”.

3.4. ENERGÍAS RENOVABLES Y CONSUMO ENERGÉTICO

Las energías fósiles son aún las principales fuentes energéticas de la mayoría de las ciudades y también la causa de gran parte de la contaminación que producen, bien por su uso en movilidad como en residencias. El cambio hacia un nuevo modelo energético

basado en energías renovables y en consumos más reducidos se ha convertido en una prioridad para la mayoría de los países convencidos de la lucha necesaria contra el calentamiento global y los desastres naturales derivados del mismo. Las ciudades juegan un papel fundamental en este cambio de modelo y Almería es una de las ciudades españolas que ha asumido voluntariamente los retos del Pacto de Alcaldes a favor del aumento del consumo y de la producción de energías renovables. A pesar de ello, en 2018 se redujo en Andalucía el consumo de renovables

Las energías renovables representan en España el 46,7% de la potencia instalada. En 2018, la generación renovable peninsular pasó del 33,7% al 40,1%, según datos extraídos del Avance del informe del sistema eléctrico español 2018 de Red Eléctrica de España. El incremento de las renovables en la Unión Europea en 2018 estuvo en 4,8%, mientras que en España subía al 10,3%. La Agencia Andaluza de la Energía, en relación al aporte a la matriz de consumo de energía primaria de las renovables, en 2017 indicaba que se situó en un 12,1% en España y un 18,6% en Andalucía, mientras que en 2018 en España creció hasta 13,1% y en Andalucía se redujo al 17,2%. En cuanto al consumo de energía final, en 2017 se redujo el peso de las renovables en Andalucía un 0,3% respecto a 2016, situándose en un 7,4%, un punto más que en España (6,4%) y algo por debajo de la Unión Europea (8,8%). En 2018, se produjo un nuevo descenso en Andalucía hasta el 7,0%, frente al 6,7% de España, que volvió a crecer.

Se observa, por tanto, que el aporte de las renovables al consumo final de energía en Andalucía está en los últimos años descendiendo frente al caso español que se incrementa. La situación del saldo energético andaluz es importadora, consumiendo más de lo que produce, siendo su grado de autoabastecimiento sólo del 17% en 2018, frente al 19,7% de 2014. Las renovables aportan el 17,2% de la energía primaria total consumida.

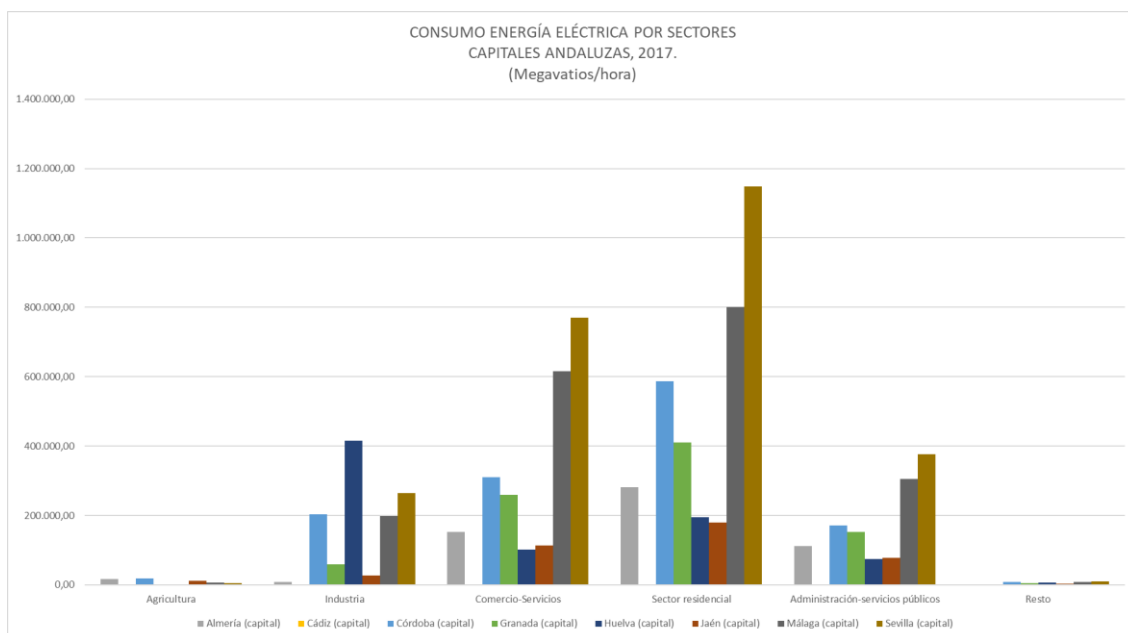
“Mientras que España y Europa están incrementado su consumo de energías renovables, Andalucía hasta 2018 ha mantenido una tendencia decreciente en el consumo de renovables”

En relación al consumo de energía final por provincias, la demanda se ha incrementado en todas ellas de 2017 a 2018, excepto en Jaén y Cádiz, siendo Granada (3,5%) y Sevilla (2,9%) las que más crecieron en consumo. Almería no consume carbón, pero es la quinta en consumo de productos petrolíferos (646 Ktep en 2018). En gas natural es la última consumidora de Andalucía con sólo un 3,5% del total de la comunidad, misma posición que tiene respecto al consumo final de renovables, donde Almería se sitúa en el 5,2% de Andalucía con 47,5 Ktep.

El consumo de energía final por sectores de actividad en Andalucía está liderado por el sector transporte con un 39,7% y la industria con un 28,4%, seguidos del residencial (15%), servicios (9,1%) y primario (7,8%).

En las ciudades el reparto por sectores varía con respecto a la provincia. El sector que consume una mayor energía eléctrica suele ser el residencial, seguido del sector servicios y la administración.

Consumo energía eléctrica por sectores en capitales andaluzas



Fuente: Elaboración propia a partir de Endesa Distribución Eléctrica

Dentro de las capitales andaluzas, Almería ocupa el quinto puesto en consumo residencial, así como en consumo del sector servicios o de administración. En el sector industrial destaca la ciudad de Huelva, mientras que en Agricultura despuntan Córdoba y Almería capital.

El consumo de la ciudad de Almería representaba en 2017 sólo el 19% del consumo provincial.

Comparando los datos de consumo de Almería capital con los de su provincia, destaca el consumo de la Administración, donde la capital concentra el 33% del total, seguido de un 28% del consumo residencial y casi el mismo porcentaje del sector comercial. En la agricultura, sin embargo, la capital concentra solo el 8% del consumo provincial y el 2% del consumo industrial.

CONSUMO ENERGÍA ELÉCTRICA POR SECTORES

| Unidad Medida: (Megavatios/hora) | | Consumo de energía eléctrica por sectores. Provincias y capitales de Andalucía. | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--|----------------------|--------------|-----------------|--------------|----------------------|--------------|----------------------|--------------|---------------------|--------------|----------------|--------------|---------------------|--------------|----------------------|
| Año | Sectores | Almería | Almería (capital) | Cádiz | Cádiz (capital) | Córdoba | Córdoba (capital) | Granada | Granada (capital) | Huelva | Huelva (capital) | Jaén | Jaén (capital) | Málaga | Málaga (capital) | Sevilla | Sevilla (capital) |
| 2010 | Agricultura | 296.480,00 | 23.227,00 | 70.808,00 | - | 94.027,00 | 18.605,00 | 77.235,00 | 856,00 | 103.021,00 | 452,00 | 157.632,00 | 9.525,00 | 82.325,00 | 5.446,00 | 227.736,00 | 5.134,00 |
| | Industria | 492.179,00 | 10.208,00 | 2.058.329,00 | - | 589.414,00 | 276.699,00 | 442.036,00 | 60.830,00 | 1.799.169,00 | 530.415,00 | 692.389,00 | 29.519,00 | 416.452,00 | 216.650,00 | 1.627.909,00 | 308.041,00 |
| | Comercio-Servicios | 630.652,00 | 175.904,00 | 942.955,00 | - | 694.014,00 | 372.330,00 | 756.614,00 | 303.596,00 | 420.958,00 | 134.432,00 | 498.201,00 | 136.563,00 | 1.924.106,00 | 689.893,00 | 1.838.978,00 | 921.504,00 |
| | Sector residencial | 1.023.898,00 | 285.787,00 | 1.467.807,00 | - | 1.226.156,00 | 610.869,00 | 1.444.740,00 | 412.686,00 | 687.097,00 | 207.743,00 | 1.139.423,00 | 202.896,00 | 2.966.332,00 | 811.444,00 | 3.199.400,00 | 1.196.179,00 |
| | Administración-servicios públicos | 390.753,00 | 128.052,00 | 493.631,00 | - | 331.313,00 | 190.154,00 | 399.342,00 | 165.515,00 | 267.085,00 | 86.568,00 | 288.571,00 | 83.087,00 | 785.372,00 | 327.728,00 | 837.647,00 | 421.714,00 |
| | Resto | 24.630,00 | 2.806,00 | 34.892,00 | - | 35.451,00 | 10.888,00 | 25.181,00 | 4.695,00 | 11.096,00 | 2.436,00 | 34.572,00 | 5.749,00 | 151.905,00 | 38.299,00 | 49.727,00 | 12.986,00 |
| | Total | 2.858.592,00 | 625.984,00 | 5.068.422,00 | - | 2.970.375,00 | 1.479.545,00 | 3.145.148,00 | 948.178,00 | 3.288.426,00 | 962.046,00 | 2.810.788,00 | 467.339,00 | 6.326.492,00 | 2.089.460,00 | 7.781.397,00 | 2.865.558,00 |
| 2011 | Agricultura | 289.502,94 | 19.654,53 | 74.344,46 | - | 97.698,45 | 18.754,44 | 76.926,28 | 876,77 | 102.558,76 | 543,09 | 177.038,11 | 9.464,52 | 78.494,88 | 5.474,22 | 233.454,36 | 5.898,46 |
| | Industria | 471.381,06 | 9.870,38 | 2.059.902,85 | - | 565.115,16 | 253.664,97 | 437.268,18 | 60.292,58 | 1.874.046,81 | 443.728,20 | 702.935,23 | 27.733,04 | 401.229,45 | 209.093,41 | 1.634.585,78 | 297.804,36 |
| | Comercio-Servicios | 603.164,29 | 166.259,11 | 929.015,32 | - | 677.908,36 | 364.516,40 | 736.025,64 | 292.970,50 | 408.098,48 | 129.827,00 | 479.069,07 | 131.438,74 | 1.885.689,20 | 690.359,42 | 1.785.949,29 | 889.101,80 |
| | Sector residencial | 1.009.945,79 | 281.275,51 | 1.458.580,62 | - | 1.186.120,18 | 584.628,92 | 1.395.557,89 | 398.375,70 | 679.882,82 | 201.465,45 | 1.073.374,74 | 190.128,24 | 2.909.062,91 | 802.466,18 | 3.163.497,65 | 1.176.150,59 |
| | Administración-servicios públicos | 379.769,83 | 124.346,63 | 502.079,15 | - | 327.140,73 | 186.031,47 | 396.700,48 | 164.677,43 | 266.085,00 | 84.031,17 | 288.540,44 | 82.150,45 | 780.440,04 | 321.205,61 | 834.485,50 | 417.902,18 |
| | Resto | 19.796,48 | 1.703,62 | 30.157,83 | - | 30.943,67 | 10.722,86 | 23.550,53 | 5.174,89 | 8.870,59 | 1.927,65 | 27.279,23 | 3.474,76 | 124.860,35 | 33.371,12 | 56.079,47 | 12.735,64 |
| | Total | 2.773.560,38 | 603.109,79 | 5.054.080,23 | - | 2.884.926,56 | 1.418.319,06 | 3.066.029,00 | 922.367,87 | 3.339.542,45 | 861.522,56 | 2.748.236,82 | 444.389,74 | 6.179.776,83 | 2.061.969,96 | 7.708.052,05 | 2.799.593,02 |
| 2012 | Agricultura | 314.430,50 | 15.710,53 | 83.326,49 | - | 144.896,00 | 20.814,84 | 182.657,88 | 1.098,96 | 128.183,86 | 487,57 | 230.791,30 | 10.574,09 | 85.613,92 | 5.248,74 | 310.735,77 | 7.091,86 |
| | Industria | 457.642,98 | 8.561,38 | 2.123.648,11 | - | 494.355,37 | 219.514,50 | 414.737,32 | 63.809,62 | 1.928.176,33 | 481.963,57 | 637.129,18 | 26.094,67 | 342.693,63 | 163.163,83 | 1.575.541,70 | 286.297,80 |
| | Comercio-Servicios | 562.684,94 | 149.401,82 | 901.026,19 | 776,17 | 648.664,15 | 345.413,47 | 719.184,44 | 285.392,51 | 411.566,43 | 120.613,62 | 457.800,72 | 124.414,25 | 1.791.441,95 | 651.168,36 | 1.719.598,53 | 831.635,44 |
| | Sector residencial | 992.994,06 | 281.747,60 | 1.495.459,38 | - | 1.265.053,77 | 607.376,93 | 1.458.364,39 | 413.584,79 | 718.988,35 | 203.177,90 | 1.102.378,37 | 193.885,88 | 2.907.169,18 | 803.107,64 | 3.316.187,50 | 1.189.807,08 |
| | Administración-servicios públicos | 385.394,59 | 116.425,54 | 515.947,05 | - | 344.677,77 | 188.768,54 | 405.460,12 | 166.117,98 | 293.022,60 | 81.144,25 | 307.428,60 | 87.698,63 | 793.125,70 | 316.476,78 | 822.672,38 | 404.524,84 |
| | Resto | 17.535,00 | 1.499,78 | 29.431,18 | 0,00 | 31.925,39 | 8.930,60 | 25.411,81 | 5.645,79 | 13.994,30 | 1.893,39 | 23.714,84 | 3.355,18 | 101.031,48 | 28.112,26 | 69.705,89 | 11.737,55 |
| | Total | 2.730.682,06 | 573.346,66 | 5.148.838,40 | 776,17 | 2.929.572,45 | 1.390.818,88 | 3.205.815,95 | 935.649,65 | 3.493.931,87 | 889.280,31 | 2.759.243,01 | 446.022,70 | 6.021.075,87 | 1.967.277,61 | 7.814.441,77 | 2.731.094,57 |
| 2013 | Agricultura | 311.399,90 | 18.112,01 | 82.757,63 | 0,00 | 113.851,04 | 16.882,17 | 172.068,60 | 815,41 | 122.836,35 | 521,03 | 169.871,36 | 9.182,50 | 79.354,58 | 5.665,07 | 268.365,32 | 6.093,53 |
| | Industria | 481.392,18 | 7.882,33 | 2.064.881,93 | 0,00 | 457.372,87 | 195.678,00 | 412.179,02 | 57.216,06 | 1.881.426,06 | 410.474,58 | 599.991,69 | 24.319,75 | 349.623,94 | 176.486,77 | 1.518.027,00 | 267.460,70 |
| | Comercio-Servicios | 533.534,27 | 139.280,83 | 849.217,15 | 698,93 | 606.821,86 | 319.114,13 | 680.502,49 | 269.986,48 | 386.666,84 | 110.940,86 | 424.980,69 | 114.483,24 | 1.703.804,61 | 611.922,91 | 1.604.803,76 | 773.391,67 |
| | Sector residencial | 946.888,43 | 270.782,88 | 1.443.416,78 | 0,00 | 1.210.670,36 | 575.547,90 | 1.396.394,31 | 392.366,24 | 696.226,01 | 198.159,69 | 1.043.761,28 | 186.241,57 | 2.800.373,55 | 762.850,71 | 3.175.087,85 | 1.135.420,95 |
| | Administración-servicios públicos | 390.332,83 | 112.547,92 | 490.743,71 | 0,00 | 322.213,95 | 177.306,91 | 385.680,90 | 157.941,45 | 275.314,77 | 76.970,90 | 274.007,43 | 75.612,27 | 735.606,82 | 304.098,45 | 797.849,67 | 392.245,03 |
| | Resto | 17.169,26 | 1.363,92 | 32.151,10 | 0,00 | 27.841,56 | 7.350,72 | 22.235,36 | 5.548,28 | 11.672,52 | 2.128,28 | 20.446,72 | 2.953,63 | 83.785,47 | 16.217,07 | 74.563,60 | 9.954,70 |
| | Total | 2.680.716,87 | 549.969,90 | 4.963.168,30 | 698,93 | 2.738.771,63 | 1.291.879,85 | 3.069.060,69 | 883.873,93 | 3.374.142,55 | 799.195,33 | 2.533.059,17 | 412.792,95 | 5.752.548,97 | 1.877.240,98 | 7.438.697,21 | 2.584.566,58 |

| Unidad Medida: (Megavatios/hora) | | Consumo de energía eléctrica por sectores. Provincias y capitales de Andalucía. | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|--|----------------------|--------------|-----------------|--------------|----------------------|--------------|----------------------|--------------|---------------------|--------------|----------------|--------------|---------------------|--------------|----------------------|
| Año | Sectores | Almería | Almería (capital) | Cádiz | Cádiz (capital) | Córdoba | Córdoba (capital) | Granada | Granada (capital) | Huelva | Huelva (capital) | Jaén | Jaén (capital) | Málaga | Málaga (capital) | Sevilla | Sevilla (capital) |
| 2014 | Agricultura | 332.291,04 | 17.879,92 | 82.496,83 | 0,00 | 112.386,99 | 16.180,81 | 185.876,73 | 877,56 | 119.245,35 | 361,14 | 189.112,15 | 10.058,06 | 82.550,43 | 5.708,99 | 258.818,84 | 5.386,03 |
| | Industria | 507.420,01 | 7.670,36 | 2.146.007,00 | 0,00 | 472.612,75 | 187.320,87 | 420.886,13 | 56.847,90 | 1.888.482,01 | 466.038,05 | 679.971,30 | 24.468,32 | 376.322,52 | 191.552,16 | 1.531.275,70 | 257.142,26 |
| | Comercio-Servicios | 530.844,60 | 136.556,05 | 830.303,91 | 1.273,42 | 589.809,12 | 306.453,12 | 662.209,21 | 262.727,37 | 371.054,54 | 104.003,05 | 412.754,23 | 111.559,20 | 1.690.856,98 | 601.233,34 | 1.557.816,04 | 747.755,06 |
| | Sector residencial | 918.660,08 | 258.560,55 | 1.380.396,37 | 0,00 | 1.131.361,05 | 533.201,72 | 1.317.683,37 | 368.567,22 | 657.689,15 | 187.549,35 | 961.653,70 | 169.926,83 | 2.742.328,45 | 755.231,13 | 2.971.650,45 | 1.051.385,31 |
| | Administración-servicios públicos | 406.795,27 | 111.935,21 | 484.632,54 | 0,00 | 316.293,38 | 177.128,06 | 378.474,12 | 151.787,37 | 275.378,97 | 75.744,66 | 269.198,80 | 70.227,97 | 749.062,64 | 296.260,99 | 777.248,62 | 382.218,20 |
| | Resto | 16.146,39 | 1.114,54 | 31.261,25 | 0,00 | 25.974,77 | 6.648,64 | 22.768,25 | 6.164,75 | 12.633,58 | 2.273,24 | 23.305,82 | 3.149,69 | 73.295,55 | 8.266,73 | 73.550,16 | 9.835,14 |
| | Total | 2.712.157,39 | 533.716,62 | 4.955.097,90 | 1.273,42 | 2.648.438,05 | 1.226.933,22 | 2.987.897,82 | 846.972,17 | 3.324.483,60 | 835.969,49 | 2.535.996,00 | 389.390,08 | 5.714.416,58 | 1.858.253,35 | 7.170.359,81 | 2.453.721,99 |
| 2015 | Agricultura | 338.597,23 | 18.066,79 | 88.228,66 | 0,00 | 131.421,35 | 17.871,93 | 196.959,26 | 925,26 | 124.439,39 | 393,53 | 270.346,46 | 11.797,41 | 85.007,19 | 5.688,98 | 285.516,15 | 5.723,88 |
| | Industria | 526.494,28 | 7.746,26 | 2.217.026,62 | 0,00 | 462.207,43 | 192.119,44 | 428.517,22 | 58.563,19 | 1.887.086,34 | 449.764,87 | 623.561,59 | 24.386,58 | 381.556,11 | 192.787,99 | 1.541.247,49 | 257.888,60 |
| | Comercio-Servicios | 541.894,28 | 137.989,52 | 843.252,01 | 1.433,35 | 588.795,25 | 306.237,95 | 666.558,87 | 263.388,83 | 375.749,32 | 103.284,78 | 414.612,60 | 112.742,02 | 1.732.939,19 | 609.403,69 | 1.578.923,62 | 762.048,15 |
| | Sector residencial | 976.844,26 | 276.145,41 | 1.428.393,36 | 0,00 | 1.179.144,90 | 561.036,97 | 1.346.061,27 | 380.033,82 | 666.143,06 | 188.083,21 | 988.017,58 | 175.028,55 | 2.859.902,12 | 787.940,91 | 3.098.086,97 | 1.098.137,96 |
| | Administración-servicios públicos | 457.675,35 | 115.043,47 | 501.649,38 | 0,00 | 322.673,72 | 179.521,29 | 380.324,25 | 152.721,45 | 279.251,66 | 75.953,16 | 284.302,95 | 72.018,28 | 739.292,15 | 294.147,86 | 785.213,13 | 383.027,24 |
| | Resto | 17.917,42 | 1.783,56 | 33.740,05 | 0,00 | 24.532,67 | 6.981,03 | 24.187,16 | 5.323,97 | 13.355,71 | 1.771,93 | 22.770,98 | 3.605,87 | 74.247,40 | 9.036,82 | 70.289,33 | 9.350,67 |
| | Total | 2.859.422,82 | 556.775,02 | 5.112.290,07 | 1.433,35 | 2.708.775,32 | 1.263.768,61 | 3.042.608,03 | 860.956,53 | 3.346.025,48 | 819.251,49 | 2.603.612,16 | 399.578,70 | 5.872.944,15 | 1.899.006,26 | 7.359.276,69 | 2.516.176,50 |
| 2016 | Agricultura | 360.081,43 | 18.879,95 | 89.170,74 | - | 121.024,84 | 17.488,96 | 204.751,67 | 923,71 | 121.276,00 | 349,72 | 285.093,15 | 12.859,42 | 88.188,44 | 5.800,60 | 263.869,48 | 4.670,22 |
| | Industria | 532.217,20 | 7.774,32 | 2.230.154,94 | - | 495.321,60 | 217.615,17 | 430.575,94 | 58.729,65 | 2.078.208,04 | 442.022,10 | 659.246,47 | 25.500,24 | 387.876,99 | 203.159,54 | 1.564.486,59 | 257.654,60 |
| | Comercio-Servicios | 545.627,58 | 136.556,43 | 859.974,76 | 2.169,17 | 589.893,66 | 305.263,63 | 678.392,82 | 263.324,46 | 386.891,11 | 102.469,87 | 419.446,63 | 113.416,20 | 1.752.243,56 | 611.161,11 | 1.593.379,34 | 761.034,30 |
| | Sector residencial | 994.427,62 | 275.510,83 | 1.455.532,11 | - | 1.218.574,84 | 584.294,21 | 1.404.192,15 | 400.085,89 | 693.889,67 | 192.835,84 | 1.045.301,06 | 182.991,11 | 2.915.438,50 | 790.787,41 | 3.235.459,14 | 1.133.472,74 |
| | Administración-servicios públicos | 511.059,85 | 113.860,91 | 497.459,85 | - | 332.015,26 | 176.444,53 | 380.818,43 | 152.845,51 | 279.423,56 | 74.959,91 | 285.990,62 | 73.532,83 | 765.536,20 | 294.305,35 | 769.607,94 | 375.002,49 |
| | Resto | 17.817,18 | 1.757,69 | 33.848,32 | - | 25.612,03 | 7.292,26 | 24.635,49 | 5.251,21 | 12.315,18 | 2.197,48 | 22.516,72 | 3.062,69 | 71.781,88 | 8.696,65 | 70.250,42 | 8.457,94 |
| | Total | 2.961.230,86 | 554.340,12 | 5.166.140,72 | 2.169,17 | 2.782.442,23 | 1.308.398,76 | 3.123.366,51 | 881.160,43 | 3.572.003,57 | 814.834,92 | 2.717.594,65 | 411.362,48 | 5.981.065,57 | 1.913.910,67 | 7.497.052,92 | 2.540.292,29 |
| 2017 | Agricultura | 349.176,11 | 17.033,19 | 99.156,46 | - | 134.143,90 | 18.630,84 | 186.525,49 | 1.101,36 | 127.899,62 | 353,78 | 316.913,70 | 12.107,62 | 90.555,78 | 6.245,07 | 284.278,11 | 5.451,28 |
| | Industria | 563.542,43 | 7.744,74 | 2.275.288,05 | - | 503.178,75 | 203.527,33 | 450.073,48 | 59.898,56 | 2.143.855,09 | 415.344,90 | 681.342,64 | 26.092,94 | 393.043,96 | 198.236,03 | 1.625.070,66 | 264.781,71 |
| | Comercio-Servicios | 570.427,80 | 151.862,28 | 870.862,96 | 1.539,33 | 604.936,37 | 309.678,38 | 684.768,03 | 260.128,26 | 402.096,55 | 102.328,15 | 424.824,50 | 113.985,63 | 1.774.054,95 | 615.379,41 | 1.641.195,58 | 769.571,73 |
| | Sector residencial | 1.012.276,90 | 281.200,23 | 1.484.873,39 | - | 1.226.921,06 | 587.584,79 | 1.439.825,73 | 410.025,79 | 704.589,61 | 195.043,37 | 1.039.906,98 | 180.357,72 | 2.983.880,49 | 800.419,58 | 3.266.829,23 | 1.148.618,20 |
| | Administración-servicios públicos | 576.200,89 | 110.989,20 | 494.864,61 | - | 335.218,12 | 171.475,71 | 378.316,99 | 153.204,39 | 284.293,31 | 74.729,42 | 300.872,44 | 77.577,98 | 764.753,19 | 304.655,32 | 775.071,06 | 376.381,05 |
| | Resto | 18.721,84 | 2.002,15 | 35.477,32 | - | 25.971,18 | 7.548,03 | 28.007,05 | 5.017,24 | 16.466,01 | 5.776,11 | 22.723,01 | 2.823,03 | 76.980,73 | 7.556,02 | 75.295,57 | 9.497,89 |
| | Total | 3.090.345,97 | 570.831,78 | 5.260.522,79 | 1.539,33 | 2.830.369,39 | 1.298.445,06 | 3.167.516,77 | 889.375,60 | 3.679.200,19 | 793.575,73 | 2.786.583,27 | 412.944,91 | 6.083.269,09 | 1.932.491,44 | 7.667.740,21 | 2.574.301,87 |

Fuente: Endesa Distribución Eléctrica. (*) La información suministrada corresponde únicamente a la energía eléctrica distribuida por la empresa Endesa Distribución Eléctrica.
 (-): Dato no disponible por ser abastecidos total o parcialmente por otras empresas distintas a Endesa.

“En Almería capital en los últimos 7 años, los 3 sectores más demandantes de energía son el residencial, el comercial y de servicios y la administración y los servicios públicos. Este último representa en la capital el 33% del consumo provincial”

Almería es una provincia pionera en investigación y desarrollo termosolar, gracias en gran parte a la instalación de la Plataforma Solar de Almería, que hace que la potencia eléctrica instalada per cápita sea superior a la andaluza. En cuanto a infraestructuras energéticas en Andalucía, en 2017, la red de transporte de energía eléctrica se divide según su función en red de distribución (de menor tensión, en general inferior a 220 kV) y red de transporte. Dentro de esta segunda, se debe diferenciar entre la red de transporte primario (400 kV) y red de transporte secundario (220 kV).

Las infraestructuras eléctricas para el suministro de la provincia de Almería se apoyan en la red de transporte que la conecta con Murcia (400 kV) y Granada (400 kV y 220 kV) y la red de distribución de 132 kV que le aporta energía también desde Murcia y Granada.

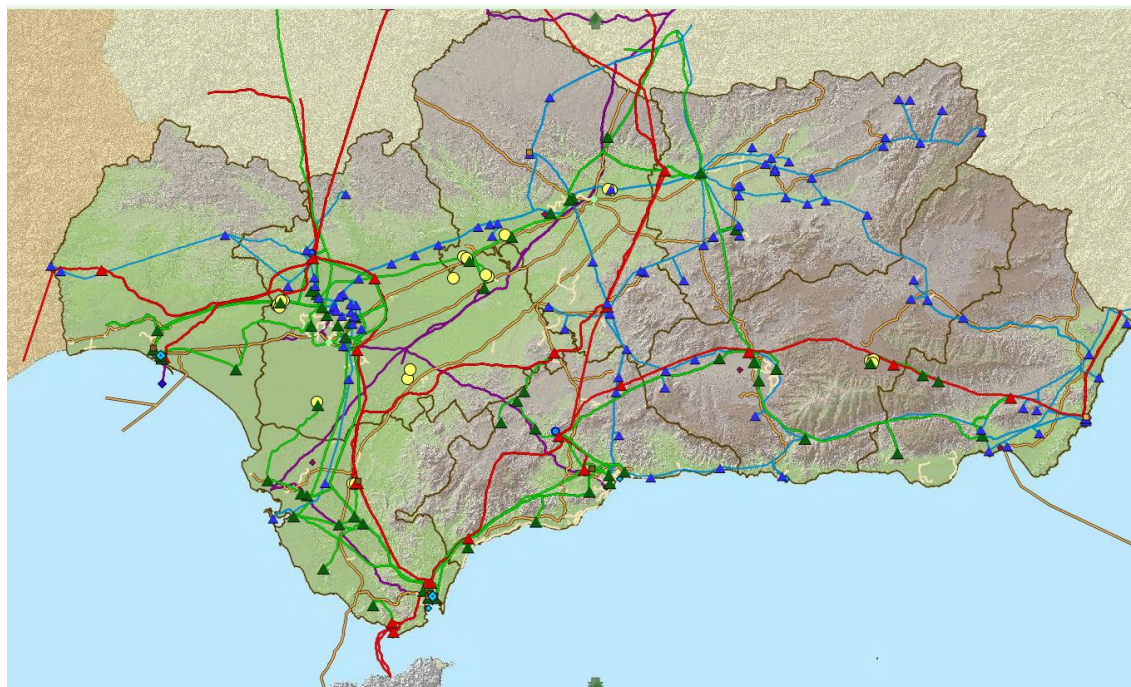
El tiempo de interrupción equivalente de la potencia instalada (TIEPI), que es el indicador que determina la calidad del suministro de energía medido en el tiempo medio, sitúa a Andalucía en 1,59 horas de interrupción en 2018, frente a las 1,1 horas de España. Almería está por debajo de la media andaluza en 1,4 horas.

Según datos del Informe de infraestructuras energéticas de la provincia de Almería (Agencia Andaluza de la Energía) a 30 junio de 2019, la provincia de Almería presenta múltiples zonas de diferentes características de demanda, territoriales y de disponibilidad de infraestructuras. Destaca el gasoducto de MEDGAZ, la conexión de Europa con Argelia, la citada Plataforma Solar y las instalaciones eólicas, así como hasta hace poco también la central de carbón Litoral de “Carboneras”. Las zonas destacadas son:

El Sur de la provincia, incluyendo el área metropolitana de la capital, está alimentada desde la subestación de transporte Benahadux 220/132/66 kV y por la red de 132 kV desde Litoral y Órgiva, en Granada, que se conecta a la red de distribución de la zona.

- La zona noroeste y valle de Almanzora de Almería está alimentada en media tensión desde las subestaciones Vera y Baza, esta última localizada en la provincia de Granada.
- El Levante de Almería ha sido una zona de alto crecimiento, debido principalmente al desarrollo del turismo residencial en la costa. Esta zona se encuentra alimentada desde las subestaciones de Vera y Mojácar.

Mapa de infraestructuras energéticas en Andalucía



Fuente: Junta de Andalucía

“Almería cuenta con una potencia instalada per cápita superior a la media andaluza y es un referente nacional en energía termosolar, gracias a la Plataforma Solar”

Respecto a las instalaciones de cogeneración, que producen simultáneamente energía eléctrica, o mecánica, y calor, que es aprovechado o consumido en algún proceso, hay que decir que Almería dispone de 5 instalaciones de cogeneración con una potencia total instalada de 36,76 MW. Tres de ellas emplean gas natural, una, gasóleo y otra, fuel oíl como combustible.

| Datos generales de potencia de cogeneración (MW) (30/06/2019) | | | |
|--|--------------|---------------|-------------|
| Fuente de energía | Almería | Andalucía | % Provincia |
| Calor Residual | 0,00 | 11,52 | 0,00 |
| Gas Natural | 10,52 | 700,24 | 0,02 |
| Gas de Refinería | 0,00 | 57,00 | 0,00 |
| Gasóleo | 1,46 | 20,04 | 0,07 |
| Fuel Oil | 24,78 | 105,65 | 0,23 |
| TOTAL | 36,76 | 894,69 | 0,04 |
| Fuente: Agencia Andaluza de la Energía | | | |

Por último, la potencia renovable de Andalucía en 2018 alcanzó el 38,8 % del parque generador de Andalucía. A 30/06/2019 la potencia renovable total instalada es de 6.107,35 MW, lo que la sitúa en posición de liderazgo a nivel nacional. Almería contribuye con 610,36 MW (9,99% de Andalucía) de potencia renovable para generación de electricidad.

Almería cuenta en materia de tecnologías renovables para generación de electricidad con una instalación de gasificación de residuos de invernadero de 1,7 MW, siendo la única de España de estas características. Además, en el vertedero de Gádor se están ampliando las instalaciones para aprovechamiento de gas de vertedero y generación de energía eléctrica, habiendo alcanzado hasta la fecha los 0,99 MW.

“Almería cuenta con una instalación de gasificación de residuos de invernadero de 1,7 MW, siendo la única de España de estas características, además de una planta de aprovechamiento de gas de vertedero en ampliación en Gádor.”

La provincia de Almería cuenta con 19 parques eólicos conectados a red, y una potencia total en funcionamiento de 511,3 MW eólicos. Sin embargo, en cuanto a la energía hidroeléctrica no presenta un desarrollo tan importante como el resto de energías renovables de Andalucía, debido a que el clima seco de la región hace que la demanda de agua para abastecimiento de la población, regadíos y usos agrarios, sea prioritaria frente a su utilización para usos energéticos. La mayor parte del potencial de este sector es debido a la rehabilitación y renovación de instalaciones ya existentes (normalmente muy antiguas), y aprovechamiento de presas aún sin explotar energéticamente. La provincia de Almería cuenta con 4 centrales en funcionamiento, con un total de 8,39 MW, lo que supone un 1,4% del total andaluz.

“La provincia de Almería cuenta con 19 parques eólicos conectados a la red eléctrica y es un sector en expansión, frente

a la energía hidroeléctrica que tiene un reducido peso debido al clima seco”.

La Plataforma Solar de Almería (PSA), construida en 1981, es su instalación referente y un centro de investigación pionero de tecnologías solares dependiente del Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Tecnológicas (CIEMAT). La PSA está considerada uno de los centros de investigación más importantes a nivel mundial de la tecnología termosolar, y dispone de dos Centrales de Torre, una central de colectores cilindro-parabólicos, sistemas disco-parabólicos y un horno solar, todos destinados a la investigación y actualmente sin conectar a la red.

| Datos de potencia eléctrica renovable (MW) (30/06/2019) | | | |
|---|---------------|-----------------|-------------|
| Tecnología | Almería | Andalucía | % Provincia |
| Biogás Generación Eléctrica (*) | 1,43 | 32,33 | 0,04 |
| Biomasa Generación Eléctrica | 1,70 | 227,98 | 0,01 |
| Eólica (*) | 511,30 | 3.324,61 | 0,15 |
| Fotovoltaica (*) | 87,54 | 899,72 | 0,10 |
| Hidroeléctrica | 8,39 | 620,81 | 0,01 |
| Termosolar | 0,00 | 997,40 | 0,00 |
| Otras tecnologías renovables | 0,00 | 4,50 | 0,00 |
| TOTAL | 610,36 | 6.107,35 | 0,10 |
| (*) Conectada + aislada. | | | |
| Fuente: Agencia Andaluza de la Energía | | | |

En la última década se han estado llevando a cabo instalaciones fotovoltaicas conectadas a red en tejados de edificios, integradas en los núcleos urbanos, tanto en edificios públicos como privados, favoreciendo la difusión de esta tecnología limpia de generación eléctrica distribuida. También han proliferado las centrales fotovoltaicas de 2 MW a 10 MW de potencia. Almería dispone de una potencia fotovoltaica conectada a red de 86,72 MW y de 0,82 MW en sistemas aislados, lo que supone un 9,7 % del total instalado en Andalucía. En el año 2018 se han aumentado considerablemente las solicitudes de centrales fotovoltaicas de entre 10 y 200 MW. Actualmente en Almería se encuentra una central en construcción que se ubica en el término municipal de Tabernas que tendrá una potencia de 41,58 MW.

3.5. URBANISMO SOSTENIBLE, CONFORT URBANO Y ZONAS VERDES Y ARBOLADO.

Al hablar de la lucha contra el cambio climático en las ciudades es fundamental hacer referencia no sólo a los aspectos que producen o potencian el mismo, sino también a aquellos elementos y actuaciones que favorecen su mitigación y la adaptación del ecosistema urbano al mismo. En este sentido, es fundamental abordar el concepto de urbanismo sostenible y metabolismo circular urbano, entendiendo que la acción humana en el territorio urbanizado debe mantener un equilibrio con la naturaleza en la que se asienta.

La flora en las ciudades juega un papel clave en este concepto de urbanismo sostenible y, en concreto, en la mitigación del cambio climático y sus impactos. Hay que destacar especialmente la labor de los árboles de gran tamaño, que pueden llegar a absorber hasta 150 kilos de CO₂ al año. Por tanto, la apuesta por incrementar los espacios verdes y el arbolado urbano de gran porte es una de las medidas fundamentales que se plantean para hacer las ciudades más sostenibles y prepararlas para convertirse en sumideros de CO₂.

La creación de espacios públicos, abiertos y con vegetación suficiente, no sólo reduce la contaminación del aire, también reduce la contaminación acústica, aumenta la biodiversidad urbana y contribuye a la regulación térmica, generando zonas de confort para hacer frente a las temperaturas extremas que son cada vez más frecuentes.

“Los grandes árboles y los espacios urbanos verdes son sumideros de CO₂ fundamentales en un urbanismo sostenible”

Por otra parte, la existencia de árboles en la ciudad ayuda a regular los flujos de agua y mejora las condiciones en momentos de inundación, evitando la escorrentía de los terrenos y absorbiendo más rápidamente el agua en superficie. Son elementos que ayudan a la resiliencia urbana frente a catástrofes naturales.

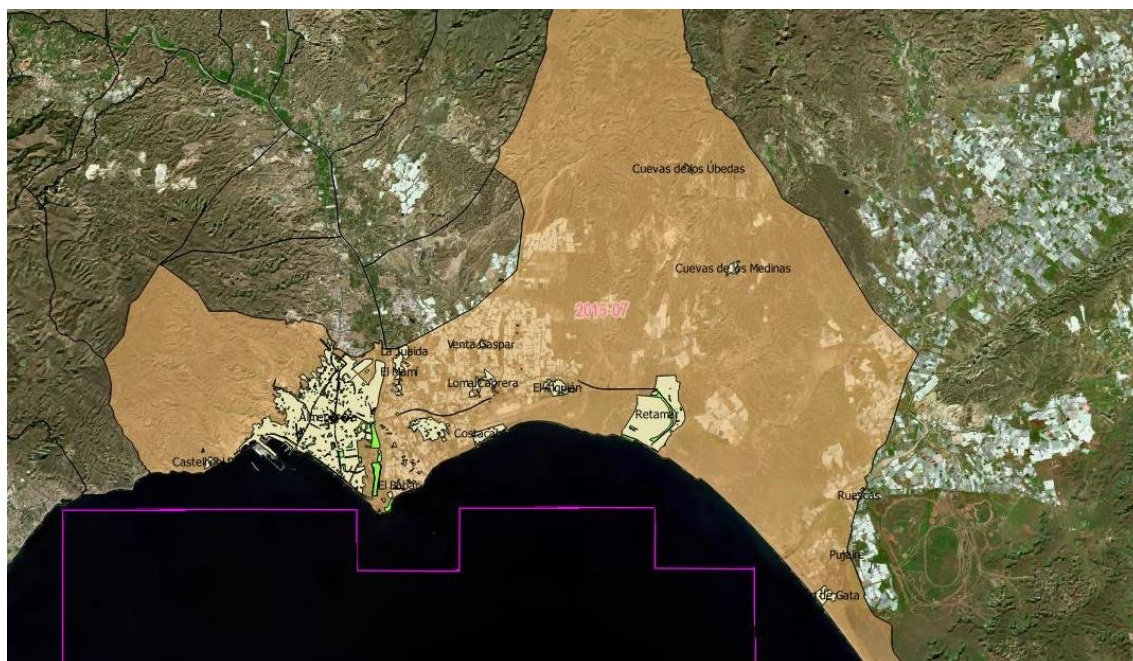
En los últimos años, a estas patentes mejoras en la salud física se han añadido estudios que demuestran que el disfrutar de un paisaje verde en la ciudad ayuda también a la salud mental de las personas. La FAO y la propia Comisión Europea reconocen la necesidad de generar una infraestructura verde en las ciudades, bien diseñada y planificada. Sólo a través del reconocimiento de la importancia de estos espacios se puede entender la ciudad como un ecosistema urbano, donde la calidad del medio físico aumenta la diversidad del mismo y la salud de todos sus habitantes.

En Almería, el inventario de zonas verdes con **gestión municipal**, realizado por la empresa concesionaria en el año 2019, dio como resultado que el T.M. cuenta aproximadamente con 41.000 árboles y palmeras y 1.990.648,19 m² de zonas verdes. Estos datos incluyen sólo las zonas verdes de gestión municipal en espacios verdes y en viario público, por lo que no se incluyen zonas como el Parque del Boticario (gestionado por la Junta de Andalucía) ni las zonas verdes del Toyo (Retamar), gestionadas por Unidad de Conservación del Toyo, así como todo el arbolado privado. Con estas dos zonas se rondarían las 52.000 unidades. En la actualidad (septiembre 2020) se está procediendo a realizar un nuevo inventario, coincidiendo con la nueva concesionaria de mantenimiento de zonas verdes y, además, el Plan Botania, elaborado desde el Área de Sostenibilidad Ambiental del Ayuntamiento de Almería, contempla la realización del inventario conforme a las directrices de Inventario Forestal Nacional,

dependiente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Por ello, que se podrá conocer los datos con mayor exactitud.

Para Naciones Unidas, la calidad del aire está vinculada directamente con el número de árboles y los metros cuadrados de zonas verdes que tiene la ciudad. Según sus últimas recomendaciones, debería haber al menos 1 árbol por cada tres habitantes y del orden de entre 10 y 15 metros cuadrados de zona verde por habitante. En Almería, teniendo en cuenta el padrón de 2019, la cifra aproximada es de 0,8 árboles por cada tres habitantes, lo que hace pensar que, al sumar el resto de árboles que no son de gestión municipal y en espacios privados, se debe superar el estándar propuesto por Naciones Unidas. En cuanto a los metros cuadrados de zona verde por habitante, se cuenta con unos 10 m² sólo con los espacios públicos municipales, por lo que la incorporación del resto de zonas, llevaría a una posición holgada dentro del margen de Naciones Unidas.

Si se analiza la ubicación de esos espacios de gestión pública en la ciudad, se observa que el reparto es desigual en los distintos barrios.



Zonas verdes de gestión municipal en Almería

En la zona de poniente, la margen izquierda del río Andarax y los barrios más cercanos al mismo cuentan con espacios verdes más amplios. Sin embargo, el casco histórico y la mayor parte de los barrios que lo circundan tienen superficies verdes reducidas, ya que la evolución de las dotaciones de espacios verdes ha ido mejorando con el tiempo, y los cascos antiguos suelen presentar este déficit.



Detalle de espacios verdes en la zona de levante del núcleo urbano

3.6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS Y DE LOS RESIDUOS

La Unión Europea marcó para el período 2014-2020 como uno de los hitos a alcanzar la transformación de la economía europea hacia un modelo circular. Este concepto de economía circular, que aún no ha terminado de implantarse, busca reducir el uso de

recursos naturales en el ciclo económico, así como de los residuos producidos. Esto implica que los residuos de unas empresas se convierten en recursos de otras, y la reutilización y el reciclaje son la base de gran parte de las cadenas de valor.

Según Waste and Climate Change: Global trends and strategy framework (UNEP, 2010), la industria de la gestión de residuos se encuentra en una posición única para dejar de ser una fuente relativamente destacada de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y convertirse en un importante contribuyente de la reducción de dichas emisiones. Aunque el tratamiento y la eliminación de residuos no producen por sí mismos altos niveles de emisiones, el cambio de modelo hacia la prevención y el reciclado produciría la transformación de muchos sectores de la economía que actualmente son muy contaminantes.

“La ciudad de Almería cuenta con una planta de recuperación y compostaje, un vertedero controlado y una planta de clasificación. No pertenece al Consorcio de Residuos y es el propio Ayuntamiento el que gestiona los residuos.”

En el análisis que realiza el Instituto de Estadística y Cartografía sobre los residuos urbanos producidos en Almería en el año 2016, la producción total era de 97.824 toneladas, lo que suponen 1,41 kilos por habitante y día. En comparación con el resto de municipios de la provincia que analiza la Consejería de Medio Ambiente, los habitantes de la capital producen la misma cantidad de residuos que los de Huércal-Overa o Roquetas de Mar, y menos que los de El Ejido, Vera o Albox.

Gestión de residuos municipales provincia de Almería

| AÑO 2016 Gestión de residuos municipales procedentes de capitales de provincia de Andalucía | | | | |
|---|----------------------|--|----------------|---------------|
| Provincia | Municipio | Población | Total residuos | Residuos pc |
| | | Censo 2011 | Tn. | kg/hab. y día |
| Almería | Adra | 24.375 | 12.043,00 | 1,35 |
| Almería | Albox | 10.885 | 5.655,00 | 1,42 |
| Almería | Almería | 189.680 | 97.824,00 | 1,41 |
| Almería | Berja | 15.155 | 5.887,00 | 1,06 |
| Almería | Cuevas del Almanzora | 13.139 | 6.724,00 | 1,40 |
| Almería | Ejido (El) | 80.839 | 42.710,00 | 1,45 |
| Almería | Huércal de Almería | 16.298 | 8.338,00 | 1,40 |
| Almería | Huércal-Overa | 18.188 | 9.357,00 | 1,41 |
| Almería | Níjar | 28.223 | 13.811,00 | 1,34 |
| Almería | Roquetas de Mar | 86.799 | 44.648,00 | 1,41 |
| Almería | Vera | 14.650 | 7.674,00 | 1,44 |
| Almería | Vícar | 23.482 | 11.800,00 | 1,38 |
| Fuente: | | Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Red de Información Ambiental de Andalucía. | | |

La media de producción de residuos por habitante y día está en el mismo nivel que la capital, pero en el conjunto andaluz es ligeramente superior, 1,41 kg/hab./día frente a 1,33 kg/hab./día en Andalucía. La provincia de Sevilla es la que se sitúa en primera posición de concienciación ambiental en este sentido, ya que sólo se producen 0,86 kg/hab./día, seguida por Jaén (1,12 kg/hab./día) y Córdoba (1,34 kg/hab./día). La

provincia de Almería estaría en cuarta posición en este ranking de producción diaria per cápita de residuos sólidos urbanos.

Gestión de residuos municipales capitales de Andalucía

| AÑO 2016 Gestión de residuos municipales procedentes de capitales de provincia de Andalucía | | | | |
|---|-----------|--|----------------|------------------------|
| Provincia | Municipio | Población total | Total residuos | Residuos por habitante |
| | | Censo 2011 | Tn. | kg/hab. y día |
| Almería | Almería | 189.680 | 97.824 | 1,41 |
| Cádiz | Cádiz | 124.014 | 66.823 | 1,48 |
| Córdoba | Córdoba | 328.326 | 160.041 | 1,34 |
| Granada | Granada | 241.003 | 131.661 | 1,50 |
| Huelva | Huelva | 147.808 | 76.498 | 1,42 |
| Jaén | Jaén | 116.469 | 47.559 | 1,12 |
| Málaga | Málaga | 561.435 | 304.609 | 1,49 |
| Sevilla | Sevilla | 698.042 | 218.308 | 0,86 |
| Fuente: | | Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Red de Información Ambiental de Andalucía. | | |

“Almería es la cuarta provincia andaluza con menor producción de residuos sólidos, con 1,41 kg/hab./día, estando la capital en los mismos niveles de producción que la provincia”

Al tiempo que se debe tender a una reducción de la producción de residuos, se han de incentivar las infraestructuras y las políticas vinculadas con la recogida selectiva orientada a la reutilización y el reciclaje.

En 2016 en la provincia de Almería, se recogieron un total de 1.200 toneladas de residuos de vidrio, 1.500 toneladas de papel-cartón y aproximadamente 1.400 toneladas de envases ligeros. Aunque la capital es la máxima productora de residuos y también de recogida selectiva, en términos per cápita, es Roquetas del Mar (11,12 kg/hab./año) el municipio que más vidrio recoge, seguido de Vera (10,19 kg/hab./año) y Adra (10,14 kg/hab./año). Almería se situaría en octavo lugar con 10,14 kg. /hab./ año de vidrio. El municipio que más papel-cartón selecciona por habitante es Huércal de Almería (9,98 kg/hab./año), seguido de cerca por El Ejido (9,62 kg/hab./año), quedando Almería en novena posición. Y, por último, en envases ligeros destaca nuevamente Huércal de Almería con 10,26 kg/hab./año, muy por encima del segundo municipio en recogida selectiva de envases que sería Albox (8,55 kg/hab./año) y Almería (7,55 kg/hab./año), que queda en tercera posición.

| Año 2016 | | Recogida selectiva en ciudades de Andalucía | | | | | | |
|-----------|----------------------|---|--------------|--------------------|-----------------------|-------------------------------|-------------------------------------|---|
| Provincia | Municipio | Población total | Total vidrio | Total papel-cartón | Total envases ligeros | Vidrio recogido por habitante | Papel cartón recogido por habitante | Envases ligeros recogidos por habitante |
| | | 2011 | (kg). | (kg). | (kg). | (kg/hab). | (kg/hab). | (kg/hab). |
| Almería | Adra | 24.375 | 247.266 | 196.000 | 177.481 | 10,14 | 8,04 | 7,28 |
| Almería | Albox | 10.885 | 99.731 | 92.181 | 93.120 | 9,16 | 8,47 | 8,55 |
| Almería | Almería | 189.680 | 1.196.930 | 1.500.970 | 1.432.010 | 6,31 | 7,91 | 7,55 |
| Almería | Berja | 15.155 | 75.815 | 0 | 89.054 | 5,00 | 0,00 | 5,88 |
| Almería | Cuevas del Almanzora | 13.139 | 100.366 | 107.208 | 77.459 | 7,64 | 8,16 | 5,90 |
| Almería | Éjido (El) | 80.839 | 477.754 | 777.380 | 434.680 | 5,91 | 9,62 | 5,38 |
| Almería | Huércal de Almería | 16.298 | 119.373 | 162.652 | 167.202 | 7,32 | 9,98 | 10,26 |
| Almería | Huércal-Overa | 18.188 | 139.874 | 149.455 | 109.634 | 7,69 | 8,22 | 6,03 |
| Almería | Níjar | 28.223 | 251.700 | 240.313 | 110.320 | 8,92 | 8,51 | 3,91 |
| Almería | Roquetas de Mar | 86.799 | 965.035 | 679.940 | 497.650 | 11,12 | 7,83 | 5,73 |
| Almería | Vera | 14.650 | 149.318 | 121.855 | 93.696 | 10,19 | 8,32 | 6,40 |
| Almería | Vícar | 23.482 | 93.224 | 68.570 | 103.699 | 3,97 | 2,92 | 4,42 |
| Año 2016 | | Recogida selectiva en ciudades de Andalucía | | | | | | |
| Provincia | Municipio | Población total | Total vidrio | Total papel-cartón | Total envases ligeros | Vidrio recogido por habitante | Papel cartón recogido por habitante | Envases ligeros recogidos por habitante |
| | | 2011 | (kg). | (kg). | (kg). | (kg/hab). | (kg/hab). | (kg/hab). |
| Cádiz | Cádiz | 124.014 | 1.600.940 | 2.603.060 | 1.485.380 | 12,91 | 20,99 | 11,98 |
| Córdoba | Córdoba | 328.326 | 2.433.320 | 6.239.490 | 0 | 7,41 | 19,00 | 0,00 |
| Granada | Granada | 241.003 | 3.933.510 | 5.701.630 | 3.174.280 | 16,32 | 23,66 | 13,17 |
| Huelva | Huelva | 147.808 | 966.920 | 2.171.670 | 989.450 | 6,54 | 14,69 | 6,69 |
| Jaén | Jaén | 116.469 | 936.580 | 1.496.780 | 823.385 | 8,04 | 12,85 | 7,07 |
| Málaga | Málaga | 561.435 | 4.855.300 | 6.561.867 | 5.064.648 | 8,65 | 11,69 | 9,02 |
| Sevilla | Sevilla | 698.042 | 8.393.754 | 8.628.215 | 6.147.900 | 12,02 | 12,36 | 8,81 |

Fuente: ECOVIDRIO

Si se realiza el análisis comparado entre capitales de provincia andaluzas, Almería tiene un peso en la recogida selectiva de residuos en términos absolutos bastante bajo, representando sólo un 8,7% del total de la comunidad.

| AÑO 2016 | Unidad Medida= Toneladas | | Recogida de residuos municipales en Andalucía por tipología | | | | | | | |
|-------------------|--------------------------|-----------------------------|---|---|--|----------------------|---|----------------------|------------|--------------|
| Capital Provincia | Residuos mezclados | Residuos de limpieza viaria | Lodos de fosas sépticas/Limpieza alcantarillas | Residuos biodegradables de parques y jardines | Residuos no biodegradables de parques y jardines | Residuos de mercados | Residuos biodegradables de cocinas y restaurantes | Residuos voluminosos | Otros | TOTAL |
| Almería | 301.856,87 | 2.405,88 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 1.066,08 | 0,00 | 8.045,08 | 18.826,43 | 332.200,34 |
| Cádiz | 636.657,89 | 0,00 | 366,36 | 3.175,10 | 0,00 | 40,32 | 0,00 | 9.687,14 | 41.189,30 | 691.116,11 |
| Córdoba | 256.980,30 | 6.831,18 | 0,00 | 5.357,00 | 0,00 | 0,00 | 78.146,00 | 309,07 | 0,00 | 347.623,55 |
| Granada | 387.463,34 | 11.457,24 | 0,00 | 2.322,96 | 0,00 | 179,94 | 0,00 | 0,00 | 32.803,50 | 434.226,98 |
| Huelva | 251.064,75 | 2.699,60 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2.306,90 | 381,00 | 256.452,25 |
| Jaén | 250.128,30 | 793,20 | 0,00 | 415,40 | 0,00 | 1.180,00 | 0,00 | 9.594,20 | 11.874,70 | 273.985,80 |
| Málaga | 747.877,14 | 0,00 | 3.836,00 | 0,00 | 1.955,30 | 0,00 | 0,00 | 62.681,60 | 13.964,60 | 830.314,64 |
| Sevilla | 628.481,14 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 9.111,00 | 0,00 | 516,00 | 31.483,48 | 669.591,62 |
| Andalucía | 3.460.509,73 | 24.187,10 | 4.202,36 | 11.270,46 | 1.955,30 | 11.577,34 | 78.146,00 | 93.139,99 | 150.523,01 | 3.835.511,29 |

Fuente: Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Red de Información Ambiental de Andalucía.

Del conjunto de residuos sólidos recogidos en la ciudad de Almería al año, van a planta de recuperación y compostaje 76.712 toneladas, a vertedero controlado 16.982 toneladas y a la planta de clasificación 4.130 toneladas.

“El margen de mejora en la reducción de residuos y en su recogida selectiva en la capital es amplio y será una de las líneas

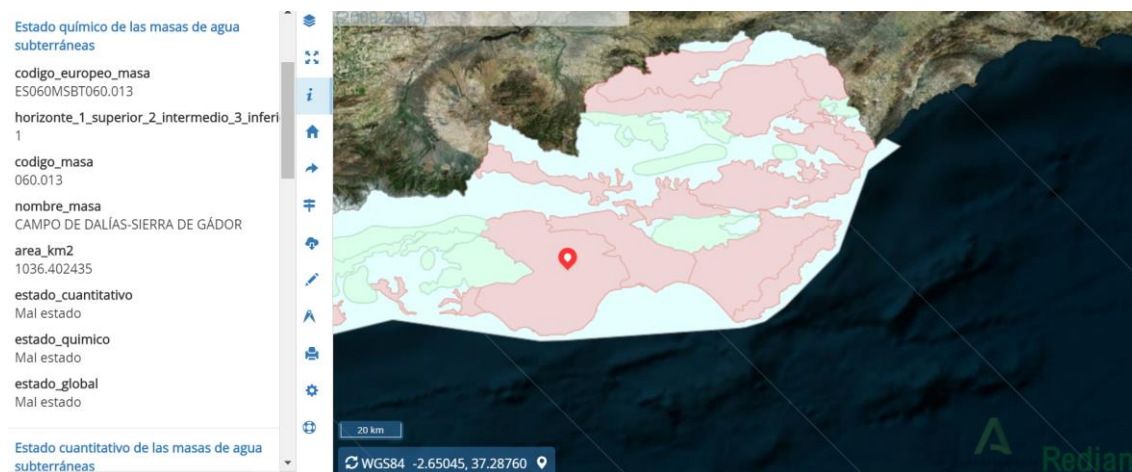
estratégicas a potenciar con el apoyo de los programas europeos”.

| Destino de los RSU, 2016 | | |
|--------------------------|--------|-------|
| En vertedero controlado | 16.982 | t/año |
| En planta de compostaje | 76.712 | t/año |
| Planta de clasificación | 4.130 | t/año |
| Fuente: CMAOT | | |

El agua es uno de los recursos más preciados de la provincia de Almería y la optimización de la gestión integral de su ciclo vital ha convertido a Almería en un referente mundial. No se puede hablar de una adecuada gestión de los recursos en la lucha contra el cambio climático, sin hacer un breve apunte al mismo, aunque sea tratado con profundidad en el vector de Economía Azul.

La ciudad de Almería se abastece en su totalidad de dos únicos puntos de producción de agua. Uno de los puntos se conoce con el nombre de “Captación Pozos de Bernal” y la segunda fuente de suministro de agua a la ciudad se realiza desde la Desaladora de Almería, sita en el margen izquierdo del Río Andarax de la capital.

Según el Plan Hidrológico de las Cuencas Mediterráneas Andaluzas (Junta de Andalucía), una de las principales masas de agua que abastecen a la ciudad de Almería son los pozos de Bernal, dentro de la masa de agua subterránea del Campo de Dalías, presenta síntomas de agotamiento, y una composición química, cuantitativa y global en mal estado. Así lo refleja el visor de la propia Consejería:



Visor Estado de Aguas subterráneas Junta de Andalucía.

Así, el documento de planificación hidrológica recoge las presiones significativas en las masas de aguas subterráneas de la cuenca de Dalías (donde se ubican los pozos), describiéndolas de la siguiente manera:

- Contaminación por fuentes difusas – agraria

- Extracciones / derivaciones de agua – agricultura.
- Extracciones / derivaciones de agua - abastecimiento urbano

Por ello, el Plan Hidrológico de las Cuencas Mediterráneas 2015-2021, propone una serie de medidas que mejoren el acuífero sobreexplotado, que para el caso de Almería se establecen así:

- Conexión del depósito de Pipa Alta al de San Cristóbal: que permita el uso del agua desalada a una importante zona de la ciudad de Almería.
- Ampliación de la EDAR El Bobar.
- Actuaciones de reutilización de aguas residuales en Almería.

Así, se propone desde el documento una planificación que permita usar mayor cantidad de agua desalada y mejorar la reutilización. La evolución propuesta para dotación de agua el Plan es la siguiente:

| SS | Name | Superficiales regulados | Superficiales fluyentes | Subterráneos | Regenerados | Desalados | Transferencias | Consumo (hm³/año) |
|-------|---------------------|-------------------------|-------------------------|--------------|-------------|-----------|----------------|-------------------|
| III-2 | Molvizar | 0.17 | 0.00 | 0.17 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.33 |
| III-2 | Nigüelas | 0.00 | 0.25 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.25 |
| III-2 | Órgiva | 0.00 | 0.00 | 0.70 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.70 |
| III-2 | Padul | 0.00 | 0.00 | 0.57 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.57 |
| III-2 | Pampaneira | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Pórtugos | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Sopotújar | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Torvizcón | 0.00 | 0.03 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.06 |
| III-2 | Trevélez | 0.00 | 0.14 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.14 |
| III-2 | Vélez de Benaudalla | 0.00 | 0.31 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.31 |
| III-2 | Taha (La) | 0.00 | 0.17 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.17 |
| III-2 | Valle (El) | 0.00 | 0.02 | 0.06 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.08 |
| III-2 | Guajares (Los) | 0.00 | 0.10 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.10 |
| III-2 | Villamena | 0.00 | 0.11 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.11 |
| III-2 | Pinar (El) | 0.00 | 0.08 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.08 |
| III-3 | Adra | 0.00 | 0.58 | 2.40 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.97 |
| III-3 | Albondón | 0.06 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.06 |
| III-3 | Albuñol | 0.62 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.62 |
| III-3 | Gualchos | 0.62 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.62 |
| III-3 | Lújar | 0.03 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.04 |
| III-3 | Motril | 6.70 | 0.00 | 0.80 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 7.50 |
| III-3 | Polopos | 0.19 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.19 |
| III-3 | Rubite | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.04 |
| III-3 | Sorvilán | 0.07 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-4 | Alcolea | 0.00 | 0.03 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.06 |
| III-4 | Almería | 0.00 | 0.00 | 11.24 | 0.00 | 5.12 | 0.00 | 16.36 |

Origen consumo de Agua en Almería en el momento de realización del estudio. Plan Hidrológico Cuenta Mediterránea Andaluza.

| SS | Nombre | Superficiales regulados | Superficiales fluyentes | Subterráneos | Regenerados | Desalados | Transferencias | Consumo (hm ³ /año) |
|-------|---------------------|-------------------------|-------------------------|--------------|-------------|-----------|----------------|--------------------------------|
| III-2 | Albuñuelas | 0.00 | 0.14 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.14 |
| III-2 | Almegíjar | 0.00 | 0.05 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-2 | Bárcules | 0.00 | 0.07 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-2 | Bubión | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Busquistar | 0.00 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.04 |
| III-2 | Cádir | 0.00 | 0.25 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.25 |
| III-2 | Cañar | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Capileira | 0.00 | 0.07 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-2 | Carataunas | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02 |
| III-2 | Cástaras | 0.00 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.04 |
| III-2 | Dúrcal | 0.00 | 0.28 | 2.17 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 2.45 |
| III-2 | Itrabo | 0.07 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-2 | Juñiles | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Lanjarón | 0.00 | 0.62 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.62 |
| III-2 | Lecrín | 0.00 | 0.12 | 0.16 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.28 |
| III-2 | Lobras | 0.00 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.03 |
| III-2 | Molvizar | 0.35 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.35 |
| III-2 | Nigüelas | 0.00 | 0.25 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.25 |
| III-2 | Órgiva | 0.00 | 0.00 | 0.70 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.70 |
| III-2 | Padul | 0.00 | 0.00 | 0.61 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.61 |
| III-2 | Pampaneira | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Portugos | 0.00 | 0.06 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.06 |
| III-2 | Sopotújar | 0.00 | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-2 | Torvizcón | 0.00 | 0.03 | 0.03 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.06 |
| III-2 | Trevélez | 0.00 | 0.16 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.16 |
| III-2 | Vélez de Benaudalla | 0.00 | 0.33 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.33 |
| III-2 | Taha (La) | 0.00 | 0.17 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.17 |
| III-2 | Valle (El) | 0.00 | 0.02 | 0.06 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.08 |
| III-2 | Guajares (Los) | 0.00 | 0.11 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.11 |
| III-2 | Villamena | 0.00 | 0.12 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.12 |
| III-2 | Pinar (El) | 0.00 | 0.08 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.08 |
| III-3 | Adra | 0.00 | 0.14 | 0.67 | 0.00 | 2.44 | 0.00 | 3.25 |
| III-3 | Albondón | 0.06 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.06 |
| III-3 | Albuñol | 0.66 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.66 |
| III-3 | Gualchos | 0.58 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.58 |
| III-3 | Lújar | 0.04 | 0.01 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.04 |
| III-3 | Motril | 7.98 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 7.98 |
| III-3 | Polopos | 0.20 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.20 |
| III-3 | Rubite | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-3 | Sorvilán | 0.07 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-4 | Alcolea | 0.00 | 0.03 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-4 | Almería | 0.00 | 0.00 | 3.53 | 0.00 | 14.13 | 0.00 | 17.66 |

Origen consumo de Agua en Almería propuesto para 2021. Plan Hidrológico Cuenta Mediterránea Andaluza.

| Tabla 8. Abastecimiento. Origen del consumo de agua en el horizonte 2027 | | | | | | | | |
|--|----------|-------------------------|-------------------------|--------------|-------------|-----------|----------------|-------------------|
| SS | Name | Superficiales regulados | Superficiales fluyentes | Subterráneos | Regenerados | Desalados | Transferencias | Consumo (hm³/año) |
| III-3 | Polopos | 0.21 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.21 |
| III-3 | Rubite | 0.05 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.05 |
| III-3 | Sorvilán | 0.07 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-4 | Alcolea | 0.00 | 0.03 | 0.04 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.07 |
| III-4 | Almería | 0.00 | 0.00 | 3.63 | 0.00 | 14.52 | 0.00 | 18.15 |

Origen consumo de Agua en Almería propuesto para 2027. Plan Hidrológico Cuenta Mediterránea Andaluza.

Según el Plan hidrológico, la cuenca a la que pertenece Almería padece un déficit hídrico entorno a los 70 hectómetros cúbicos al año, por lo que es fundamental la adecuada gestión del recurso. Al ser una provincia con una intensa actividad agrícola el esfuerzo de innovación y talento introducido en el uso de agua en los cultivos ha sido enorme, con toda una cultura y una industria vinculada al cultivo bajo plásticos e invernaderos, pero los esfuerzos por disminuir aún más el consumo no deben cesar y además hay que prestar atención a las otras fuentes de agua procedentes de la desalación, para hacerlas viables desde el punto de vista técnico y económico, tanto para el riego como para el consumo humano, ya que son indispensables para el futuro de la ciudad y de la provincia. Se propone además el estudio de los posibles usos de la salmuera, que permitirían generar economía circular entorno a la desalación.

4. ANÁLISIS D.A.F.O. DEL VECTOR

| DEBILIDADES |
|--|
| D1. Clima seco y con recurrentes sequías que tienden a prolongarse. |
| D2. Aumento de la erosión de suelos. |
| D3. Expansión de la superficie agraria con déficit hídrico. |
| D4. Reducción del confort térmico. |
| D5. Mayor frecuencia de incendios forestales. |
| D6. Incremento de costes de los proyectos litorales como consecuencia de la subida prevista del nivel del mar. |
| D7. Reducido uso del transporte público. |

| |
|---|
| D8. Diseño de la red de transporte urbano con margen de mejora. |
| D9. Falta de infraestructuras eficientes de conexión metropolitana. |
| D10. Edificaciones públicas y particulares poco eficientes energéticamente. |
| D11. Marco legislativo poco favorable a la producción y el autoconsumo de renovables. |
| D12. Escasa implantación y utilización de energías renovables en residenciales. |
| D13. Falta de responsabilidad individual en la lucha contra el cambio climático. |
| D14. Gestión de residuos poco orientada a reducción, reutilización y reciclaje. |
| D15. Falta de inventario homogeneizado de árboles y zonas verdes urbanas. Necesidad de catálogo de zonas verdes para la creación de nuevas zonas verdes y mantenimiento y reposición de las actuales. |
| D16. Poco conocimiento de la biodiversidad en la ciudadanía. |
| D17. Urbanismo desordenado en cuanto a las necesidades del cambio climático. |
| D18. Falta de gestión de algunos espacios naturales. |
| D19. Falta de coordinación en la conservación de espacios naturales entre las distintas administraciones. |

| AMENAZAS |
|--|
| A1. Complejidad de trámites administrativos para implantación de energías renovables. |
| A2. Falta de infraestructuras para paliar la reducción paulatina de los recursos hídricos. |
| A3. Extensión de las zonas dedicadas a la producción agrícola. |
| A4. Crecimiento del turismo sin planificación sostenible. |

| |
|--|
| A5. Enfoque del consumo energético como gasto no como inversión. |
| A6. Gran desconocimiento de las alternativas renovables para consumo energético. |
| A7. Coste de electricidad. |
| A8. Dificultad para conexión de las renovables a red. |
| A9. Integración arquitectónica/paisajística de las energías renovables en edificios y espacios públicos. |
| A10. Generación excesiva de residuos sin aprovechamiento. |
| A11. Incrementos alergias y otras enfermedades. |
| A12. Reducción de especies y aumento del número de protegidas. |
| A13. Incremento de incendios forestales. |

| FORTALEZAS |
|---|
| F1. Peso relativo reducido en las emisiones de CO2 de Andalucía. |
| F2. Cultura de aprovechamiento del agua. |
| F3. Gran experiencia en tecnología de optimización del uso de agua. |
| F4. Red de desaladoras de agua marina o salobres. |
| F5. Buena calidad del aire. |
| F6. Bajo consumo energético en agricultura. |
| F7. Gran riqueza y diversidad natural. |
| F10. Existencia de la Plataforma Solar de Almería. |
| F11. Numerosos puntos de captación de energía eólica. |

| |
|---|
| F12. Elevado número de horas de exposición solar. |
| F13. Amplias zonas litorales libres de ocupación de usos. |
| F14. Existencia de plantas de aprovechamiento de residuos para producción energética. |
| F15. Reducido nivel de producción de residuos por habitante y día. |
| F16. Existencia de amplias zonas de cultivos intensivos como sumidero de CO2. |
| F17. Existencia de matorral estepario de alta importancia para fijar CO2. |

| OPORTUNIDADES |
|---|
| O1. Impuestos vinculados a nivel de emisiones. |
| O2. Mejoras en desalación. |
| O3. Almacenar energía hídrica y eléctrica. |
| O4. Redacción de una ordenanza sobre vegetación en la ciudad. |
| O5. Puesta en marcha de incentivos para la mejora de la eficiencia energética de edificios. |
| O6. Ordenanza de energía y agencia local de energía. |
| O7. Desarrollo de buenas prácticas de negocio basadas en economía circular. |
| O8. Generación de empleo local entorno al cambio climático. |
| O9. Aprovechamiento de espacios públicos para instalaciones de energías renovables. |
| O10. Creación de identidad diferencial. |
| O11. Efectos económicos favorables en el cambio de modelo de desarrollo. |

O12. Ley para incentivar inversión en renovables de organismos públicos.

O17. Ayudas de fondos europeos y públicos para energías renovables.

O16. Desarrollar modelos público-privados en energía.

O28. Incrementar los proyectos y las acciones de jardinería.

O29. Desarrollo de sistema de espacios libres coherentes, proporcionados, como sumidero de CO₂, vegetación autóctona, facilitador de infiltración.

The background features a large, stylized logo in a light red and grey color. The logo is composed of thick, rounded lines that form a complex, abstract shape, possibly representing a stylized letter or a symbol. It is positioned behind the text, creating a layered effect.

Diagnóstico de Movilidad, urbanismo e infraestructuras de comunicación

MOVILIDAD, URBANISMO E INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN.

1. INTRODUCCIÓN

La ciudad mediterránea, compacta y compleja, se ha revelado como uno de los modelos de ciudad más sostenibles y trabajar de manera integrada hacia un modelo de ciudad sostenible, es la mejor estrategia,¹⁹.

Este modelo de ciudad mediterránea se basa en el concepto de la ciudad compacta, que no se extiende ni devora el territorio, la energía y los recursos, que facilita la movilidad de proximidad y no motorizada de sus habitantes. Es una ciudad que busca en cada barrio la heterogeneidad de usos y servicios, reduciendo la necesidad de traslados y convirtiendo el espacio público en lugar de vida y encuentro. Es una ciudad donde el diseño urbano se une al desarrollo económico y social facilitando la implicación ciudadana. Es una ciudad basada en un desarrollo integrado que hoy se entiende como el paradigma de la ciudad sostenible, segura y que contribuye a la preservación de los sistemas naturales. El modelo que se describe en la Nueva Agenda Urbana de Naciones Unidas, en la Agenda Urbana Europea y en la Agenda Urbana, y que se quiere para el futuro de Almería.

Para abordar este gran reto se ha creado un Vector de Desarrollo, que ha convocado varios grupos de trabajo con expertos en materias relacionadas y un marcado perfil técnico, con amplia trayectoria profesional. En las primeras mesas de trabajo se ha insistido en dos aspectos clave para lograr la ciudad sostenible: el cambio radical necesario en la movilidad y las infraestructuras de comunicación; y la necesidad de unas nuevas bases de un urbanismo, que permitan alcanzar ese modelo.

El vector abarca una temática muy extensa y con múltiples ramificaciones, por lo que se ha acotado y subdividido en estos dos ámbitos.

En primer lugar, se ha realizado un análisis externo de las políticas vinculadas con las infraestructuras de comunicación y la movilidad interna en las ciudades y, por otro lado, se realiza un análisis interno sobre la movilidad e infraestructuras existentes en Almería, determinando así sus carencias y oportunidades. Se ha analizado la movilidad interna en relación al transporte público y privado, vehículos motorizados, movilidad peatonal, ciclista y vehículos de movilidad personal, etc...; y las infraestructuras de comunicación y transporte, en relación con el aeropuerto, puerto, ferrocarril y carreteras.

En segundo lugar, se han estudiado las bases para el denominado *Urbanismo Ecosistémico*, que es aquel que toma en consideración la idoneidad de los desarrollos urbanísticos en función de las características del emplazamiento y de las potencialidades en cuanto a la consecución de la *habitabilidad urbana* y de la *eficiencia del sistema urbano*.

El 2 de Julio de 2018 tuvo lugar la constitución formal del grupo y la presentación de sus integrantes, cerca de una veintena de expertos. Posteriormente, el 11 de diciembre de

¹⁹ <http://www.bcnecologia.net/es/publicaciones/el-libro-verde-del-medio-ambiente-urbano>

2018, tiene lugar la primera reunión de la Mesa Movilidad e Infraestructuras de Comunicación, abordando fundamentalmente el segundo bloque de trabajo y el diseño urbano en el que se asienta la movilidad en la ciudad. El 24 de enero de 2019, tuvo lugar una nueva reunión de trabajo de la Mesa, en la que se presentan los primeros análisis con datos para facilitar la reflexión y las conclusiones del diagnóstico.

Para abordar el análisis del urbanismo dentro del vector, se añadió una mesa de trabajo que se convocó por primera vez el 11 de diciembre de 2018.

Además, en colaboración con el Colegio de Arquitectos, se han realizado actividades complementarias, como por ejemplo

las Jornadas Almería 2030: Una ciudad mirando al futuro. Reflexiones sobre la integración Puerto-Ciudad. La primera ponencia la realizó el arquitecto Jerónimo Junquera (autor del proyecto del Palmeral de las Sorpresas en el Puerto de Málaga), quien señaló que este tipo de integración es uno de los retos más ambiciosos para la transformación de Almería, al igual que ha sucedido en ciudades de todo el mundo. La jornada también contó con la presencia del Director de la Agencia de Ecología Urbana de Barcelona, Salvador Rueda. Este experto en Sostenibilidad Urbana, autor de la ‘Supermanzana’, planteó como herramienta clave de las ciudades del futuro, el concepto del Urbanismo Ecológico y ecosistémico, un urbanismo equilibrado y sostenible, y una fórmula para que las ciudades “se organicen como ecosistemas”, en los que las personas sean el centro y no sólo lo sean los medios de transporte.



La jornada también contó con la presencia del Director de la Agencia de Ecología Urbana de Barcelona, Salvador Rueda. Este experto en Sostenibilidad Urbana, autor de la ‘Supermanzana’, planteó como herramienta clave de las ciudades del futuro, el concepto del Urbanismo Ecológico y ecosistémico, un urbanismo equilibrado y sostenible, y una fórmula para que las ciudades “se organicen como ecosistemas”, en los que las personas sean el centro y no sólo lo sean los medios de transporte.

A lo largo de estos meses en las distintas reuniones de la Mesa de Trabajo, se han abordado temas como el AVE (plazos y soterramiento); el Puerto (infraestructuras de pasajeros y mercancías, e integración puerto ciudad); el Aeropuerto; la Movilidad en el Centro Histórico; los accesos a la Alcazaba; la red de carril-bici; las conexiones metropolitanas y con otros municipios; los problemas de acceso a Almería en hora punta; el transporte a la universidad; y los retos de una movilidad más sostenible.

Con toda la información recabada, se ha construido este diagnóstico y sintetizado en una matriz DAFO, para determinar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que tiene el vector. También se han realizado cuestionarios y encuestas Delphi que han ayudado a seleccionar las fortalezas y oportunidades que ayudarán a construir el modelo de desarrollo futuro, así como reducir las debilidades y amenazas.

2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR

2.1. ANÁLISIS EXTERNO EN MATERIA DE MOVILIDAD E INFRAESTRUCTURAS DE COMUNICACIÓN

Uno de los principales retos a los que se enfrentan las ciudades, es alcanzar una *movilidad sostenible*. Dicho concepto nace de la preocupación por los problemas medioambientales y sociales ocasionados por la generalización, durante la segunda mitad del siglo XX, de un modelo de transporte urbano basado en el coche particular.

Según el informe de **movilidad urbana** sostenible emitido por el **Parlamento Europeo (2015)** se estima que, en el 2050, el 82 % de los ciudadanos de la UE residirán en zonas

urbanas. En numerosas ciudades europeas la movilidad se basa en gran parte en el uso del vehículo privado de propulsión convencional lo que provoca que el 96% del transporte europeo dependa del petróleo o sus derivados. Esto representa aproximadamente una tercera parte del consumo total de energía. El transporte urbano genera alrededor del 25 % del total de las emisiones de CO₂ y aproximadamente el 70 % de todas las emisiones en las zonas urbanas responsables del cambio climático. Este es el único sector de la UE cuyas emisiones de gases de efecto invernadero continúan aumentando.

Los datos del Eurobarómetro publicado en 2013, apuntan a que aproximadamente el 50 % de los ciudadanos europeos utiliza a diario el vehículo privado, mientras que solo el 16 % utiliza el transporte público y el 12 % la bicicleta. Los ciudadanos consultados en este informe, estiman que son medidas muy eficaces para mejorar la movilidad urbana tanto la disminución de los precios del transporte público y la mejora del servicio (59/56% respectivamente) como la actualización y ampliación de las infraestructuras de bicicletas (33%).

El informe revela que cerca del 50 % de los desplazamientos en las zonas urbanas no superan los 5 km por lo que podrían realizarse de forma alternativa y sostenible (a pie, en bicicleta, en transporte público/colectivo, etc.).

Por otra parte, el uso generalizado del gasóleo en el transporte, es una de las principales causas de la elevada concentración de partículas en las ciudades de la UE. Es necesario fomentar el uso de combustibles alternativos y el uso de transportes menos contaminantes.

En este sentido, la UE debe apoyar y ayudar a desarrollar acciones a nivel local, dotándolas de un enfoque integrado y encaminadas a largo plazo a reducir la contaminación, la congestión, el ruido del tráfico y los accidentes de circulación, facilitando ayuda a las ciudades para lograr mayor coordinación y cooperación entre los Estados miembros de la UE.

Por otra parte, el 73% de los ciudadanos europeos considera la seguridad vial como un problema grave en las ciudades (el 30% de los accidentes graves se dan en zonas urbanas), en el que frecuentemente se ven implicados usuarios vulnerables de la vía pública y peatones.

No existe una solución única a los problemas de movilidad para todas las zonas urbanas, puesto que las distintas ciudades de la Unión Europea se enfrentan a situaciones y necesidades específicas, en particular en lo que se refiere a las condiciones geográficas y climáticas, la estructura demográfica, el diseño urbanístico, los espacios naturales (verdes y azules), las tradiciones culturales y otros factores, que juegan un papel clave a la hora de definir su modelo de movilidad. Aunque la movilidad urbana y la gestión del transporte urbano entran dentro del ámbito de competencias de las entidades locales y regionales, la Unión Europea plantea conceptos de transporte y movilidad más sostenible.

Este vector es uno de los que más objetivos de desarrollo sostenible (ODS) implica, ya que, la modelo de movilidad afectará a la emisión de gases contaminantes, y por ende con el *cambio climático*, a las condiciones de salud y equilibrio social de la población, a la riqueza económica y empresarial, etc.

En este sentido, se podría decir que los ODS más directamente afectados por cambios en el modelo de movilidad local serían: **ODS 3: Salud y bienestar**; **ODS 9: Industria,**

Innovación e infraestructura; ODS 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles y ODS 13: Acción por el clima.

Para realizar el análisis externo de la ciudad de Almería, se ha determinado el marco de referencia básico europeo, nacional y regional, en el que se incluyen las normativas, tratados, políticas y líneas de financiación. En el siguiente cuadro se enumeran los documentos que se han tenido en cuenta a la hora de analizar el vector de movilidad, y que deberán estar presentes a la hora de establecer el modelo de desarrollo.

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|-----------|---|--|
| Europa | Libro blanco del transporte europeo, UE (2011) | Comisión Europea |
| | Programa Europeo CIVITAS | Comisión Europea |
| España | Plan Estratégico de infraestructuras y transportes 2005-2020, Ministerio de Fomento. | Ministerio de Fomento |
| | Plan de infraestructuras, transporte y viviendas, 2012-2024, Ministerio de Fomento | Ministerio de Fomento |
| | Estrategia logística de España, Ministerio de Fomento (2013). | Ministerio de Fomento |
| | Estrategia de seguridad vial 2011-2020, Dirección General de Tráfico | Dirección General de Tráfico |
| | Estrategia española de movilidad sostenible. | Ministerio de Fomento |
| | Hacia una Movilidad Inteligente - DGT-3.0. | Dirección General de Tráfico, Ministerio del Interior |
| | Plataforma del vehículo conectado DGT 3.0. | Dirección General de Tráfico, Ministerio del Interior |
| | Uso de las nuevas tecnologías - 2015 – DGT | Dirección General de Tráfico, Ministerio del Interior |
| Andalucía | Plan de infraestructuras para la sostenibilidad del transporte en Andalucía- PISTA 2020 | Consejería de Fomento, Infraestructura y Ordenación del territorio. Junta de Andalucía |
| | Plan de Ordenación de la Aglomeración Urbana de Almería | Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible. |
| | Plan andaluz de la bicicleta 2014-2020 | Consejería de Fomento, Infraestructura y Ordenación del territorio. Junta de Andalucía |
| Almería | Plan de movilidad urbana sostenible de Almería (PMUS) | Ayuntamiento de Almería |
| | PGOU y Adaptación del PGOU a la LOUA | Ayuntamiento de Almería |

| | |
|---------------------------|--|
| Máster Plan Puerto Ciudad | Fundación Bahía Almeriport Autoridad Portuaria Ayuntamiento de Almería |
|---------------------------|--|

El sistema competencial que rige en nuestro Estado, exige que se analicen los distintos planes de infraestructuras y movilidad, sobre los que desarrollan sus competencias las distintas administraciones, comenzando el primer nivel, que se encuentra en la política europea de transportes, por tratarse de competencia compartida con los Estados Miembros, (donde la UE tiene capacidad para legislar y adoptar actos jurídicamente vinculantes), hasta llegar a los planes regionales de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

2.1.1. POLÍTICA EUROPEA DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD

La política de transportes forma parte de los ámbitos políticos comunes de la Unión desde hace más de treinta años y es una piedra angular de la integración europea. Se trata de una competencia compartida, donde los países de la UE pueden legislar en aquellos ámbitos en los que la UE no ejerza o haya decidido no ejercer su propia competencia. Su importancia es vital para hacer realidad la libre circulación de personas, servicios y bienes y además es un sector clave de la economía ya que supone más del 9% del valor añadido bruto de la UE.

Además, la implantación de medios de transporte sostenibles e innovadores desempeña un papel importante en los objetivos energéticos y climáticos de la UE y las políticas de la UE ayudan a los sistemas de transporte a superar los grandes retos que se les plantean:

- *La congestión del tráfico, que afecta tanto al transporte aéreo como por carretera a sostenibilidad, pues los transportes aún dependen del petróleo para cubrir la mayoría de sus necesidades energéticas, lo que resulta ambiental y económicamente insostenible.*
- *La calidad del aire, ya que la UE debe reducir las emisiones del transporte en un 60% para 2050 con respecto a 1990 y seguir reduciendo las emisiones contaminantes de los vehículos.*
- *Las infraestructuras de transporte, cuya calidad varía entre los países la UE.*
- *La competencia, cada vez mayor por parte de los mercados en rápida expansión de otras regiones del mundo.²⁰*

La política europea se basa en la apertura de los mercados del transporte a la competencia y la creación de las redes transeuropeas, donde el principio de la «movilidad sostenible» irá ganando cada vez más importancia, en particular en el contexto del aumento constante de las emisiones de gases de efecto invernadero del sector, que amenazan con comprometer los objetivos climáticos de la Unión.

²⁰ https://europa.eu/european-union/topics/transport_es

En cuanto a la movilidad sostenible, hay que destacar que el sector del transporte representa aproximadamente una cuarta parte del total de las emisiones de gases de efecto invernadero provocadas por el ser humano en la Unión. Además, el transporte es el único sector de la Unión cuyas emisiones de gases de efecto invernadero han aumentado desde 1990. Por ello en el Libro Blanco de 2011 titulado «Hoja de ruta hacia un espacio único europeo de transporte: por una política de transportes competitiva y sostenible» ([COM\(2011\) 144](#)) recomienda una reducción del 20 % en las emisiones del transporte (con la excepción del transporte marítimo internacional) entre 2008 y 2030, y una reducción de como mínimo el 60 % entre 1990 y 2050. Se buscaba asimismo una reducción del 40 % en las emisiones del transporte marítimo internacional entre 2005 y 2050.

El Libro Blanco de 2011 también propone la utilización de un 40 % de combustibles sostenibles hipocarbónicos en el sector aéreo para 2050 y aboga por la reducción de la proporción de automóviles de propulsión tradicional en el transporte urbano en un 50 % de aquí a 2030 y del 100 % de aquí a 2050. Las prioridades que establece el documento para la red europea son las siguientes:

- Construir redes de transporte integradas que combinen diversos medios o tipos de transporte. Mejorar y completar la red transeuropea de transporte (RTE-T).
- Crear ejes multimodales (o «nodos») y eliminar los puntos de congestión persistentes que pueden ser de carácter técnico o administrativo.
- Hacer hincapié en la investigación, la innovación y la inversión en transportes para el futuro que busquen un modelo que no dependa del petróleo, buscando alternativas fiables, que permitan reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (en adelante GEI) y con ello preparar al sector para que alcance objetivos de descarbonización de la economía sin reducir la movilidad.

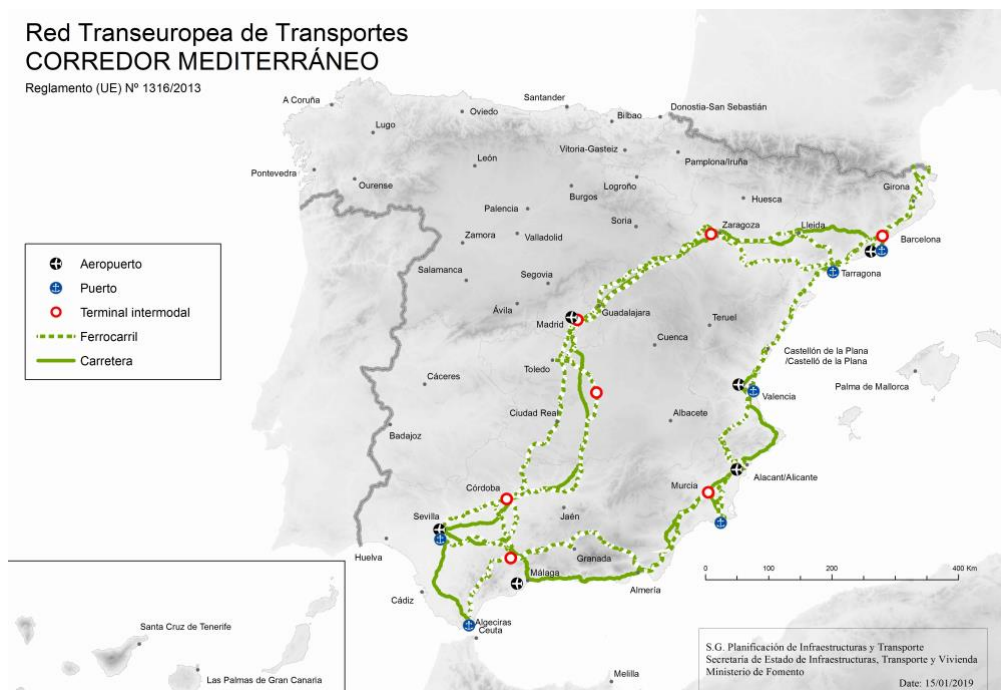
Otro punto destacado de la política de transportes europea es la configuración de la **Red Transeuropea de Transporte** (*Trans-European Transport Networks*, **TEN-T**). Es el conjunto planificado de redes prioritarias de transporte pensadas para facilitar la comunicación de personas y mercancías a lo largo de toda la Unión Europea. La Red Transeuropea de Transporte (TEN-T) comprende las Infraestructuras de transporte lineales y nodales de los modos viarios de carreteras, ferroviario, aéreo, marítimo y navegación interior, así como las de carácter multimodal o de enlace entre nodos. La red se estructura en dos niveles:

- RED GLOBAL o completa (COMPREHENSIVE Network), se trata del concepto más amplio de la red TEN-T formada por todos los elementos considerados de interés común.
- RED BÁSICA (CORE Network), está compuesta de aquellos elementos de la red global que tienen la máxima importancia estratégica para lograr los objetivos de la política de transporte de la Unión y son objeto preferente de actuaciones con ayuda comunitaria.

Esta red ha ido evolucionando con el tiempo y existen mecanismos de financiación hasta completarla, como Conectar Europa (CEF, por sus siglas en inglés), un instrumento financiero, creado por la Comisión Europea. El Marco Financiero Plurianual actual,

2014-2020 ha dispuesto de 24.295 millones de euros para proyectos o actuaciones de transportes. Actualmente se está negociando el periodo 2021-27.

En España, el Corredor Mediterráneo, donde está incluido Almería, es el siguiente:



https://www.mitma.gob.es/recursos_mfom/microsite/recursos/corredor_mediterraneo.pdf

2.1.2. PLANIFICACIÓN ESTATAL DE INFRAESTRUCTURAS, TRANSPORTE Y VIVIENDA

En el Estado, se encuentra vigente el **Plan de Infraestructuras, Transporte y Vivienda del Estado (PITVI)**, que recoge los siguientes objetivos para el período 2012-2024:

- Mejorar la eficiencia y competitividad del sistema global del transporte.
- Contribuir a un desarrollo económico equilibrado.
- Promover una movilidad sostenible compatibilizando sus efectos económicos y sociales con el respeto al medio ambiente.
- Reforzar la cohesión territorial y la accesibilidad de todos los territorios del Estado a través del sistema de transportes.

Estos objetivos se concretan en una serie de infraestructuras en Almería, algunas de las cuales no se han terminado de materializar. Las acciones más destacadas son:

| Denominación de las acciones |
|--|
| A-7 Cierre del itinerario Almería- Málaga |
| V-30 Acceso al puerto de Almería |
| Acceso ferroviario al puerto de Almería |
| Corredor mediterráneo ferroviario (Algeciras- frontera francesa): Pulpí- Almería Almería- Málaga- Algeciras por la Costa Almería- Granada |
| Accesibilidad a la estación de tren de Almería |
| Integración urbana del ferrocarril |
| Autoridad portuaria: 3ª fase dique exterior desarrollo poniente |

Acciones previstas en Almería por el Estado en infraestructuras 2024.

Fuente: PITVI, Ministerio de Fomento.

2.1.3. PLANIFICACIÓN REGIONAL DE INFRAESTRUCTURAS, TRANSPORTE Y VIVIENDA.

Por otra parte, la Junta de Andalucía cuenta con un instrumento de planificación vigente, denominado Plan de Infraestructuras para la Sostenibilidad del Transporte de Andalucía 2016-2020 (PISTA2020) y actualmente se encuentra tramitando el Plan de Infraestructuras del Transporte y Movilidad de Andalucía (PITMA) 2021-2027.

En el primer documento, se recoge un diagnóstico de la red de transporte de Andalucía y una serie de objetivos y propuestas centrados en los siguientes puntos:

- Mejora de la articulación exterior de Andalucía e interconexión de centros regionales para mejorar la accesibilidad.
- Mejora del transporte público y el transporte no motorizado.
- Mejora del transporte de mercancías.
- Análisis y propuestas de mejora de la movilidad de los ámbitos metropolitanos, ámbitos rurales y áreas litorales.

En cuanto al transporte de mercancías y la intermodalidad, el documento pone de manifiesto la elevada proporción del transporte de mercancías por carretera y la baja participación ferrocarril (en Almería nula), debido a la carencia de infraestructuras ferroviarias que permitan la intermodalidad y que retrasan la construcción de nodos logísticos que permitan lograr una masa crítica que haga competitivo este medio de transporte frente al transporte por carretera. Señala el documento que, en el caso de Almería, el nulo desarrollo del ferrocarril de mercancías lastra la puesta en marcha de un área intermodal prevista en Níjar. La evolución del transporte de mercancías, por tratarse de un diagnóstico en época de crisis, refleja una disminución global en todos los modos de transporte:

TRANSPORTE DE MERCANCÍAS EN ANDALUCÍA (Tm)

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| CARRETERA | 275.429.929 | 234.523.082 | 198.238.455 | 177.527.825 | 175.364.721 | 155.939.261 | 141.077.536 | 147.948.972 |
| FERROCARRIL | 3.610.935 | 2.960.122 | 2.040.108 | 1.825.149 | 1.735.906 | 1.406.743 | 1.252.366 | 1.617.912 |
| PORTUARIO | 118.823.349 | 112.303.838 | 97.887.854 | 103.822.250 | 124.036.570 | 132.506.822 | 129.500.124 | 132.198.615 |
| AEROPORTUARIO | 13.406 | 11.074 | 8.546 | 8.695 | 8.215 | 7.553 | 7.782 | 8.183 |
| TOTAL | 397.877.618 | 349.798.115 | 298.174.963 | 283.183.919 | 301.145.412 | 289.860.379 | 271.837.808 | 281.773.681 |

Fuente: RENFE. Puertos del Estado. AENA. Encuesta de Transporte de Mercancías por Carretera (Boletín on line Ministerio de Fomento). El transporte por carretera no incluye los movimientos intramunicipales

PISTA, Junta Andalucía.

La intermodalidad en Almería se produce únicamente en la combinación del transporte portuario-transporte por carretera, que, en el año 20014, reflejaba estos datos:

CLASIFICACIÓN DE LAS MERCANCÍAS POR EL MEDIO DE TRANSPORTE DE ENTRADA O SALIDA DEL PUERTO. AÑO 2014

| PUERTO | FERROCARRIL | | | CARRETERA | | | % FF.CC./CTRA. |
|---------------------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|----------------|
| | EMBARCADAS | DESEMBARCADAS | TOTAL | EMBARCADAS | DESEMBARCADAS | TOTAL | |
| Bahía de Algeciras | 78.760 | 59.042 | 137.802 | 5.218.121 | 4.189.860 | 9.407.981 | 1,46% |
| Almería | | | 0 | 1.530.984 | 440.398 | 1.971.382 | 0,00% |
| Bahía de Cádiz | | | 0 | 1.679.144 | 1.434.447 | 3.113.591 | 0,00% |
| Huelva | | | 0 | 4.101.443 | 4.901.040 | 9.002.483 | 0,00% |
| Málaga | 5.002 | | 5.002 | 1.569.908 | 459.953 | 2.029.861 | 0,25% |
| Motril | | | 0 | 459.640 | 689.123 | 1.148.763 | 0,00% |
| Sevilla | 207.859 | 200.188 | 408.047 | 2.008.944 | 1.954.210 | 3.963.154 | 10,30% |
| TOTAL PUERTOS ANDALUCES | 291.621 | 259.230 | 550.851 | 16.568.184 | 14.069.031 | 30.637.215 | 1,80% |
| TOTAL PUERTOS DEL ESTADO | 5.615.272 | 7.981.293 | 13.596.565 | 88.597.858 | 100.903.693 | 189.501.551 | 7,17% |
| Unidades: Tn | | | | | | | |

Fuente: Puertos del Estado

PISTA, Junta Andalucía.

Destaca el documento en su análisis, que la población de Andalucía se concentra en nueve aglomeraciones urbanas, que suponen más del 70% del total, donde se genera buena parte de la movilidad habitual de la región, fundamentalmente los viajes diarios al trabajo y a los estudios:

Aglomeraciones urbanas de Andalucía. Población y porcentaje de desplazamientos en día laborable según modo principal de transporte. Año 2011.

| | Habitantes | | | Desplazamientos (%) con motivo de trabajo-estudio. | | | |
|--------------------|------------------|---------------------|-----------|--|----------------------|--------------------|------------|
| | Provincia | Aglomeración urbana | % | No motorizados | Motorizados privados | Transporte público | Otros |
| Almería | 704.219 | 508.657 | 72 | 33,70 | 60,7 | 4 | 1,5 |
| Bahía de Cádiz | 1.245.164 | 807.793 | 65 | 29,90 | 64 | 5,6 | 0,4 |
| Campo de Gibraltar | 1.245.164 | 267.062 | 21 | 25,40 | 69,7 | 4,1 | 0,8 |
| Córdoba | 804.498 | 398.762 | 50 | 35,40 | 57,3 | 7,2 | - |
| Granada | 922.928 | 566.830 | 61 | 33,30 | 57,4 | 8,2 | 1,1 |
| Huelva | 522.862 | 398.584 | 76 | 32,60 | 62,6 | 4,8 | - |
| Jaén | 670.242 | 218.264 | 33 | 39,20 | 53,1 | 7,6 | 0,1 |
| Málaga | 1.641.098 | 1.294.982 | 79 | 30,90 | 62,8 | 6,2 | 0,1 |
| Sevilla | 1.938.974 | 1.543.901 | 80 | 25,90 | 65 | 9,2 | - |
| Total | 8.449.985 | 6.004.835 | 71 | 30,40 | 62,4 | 6,8 | 0,4 |

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Encuesta social 2011: Movilidad en las regiones urbanas de Andalucía.

PISTA, Junta Andalucía.

En movilidad el vehículo privado sigue siendo el protagonista, tanto en largos desplazamientos como en medios y cortos. Por ello, el plan propone medidas para mejorar el transporte público en ámbitos urbanos, metropolitanos y cercanías, así como internamente en la propia Comunidad Autónoma. El esfuerzo se ha centrado en la mejora de servicios ferroviarios con propuestas en la media distancia, cercanías y servicios ferroviarios tipo Avant, que no han llegado a Almería. En el caso de la larga distancia se ha subvencionado una línea aérea Almería-Sevilla, que pasó a considerarse como servicio público. Establece el documento que “el aeropuerto de Almería es un aeropuerto regional que sirve a una región periférica y en el que el transporte aéreo

desempeña un papel muy importante. Almería es hoy en día una zona en desarrollo que sigue careciendo en la actualidad de conexiones que garanticen una óptima comunicación con la capital autonómica y con el resto de Andalucía occidental, salvo la propia ruta aérea actual que ha superado ya la demanda por autobús."

TRÁFICO DE PASAJEROS EN LA RUTA AEREA SEVILLA-ALMERIA

| | 2014 | 2015 (Ene-Oct) | Var. 2014-2015 (%) |
|------------------------------|---------------|----------------|--------------------|
| Almería – Sevilla (Viajeros) | 8.923 | 11.763 | +31,8% |
| Ocupación | 32,18% | 52,75% | + 63,9% |
| Sevilla – Almería (Viajeros) | 8.538 | 11.663 | + 36,6% |
| Ocupación | 30,81% | 52,54% | + 70,5% |
| TOTAL VIAJEROS | 17.461 | 23.426 | + 34,2% |

Fuente: Consejería de Fomento y Vivienda.

PISTA, Junta Andalucía.

La apuesta decidida por parte de la Junta de Andalucía por la implantación de servicios ferroviarios metropolitanos en las distintas aglomeraciones urbanas andaluzas para modificar el modelo de movilidad hacia modos más sostenibles, tampoco se ha incorporado en la aglomeración urbana de Almería, donde el documento sí prevé su estudio de viabilidad. Las opciones de este nodo logístico para desarrollar su potencial pasan por completar la ejecución, por parte del Gobierno estatal, la línea de Alta Velocidad de tráfico mixto, Almería-Murcia, que forma parte del Corredor Mediterráneo de la RTE-T.

En cuanto al transporte público por carretera, el propio documento establece la necesidad de reestudiar el mapa concesional y mejorar las relaciones con el transporte público urbano.

Con respecto al tráfico portuario, el documento destaca la necesidad de definirse por parte del Estado la conexión ferroviaria al Puerto de Almería, que permitiría la conexión de esta infraestructura con el corredor mediterráneo, a través de una línea de alta velocidad mixta.

Destaca el documento que, la carencia de infraestructuras de Almería, hace que el aeropuerto de Almería, debiera desempeñar un papel fundamental en la comunicación exterior de la provincia, dando servicio al turismo a la vez que ayuda a la potente industria hortofrutícola: *"Almería es la provincia más de desarrollo y con mayor potencial para consolidar una actividad de carga aérea sólida basada en el transporte de productos perecederos y de alto valor añadido. Sin embargo, carece de estructura y canales de comunicación."*

Las actuaciones previstas en el documento, en un horizonte 2020, para Almería, son las siguientes:

Denominación de las actuaciones

Estudio y proyecto del tranvía en la aglomeración urbana de Almería.

Aeropuerto: ampliación terminal, adecuación y mejora campo de vuelo, sistema de inspección de equipajes y carga en bodega, edificio de extinción de incendios, mejoras en sistemas de abastecimiento de energía eléctrica y sistema de navegación aérea. Apoyo a la línea Sevilla- Almería.

Intermodalidad autobuses- bicicleta del Consorcio de Transportes.

Puerto de Almería: Nuevo suelo logístico.

Implementación de un Área logística en Níjar.

Acciones previstas en Almería por la Junta de Andalucía en infraestructuras 2020.

PISTA, Junta Andalucía.

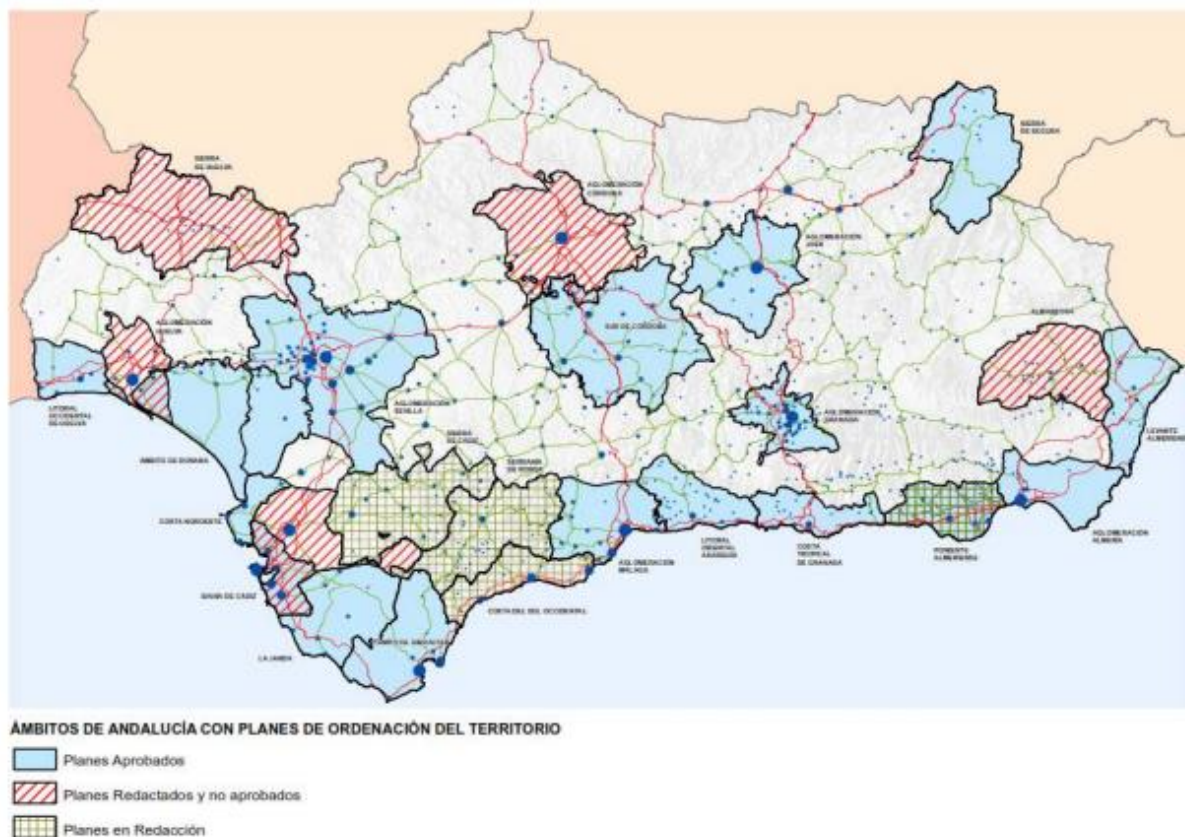
Por otro lado, en febrero de 2019, la Junta de Andalucía ha iniciado de la redacción del Plan de Infraestructuras del Transporte la movilidad en Andalucía 2021-2027 (PITMA), que sustituirá al PISTA. Se cuenta actualmente con un documento estratégico y un borrador, donde se establecen las bases de la actuación. Así, para los tres primeros años, se programarán actuaciones que provengan del PISTA2020 que ya tienen financiación FEDER, más aquellas cuya ejecución sea imprescindible en este primer periodo por su urgente necesidad, aun siendo necesario abordarlas con financiación propia.

Las propuestas fijadas a más largo plazo, hasta el horizonte del Plan en el 2027, serán aquellas que se proponen para ser incorporadas en el nuevo Programa Operativo FEDER, y por lo tanto responderán básicamente a los objetivos y prioridades que se marquen en el Reglamento europeo que regula estos fondos. En este sentido, la propuesta de nuevo Reglamento marca como condición favorable la existencia de una Planificación exhaustiva del transporte al nivel apropiado, para obtener financiación en actuaciones en materia de desarrollo de redes de infraestructuras y en materia de movilidad sostenible.

El contenido del documento serán las claves de la movilidad y las infraestructuras del futuro, relacionados con aspectos como el cambio climático, la eficiencia energética y la reducción de la contaminación atmosférica y acústica.

Señala el texto que, para el diseño de las propuestas, también se incluirán actuaciones que condicionarán importantes elementos territoriales de menor escala y que tendrán importante incidencia en los Planes de Ordenación del Territorio Subregionales. Por ello debe analizar su coherencia con estos Planes, que en el caso de Almería es el Plan Subregional de la Aglomeración Urbana de Almería.

Por lo tanto, resulta imprescindible analizar el Plan Subregional de Ordenación del territorio de Almería, que se realiza en el siguiente punto.



PITMA, Junta Andalucía.

El Plan de Ordenación del territorio de la Aglomeración Urbana de Almería, POTAUA, aprobado en 2011, también establece infraestructuras básicas para el área delimitada en dicho plan subregional, aunque hay que señalar que para estudiar adecuadamente Almería y su área de influencia, se debería haber incluido en la delimitación a los municipios de El Ejido y Roquetas de Mar, núcleos de gran influencia en los desplazamientos del área metropolitana, tal y como señala el PISTA, que cifraba la aglomeración urbana de Almería en el año 2011 en 508.657 habitantes (un 72 % del total de la provincia) y donde se producen un 60,7 % del total de los desplazamientos provinciales, como se ha visto en párrafos anteriores.

Actualmente dichos núcleos de población suponen un total de 83.594 habitantes (El Ejido- 2019) y 96.800 habitantes (Roquetas de Mar-2019), sin contar con la fuerte estacionalidad (por tratarse de municipios costeros). Esto sin duda alguna, condiciona el diagnóstico realizado en el POTAUA, ya que, al no tener en cuenta esta población y su influencia en el área metropolitana, no realiza todas las propuestas necesarias propuestas en cuanto a movilidad y transporte público.

Establece el documento, con respecto a las infraestructuras de comunicación, que *"una configuración ambiciosa de la red de alta velocidad podría permitir la construcción de una nueva estación intermodal de viajeros fuera del espacio de la conurbación de Almería facilitando la creación de nuevos espacios de centralidad complementarios. Asimismo, las nuevas terminales de mercancías previstas, junto con la llegada del ferrocarril al Puerto de Almería deben servir de impulso a la intermodalidad en el*

transporte de carga. El Aeropuerto de Almería está dotado de capacidad en exceso para hacer frente a los tráficos actuales de pasajeros, mercancías y aeronaves y, según los planes de ampliación contenidos en su Plan Director, será capaz -en caso de desarrollarse en todas sus posibilidades- de soportar más del doble del tráfico actual."

El análisis del transporte público revela que "existen dos corredores de gran demanda: Almería-Poniente y Almería-Universidad que justifican la necesidad de bandas específicas destinadas al transporte público que constituyan una red homogénea distribuida por el territorio. El uso del transporte público entre Almería y el resto del Bajo Andarax y entre Almería y Níjar, en cambio, es mínimo. Esta circunstancia está motivada principalmente por la escasez de servicios, que a su vez se justifica porque no existe una masa crítica de población que permita establecer un servicio rentable de alta frecuencia. En el caso de Níjar, a este hecho se añade la dispersión de sus núcleos urbanos. El establecimiento de un servicio eficiente de transporte público con el Bajo Andarax generará la progresiva consolidación urbana del corredor, aglutinando la masa poblacional suficiente para que un servicio de transporte público de calidad resulte rentable en términos económicos. Para atender a los actuales núcleos urbanos y a los futuros desarrollos, dicho servicio debe prestarse a través de un sistema flexible, tanto en trazado como en paradas, y competitivo frente al vehículo privado en términos de tiempos de recorrido. En el caso de Níjar, tan solo en el entorno de los núcleos de Campohermoso, Níjar y San Isidro de Níjar, la masa poblacional presente sería suficiente para justificar la implantación de una iniciativa de transporte público parecida, sin olvidar la aptitud favorable que las condiciones topográficas del Campo de Níjar ofrecen para el uso de la bicicleta; por ello es importante señalar que toda plataforma reservada pudiera ir asociada a carriles bici como medida de fomento de los modos blandos. Finalmente, hay que destacar que actualmente se encuentran sin cobertura de transporte público 11 núcleos poblados, en los que residen 3.287 habitantes. En el futuro es necesario asegurar una cobertura mínima en todos los núcleos poblados."

Las actuaciones previstas en materia de infraestructuras y transportes son las siguientes:

| PROGRAMA | ACTUACIONES | PLAZOS | | | ORGANISMO RESPONSABLE |
|--|---|--------|-------|-------|--------------------------|
| | | CORTO | MEDIO | LARGO | |
| 1. Infraestructuras y sistema de transportes | Nuevo acceso a Almería | X | X | | COPV |
| | Tercer carril de la A-7 desde el nudo de Viator hacia Poniente | X | X | | Mº Fomento |
| | Remodelación tramo urbano de la N-340ª | X | | | Mº Fomento |
| | Nuevo acceso al Puerto de Almería | X | X | | Mº Fomento |
| | Ampliación de capacidad de la N-344 entre la AL-12 y el enlace de Retamar | X | | | Mº Fomento, COPV y Ayto. |
| | Mejora de la N-340ª entre Benahadux y Torrecárdenas (Almería) | X | X | | Mº Fomento |
| | Mejora de la AL-3412 entre Paulenca y la A-92 | | X | X | COPV |
| | Adecuación funcional del camino de Santa Fe a Paulenca | | X | X | DP |
| | Mejora de la AL-3117 entre Rioja y La Cañada de San Urbano | | X | X | DP |
| | Mejora de la N-344 entre el enlace de Retamar y su enlace final con la A7 | | X | X | Mº Fomento |
| | Mejora de la N-347 | | X | X | Mº Fomento |
| | Mejora de la N-349 | | X | X | Mº Fomento |
| | Mejora de la AL-3111 entre la A-7 y Campohermoso | | X | X | DP |
| | Mejora de la AL-3112 entre la A-7 y Los Albaricoques | | X | X | DP |

| | | | | | |
|--|---|---|---|---|----------------------------|
| | Mejora de la AL-3108 entre la A-7 y la Boca de los Frailes | | X | X | DP |
| | Mejora de la AL-3106 entre la A-7 y Campohermoso | | X | X | DP |
| | Nueva conexión transversal Pechina-Benahadux (incluye puente sobre el Andarax) | | X | X | COPV |
| | Ejes Norte-Sur metropolitanos de Almería | | X | X | Ayto. de Almería |
| | Eje transversal metropolitano de Almería entre la ciudad y el aeropuerto | | X | X | Ayto. de Almería |
| | Estudio de viabilidad del nuevo acceso al núcleo d Cabo de Gata. | | | X | COPV |
| | Variante de la carretera AL-3106 en Campohermoso (Níjar) | | X | X | Ayto. de Níjar |
| | Vía intermedia (tramo occidental) | | X | X | Ayto. de Almería |
| | Eje Norte-Sur metropolitano Vega de Allá | | | X | Aytos. De Almería y Viator |
| | Actuaciones en itinerarios paisajísticos | | X | X | DP. COPV |
| | By pass ferroviario | | | X | Mº Fomento |
| | Ave Murcia-Almería | X | X | | Mº Fomento |
| | Estudio Viabilidad Corredor AVE Málaga-Nerja-Motril-Almería | | | X | Mº Fomento |
| | Corredor AVE Granada-Almería (Red Transeuropea de Transporte) Estudio informativo | | X | | Mº Fomento |

| | | | | | |
|--|--|---|---|---|------------------|
| | Plan Funcional, proyecto de desarrollo urbanístico y ejecución de la Z.A.L. de Almería-Níjar | X | X | X | COPV. Mº Fomento |
|--|--|---|---|---|------------------|

POTAUA, Junta Andalucía

Hay que destacar por su importancia y por su dependencia de la propia administración que realiza el documento, el nuevo acceso a Almería (nudo norte), el análisis de viabilidad de un Puerto deportivo en el Toyo y el Plan de Movilidad Sostenible del Parque Natural Cabo de Gata, enclave ubicado entre los términos municipales de Almería y Níjar, que recibe cada vez más presión de tráfico en vehículo privado en periodo estival.

2.2 ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR EN MATERIA DE URBANISMO

En el año 1976, fruto de una cada vez mayor preocupación por las consecuencias negativas del rápido y descontrolado crecimiento de las ciudades, se celebró en Vancouver la primera conferencia de las Naciones Unidas sobre los desafíos inherentes al proceso de urbanización. En esa época, tan sólo un 37,9% de la población mundial era urbana. Hoy en día, de acuerdo a los datos que maneja el Banco Mundial la tasa de población urbana es del 53% y para el 2030 se espera que esta cifra alcance al 70 % de la población. En el año 96, Estambul acogió la segunda, y del 17 al 20 de octubre se celebra en Quito, Ecuador, la tercera conferencia de las Naciones Unidas sobre vivienda y desarrollo urbano sostenible (Habitat III). Fruto de esta última conferencia, nace una ruta para las ciudades: la Nueva Agenda Urbana (NAU) es una guía para orientar los esfuerzos en materia de desarrollo de las ciudades para una amplia gama de actores (estados, líderes urbanos y regionales, donantes, programas de las Naciones Unidas, academia, la sociedad civil, entre otros) para los próximos 20 años.

La NAU se aprobó en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre la Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible (Hábitat III) celebrada en Quito, Ecuador, el 20 de octubre de 2016. La Asamblea General de las Naciones Unidas refrendó la Nueva Agenda Urbana en su sexagésimo octava sesión plenaria de su septuagésimo primer período de sesiones, el 23 de diciembre de 2016. Incorpora un nuevo reconocimiento de la correlación entre la buena urbanización y el desarrollo, subrayando los vínculos entre la buena urbanización y la creación de empleo, las oportunidades de generar medios de subsistencia y la mejora de la calidad de vida, que deberían incluirse en todas las políticas y estrategias de renovación urbana. Esto pone aún más de relieve la conexión entre la Nueva Agenda Urbana y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, en particular el Objetivo 11, que trata de las ciudades y comunidades sostenibles.

Además, la NAU reafirma el compromiso mundial con el desarrollo urbano sostenible, como un paso decisivo para el logro del desarrollo sostenible de manera integrada y coordinada a nivel mundial, regional, nacional, subnacional y local, con la participación de todos los actores pertinentes. La aplicación de la misma, contribuye a la implementación y la localización integradas de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus metas,

incluido el Objetivo 11 de lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.²¹

La resiliencia urbana es clave en la nueva agenda Urbana para el Desarrollo Sostenible de las ciudades. Una ciudad resiliente permite a la población reponerse tras una catástrofe, natural o humana y también tiene un papel fundamental en la lucha contra el Cambio Climático desde la promulgación del Acuerdo de París en el año 2015. En su programa de perfiles de ciudades resilientes, Naciones Unidas establece unas pautas para que una urbe sea considerada como tal. Tareas esenciales para ello son la conservación del hábitat natural, la protección de los ecosistemas y barreras naturales y la gestión de amenazas provocadas por la cercanía de los asentamientos a fuentes de agua. Es tal la importancia de este concepto que la fundación Rockefeller está elaborando el "Desafío de las cien ciudades resilientes". De momento sesenta y siete urbes han sido elegidas alrededor de todo el mundo, entre ellas una española, Barcelona, ya que fue la primera en crear el departamento de resiliencia urbana, que coordina los esfuerzos públicos y privados ante cualquier crisis y desarrolla proyectos para mejorar las infraestructuras y servicios urbanos. La creación de este marco institucional le ha valido ser reconocida por ONU-Hábitat (organismo promotor de La Nueva Agenda Urbana) como la sede mundial de su programa "City Resilience Profiling Programme".

Así mismo, la NAU, busca promover ciudades más **incluyentes, compactas y conectadas** mediante la planificación y diseño urbano, gobernanza y legislación urbana, y la economía urbana. Procura crear un vínculo de refuerzo recíproco entre **urbanización y desarrollo**, que considera a la ciudad como un ecosistema.²²

Son numerosos los autores que han hablado del ecosistema de la ciudad y la importancia del análisis del ecosistema ciudad fue reconocida internacionalmente en 1973, tras el programa Man and Biosphere de la UNESCO, un proyecto de estudio sobre la ciudad como ecosistema artificial. Hoy es un término consensuado por expertos, que ayuda a vislumbrar las soluciones que se han manifestado como necesarias en las zonas urbanas desde el siglo XIX.

En la ciudad aparece un medio urbanizado y una serie de seres vivos, con sus interacciones y relaciones, donde el ser humano es parte principal del mismo. Aparece una la actividad interna urbana y un funcionamiento a base de intercambios de materia, energía e información. En este sentido estas características son asimilables a las de un ecosistema natural, pero la ciudad incumple los dos de los requisitos determinantes de la definición de un ecosistema natural: primero, no posee un metabolismo de ciclo cerrado (o circular), y en segundo lugar no tiene una fuente de energía inagotable que garantice su funcionamiento.

Así, la permanencia en el tiempo de los ecosistemas, está ligada a un principio de eficiencia y en los sistemas urbanos la ecuación de la eficiencia la podemos expresar con la siguiente razón que, en el tiempo, debería tener valores cada vez menores.

La idea de analizar la ciudad como un ecosistema no tiene solo interés científico. Es útil para aportar soluciones de menor escala propios del funcionamiento interno de la ciudad, por ejemplo, para establecer qué limitaciones se pondrán al tráfico y al estacionamiento de los vehículos, dónde se situará la actividad productiva, qué servicios

²¹ <https://www.agenda2030.gob.es/sites/default/files/recursos/H%C3%81BITAT.pdf>

²² <https://onuhabitat.org.mx/index.php/la-nueva-agenda-urbana-en-espanol>

colectivos van a potenciarse, qué tasas deben pagar los usuarios, cómo disminuir los costes de mantenimiento, etc. Por tanto, en las soluciones al problema de la insostenibilidad urbana, es necesario plantear enfoques ecosistémicos.

En el urbanismo ecosistémico, la función guía se minimiza, haciendo que los recursos que necesitamos para mantener o hacer más compleja la organización urbana sean cada vez menores o, al menos, que la tasa de incremento del consumo de recursos sea proporcionalmente menor que la tasa de incremento de organización urbana obtenida.

Tras el análisis comparado de diversos sistemas urbanos, el modelo urbano que mejor se ajusta al principio de eficiencia **urbana y habitabilidad urbana es la ciudad compacta en su morfología, compleja en su organización, eficiente metabólicamente y cohesionada socialmente**. El urbanismo ecosistémico adopta este modelo tanto en la transformación de tejidos existentes como en el diseño de nuevos desarrollos urbanos²³, potenciando los primeros, a través de la rehabilitación de espacios urbanos y la edificación existente.

Por otro lado, es necesario incluir el concepto de resiliencia urbana en el análisis de las ciudades.

Así, autores como Rueda²⁴ se han decantado por analizar indicadores y propone una lista de condicionantes del urbanismo ecológico y busca ajustar el planeamiento al modelo de ciudad compacta, compleja, eficiente y cohesionada socialmente, cumpliendo al mismo tiempo, los principios de eficiencia, y habitabilidad urbana.

El conjunto de indicadores, se articula en siete grupos o ámbitos: 1. Ocupación del suelo, 2. Espacio público, 3. Movilidad, 4. Diversidad de usos y funciones urbanas, 5. Biodiversidad, 6. Metabolismo, y 7. Cohesión social; que a su vez se agrupan en cuatro ejes que son los definidores del modelo de ciudad: compacidad (1, 2 y 3); complejidad (4 y 5); eficiencia (6), cohesión social (7).

²³ Rueda, S (1997) "Modelos e Indicadores para Ciudades Sostenibles.

²⁴ Rueda, S. (1995) "Ecología Urbana".



Esquema de ejes del modelo de indicadores del urbanismo ecosistémico.

Con estos ejes, los indicadores y sus valores deseables serían los siguientes:

| Indicador | Fase | Objetivo mínimo | Objetivo deseable | Restrictores |
|---|-------|---|---|--------------|
| EJE E1. Compacidad y funcionalidad | | | | |
| Ámbito A1. Ocupación del suelo | | | | |
| 1 Densidad de viviendas | P C U | >80 viviendas/ha | >100 viviendas/ha | E Ep Ch |
| 2 Compacidad absoluta | P C U | >5 metros; >50% superficie | >5 metros; >80% superficie | E H Ep Ch |
| Ámbito A2. Espacio público y habitabilidad | | | | |
| 3 Compacidad corregida | P C U | 10-50 metros; >50% superficie | 10-50 metros; >80% superficie | Ep Ba Ch |
| 4 Espacio de estancia por habitante | P C U | >10m ² /habitante | >15m ² /habitante | Ep Ba Ch |
| 5 Calidad del aire | P C U | <40µg/m ³ ; 100% población | | E Ep Ba Ch |
| 6 Confort acústico | P C U | <65 dB(A); >60% población | <65 dB(A); >75% población | Ep Ba Ch |
| 7 Confort térmico | P C U | >50% horas de confort; >50% superficie calles | >80% horas de confort; >50% superficie calles | Ep Ba Ch |
| 8 Influencia mecánica del viento | P C U | F[velocidad viento >3,6]<5%; >75% espacio estancia | F[velocidad viento >3,6]<5%; >90% espacio estancia | Ep Ba Ch |
| 9 Accesibilidad del viario | P C U | Mínimo 1 acera >3m por tramo; >90% longitud calles | 2 aceras >3,7m por tramo; >90% longitud calles | Ep Ch |
| 10 Espacio viario destinado al peatón | P C U | >60% viario peatonal; >50% superficie calles | >75% viario peatonal; >50% superficie calles | Ep Ch |
| 11 Proporción de la calle | P C U | h/d <2; >50% superficie calles | h/d <1; >50% superficie calles | E Ep Ba Ch |
| 12 Percepción visual del volumen verde | P C U | >10% volumen verde; >50% superficie calles | >10% volumen verde; >75% superficie calles | Ep Ba |
| Ámbito A3. Movilidad y servicios | | | | |
| 13 Modo de desplazamiento de la población | U | <25% viajes por habitante y día en vehículo privado | <15% viajes por habitante y día en vehículo privado | E Ep Ch |
| 14 Proximidad a redes de transporte alternativo vehículo | P C U | <300 metros a paradas TP, red ciclista y red peatonal; >80% pobl. | <300 metros a paradas TP, red ciclista y red peatonal; 100% pobl. | E Ep Ch |
| 15 Espacio viario de acceso restringido al vehículo de paso | P C U | >60% (en relación al viario total ámbito de actuación) | >75% (en relación al viario total ámbito de actuación) | E H Ep Ba Ch |
| 16 Aparcamiento de bicicletas | P C U | <100 metros; >80% población. Dotación: 2 plazas/vivienda + dotación equip + dotación uso terciario (en la propia edificación) | | E Ep Ba Ch |
| 17 Aparcamiento de vehículos fuera de calzada | P C U | 1 plaza/vivienda; >80% plazas fuera de calzada | 1 plaza/vivienda; >90% plazas fuera de calzada | E Ep Ba Ch |
| 18 Cobertura de la demanda de aparcamiento de vehículos | U | <25% de déficit infraestructural de plazas (fuera de calzada) | <10% de déficit infraestructural de plazas (fuera de calzada) | Ep Ba |
| 19 Reserva de espacio para la distribución de mercancías | P C | Reserva de espacio (fuera de calzada) para plataforma logística (dimensionado variable). | | E Ep |
| 20 Reserva de espacio para infraestructuras de servicios | P C | Reserva de espacio (subsuelo) para galerías de servicios | | E H Ep Ba |

EJE E2. Complejidad

Ámbito A4. Complejidad urbana

| | | | | |
|--|-------|--|--|-----------------|
| 21 Diversidad urbana | P C U | >4,5 bits de información; (valor medio en áreas<50ha) | >5 bits de información; (valor medio en áreas<50ha) | E H Ep Ea Ed Ch |
| 22 Equilibrio entre la actividad y residencia | P C U | >20m ² /actividad (uso terciario/ productivo/vivienda (o superficie construida total) | | H Ea Ed Ch |
| 23 Proximidad a actividades comerciales de uso cotidiano | U | 6 (de 8) actividades distintas; >75% población | Todas las actividades; 100% población | E H Ep Ea Ed Ch |
| 24 Actividades/equipamientos @ | U | >10m ² /techo total no residencial; >50% superficie | >15m ² /techo total no residencial; >50% superficie | H Ea |
| 25 Continuidad espacial y funcional de la calle | P C U | Interacción alta/muy alta; >25% longitud calles | Interacción alta/muy alta; >50% longitud calles | H Ep Ea Ed Ch |

Ámbito A5. Espacios verdes y biodiversidad

| | | | | |
|--|-------|--|--|---------------|
| 26 Permeabilidad del suelo | P C U | >20%. En ámbitos >50ha: cumplimiento en >50% superficie | | Ep Bd |
| 27 Espacio verde por habitante | P C U | >10m ² /habitante | >15m ² /habitante | Ep Bd Ch |
| 28 Proximidad simultánea a espacios verdes | P C U | 3 (de 4) espacios verdes; 100% población | Todas los espacios verdes; 100% población | Ep Bd Ch |
| 29 Densidad de árboles por tramo de calle | P C U | 0,2 árboles/metro; >50% longitud calles | 0,2 árboles/metro; >75% longitud calles | Ep Bd |
| 30 Cubiertas verdes | P C | >10% superficie en cubierta disponible | | E Ep Ea Ed Bd |

EJE E3. Eficiencia

Ámbito A6. Metabolismo urbano

| | | | | |
|---|-------|---|---|---------------|
| 31 Demanda energética: residencia | P C U | <80 kWh/m ² | <65 kWh/m ² | E Ep Ea Ed Ch |
| 32 Demanda energética: servicios y equipamientos | P C U | <225 kWh/m ² (servicios) + <110 kWh/m ² (equipamientos) | <190 kWh/m ² (servicios) + <90 kWh/m ² (equipamientos) | E Ep Ea Ed Ch |
| 33 Demanda energética: espacio público | P C U | Variable según tipología espacio público. Pej. Espacio estancia: <0,6 kWh/m ² (luz HM) | | E Ep Ch |
| 34 Producción local de energías renovables | P C U | >20 kWh/m ² superficie ámbito | >40 kWh/m ² superficie ámbito | E Ea Ed |
| 35 Consumo energético | P C U | <100 kWh/m ² superficie construida del ámbito | <80 kWh/m ² superficie construida del ámbito | E Ep Ea Ed Ch |
| 36 Emisiones de CO ₂ equivalente | P C U | <30 kg CO ₂ /m ² superficie construida del ámbito | <20 kg CO ₂ /m ² superficie construida del ámbito | E Ep Ea Ed Bd |
| 37 Autoproducción energética | P C U | >30% (mediante energías renovables) | >50% (mediante energías renovables) | E Ep Ea Ed Ch |
| 38 Demanda hídrica (por calidades y total) | P C U | <100 litros por persona y día (lpd) agua potable | <70 lpd agua potable; <105 lpd demanda total) | E Ep Ea Ed Ch |
| 39 Suficiencia hídrica de la demanda de agua no potable | P C U | 100% (mediante captación pluviales, aguas grises regeneradas, agua freática, etc.) | | E Ep Ea Ed |
| 40 Recogida selectiva neta | U | Variable según la fracción: materia orgánica (55-80%), papel y cartón (75-80%), vidrio (75-90%), envases (50-60%), metal (50-60%), etc. | | E Ep Ea Bd |
| 41 Proximidad a puntos de recogida de residuos | P C U | <150 metros; >80% población | <150 metros; 100% población | E Ep Ed |
| 42 Proximidad a punto limpio | P C U | <600 metros; >80% población | <600 metros; 100% población | E Ea Ed Ch |
| 43 Cierre del ciclo de la materia orgánica (MO) | P C U | >25% MO. Transformación en compost para uso local | >50% MO. Transformación en compost para uso local | E Ep Ea Bd Ch |
| 44 Producción local de alimentos básicos | P C U | >10% por grupo alimentos; >25% viviendas con huerto com. | Variable según potencial; >50% viviendas con huerto com. | E Ep Bd Ch |

EJE E4. Cohesión social

Ámbito A7. Cohesión social

| | | | | |
|--|-------|---|--|-------------|
| 45 Envejecimiento de la población | U | <200% índice envejecimiento; <30% índice segregación | ± 100% índice envejecimiento; <10% índice segregación | Ep En Ed Ch |
| 46 Población de nacionalidad extranjera | U | <30% índice segregación | <10% índice segregación | Ep Ch |
| 47 Titulados superiores | U | <30% índice segregación | <10% índice segregación | Ch |
| 48 Dotación vivienda protegida | P C U | >40% | Variable según contexto | En Ed Ch |
| 49 Dotación equipamientos básicos | P C U | >75% dotación optima referencial (por tipología) | 100% dotación optima referencial (por tipología) | Ep En Ch |
| 50 Proximidad simultánea a equipamientos básicos | P C U | 4 (de 5) tipologías; 100 población | 5 (de 5) tipologías; 100 población | Ep En Ch |

Habitabilidad en la vivienda y el edificio

| | | | |
|---------------------------------------|-----|---|--------------|
| Viviendas y edificios más sostenibles | C U | Cumplimiento de los requisitos incluidos en las certificaciones existentes (internacionales/nacionales) sobre esta materia. | E H En Ed Ch |
|---------------------------------------|-----|---|--------------|

Función guía de la sostenibilidad

| | | | | |
|--------------------------------------|---|-----|-----|--------------|
| EFICIENCIA DEL SISTEMA URBANO (E/nH) | U | <40 | <20 | E H En Ed Ch |
|--------------------------------------|---|-----|-----|--------------|

LEYENDA

FASE

- ⊙Planeamiento
- ⊙Construcción/Urbanización
- ⊙Uso - modelo de ocupación -

RESTRICTORES

- ⊙Energía: consumo de recursos
- ⊙Complejidad: información organizada
- ⊙Espacio público
- ⊙Equipamientos
- ⊙Edificación
- ⊙Biodiversidad
- ⊙Cohesión social

Modelo de indicadores del urbanismo ecosistémico

Este mismo criterio tomó el Ministerio de Transición Ecológica, en el grupo de trabajo para el Desarrollo del Medio Ambiente Urbano y la Red de Redes de Desarrollo Local Sostenible constituida en noviembre de 2005, al amparo de este Ministerio, como foro de debate e intercambio de experiencias entre las distintas redes que a nivel autonómico y provincial trabajan por la Agenda Local 21, con el propósito de promover un concepto de ciudad compacta, compleja, eficiente y cohesionada socialmente, considerando, a su vez, el adecuado equilibrio entre el medio urbano y el rural.

Partiendo de la Estrategia Temática Europea de Medio Ambiente (enero de 2006) y de la Estrategia de Medio Ambiente Urbano (junio de 2006), en 2009 se consideró oportuno ampliar el ámbito de aplicación con un documento de referencia valido para todos los municipios españoles, que fue aprobado por el Plenario de la Red de Redes de Desarrollo Local Sostenible, en Granada, el 17 de junio del año 2011. Surge así la Estrategia Española de Sostenibilidad Urbana y Local (EESUL), que sigue el mismo esquema de la Estrategia europea incorporando dos temas nuevos: las relaciones campo-ciudad y el cambio climático.

El marco conceptual de la Estrategia de Medio Ambiente Urbano y de la EESUL, reside en el Libro Verde de Sostenibilidad Urbana y Local en la Era de la Información, cuya finalidad es ser el documento de referencia de las políticas ambientales relacionadas con el proceso de cambio de los sistemas urbanos en nuestro país.

Finalmente, en la Reunión Plenaria de la Red de Redes celebrada en Albacete el 17 de septiembre de 2009, se acordó la creación de un Grupo de Trabajo para poder establecer unos indicadores homogéneos a todas las redes que permitan el seguimiento de la EESUL. El trabajo de este grupo, cristalizó con la elaboración de este sistema de indicadores, válido tanto para municipios pequeños como grandes, intentando superar

las barreras de acceso a la información con la que se encuentran los municipios pequeños, así como las distintas necesidades de los mismos. Para ello se creó un sistema modular, con un módulo básico de indicadores aplicable a todos los municipios y un módulo válido para municipios de menos de 2.000 habitantes y que está basado en el sistema de indicadores de la Agencia de Ecología Urbana de Barcelona, coordinada por Salvador Rueda, con lo que el esquema es el anteriormente indicado.

Indicadores

| | | | | |
|-------------------|--|--|-------------------|--|
| Ámbito 01. | OCUPACIÓN DEL SUELO | | Ámbito 06. | METABOLISMO URBANO |
| | 01 Ocupación de los usos del suelo | | | 24 Consumo energético final |
| | 02 Superficie artificial por habitante | | | 25 Demanda energética residencial |
| | 03 Superficie urbanizada del término municipal | | | 26 Producción local de energías renovables |
| | 04 Compacidad absoluta | | | 27 Autosuficiencia energética |
| | 05 Densidad de viviendas | | | 28 Consumo de agua potable en la vivienda |
| Ámbito 02. | ESPACIO PÚBLICO Y HABITABILIDAD | | | 29 Eficiencia de la red de distribución de agua potable |
| | 06 Calidad del aire | | | 30 Conexión de aguas marginales a depuradora |
| | 07 Confort acústico | | | 31 Regeneración de aguas depuradas |
| | 08 Accesibilidad del viario | | | 32 Generación de residuos |
| | 09 Espacio viario destinado al peatón por tramo de calle | | | 33 Recogida separada bruta |
| | 10 Proporción de la calle | | | 34 Proximidad al sistema de recogida |
| Ámbito 03. | MOVILIDAD Y SERVICIOS | | | 35 Proximidad a un punto limpio |
| | 11 Distribución modal del transporte urbano | | | 36 Cierre del ciclo de la materia orgánica |
| | 12 Espacio viario para peatones | | Ámbito 07. | COHESIÓN SOCIAL |
| | 13 Proximidad de las viviendas a una parada de transporte público | | | 37 Índice de envejecimiento |
| | 14 Proximidad de las viviendas a redes de transporte público alternativas al automóvil | | | 38 Población extranjera |
| | 15 Proximidad de las viviendas a un carril bici | | | 39 Titulados de tercer grado |
| | 16 Proximidad de las viviendas al aparcamiento para bicicletas | | | 40 Autocontención laboral |
| Ámbito 04. | COMPLEJIDAD URBANA | | | 41 Proximidad a servicios urbanos básicos |
| | 17 Equilibrio entre actividad y residencia | | | 42 Satisfacción de los ciudadanos con la comunidad local (encuesta sobre percepciones y hábitos) |
| Ámbito 05. | ESPACIOS VERDES Y BIODIVERSIDAD | | | 43 Tasa de asociacionismo |
| | 18 Extensión de ecosistemas antrópicos de valor para la biodiversidad | | | |
| | 19 Extensión de ecosistemas naturales | | | |
| | 20 Agricultura y ganadería ecológica | | | |
| | 21 Índice de permeabilidad del suelo | | | |
| | 22 Superficie verde por habitante | | | |
| | 23 Proximidad a espacios verdes | | | |

Aplicación de sistema de indicadores municipal²⁵.

²⁵https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/medio-ambienteurbano/ANEXO%201%20Aplicaci%C3%B3n%20sistema%20municipal%20indicadores%20sostenibilidad%20en%204%20municipios_tcm30-181858.pdf

Por su parte, el ecólogo José Manuel Naredo²⁶, propone los siguientes indicadores de la calidad del medio ambiente urbano, con referencias a valores ya consensuados internacionalmente desde las Naciones Unidas:

| INDICADORES DE CALIDAD DEL MEDIO AMBIENTE URBANO (J.M. NAREDO) | | |
|--|--|--|
| Calidad del agua | a) Agua Potable. b) Aguas embalsadas. | - Nº de días/año en que la media de agua potable es rebasada. - Concentración de O ₂ en el agua embalsada en mg por litro. - Nº de días que el PH es mayor 9 o menor 6. - Principales concentraciones anuales. |
| Calidad del aire | a) A largo plazo b) Concentraciones a corto plazo: O ₃ , SO ₂ , TSP | - Excedentes de AQGs: O ₃ (46 SO ₂ , TSP). |
| Calidad acústica | Exposición al ruido (habitantes por periodo de tiempo) | - Exposición al ruido por encima de 65 dB y por encima de 75 dB. |
| Seguridad vial | Víctimas (muertos y heridos) en accidentes de tráfico. | - Nº de muertos y heridos en accidentes de tráfico por 10.000 habitantes. |
| Calidad de las viviendas | Promedio de suelo por persona. | - m ² por persona. |
| Accesibilidad de espacios verdes | Proximidad a los espacios verdes urbanos. | - Porcentaje de gente a 15 minutos de distancia (caminando) de los espacios verdes urbanos. |

Indicadores de calidad del medio ambiente urbano.

²⁶ Naredo, Jose Manuel. El conflicto entre eficacia y sostenibilidad.

3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR

La ciudad de Almería necesita abordar la movilidad desde una amplia perspectiva en la que se analice tanto la situación interna y multimodal en la ciudad, como las conexiones existentes dentro del territorio, determinando las carencias y los elementos que funcionan, al tiempo que propone nuevas ideas y oportunidades de futuro. En los próximos años, la movilidad será una de las claves del desarrollo de las ciudades en general, y de Almería en particular, donde habrá que unir este vector con objetivos de reducción del cambio climático, de eficiencia energética y de reducción de la contaminación atmosférica y acústica.

Es por ello, que el análisis interno se ha dividido en dos sub apartados:

| Infraestructuras de comunicación | Movilidad y accesibilidad |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Red de carreteras y conexión con otros municipios. • Ferrocarril, AVE y corredor ferroviario mediterráneo. • Puerto e integración puerto- ciudad. • Aeropuerto. • Posicionamiento y conexiones internacionales y nacionales. | <ul style="list-style-type: none"> • Transporte público y privado. • Reparto modal. • Movilidad eléctrica, nueva movilidad y TICs. • Movilidad peatonal y ciclista. • Gestión del tráfico, seguridad vial, aparcamientos y accesibilidad. • Carga y descarga, tráfico de mercancías. |

Dado que el bloque de infraestructuras de comunicación puede dar una visión más general y estratégica del vector, se va a iniciar el diagnóstico por el este bloque.

3.1 Infraestructuras de comunicación

3.1.1 RED DE CARRETERAS Y TRÁFICO VIARIO

Las infraestructuras viarias siguen siendo el principal soporte de la movilidad en Almería, tanto de personas como de mercancías.

El municipio de Almería cuenta con dos grandes ejes de comunicación de largo recorrido por carretera: el corredor mediterráneo de la A-7 y, el corredor de la A-92, que conecta con la red interior vía Guadix y Granada, siendo la carretera nacional N-340a la que ofrece un acceso directo de entrada/salida de los vehículos en paralelo a la margen derecha del río Andarax.

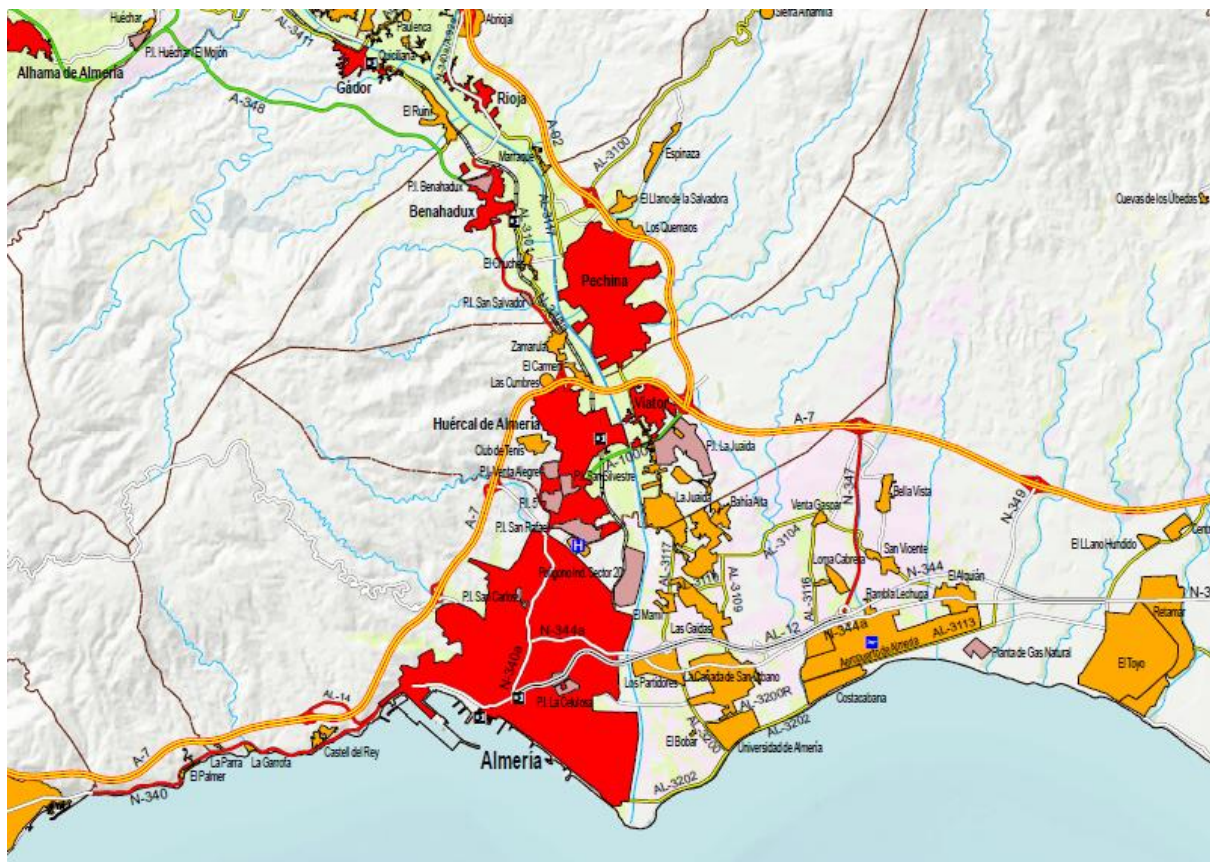


Situación de la red de carreteras de la provincia de Almería (diciembre 2019).

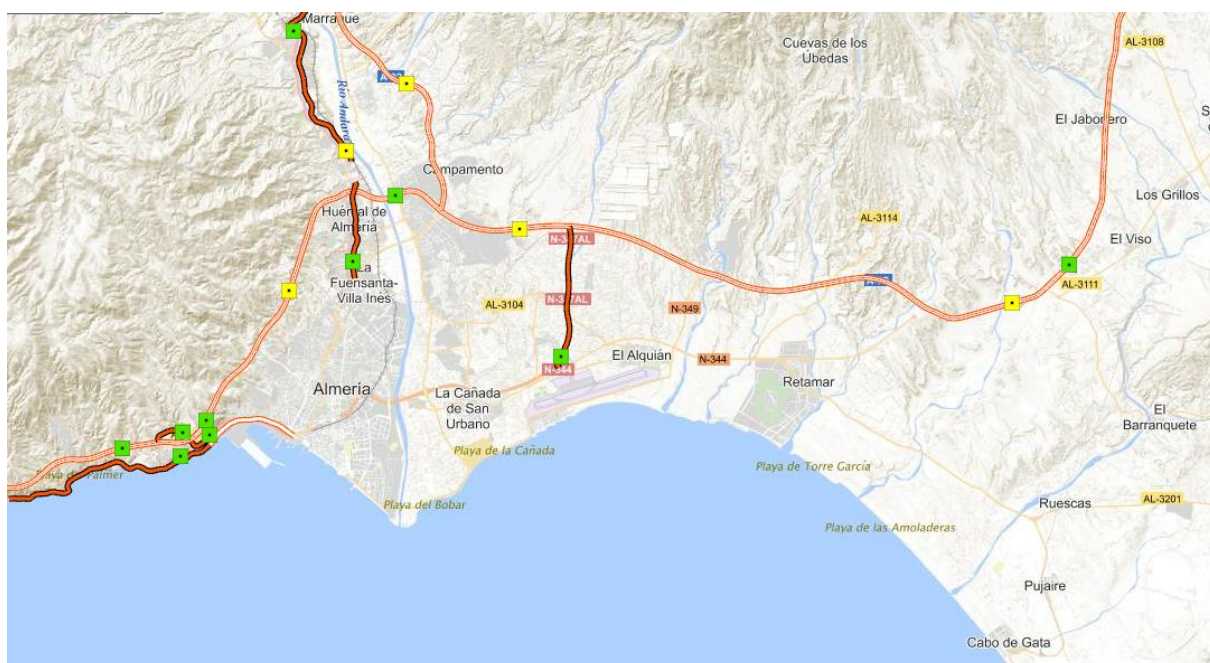
Sistema de información de carreteras de Andalucía.

Diagnóstico

Plan Estratégico Almería 2030

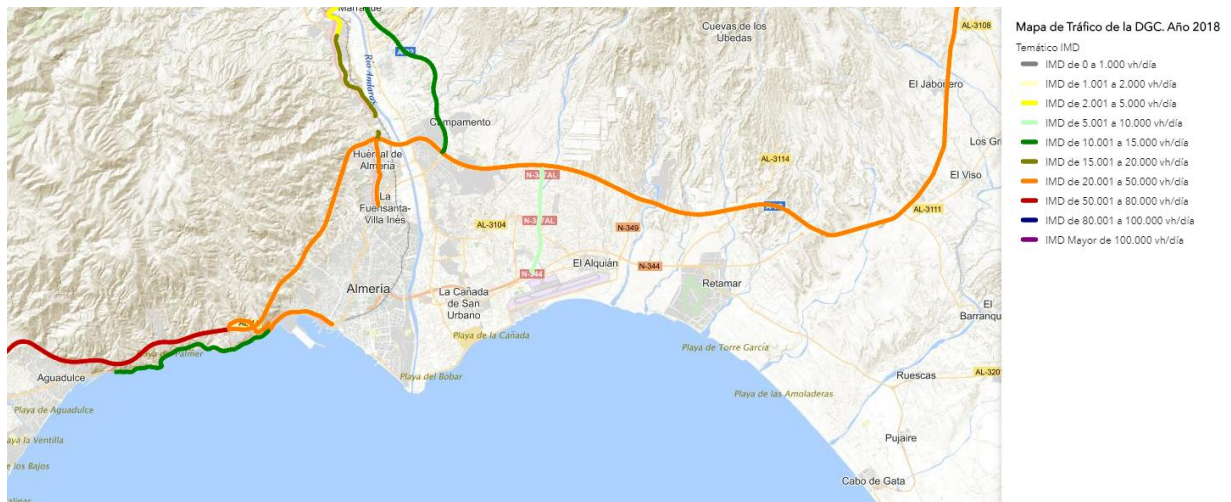


Mapa provincial de carreteras de Almería (diciembre 2019).



Sistema de información de carreteras de Andalucía.

El tramo de la A-7 que rodea la ciudad, que ejerce de circunvalación, presenta una elevada IMD, que oscila entre 40.000-5000 vehículos/día, con intensidades elevadas en hora punta, lo que provoca retenciones en estos horarios:



Visor de tráfico del Ministerio de Fomento.

"La conexión con el Poniente requiere especial atención, pues presenta IMD muy elevadas y problemas de accesibilidad en el enlace de Roquetas de Mar, agravándose cuando la carretera N-340a entre Aguadulce y Almería sufre desprendimientos."

La red secundaria está formada por un conjunto de vías de la red provincial de carreteras, dentro de la red de carreteras de Andalucía, gestionadas todas ellas por la Diputación de Almería y múltiples caminos rurales, que completan una red muy extensa en un municipio que cuenta con 17 núcleos de población y diversos diseminados.

Hay que destacar que todos los accesos a vías de alta capacidad, se sitúan el Oeste y Norte de la ciudad, cuando el paulatino crecimiento de la misma se produce hacia el este. Se dispone en paralelo a la costa de dos avenidas: la Avenida de Cabo de Gata, que bordea la playa hacia el Este y continúa hacia la carretera -3202 y el tramo de Autovía AL-12, que conecta el centro de la ciudad hacia el este con el aeropuerto y el tramo de la autovía AL-14 que conecta la N-340 con el puerto.

La Avenida del Mediterráneo, perpendicular al mar, permite a la ciudadanía cruzar la AL-12 y continuar hasta alcanzar la A-7, en paralelo con la Carretera de Ronda, recorriendo un tramo de ciudad con barrios más modernos y de reciente creación. Estas vías de alta intensidad dividen la ciudad en varias zonas con difícil conexión en algunas ocasiones, al igual que sucede con el propio río Andarax y la vía del ferrocarril.

"Almería debe mejorar la conectividad con los nodos logísticos, zonas de nuevo crecimiento y focos de atracción territorial".

Tal y como se ha visto, los planes de infraestructuras y el propio Plan de Ordenación Territorial de la Aglomeración Urbana de Almería señala la importancia de esta centralidad y su extensión progresiva en el territorio, como hacia el entorno del PITA y el núcleo de Viator, donde se van consolidando elementos de corredor económico y logístico, donde debería mejorarse el nudo de carreteras y coordinarse con la llegada del AVE; o la zona de la Cañada de San Urbano, junto al litoral, bajo la influencia de la Universidad y del aeropuerto, que se puede convertir en un espacio de alta calidad de vida y venta de servicios avanzados.

3.1.2 AEROPUERTO Y TRÁFICO AEROPORTUARIO

El aeropuerto de Almería está catalogado como de interés general, siendo de competencia estatal y constituye uno de los principales actores en el potencial turístico y económico de la provincia de Almería. Está ubicado a 8 km de la ciudad y cercano a las zonas turísticas como Retamar-Toyo y el Parque Natural Cabo de Gata Níjar, Roquetas de Mar y Mojácar.

Inaugurado en 1968, en el año 2009 se amplió con una obra que supuso la completa transformación de las instalaciones, duplicando su capacidad operativa. Está preparado para atender en hora punta a 1330 pasajeros en salida y la misma cifra en llegada, lo que permite alcanzar los 2,8 millones de pasajeros (actualmente ronda el millón de pasajeros anuales).

Almería es la provincia más dependiente del crecimiento aéreo para su desarrollo, debido a la ausencia de ferrocarril de alta velocidad y con mayor potencial para consolidar una actividad de carga aérea sólida basada en el transporte de productos perecederos y de alto valor añadido.

En 2018, Almería registró 992.043 pasajeros, 11.946 movimientos de aeronaves y 9 toneladas de carga. En 2019 se atuvieron 978.997 pasajeros, un ligero descenso pese a que se ha incrementado el número de destinos nacionales e internacionales, alcanzando los 43.

En 2009 se declaró de obligación de servicio público a la ruta aérea Sevilla- Almería y esto ha supuesto que a lo largo de los años se consolide con cerca de 100.000 pasajeros al año.

| Pasajeros en Aeropuerto de Almería | | | | | | | | |
|------------------------------------|-----------|----------|----------|---------|---------|---------|-------------|-------------|
| Meses | Doméstico | Intra UE | Extra UE | 2018 | 2017 | 2016 | Var % 18/17 | Var % 18/16 |
| Enero | 24.777 | 5.560 | 9 | 30.346 | 34.759 | 30.159 | -12,70% | 0,62% |
| Febrero | 26.796 | 8.035 | 4 | 34.835 | 39.146 | 48.325 | -11,01% | -27,92% |
| Marzo | 45.415 | 12.739 | 54 | 58.208 | 65.471 | 71.431 | -11,09% | -18,51% |
| Abril | 44.498 | 28.008 | 15 | 72.521 | 80.984 | 78.829 | -10,45% | -8,00% |
| Mayo | 36.132 | 69.359 | 367 | 105.858 | 102.482 | 87.007 | 3,29% | 21,67% |
| Junio | 34.767 | 91.440 | 1.427 | 127.634 | 125.811 | 100.674 | 1,45% | 26,78% |
| Julio | 30.448 | 103.505 | 1.574 | 135.527 | 135.671 | 118.562 | -0,11% | 14,31% |
| Agosto | 25.231 | 101.896 | 1.524 | 128.651 | 136.234 | 117.181 | -5,57% | 9,79% |
| Septiembre | 33.657 | 93.786 | 52 | 127.495 | 123.856 | 104.446 | 2,94% | 22,07% |
| Octubre | 36.593 | 58.252 | 144 | 94.989 | 91.990 | 82.335 | 3,26% | 15,37% |
| Noviembre | 32.063 | 6.766 | 11 | 38.840 | 37.964 | 43.363 | 2,31% | -10,43% |
| | 370.377 | 579.346 | 5.181 | 954.904 | 974.368 | 882.312 | -2,00% | 8,23% |

Evolución de Pasajeros del Aeropuerto de Almería.

Ministerio de Fomento.

Durante los años 2016 y 2017 se registraron incrementos de viajeros, mientras que en 2018 se registra una ligera disminución, al igual que ocurre en 7 aeropuertos españoles. Aun así, el aeropuerto de Almería ha recibido casi 1 millón de pasajeros, un dato cercano al del aeropuerto de Jerez y el de Granada:

| | Pasajeros | Var % 18/17 |
|-----------------------------|------------|-------------|
| MÁLAGA-COSTA DEL SOL | 19.021.704 | 2,10% |
| | 6.380.465 | 24,90% |
| JEREZ DE LA FRONTERA | 1.133.621 | 8,30% |
| | 1.126.389 | 24,90% |
| ALMERÍA | 992.043 | -1,50% |
| | 8.255 | 2,40% |

Comparativa de tráfico de pasajeros en aeropuertos de Andalucía.

Ministerio de Fomento.

Otro dato significativo es la comparativa con otras provincias de similar población fuera de Andalucía. Así, San Sebastián recibió 4 veces menos pasajeros que Almería o Zaragoza que, triplicando el número de habitantes de Almería, recibió a la mitad de pasajeros.

| | Pasajeros | Nº habitantes | Ratio pasajeros por habitantes |
|----------|-----------|---------------|--------------------------------|
| A CORUÑA | 1.225.763 | 1.119.351 | 1,10 |
| | 992.043 | 709.340 | 1,40 |
| ZARAGOZA | 489.064 | 954.811 | 0,51 |
| | 52.071 | 676.376 | 0,08 |

Análisis del Número de pasajeros en base a la población de la provincia.

Almería es la provincia que presenta una mayor ratio de pasajeros por habitantes, por encima de provincias del nivel de Coruña el cual tiene 233 mil habitantes más que Almería, y dejando muy por detrás a Zaragoza y Badajoz. Almería se sitúa en una posición media en el territorio andaluz y español.

En los últimos años se está recuperando también el transporte de mercancías y se están superando, incluso, las cifras de carga del año 2000.

En los próximos años deberá potenciar aún más su carácter turístico haciendo una búsqueda más activa del tráfico y de nuevas compañías aéreas y destinos, para lo que requerirá el apoyo de todas las instituciones y el convencimiento ciudadano del importante papel que juega y puede jugar en el territorio.

| Año | Pasajeros | Operaciones | Carga (tn) |
|------|-----------|-------------|------------|
| 2000 | 914.312 | 13.431 | 473 |
| | 829.311 | 13.757 | 449 |
| 2002 | 846.467 | 15.142 | 123 |
| | 839.859 | 14.918 | 53 |
| 2004 | 830.930 | 15.046 | 51 |
| | 1.073.585 | 18.269 | 53 |
| 2006 | 1.055.545 | 18.451 | 36 |
| | 1.206.634 | 18.280 | 20 |
| 2008 | 1.024.303 | 18.280 | 21 |
| | 791.837 | 15.391 | 16 |

| | | | |
|------|-----------|--------|-----|
| 2010 | 786.877 | 16.112 | 14 |
| | 780.853 | 14.946 | 9 |
| 2012 | 749.720 | 12.643 | 8 |
| | 705.514 | 10.759 | 12 |
| 2014 | 744.847 | 10.278 | 8 |
| | 691.240 | 10.278 | 19 |
| 2016 | 919.808 | 11.737 | 32 |
| | 1.007.446 | 12.218 | 574 |

AENA.

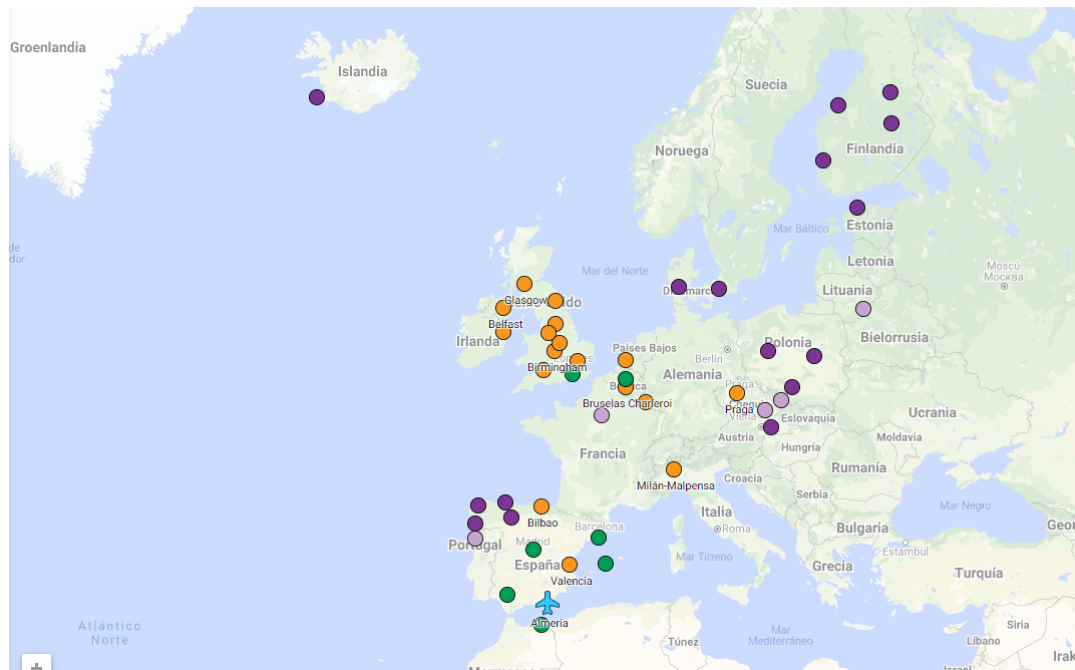
Los destinos del aeropuerto y el número de pasajeros en el año 2019, son los siguientes:

Diagnóstico

Plan Estratégico Almería 2030

| AEROPUERTO ESCALA | Pasajeros Total | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC | AEROPUE RTO ESCALA |
|-------------------------------------|--------------------|-------------|-------------|-------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|--------------|-------------|--|
| Total | 977.812 | 34.176 | 38.125 | 55.031 | 77.917 | 102.297 | 124.421 | 133.649 | 126.968 | 122.057 | 87.312 | 40.764 | 35.095 | Total |
| MADRID-BARAJAS ADOLFO SUÁREZ | 210.806 | 15.771 | 16.240 | 18.089 | 16.980 | 18.750 | 18.684 | 20.057 | 11.556 | 19.261 | 20.745 | 18.985 | 15.688 | MADRID- BARAJAS ADOLFO SUÁREZ |
| LONDRES GATWICK | 144.576 | 4.743 | 5.717 | 7.071 | 11.582 | 15.147 | 19.024 | 19.073 | 19.676 | 18.024 | 13.671 | 4.498 | 6.350 | LONDRES GATWICK BARCELO NA-EL |
| BARCELONA-EL PRAT J.T. | 118.718 | 7.242 | 7.331 | 16.089 | 18.865 | 10.791 | 10.142 | 10.294 | 10.187 | 9.954 | 7.792 | 4.432 | 5.599 | PRAT J.T. MANCHE STER INTERNA CIONAL |
| MANCHESTER INTERNACIONAL SEVILLA | 73.608 43.029 | -- 2.934 | -- 3.200 | -- 3.530 | 2.828 3.460 | 11.574 3.877 | 13.202 4.045 | 12.403 4.002 | 13.455 2.457 | 12.114 3.796 | 7.600 4.628 | 432 3.942 | -- 3.158 | SEVILLA BRUSELA S |
| BRUSELAS | 42.197 | 1.788 | 2.433 | 3.681 | 3.293 | 3.435 | 5.423 | 6.133 | 6.346 | 4.984 | 2.381 | 1.381 | 919 | LONDRES STANSTE D |
| LONDRES STANSTED | 39.411 | -- | -- | -- | 2.862 | 5.461 | 6.267 | 6.563 | 6.947 | 6.353 | 4.196 | 762 | -- | BIRMING HAM INTERNA CIONAL |
| BIRMINGHAM INTERNACIONAL | 33.076 | -- | -- | -- | -- | 4.877 | 6.228 | 6.262 | 6.346 | 6.428 | 2.935 | -- | -- | ROTTERD AM |
| ROTTERDAM | 25.902 | -- | -- | -- | 1.637 | 3.554 | 3.794 | 4.843 | 5.137 | 3.562 | 3.375 | -- | -- | PRAGA RUZYNE BRUSELA S |
| PRAGA RUZYNE | 22.837 | -- | -- | -- | -- | 177 | 4.872 | 5.856 | 6.296 | 5.242 | 394 | -- | -- | CHARLER OI |
| BRUSELAS CHARLEROI DUBLIN | 21.762 21.699 | -- -- | -- -- | -- -- | 3.054 2.809 | 3.200 2.855 | 2.837 3.228 | 3.204 3.251 | 3.193 3.134 | 3.190 2.812 | 2.799 3.109 | 285 501 | -- | DUBLIN MILAN MALPENS A |
| MILAN MALPENSA MELILLA | 20.119 16.077 | -- 3 | -- 67 | -- 3 | 2.790 -- | 2.610 1.614 | 2.951 2.056 | 3.158 2.350 | 3.169 2.466 | 2.757 1.777 | 2.684 1.702 | -- 1.945 | -- | MELILLA NEWCAS TLE |
| NEWCASTLE | 15.725 | -- | -- | -- | -- | 2.089 | 2.822 | 3.095 | 3.228 | 2.836 | 1.655 | -- | -- | EAST MIDLAND S |
| EAST MIDLANDS | 13.618 | -- | -- | -- | -- | 1.485 | 2.253 | 3.010 | 3.211 | 2.384 | 1.108 | 167 | -- | LEEDS LEEDS- BRADFORD |
| LEEDS LEEDS-BRADFORD | 13.534 | -- | -- | -- | -- | 2.340 | 2.504 | 2.233 | 2.579 | 2.550 | 1.137 | 191 | -- | D CHOPINA W WARSZA WIE |
| CHOPINA W WARSZAWIE | 9.227 | -- | -- | -- | 235 | 1.424 | 1.283 | 1.806 | 1.418 | 1.799 | 1.262 | -- | -- | EDIMBUR GO TURNHO USE |
| EDIMBURGO TURNHOUSE | 8.604 | -- | -- | -- | -- | 1.599 | 1.380 | 1.460 | 1.819 | 1.378 | 965 | -- | 3 | |

Hay ciertos vuelos con carácter regular, mientras que otros son temporales y chárteres. Las líneas son las siguientes:



Verano

- ✈ Almería
- Belfast
- Bilbao
- Birmingham
- Bristol
- Bruselas Charleroi
- Dublin
- East Midlands
- Glasgow
- Leeds Bradford
- Londres Stansted
- Luxemburgo
- Manchester
- Milán-Malpensa
- Newcastle
- Praga
- Rotterdam
- Valencia

Charter

- A Coruña
- Asturias
- Billund
- Bratislava
- Brno
- Copenhague
- Kajaani
- Katowice
- Kokkola-Pietarsaari
- Kuopio
- León
- Oporto
- Ostrava
- París
- Pori
- Poznań
- Reykjavik
- Varsovia
- Vilna
- Tallin
- Vigo

Anual

- Barcelona
- Bruselas Zaventem
- Londres Gatwick
- Madrid
- Melilla
- Palma
- Sevilla

https://www.google.com/maps/d/u/0/viewer?mid=15O8pbtUD_KSIYifoJTo_501eQw8&ll=52.0271750135083%2C2.58791630000000744&z=3

El destino mayoritario es Madrid Barajas, por lo que habrá que estudiar la influencia de la llegada del AVE a la ciudad, que será muy competitivo para esa distancia.

3.1.3 PUERTO Y TRÁFICO PORTUARIO

España es el país de la Unión Europea que cuenta con mayor longitud de costa (8.000 Km). Además, su situación geográfica, próxima al eje de una de las rutas marítimas más importantes del mundo, la beneficia de un mayor afianzamiento como área estratégica en el transporte marítimo internacional y como plataforma logística del sur de Europa. No en vano, 5 puertos españoles se encuentran entre los que los 125 primeros, entre los puertos asiáticos, Estados Unidos, Alemania y Holanda.

En este contexto, y aunque esta infraestructura se analiza con más detenimiento en el vector de economía azul, desde un punto de vista del territorio y el transporte también hay que tenerlo en cuenta, puesto que se trata de un puerto de interés general del Estado, con un importante tráfico tanto de mercancías como de personas, punto de conexión con el Norte de África y uno de los puntos álgidos en la Operación Paso del Estrecho, además se ubicarse en un entorno privilegiado de la ciudad a la que dio origen.

En cuanto al transporte de mercancías, el puerto de Almería está entre los diez primeros en graneles sólidos ha sufrido un notable incremento del transporte de contenedores, debido a la puesta en servicio en 2018 de dos líneas regulares de portacontenedores, gracias a acuerdos de la multinacional almeriense Grupo Cosentino con Maersk y MSC. La línea de Maersk, que se puso en marcha en junio de 2018, comunica semanalmente el Puerto de Almería con cualquier puerto del mundo, a través del hub de Algeciras. Por su parte, el servicio de MSC, que se estableció en diciembre, lo hace a través del hub de Valencia.

Si analizamos la evolución anual, con los datos disponibles hasta 2018, el tráfico se incrementó en un 20,02% en con relación a 2017, destacando los graneles líquidos que crecieron un 346,8% y los sólidos un 38,24%.

| Concepto | Movimiento diciembre | | | Movimiento Anual | | |
|--------------------------------------|----------------------|--------|---------|------------------|-----------|---------|
| | 2018 | 2017 | Var(%) | 2018 | 2017 | Var(%) |
| Mercancía según su presentación (Tm) | | | | | | |
| Graneles Sólidos | 66.733 | 28.835 | 131,43% | 1.242.393 | 898.697 | 38,24% |
| Graneles Líquidos | 0 | 0 | | 6.702 | 1.500 | 346,80% |
| Mercancía General | 69.099 | 54.025 | 27,90% | 583.991 | 614.380 | -4,95% |
| Avituallamiento | 7.284 | 8.325 | -12,50% | 88.018 | 86.126 | 2,20% |
| TOTAL | 143.116 | 91.185 | 56,95% | 1.921.104 | 1.600.703 | 20,02% |

Tráfico de mercancías en el puerto de Almería. Autoridad Portuaria Almería.

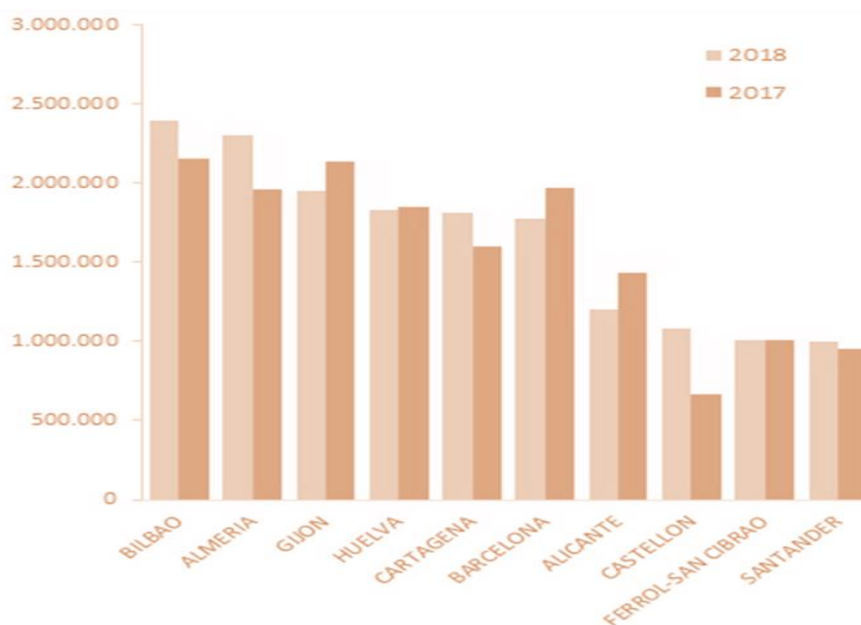
| Concepto | Movimiento diciembre | | Movimiento Anual | |
|----------|----------------------|--|------------------|--|
|----------|----------------------|--|------------------|--|

| | 2018 | 2017 | Var(%) | 2018 | 2017 | Var(%) |
|--------------------------|-----------|-----------|---------|------------|------------|--------|
| Otros movimientos | | | | | | |
| Pasajeros | 52.165 | 49.808 | 4,73% | 961.185 | 951.470 | 1,02% |
| Vehículos | 13.254 | 11.136 | 19,02% | 215.959 | 204.745 | 5,48% |
| Camiones/Plataformas | 2.365 | 2.350 | 0,64% | 21.026 | 21.462 | -2,03% |
| Ro-Ro (remolques) | 53.512 | 46.721 | 14,54% | 430.042 | 432.684 | -0,61% |
| Contenedores Teus | 1.107 | 504 | 119,64% | 9.190 | 6.579 | 39,69% |
| Buques. Número | 121 | 132 | -8,33% | 1.754 | 1.819 | -3,57% |
| Buques. Toneladas G.R.T. | 2.257.550 | 2.164.152 | 4,32% | 31.362.030 | 30.081.119 | 4,26% |

Tráfico de mercancías en el puerto de Almería. Autoridad Portuaria Almería.

El tráfico de pasajeros también creció, aunque muy ligeramente (1,02%) y el de vehículos con un incremento de 5,48%, no así los camiones y plataformas disminuyeron un -2,03% y el tráfico ro-ro que también cayó un ligero-0,6%.

El puerto de Almería es en España uno de los más destacados, junto a Bilbao, en la exportación de graneles líquidos y sólidos, mejorando anualmente frente a otros puertos, como Gijón, Barcelona o Alicante, que pierden peso. En total de graneles sólidos transportados la posición del puerto de Almería es la séptima de España, por delante de otros puertos como el de Bilbao o Barcelona.



Exportaciones graneles sólidos en puertos del Estado. Autoridad Portuaria.

“Almería es uno de los principales puertos en España en el tráfico de graneles sólidos”.

En 2018, los puertos de Almería y Carboneras, movieron 5,70 millones de toneladas de mercancías con origen y destino en mercados extranjeros, lo que supone un 18,75% más que en el 2017.

Las exportaciones de graneles líquidos, en 2017, habían descendido un 19,7%, con 12.008 toneladas, recuperándose en 2018 con un incremento del 38,4%; mientras que las ventas de mercancía general en el extranjero cayeron un 9,3% (147.663 toneladas), según los últimos datos publicados por Puertos del Estado.

En cuanto al **tráfico de pasajeros**, el tráfico más destacado es el que genera la operación paso del estrecho (OPE) pero no ocupa una posición destacada dentro del panorama nacional de los cruceros, con una media de unos 30.000 pasajeros anuales frente a destinos como Málaga (más de 500.000), Valencia (más de 400.000) o Cartagena (con cerca de 230.000). Sin embargo, si se analiza el tráfico total de pasajeros del puerto, Almería ocupa el noveno lugar de los 27 puertos del Estado analizados, con casi 1 millón de pasajeros, por delante de Málaga (cerca de 900.000) o Melilla (casi 830.000), gracias a sus destinos de cabotaje y sus conexiones con el sur del Mediterráneo (Marruecos y Argelia, especialmente).

“Almería es el noveno puerto en importancia en España por tráfico de pasajeros, por delante de Málaga o Melilla, aunque tenga un peso menor en tráfico de cruceros”.

El PISTA proponía que el puerto debería orientar su **estrategia** hacia una especialización en tráficos de mayor valor añadido e incrementar su participación en los transportes marítimos de corta distancia en el Mediterráneo, dada su ampliación hacia poniente y la unión prevista con el ferrocarril. Estas apuestas, unidas a la finalización del AVE de tráfico mixto con Murcia dentro del Corredor Ferroviario Mediterráneo y la consolidación del área logística de Níjar, según el documento, la convertirían en un nodo logístico de gran relieve en Andalucía.

En cuanto a sus instalaciones, desde hace años, el puerto ha ido liderando un proceso de ampliación ganando terreno al mar, pero su gran reto pendiente es lograr la **integración del puerto con la ciudad**. Sin duda, uno de los proyectos estratégicos, estructurantes y transformadores de las próximas décadas, que volverá a abrir la ciudad al mar y que se está llevando a cabo de manera coordinada y consensuada entre el Ayuntamiento y la Autoridad Portuaria. Un proyecto que transformará la configuración y la movilidad en la ciudad.



Obras de mejora prevista en el puerto de Almería. Autoridad Portuaria.

El documento de síntesis del Máster Plan Puerto-Ciudad da las claves sobre el futuro portuario:

"La planificación actual de la Autoridad Portuaria de Almería ya presenta un criterio claro en cuanto a su crecimiento futuro, y éste es el crecimiento hacia la zona exterior del Puerto, prolongando los muelles de Poniente y de Pechina. Se trata de una tendencia compartida con otros muchos puertos españoles e internacionales de alejar los tráficó comerciales de las zonas más cercanas al núcleo urbano, y de ampliación de infraestructuras para poder atender a la demanda creciente de actividad portuaria. Este proceso natural de crecimiento llevará a que, en algún momento, a definir según el desarrollo real de la actividad del Puerto de Almería en el futuro, la Estación Marítima termine por trasladarse a otra ubicación en la zona exterior del puerto, con mayor capacidad y mejores accesos.

Otro de los puntos clave en el desarrollo del puerto y sus relaciones con la ciudad son los accesos terrestres. El futuro puerto exterior reclama un acceso viario directo, independiente, a la A7, con el doble objetivo de conseguir la mayor eficiencia en su gestión independiente de los condicionantes de la actividad ciudadana y liberar a la ciudad de las servidumbres de la actividad portuaria.

La definición de la solución finalmente elegida para el nuevo acceso viario deberá apoyarse en estudios de movilidad y tráfico que analicen:

- Los tráficó dirigidos al puerto y a la ciudad desde el acceso oeste.
- La afección a los restantes accesos a la ciudad.

La necesidad de dar continuidad al nuevo frente marítimo urbano deberá tenerse muy presente en el diseño de esta conexión, para facilitar la continuidad peatonal del futuro frente urbano marítimo desde la Playa de las Olas a la del Zapillo. Para ello se estudiará, además de distribución general de flujos, el posible traslado del acceso al puerto al entorno del muelle de Pechina.

Otro objetivo que debe perseguirse es diferenciar la conexión del puerto de la conexión con la ciudad. independizándola del acceso de la actividad portuaria y alejándola del barrio Pescadería-La Chanca, hoy totalmente comprimido por unas complejas y excesivas redes rodadas que no solamente ocupan un espacio que el barrio necesita si no que producen ruido, contaminación, en definitiva, generando un medioambiente de muy baja calidad ambiental."

3.1.4. TRANSPORTE FERROVIARIO

La conexión por ferrocarril de Almería y el resto de España es en la actualidad bastante deficiente en infraestructuras y en tiempos, si bien, las previsiones son que sea atendida por tres nuevas líneas de tren de altas prestaciones y tráfico mixto: Granada-Almería, Murcia-Almería y Málaga-Nerja-Motril-Almería. En estos momentos, viajar en tren entre Almería y Madrid demora unas 7 horas, entre Almería y Barcelona más de 13, y entre Almería y Sevilla, entre 5 y 6 horas.

“Están previstas tres líneas de ferrocarril de altas prestaciones y tráfico mixto que no terminan de materializarse a pesar de estar planificadas desde hace años”.

El problema es que, aun estando planificadas las mejoras desde hace años, aún no se han terminado de materializar las inversiones necesarias para completar estas redes de ferrocarril. La llegada de estas mejoras ferroviarias también supondrá un cambio importante en la movilidad de la ciudad, no sólo por el necesario soterramiento de las vías existentes y la reclamación del soterramiento de las nuevas, sino también por el cambio en el reparto modal de toda la provincia al transformarse la capital en un nodo logístico y de comunicaciones.

Cuando se consigan las mejoras en las líneas ferroviarias, Almería pasaría a formar parte de la red de grandes corredores ferroviarios europeos que atraviesan la península, en concreto, del corredor mediterráneo, ya visto en apartados anteriores.

3.2 Movilidad Sostenible y Accesibilidad

Se entiende por movilidad sostenible al "conjunto de procesos y acciones orientados a que el desplazamiento de personas y mercancías que facilita el acceso a bienes, servicios y relaciones, se realice con un impacto ambiental positivo o en todo caso con el menor impacto ambiental posible, contribuyendo, de esta manera, a la lucha contra el cambio climático, al ahorro y a la eficiencia energética, la mejora de la salud pública y a la reducción de la contaminación acústica y atmosférica". ²⁷

Entre los principios generales de actuación que deben regir en las Administraciones Públicas Andaluzas en materia de movilidad sostenible, destacan:

²⁷<https://www.juntadeandalucia.es/organismos/fomentoinfraestructurasyordenaciondelterritorio/areas/infraestructuras-movilidad/paginas/movilidad-sostenible.html>

- Accesibilidad Universal
- Priorizar la movilidad no motorizada y el transporte público colectivo.
- Reducir la movilidad, su impacto ambiental y sus costes sociales.
- Corresponsabilidad de todas las personas para conseguir una movilidad más sostenible.
- Eficiencia económica, social y ambiental en el gasto en materia de movilidad.
- Fomento de la salud pública incluyendo la lucha contra la obesidad y el sedentarismo mediante el fomento de la movilidad activa no motorizada.
- Participación ciudadana en las decisiones que afectan a la movilidad.
- Internalización de los costes externos del transporte,
- Coordinación, corresponsabilidad, eficacia y transparencia en el ejercicio de las competencias.

Por otro lado, según el informe sobre el Informe sobre Movilidad Sostenible en las capitales de España.²⁸, para lograr ciudades más seguras, resilientes y sostenibles desde el punto de vista de la movilidad, de deben estudiar las siguientes variables:

- La **estructura física del territorio**, como la base sobre la que se extienden los sistemas de movilidad. En esta dimensión se debe analizar el ordenamiento territorial y el desarrollo urbano, en cuanto a la ocupación de suelo necesaria para las infraestructuras, así como la proporción de zonas verdes, densidad vehicular y km disponibles de vías ciclistas.
- La **oferta de los servicios de movilidad**, detectando los servicios intermodales presentes en el territorio, a la vez que se monitoriza el nivel de innovación y avance tecnológico de los sistemas de transporte debe tener un componente Smart.
- La **demandas de servicios de movilidad** que debe evaluar en qué medios de transporte se desplaza la ciudadanía, las tarifas con las cuales pueden acceder a dichos servicios, prestando especial atención a los colectivos vulnerables.
- El **grado de accidentalidad en las ciudades**, las secuelas que éstos tienen, así como la criminalidad en el espacio público y asociada al transporte, con el fin de poder avanzar hacia una ciudad más segura y respetuosa.
- Desde el punto de vista ambiental, en esta dimensión se registra el **impacto de la movilidad en el medio ambiente**, registrando la naturaleza del parque de vehículos y cómo las políticas de planificación estratégica de la movilidad urbana contemplan la transición hacia las nuevas tecnologías, las energías renovables y la racionalización del uso del vehículo privado, promoviendo políticas de movilidad activa y sostenible.
- Se debe evaluar también la **planificación y regulación de la movilidad en las ciudades** como el gasto e inversión pública que generan cada uno de los territorios en este ámbito.

Se analiza en los siguientes apartados la movilidad sostenible en el municipio de Almería.

²⁸ <https://www.idencityconsulting.com/indicemovilidadsostenible/>

3.2.1 REPARTO MODAL

Bajo las premisas de la movilidad sostenible, en Almería se realizó el Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Almería (PMUS), aprobado en el año 2015.

El PMUS recoge una radiografía de los hábitos de movilidad de la ciudadanía almeriense, así como las zonas donde hay una mayor movilidad de la población, revelando que la movilidad a pie dentro de la ciudad es la más utilizada, frente al vehículo privado en segundo lugar y el transporte público o los carriles bici. Este hábito tan saludable puede también enmascarar una deficiencia en el transporte público y la red de carriles bici, por lo que debe ser analizado en profundidad, tal y como establece el propio documento.

En referencia a los viajes al exterior, destaca el uso mayoritario del vehículo privado (87,52%) frente al transporte público (12,48%), por lo que se ratifica la impresión de que existe una red de transporte público poco apropiada o mal adaptada a las necesidades de la ciudadanía.

| | Vehículo privado | Transporte público | Peatón | Bicicleta | TOTAL |
|-----------------|------------------|--------------------|---------|-----------|---------|
| Viajes Internos | 157.620 | 44.844 | 199.720 | 5.581 | 407.765 |
| | 38,65 | 11,00 | 48,98 | 1,37 | 100,00 |
| Viajes externos | 41.684 | 5.942 | - | - | 47.627 |
| | 87,52 | 12,48 | - | - | 100,00 |
| TOTAL | 199.430 | 50.809 | 199.769 | 5.582 | 455.592 |

Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Almería (PMUS), 2015.

Los desplazamientos en la ciudad se centran en la zona centro y norte, acaparando el 61% de los trayectos realizados, independientemente del modo utilizado), mientras que la zona oriental de la ciudad (exceptuando la universidad), abarca el 22% del total de los destinos de la ciudadanía.

“El modo peatonal prevalece frente al vehículo privado y se detectan múltiples mejoras necesarias para que crezca el transporte público y en bicicleta”.

El principal modo de transporte en la ciudad es el peatonal, que supone el 48,98% de los desplazamientos. El vehículo privado es el segundo modo de transporte más usado, con un 38,65% de los desplazamientos. Esta situación es especialmente ventajosa en comparación con la mayoría de las capitales españolas, donde el primer modo de transporte suele ser el vehículo privado y el peatón ocupa, en ocasiones, es tercer lugar, tras el transporte público. Claramente, el impacto sobre las emisiones en CO2 ocasionadas por el tráfico privado es reducido en el caso de Almería.

En los últimos años se han incrementado los usuarios del transporte público, pero habrá que mejorar aún más los diseños de rutas, las frecuencias, las aplicaciones tecnológicas y la accesibilidad del mismo.

Por otro lado, en cuanto a la movilidad ciclista, hay que tener en cuenta que la bicicleta suponía en 2015 tan solo el 1,37% de los desplazamientos internos, aunque el porcentaje puede haber aumentado en los últimos años, aún no se ha completado la red de carriles bici y no se han implantado de forma extensiva las nuevas formas de movilidad individual eléctrica. En los próximos años este panorama va a cambiar radicalmente y Almería es una ciudad con un gran potencial para cambiar el modelo de movilidad individual hacia estas opciones eléctricas y no contaminantes.

En referencia a la tipología de vehículos, el parque móvil de Almería capital está formado principalmente por turismos (65,3%), seguidos de motocicletas y ciclomotores (11,1%), camiones (6,1%) y furgonetas (5,4%). En el caso de las motocicletas y ciclomotores la proporción es mayor que en la provincia, pero también está por encima de la media andaluza, por lo que se ratifica aún más el potencial de cambio que se puede producir en los próximos años hacia esa nueva movilidad eléctrica.

| | Turismos | Motocicletas | Furgonetas | Camiones | Autobuses | Tractores Industriales | Ciclomotores | Remolques y semiremolques | Otros vehículos | TOTAL |
|-----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|----------------|
| | Número de vehículos | Número de vehículos | Número de vehículos | Número de vehículos | Número de vehículos | Número de vehículos | Número de vehículos | Número de vehículos | Número de vehículos | |
| Andalucía | 3.977.286 | 627.860 | 403.139 | 466.027 | 9.143 | 36.855 | 590.602 | 75.414 | 70.886 | 6.257.212 |
| Almería | 349.288 | 42.987 | 39.838 | 55.857 | 821 | 7.995 | 42.946 | 12.471 | 8.077 | 560.280 |
| Almería capital | 89.067 | 15.318 | 7.389 | 8.253 | 291 | 457 | 13.506 | 1.061 | 1.063 | 136.405 |
| | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos | % de vehículos |
| Andalucía | 63,60% | 10,00% | 6,40% | 7,40% | 0,10% | 0,60% | 9,40% | 1,20% | 1,10% | 6.257.212 |
| Almería | 62,30% | 7,70% | 7,10% | 10,00% | 0,10% | 1,40% | 7,70% | 2,20% | 1,40% | 560.280 |
| Almería capital | 65,30% | 11,20% | 5,40% | 6,10% | 0,20% | 0,30% | 9,90% | 0,80% | 0,80% | 136.405 |

Parque de vehículos de Almería 2017. Ministerio del Interior. Dirección General de Tráfico.

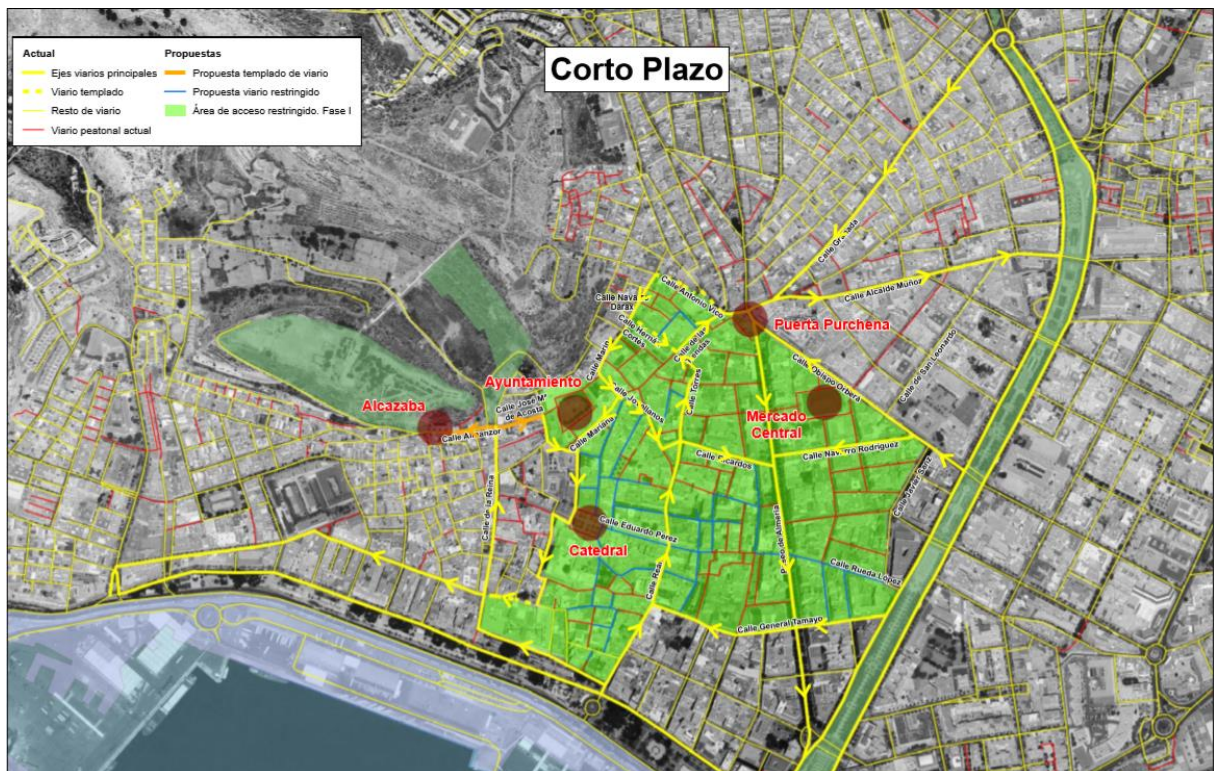
3.2.2 MOVILIDAD PEATONAL.

El objetivo general del programa de actuación del Ayuntamiento de Almería sobre la red peatonal es el fomento de los desplazamientos a pie en el núcleo urbano, especialmente como modalidad de movilidad preferente para los recorridos cortos; así como aumentar la calidad urbana y la habitabilidad del entorno, y de forma específica en las zonas más centrales. Para ello, los objetivos planteados en el PMUS son los siguientes:

- mejorar la calidad urbana en las áreas más centrales:
 - templando el viario de borde del centro histórico, haciéndolo más amable al viandante y otorgando más sección viaria al espacio peatonal, las aceras, de manera que se logre una transición adecuada de la zona semipeatonal central al viario principal exterior conector con las áreas de ensanche.
 - retirando el tráfico de paso y agitación del centro histórico, mejorando así la calidad urbana general del entorno y el atractivo para el desplazamiento a pie.
 - mejorar la accesibilidad interna a la ciudad:
 - o apaciguando el viario, poniendo en relación el espacio semi-peatonal central con el área de ribera.
 - revisando la adecuación y continuidad de la infraestructura peatonal en el viario estructurante, como soporte principal de los movimientos peatonales en las áreas de ensanche.
 - recomendando pautas generales para la configuración de cruces en viario estructurante, para garantizar las condiciones de seguridad vial peatonal.

Las propuestas se centran en tres escenarios, a corto, medio y largo plazo, en tres horizontes temporales, que se resumen en estas tres figuras: Ampliación progresiva del espacio peatonal en el centro histórico.

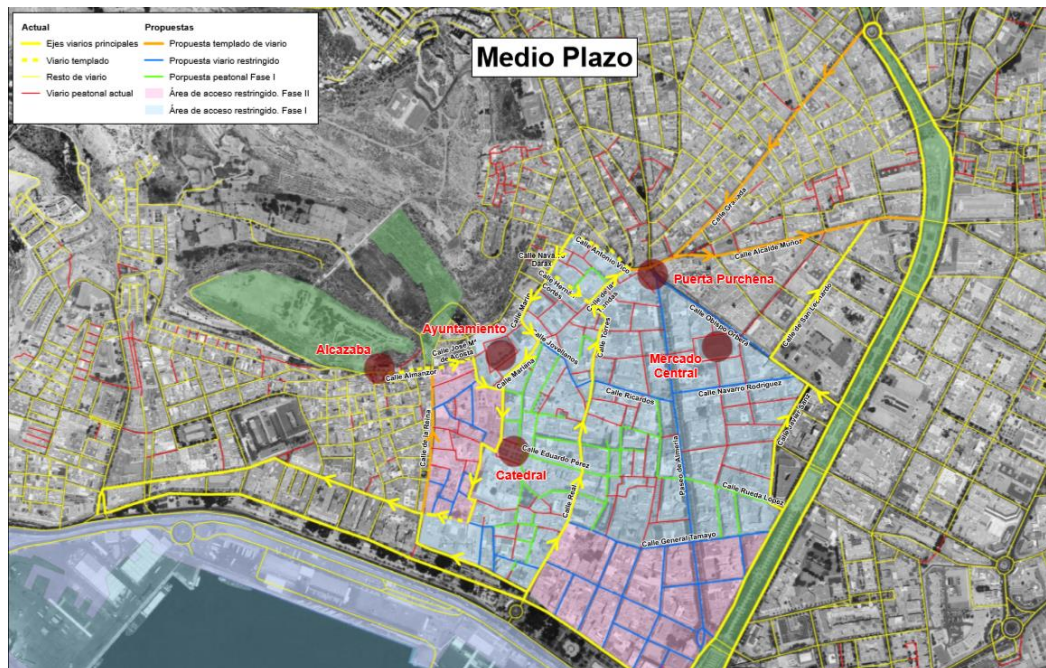
- Corto Plazo: 2015-2018: La primera etapa de la restricción del uso del vehículo privado (3 años), se concentra en el ámbito más central del centro histórico de la ciudad, generando un área “compacta”, que además permitirá unir peatonalmente los principales hitos de centralidad de la ciudad: Ayuntamiento, Catedral, Puerta de Purchena, Mercado Central y el Paseo de Almería.



Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Almería.

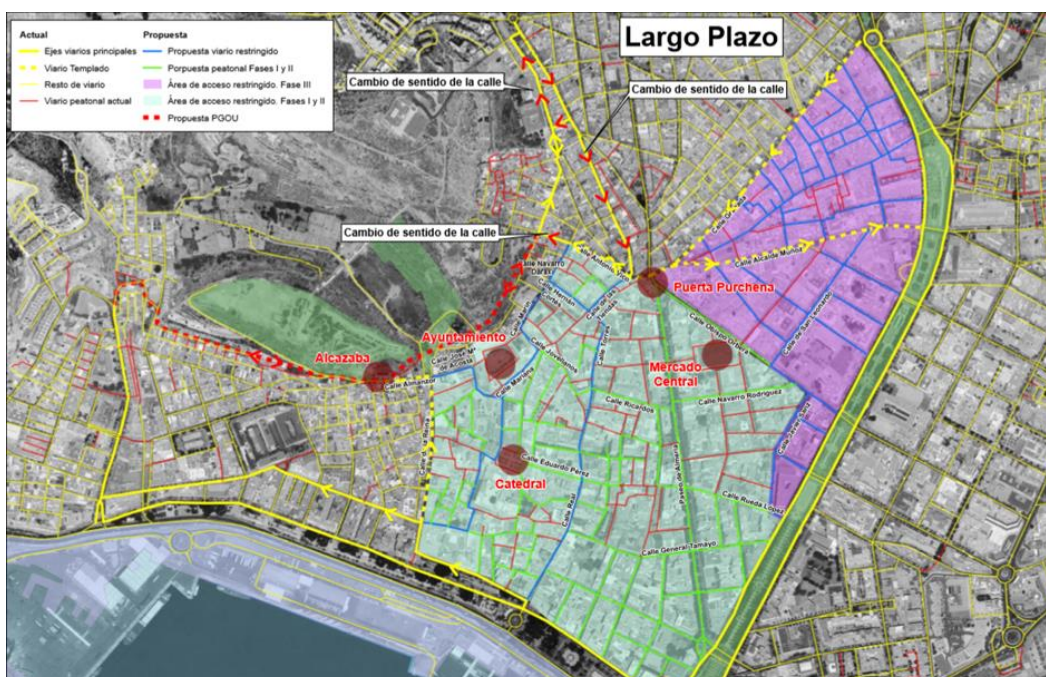
- Fase II: Periodo 2018-2021: En el medio plazo se planteaba la ampliación del área restringida al tráfico hacia al oeste, hasta la calle de la Reina; y hacia el sureste, hasta el Parque Nicolás Salmerón, Avenida de Reina Regente y Avenida de Federico García Lorca. Así, se añade la limitación del acceso en los ejes viarios integrados dentro de esta nueva área.

Además, durante esta fase se propone la restricción progresiva al tráfico de vehículos de no residentes, en los siguientes ejes interiores.



Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Almería.

Largo Plazo: Periodo 2021-2025: La intervención a largo plazo queda supeditada a la construcción del nuevo eje viario que conectaría la avenida del Mar con Antonio Vico, a través de las calles Fernández y Pósito. Así, durante esta fase se cerrarían al tráfico los ejes longitudinales interiores que todavía se habrían mantenido abiertos al tráfico general en las fases anteriores.



Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Almería.

3.2.3 MOVILIDAD CICLISTA

La bicicleta está llamada a desempeñar un papel importante en el modelo de movilidad sostenible de cualquier ciudad, en detrimento del coche. Fomentar el papel de la bicicleta como modo de transporte, junto con la recuperación para el peatón y el ciclista de espacios urbanos ocupados por el vehículo privado, es hoy una de las piedras angulares de las políticas de movilidad sostenible, donde la bicicleta gana fuerza como medio para satisfacer necesidades de desplazamientos cotidianos como medio rápido y barato en amplios sectores poblacionales. Sus ventajas son claras:

- Efectos positivos en el medio ambiente y en la salud de las personas.
- Eficiencia en desplazamientos de hasta 5 km.
- Excelentes condiciones para el deporte, el ocio y el turismo.

A nivel regional, el Plan Andaluz de la Bicicleta (PAB 2014-2020) nace el 11 de diciembre 2012, fecha de aprobación de la formulación del plan.

Dicho Plan según ha propiciado un mayor uso de este medio de transporte y aporta el marco estratégico que contribuya a la obtención de los objetivos territoriales marcados por el gobierno regional. Así de documento plantea dos aspectos:

- Impulso a la intermodalidad de la bicicleta con el transporte público en todas las escalas territoriales.
- Fomento del cicloturismo: el desarrollo futuro de actividades turísticas y de ocio demanda actuaciones como la generación de una oferta de recorridos conectados en red; el establecimiento de criterios técnicos estándar en materia de construcción y mantenimiento de vías ciclistas que garanticen determinados niveles de calidad y eviten conflictos de fragmentación y disparidades de diseño. Para ello prevé el desarrollo de una red de vías autonómicas de más de 3000 km, dividida en 8 ejes, que permiten recorrer toda la región y visitar sus principales recursos

Los 8 ejes, de la red regional, son:



El Plan realiza un diagnóstico y propuestas en el área metropolitana almeriense y se plantea conectar los núcleos urbanos del Poniente Almeriense situados sobre la N-340a entre Puebla de Vúcar y Aguadulce completando los tramos ciclistas actualmente inconexos:

- Nuevo itinerario Aguadulce-Roquetas-La Mojonera-El Ejido apoyado en la carretera de Alicún y en la A-1050. Ello facilita la conexión entre diferentes asentamientos y el acceso a lugares de trabajo relacionados con la agricultura intensiva de la zona.
- Almería con los núcleos situados al Norte de su aglomeración: Huércal de Almería, Viator y Pechina, favoreciendo además el acceso al Hospital en Torrecárdenas.
- Al Este, conexiones ciclistas de Almería con La Cañada de San Urbano, y en el litoral, con la Universidad y con la zona residencial El Toyo.
- Se plantea como prioridad el estudio de la conexión Aguadulce-Almería, facilitando el enlace de las dos unidades funcionales que constituyen el área de Almería en este plan.

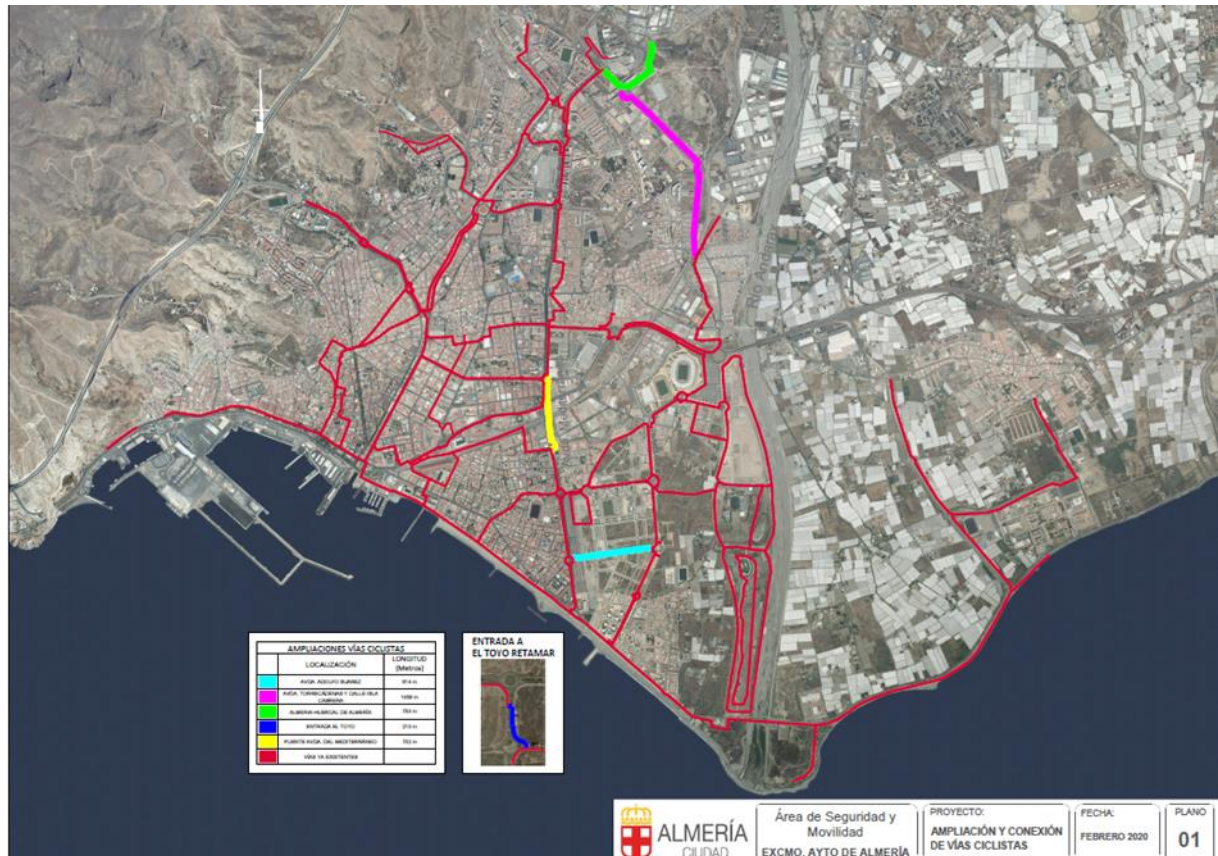


Inventario y propuestas del PAB 2014-2020.

Por su parte, la Diputación ha construido un arcén peatón-ciclista que conecta la Universidad con la barriada de Costacabana, de 1.520 metros.

Así, el Ayuntamiento de la ciudad de Almería ha completado una Red de Vías Ciclistas, que en total es de 74,5 kilómetros de longitud, en continua expansión, con incorporaciones más recientes como la vía ciclista perimetral del recinto ferial, (228 metros); la ampliación de carril bici en el barrio de La Goleta, (856 metros); el carril bici carretera de Sierra Alhamilla y la conexión avenida de Madrid-Avenida del Mediterráneo (1.465 metros).

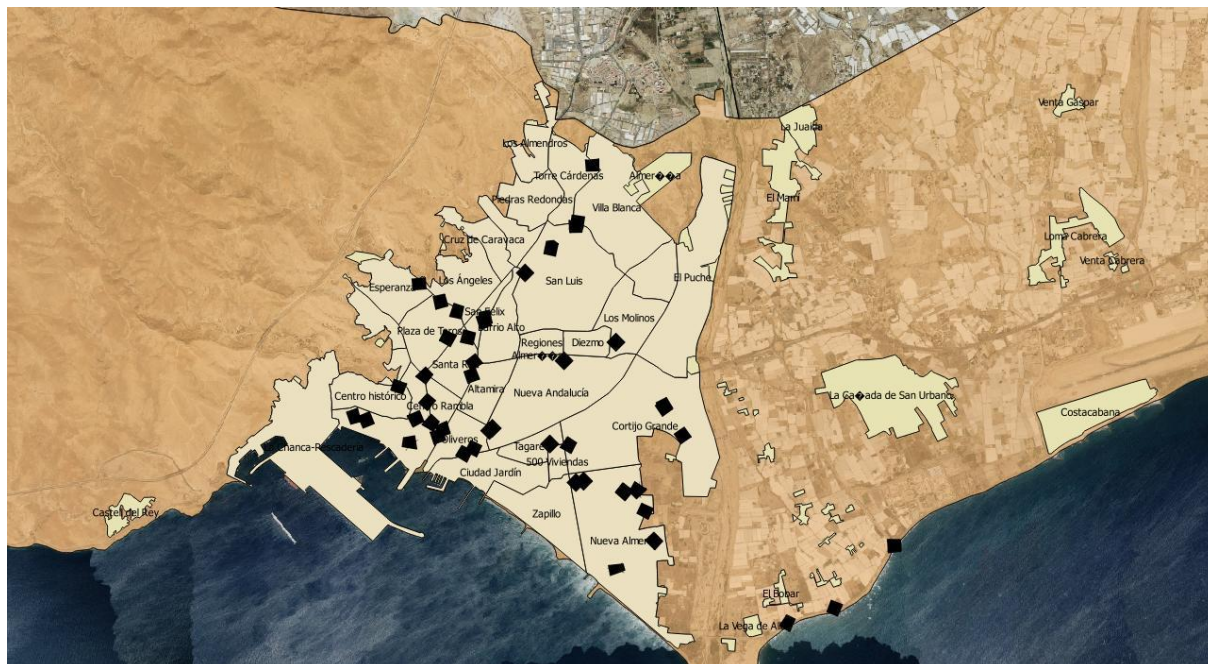
La red actualmente presenta la siguiente configuración (se indican también los proyectos en curso):



Red ciclista existente y ampliaciones.

El Ayuntamiento también ha puesto en marcha la iluminación del itinerario ciclista Camino del Mar, entre La Cañada y la Universidad, e impulsado programas escolares de promoción y difusión de la bicicleta como medio de locomoción sostenible.

Las zonas de aparcamientos para bicicletas están repartidas por toda la ciudad, si bien se reclaman más plazas en las zonas céntricas y junto a los polos de atracción cultural, social, administrativo y comercial.



Aparcabicis municipales. Elaboración propia a partir de inventario municipal

Las últimas novedades están vinculadas con la redacción de la nueva Ordenanza de Peatones y Ciclistas, que regula esta convivencia y se anticipa a los nuevos modelos de movilidad personal, así como la implantación de un servicio municipal de préstamo de bicicletas, ya que ahora mismo solo está implantado el servicio Préstamo Bici100 de la Universidad y un servicio de préstamo en la estación intermodal del Consorcio de Transportes.

En cualquier caso, la apuesta por el incremento de los espacios peatonales y ciclistas es una realidad, ya reflejada en el Plan de Movilidad Urbana Sostenible de Almería, y en las próximas décadas supondrá una transformación importante no sólo del centro histórico, sino también de los barrios colindantes, tal y como se ha visto en el análisis del PMUS.

En cuanto a la demanda, se ven ciertos incrementos en este tipo de movilidad, tal y como muestra la evolución de la IMD, a través del Plan de aforos de Bicicleta, realizado por la Consejería de Fomento, Infraestructuras y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía:

- Año 2013:

| ESTACION | MUNICIPIO | SITUACION | RED | ESTADO | IMD ESTIMADA |
|----------|-----------|--------------------------------|--------|-----------|--------------|
| CB-1001 | ALMERÍA | AVDA. DE FEDERICO GARCÍA LÓRCA | URBANA | PROPUESTA | 175 |
| CB-1002 | ALMERÍA | AVDA. DEL MEDITERRÁNEO (NORTE) | URBANA | PROPUESTA | 89 |
| CB-1003 | ALMERÍA | AVDA. DEL MEDITERRÁNEO (SUR) | URBANA | PROPUESTA | 130 |
| CB-1004 | ALMERÍA | PASEO MARÍTIMO | URBANA | PROPUESTA | 697 |
| CB-1005 | ALMERÍA | UNIVERSIDAD DE ALMERÍA | URBANA | EXISTENTE | 57 |
| CB-1006 | ALMERÍA | CTRA. DE RONDA-ESTACIÓN F.C. | URBANA | PROPUESTA | 69 |
| CB-1007 | ALMERÍA | C. MANUEL AZANA | URBANA | PROPUESTA | 56 |
| CB-1008 | ALMERÍA | PARQUE DE NICOLÁS SALMERÓN | URBANA | EXISTENTE | 389 |

- Año 2014:

| ESTACION | MUNICIPIO | SITUACION | RED | ESTADO | IMD ESTIMADA |
|----------|-----------|--|--------|-----------|--------------|
| CB-1001 | Almería | AVDA. DE FEDERICO GARCÍA LORCA | Urbana | Propuesta | 375 |
| CB-1002 | Almería | AVDA. DEL MEDITERRANEO (NORTE) | Urbana | Propuesta | 255 |
| CB-1003 | Almería | AVDA. GESTO POR LA PAZ | Urbana | Propuesta | 180 |
| CB-1004 | Almería | C/ COSTA RINCOCILLO PLAYA | Urbana | Propuesta | 995 |
| CB-1005 | Almería | UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. | Urbana | Existente | 215 |
| CB-1006 | Almería | CTRA DE RONDA - ESTACIÓN DE FERROCARIL. | Urbana | Propuesta | 225 |
| CB-1007 | Almería | C/ MANUEL AZANA. | Urbana | Propuesta | 145 |
| CB-1008 | Almería | PARQUE DE NICOLÁS SALMERÓN. | Urbana | Existente | 440 |
| CB-1009 | Almería | CALLE GRANADA - CALLE AMATISTEROS | Urbana | Existente | 140 |
| CB-1010 | Almería | RAMBLA CENTRAL C/AMATISTEROS-C/MERCURIO | Urbana | Existente | 160 |

- Año 2015:

| ESTACION | MUNICIPIO | SITUACION | RED | ESTADO | IMD ESTIMADA |
|----------|-----------|--|--------|-----------|--------------|
| CB-1001 | Almería | AVDA. DE FEDERICO GARCÍA LORCA | Urbana | Propuesta | 435 |
| CB-1002 | Almería | AVDA. DEL MEDITERRANEO (NORTE) | Urbana | Existente | 449 |
| CB-1003 | Almería | AVDA. GESTO POR LA PAZ | Urbana | Existente | 231 |
| CB-1004 | Almería | C/ COSTA RINCOCILLO PLAYA | Urbana | Existente | 1.833 |
| CB-1005 | Almería | UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. | Urbana | Propuesta | 315 |
| CB-1006 | Almería | CTRA DE RONDA - ESTACIÓN DE FERROCARIL. | Urbana | Existente | 284 |
| CB-1007 | Almería | C/ MANUEL AZANA. | Urbana | Existente | 179 |
| CB-1008 | Almería | PARQUE DE NICOLÁS SALMERÓN. | Urbana | Propuesta | 472 |
| CB-1009 | Almería | CALLE GRANADA - CALLE AMATISTEROS | Urbana | Propuesta | 123 |
| CB-1010 | Almería | RAMBLA CENTRAL C/AMATISTEROS-C/MERCURIO | Urbana | Propuesta | 200 |

- Año 2016:

| ESTACION | MUNICIPIO | SITUACION | RED | ESTADO | IMD ESTIMADA |
|----------|-----------|--|--------|-----------|--------------|
| CB-1001 | Almería | AVDA. DE FEDERICO GARCÍA LORCA | Urbana | Propuesta | 542 |
| CB-1002 | Almería | AVDA. DEL MEDITERRANEO (NORTE) | Urbana | Existente | 475 |
| CB-1003 | Almería | AVDA. GESTO POR LA PAZ | Urbana | Existente | 314 |
| CB-1004 | Almería | C/ COSTA RINCOCILLO PLAYA | Urbana | Existente | 1.759 |
| CB-1005 | Almería | UNIVERSIDAD DE ALMERÍA. | Urbana | Propuesta | 327 |
| CB-1006 | Almería | CTRA DE RONDA - ESTACIÓN DE FERROCARIL. | Urbana | Existente | 373 |
| CB-1007 | Almería | C/ MANUEL AZANA. | Urbana | Existente | 200 |
| CB-1008 | Almería | PARQUE DE NICOLÁS SALMERÓN. | Urbana | Propuesta | 340 |
| CB-1009 | Almería | CALLE GRANADA - CALLE AMATISTEROS | Urbana | Propuesta | 155 |
| CB-1010 | Almería | RAMBLA CENTRAL C/AMATISTEROS-C/MERCURIO | Urbana | Propuesta | 189 |

3.2.4 MOVILIDAD EN TRANSPORTE PÚBLICO

Almería cuenta con una oferta de transporte público urbano en autobús operada por la empresa SURBUS, y de un servicio interurbano de transporte gestionado a través del Consorcio de Transporte de Almería.

La red de transporte público urbano, gestionada a través de la empresa SURBUS, tiene una estructura radial, conectando el centro con el resto de barrios, y con los grandes equipamientos, como Universidad y Aeropuerto. Este diseño requiere de una adaptación a los crecimientos urbanísticos de la ciudad, donde no necesariamente la ciudadanía que vive en las zonas de expansión está interesada en pasar por el centro para poder acudir a los grandes equipamientos o a los núcleos de atracción de la ciudad.

Casi el 95% de la población cuenta con paradas de autobuses a una distancia menor a los 10 minutos andando desde su residencia, a menos de 3 minutos en un 67% de los casos. La frecuencia de gran parte de la red es de 15 minutos, pero también hay líneas con frecuencias de 30 y hasta de 60 minutos. Este hecho, unida a la necesidad de

trasbordos en muchas ocasiones, hace que se reduzca aún más el uso del transporte público.

En el año 2015 se finalizó el Plan de Movilidad y los objetivos para el transporte público urbano, se basan en la reducción de la emisión de contaminantes, y eso pasa, inexorablemente, por la disminución en la utilización del vehículo privado en los principales desplazamientos de los ciudadanos de Almería. En especial en aquellos recorridos con una mayor longitud, o cuyo usuario presenta unas características en su movilidad que le impiden utilizar un modo blando (a pie o en bicicleta).

Las propuestas sobre el transporte público consistieron en esta serie de medidas:

- Implantación de un billete combinado autobús urbano e interurbano.
- Construcción de un punto de intercambio modal al norte de la ciudad (en las cercanías del Complejo Hospitalario de Torrecárdenas).
- Líneas básicas de acción para el nuevo Plan Director de Transportes de Almería.

En cuanto a las líneas para el nuevo Plan director, establece el documento que, coincidiendo con el fin de la concesión actual (inicialmente prevista para 20018, pero se ha establecido una prórroga), se entiende necesaria la reorganización de la red actual de transporte público, de forma que se puedan eliminar duplicidades en el servicio y reducir la longitud actual recorrida y, por tanto, se incremente la frecuencia sin que suponga una reducción de la accesibilidad y la calidad del servicio actual. Así, se considera necesario la inclusión en el PPTP en la nueva concesión de Transporte Público, la redacción de un estudio de detalle (Plan Director de Ordenación del Transporte Público). En cuanto a la red, se plantea la puesta en servicio de líneas de autobús urbano de alta frecuencia que conecten Intercambiadores y Universidad, con un trazado concreto a definir en la nueva concesión de transporte público urbano, que tenga sus cabeceras en el Hospital de Torrecárdenas y la estación de ferrocarril / autobús. Esta línea debería tener una frecuencia inferior a 10 minutos en las horas punta del día.

En base al documento del PMUS, a lo largo del periodo 2015-2018, se han realizado múltiples mejoras, y de otros proyectos urbanos, de manera que se pueden destacar, entre otras:

- Ampliación del itinerario de la línea 1, Centro Histórico, hasta llegar a la Estación Intermodal.
- Implantación de una nueva línea 4, conexión norte sur, desde Torrecárdenas, Barrio de La Goleta y Universidad.
- Implantación de la nueva línea 19 universidad bus directo.
- Implantación de la nueva línea 15 Circular-Levante.
- Implantación de la nueva línea 31, Retamar-Centro bus directo.
- Ampliación de la línea 5, conexión al centro comercial de Torrecárdenas y mejora de frecuencias.
- En colaboración con el Consorcio Metropolitano, se ha implantado un nuevo servicio de autobuses al Barrio de Bellavista
- Implantación de transbordos gratuitos.
- Nueva web municipal del servicio. Mejora en la gestión de abonos e interrelación a través de dispositivos móviles.
- Implantación del pago por móvil y gestión de abonos vía web.

La red actual y sus ampliaciones se muestran a continuación:



Área de Movilidad Ayuntamiento de Almería.



Línea 4: Conexión Norte Sur Torrecárdenas-UAL



Línea 19: La Salle-Universidad



Línea 15: Circular-Levante



Línea 31: Retamar Directo

Nuevas líneas de autobuses urbanos. Área movilidad Ayuntamiento Almería.

La red cuenta con 59 autobuses, que circulan durante todos los días del año (algunas líneas adicionales en momentos festivos puntuales, como la feria), no existe un servicio nocturno de autobuses.

El ejercicio 2018 cerró con un registro de 8.462.065 viajeros, lo que ha supuesto un incremento de 904.927 viajeros (12%) desde el año 2015.

En referencia al servicio público del taxi, en Almería existen 284 vehículos de este tipo, de los cuales 12 están adaptados para atender a personas con movilidad reducida. En la ciudad, no existe oferta de Cabify ni Uber y tampoco existen plataformas reservadas.

La red de transporte público ofrece conexiones con el ferrocarril y los autobuses interurbanos en la estación intermodal. En los autobuses casi no se pueden subir bicicletas, salvo que estén plegadas y embolsadas, o se trate de autobuses incorporados a los proyectos piloto del Consorcio de Transporte para lograr la intermodalidad bus- bici.

Por otra parte, no existen plataformas reservados para el transporte público y taxi, lo que unido a la indisciplina en dobles filas y las complicaciones de las zonas de carga y descarga, perjudica la puntualidad del transporte público. En el PMUS de Almería están recogidas algunas de estas mejoras, como el carril reservado para transporte público en Paseo de Almería-Obispo Orberá y Carretera de Ronda.

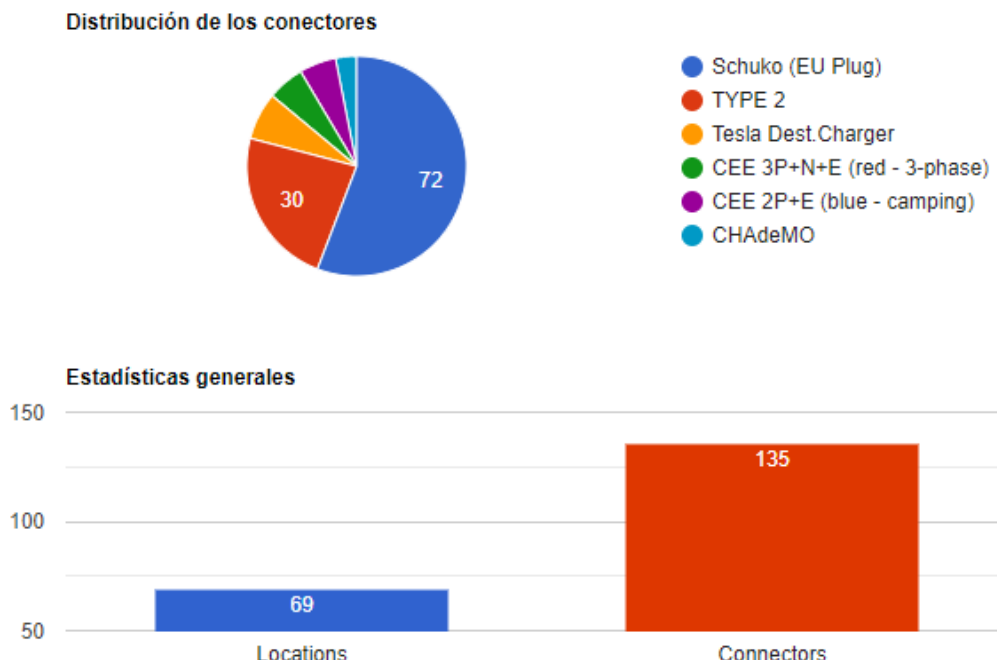
3.2.5 NUEVA MOVILIDAD: MOVILIDAD ELÉCTRICA Y TICS

El anteproyecto de Ley de Cambio Climático y Transición Energética (APLCCTE), será el marco normativo para facilitar la progresiva adecuación a la acción climática para cumplir con los Acuerdos de París a través de la hoja de ruta definida por la UE y orientará la descarbonización de la economía española a 2050. En la versión actual (abril, 2020) se recogen, entre otras, las siguientes propuestas:

- Obligatoriedad de que los municipios de más de 50.000 y los territorios insulares establezcan zonas de bajas emisiones no más tarde de 2023, y cualquier medida municipal que suponga una regresión para esas zonas deberá contar con un informe positivo de la Administración central o autonómica competentes.
- Mapa informativo de puntos de recarga: Para favorecer la expansión del vehículo eléctrico, el Gobierno desarrollará y pondrá a disposición del público una plataforma de información sobre puntos de recarga;
- El Código Técnico de Edificación establecerá obligaciones relativas a la instalación de puntos de recarga en edificios de nueva construcción y en intervenciones de edificios existentes; y las nuevas instalaciones de suministro de combustible y carburantes a vehículos, o aquellas que acometan una reforma que requiera revisión de su título administrativo, deberán instalar al menos una infraestructura de recarga eléctrica de potencia igual o superior a 50 kW de corriente continua para que la recarga del vehículo sea rápida.
- **Obligaciones de instalar al menos un punto de recarga rápida —50 kW— en aquellas estaciones de servicio que, por tener un volumen de ventas superior a los 5 millones de litros de gasóleo y gasolina,**
- La prohibición de venta de vehículos diésel en un horizonte 2040, aplicando una estrategia de descarbonización para todo el territorio nacional. Este panorama ya está obligando a las empresas del sector del automóvil a replantear sus productos y servicios, pero también a las empresas energéticas y a las ciudades.
- Todas las administraciones deben adoptar medidas para alcanzar en 2050 un parque de turismos y de vehículos comerciales ligeros sin emisiones directas de CO₂.

Uno de los primeros retos estará vinculado con la necesidad de contar con puntos de recarga para los vehículos públicos y privados. Las gasolineras deberán reconvertirse en electrolineras, ofreciendo puntos de recarga rápida que permitan el desplazamiento de media y larga distancia. En las ciudades se deberán facilitar los puntos de recarga públicos y los de autoconsumo para las familias. Algunas ciudades ya están implantando medidas fiscales para favorecer la circulación de los vehículos eléctricos (reducción del impuesto de circulación, entrada gratuita en aparcamientos públicos, exención del pago del SARE, etc.) y para la instalación de puntos de autoconsumo en las viviendas y puntos de recarga en espacios públicos. De hecho, el IDEA ofrece múltiples ayudas para la instalación de estos puntos.

En Almería, desde 2018 se está haciendo una apuesta pública muy importante, tanto por el Ayuntamiento como por la Diputación, para transformar progresivamente la flota de vehículos municipales y ofrecer puntos de recarga públicos. La Diputación cuenta con 3 vehículos eléctricos y 4 puntos de recarga en sus instalaciones administrativas (Palacio Provincial, Hermanos Machado y Centro de Servicios Múltiples). El Ayuntamiento en 2018 recogió en sus presupuestos la adquisición de 10 vehículos eléctricos y la instalación de nuevos cargadores. La Universidad también cuenta con al menos 1 punto de recarga.



Número de puntos de recarga públicos y privados en provincia Almería (15 abril de 2020). Electromaps.

En España se produce el fenómeno de que en las provincias de interior (salvo Madrid) hay que recorrer más distancia para encontrar puntos de recarga. En la provincia de Almería existen a septiembre de 2019 un total de 120 conectores públicos y privados en 68 localizaciones, un volumen que la sitúa en una posición intermedia entre las provincias españolas. El 60% de los conectores se corresponden con el enchufe europeo de Schuko y el 27% Type2, estando presentes otros como Tesla (9%) y 3 comercializadoras más.

“La capital tiene una posición media en España en relación al número de puntos de recarga eléctrica por vehículo y distancia entre ellos”.

Atendiendo al estudio comparativo realizado con datos de Electromaps por el Diario El Español en marzo de 2019, la posición de la provincia de Almería en puntos de recarga públicos estaba en la media nacional, ya que ocupaba la posición 26 de las 47 provincias analizadas. Teniendo en cuenta su superficie (Km²) esta posición mejora aún más, ya que son menos los kilómetros que tiene que recorrer un vehículo eléctrico para encontrar un punto de recarga que en otros territorios (en torno a 293 km²/PC).

| Puntos de recarga eléctrica públicos (marzo 2019) | | | | | |
|---|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Provincia | Puntos de Carga | Provincia | Puntos de Carga | Provincia | Puntos de Carga |
| 1. Barcelona | 570 | 17. Pontevedra | 50 | 33. Jaén | 22 |
| 2. Madrid | 393 | 18. Guipúzcoa | 49 | 34. Palencia | 22 |
| 3. Alicante | 156 | 19. Castellón | 46 | 35. Huelva | 21 |
| 4. Valencia | 154 | 20. Cádiz | 41 | 36. Teruel | 20 |
| 5. Gerona | 134 | 21. Badajoz | 36 | 37. Ourense | 20 |
| 6. Tarragona | 107 | 22. Granada | 35 | 38. Ávila | 18 |
| 7. Murcia | 107 | 23. Burgos | 35 | 39. Córdoba | 16 |
| 8. Asturias | 96 | 24. Salamanca | 35 | 40. Segovia | 16 |
| 9. Málaga | 95 | 25. Cáceres | 33 | 41. Albacete | 14 |
| 10. La Coruña | 64 | 26. Almería | 30 | 42. Ciudad Real | 14 |
| 11. Navarra | 62 | 27. León | 30 | 43. Zamora | 14 |
| 12. Sevilla | 59 | 28. La Rioja | 30 | 44. Lérida | 13 |
| 13. Vizcaya | 58 | 29. Álava | 30 | 45. Lugo | 13 |
| 14. Zaragoza | 57 | 30. Huesca | 29 | 46. Guadalajara | 12 |
| 15. Cantabria | 50 | 31. Toledo | 29 | 47. Soria | 12 |
| 16. Valladolid | 50 | 32. Cuenca | 23 | | |

Puntos de Recarga según Electromaps.

La mayor sensibilización con la necesidad de transitar hacia el vehículo eléctrico ha llevado a que en mayo de 2019 se organizara la I Feria del Vehículo Ecológico de Almería, con el objetivo de animar a la compra de estos vehículos y conocer las ventajas de sus “cero emisiones”. En el período 2017-2019 las matriculaciones de vehículos eléctricos en la capital se han incrementado en un 48%, pasando de 25 a 37 vehículos, en la provincia los crecimientos han sido de casi un 40%.

“Están creciendo anualmente las matriculaciones de vehículos híbridos y de gas, siendo los vehículos eléctricos los que menos crecen”.

| Matriculaciones de vehículos ecológicos provincia Almería (enero-agosto) | | | | | | |
|--|----------|------------------------|----------|------------------------|-------------|------------------------|
| Enero-agosto | Año 2018 | | Año 2019 | | % 2019/2018 | |
| | Total | Turismo y todo terreno | Total | Turismo y todo terreno | Total | Turismo y todo terreno |
| Híbridos | 357 | 357 | 498 | 497 | 39,50 % | 39,22% |
| Eléctricos | 32 | 30 | 35 | 27 | 9,38% | -10,00% |
| Gas | 83 | 72 | 97 | 85 | 16,87 % | 18,06% |

Asociación Nacional Fabricantes Automóviles y Camiones (Anfac).

Por otro lado, según el Informe “Españoles ante la nueva movilidad” del 2018, elaborado por Pons Seguridad Vial, Luike y Wible, casi la mitad de los españoles encuestados (49,6%) mostró su interés en poder disponer de una forma alternativa de movilidad a la que usan normalmente como medio de transporte para llegar a su lugar de trabajo y/o estudio.

De entre las alternativas planteadas la favorita, con cerca del 30%, fue la del coche compartido (WiBLE, Car2go, Amovens, Blablacar...), seguida del autobús (22,58%), coche particular (22,03%) y metro (20,26%). Curiosamente, en el mismo estudio realizado en 2017, la opción preferida fue el uso de moto hasta 125 cc, es decir, esta preocupación está cambiando rápidamente en función de las soluciones que se van adoptando y cómo las percibe la ciudadanía.

Las nuevas tecnologías han favorecido la aparición de nuevos modelos de vehículos que rompen la tradicional división peatón/vehículo de motor, favoreciendo el desplazamiento de una masa superior a la de las personas y a una mayor velocidad que los peatones. En consecuencia, y por carecer hasta el momento de un espacio propio en las vías, los **vehículos de movilidad personal (VMP)** generan situaciones de riesgo al compartir el espacio urbano con el resto de usuarios. En estas condiciones, y en tanto

no se elabore una normativa específica sobre los referidos vehículos, la Dirección General de Tráfico ha propuesto distintos criterios de aplicación (Instrucción 16/V-124):

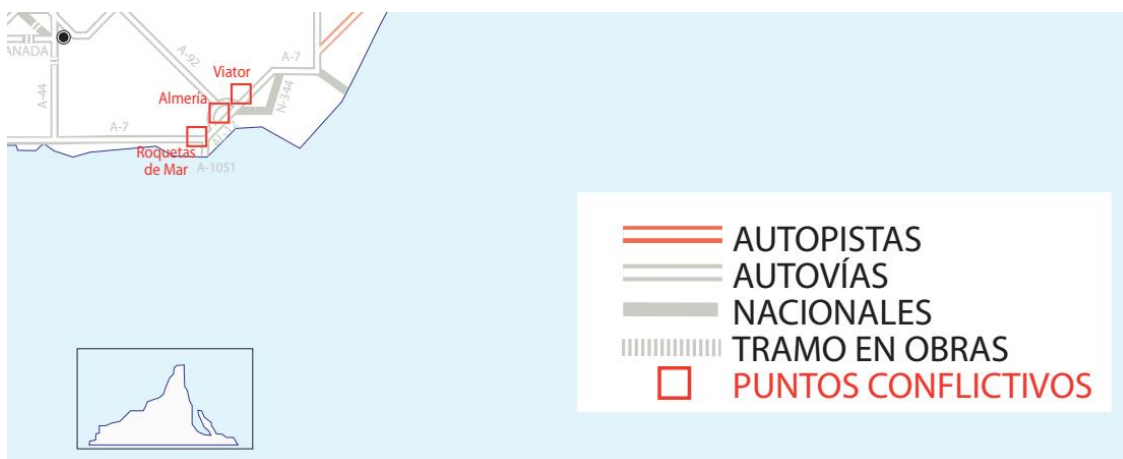
- Catalogación técnica y jurídica (no son un peatón, pero tampoco están incluidos dentro de la catalogación de vehículos a motor).
- Normativa aplicable: podrán ubicarse físicamente en el ámbito de la calzada, siempre que se trate de vías expresamente autorizadas por la autoridad local. La autoridad municipal, no obstante, podrá autorizar su circulación por aceras, zonas peatonales, parques o habilitar carriles especiales con las prohibiciones y limitaciones que considere necesarias (relativas a masa, velocidad y servicio al que se destinan) para garantizar la seguridad de los usuarios de la vía.

En Almería, por el momento, se ha producido una implantación reducida de estos VMP, aunque el potencial en la ciudad es enorme, dadas las preferencias a la movilidad peatonal y la mayor existencia de motocicletas y ciclomotores que en otras capitales andaluzas.

Finalmente, hay que tener en cuenta que los **cambios tecnológicos**, la digitalización y la expansión de la smartcity llevarán a múltiples transformaciones en la movilidad urbana. En los dos últimos años se han incorporado en el sistema de transporte urbano las tarjetas contact-less, el pago por móvil y el sistema de conteo de usuarios en la entrada y en la salida de los vehículos públicos, estas innovaciones suponen una mejora en la eficiencia y eficacia del servicio, pero también en la experiencia del usuario. Las tendencias van hacia la incorporación masiva de la tecnología no sólo en el transporte público, sino también en el privado. Por ejemplo, la Dirección General de Tráfico ya está trabajando con muchas ciudades españolas para preparar la llegada de los vehículos autónomos y los vehículos conectados, Almería podría ser una de ellas.

3.2.6 GESTIÓN DEL TRÁFICO, SEGURIDAD VIAL, APARCAMIENTOS Y ACCESIBILIDAD

Los problemas de gestión del tráfico más destacables en Almería no se encuentran en su tráfico interno, sino más bien en las vías que la comunican con los municipios colindantes. En concreto, según los datos de la DGT sobre puntos conflictivos del verano 2019, los problemas se encuentran en las salidas hacia Aguadulce (Roquetas de Mar) y hacia Viator I. El excesivo tráfico de estas vías provoca su congestión a lo largo del año y en horas punta.



Mapa de puntos conflictivos (verano 2019). Dirección General de Tráfico.

Por otro lado, la IMD en los principales nudos del centro es la siguiente:

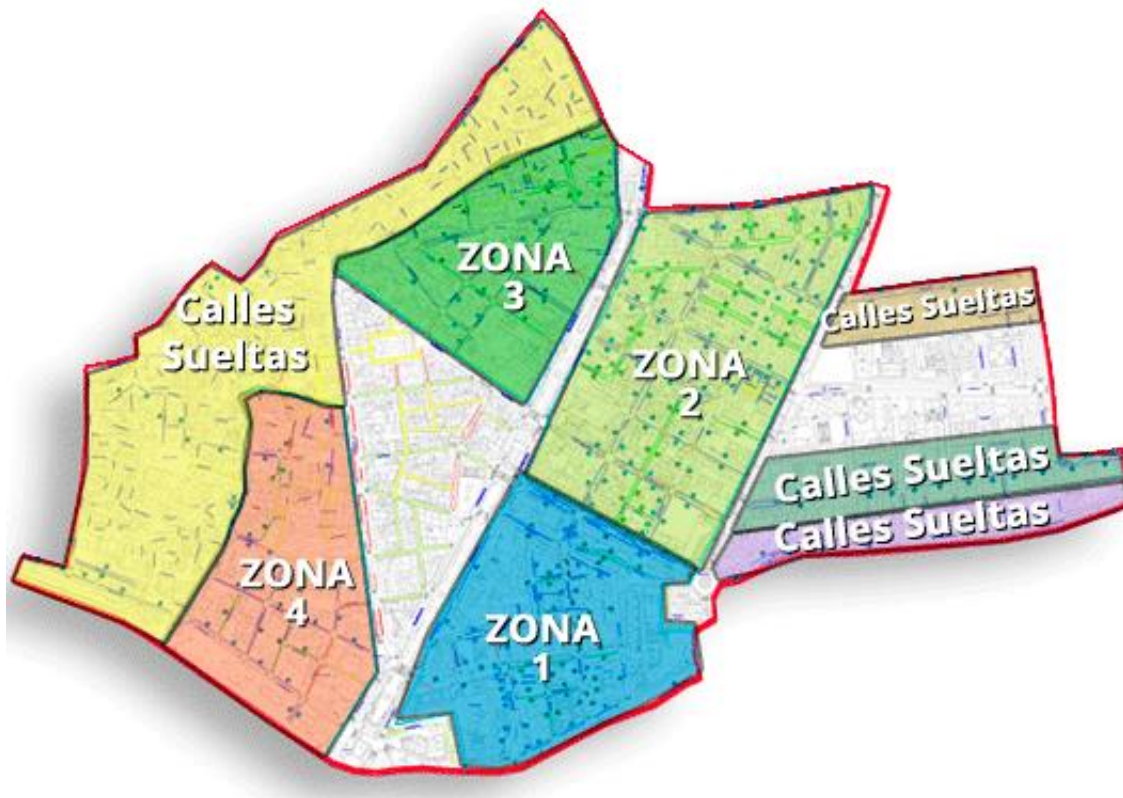


PMUS de Almería. Año 2014.

“Las vías internas no cuentan con altos grados de saturación, salvo en las que ejercen de travesías urbanas en el litoral y como ejes norte- sur”.

Además, el PMUS, recoge algunas propuestas de mejora de las secciones de algunas calles y avenidas, así como de mejora de la fluidez de tráfico de entrada y salida en algunas calles, como la Avenida de Ronda donde se propone cambiar el sentido de varias calles para crear dos Ejes: Avenida Padre Méndez – Poeta Paco Aquino y Doctor Gregorio Marañón – Calzada de Castro.

Otros de los elementos que se deben analizar a la hora de gestionar el tráfico en la ciudad y evitar la congestión son los aparcamientos públicos (en superficie y subterráneos) y los tráfico de mercancías con sus zonas de carga y descarga.



Mapa de distribución de zonas con aparcamientos regulados en superficie

Servicio de Regulación y Ordenación de Aparcamientos.

En cuanto a la siniestralidad, los últimos años disponibles del registro de la DGT son los siguientes:

| | Vías Urbanas 2015 | | | Vías Interurbanas 2015 | | |
|-----------------|-------------------|------------------------|---------------|------------------------|------------------------|---------------|
| | Fallecidos | Heridos Hospitalizados | Heridos Leves | Fallecidos | Heridos Hospitalizados | Heridos Leves |
| Bicicletas | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Ciclomotores | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 6 |
| Motocicletas | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | 7 |
| Turismos | 0 | 0 | 2 | 0 | 4 | 88 |
| Furgonetas | 0 | 0 | 0 | 1 | 3 | 4 |
| Camiones | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| Autobuses | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Otros vehículos | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Peatones | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 4 |
| Total | 1 | 2 | 3 | 1 | 9 | 114 |



Información municipal de accidentalidad en Almería. DGT.

Hay que decir que Almería cuenta con una amplia red de aparcamientos públicos y privados subterráneos, que hacen que el sistema de aparcamiento en rotación superficial (ROA) no tenga problemas de congestión, incluso se encuentran algunos de los aparcamientos subterráneos infrautilizados. El Servicio de Regulación y Ordenación de Aparcamientos (ROA) en Almería se implantó en 2012 y hoy cuenta con más de 2.260 plazas en zona azul y 920 en zona mixta para el uso de residentes por la tarde, distribuidas en 4 áreas y otras cuatro zonas donde se encuentran plazas en calles sueltas. El servicio permite utilizar el móvil para el pago del estacionamiento al minuto.

“La dotación de aparcamientos en superficie y subterráneos es suficiente para atender la demanda, aunque deberá rediseñarse a medida que avancen los procesos de peatonalización”.

A medida que se vayan peatonalizando zonas se tendrá que hacer una disminución de plazas de aparcamiento en superficie.

3.2.7 TRÁFICO DE MERCANCÍAS Y CARGA Y DESCARGA

En referencia al tránsito por carreteras de vehículos y mercancías, hay que destacar que Almería cuenta con la mayor flota de vehículos pesados de la Comunidad Autónoma con un total de 8.613 vehículos, lo que supone un 21,9% del total andaluz. Le siguen las provincias de Sevilla (8.020) y Málaga (5.894). También cuenta con la segunda posición en número de empresas y operadores que trabajan con vehículos pesados, muy cerca de Sevilla. Esta segunda posición se mantiene al valorar el número total de vehículos de mercancías en general de la comunidad, donde representa el 18,3% del total andaluz, por detrás de Sevilla, con el 22,2%.

“Almería tiene un peso destacado tanto en número de vehículos de mercancías, como en empresas transportadoras y autorizaciones de transportes”.

Hay que decir que del total de autorizaciones de transporte de mercancías de Andalucía (70.936 para 2017, según datos del SIMA) le corresponden a la provincia de Almería más del 19% (13.646) muy cerca de Sevilla (14.902).

En la ciudad, se reparten las zonas de carga y descarga de mercancías en tres tipos de zonas: centro histórico, zona comercial y resto de la ciudad, estando limitadas en horario y pesos cada una de ellas de formas distintas.

- **Zona 1:** Casco Histórico. Está formada por el interior de la zona delimitada por las siguientes calles, excluidas las mismas: Avda. del Mar, Carretera Nacional 340, Avda. Reina Regente, Plaza Emilio Pérez, Paseo de Almería, Puerta de Purchena, C/. Alcalde Muñoz, Avda. Federico García Lorca, Rambla de Belén, Paseo de la Caridad, Plaza del Quemadero y Barranco Bolas.
- **Zona 2:** Zona Comercial. Está formada por el interior de la zona delimitada por las siguientes calles, incluidas las mismas: Puerta de Purchena, C/. Alcalde Muñoz, C/. San Juan Bosco, Carrera del Perú, Avda. del Mediterráneo, Autovía del Aeropuerto, Plaza de la Estación, Carretera de Ronda (C.N. 340), Avda. Reina Regente, Plaza Emilio Pérez, Paseo de Almería y Puerta Purchena.
- **Zona 3:** Resto Término Municipal. Incluye todas las calles del Término Municipal de Almería no incluidas en las zonas 1 y 2.

| | Andalucía | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla | España |
|--|-----------|---------|-------|---------|---------|--------|-------|--------|---------|---------|
| EMPRESAS Y OPERADORES | | | | | | | | | | |
| Mercancías | | | | | | | | | | |
| | 15.714 | 1.967 | 1.741 | 1.801 | 1.999 | 827 | 1.606 | 2.380 | 3.393 | 105.020 |
| Vehículos pesados (S/L) | 9.803 | 1.534 | 992 | 1.144 | 1.311 | 525 | 1.099 | 1.238 | 1.960 | 60.138 |
| Vehículos ligeros | 4.390 | 350 | 507 | 546 | 475 | 220 | 423 | 834 | 1.035 | 40.928 |
| Vehículos superligeros | 1.521 | 83 | 242 | 111 | 213 | 82 | 84 | 308 | 398 | 3.954 |
| VIAJEROS | | | | | | | | | | |
| | 9.335 | 508 | 1.109 | 813 | 959 | 432 | 432 | 2.784 | 2.298 | |
| Autobuses | | | | | | | | | | |
| | 548 | 51 | 42 | 51 | 97 | 34 | 45 | 135 | 93 | 64.026 |
| Ambulancias | | | | | | | | | | |
| | 50 | 1 | 6 | 7 | 12 | 6 | 3 | 6 | 9 | 3.292 |
| Taxi | | | | | | | | | | |
| | 8.506 | 445 | 1.049 | 745 | 827 | 372 | 381 | 2.516 | 2.171 | 59.242 |
| Alquiler de vehículos con conductor | | | | | | | | | | |
| | 231 | 11 | 12 | 10 | 23 | 20 | 3 | 127 | 25 | 1.206 |
| VEHÍCULOS | | | | | | | | | | |
| Mercancías | | | | | | | | | | |
| | 54.567 | 10.012 | 4.719 | 5.189 | 5.770 | 3.277 | 4.777 | 8.692 | 12.131 | 339.793 |
| Vehículos pesados(p) | 39.268 | 8.613 | 2.933 | 3.579 | 4.229 | 2.522 | 3.478 | 5.894 | 8.020 | 232.821 |
| Vehículos pesados (l) | 4.282 | 576 | 404 | 510 | 421 | 154 | 364 | 814 | 1.039 | 29.145 |
| Vehículos ligeros | 8.966 | 717 | 1.035 | 965 | 871 | 496 | 832 | 1.612 | 2.438 | 72.831 |
| Vehículos superligeros | 2.051 | 106 | 374 | 135 | 249 | 105 | 103 | 372 | 634 | 4.996 |
| VIAJEROS | | | | | | | | | | |
| | 18.049 | 1.315 | 1.858 | 1.410 | 1.891 | 908 | 984 | 4.643 | 5.040 | 123.129 |
| Autobuses | | | | | | | | | | |
| | 5.434 | 604 | 654 | 440 | 796 | 312 | 395 | 1.190 | 1.043 | 42.744 |
| Ambulancias | | | | | | | | | | |
| | 2.951 | 181 | 110 | 184 | 196 | 152 | 205 | 260 | 1.663 | 11.002 |
| Taxis | | | | | | | | | | |
| | 8.531 | 465 | 1.049 | 745 | 829 | 372 | 381 | 2.518 | 2.172 | 62.841 |
| Alquiler de Vehículos con conductor | | | | | | | | | | |
| | 1.122 | 62 | 45 | 41 | 70 | 64 | 3 | 675 | 162 | 6.522 |
| Mixtos | | | | | | | | | | |
| | 11 | 3 | - | - | - | 8 | - | - | - | 20 |

Empresas y vehículos de transporte público por carretera 2017.

Instituto de estadística y cartografía de Andalucía.

La integración del puerto en la ciudad y la llegada del ferrocarril hasta el puerto supondrá un cambio radical en la forma de moverse las mercancías en la ciudad, por lo que en los próximos años será fundamental hacer una buena planificación de estos cambios. Así mismo, en las zonas peatonalizadas se requerirá replantear los modelos de distribución de mercancías, optando por vehículos eléctricos y compartidos de reparto, así como por centros de distribución repartidos por el extrarradio de estas zonas peatonalizadas.

3.3 Urbanismo Ecosistémico: retos para hacer una ciudad más habitable

Como ya se ha indicado en el marco externo, donde se ha presentado el concepto de urbanismo que debería primar en Almería para las próximas décadas, es fundamental entender, planificar y cuidar la relación que existe en la ciudad y el entorno natural en el que se asienta. Solo de esa manera se construirá una ciudad sostenible, y más importante aún, una ciudad resiliente, capaz de superar cualquier tipo de cambio y adaptación que se requiera natural o artificial. En el diagnóstico del marco interno se considera que la calidad ambiental del medio urbano, es algo que progresivamente se va estructurando por las demandas de la sociedad actual. Hoy día, siguiendo a autores como Rueda o Naredo y a organismos internacionales como Naciones Unidas, se requiere tener al menos los siguientes valores de referencia:

- Ciudad no ruidosa: Nivel sonoro diurno < 60 dbA y nocturno < 50 dbA.
- Ciudad sin contaminación: Control de las emisiones de gases CO₂, CO, NO_x, CHF.
- Zonas verdes en calidad y cantidad adecuadas, beneficio ambiental y psicológico. La estadística de dotación de espacios verdes en diferentes ciudades españolas arroja resultados muy desiguales. Desde las ciudades menor dotadas como Sevilla 2,1 m² de zona verde por habitante 3; Albacete 3,7 m²/hab; Barcelona 3,9 m²/hab; Granada 8,3.

En este sentido se analiza, en los siguientes apartados, la estructura de la ciudad y los valores de ruido para la ciudad de Almería, puesto que ya se dispone de apartado específico para el estudio de la contaminación y zonas verdes en el Vector de Lucha contra del Cambio Climático.

3.3.1 MAPA DE OCUPACIÓN DE LOS USOS DEL SUELO DE ALMERÍA

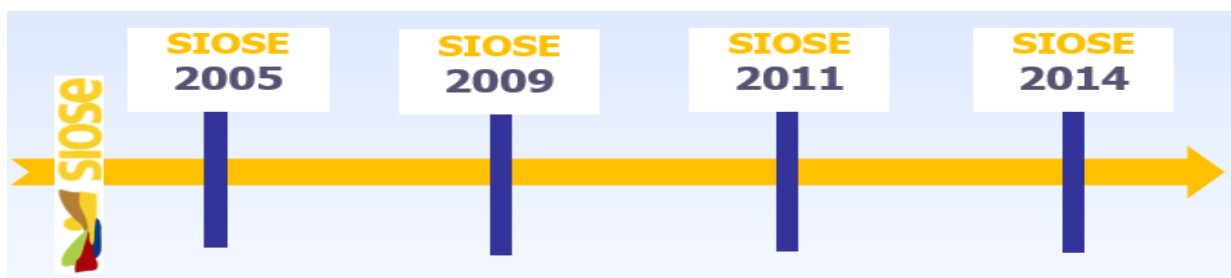
Se trata de un mapa, cuyo objetivo es mostrar la proporción de superficie por usos del suelo respecto a la superficie total del municipio. Los usos del suelo de un territorio informan del grado de antropización o naturalización del suelo (utilización sostenible del suelo) y de las dinámicas de ocupación entre periodos distintos y el indicador de ocupación de los usos del suelo informa del porcentaje de territorio dedicado a cada tipo de uso. Mediante este cálculo se pueden visualizar los cambios en la ocupación que corresponderán al modelo de desarrollo existente en cada municipio.

SIOSE es el Sistema de Información sobre Ocupación del Suelo de España, integrado dentro del Plan Nacional de Observación del Territorio (PNOT) cuyo objetivo es generar una base de datos de Ocupación del Suelo para toda España a escala de referencia 1:25.000, integrando la información disponible de las Comunidades Autónomas y la Administración General del Estado.

Se produce de manera descentralizada y coordinada entre las distintas administraciones siguiendo los principios INSPIRE, actualizándose periódicamente.

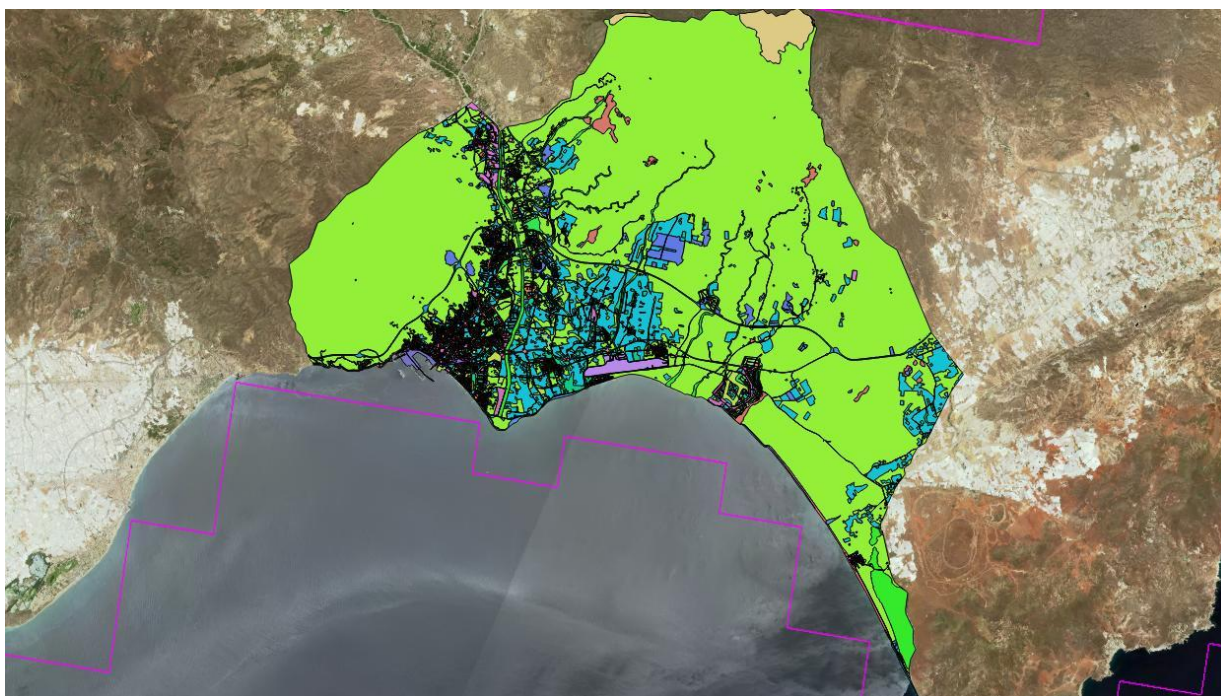
La Dirección General del Instituto Geográfico Nacional, en su función como «Centro Nacional de Referencia en Ocupación del Suelo» (National Reference Center on Land Cover and on Land Use and Spatial Planning) dependiente del Punto Focal Nacional (Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente), tiene como uno de sus objetivos prioritarios la producción y coordinación de información geoespacial de referencia de cubiertas y usos del suelo.

Actualmente SIOSE está disponible a nivel nacional las siguientes versiones con fechas de referencia:

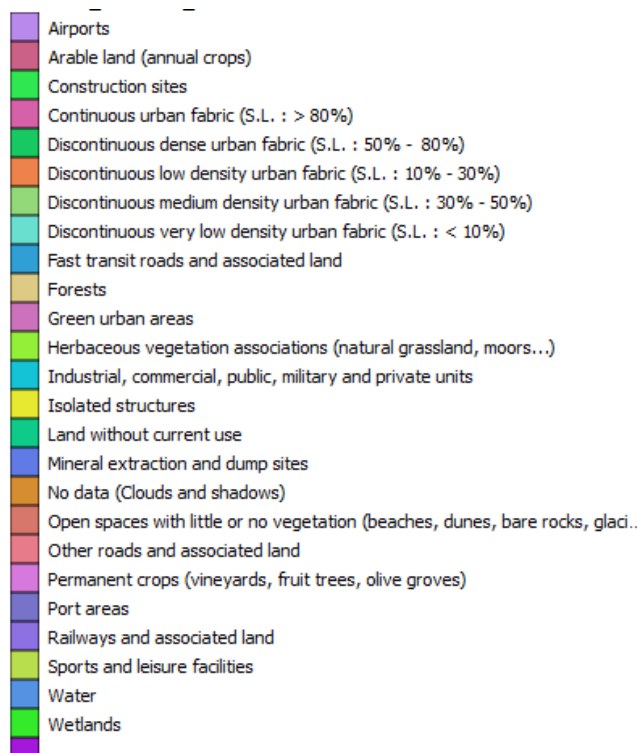


Versiones SIOSE

La fuente de información para los usos del suelo es el Sistema de Información de Ocupación del Suelo en España de 2011 (SIOSE2011). El nivel de clasificación de usos y coberturas del suelo del SIOSE2011 comprende diversas categorías básicas. El mapa para Almería es el siguiente:







Como se aprecia en la imagen, existe un claro predominio de edificación compacta con una densidad de ocupación mayor del 80 %.

Destaca la consideración como uso industrial el espacio ocupado por los invernaderos (azul).

Así, la malla de tipologías constructivas de 250 m x 250 m a 31 de diciembre de 2017 elaborada por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía, procedente de la información contenida en los ficheros de la Dirección General del Catastro, permite disponer de información minuciosa y actualizada sobre la superficie del espacio construido en Andalucía, al margen de las divisiones administrativas. Se trata de una malla de celdas de 250 m x 250 m en la que ha quedado agregada la información correspondiente a la superficie construida por tipología, en suelo de naturaleza urbana.

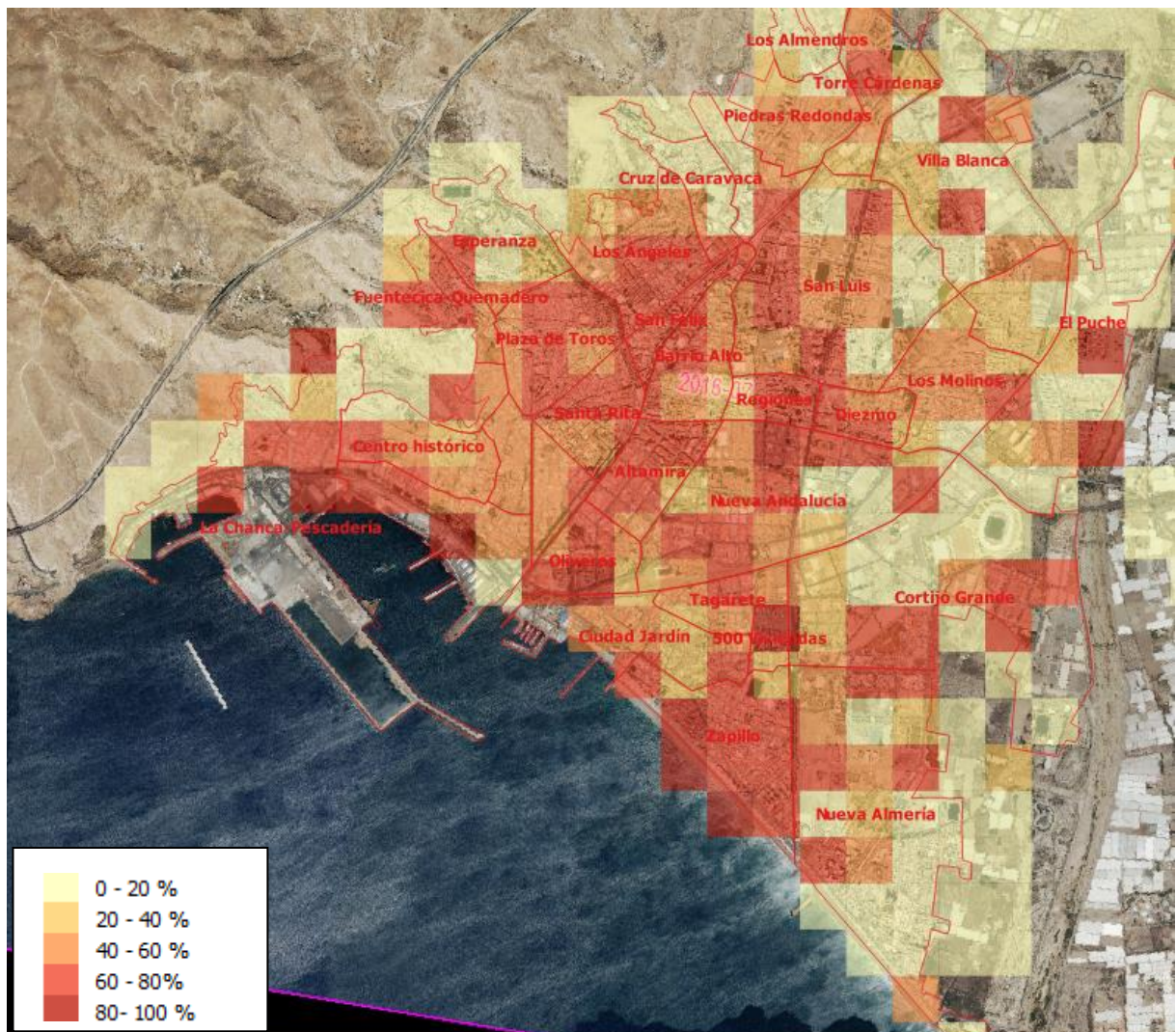
La malla contiene 17 tipologías:

- Viviendas colectivas. Urbano
- Viviendas unifamiliares. Urbano
- Garajes viviendas
- Otros garajes y aparcamientos
- Industrial
- Oficinas
- Comercio
- Deportes
- Piscinas
- Espectáculos
- Hostelería y Ocio
- Sanitarios, asistenciales y benéficos
- Culturales

- Religiosos
- Singulares
- Campos de golf

Para cada categoría se obtiene información de los metros cuadrados acumulados en todas las plantas construidas, así como del porcentaje que representa cada tipología sobre el total de metros cuadrados construidos.

El porcentaje de vivienda colectiva, en cada celda de estudio, dentro de la ciudad de Almería es:



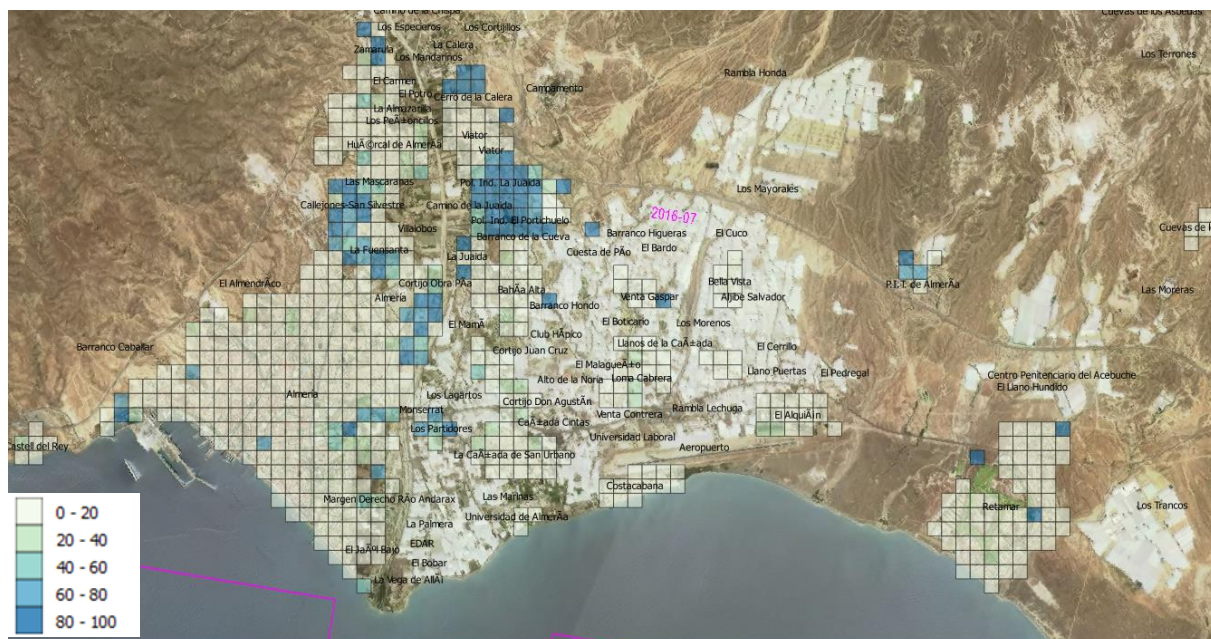
Porcentaje de ocupación: m^2 superficie vivienda/ m^2 construidos

Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Como se aprecia, las zonas con mayor densidad son: Oliveros, El Zapillo, El Puche Torrecárdenas y 500 Viviendas.

En cuanto a los usos comerciales y de hostelería y ocio, se encuentran repartidos en toda la trama urbana en general, conformando la mezcla de usos característica de la ciudad mediterránea.

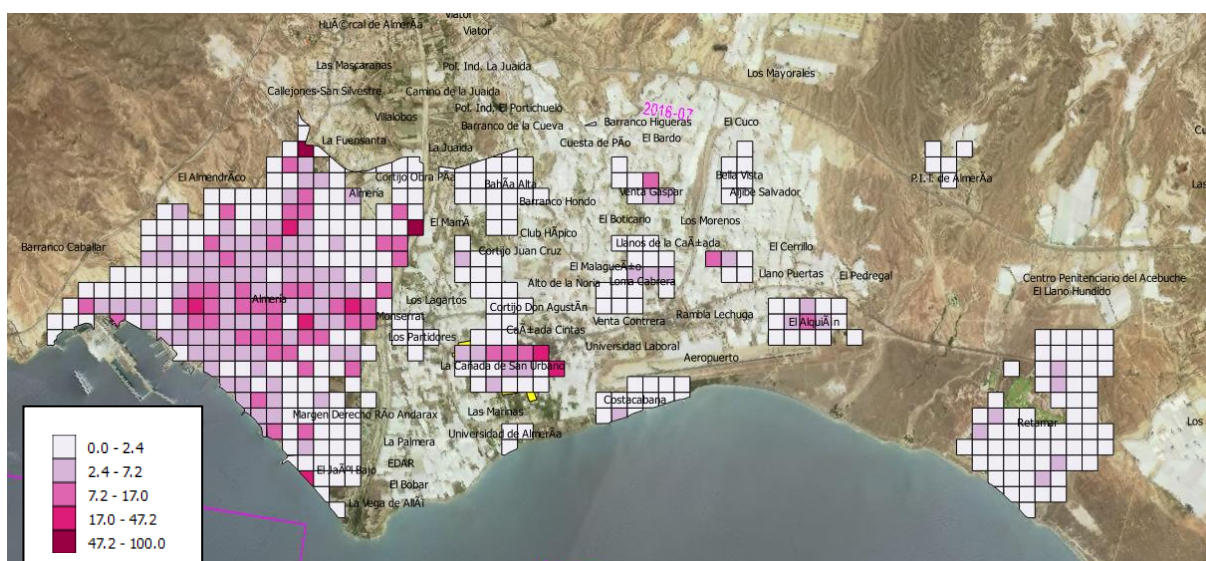
No es así en el caso del uso industrial, según el criterio de usos establecidos por la Junta de Andalucía (que no incluye el uso invernadero dentro de esta categoría), que se concentran fundamentalmente en la periferia:



Porcentaje de ocupación: m^2 superficie industrial/ m^2 construidos

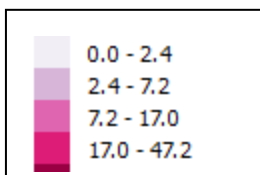
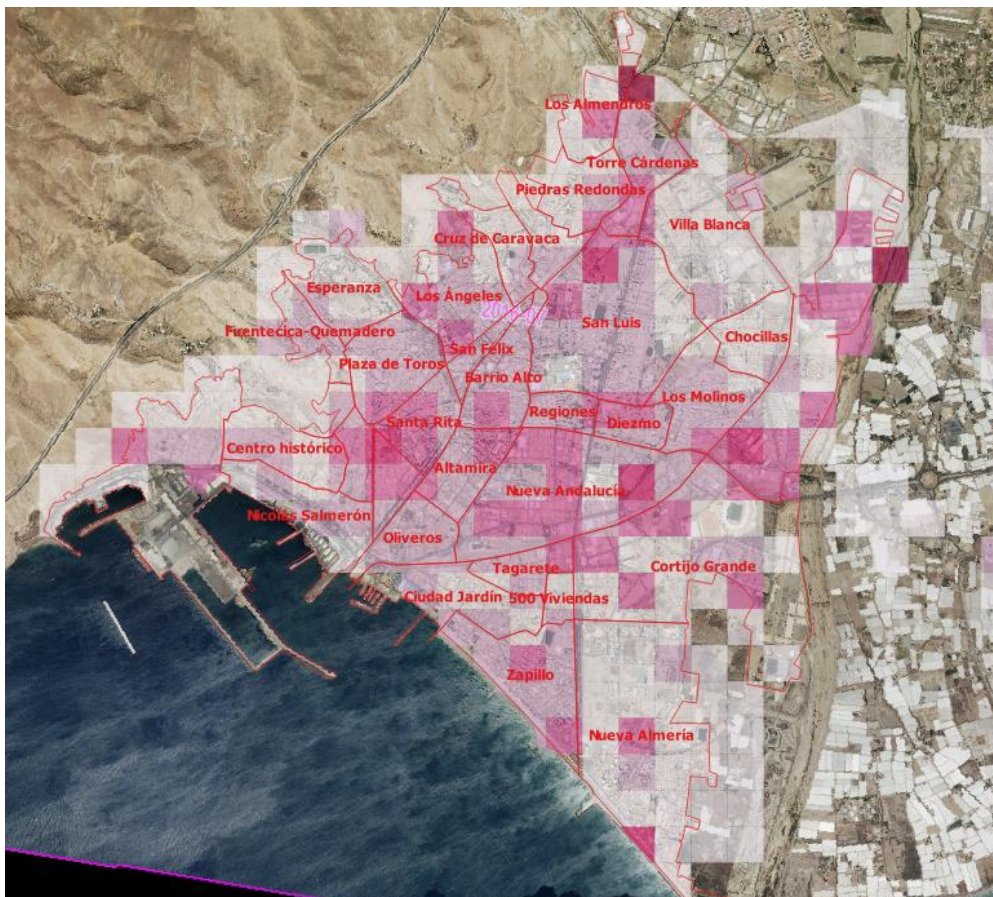
Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

En cuanto al comercio, está bastante diseminado, con tendencia a concentrarse en el centro de los núcleos (salvo en Centros Comerciales, donde es el porcentaje mayoritario).



Porcentaje de ocupación: m^2 superficie comercial/ m^2 construidos

Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

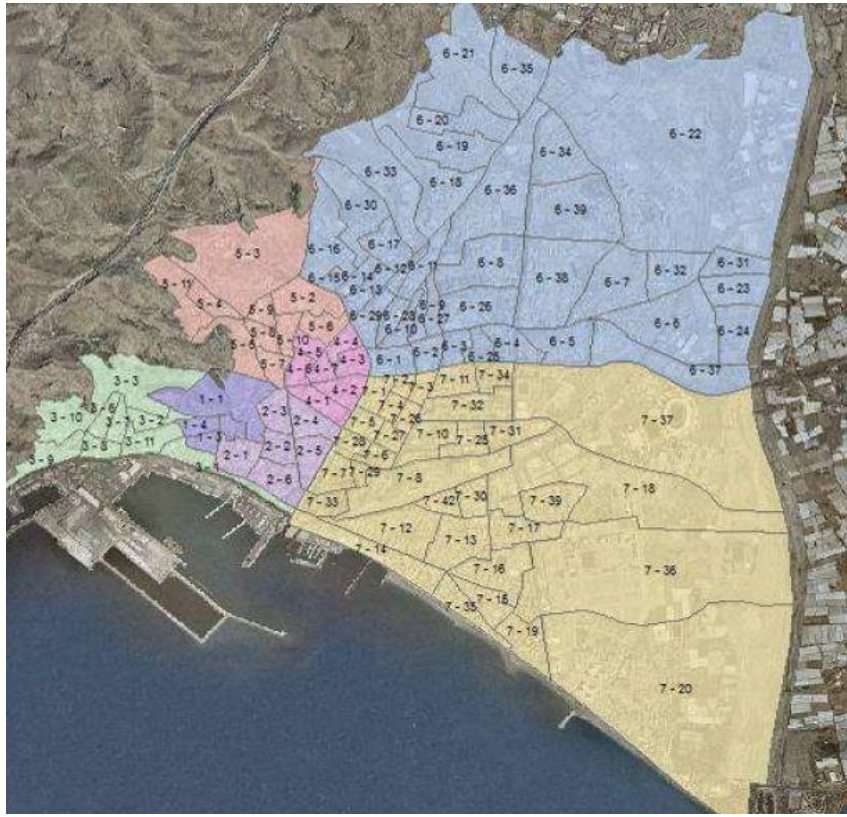


Porcentaje de ocupación: m^2 superficie comercial/ m^2 construidos
 Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

RUIDO DE ALMERÍA

A petición del Servicio de Protección Ambiental del Excmo. Ayuntamiento de Almería se realiza entre los años 2011 y 2012, el estudio denominado “**ELABORACIÓN DEL MAPA DE RUIDO DEL MUNICIPIO DE ALMERÍA**”. La necesidad de proponer la realización de un diagnóstico de la situación acústica del municipio de Almería obedece al planteamiento, dentro del marco de la Unión Europea y de su trasposición al ordenamiento jurídico Español con la Ley del Ruido 37/2003 y Real Decreto 1513/2005 que la desarrolla en lo referente a la evaluación y gestión del ruido ambiental, de estimar para las Aglomeraciones, el grado de protección del medio ambiente y la salud de los habitantes frente al ruido ambiental, donde, se entiende por aglomeración, la porción del territorio con más de 100.000 habitantes, delimitada por la Administración competente aplicando los criterios básicos del Anexo VII del Real Decreto 1513/2005, que es considerada zona urbanizada por dicha Administración.

Para realizar el estudio se realizó una división por distritos:



Mapa del Ruido del municipio de Almería.
Ayuntamiento de Almería.

A partir de los datos obtenidos de la población afectada para cada uno de los Distritos se confeccionaron unas gráficas que relacionaban la situación acústica de la población en relación a los objetivos de calidad acústica haciendo la hipótesis que toda el área del Distrito está clasificada como zona residencial, que es el uso del suelo con una mayor representatividad dentro de la Aglomeración y donde está repartida la población.

Se establecieron tres categorías para representar los porcentajes de la población que hay en cada franja de niveles asignados. Así se ha definido como Adecuado la suma de la población que está por debajo de su objetivo de calidad acústica para zona residencial (65 dB(A) en período diurno y vespertino y 55 dB(A) en horario nocturno). Se ha estimado un porcentaje Aceptable cuando la suma de la población está 5 dB(A) por encima de los objetivos de calidad acústica para zona residencial (en este caso la población que está en el rango de 65 a 70 dB(A) en período diurno y vespertino y el rango de 55 a 60 dB(A) en período nocturno).

Por último, se ha utilizado el término Mejorable, para representar la suma de la población está por encima de los 5 dB(A) de los objetivos de calidad acústica para zona residencial (es decir niveles superiores a los 70 dB(A) para período diurno y vespertino y niveles superiores a 60 dB(A) para el período nocturno).

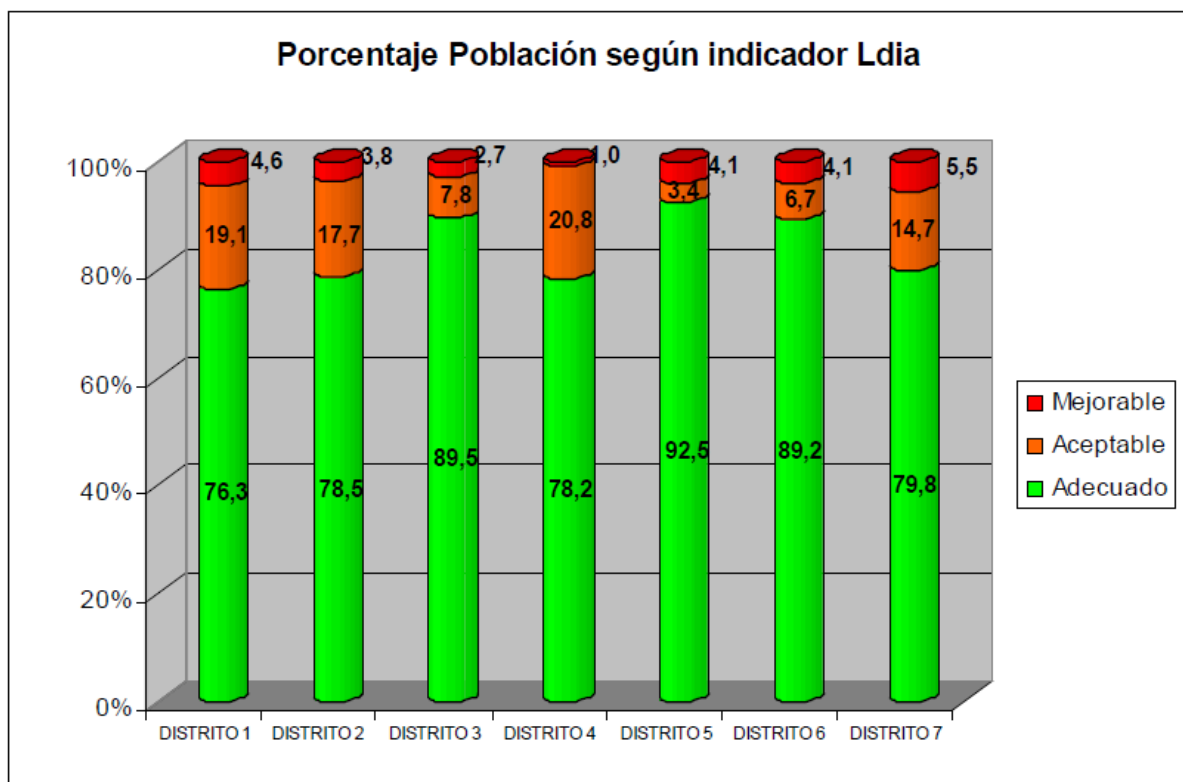
En las gráficas representadas se le ha asignado el color verde a la situación Adecuado, el color naranja a la situación Aceptable y el color rojo a la situación Mejorable. Esta metodología se ha aplicado tanto al indicador Ldia, Ltarde, Lnoche y Lden.

| LDIA (porcentajes) | | | | | | | | |
|--------------------|------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Intervalo | | | | | | | | |
| min | max | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
| | 55,0 | 25,7 | 16,6 | 46,7 | 20,7 | 46,2 | 49,3 | 36,0 |
| 55,0 | 60,0 | 34,1 | 19,3 | 36,5 | 34,1 | 31,7 | 28,0 | 21,9 |
| 60,0 | 65,0 | 16,5 | 42,6 | 6,3 | 23,4 | 14,6 | 11,9 | 21,8 |
| 65,0 | 70,0 | 19,1 | 17,7 | 7,8 | 20,8 | 3,4 | 6,7 | 14,7 |
| 70,0 | 75,0 | 4,6 | 3,3 | 2,7 | 1,0 | 4,1 | 3,2 | 4,8 |
| 75,0 | | 0,0 | 0,4 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,9 | 0,7 |

| LDIA | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Adecuado | 76,3 | 78,5 | 89,5 | 78,2 | 92,5 | 89,2 | 79,8 |
| Aceptable | 19,1 | 17,7 | 7,8 | 20,8 | 3,4 | 6,7 | 14,7 |
| Mejorable | 4,6 | 3,8 | 2,7 | 1,0 | 4,1 | 4,1 | 5,5 |

Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.



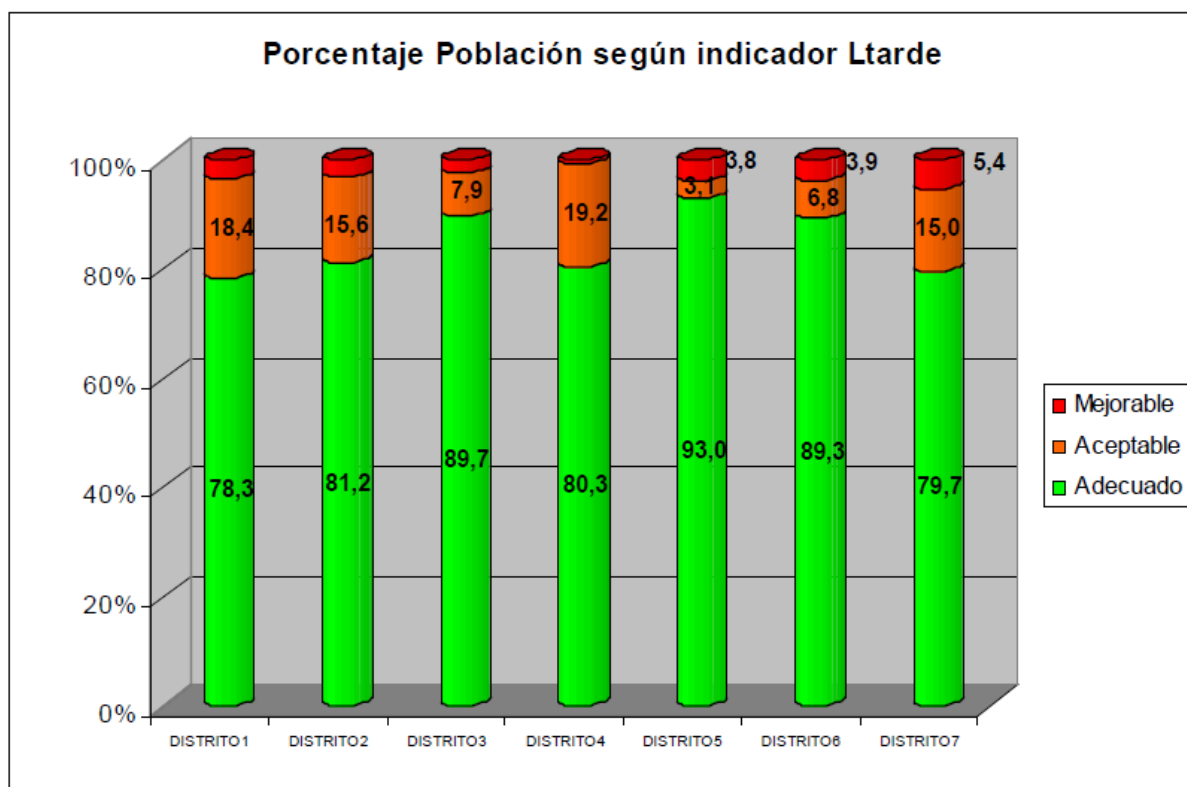
Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.

| LTARDE (porcentajes) | | | | | | | | |
|----------------------|------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Intervalo | | | | | | | | |
| min | max | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
| | 55,0 | 25,3 | 17,1 | 46,6 | 20,4 | 45,5 | 49,0 | 35,6 |
| 55,0 | 60,0 | 35,6 | 21,5 | 37,4 | 34,7 | 32,4 | 28,5 | 22,6 |
| 60,0 | 65,0 | 17,4 | 42,6 | 5,7 | 25,3 | 15,1 | 11,8 | 21,5 |
| 65,0 | 70,0 | 18,4 | 15,6 | 7,9 | 19,2 | 3,1 | 6,8 | 15,0 |
| 70,0 | 75,0 | 3,3 | 2,9 | 2,4 | 0,6 | 3,8 | 3,2 | 4,4 |
| 75,0 | | 0,0 | 0,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,7 | 1,0 |

| LTARDE | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Adecuado | 78,3 | 81,2 | 89,7 | 80,3 | 93,0 | 89,3 | 79,7 |
| Aceptable | 18,4 | 15,6 | 7,9 | 19,2 | 3,1 | 6,8 | 15,0 |
| Mejorable | 3,3 | 3,2 | 2,4 | 0,6 | 3,8 | 3,9 | 5,4 |

Mapa del Ruido del municipio de Almería.
Ayuntamiento de Almería.

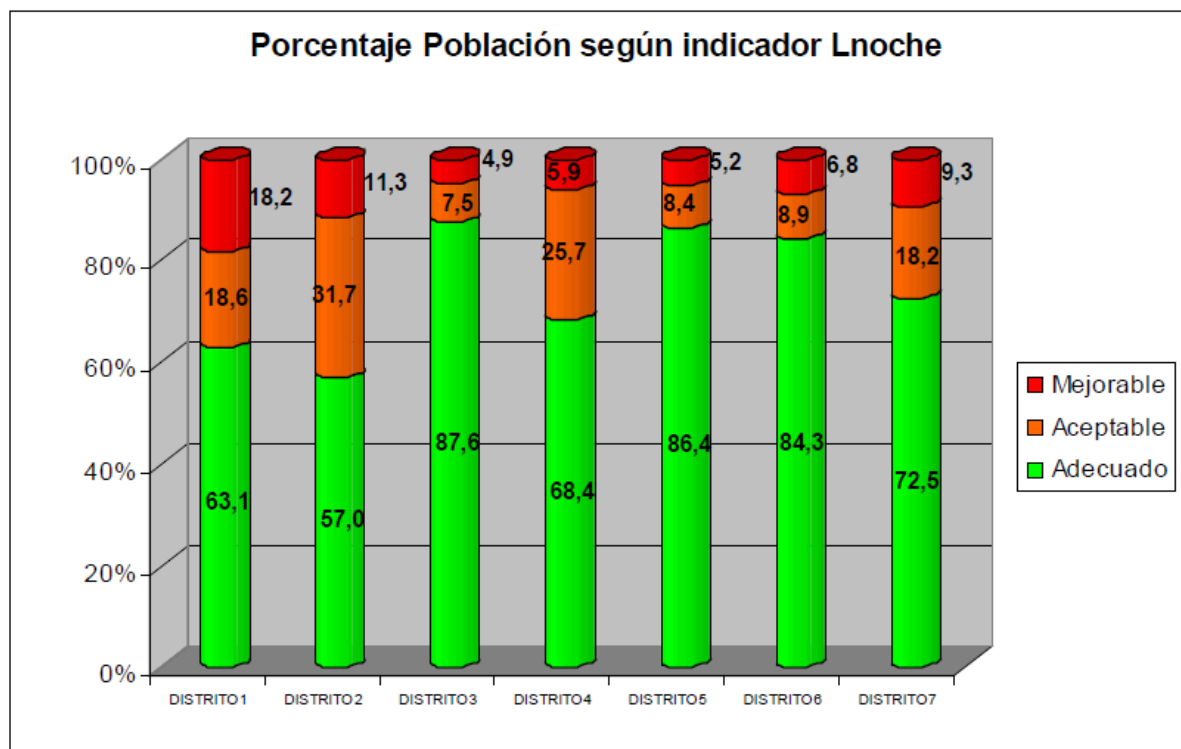


Mapa del Ruido del municipio de Almería.
Ayuntamiento de Almería.

| LNOCHE (porcentajes) | | | | | | | | |
|----------------------|------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Intervalo | | | | | | | | |
| min | max | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
| 50,0 | 50,0 | 47,3 | 26,8 | 80,8 | 47,8 | 74,6 | 72,3 | 51,1 |
| 50,0 | 55,0 | 15,8 | 30,2 | 6,7 | 20,6 | 11,8 | 12,0 | 21,5 |
| 55,0 | 60,0 | 18,6 | 31,7 | 7,5 | 25,7 | 8,4 | 8,9 | 18,2 |
| 60,0 | 65,0 | 17,8 | 8,8 | 4,5 | 5,7 | 2,2 | 3,8 | 7,2 |
| 65,0 | 70,0 | 0,4 | 2,4 | 0,3 | 0,2 | 3,0 | 2,8 | 2,1 |
| 70,0 | 70,0 | 0,0 | 0,2 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 0,3 | 0,0 |
| LNOCHE | | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
| Adecuado | | 63,1 | 57,0 | 87,6 | 68,4 | 86,4 | 84,3 | 72,5 |
| Aceptable | | 18,6 | 31,7 | 7,5 | 25,7 | 8,4 | 8,9 | 18,2 |
| Mejorable | | 18,2 | 11,3 | 4,9 | 5,9 | 5,2 | 6,8 | 9,3 |

Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.



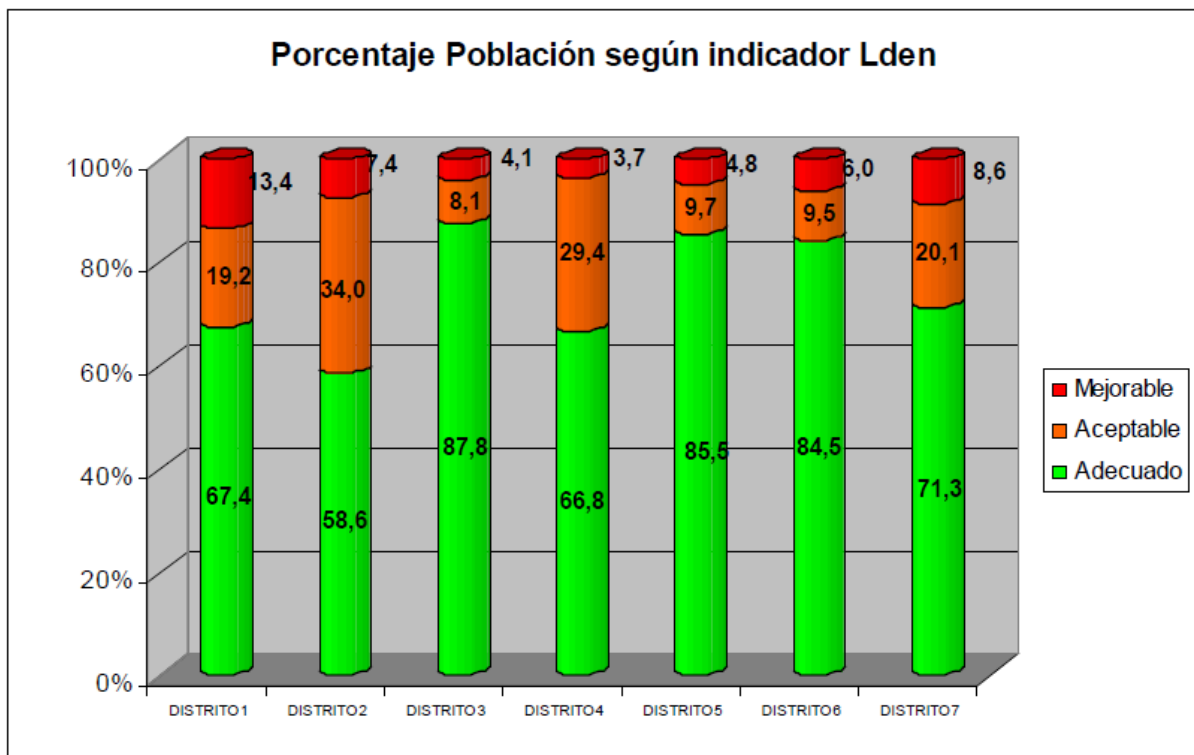
Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.

| LDEN (porcentajes) | | | | | | | | |
|--------------------|------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Intervalo | | | | | | | | |
| min | max | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
| | 55,0 | 20,3 | 13,7 | 36,5 | 17,0 | 31,1 | 39,8 | 29,0 |
| 55,0 | 60,0 | 28,4 | 13,5 | 41,7 | 30,3 | 41,6 | 32,2 | 21,3 |
| 60,0 | 65,0 | 18,7 | 31,3 | 9,7 | 19,6 | 12,9 | 12,4 | 21,0 |
| 65,0 | 70,0 | 19,2 | 34,0 | 8,1 | 29,4 | 9,7 | 9,5 | 20,1 |
| 70,0 | 75,0 | 13,2 | 6,4 | 4,0 | 3,7 | 4,2 | 3,7 | 6,1 |
| 75,0 | | 0,1 | 1,0 | 0,0 | 0,0 | 0,6 | 2,3 | 2,4 |

| LDEN | DISTRITO 1 | DISTRITO 2 | DISTRITO 3 | DISTRITO 4 | DISTRITO 5 | DISTRITO 6 | DISTRITO 7 |
|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Adecuado | 67,4 | 58,6 | 87,8 | 66,8 | 85,5 | 84,5 | 71,3 |
| Aceptable | 19,2 | 34,0 | 8,1 | 29,4 | 9,7 | 9,5 | 20,1 |
| Mejorable | 13,4 | 7,4 | 4,1 | 3,7 | 4,8 | 6,0 | 8,6 |

Mapa del Ruido del municipio de Almería.
Ayuntamiento de Almería.



Mapa del Ruido del municipio de Almería.
Ayuntamiento de Almería.

El estudio reflejó las siguientes conclusiones:

- Para el conjunto de las fuentes de ruido presentes en la Aglomeración de Almería el Ruido Total que afecta a la población expuesta presenta los siguientes niveles.

| Ldía | | |
|-------|-----------------------|------|
| dB(A) | Nº personas | % |
| | expresado en centenas | |
| <55 | 677,8 | 40,9 |
| 55-60 | 444,2 | 26,8 |
| 60-65 | 284,8 | 17,2 |
| 65-70 | 177,3 | 10,7 |
| 70-75 | 62,2 | 3,8 |
| >75 | 9,8 | 0,6 |

| | | |
|-------|--------|-----|
| TOTAL | 1656,1 | 100 |
|-------|--------|-----|

Mapa del Ruido del municipio de Almería. Ayuntamiento de Almería.

| Ltarde | | |
|--------|-----------------------|------|
| dB(A) | Nº personas | % |
| | expresado en centenas | |
| <55 | 672,3 | 40,6 |
| 55-60 | 455,6 | 27,5 |
| 60-65 | 284,3 | 17,2 |
| 65-70 | 176,0 | 10,6 |
| 70-75 | 57,7 | 3,5 |
| >75 | 10,2 | 0,6 |

| | | |
|-------|--------|-----|
| TOTAL | 1656,1 | 100 |
|-------|--------|-----|

Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.

| Lnoche | | |
|--------|-----------------------|------|
| dB(A) | Nº personas | % |
| | expresado en centenas | |
| <50 | 1026,4 | 62,0 |
| 50-55 | 268,7 | 16,2 |
| 55-60 | 231,8 | 14,0 |
| 60-65 | 91,1 | 5,5 |
| 65-70 | 36,2 | 2,2 |
| >70 | 2,0 | 0,1 |

| | | |
|-------|--------|-----|
| TOTAL | 1656,1 | 100 |
|-------|--------|-----|

Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.

| Lden | | |
|-------|-----------------------|------|
| dB(A) | Nº personas | % |
| | expresado en centenas | |
| <55 | 536,4 | 32,4 |
| 55-60 | 478,6 | 28,9 |
| 60-65 | 274,7 | 16,6 |
| 65-70 | 254,1 | 15,3 |
| 70-75 | 82,1 | 5,0 |
| >75 | 30,3 | 1,8 |

| | | |
|-------|--------|-----|
| TOTAL | 1656,1 | 100 |
|-------|--------|-----|

Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.

Para el período diurno un 84,9% de la población, que equivale a 140.604 personas, está por debajo de los 65 dB(A) en el indicador L_{día} y para el período vespertino un 85,3% de la población que equivale a 141.267 habitantes está por debajo de los 65 dB(A) para el indicador L_{tarde}, cumpliendo los objetivos de calidad acústica para zona residencial.

Evaluando el indicador Lnoche para el período nocturno un 78,2% de la población que representa a 129.508 persona está por debajo de los 55 dB(A). Si se analiza el indicador Lden para un período referencia de 24 horas un 77,9 % de la población o lo que es lo mismo 129.011 personas está por debajo de los 65 dB(A).

- El principal foco de ruido es el tráfico rodado, muy destacado en relación a otras fuentes de ruido como el Tráfico Ferroviario y las Actividades Industriales y Terciarias. En un análisis más detallado, se puede afirmar que el tráfico urbano genera la mayor cantidad de población afectada ya que los conflictos por carreteras se localizan en las inmediaciones de éstas.

En relación al tráfico urbano, los mayores conflictos en términos de niveles de ruido los generan las arterias principales. En la situación existente, la gestión del tráfico es la herramienta más eficaz para ir fijando objetivos de mejora en términos de reducción del indicador. En cuanto a situaciones futuras, la labor preventiva y el análisis del impacto sonoro previsible de las vías urbanas a desarrollar es recomendable dentro del Plan de Acción, evitando que la población afectada aumente.

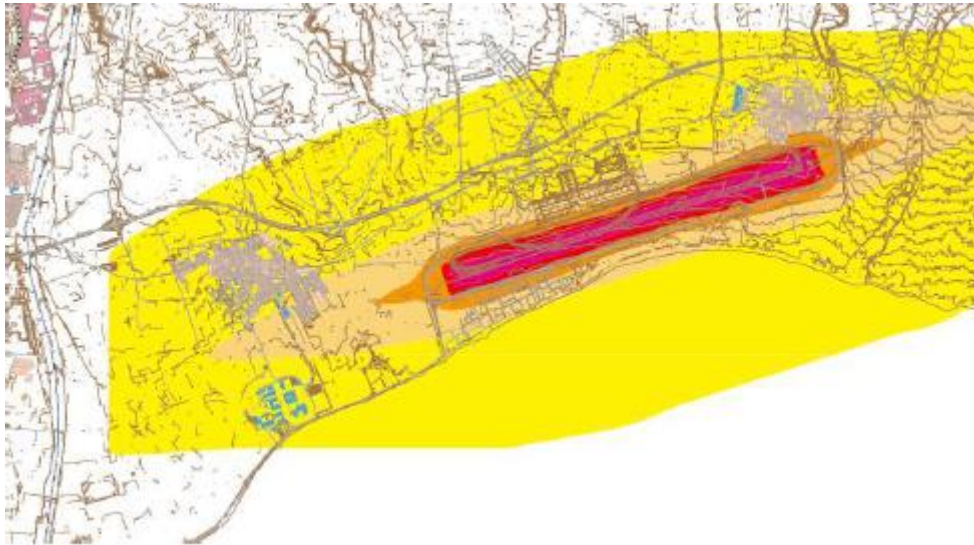
Como cabe esperar debido a la cantidad de tráfico soportado y a que la velocidad máxima permitida es más elevada que en el casco urbano las principales fuentes de ruido debido al tráfico rodado son las que dan acceso a la ciudad de Almería, entre ellas las que mayores niveles de emisión sonora generan, son los siguientes:

- A-7
- Carretera de Ronda
- N340a
- N332

Dentro de la aglomeración cabe destacar los siguientes ejes viarios como principales focos de ruido:

- Autovía del Aeropuerto
- Carretera de Ronda
- Calle Nicolás Salmerón
- Avenida del Mediterráneo
- Carretera Sierra Alhamilla
- Calle Manuel Azaña
- Calle Costa del Sol
- Calle Reina Regente
- Calle de la Marina

- Se puede destacar que otro de los focos de ruido ambiental que se han tenido en cuenta en el estudio ha sido el generado por el tráfico aéreo. Aunque el Aeropuerto de Almería se encuentra fuera de los límites de la Aglomeración, se ha estudiado la afección que esta infraestructura tiene sobre la población cercana al mismo, mediante la huella de ruido generada por este. Dicha información ha sido proporcionada por el Ayuntamiento de Almería, a partir de los estudios realizados por AENA.



Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.

- Para poder comparar los resultados obtenidos en los distintos Distritos de una forma global se definieron dos parámetros de calidad acústica como son el Índice Promedio Ponderado de la Población y el Índice Promedio Ponderado de la Superficie. Según los resultados obtenidos de estos parámetros permiten hacer un ranking del clima acústico de la Aglomeración detectando que Distritos presentan los mejores resultados.

Nivel promedio ponderado respecto a la población en dB(A)

| | Nivel promedio ponderado respecto a la población en dB(A) | | | |
|------------|--|--------|--------|------|
| | Ldía | Ltarde | Lnoche | Lden |
| Distrito 1 | 62,1 | 61,9 | 60,4 | 63,9 |
| Distrito 2 | 63,7 | 63,3 | 61,5 | 65,4 |
| Distrito 3 | 59,2 | 59,1 | 56,8 | 60,1 |
| Distrito 4 | 62,4 | 62,2 | 59,5 | 63,6 |
| Distrito 5 | 59,4 | 59,4 | 57,4 | 60,8 |
| Distrito 6 | 59,5 | 59,4 | 57,7 | 60,6 |
| Distrito 7 | 61,6 | 61,6 | 59,4 | 63,0 |

Mapa del Ruido del municipio de Almería.

Ayuntamiento de Almería.

La principal conclusión es que el Distrito 2 presenta los mayores niveles sonoros promedios tanto respecto a la población como a la superficie en todos los períodos horarios, seguido del Distrito 4. El resto de Distritos presentan unos niveles bastante

homogéneos en todos los períodos horarios teniendo en cuenta un parámetro global de comparativa.

Analizando el conjunto de las Áreas de Sensibilidad Acústica los peores resultados se localizan en las Áreas de Sensibilidad Acústica E con un uso sanitario, docente y cultural. Esto es debido a que estas zonas son las que tienen unos objetivos de calidad acústica más restrictivos y en su mayor parte se encuentra en el interior del casco urbano expuestas a la influencia del Tráfico Rodado.

Así, las propuestas que surgieron del Plan, en aspectos urbanísticos, fue la correcta planificación de los usos del suelo. A la hora de realizar las revisiones de los Planes Generales de Ordenación Urbana y los Planes Parciales, teniendo en cuenta aspectos importantes como:

- Reducción y/o control de la implantación de nuevas fuentes generadoras de ruido.
- Evitar la creación de tráfico adicional distribuyendo de forma lógica las categorías de usos.
- Restricción en la utilización de los suelos donde se hayan detectado niveles de ruido elevados.
- Preservación de zonas tranquilas o con niveles aceptable de ruidos.

Se destaca las bondades en materia de contaminación acústica, del plan de integración urbana del ferrocarril en Almería, cuyo soterramiento permitiría reducir los conflictos generados por la ubicación de la infraestructura, que actualmente atraviesa grandes zonas residenciales sobre los distritos 6 y 7, y reservando suelo para su expansión en las inmediaciones del polígono industrial El Puche.

Del mismo modo, se menciona la reconversión propuesta de suelos de uso industrial en la actualidad (Centro Industrial Mediterráneo, Av. Montserrat), por terrenos con tipologías compatibles con usos residenciales colindantes.

Estas medidas de gestión del suelo contribuirán a una clara mejora de los objetivos de calidad acústica sobre las áreas de conflicto actuales, permitiendo compatibilizar las distintas necesidades productivas y de movilidad con las zonas de descanso y barrios residenciales.

3.3.3 REGENERACIÓN URBANA Y REHABILITACIÓN INTEGRAL

Para finalizar el capítulo dedicado a urbanismo, se debe hablar de algo necesario para cumplir con los objetivos señalados, desarrollados mediante tres conceptos: ciudad mediterránea, urbanismo ecosistémico y ciudad resiliente. Para aunar y trabajar en ellos, es necesaria una estrategia de **Regeneración Urbana y Rehabilitación Integral**, que contemple la dimensión tanto urbana como edificatoria.

Para abordarla será necesario realizar un estudio pormenorizado de Almería, **es imprescindible comprender que la desigualdad y vulnerabilidad urbanas son un problema multiescalar y multidimensional**. Por una parte, atañen tanto a variables estructurales-globales que trascienden la escala de ciudad (paro, cambio climático, fenómenos migratorios y demográficos, etc.), como a causas particulares de la configuración socio-urbana de los barrios.

Para abordar este trabajo, se debe tener también como referencia la Agenda Urbana Española, ya que es la hoja de ruta que va a marcar la estrategia y las acciones a llevar

a cabo hasta 2030, "para hacer de nuestros pueblos y ciudades ámbitos de convivencia amables, acogedores, saludables y concienciados. Constituye un verdadero "menú a la carta" para que todos los actores, públicos y privados, que intervienen en las ciudades y que buscan un desarrollo equitativo, justo y sostenible desde sus distintos campos de actuación, puedan elaborar sus propios Planes de Acción."²⁹



Objetivos de la Agenda Urbana Española.

Así, la Agenda Urbana Española, en lo referente al Objetivo Estratégico 2: evitar la dispersión urbana y revitalizar la ciudad existente, se establecen los siguientes objetivos específicos:

- Definir un modelo urbano que fomente la compacidad, el equilibrio urbano y la dotación de servicios básicos.
- Garantizar la complejidad funcional y diversidad de usos.
- Garantizar la calidad y la accesibilidad universal de los espacios públicos.
- Mejorar el medio ambiente urbano y reducir la contaminación.
- Impulsar la regeneración urbana.
- Mejorar la calidad y la sostenibilidad de los edificios.

En cuanto a la regeneración y rehabilitación, el documento lo expresa así:³⁰

La regeneración urbana también es clave en este objetivo estratégico. Implica localizar áreas que permitan aplicar políticas integrales de intervención físico-espacial, social, económica y medioambiental. Es lo que en el seno de la Unión Europea se conoce como regeneración urbana integrada. Además, el establecimiento y el mantenimiento en el tiempo de unas condiciones adecuadas de habitabilidad, tanto en la edificación, como en la vivienda, requieren el uso de recursos diversos y un amplio abanico de actuaciones, tanto públicas, como privadas. Alcanzar los ODS y dar respuesta a muchas de las necesidades emergentes de la sociedad requiere, inevitablemente, una transformación muy significativa de todo el patrimonio construido. Nuestros edificios y espacios públicos fueron proyectados para situaciones, necesidades y formas de vida

²⁹ <https://www.aue.gob.es/>

³⁰ https://www.aue.gob.es/recursos_aue/03_oe_02.pdf

cada vez más alejadas de nuestro presente, y mucho más del futuro que se debe construir. Ahora se demandan cuestiones como:

- *El cambio climático con edificios de consumo nulo y espacios públicos adaptados a las nuevas condiciones climáticas.*
- *La incorporación de nuevas tecnologías y la digitalización.*
- *La transformación acelerada de los modos de vida y de trabajo.*
- *Nuevas aproximaciones sobre la salud, especialmente la colectiva, y nuevos requerimientos y percepciones en temas de seguridad.*
- *Una transición necesaria en los modelos de movilidad y*
- *La redefinición de usos y prioridades en los espacios públicos físicos versus espacios públicos virtuales.*

Todas ellas implican una transformación intensa y masiva del patrimonio ya construido, con operaciones de rehabilitación, regeneración y renovación urbanas que requieren dar un salto cuantitativo inevitable que convierta dicho cometido en un objetivo en sí mismo. No se trata de una rehabilitación parcial, sino de una transformación hacia la mejora integral de los edificios. También, en el ámbito específico de la edificación, es prioritario que se relacione adecuadamente con su territorio reconociendo, reinterpretando y aprovechando las características geográficas, geológicas y bioclimáticas, como fuente de los recursos que precisa: agua, energía y materiales. Sólo así se conseguirá presionar lo mínimo posible sobre los recursos disponibles y se obtendrá la máxima habitabilidad mejorando la eficiencia del patrimonio inmobiliario construido, incluyendo la eficiencia energética y promoviendo la rehabilitación y la reutilización. El principal capital para una edificación sostenible es la construcción que ya existe, entendida mediante una visión integral del entorno construido, tanto por el ahorro de recursos que supone su utilización y renovación frente a la substitución por edificación nueva, como por la integración que supone la construcción tradicional en estrategias de uso del suelo más sostenibles. Y otro reto clave es mejorar la eficiencia energética del parque edificatorio existente, permitiendo que, en la edificación residencial, dicha eficiencia se traslade a una mejor calidad de vida y a un ahorro significativo en las facturas energéticas de los hogares. Esta “edificación sostenible” debe garantizar, además, la habitabilidad, o lo que es lo mismo, el acceso a un alojamiento digno y adecuado para todos.”

Para fomentar la ciudad compacta, mejorar la movilidad sostenible, ecosistemas urbanos no devoradores de recursos, la ciudad diversa, inclusiva, segura y accesible, es ineludible regenerar y rehabilitar la ciudad existente y adecuarla a las nuevas necesidades de la sociedad actual. Desde el COOAL Colegio Oficial de Arquitectos de Almería, se propone una Metodología de Rehabilitación Integral que defina un modelo de gestión y a los agentes involucrados para hacer de la rehabilitación una realidad y motor de la regeneración y revitalización urbana.

4. MATRIZ D.A.F.O.

Para una mejor comprensión, se realiza el análisis DAFO de forma separada, incluyendo uno para movilidad e infraestructuras y otro para urbanismo.

4.1. DAFO MOVILIDAD E INFRAESTRUCTURAS

Almería debe abordar como una prioridad, la situación de la movilidad en la ciudad, tanto desde un punto de vista interno, donde es necesario fomentar el transporte sostenible y la peatonalización, como el externo, donde resulta fundamental mejorar su conexión ferroviaria el resto de España y potenciar la posibilidad de su aeropuerto.

| DEBILIDADES |
|--|
| D.1. Entramado urbano dominado por el vehículo privado, frente al peatón y la bici. |
| D.2. Espacios centrales pendientes de peatonalización y restricciones al vehículo privado. |
| D.3. Bajo porcentaje de utilización del transporte público. |
| D.4. Red de bicicletas incompleta, con algunos puntos negros y falta de aparcamientos. |
| D.5. Deficiencias operativas en el transporte público. |
| D.6. Inexistencia de sistema de alquiler público de bicicleta. |
| D.7. Insuficiente conexión ferroviaria con el resto de España. |
| D.8. Escasa colaboración institucional ligada a la interrelación entre las distintas administraciones a la hora de planificar la movilidad en un área más extensa (región funcional) que incluya a Roquetas de Mar y El Ejido. |
| D.9. Saturación de la N-340a y accesos a la capital. |
| D.10. Bajo nivel de servicio en hora punta en algunos enlaces metropolitanos. |
| D.11. Necesidad de reestudio del diseño de la red de transporte público (esquema, frecuencias), para adaptarlo a las propuestas del PMUS coincidiendo con una nueva concesión. |
| D.12. Insuficiente intermodalidad bus-bici. |
| D.13. Posibles mejoras de contaminación acústica. |

DEBILIDADES (sigue)

D.14. Aeropuerto mal conectado con el territorio (posibles mejoras en transporte público) y con reducidas conexiones nacionales e internacionales.

D.15. Altos niveles de partículas en suspensión y de contaminación acústica, especialmente en verano, por altas temperaturas, falta de lluvias y vientos del norte de África.

D.16. Escasez de datos desagregados y georreferenciados para analizar los indicadores de urbanismo ecosistémico.

FORTALEZAS

F.1. Fuerte centralidad de Almería en la aglomeración urbana.

F.2. Viario interno suficiente para acoger la movilidad urbana.

F.3. Apuesta por la bicicleta y la movilidad eléctrica individual.

F.4. Gusto por pasear y disfrutar del aire libre.

F.5. Predominio de los desplazamientos a pie frente al vehículo privado.

F.6. Plan de peatonalización del centro

F.7. Buena calidad del aire (gases efecto invernadero

F.8. El clima y el tamaño de la ciudad facilitan una movilidad sostenible.

F.9. Puerto fuerte y consolidado con tráficos de pasajeros de cabotaje y exterior, en especial con norte de África

F.12. Aeropuerto con suficientes dotaciones para atender una demanda mayor.

F.13. Red de carriles bici en crecimiento.

F.14. Flota destacada de vehículos de mercancías.

F.15. Trama urbana compacta y mezcla de usos en la mayoría de los barrios.

| AMENAZAS |
|---|
| A.1. Saturación de algunos tramos de las principales vías de acceso al municipio |
| A.2. Falta de visión conjunta en las peticiones de infraestructuras de comunicación a las administraciones. |
| A.3. Falta de soterramiento de las vías ferroviarias actuales y futuras. |
| A.4. Desconexión puerto- ferrocarril. |
| A.5. Malas conexiones viarias y por ferrocarril del aeropuerto. |
| A.6. Continuidad a largo plazo en la coordinación de las administraciones en integración puerto-ciudad. |
| A.7. Retraso de las inversiones en infraestructuras. |
| A.8. Ralentización del proceso de peatonalización del centro y su entorno. |
| A.9. Reducida implantación del Plan de Movilidad Urbana Sostenible. |
| A.10. Aumentos de las temperaturas y del nivel del mar. |

| OPORTUNIDADES |
|---|
| O.1. Integración puerto- ciudad. |
| O.2. Soterramiento vías del ferrocarril. |
| O.3. Llegada del AVE. |
| O.4. Mejora de las conexiones viarias de la ciudad con la Universidad, el Parque Tecnológico y con el aeropuerto. |
| O.5. Peatonalización progresiva. |
| O.6. Desarrollo de los espacios entre la ciudad y la Universidad como eje logístico y económico. |
| O.7. Mejora de los accesos viarios al puerto para separación de tráfico local/portuario. |
| O.8. Crecimiento del transporte de mercancías y productos hortícolas por vía ferroviaria y marítima. |

| OPORTUNIDADES (sigue) |
|--|
| O.9. Liderazgo de los tráficos portuarios de pasajeros y mercancías de corta distancia con el norte de África. |
| O.10. Líneas de financiación europea para retos de movilidad. |
| O.11. Integración de las TICS en la movilidad y las infraestructuras. |

4.1. DAFO URBANISMO

| DEBILIDADES |
|---|
| D.1. Parque edificatorio anticuado y en algunos casos en mal estado. |
| D.2. Falta de estrategia global en casco histórico. |
| D.3. Falta de planes específicos sobre rehabilitación y puesta en valor de patrimonio cultural. |
| D.4. Puerto de espaldas a la ciudad. |
| D.5. Orografía que complica la conexión e influencia en el tráfico urbano con el Poniente. |
| D.6. Espacio residual en Corona Norte. |
| D.7. Falta de definición territorial y protección agrícola en Vega de Allá. |
| D.8. Estado de mantenimiento y falta de puesta en valor del río Andarax. |
| D.9. En Levante existe disgregación de núcleos y no integración con la ciudad. |
| D.10. Carencia de análisis de parámetros ecosistémicos en la ciudad. |

| AMENAZAS |
|--|
| A.1. Escasa política activa que ayuden a la rehabilitación integral del parque edificatorio. |
| A.2. Deterioro urbano en el casco histórico. Pérdida de población en los barrios centrales. |
| A.3. Degradación del patrimonio cultural. |
| A.4. Usos del suelo abusivos, imagen social y gestión de residuos en Vega de Allá. |
| A.5. Falta de existencia del concepto Bahía de Almería y dependencia de varios municipios |
| A.6. Excesivo uso de suelo para aparcamientos de vehículos privados. |

| FORTALEZAS |
|--|
| F.1. Parque edificatorio con modelo urbano compacto y heterogéneo en usos. |
| F.2. Valor patrimonial, tamaño accesible para peatón, clima y paisaje urbano del casco histórico. |
| F.3. Gran patrimonio cultural (Alcazaba, Catedral, San Cristóbal, Hospital Provincial, Museos...). |
| F.4. Puerto ciudad cercano al casco histórico y con gran superficie para dar solución a problemas. |
| F.5. Valor paisajístico, y etnográfico cercano al casco urbano en la Corona Norte. |
| F.7. Valor agrícola y cultural en Vega de Allá. |
| F.8. El río Andarax es un espacio natural y etnográfico de gran valor en conexión con municipios al norte. |
| F.9. La Bahía de Almería posee una identidad y valor intrínseco. |
| F.10. Consolidación urbana y poblacional y potencia económica de la comarca del poniente. |
| F.11. El Levante es motor de actividad agrícola y turística más investigación e innovación. |
| F.12. Grandes posibilidades de mejora con poca inversión en el área Norte. |

| OPORTUNIDADES |
|--|
| O.1. Rehabilitación integral urbana y edificatoria del parque edificatorio. |
| O.2. Plan Especial del Casco Histórico en la Oficina del Casco Histórico. |
| O.3. Plan director de la Alcazaba y estrategias de rehabilitación y usos de espacios culturales. |
| O.4. Proyecto Puerto-Ciudad como revitalizador del casco histórico y la ciudad. |
| O.5. Mejoras en equipamientos, instrumentos y uso todo el año en playas urbanas. |
| O.6. Recuperación de la Corona Norte como espacio [atalaya] para la ciudad. |
| O.7. Protección y puesta en valor de la potencialidad de la Vega de Allá. |
| O.8. Bahía de Almería como concepto turístico y de marca. |



Diagnóstico de Innovación y Smart City

INNOVACIÓN Y SMART CITY

1. INTRODUCCIÓN

La innovación es la aplicación del conocimiento generado al tejido productivo, y aún existen muchas oportunidades para potenciarla en Almería, a través del emprendimiento, las spin off, las start-up, la aceleración de empresas, etc. Hay que trabajar en una mejor integración en la ciudad del conocimiento y la innovación generados por el PITA, la UAL, la plataforma solar, otros organismos y las empresas privadas, especialmente en el sector de la agricultura intensiva.

Para ayudar en este cometido, se ha puesto en marcha el Vector de Innovación y Smart City, con el objetivo de detectar qué necesitan / demandan los ciudadanos de Almería en esta materia y proponer soluciones, especialmente de base tecnológica.

El-vector está dirigido por el Doctor en Robótica y Medalla de la Real Academia de Ingeniería de España, Ramón González Sánchez, y están representados en la misma, la Universidad de Almería, el PITA, Cámara de Comercio de Almería, Calar Alto, el espacio de coworking El Cable, el Área de Informática del Ayuntamiento, la Asociación Provincial de Empresas de Energías Renovables, el Centro Tecnológico TECNOVA, ASEMPAL, el Colegio de Abogados, el Colegio Aparejadores y Arquitectos Técnicos, la Plataforma Solar de Almería, empresarios tecnológicos e investigadores, entre otros.

Este grupo de trabajo se constituyó formalmente el 6 de junio de 2018, en una jornada donde se planteó la metodología de trabajo y se presentaron los integrantes y su primera visión sobre el estado de la innovación y la ciudad inteligente en Almería.

Posteriormente, el 13 de diciembre de 2018, se realizó una mesa de trabajo del grupo para presentar datos previos para el diagnóstico y empezar a seleccionar indicadores y diseñar la matriz D.A.F.O. del vector. El 4 de julio de 2019, el grupo se volvió a reunir en una mesa de trabajo para avanzar en el debate de visión estratégica y propuestas concretas del Vector.

Más allá del diagnóstico que se realice en esta mesa-vector, se tiene el objetivo de realizar una propuesta de acciones proponiendo soluciones en esta materia para Almería. A su vez, este vector tiene mucha relación con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con los que el Plan Estratégico de Almería está tan comprometido para transformar y mejorar el mundo donde vivimos. Concretamente, este vector está relacionado directamente con los siguientes ODS:

- ODS 7: Energía sostenible y no contaminante.
- ODS 9: Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12: Producción y consumo responsable.
- ODS 13: Acción por el clima.



“Hay que trabajar en una mejor integración en la ciudad del conocimiento y la innovación generados por el PITA, la UAL, la plataforma solar, Calar Alto y otros muchos organismos”

2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR

En este vector, se han unido los conceptos de innovación y smart city, porque van directamente entrelazados. De hecho, como se indica en el Libro Andalucía Smart, el concepto de Smart Cities o Ciudades Inteligentes se basa en tres principios: tecnología, sostenibilidad e innovación; y estos valores deben estar presentes en todos los agentes que participan en la definición y diseño de la ciudad: su ciudadanía, el gobierno municipal y las administraciones públicas, las empresas tecnológicas, las universidades, y en general, todas las instituciones y organizaciones que forman parte de este gran ecosistema Smart.

En este contexto, las políticas de innovación son uno de los ejes fundamentales de la Unión Europea para impulsar la competitividad de los diferentes sectores económicos de la UE. De hecho, la Unión por la innovación es una de las siete iniciativas emblemáticas de la Estrategia Europa 2020 para una economía inteligente, sostenible e integradora. Iniciada por la Comisión Europea en octubre de 2010, busca mejorar las condiciones y el acceso a la financiación para la investigación y la innovación en Europa, de manera que las ideas innovadoras puedan convertirse en productos y servicios que creen crecimiento y puestos de trabajo.

Como una de las iniciativas emblemáticas de Europa 2020, encaminada a garantizar la competitividad de Europa a escala mundial, Horizonte 2020 es el instrumento financiero que facilita la ejecución de la Unión por la innovación. Aunque es el octavo programa marco de la Unión (2014-2020) para la investigación, Horizonte 2020 es el primer programa que integra la investigación y la innovación.

La política de cohesión se centra también en la investigación y la innovación. En regiones más desarrolladas, por lo menos el 80 % de los recursos del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a escala nacional se asigna a la innovación, con las prioridades de una economía con bajas emisiones de carbono y unas pymes competitivas.

A fin de mejorar el acceso a créditos para proyectos de I+D y poner en marcha proyectos de demostración, la Comisión, en colaboración con el Grupo Banco Europeo de Inversiones (BEI y FEI), ha puesto en marcha una iniciativa conjunta en el marco de Horizonte 2020: «InnovFin – Financiación de la UE para los innovadores».

“Las políticas de innovación son uno de los ejes fundamentales de la Unión Europea para impulsar la

competitividad de los diferentes sectores económicos de la UE”

En el caso específico de las Smart Cities o Ciudades Inteligentes, la Unión Europea las considera como el motor de la nueva política industrial europea³¹, por lo que la Comisión Europea propuso, entre otras medidas, que cada Estado miembro llevara a cabo la formulación de las demandas y diseño de las estrategias para las ciudades inteligentes, así como dotarlas de los correspondientes recursos financieros públicos y abriéndolas estructuralmente a la asociación entre los sectores público y privado.

“La Unión Europea considera a las Smart Cities o Ciudades Inteligentes el motor de la nueva política industrial europea”

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|--------|---|--|
| Europa | Estrategia Europa 2020 | Comisión Europea |
| | Plan Estratégico Europeo de Investigación e Innovación 2016-2020. | Comisión Europea |
| | Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas (FEIE). | Comisión Europea |
| España | Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación | Ministerio de Economía, Industria y Competitividad |
| | Digital Startup Ecosystem Overview 2017. | Mobile World Capital. Barcelona |
| | Plan Nacional de Ciudades Inteligentes. | Ministerio de Industria, Energía y Turismo |
| | Plan Estratégico de Innovación y Desarrollo Tecnológico. Pesca y Acuicultura 2014-2020. | Secretaría General de Pesca |
| | Mapa Tecnológico “Ciudades Inteligentes”. (Año 2012). | Observatorio Tecnológico de la Energía |

³¹ Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «Las ciudades inteligentes como motor de una nueva política industrial europea». (2015/C 383/05).

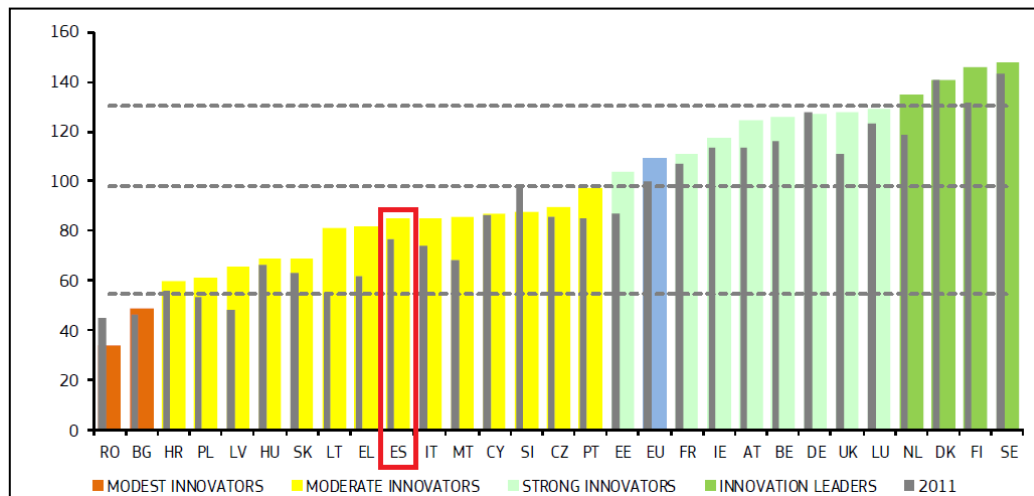
| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|-------------------|--|---|
| Andalucía | Estrategia de Innovación de Andalucía 2020. Ris3 Andalucía | Gobierno de la Junta de Andalucía. |
| | Plan de Acción Andalucía Smart 2020, de impulso al Desarrollo Inteligente de las Ciudades y Municipios de Andalucía. | Junta de Andalucía, Consejería de Empleo, Empresa y Comercio |
| | Propiedad Industrial en Andalucía. Monográfico 2017. | Agencia Andaluza del Conocimiento y Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA |
| | Libro Blanco Andalucía Smart para las Ciudades y Municipios de Andalucía. (Año 2017). | Junta de Andalucía, Consejería de Empleo, Empresa y Comercio |
| Andalucía (sigue) | Diagnóstico de la situación Smart de Andalucía. | Junta de Andalucía, Consejería de Empleo, Empresa y Comercio |
| | Plan de Acción Andalucía Smart 2020 | Junta de Andalucía, Consejería de Empleo, Empresa y Comercio |
| Almería (Ciudad) | Actuaciones Smart City Ejecutadas. (Año 2017). | Ayuntamiento de Almería |
| | PLAN DIRECTOR “SMART CAMPUS UAL” | Universidad de Almería |

Respecto al marco estratégico en innovación y smart city, y en el ámbito concreto de la innovación, según los indicadores que evalúan los sistemas de innovación de los Estados miembros de la UE (sistemas de investigación atractivos, entornos amigables con la innovación, impacto en el empleo, financiación y soporte...), España se encuentra dentro de los países de cola, en lo que se viene a llamar, innovadores moderados.

Las dimensiones de la innovación donde más destaca España son los recursos humanos y el entorno favorable a la innovación; mientras que las inversiones firmes es el aspecto más débil en nuestro país³².

“Respecto al marco estratégico en innovación y smart city, y en el ámbito concreto de la innovación, España se encuentra dentro de los países de cola, en lo que se viene a llamar, innovadores moderados”

³² European Innovation Scoreboard 2019



Resultados de los sistemas de innovación de los Estados miembros de la UE.

European Innovation Scoreboard. UE. 2019.

En el marco de las Smart Cities, las ciudades ocupan posiciones medias, como podemos comprobar en el ranking de la plataforma European Smart Cities, donde la mejor posición la ocupa la ciudad de Pamplona en el puesto número 41 de 70 ciudades europeas y su mejor puesto es el vigésimo segundo, en el ámbito de “economía inteligente”.

| Ranking | | | | | | | |
|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Stadt | Eco | Peo | Gov | Mob | Env | Liv | Total |
| LU Luxembourg | 1 | 2 | 13 | 6 | 25 | 6 | 1 |
| DK Aarhus | 4 | 1 | 6 | 9 | 20 | 12 | 2 |
| FI Turku | 16 | 8 | 2 | 21 | 11 | 9 | 3 |
| DK Aalborg | 17 | 4 | 4 | 11 | 28 | 11 | 4 |
| DK Odense | 15 | 3 | 5 | 5 | 50 | 17 | 5 |
| FI Tampere | 29 | 7 | 1 | 27 | 12 | 8 | 6 |
| FI Oulu | 25 | 6 | 3 | 28 | 14 | 19 | 7 |
| NL Eindhoven | 6 | 13 | 18 | 2 | 39 | 18 | 8 |
| AT Linz | 5 | 25 | 11 | 14 | 28 | 7 | 9 |
| AT Salzburg | 27 | 30 | 8 | 15 | 29 | 1 | 10 |
| UK Aberdeen | 10 | 28 | 42 | 42 | 67 | 35 | 39 |
| EE Tartu | 40 | 15 | 30 | 47 | 49 | 60 | 40 |
| ES Pamplona | 22 | 48 | 39 | 51 | 32 | 41 | 41 |
| CZ Plzen | 43 | 49 | 61 | 30 | 54 | 28 | 42 |
| ES Valladolid | 44 | 53 | 34 | 54 | 24 | 46 | 43 |
| CZ Usti Nad Labem | 54 | 51 | 55 | 23 | 55 | 36 | 44 |
| IT Trento | 20 | 57 | 24 | 65 | 30 | 48 | 45 |
| PT Coimbra | 52 | 63 | 54 | 49 | 16 | 37 | 46 |
| SK Nitra | 62 | 46 | 51 | 52 | 19 | 44 | 47 |
| PL Rzeszow | 69 | 19 | 53 | 41 | 58 | 50 | 48 |
| IT Trieste | 12 | 61 | 40 | 67 | 45 | 57 | 49 |
| ES Oviedo | 37 | 55 | 38 | 44 | 68 | 34 | 50 |

Europeansmartcities. (<http://www.smart-cities.eu>).

“En el marco de las Smart Cities, las ciudades españolas ocupan posiciones medias”

3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR

En este vector se han analizado temáticas que van desde tendencias en innovación a Smart cities, a redes y ecosistemas de innovación, pasando por diferentes indicadores tanto en innovación como en ciudades inteligentes.



Innovación:

- Redes y Ecosistemas de Innovación
- Referentes innovadores en Almería
- Indicadores de innovación



Smart City:

- Líneas de actuación Smart en Almería
- Indicadores Smart
- Tendencias Smart

3.1 INTRODUCCIÓN

Almería es una tierra de innovación, tal y como lo demuestra ser referente en agricultura intensiva y en transformación del mármol a nivel mundial.

Se puede decir que, en la historia reciente, Almería ha tenido dos grandes explosiones en su economía: minería y agricultura. La primera debida a las explotaciones mineras desde mediados del siglo XIX hasta el comienzo de la Guerra Civil. Esta época tuvo como principal foco Sierra Almagrera, en el término de Cuevas de Almanzora, donde en 1839 se produciría el descubrimiento del filón de plomo argentífero del Jaroso. La minería trajo prosperidad a Almería, con más de 30.000 puestos de trabajo directos y además significó la llegada del ferrocarril. Buen ejemplo, de esta gloriosa etapa es el cargadero de mineral conocido popularmente como “Cable Inglés” en las cercanías del Puerto de Almería.

En paralelo a esta gloriosa época minera, la economía de Almería también disfruta de otro gran motor como es la uva, “uva de Ohanes”, la cual se exportó a casi todo el planeta. A consecuencia de esta bonanza económica surge la Plaza de Toros, el Círculo Mercantil, el Mercado de Abastos, el edificio del Ayuntamiento en la Plaza Vieja y los teatros Cervantes y Apolo.

“La innovación ha hecho que Almería sea hoy en día un referente en agricultura intensiva y en transformación del mármol a nivel mundial”

La década de 1970 supone el declive definitivo de la minería y la exportación de la uva para Almería. En esta época, el Instituto Nacional de Colonización dependiente del Ministerio de Agricultura comienza a probar una nueva forma de plantar verduras en el poniente almeriense. Hasta entonces el enarenado en los cultivos a campo abierto supuso una ventaja frente a la plantación tradicional. En 1970 se crean los primeros invernaderos tipo parral y la producción de verduras se incrementa de forma exponencial.

La innovación en el campo de los invernaderos no queda ahí, la primera innovación fue en la estructura de la cubierta y después, el riego por goteo a principios de la década de 1980. En la década de 1990, aparece el cultivo sin suelo, el uso de abejorros polinizadores, y el cabezal automatizado de riego. A principio del siglo XXI se aplica el control climático automatizado y la lucha integrada.

La otra gran fuente de innovación en Almería es el mármol. Si bien su modelo inicial era simplemente extractivo a finales de los años 1970 se pasó a un modelo de base manufacturera. Esto implica la creación de toda una nueva industria para manipular, tratar y modificar el producto en bruto que se obtiene de las canteras. Por lo tanto, se añade valor al producto inicial. Una de las estrellas de esta transformación es el producto Silestone® inventado por la empresa Cosentino.

3.2 TENDENCIAS EN TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN A NIVEL GLOBAL

La sociedad actual está viviendo una transformación de base tecnológica y social cuya principal causa es el crecimiento exponencial de datos que hay disponibles. Las organizaciones se encuentran ante el reto de capturar, transformar, analizar y almacenar datos con sistemas tradicionales que no son capaces de resolver esta nueva problemática adecuadamente. Este nuevo escenario lleno de retos ha encontrado soluciones en la tecnología de Big Data (disciplina que se dedica al almacenamiento, procesamiento y análisis de grandes volúmenes de datos que se originan frecuentemente de fuentes diversas, utilizando metodologías y herramientas, para apoyar la toma de decisiones).

En la base de toda esta innovación está la Inteligencia Artificial (IA). La Inteligencia Artificial permite predecir tendencias en los datos utilizados por las técnicas de Big Data o permite controlar de forma efectiva máquinas. Más concretamente, la Inteligencia Artificial se puede implementar de dos formas, primero como un conjunto de reglas que un sistema informático o electromecánico tiene que cumplir para actuar de forma autónoma y dependiendo de las lecturas ofrecidas por sensores electromecánicos. La IA también puede implementarse a través de sistemas basados en “machine learning” capaces de “aprender” y generalizar resultados buen ejemplo de ello son las redes neuronales artificiales.

También la robótica constituye una tecnología bien consolidada y tras años de investigación ha comenzado a estar presente no sólo en las fábricas, donde cuenta con

muchos años de experiencia, sino también en las labores más cotidianas. Buen ejemplo de ello es la proliferación de robots en el sector servicios (robots sociales, robots guías de museos, robots en agricultura, etc.).

Otra tecnología que cuenta con una gran popularidad actualmente es el Internet de las cosas (IoT), que permite conectar objetos cotidianos a Internet. La conexión del mundo físico con Internet ofrece una vía para la recogida de cualquier tipo de dato, el uso de los mismos para la mejora de la eficiencia y productividad en multitud de campos o bien simplemente para ofrecer nuevos servicios a los consumidores. Esta explosión del Internet de las Cosas se debe en gran medida a la disminución de los costes de sistemas basados en microprocesador, las comunicaciones, y los sensores.

Otras tecnologías que gozan de una gran popularidad actualmente son los sistemas de iluminación LED inteligentes. Estos sistemas de iluminación permiten un ahorro considerable de energía gracias al uso de sensores que detectan presencia de manera que permiten regular la intensidad de la luz en función de la misma. Los Sistemas de Información Geográfica o SIG también están siendo muy utilizados como una herramienta fundamental para ordenar, clasificar y planificar sobre la ciudad.

“La sociedad actual está viviendo una transformación de base tecnológica y social cuya principal causa es el crecimiento exponencial de datos que hay disponibles”

3.3 INNOVACIÓN. PUNTO DE PARTIDA

El éxito de las ciudades para atraer inversores depende de una mezcla de factores entre los que destaca la organización de eventos tecnológicos, inversión de capitales de riesgo, presencia de compañías tecnológicas, nivel de aceptación por parte de los ciudadanos y el gobierno local, favorecer las oportunidades de empresarios innovadores, la calidad del ecosistema empresarial, el acceso al capital...

“Unas ciudades tienen más éxito que otras en materia de atracción de empresas, talento e innovación por una mezcla de factores, entre los que se encuentran mayores incentivos, referentes tecnológicos y oportunidades al emprendimiento y a la inversión”

Por tanto, la respuesta se puede encontrar analizando los incentivos y las oportunidades que ofrece una ciudad y si la calidad del entorno anima a una empresa a comenzar la innovación:

- Fuentes de financiación:
 - Acceso al patrocinio del gobierno-fondos europeos, capacidad de promover ideas participando en eventos locales, iniciativas públicas, formando parte de organizaciones que promueven la innovación y la tecnología.
 - Fondos de inversión privados: inversión en capital-riesgo.

- Acceso a talento: número suficiente de especialistas, instalaciones educativas, capacidad de atracción del talento.
- Otros motivos: calidad de vida, ecosistema empresarial, posicionamiento, imagen de marca.

Como ejemplo de ciudades innovadoras en España destacan Madrid y Barcelona, que, según el MWCcapital report, se encuentran entre los principales hubs de Europa:

1. Londres
2. París
3. Berlín
4. Amsterdam
- 5. Madrid**
- 6. Barcelona**
7. Estocolmo
8. Dublín
9. Helsinki
10. Copenhague

Tanto Barcelona como Madrid son grandes ciudades que cuentan con diferentes factores que las convierten en atractivas para grandes corporaciones: calidad de vida, cantidad de talento, ecosistema de startup, etc. Pero también podemos mencionar otras ciudades similares a Almería, incluso más pequeñas, que han conseguido destacar en el proceso de innovación.

Por ejemplo, Granada, que con la marca onGranada Tech City representa a la Asociación Clúster Granada Plaza Tecnológica y Biotecnológica, una iniciativa de la Confederación Granadina de Empresarios (CGE) que, cinco años después de su fundación, se ha convertido en la mayor organización empresarial de economía digital y el mayor clúster tecnológico y biotecnológico de Andalucía.

También destacar a Alcobendas, donde con la iniciativa HUB Madrid Living Business, puesta en marcha por el ayuntamiento en colaboración con la Asociación de Empresarios de Alcobendas (AICA), ha establecido un servicio de asesoramiento e infraestructuras integral tanto para las empresas que se instalen en Alcobendas como para sus propios empleados. Una ciudad que cuenta ya con más de 15.000 empresas instaladas, más de 500 multinacionales, poco más de un 9% de paro y 105.000 afiliados a la Seguridad Social de los 115.000 habitantes con los que cuenta. Además, es la tercera ciudad de España con más multinacionales y la segunda en facturación y empleo generado por este tipo de empresas.

A este respecto, hay que indicar que existe una débil transferencia de conocimiento y tecnologías desde los centros de investigación a las empresas de desarrollo y explotación en Almería. Se han creado algunos medios a través de los cuales divulgar los descubrimientos realizados en Almería. Así, la plataforma web BrújulaUAL facilita el

acceso a las publicaciones de los investigadores y profesores de la UAL. Además, existe una convocatoria de la Universidad cuyo objetivo es acercarse a las PYMES mediante proyectos de colaboración, ya que las grandes empresas ya se relacionan con la misma. Por otro lado, eventos como Infoagro Exhibition, permiten el intercambio de conocimientos e innovaciones sobre la industria agrícola entre los profesionales del sector. Además, existe una plataforma de divulgación científica conocida como Almería Conciencia, cuya finalidad es la difusión de eventos organizados por asociaciones o empresas en la provincia.

En definitiva, Almería tiene la capacidad de convertirse en un Hub de Innovación y potenciar su papel de centralidad, posicionarse como área del conocimiento y de la transferencia de la provincia de Almería. Especialmente con la innovación basada en dos pilares y modelos de negocio: agricultura intensiva y mármol, aunque también existen otros sectores muy pujantes como las energías renovables (no podemos olvidar la presencia de la Plataforma Solar de Almería (PSA), perteneciente al Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Tecnológicas (CIEMAT), que es el mayor centro de investigación, desarrollo y ensayos de Europa dedicado a las tecnologías solares de concentración.

Para eso será necesario impulsar la cuádruple hélice de innovación, estimulando alianzas entre la Administración, la Empresa Privada, la Universidad (y otras áreas de conocimiento) y la sociedad civil almeriense.

“Almería tiene la capacidad de convertirse en un Hub de Innovación y potenciar su papel de centralidad, posicionarse como área del conocimiento y de la transferencia de la provincia de Almería”

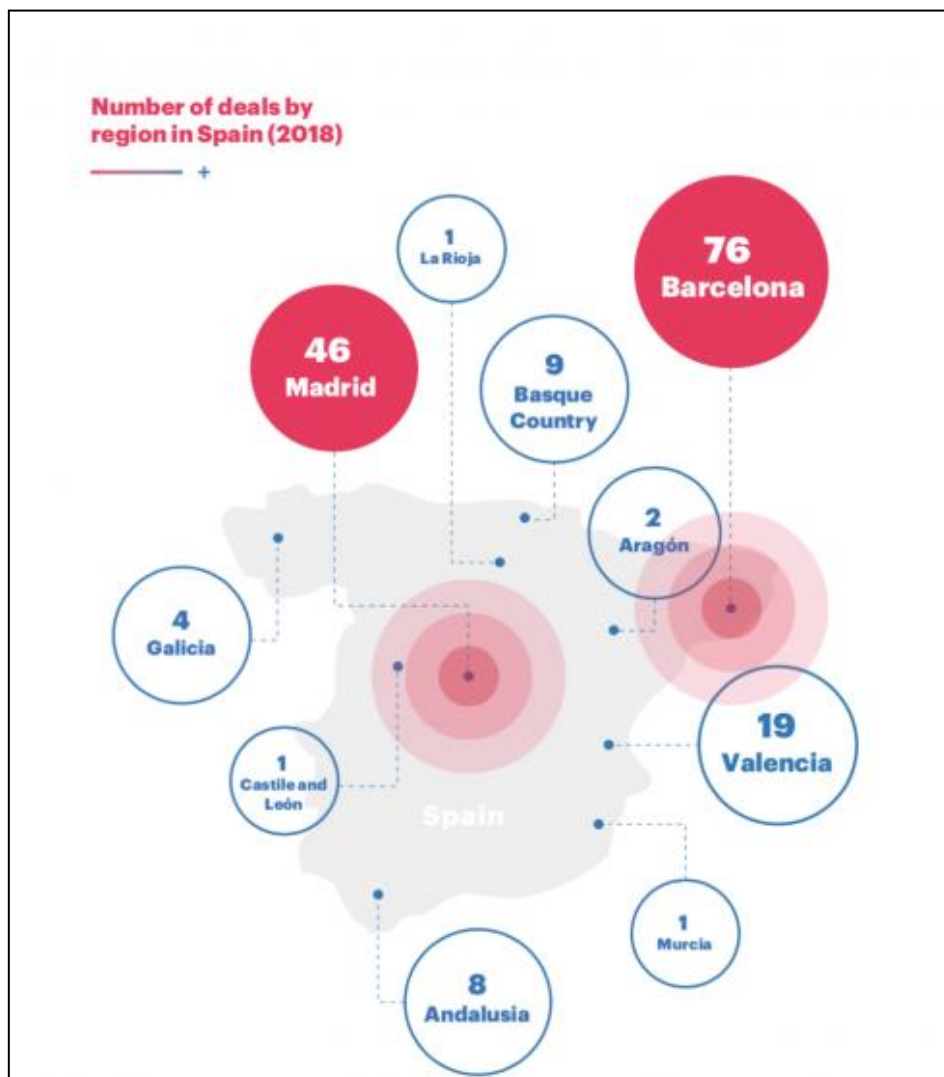
3.4 REDES DE INNOVACIÓN

En España existen diversas redes de innovación y en el ámbito de las ciudades inteligentes, contempladas en diferentes formas, como foros, clústeres, plataformas, sociedades, grupos de trabajo, entre otras formas.

A continuación, se exponen algunos ejemplos de hubs de innovación existentes en España. Los hubs de innovación son espacios en los que los emprendedores trabajan juntos, establecen colaboraciones y acaban generando sinergias, formando una comunidad que les permite avanzar en sus respectivos proyectos. Se trata de un espacio diseñado para que estos emprendedores acudan a trabajar a un lugar diferente e interactúen con el resto de usuarios.

Según el MWCcapital report, los 10 principales hubs de Europa según número de startups son Londres, París, Berlín, Amsterdam, **Madrid, Barcelona**, Estocolmo, Dublín, Helsinki y Copenhague, ocupando Madrid y Barcelona el 5º y 6º lugar respectivamente.

En el mapa adjunto se muestran los hubs existentes en las diferentes Comunidades Autónomas y ciudades de España. Como se puede observar, Barcelona y Madrid son las ciudades que cuentan con mayor número de hubs en el país.



MWCapital report.

- **Madrid**

A continuación, se recogen los 5 hubs que vertebran la innovación en Madrid, según la publicación de Business Insider, medio digital estadounidense de noticias financieras y empresariales.

- **Campus Madrid by Google for Startups**

Este hub se localiza en el barrio Imperial (zona Madrid Río), cuyo impulsor es Google. Se trata de una zona de coworking gratuita para cualquier usuario y otra área reservada a las startups seleccionadas en alguno de los programas de aceleración o mentoring de la propia Google o de partners como Tetuán Valley.

El Madrid Campus abrió sus puertas en junio de 2015, desde entonces su capital a ascendido hasta los 113 millones de euros.



- **Silicon Alley**

Localizado en el distrito de San Blas-Canillejas e impulsado por la Asociación Empresarial Silicon Alley Madrid, nos encontramos ante una iniciativa que pretende configurar todo un barrio de la innovación en el este de la ciudad. De esta manera, alrededor de 200 empresas del sector digital están instaladas en este distrito.



○ **Impact Hub**

Este hub tiene múltiples localizaciones en la ciudad de Madrid, concretamente en el Barrio de las Letras (2.500 m² con patio central), Atocha (300 m²), Chueca (con cinco plantas), Barceló o la zona financiera de AZCA.

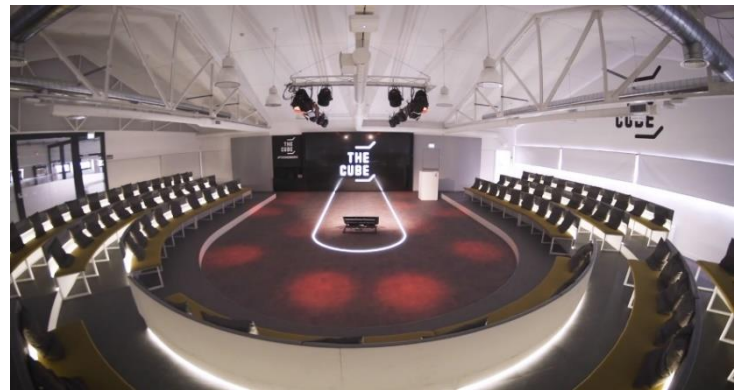
Estos espacios localizados por diferentes barrios de la ciudad están dedicados al emprendimiento y el networking de nuevos proyectos en Madrid.



○ **TheCube**

En este hub conviven emprendedores noveles, investigadores y aficionados al mundo tecnológico junto a multinacionales y aficionados a las tecnologías junto a multinacionales norteamericanas y fondos de capital riesgo.

TheCube es la sede de Uber en España, así como de Unlimiteck, el company builder que, además de poner en marcha TheCube Madrid ha creado otras startups como MIOTI, Metiora, Calridae y Junntar.



○ **Viveros municipales y La N@ve**

En este caso, los hubs están localizados en numerosos barrios humildes de Madrid, tales como Carabanchel, Moratalaz, San Blas, Puente de Vallecas, Vicálvaro y Villa Verde. El objetivo de estos viveros de empresas es dotar a las startups locales de un espacio donde crecer con soporte municipal, así como revitalizar áreas degradadas de la urbe.

Un ejemplo a destacar, es el de La N@ve ubicado en Villaverde, se trata de un espacio de 13.000 m² donde se localizan numerosas startups y proyectos emprendedores, que, además, sirve como sede de importantes eventos internacionales como el South Summit.



• **Barcelona**

En la ciudad condal se encuentra **Barcelona Tech City**, una asociación privada sin ánimo de lucro, abierta al conjunto del ecosistema tecnológico local e internacional que tiene como misión posicionar a Barcelona como uno de los principales hubs tecnológicos internacionales.

Este proyecto impulsado por emprendedores locales, actualmente representan a más de 800 empresas.



Uno de los últimos hubs tecnológicos que ha inaugurado Barcelona Tech City es el **Pier03**, dando cabida a un espacio especializado en tecnología blockchain, además de acoger a otras startups y empresas del ecosistema, así como a la sede del proyecto pionero Barcelona Civic Tech House.

Otros ejemplos de hubs en innovación relevantes han tenido lugar en las ciudades de Alcobendas y Granada.

- **Alcobendas**

Alcobendas es una de las ciudades con mejor calidad de vida y localizada a tan solo 10 minutos de Madrid, lo que la hace una ciudad atractiva para el establecimiento de empresas.

Cabe destacar que, el Ayuntamiento de Alcobendas en colaboración con la Asociación de Empresarios de Alcobendas (AICA) impusieron el hub **Alcobendas HUB Madrid Living Business**, el cual cuenta con las aportaciones y la implicación de grandes empresas y de todos los sectores sociales, educativos, deportivos y culturales de la ciudad.

A continuación, se muestra la metodología diseñada por Living Business para ayudar a las empresas y personas desde su idea inicial hasta su instalación en Alcobendas.



- **Granada**

Desde el 22 de marzo de 2017, la ciudad de Granada recibió el nombramiento de “Ciudad de la Ciencia y la Innovación”, otorgado por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

En esta ciudad tiene su origen el clúster onGranada Tech City, el cual ha sido reconocido e incluido en el catálogo de los Digital Innovation Hub europeos. Su objetivo es aumentar la competitividad de la industria a través de las tecnologías digitales y alcanzar el máximo reconocimiento europeo a los sistemas innovadores.



La calificación de onGranada como Digital Innovation Hub debe considerarse un reconocimiento al esfuerzo de modernización, innovación, promoción y dinamización del sector que la organización está llevando a cabo a través de su Plan Estratégico como nuevo sistema de impulso y acompañamiento a la innovación en Industria 4.0 y economía Digital.

onGranada es a la fecha el mayor Clúster y organización empresarial en el sector tecnológico y biotecnológico e industria de la economía digital, representando más de

un 45% de la facturación del sector en Andalucía y más de un 52% del empleo del sector en la región.

En el siguiente listado se aglutina el conjunto de redes de innovación Smart City más importantes de España.

- AndalucíaOpenFuture. Iniciativa de apoyo al emprendimiento basado en la innovación impulsada por la Junta de Andalucía y Telefónica. El Cubo (Sevilla), La Farola (Málaga), El Cable (Almería), El Patio (Córdoba). <https://andalucia.openfuture.org>.
- AndalucíaSmart. Estrategia diseñada por el gobierno andaluz para apoyar el desarrollo inteligente de sus ciudades y municipios. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/empleoempresaycomercio/areas/tic-telecomunicaciones/estrategia-smart.html>.
- Asociación para la Innovación Europea sobre Ciudades y Comunidades Inteligentes (EIP-SCC). https://ec.europa.eu/info/eu-regional-and-urban-development/topics/cities-and-urban-development/city-initiatives/smart-cities_en#european-innovation-partnership-on-smart-cities-and-communities
- Clúster CitizeM Murcia. <http://clustercitizem.com>.
- Clúster Andalucía Smart City. <http://www.andaluciasmartcity.com>.
- Instituto de Smart Cities de la Universidad Pública de Navarra. <https://www.unavarra.es/isc>.
- Clúster Smart Places: hacia el municipio del futuro. <https://www.esmartcity.es/comunicaciones/comunicacion-caso-exito-cluster-smart-places-hacia-municipio-del-futuro>.
- ICI, Grupo de Interplataformas de Ciudades Inteligentes. <http://www.gici.eu>.
- GreenCities. Foro de Inteligencia y Sostenibilidad Urbana, del Ayuntamiento de Málaga. <http://greencities.malaga.eu>.
- Grupo de Innovación de Ciudades Inteligentes de la Plataforma Tecnológica Española de Materiales Avanzados y Nanomateriales. <http://materplat.org>.
- OnGranada Tech City de la Asociación Clúster Granada Plaza Tecnológica y Biotecnológica. <https://www.ongranada.com/>.
- PlanetiC, Plataforma tecnológica española para la adopción y difusión de las tecnologías electrónicas, de la información y la comunicación. <http://www.planetic.es>.
- Plataforma Tecnológica de la Domótica y las Ciudades Inteligentes. <http://smartlivingplat.com>.
- Red Española de Ciudades Inteligentes. <http://www.redciudadesinteligentes.es>.

- Red de Agentes para el Desarrollo Inteligente de Andalucía. <https://radia.info>.
- Red de Excelencia en Smart Cities, CI-RTI (TIN2016-81766-REDT) coordinada por la Universidad de Málaga. <http://cirti.es>.
- Red de Iniciativas Urbanas. <http://www.rediniciativasurbanas.es>.

“En España existen diversas redes de innovación en el ámbito de las ciudades inteligentes, contempladas en diferentes formas, como foros, clústeres, plataformas, sociedades, grupos de trabajo, entre otras formas”

3.5 EL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN EN LA CIUDAD DE ALMERÍA

Conforme al modelo de cuádruple hélice de innovación, la empresa privada es uno de los pilares de la innovación, puesto que son las que están en contacto directo con los clientes y usuarios y conocen de primera mano sus necesidades. A partir de ahí, las empresas necesitan implementar proyectos I+D para incrementar su ventaja competitiva a la hora de dar respuesta a las necesidades de sus clientes y usuarios. Estos proyectos I+D deben contar con el apoyo de las administraciones públicas. Es aquí cuando el Ayuntamiento de Almería y otras entidades públicas como Agencia IDEA juegan un papel fundamental.

Otro elemento fundamental de la innovación es el conocimiento, agentes con la experiencia suficiente como para llevar a cabo esos proyectos I+D. En este sentido, el Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA), la Universidad de Almería y otros centros de investigación de la provincia de Almería como la Plataforma Solar de Almería y el Observatorio de Calar Alto, entre otros, deben jugar roles protagonistas. También es importante sumar a este ecosistema de la innovación en Almería a las incubadoras y los espacios de co-working, pues son espacios repletos de talento y creatividad, así como a la sociedad civil a través de los colegios profesionales, asociaciones, etc., puesto que su aportación es muy necesaria y positiva.



*Principales agentes involucrados con la innovación en la ciudad de Almería
Ayuntamiento de Almería.*

“El Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA), la Universidad de Almería y otros centros de investigación de la provincia de Almería como la Plataforma Solar de Almería y el Observatorio de Calar Alto, entre otros, deben jugar roles protagonistas en el posicionamiento de Almería como provincia innovadora”

3.6 PRINCIPALES REFERENTES DE INNOVACIÓN EN ALMERÍA³³

Almería, al igual que otros territorios de Andalucía posee un Espacio Tecnológico, de referencia en el territorio, en el caso de Almería es el Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA).

El PITA nace con el objetivo primordial de ser un instrumento para el desarrollo económico de la provincia y de sus sectores prioritarios, con el impulso de la transferencia del conocimiento y la consiguiente implantación de nuevas tecnologías que faciliten la innovación continua. Está vinculado de forma prioritaria al desarrollo del sector agrícola y a otras actividades como las tecnologías de los alimentos, el medio ambiente y a las energías renovables.

Posee dos enclaves con una gestión única: uno de carácter más científico, en pleno Campus universitario, además de la gran tecnópolis situada cerca del anterior y del Aeropuerto, concretamente junto a un nudo de la Autovía del Mediterráneo.

El PITA se caracteriza por mantener desde su creación una relación muy estrecha con la Universidad de Almería, que es socia fundadora de la empresa, y con centros de

³³ Fuente: EDUSI Almería Abierta

investigación y tecnológicos públicos y privados. El PITA pretende ser, con su tecnópolis y su Sede Científica, el gran centro de negocios de Almería para el Mediterráneo en un entorno privilegiado dotado de las mejores redes, bien comunicado y con el respaldo de todos los servicios que un Parque Científico-Tecnológico garantiza.

Entre los principales servicios que ofrece se encuentra:

- Análisis de necesidades previo a la instalación
- Equipate (posibilidad de alquilar el mobiliario para la oficina)
- Gestión relacional (búsqueda de clientes, proveedores, socios tecnológicos)
- Asesoramiento y tramitación de ayudas e incentivos
- Servicios de innovación y transferencia de la tecnología
- Formación a medida y especializada
- Apoyo y asesoramiento en comunicación y organización de eventos

En este contexto, se realizó un informe para conocer el impacto que puede generar el PITA a pleno rendimiento. Así, el estudio realizado por Analistas Económicos de Andalucía (AEA), confirma las positivas expectativas económicas, de dinamización empresarial y de empleo que la puesta en marcha del Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA) tendrá en la provincia almeriense. (<https://goo.gl/Uh4TUC>).

Entre las principales conclusiones del informe, se señala que el PITA, cuando esté con plena ocupación, generará una actividad económica de casi 1.000 millones de euros y dará empleo a más de 12.400 personas. Asimismo, estima que el Parque generará el 4,7% del valor añadido bruto de la provincia y el 4,2% del empleo de Almería.

El estudio ha tenido como objetivo determinar la aportación económica y social que la puesta en marcha del PITA, y su posterior desarrollo, tendrá sobre la economía de Almería y su entorno. El informe se divide en dos bloques:

- En el primero de ellos se caracterizan los grupos económicos más representativos y con mayor posibilidad de desarrollo, de innovación y de investigación.
- El segundo de los bloques determina el impacto socioeconómico generado por la implantación y el desarrollo del PITA sobre su entorno, así como los resultados de una encuesta acerca de la percepción de las empresas almerienses sobre el Parque.

En cuanto a la primera parte, el estudio destaca el valor añadido que tendrá el PITA en el ámbito del desarrollo regional al simbolizar la esencia del proceso de innovación, así como al permitir la vinculación entre investigación básica y experimental, universidad y empresas, y al integrar oferta y demanda tecnológica. En este sentido, el informe estima que los sectores más dinámicos a nivel provincial y con mayor posibilidad de desarrollo e innovación serán el sector agroalimentario (y dentro de éste la horticultura), la industria del mármol, las energías renovables y el turismo, que serán los ejes esenciales para el futuro desarrollo de la provincia de Almería y de elevada creación de valor.

Asimismo, el informe señala la importancia que en Almería tendrán otras actividades innovadoras como los servicios avanzados auxiliares a las empresas, las tecnologías vinculadas a la agricultura y el medioambiente, la sociedad de la información o la

biotecnología agraria. La investigación determina que la construcción del PITA en Almería incide notablemente en el potencial crecimiento del conjunto de la provincia, generando una serie de sinergias con su entorno.

La segunda parte del informe recoge los principales datos del impacto socioeconómico del PITA. En este sentido, el estudio estima que la inversión en el PITA, tanto privada como pública, ascenderá a casi 400 millones de euros durante el período 2007-2018. En este mismo período, se estima que el impacto total (directo e indirecto) sobre la producción generada por esta inversión será de unos 678 millones. En cuanto al empleo, el estudio determina que serán necesarios 8.000 puestos de trabajo para acometer dicha inversión. Se estima que el valor añadido bruto provincial (VAB) generado por las inversiones en el Parque ascenderá a 246,9 millones de euros durante el período de inversión.

Por su parte, tras analizar el impacto económico generado por la inversión que se realice en el PITA, el informe estima que el Parque, cuando esté totalmente ocupado, contará con unas 255 empresas (actualmente hay instaladas 78 empresas) y será capaz de generar una actividad económica de más de 973 millones de euros, lo que supone un 4,7% del VAB (Valor Añadido Bruto) de la provincia de Almería (concretamente 533,8 millones). En cuanto al empleo, serán necesarios más de 12.000 puestos de trabajo para cubrir los niveles de producción generados por el PITA, lo que supone un 4,2% del empleo provincial.

Las principales ramas en las que se concentra este impacto económico de la actividad total del Parque, en términos de VAB, han sido las relacionadas con el sector servicios, y más concretamente con las actividades inmobiliarias y servicios empresariales avanzados, seguidas de las actividades sanitarias y veterinarias, y de la rama de transportes y comunicaciones.

“El Parque Científico Tecnológico de Almería (PITA) es uno de los principales referentes de innovación de la provincia, tanto en impacto económico en la provincia, como en atracción de empresas y generación de empleo”

Además del PITA, la Universidad de Almería (Patrono del PITA) es otro de los referentes de la Innovación en Almería. Sin ser una de las principales universidades andaluzas, por su juventud, si está muy especializada en la innovación en el Sector Agroalimentaria y de Energía solar, es de destacar, que Andalucía es líder mundial en algunas de las áreas de energías renovables como la energía solar, la eólica, la biomasa y los biocombustibles. En este sentido, dispone de centros de investigación de referencia en esta materia como la Plataforma Solar de Almería (PSA) y las instalaciones de investigación y ensayos en energía solar de concentración y biomasa que el Centro Tecnológico Avanzado de Energías Renovables (CTAER) tiene en Tabernas (Almería) y en Mengíbar (Jaén); así como la Plataforma Sanlúcar en Sanlúcar la Mayor (Sevilla).

Por otro lado, el Ayuntamiento fomenta el impulso e implantación de empresas Innovadoras a través del proyecto “El Cable”, situado en el Centro de Iniciativas Empresariales financiado a través del URBAN DE ALMERÍA. El objetivo del proyecto es facilitar todas las herramientas y servicios a los emprendedores para que sus startups crezcan y se hagan competitivas en el mercado.

“A pesar de su juventud, la Universidad de Almería es otro de los referentes de la Innovación en Almería, estando muy especializada en la innovación en el Sector Agroalimentaria y de Energía solar”

3.7 CONSENTINO. REFERENTE DE INNOVACIÓN

El Grupo Cosentino es un referente en innovación, no sólo en la invención de productos revolucionarios sino en la fabricación, logística y comercialización. Una empresa que en los 80 amplió su actividad comercial a distintos puntos de la geografía española y europea y también decidieron emprender una estrategia de diversificación y expansión internacional a través de la investigación e innovación, una apuesta que tiene un primer hito con la construcción de una revolucionaria planta industrial donde se empezó a fabricar en 1990 Silestone, que cinco años después había revolucionado su mercado. Actualmente el Grupo Cosentino tiene una presencia propia en 29 países, sus productos se comercializan en 114 países y cuenta en sus filas con más de 4.000 empleados (2070 en España).

Según su Informe de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de 2017, Cosentino sigue apostando por la innovación (ODS 9) como palanca esencial para el desarrollo sostenible. En el ejercicio 2017, la inversión en I+D+i se ha incrementado un 30% con respecto a la inversión de 2016, hasta alcanzar los 22,5 millones de euros³⁴. A continuación, se exponen los principales proyectos puestos en marcha por Cosentino en materia de innovación:

³⁴ En 2014 la inversión en I+D era de más de 7 millones de euros, en 2016 se había duplicado hasta los 15,8 millones y en 2017 ascendió a 22,5 millones de euros.

I+D+i

Proyectos cofinanciados por FEDER en el marco del programa operativo de crecimiento inteligente 2014-2020:



- “Investigación y Desarrollo de Nuevas Tecnologías para la Evolución de los Aglomerados de Cuarzo” con IDI-20150453.
- “Nueva Tecnología y Formulaciones en Dekton para el Desarrollo de Nuevos Efectos, Propiedades y Productos Avanzados” con IDI-20151025.
- “Silestone® Mixing and Shaping” con IDI-20170609.
- “Sistemas de decoración avanzados Dekton” con IDI-20170606
- “Nuevas propiedades en materiales a través de tecnología de generación, aplicación e integración de capas superficiales funcionalizadas” con IDI-20170619.

Proyectos cofinanciados por FEDER en el marco del programa operativo de I+D+i por y para el beneficio de las empresas – Fondo tecnológico 2007-2013

- “Investigación y desarrollo de nuevas tecnologías para la transformación digital en superficies innovadoras” con IDI-20170113.
- “Silestone Simulation System” con IDI-20170138.
- “Desarrollo de altas prestaciones técnicas y aplicaciones especiales Dekton” con IDI-20170137.
- “Nuevas inversiones para la evolución y transformación de los aglomerados de cuarzo” con referencia LICA-20160026

www.cosentino.com.

“El Grupo Cosentino es uno de los principales referentes de innovación en Almería, gracias al emprendimiento de una estrategia de diversificación y expansión internacional a través de la investigación e innovación, que tiene como principal producto la fabricación de Silestone, que revoluciona el mercado”

Eficiencia Energética

Proyectos Cofinanciados Por FEDER en el Marco del Programa Operativo de Crecimiento Inteligente 2014-2020:



- “Mejora de la eficiencia energética en el proceso de calibrado y pulido en la línea 1 de la planta de Silestone I” con referencia 265.
- “Mejora de la eficiencia energética en el proceso de calibrado y pulido en la línea 2 de la planta de Silestone” con referencia 266.

Proyectos Cofinanciados por Feder en el Marco del Programa Operativo de Desarrollo Sostenible 2014-2020:

- “Recuperación de calor en la planta de Cantoria de COSENTINO S.A.U.” con referencia FN-PGESI-2017-000542.
- “Mejora de la eficiencia energética en equipos auxiliares e iluminación” con referencia FN-PGESI-2017-000779.

www.cosentino.com.

Inversión

"Fabricación de materiales especiales para arquitectura y decoración: Industrialización de nuevas tecnologías de producción, nuevas instalaciones logísticas y servicios de apoyo industrial" con referencia AL/0733/P08.



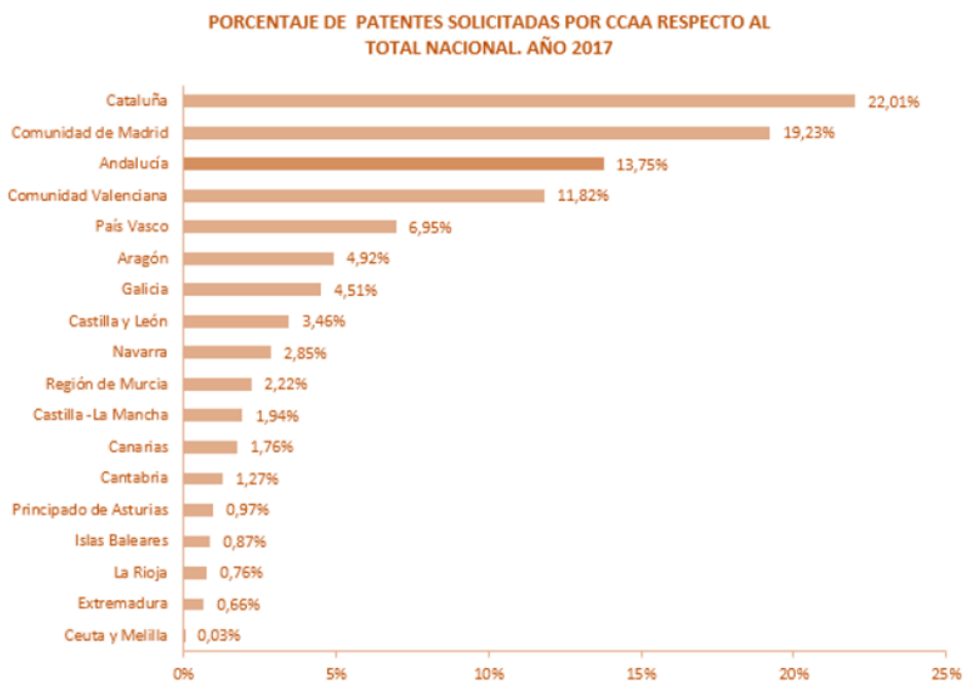
www.cosentino.com.

3.8 INDICADORES DE INNOVACIÓN EN LA CIUDAD DE ALMERÍA

Dentro de los indicadores que destacan en materia de innovación, se encuentran la solicitud de patentes³⁵ de propiedad intelectual. En este contexto, en Andalucía, las patentes solicitadas en 2017 alcanzaron el valor de 540 observándose un decrecimiento del 20,47% respecto al año anterior. A nivel nacional, el número de solicitudes de patentes descendió un 7,85% respecto de 2016.

A nivel regional, Andalucía está en tercer lugar dentro del ranking autonómico en solicitud de Patentes (tras Cataluña y la Comunidad de Madrid), representando el 13,75% sobre el total nacional.

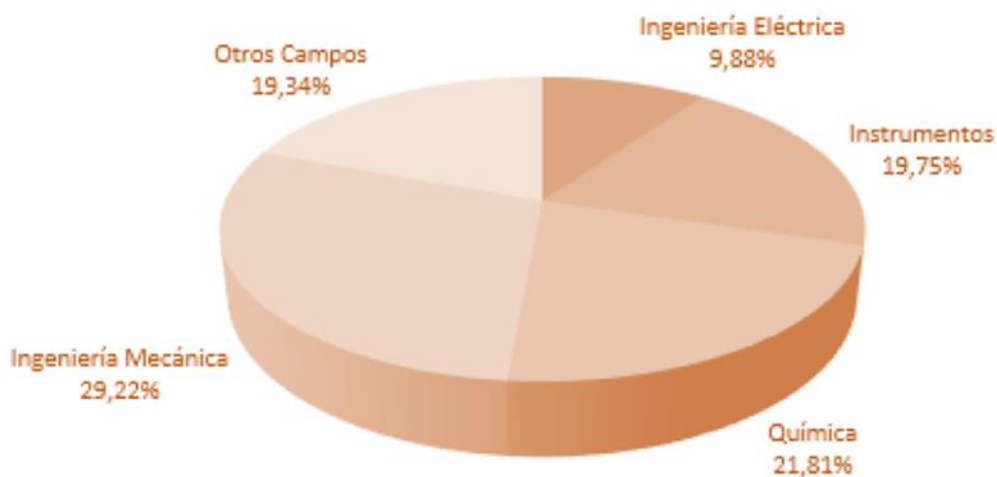
Por otro lado, los campos más representativos en Andalucía durante 2017 teniendo en consideración la distribución por sectores técnicos de la Clasificación Internacional de Patentes (CIP) fueron “Ingeniería Mecánica”, “Química”, e “Instrumentos” con unos porcentajes del 29,22%, 21,81% y 19,75% respectivamente.



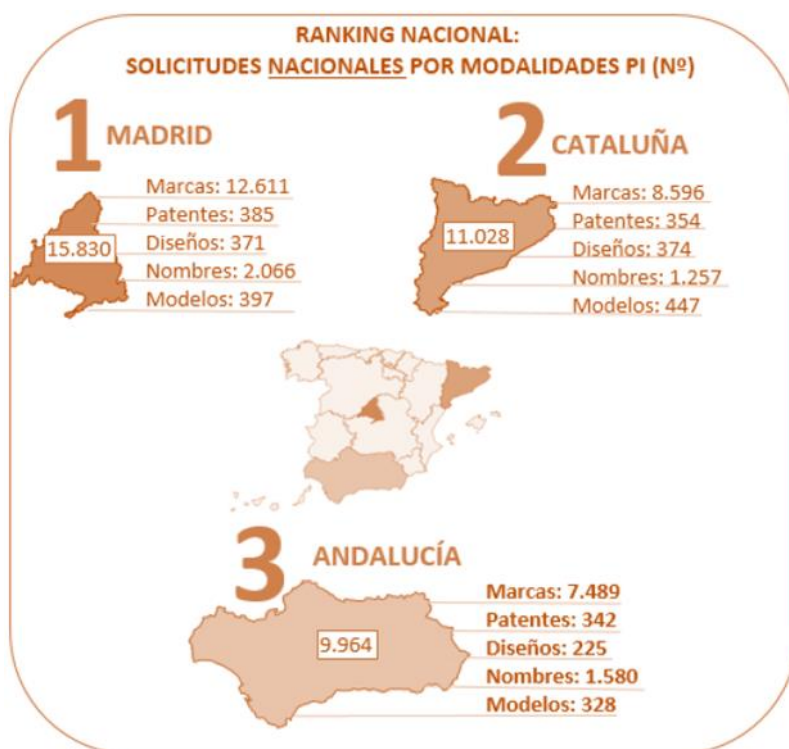
Propiedad Industrial en Andalucía. Monográfico 2017. Agencia Andaluza del Conocimiento. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA.

³⁵ Una Patente es un título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva la invención patentada, impidiendo a otros su fabricación, venta o utilización sin consentimiento del titular

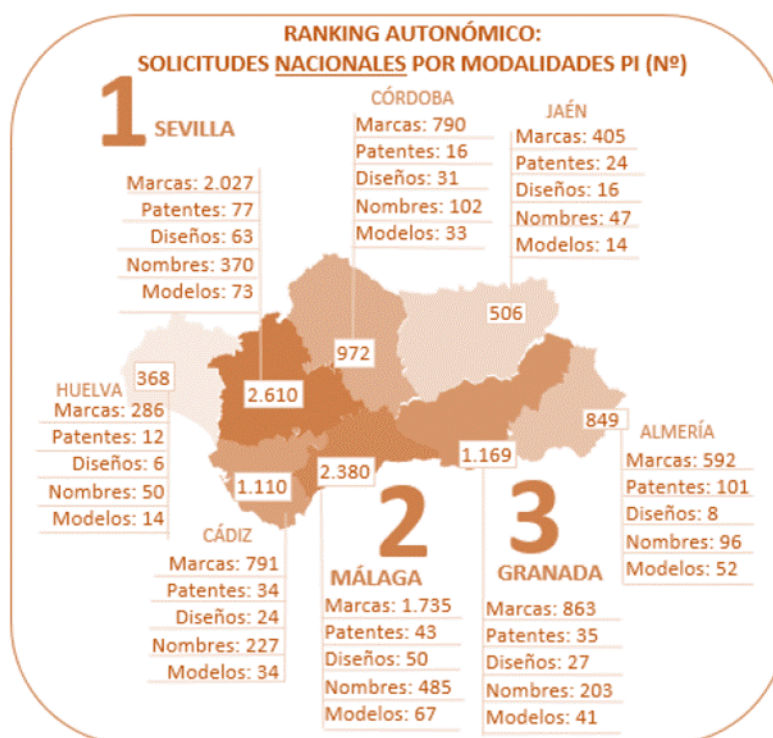
DISTRIBUCIÓN DE LAS PATENTES NACIONALES CONCEDIDAS POR SECTORES TÉCNICOS. AÑO 2017



Propiedad Industrial en Andalucía. Monográfico 2017. Agencia Andaluza del Conocimiento. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA.



Propiedad Industrial en Andalucía. Monográfico 2017. Agencia Andaluza del Conocimiento. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA.



Propiedad Industrial en Andalucía. Monográfico 2017. Agencia Andaluza del Conocimiento. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA.

“En el año 2017, Almería es la primera provincia en Andalucía en solicitudes de patentes, con 101, casi el 30% del total andaluz, aunque este dato varía significativamente en función del año de base”

Pero estos datos tan positivos, como se puede comprobar en la siguiente tabla, en el año 2018, las solicitudes presentadas en la provincia de Almería se han reducido a 12, apenas el 5,7% del total provincial.

SOLICITUDES DE PATENTES POR CC.AA., POR PROVINCIAS Y MESES, 2018

| CC.AA. / Provincias | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Totales |
|----------------------|-------|---------|-------|-------|------|-------|-------|--------|------------|---------|-----------|-----------|---------|
| Andalucía | 7 | 14 | 23 | 16 | 17 | 32 | 24 | 13 | 15 | 15 | 13 | 20 | 209 |
| Almería | 1 | 1 | 2 | | 2 | 2 | | | 2 | 2 | | | 12 |
| Cádiz | 2 | 1 | 3 | | 3 | 2 | 1 | 2 | | 1 | 3 | 1 | 19 |
| Córdoba | | | 2 | 2 | 1 | 4 | 1 | | | 1 | 1 | 2 | 14 |
| Granada | | 6 | 3 | 2 | 1 | 4 | 6 | 1 | | 2 | 2 | 5 | 32 |
| Huelva | | | | 1 | 2 | 1 | 1 | | | 2 | | | 7 |
| Jaén | | 1 | | | | 1 | | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| Málaga | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 2 | 6 | 2 | 3 | 3 | 1 | | 26 |
| Sevilla | 3 | 4 | 8 | 10 | 7 | 16 | 9 | 5 | 7 | 3 | 5 | 11 | 88 |
| Aragón | 18 | 9 | 13 | 7 | 10 | 13 | 11 | 5 | 3 | 19 | 8 | 18 | 134 |
| Huesca | | 1 | 1 | 2 | | | 1 | 1 | 1 | | | 1 | 8 |
| Teruel | | | | | | | | | | 1 | | | 1 |
| Zaragoza | 18 | 8 | 12 | 5 | 10 | 13 | 10 | 4 | 2 | 18 | 8 | 17 | 125 |
| Asturias | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 6 | 5 | 4 | 33 |
| Canarias | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 0 | 0 | 2 | 5 | 0 | 0 | 18 |
| Las Palmas | 1 | 1 | | 4 | 1 | | | | 1 | 2 | | | 10 |
| Tenerife | | | 1 | 1 | | 2 | | | 1 | 3 | | | 8 |
| Cantabria | 0 | 0 | 3 | 2 | 0 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 0 | 3 | 17 |
| Castilla - La Mancha | 1 | 8 | 3 | 2 | 6 | 1 | 2 | 2 | 0 | 2 | 1 | 5 | 33 |
| Albacete | 1 | 2 | | 1 | | | 1 | 1 | | 1 | | | 7 |
| Ciudad Real | | 2 | 2 | | 3 | | 1 | | | 1 | | 3 | 12 |
| Cuenca | | 1 | | | 1 | | | 1 | | | | | 3 |
| Guadalajara | | 1 | | | | | | | | | | 1 | 2 |
| Toledo | | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | | | | | 1 | 1 | 9 |
| Castilla - León | 3 | 7 | 5 | 2 | 1 | 5 | 5 | 6 | 3 | 11 | 5 | 3 | 56 |
| Ávila | | | | | | | | 1 | | | | | 1 |
| Burgos | 1 | 1 | 1 | | | 2 | 1 | | | | | 1 | 7 |
| León | | 4 | 1 | | 1 | | | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 13 |
| Palencia | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Salamanca | | | | | | | 2 | | | | | | 2 |
| Segovia | | | | | | | | | | | | | 0 |
| Soria | | | | | | | | | 1 | 2 | | | 3 |
| Valladolid | 2 | 2 | 2 | 2 | | 3 | 2 | 3 | 1 | 7 | 2 | 1 | 27 |
| Zamora | | | 1 | | | | | | | | 2 | | 3 |

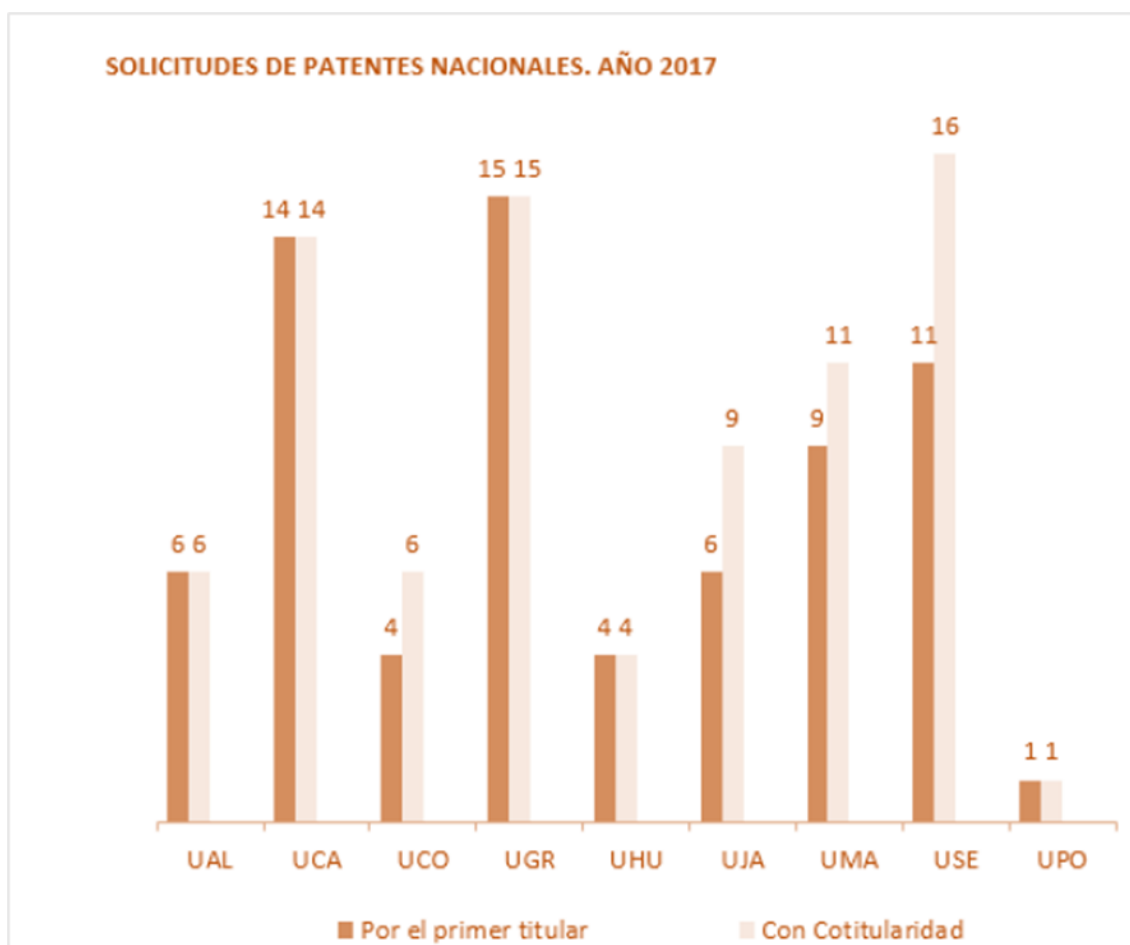
Nota : El 1 de abril de 2017 entró en vigor la Nueva Ley de Patentes de 24/2015



Unidad de Apoyo Dirección General. Servicio de Estadísticas y Estudios.
Fuente : Bases de datos de la OEPM

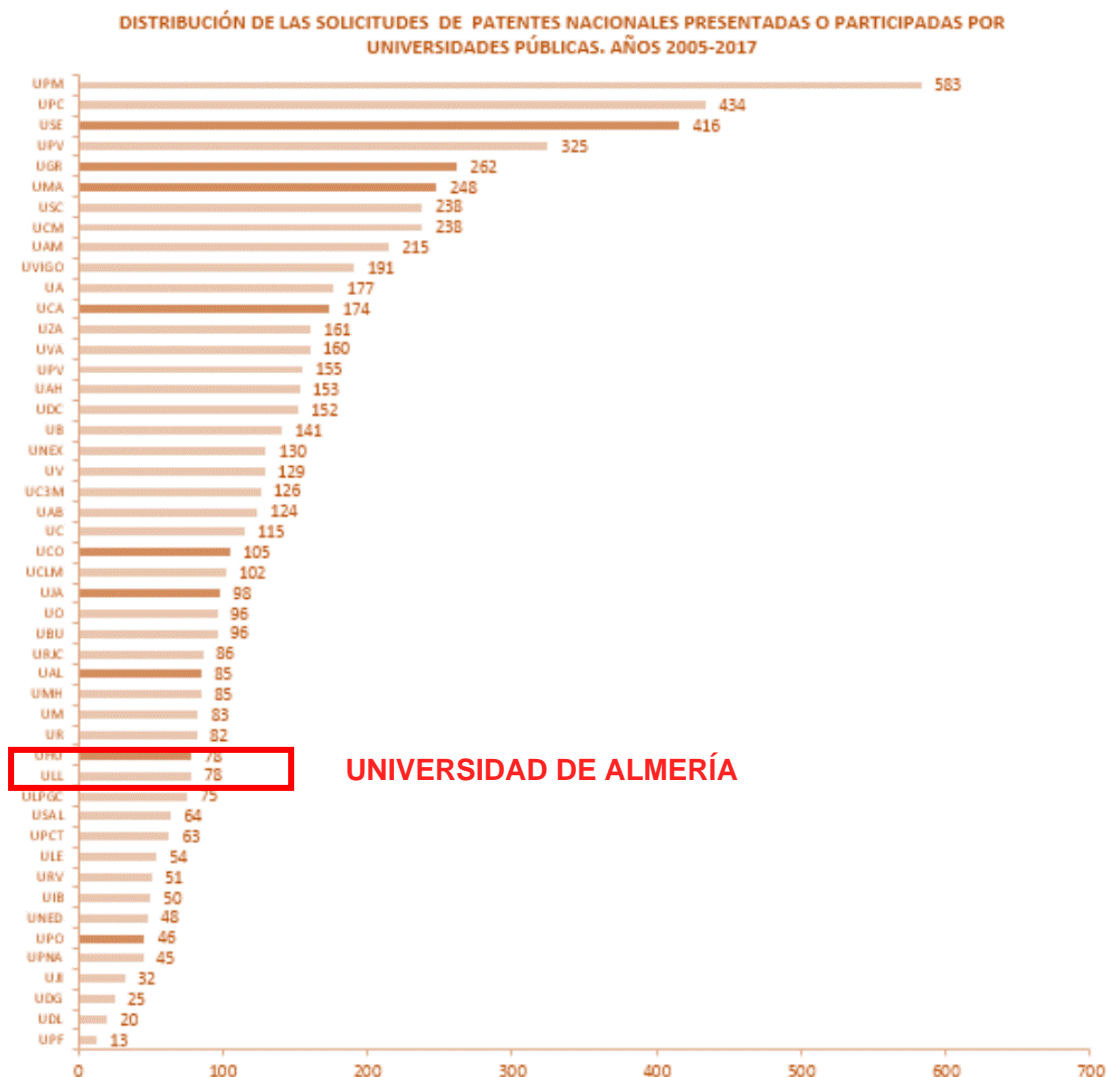
Fecha ejecución : 31/01/2019

La Universidad de Almería también ha realizado una importante contribución a las patentes nacionales, con 12 solicitudes (6 de primer titular y 6 de cotitular). Aunque las Universidades que solicitaron un mayor número de patentes nacionales como primer titular durante 2017 fueron por este orden la Universidad de Granada con 15, la Universidad de Cádiz con 14 y en tercer lugar la Universidad de Sevilla con 11. Atendiendo a la cotitularidad de las solicitudes, es la Universidad de Sevilla la que se sitúa en primera posición con 16.



Propiedad Industrial en Andalucía. Monográfico 2017. Agencia Andaluza del Conocimiento. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA

Respecto a la distribución de las solicitudes de patentes nacionales presentadas o participadas por la Universidad de Almería en el periodo 2005-2017 y en relación con el resto de universidades públicas, la UAL se encuentra en el puesto nº 30 de 48 universidades, con 85 solicitudes.



Propiedad Industrial en Andalucía. Monográfico 2017. Agencia Andaluza del Conocimiento. Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía, IDEA

Por último, indicar que en la provincia de Almería existían 244 patentes vigentes en el año 2018, destacando en número de patentes el subsector técnico de “Otras máquinas especiales” con 44 patentes, el 18% del total. Le siguen en importancia (por encima del 5%) los subsectores de Transporte, con 16 patentes (6,6%); de Ingeniería Civil, con 15 patentes (6,1%); Química de las Materias Primas, con 14 patentes (5,7%); Biotecnología, con 13 patentes (5,3%); Materiales, Metalurgia, con 13 patentes (5,3%) y; Tecnología Ambiental, con 13 patentes (5,3%).

| PATENTES EN VIGOR. AÑO 2018 EN LA PROVINCIA D EALMERÍA | | |
|--|------|------|
| Subsectores Técnicos | 2018 | % |
| 0.0. Sin clasificar | | 0,0% |
| I.1. Maquinaria eléctrica, aparato, energía | 6 | 2,5% |
| I.2. Tecnología audio-visual | | 0,0% |
| I.3. Telecomunicaciones | 1 | 0,4% |
| I.4. Comunicación Digital | 2 | 0,8% |
| I.5. Procesos básicos de la comunicación | | 0,0% |
| I.6. Tecnología Informática | 7 | 2,9% |
| I.7. Métodos de Tecnologías de la Información para Gestión | 1 | 0,4% |
| I.8. Semiconductores | 1 | 0,4% |
| II.9. Óptica | | 0,0% |
| II.10. Medida | 11 | 4,5% |
| II.11. Análisis de materiales biológicos | 3 | 1,2% |
| II.12. Control | 8 | 3,3% |
| II.13. Tecnología médica | 12 | 4,9% |
| III.14. Química orgánica precisa | 4 | 1,6% |
| III.15. Biotecnología | 13 | 5,3% |
| III.16. Productos Farmacéuticos | 6 | 2,5% |
| III.17. Química macromolecular, polímeros | 3 | 1,2% |
| III.18. Química alimenticia | 9 | 3,7% |
| III.19. Química de las materias primas | 14 | 5,7% |
| III.20. Materiales, metalurgia | 13 | 5,3% |
| III.21. Tecnología de superficie, revestimiento | 3 | 1,2% |

| PATENTES EN VIGOR. AÑO 2018 EN LA PROVINCIA D EALMERÍA | | |
|--|------------|---------------|
| Subsectores Técnicos | 2018 | % |
| III.22. Microestructuras y nano-tecnología | 1 | 0,4% |
| III.23. Ingeniería química | 6 | 2,5% |
| III.24. Tecnología ambiental | 13 | 5,3% |
| IV.25. Manipulación | 4 | 1,6% |
| IV.26. Herramientas | | 0,0% |
| IV.27. Motores, bombas, turbinas | 8 | 3,3% |
| IV.28. Máquinas del textil y del papel | | 0,0% |
| IV.29. Otras máquinas especiales | 44 | 18,0% |
| IV.30. Procesos térmicos y aparatos | 5 | 2,0% |
| IV.31. Elementos mecánicos | 5 | 2,0% |
| IV.32. Transporte | 16 | 6,6% |
| V.33. Mobiliario, juegos | 2 | 0,8% |
| V.34. Otros bienes de consumo | 8 | 3,3% |
| V.35. Ingeniería civil | 15 | 6,1% |
| TOTAL | 244 | 100,0% |

Base de Datos de la OEPM.

3.9 SMART CITIES

Las Smart Cities o Ciudades Inteligentes son aquellas ciudades y municipios que deciden afrontar un fuerte proceso de cambio, organizativo, tecnológico, económico y social, con la visión de transformarse en una ciudad dinámica, capaz de responder con eficiencia y calidad a las nuevas expectativas que demanda la ciudadanía (Libro Blanco Andalucía Smart, editado por la Junta de Andalucía). Almería, en su proceso como smart city pretende ser una ciudad que utilice la tecnología e innovación para dar respuesta a las necesidades ciudadanas llegando a ser más sostenible, eficiente y en definitiva servir mejor a los intereses generales de todos los que la habitan y visitan.

El concepto Smart City se inició en los años 90 con el impulso de la UE, en España existen líneas de ayudas y financiación canalizadas a través del Plan Nacional de Ciudades Inteligentes y Andalucía, ha diseñado la iniciativa “Andalucía Smart”, que contempla 3 líneas de trabajo:

- Análisis del estado del arte del desarrollo inteligente en el territorio mediante un **Diagnóstico Smart de las Ciudades y Municipios de Andalucía**; este documento incluye un catálogo con las principales iniciativas en marcha, así como un análisis del contexto socio-económico y tecnológico existente a nivel europeo, nacional y andaluz.
- **Libro Blanco Andalucía Smart para las Ciudades y Municipios de Andalucía**, con el objetivo de facilitar a los municipios andaluces asesoramiento en general para elaborar sus estrategias e iniciativas de desarrollo inteligente, con revisiones periódicas.
- El **Plan de Acción Andalucía Smart 2020 para el desarrollo inteligente de las ciudades y municipios de Andalucía**, con las actuaciones e iniciativas prioritarias que la Junta de Andalucía pondrá en marcha para impulsar un modelo de desarrollo inteligente sostenible, cohesionado y colaborativo. Este plan fue aprobado en Consejo de Gobierno del 6 de septiembre de 2016.

Muchas ciudades españolas están acometiendo algunas actuaciones en el ámbito Smart City. Actualmente existen 81 ciudades adscritas a la Red Española de Ciudades Inteligentes (RECI). De ellas, doce aparecen en el índice 2018 del ranking Cities in Motion del IESE, el cual evalúa la implicación de diferentes ciudades del mundo en el ámbito Smart City y las clasifica teniendo en cuenta más de 70 indicadores en diez áreas distintas. En la tabla adjunta, se muestran las posiciones que ocupan las ciudades españolas más activas en materia de Smart City.



Ciudades miembros de la Red Española de Ciudades Inteligentes. RECI.

| Dimensión | A Coruña | Barcelona | Bilbao | Madrid | Murcia | Málaga | Palma de Mallorca | Sevilla | Valencia | Zaragoza |
|-----------|-------------|-----------|--------|--------|--------|--------|----------------------|---------|----------|----------|
| Economía | 128 | 51 | 118 | 39 | 125 | 74 | 120 | 76 | 70 | 112 |

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|-----|----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Capital Humano | 98 | 46 | 117 | 41 | 111 | 101 | 115 | 96 | 109 | 81 |
| Cohesión Social | 67 | 89 | 88 | 55 | 48 | 54 | 64 | 50 | 46 | 75 |
| Medioambiente | 59 | 51 | 91 | 58 | 97 | 86 | 88 | 67 | 39 | 93 |
| Gobernanza | 135 | 29 | 107 | 46 | 108 | 100 | 110 | 86 | 33 | 83 |
| Planificación Urbana | 73 | 29 | 89 | 33 | 65 | 107 | 98 | 60 | 51 | 102 |
| Proyección Internacional | 150 | 11 | 125 | 17 | 163 | 62 | 12 | 97 | 107 | 149 |
| Tecnología | 101 | 24 | 87 | 34 | 74 | 117 | 94 | 107 | 111 | 98 |
| Movilidad y Transporte | 44 | 12 | 63 | 9 | 50 | 34 | 64 | 37 | 31 | 42 |
| Ranking Mundial | 102 | 28 | 107 | 24 | 105 | 80 | 88 | 76 | 61 | 101 |

Posición Internacional de las 10 ciudades españolas en cada una de las dimensiones Smart City del IESE Cities in Motion. Elaboración propia a partir de los datos del IESE Cities in Motion. 2019.

| Dimensión | A Coruña | Barcelona | Bilbao | Madrid | Murcia | Málaga | Palma de Mallorca | Sevilla | Valencia | Zaragoza |
|--------------------------|----------|-----------|--------|--------|--------|--------|-------------------|---------|----------|----------|
| Economía | 9 | 2 | 7 | 1 | 10 | 4 | 8 | 5 | 3 | 6 |
| Capital Humano | 5 | 2 | 10 | 1 | 8 | 6 | 9 | 4 | 7 | 3 |
| Cohesión Social | 7 | 10 | 9 | 5 | 2 | 4 | 6 | 3 | 1 | 8 |
| Medioambiente | 4 | 2 | 8 | 3 | 10 | 6 | 7 | 5 | 1 | 9 |
| Gobernanza | 10 | 1 | 7 | 3 | 8 | 6 | 9 | 5 | 2 | 4 |
| Planificación Urbana | 6 | 1 | 7 | 2 | 5 | 10 | 8 | 4 | 3 | 9 |
| Proyección Internacional | 9 | 1 | 7 | 3 | 10 | 4 | 2 | 5 | 6 | 8 |
| Tecnología | 7 | 1 | 4 | 2 | 3 | 10 | 5 | 8 | 9 | 6 |
| Movilidad y Transporte | 7 | 2 | 9 | 1 | 8 | 4 | 10 | 5 | 3 | 6 |
| Ranking España | 8 | 2 | 10 | 1 | 9 | 5 | 6 | 4 | 3 | 7 |

Posición Nacional de las 10 ciudades españolas en cada una de las dimensiones Smart City del IESE Cities in Motion. Elaboración propia a partir de los datos del IESE Cities in Motion. 2019.

Como se observa en las tablas anteriores, es Barcelona la ciudad mejor posicionada a nivel internacional y, por ende, también en España, seguida de Madrid y Valencia.

Dentro del ranking nacional, Barcelona se sitúa en primera posición en los niveles de Gobernanza, Planificación Urbana, Proyección Internacional y Tecnología. Madrid en las dimensiones de Economía, Capital Humano, Movilidad y Transporte. Mientras que Valencia se sitúa líder nacional en los ámbitos de Cohesión Social y Medioambiente.

Respecto a las ciudades andaluzas dentro del ranking nacional (Málaga y Sevilla), Sevilla se sitúa en cuarta posición, destaca en Cohesión Social (puesto 3º), Capital Humano (4º) y Planificación Urbana (4º); mientras que Málaga (5ª posición nacional), lo hace en Economía, Cohesión Social, Proyección Internacional y Movilidad y Transporte (siempre en 4ª posición).

A continuación, se recogen los 7 mejores ejemplos de ciudades inteligentes en España, como buenas prácticas que pueden ser tomadas como referencia por la ciudad de Almería.

- **Barcelona** (Puesto 28 de 174 en el ranking Cities in Motion)

Los tres puntos en los que se basa Barcelona para ser más inteligente son: social, económico y urbanístico. Su objetivo es emitir cero comisiones y ser un modelo de ciudad sostenible.

Barcelona Smart City es un referente de soluciones de conectividad aplicada en ciudades, siendo nombrada en el año 2015 como la mejor ciudad mundial inteligente por el instituto Juniper Research.

Entre los proyectos que el Ayuntamiento de Barcelona ha llevado a cabo en su estrategia de Smart City, se encuentran los siguientes:

- Implicación ciudadana en los ámbitos del área ecológica, urbanismo y movilidad.
- Mesa contra la contaminación del aire.
- Red Barcelona + Sostenible.
- Proyectos internacionales.
- Pacto para la movilidad.
- Consejo ciudadano para la sostenibilidad.

- **Madrid** (Puesto 24 de 174 en el ranking Cities in Motion)

Uno de los últimos proyectos que llevó a cabo Madrid como ciudad inteligente, fue la creación del primer Espacio Integrado Inteligente (EII) de España, el cual entró en funcionamiento en junio de 2017.

Este espacio inteligente se realizó en Alcalá de Henares y pretende mejorar la integración social a través de la accesibilidad en el ámbito empresarial, industrial y de servicio. Para ello, se incorporaron en determinadas zonas concretas de Alcalá de Henares, centros urbanos con sistemas de ubicación donde los ciudadanos y turistas pueden informarse sobre la localización de ciertos servicios como son las plazas de aparcamiento, lugares emblemáticos, etc.

Otras de las acciones de Madrid como ciudad inteligente es el proyecto MiNT, cuyo objetivo principal es mejorar la eficacia de la ciudad situándola entre las mejores de Europa como Smart City.

Los objetivos de este proyecto son:

- Mejorar la eficacia y la calidad de los servicios de la ciudad optimizando los recursos humanos y materiales necesarios.
- Mejorar los elementos urbanos en cuanto a su eficiencia y sostenibilidad, a través del despliegue coordinado de tecnologías de la información y las comunicaciones en la ciudad.
- La transparencia e Madrid en cuanto a sus servicios, mejorando la concienciación y participación ciudadana.
- Abrir nuevas oportunidades de innovación, desarrollo y economía en la ciudad.



- **Valencia** (Puesto 61 de 174 en el ranking Cities in Motion)

Valencia destaca entre las demás Smart City por haber sido la primera ciudad española en poner en marcha su plataforma tecnológica de Smart City llamada VLCi.

Esta plataforma digital ofrece una visión íntegra de Valencia, de su gestión urbana y de sus servicios, convirtiéndose en una herramienta clave para compartir información de forma rápida y libre en Valencia (open data) haciendo que Valencia sea considerada una de las ciudades más transparentes en gestión ciudadana.

- **Málaga** (Puesto 80 de 174 en el ranking Cities in Motion)

La ciudad de Málaga empezó su apuesta por la Smart City hace una década, desde entonces se han puesto en marcha importantes mejoras para consolidar la capital malagueña como una ciudad inteligente que conecta con sus ciudadanos y que impulsa medidas importantes como la eficiencia energética, la movilidad sostenible, la conectividad urbana o el impulso por el emprendimiento tecnológico y las sinergias con empresas y administraciones públicas.



Entre las iniciativas más destacadas para convertir Málaga en referente Smart City, se encuentran las siguientes:

- **Proyecto de eficiencia energética:** la apuesta por la eficiencia energética comenzó en Málaga en el año 2009, a través de una colaboración entre el Consistorio malagueño y Endesa. En este apartado se incluyen desde la instalación de puntos de luz inteligente y eficientes, hasta zonas de recarga para el impulso de vehículos eléctricos, automatización de redes de distribución inteligentes, planes específicos de adaptación para empresas, pymes e instituciones y domicilios como contadores inteligentes para un menor consumo, etc.

- **Apuesta por la movilidad sostenible:** este es otro de los grandes pilares del proyecto Málaga Smart City, el cual se concreta en un plan municipal en el que se prioriza un transporte público de calidad y con el que los ciudadanos no tengan la necesidad de acudir al vehículo privado. Asimismo, Málaga ha sido el banco de pruebas del **proyecto Zem2All** con el que se ha potenciado el papel del vehículo eléctrico y cuyos resultados han sido un éxito.



- **Impulso de una Participación Ciudadana activa:** desde sus comienzos, el proyecto Málaga Smart City ha optado por nuevas vías para impulsar la participación ciudadana en todos los asuntos referidos al entorno urbano tales como aplicaciones para comunicar incidencias a través del smartphone o las que se refieren a informar de incidencias de tráfico, el horario e información actualizada de los transportes públicos a puntos de información, así como la consulta en las calles accesibles a cualquier persona.
- **Medidas para fomentar una ciudad más accesible:** una de las últimas apuestas del proyecto Málaga Smart City está relacionada con utilizar la tecnología Fiware para impulsar una ciudad más accesible tanto para sus ciudadanos como para los turistas. Por tanto, Málaga ha elegido el **proyecto ACCEDE: Una ciudad para todos**, como reto en el Challenge Fiware IOT.



- **Sede de eventos clave en Smart City:** Málaga ha acogido en 2018 el **Foro Greencities**, el cual ha celebrado su novena edición y se ha consolidado como un punto de encuentro internacional para empresas, emprendedores y administraciones para poner en común y conocer las últimas novedades y avances en materia de Smart City. A esta cita hay que sumarle otras de máximo interés para el desarrollo de la Smart City como el reciente **Fórum nacional sobre la tecnología 5G**.
- **Apuesta por el emprendimiento TIC:** esta apuesta de Málaga Smart City cuenta con el respaldo de la Junta de Andalucía y Telefonía, a través del proyecto Fiware Zone, con sede en Málaga, así como de la **iniciativa Polo Digital de Málaga** en el que se buscan soluciones TIC emprendedoras.
- **A Coruña** (Puesto 102 de 174 en el ranking Cities in Motion)

Esta ciudad lleva afrontando retos comunes a muchas ciudades, tales como: mejora de la gestión del tráfico, reducción del impacto de las actividades humanas y económicas, cómo alcanzar un consumo sostenible de los recursos, ordenamiento urbanístico, etc.

Para afrontar estos retos el Ayuntamiento impulsó la iniciativa Coruña Smart City para dar paso a un nuevo modelo de gestión de la ciudad, más eficiente y sostenible, y en el que el ciudadano juega un papel fundamental.

A continuación, se recogen las principales actuaciones que se han llevado a cabo en A Coruña en diferentes ámbitos:

○ **Agua:**

- **Telegestión de contadores de agua y gas:** su objetivo es obtener de manera remota los datos de los contadores de agua y gas de la ciudad para diseñar medidas de ahorro para los ciudadanos, a través de la obtención de datos en tiempo real que mejoren el conocimiento y el control del consumo de agua de la ciudad.

- **Telegestión de redes de saneamiento y abastecimiento:** tiene como objetivo monitorizar a distancia las redes de abastecimiento y saneamiento de agua de la ciudad, para llevar un control más efectivo sobre su ciclo de forma integral.

- **Riego inteligente:** se trata de un sistema de riego automatizado que sirve para racionalizar el consumo de agua en los parques y jardines de A Coruña.

- **Calidad del agua:** sistema que mide las características físicas y químicas del agua para determinar que su calidad sea la óptima.

- **Proyecto Bio:** permite monitorizar a distancia las redes de abastecimiento de agua para llevar un control más efectivo sobre el ciclo de abastecimiento de agua.

○ **Energía:**

- **Eficiencia energética en edificios públicos:** proyecto para monitorizar y disminuir el consumo de agua y gas en 54 edificios públicos. Además, se implantará un sistema de control energético en la Casa del Agua.

- **Mejora energética de la ETAP de A Telva:** sistema para automatizar los procesos de la Estación de Tratamientos de Agua Potable (ETAP) de A Telva y reducir significativamente su consumo de energía para reducir costes y conseguir un mayor cuidado medioambiental.

○ **Movilidad:**

- **Sistema de optimización del tráfico en tiempo real:** el objetivo es mejorar el flujo de vehículos, la frecuencia del transporte urbano, el control de aparcamientos en zonas especiales y el respeto por las zonas peatonales de la ciudad.

- **Sistema de parking inteligente:** se trata de una aplicación que permite consultar la disponibilidad de plazas de aparcamiento de la ciudad antes de salir de casa.



○ **Medio Ambiente:**

- **Sistema de control de calidad del aire y del ruido:** permite conocer en tiempo real las condiciones del aire de las diferentes zonas de la ciudad y los niveles de ruido.

- **Sevilla** (Puesto 76 de 174 en el ranking Cities in Motion)

Desde hace años, Sevilla ha apostado por el desarrollo de proyectos vinculados a la Smart City para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos. De esta manera, la capital sevillana pone en práctica soluciones smart en distintos ámbitos y dentro de su Plan Director de Innovación.

Entre las principales iniciativas smart que se han llevado a cabo en Sevilla se encuentran las siguientes:

- Aplicación de la tecnología “Internet de las Cosas” para optimizar el mantenimiento de las fuentes públicas de la capital.
- Proyectos pilotos para mejorar la eficiencia del servicio de recogida de basuras, apoyado en el uso de sensores.
- Pruebas desarrolladas por Cisco para unir nuevas tecnologías y Semana Santa con una experiencia piloto.
- Impulso de la iniciativa Fiware Zone (impulsada por la Consejería de Empleo y Comercio de la Junta de Andalucía y Telefónica) que, cuenta con sendos laboratorios urbanos en Sevilla y Málaga e impulsa proyectos emprendedores a través del estándar Fireware para el desarrollo de la Smart City.
- **Iniciativa Sevilla Smart Accessibility, Tourist and Events:** iniciativa en la que participan el Ayuntamiento de Sevilla, el Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (a través del programa Red.es) y Telefónica, cuyas claves para convertir Sevilla en una ciudad inteligente son las siguientes:
 - **Accesibilidad:** rutas accesibles y adaptadas a las necesidades de los ciudadanos y visitantes. Esta iniciativa se podrá en marcha en zonas como el casco antiguo y las zonas de Nervión, Triana, norte, Macarena y otra del sur. Para ello se desarrollará una APP y se elaborará un mapa digital en el que aparecerán detallados los diferentes espacios públicos en función de su nivel de accesibilidad y presencia de barreras arquitectónicas, entre otros.
 - **Gestión de eventos y comunicación directa con el ciudadano:** puesta en marcha de una APP personalizada a través de la que se gestionará un sistema

para coordinar todas las redes y los servicios municipales ante los eventos o ante la detección de incidencias o problemas para poder dar la respuesta más adecuada y ágil posible, reduciendo, por tanto, los tiempos de actuación de los servicios municipales.

- Apuesta por una mejora de la movilidad: se concretará a través de elementos como cámaras de vídeo sobre los semáforos con capacidad para conteo de vehículos, medición de ocupación, detección de cola, detección de giro prohibido y detección de sentido contrario. A esto se suma una central con tecnología abierta para calcular planes de movilidad según el estado del tráfico.

- Información y respuesta inmediata al turista: se contemplan la instalación de cinco 'tótems' ubicados en puntos turísticos como Fibes, Marqués de Contadero, toda la zona declarada Patrimonio de la Humanidad, Triana y la Encarnación que, a través de pantallas táctiles ofrecerán información actualizada y un servicio personalizado al turista.

- **Bilbao** (Puesto 107 de 174 en el ranking Cities in Motion)

En el año 2016, Bilbao consiguió en fDi Strategy Awards los premios **Smart City** y **Educación Cluster** que pertenecen a la revista fDi Magazine del Grupo Financial Times.



La estrategia de ciudad que Bilbao se basa en los siguientes ejes de actuación:

1. Administración 4.0.
2. Tecnologías en el espacio urbano.
3. Ciudadanía digital y calidad de vida.
4. Desarrollo económico inteligente.
5. Gobernanza.

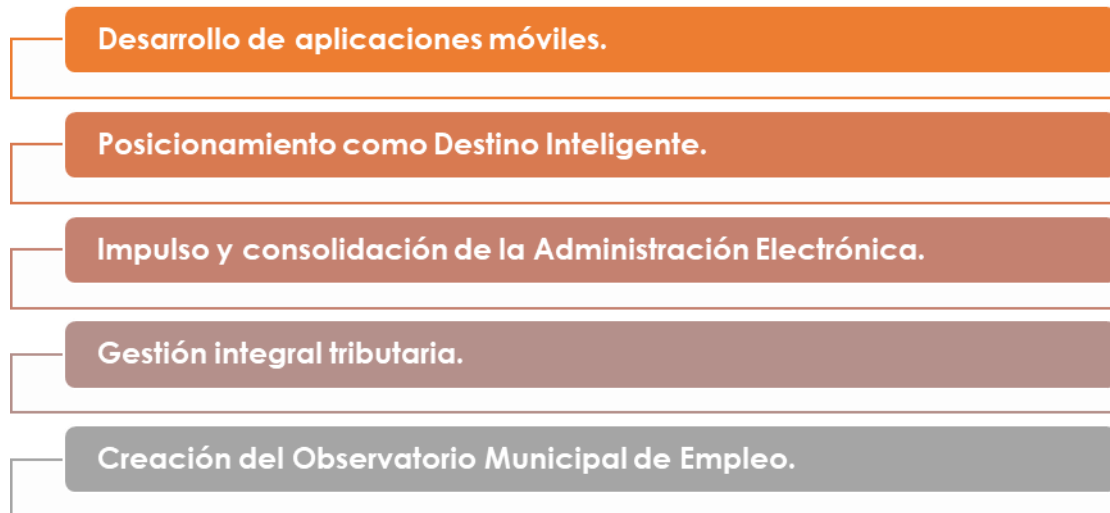
Entre los proyectos que ha realizado Bilbao lo más destacado es su análisis de los datos para crear una gestión administrativa más eficiente al servicio de los ciudadanos (BIG DATA) por ello obtuvo el certificado de Ciudad Inteligente y Datos abiertos a través de la norma UNE 178301.

Bilbao forma parte del proyecto europeo de WeLive al igual que otros organismos de Europa. Este proyecto pretende mejorar los actuales gobiernos en un modelo más accesible y transparente en diseño, producción y gestión para los servicios, administraciones públicas, ciudadanos y empresarios.



3.10 ALMERÍA SMART CITY

Respecto a las iniciativas smart puestas en marcha, el Ayuntamiento de Almería ha incorporado mejoras en todas las áreas de gobierno introduciendo aplicaciones y automatizando procesos, que han mejorado la calidad de servicios que se presta a la ciudadanía. Dentro de estas medidas, se diferencian varias líneas de actuación:

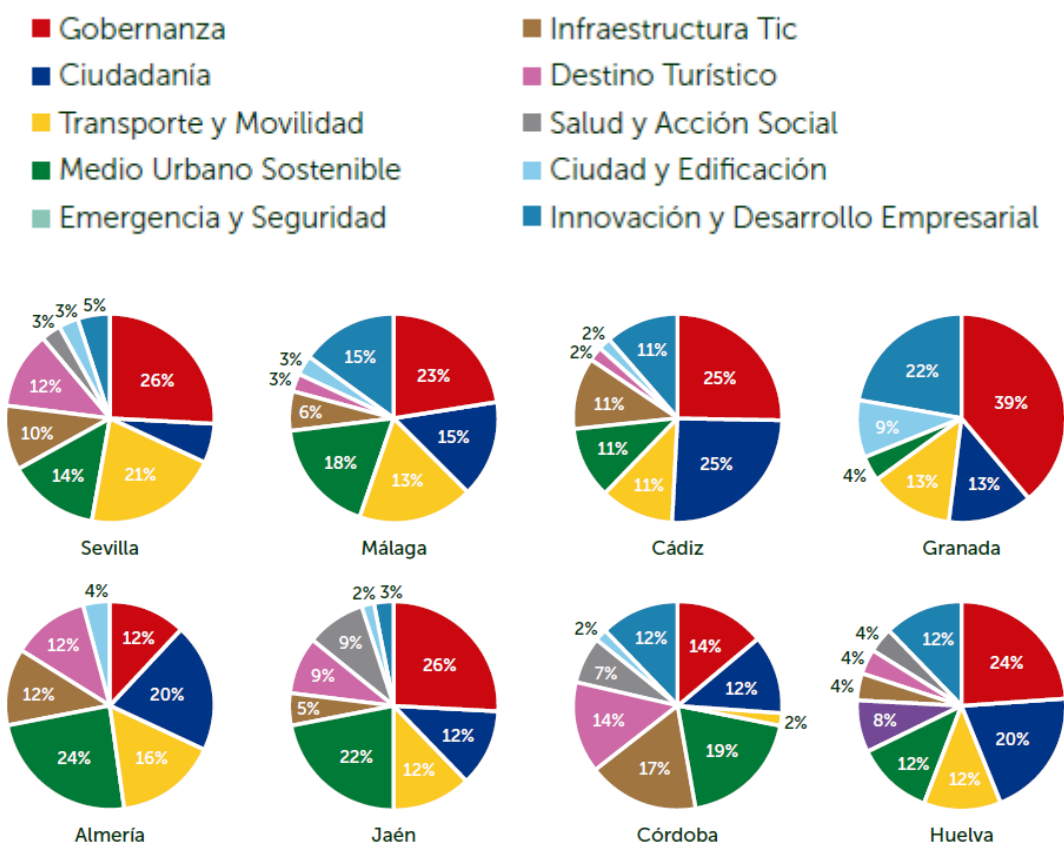


Ayuntamiento de Almería.

“Almería presenta un mayor número de iniciativas smart en Medio Urbano Sostenible y en Innovación y Desarrollo Empresarial, incorporando mejoras en todas las áreas de gobierno, introduciendo aplicaciones y automatizando procesos, que han mejorado la calidad de servicios que se presta a la ciudadanía”

• Análisis Comparativo con las Capitales de Provincia Andaluzas

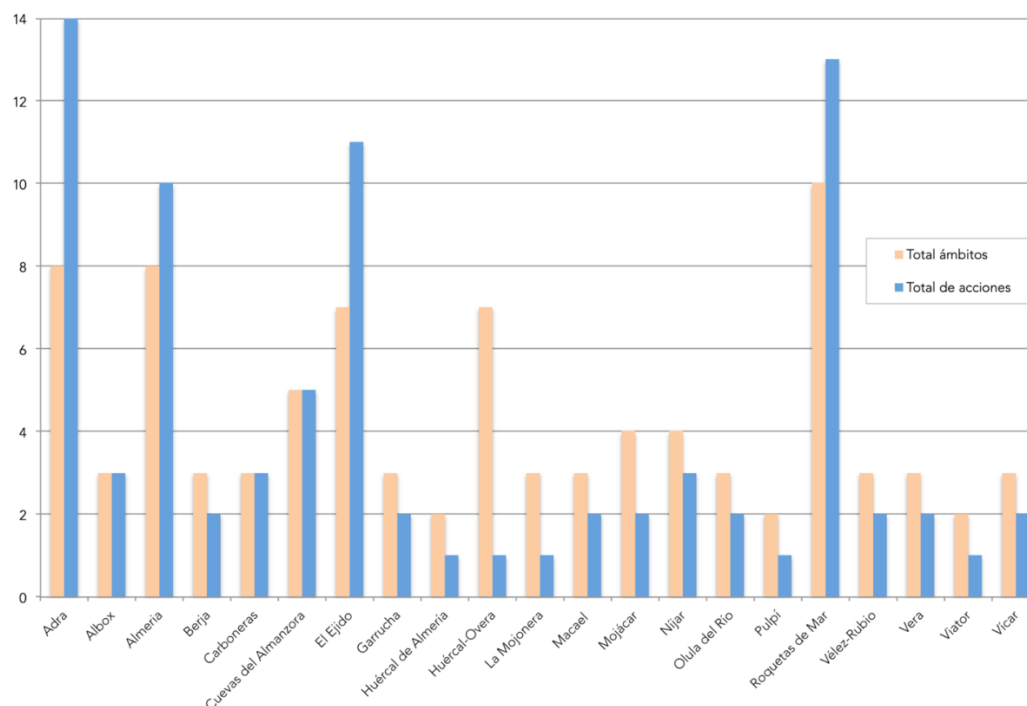
Del análisis por provincias realizado en el Diagnóstico Smart Andalucía, se observa la diversidad de iniciativas sobre las que las distintas entidades, Ayuntamientos y Diputaciones, han venido impulsando en relación al desarrollo inteligente de sus territorios. Puede observarse que prácticamente todos los ámbitos han sido objeto de desarrollo; salvo el de Emergencia y Seguridad, sobre el que las distintas entidades no han puesto su acento en este estudio.



Diagnóstico Andalucía Smart.

• Análisis Comparativo con Municipios de la Provincia de Almería

En el siguiente gráfico, se comparan el número de actuaciones o iniciativas relacionadas con el concepto de Smart City en varios municipios de la provincia de Almería. La mayoría de estas iniciativas están en fase de desarrollo o son futuras, establecidas en algunos casos dentro de planes estratégicos de desarrollo urbano establecidos en el marco de las ayudas recibidas del programa EDUSI. Como puede observarse en la gráfica, los municipios con mayor actividad Smart City son: Adra, Roquetas de Mar, El Ejido, Almería, Cuevas del Almanzora y Huércal-Overa.



Elaboración propia a partir de programas EDUSI.

• **Actuaciones Smart del Ayuntamiento de Almería**

En cuanto a las actuaciones tecnológicas realizadas por parte de diferentes Concejalías Delegadas del Ayuntamiento de Almería, se encuentran las siguientes:

| ÁREA | ACTUACIÓN | MEDIOS / HERRAMIENTAS |
|-------------------------------|--|---|
| ÁREA DE SERVICIOS MUNICIPALES | TECNOLOGÍA DEL SERVICIO MUNICIPAL DE AGUAS | <ul style="list-style-type: none"> - Telecontrol. - Sectores hidráulicos y regulación de presiones. - GIS y cámaras de inspección. - Takadu y búsqueda de fugas. - Bacheo. - Sistema de calidad ISO 9001, ISO 14001, UNE-EN-ISO 50001 e ISO 14064 - Aqualia Contact. - Oficina virtual. - App Smart-Aqua. - Biosol + Incover. - Clean Water. - Urban Water. |

| | | |
|-------------------------------|---|--|
| ÁREA DE SERVICIOS MUNICIPALES | ALMERÍA SOSTENIBLE | <ul style="list-style-type: none"> - Sistema de software para la gestión del servicio municipal de limpieza viaria, de playas y recogida de residuos. - Aplicaciones móviles: <ul style="list-style-type: none"> • App Almería Sostenible • App para las concesionarias - Plataforma Web |
| | INVENTARIADO DE VIALES PÚBLICOS | <ul style="list-style-type: none"> - Aplicación móvil de uso interno del Ayto. - Plataforma web. |
| | INVENTARIADO DE ELEMENTOS DE MOBILIARIO URBANO | <ul style="list-style-type: none"> - Aplicación móvil “Almería Sostenible”. - Plataforma web. |
| | BACHES Y ZANJAS | <ul style="list-style-type: none"> - Aplicación móvil para el registro y seguimiento de baches y zanjas. - Plataforma web. |
| | SERVICIO DE LIMPIEZA DE CENTROS, DEPENDENCIAS MUNICIPALES Y COLEGIOS PÚBLICOS DEL MUNICIPIO | <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma web. - App Centros. Consulta de planificación, verificación del servicio, control presencial y notificación de anomalías. - App inspector. App para la revisión de servicios y notificación de anomalías. - App mandos intermedios. App para el control del servicio y la gestión de notificaciones. |
| | ALUMBRADO PÚBLICO | <ul style="list-style-type: none"> - Comprobación de indicadores de servicio compatibles con el proyecto SMART de la ciudad. |
| ÁREA DE ECONOMÍA | GESTIÓN CONTABLE Y PATRIMONIAL | <ul style="list-style-type: none"> - Integración del módulo de Gestión Patrimonial y Módulo de Contabilidad Analítica en SICALWIN. |
| | TRAMITACIÓN ELECTRÓNICA DE FACTURAS | <ul style="list-style-type: none"> - Adhesión del Ayto. al FACE. |
| | GESTIÓN INTEGRAL TRIBUTARIA | <ul style="list-style-type: none"> - Oficina Virtual Tributaria. |
| ÁREA DE TURISMO | POSICIONAMIENTO COMO DESTINO INTELIGENTE | <ul style="list-style-type: none"> - Web municipal de turismo. - Web municipal versión móvil. - Web Campo de Golf Alborán. |

| | | |
|--------------------------------------|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Web Congresos. - Aplicaciones Móviles. - Puntos Wi-Fi. |
| ÁREA DE ORGANIZACIÓN | VOLANTE DE EMPADRONAMIENTO | <ul style="list-style-type: none"> - Expedición de documentos a través de la web. |
| ÁREA DE PRESIDENCIA | ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA | <ul style="list-style-type: none"> - Plataforma Integral de la Administración Electrónica. |
| | OBSERVATORIO MUNICIPAL DE EMPLEO Y OFICINA DEL EMPRENDEDOR | |
| | RETANSMISIÓN DE PLENOS | |
| | AMPLIACIÓN DE ZONA WI-FI | |
| ÁREA DE MOVILIDAD URBANA | GESTIÓN DEL APARCAMIENTO REGULADO | <ul style="list-style-type: none"> - Aplicación móvil TELPARK |
| | SALA DE CONTROL DE TRÁFICO | <ul style="list-style-type: none"> - Red de fibra óptica monomodo propia. |
| | PASO DE PEATONES INTELIGENTE | |
| | SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO COLECTIVO | <ul style="list-style-type: none"> - Instalación de Sistemas de CCTV (Video Vigilancia) en los Autobuses Urbanos de Almería (en proceso). - Implantación de un servicio de préstamo o alquiler de bicicleta pública. |
| ÁREA DE CULTURA | PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN | <ul style="list-style-type: none"> - Página web. - Plataforma de venta de entradas online. - Redes sociales. - Aplicaciones. |
| ÁREA DE VIVIENDA Y DESARROLLO URBANO | DESARROLLO DE UN SISTEMA MUNICIPAL SIG-WEB EN COLABORACIÓN CON LA UNIVERSIDAD DE ALMERÍA (UAL) | <ul style="list-style-type: none"> - Pasar del actual sistema Sig-Web a un SISTEMA DE DATOS ESPECIALES (SDE) municipal. |

Ayuntamiento de Almería.

3.11 ANÁLISIS DEL DESARROLLO INTELIGENTE EN LA CIUDAD DE ALMERÍA

Para analizar el desarrollo inteligente de la ciudad de Almería se ha recurrido a los siete ámbitos de desarrollo inteligente del *Plan de Impulso al Desarrollo Inteligente del Territorio Andalucía Smart*.

Los siete ámbitos son los siguientes:

1. **Gobernanza Inteligente.** Permite que la ciudadanía tome razón de la gestión eficiente de los servicios y recursos públicos, facilitando su participación en la toma de decisiones.
2. **Sociedad Inteligente.** Para avanzar en la mejora de las capacidades y talento de la ciudadanía, de forma que sea posible fomentar su participación en la vida pública
3. **Economía Inteligente.** Que active la innovación y el emprendimiento, potencie y consolide los sectores potenciales del territorio y la atracción de inversión sea una realidad.
4. **Entorno Inteligente.** Para minimizar el impacto del hombre en el medio ambiente y favorecer el ahorro energético y la mejora de las redes de suministro y su gestión
5. **Movilidad Inteligente.** Para garantizar la mejora de la calidad de la vida de los ciudadanos, actuando sobre conceptos como son: sostenibilidad, accesibilidad, seguridad y eficiencia de los transportes.
6. **Bienestar Inteligente.** Desde facilitar el acceso a la cultura, hasta garantizar una vida saludable y segura para nuestra ciudadanía; siempre, desde el fomento de la cohesión entre las distintas capas de la sociedad.
7. **Plataforma Inteligente.** Da respuesta al esquema tecnológico que requiere el Gobierno Local para la correcta explotación y gestión de la información Smart en un entorno.

Como se ha visto, el Ayuntamiento de Almería ha ido incorporando mejoras en todas las áreas de gobierno, en las que se han alcanzado importantes hitos mediante la introducción de aplicaciones y la automatización de procesos, que ha revertido en una mejora de la calidad de servicios prestados al ciudadano.

El desarrollo de aplicaciones se ha caracterizado por estar asociado a varias concejalías delegadas del Ayuntamiento de Almería y han sido desarrolladas numerosas actuaciones de base tecnológica:

- Desarrollo de aplicaciones móviles: actualmente existen aplicaciones en distintas áreas.
- Posicionamiento como Destino Inteligente.
- Gestión integral tributaria: está prevista la puesta en marcha del portal público de eAdministración y la factura electrónica (previsión para noviembre de 2018).
- Impulso y consolidación de la Administración 4.0.
- Electrónica

A continuación, se indica el estado actual del Ayuntamiento de Almería en relación a los ámbitos de desarrollo inteligente “AndalucíaSmart”:

| ÁMBITO | ÁREA COMPETENCIAL | NIVEL ALMERÍA |
|------------------------|---|--|
| Gobernanza inteligente | Sistemas de gestión interna | Cuadro de mando integral (nivel 2) Herramientas de comunicación y colaboración (nivel 4) |
| | Administración electrónica | Contratación y licitación electrónica (nivel 4) |
| | Participación ciudadana | App de participación (nivel 3), integración de atención ciudadana con redes sociales (nivel 3), presupuestos participativos (nivel 4), incentivos ciudadanos (nivel 5), alertas contextuales (nivel 5) |
| Sociedad inteligente | Cultura, educación, ciencia y formación | Preservación de archivos históricos (nivel 3) |
| Economía inteligente | Empresa, ciencia y empleo | Catálogo de empresas locales (nivel 2) y programa de inserción laboral (Almeríafoma) (nivel 3) |
| | Destino turístico | Soluciones de conteo de turistas (nivel 4) |
| Entorno inteligente | Residuos sólidos | Sistema de gestión de flotas de recogida de basuras (nivel 1) |
| | Gestión de energía eléctrica | Sistema de alumbrado inteligente (nivel 1) |
| | Producción de energía | Producción de energía solar en ciertos edificios municipales (nivel 4) |
| | Medioambiente | Gestión de datos medioambientales (nivel 5) |
| | Agua | Calidad del agua residual (nivel 2), telelectura de contadores de agua (nivel 3), riego inteligente (nivel 4), control de fuentes y piscinas (nivel 4), detección de fugas (nivel 5) |
| Movilidad inteligente | Transporte sostenible | Gestión de flotas de autobuses (nivel 2). Gestión de taxi y autobús social. Gestión de transporte colectivo para eventos (nivel 4) |
| | Aparcamiento | Gestión de aparcamientos en zona azul (nivel 2). Aparcamientos en superficie (nivel 3). Centro unificado externo de control de parking (nivel 3) |
| | Tráfico | Control de tráfico (nivel 3) |
| Bienestar inteligente | Deporte y vida saludable | Promoción de hábitos de vida saludable (nivel 3) Reserva de instalaciones deportivas (nivel 2) |

| | | |
|-------------------------------|---------------------------------|--|
| | Policía y seguridad | Centro de emergencias integrado (nivel 2) |
| | Bomberos | Soporte GPS equipos de rescate (nivel 5) |
| Plataforma inteligente | Conocimiento | GIS (nivel 1) |
| | Interoperabilidad y adquisición | UrbanLAB (se disponen de algunos programas de laboratorio como City lab) (Nivel 5) |
| | Seguridad informática | Sistema integrado de autenticación y autorización (nivel 3) y gestión de IoT (nivel 3) |
| | Infraestructura | Centro de Proceso de Datos integrado CPD (nivel 2) |
| | Comunicaciones | Infraestructura de comunicaciones inalámbrica (nivel 2) |

AndalucíaSmart. Elaboración propia.

4. MATRIZ D.A.F.O.

A continuación, se recogen las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que se dan en el vector Innovación y Smart City.

| DEBILIDADES |
|--|
| D.1. División entre los sectores productivos (levante, poniente, norte). |
| D.2. Falta de desarrollo del potencial del aeropuerto y el nuevo AVE. |
| D.3. Falta de vía de comunicación rápida entre Almería ciudad y Comarca del Mármol. |
| D.4 Falta de vía de comunicación rápida y continua entre el Triángulo: PITA, Centro Ciudad y Aeropuerto. |
| D.5 Débil transferencia de conocimiento y tecnologías desde los centros de investigación a las empresas de desarrollo y explotación. |
| D.6 Falta de estrategias de comunicación y marketing para llevar la innovación a las empresas y a la sociedad en general. |
| D.7. Inestabilidad institucional, con difícil coordinación entre ayuntamiento, comunidad autónoma y gobierno central: |
| D.8. Necesidad de integrar el puerto como foco industrial y centro lúdico. |
| D.9. Falta de acercamiento de la Universidad de Almería al centro de la ciudad con nuevas instalaciones de colaboración. |

| AMENAZAS |
|--|
| A.1. Desconocimiento de los ciudadanos sobre la riqueza que la ciencia e investigación tienen en Almería. |
| A.2. Desenfoco en el tipo de desarrollo económico que impulsará a la ciudad de Almería a un futuro más rico y con más oportunidades. |
| A.3. Escaso valor concedido a la innovación en el entorno empresarial, por el escaso incentivo o falta de beneficios fiscales por dicha actividad. |
| A.4. Pérdida de clientes y visitantes por malas comunicaciones con el exterior. |
| A.5. Acciones de ciudades cercanas que pueden adelantarse a los intereses de Almería. |
| A.6. Riesgos para la preservación del medio natural. |
| FORTALEZAS |

F.1. Almería es una ciudad joven, la segunda capital de provincia andaluza con la población más joven y con el menor índice de envejecimiento de todas.

F.2. Entorno con importantes sectores productivos: agricultura y mármol.

F.3. Centros de investigación referentes en sus sectores (UAL, PITA, PSA -CIEMAT-, Palmerillas, Calar Alto, etc.).

F.4. Administración electrónica con varios servicios online.

F.5. Incubadoras, viveros y espacios de co-working (en grandes laboratorios de energía solar, eólica, desalación y tratamiento de aguas). Destaca el proyecto de incubadora de empresas de alta tecnología especializada en innovación tecnológica y gestión sostenible del agua.

F.6. Alto nivel de acceso y utilización de las nuevas tecnologías por parte de la sociedad almeriense.

OPORTUNIDADES

O.1. Conexión investigación-sociedad: acercamiento de la ciencia a los ciudadanos (eventos tales como la noche europea de los investigadores o las noches de jazz y ciencia...).

O.2. Entorno económico almeriense dinámico y emprendedor.

O.3. Incentivos a la implantación de sistemas “Smart city” a través de la Diputación de Almería y las Mancomunidades.

O.4. Almería debe ser la capital mundial de la tecnología de la agricultura de alta productividad en invernadero en entornos climáticos templados.

O.5. Políticas públicas de I+D+i ligadas cada vez más a las actividades emprendedoras y a la innovación en las empresas.

O.6. Nexo Agua-Energía, marco geográfico ideal para mostrar casos prácticos en la Provincia de Almería.

O.7. Nuevos puntos gratuitos de acceso Wifi, creando una Red que se concentra en el Centro Histórico.

O.8. Cursos de formación TIC a comercios.

O.9. Más personal experto en TICs y propiedad intelectual en el Ayuntamiento.

OPORTUNIDADES (sigue)

O.10. Luminarias más eficientes y menor contaminación lumínica. Se puede liderar una revolución para minimizar la contaminación lumínica en ciudades con la ayuda de Calar Alto.

O.11. Contexto científico y de medio natural bien conservado (biodiversidad, geodiversidad, calidad del cielo): ingredientes para el desarrollo transversal del turismo científico de calidad (astronómico, geológico, biológico, industrial).

O.12. Eficiencia energética en edificios públicos.

O.13. Red de sensores de emisiones CO, CO₂, etc.

O.14. Sistema de control de tráfico con cámaras inteligentes y paneles informativos.

O.15. Tranvía Almería - UAL y Almería - Hospital de Torrecárdenas.

O.16. Concienciación reciclaje de residuos.

O.17. Geoportal que sirva de herramienta (de información regulatoria y de estimación de dimensionado de instalaciones) al ciudadano.



Diagnóstico de Economía Azul

ECONOMÍA AZUL

1. INTRODUCCIÓN

La Economía Azul es definida por la Unión Europea como **“la que reconoce la importancia de los mares y océanos como motores de la economía por su gran potencial para la innovación y el crecimiento”**.

El vector de Economía Azul en la ciudad de Almería se ha considerado que debe diagnosticar la situación de aquellas actividades desarrolladas en torno al mar y al litoral, en especial las que incorporan una perspectiva sostenible e innovadora. Está ligado al turismo, al desarrollo económico, al litoral, a la actividad portuaria y pesquera, al ciclo integral del agua y a la sostenibilidad.

Para analizar estas realidades, se ha creado una **mesa de trabajo** integrada por una quincena de profesionales y expertos en la materia, conocedores de los distintos aspectos de los enunciados en este vector. Los participantes han puesto de manifiesto aspectos críticos, así como fortalezas y oportunidades que se deben potenciar y aprovechar.

A lo largo de los 18 meses en los que se ha desarrollado la fase de diagnóstico, los expertos han mantenido **tres reuniones**, una primera constitutiva del panel (6 de junio de 2018) en la que miembros de entidades públicas y privadas relacionadas con la economía azul, la industria pesquera y náutica, la biotecnología y la Universidad sentaron las bases de trabajo y la metodología a seguir en este proceso. Posteriormente, han tenido lugar dos nuevas reuniones, el 18 de diciembre de 2018, en la que se comienza a profundizar las temáticas que se incluyen dentro del vector y la del 19 de febrero de 2019, en la que se trabaja sobre el prediagnóstico elaborado por la Oficina Técnica y donde ya se recogen los principales indicadores disponibles y las primeras conclusiones recogidas en la matriz DAFO.

Asimismo, se han realizado **actividades complementarias** de carácter divulgativo como la jornada titulada *«Estrategias de crecimiento y Economía Azul en Andalucía. Potencial y desarrollo»*, celebrada el 1 de octubre de 2018, con la participación del presidente del Clúster Marítimo Marino de Andalucía o las *II Jornadas “Blue Energy Lab”*, celebradas el 30 de enero del 2019, en las que expertos en la materia analizaron las posibilidades del Mediterráneo en la generación de energía renovable.

Cara a obtener información cualitativa sobre los principales aspectos del vector, se ha realizado **un análisis de expertos bajo método Delphi**, como técnica de prospectiva. El cuestionario ha sido respondido por el 100% de los expertos integrantes del panel, lo que ha permitido obtener valiosa información sobre las posibilidades del sector cara al futuro, e ir vislumbrando las estrategias a seguir.

2. ANÁLISIS EXTERNO DEL VECTOR

En el año 2050 más del 70% de la población mundial vivirá en ciudades, según previsiones de Naciones Unidas, y entorno al 50% serán ciudades costeras. Por otra parte, el 80% de los seres vivos están en los océanos y solo se ha explorado el 5% de los mismos. Es necesario analizar de qué forma se desarrollan estos espacios y su convivencia, ya que será donde se genere gran parte de la economía del futuro.

En un mundo globalizado, el diagnóstico de los municipios y de cualquier territorio, está ligado e influido por las políticas y acuerdos a escala mundial, de ahí que para este diagnóstico se han analizado todos los escenarios.

Naciones Unidas, en su Agenda 2030, propone 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas para transformar los modelos de crecimiento mundial. Al hablar de economía azul, hay un ODS directamente afectado que es el **ODS 14 “Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible”**. Sin embargo, la economía azul también debe tener en cuenta las metas propuestas en los **ODS 6**, sobre el ciclo integral del agua y el saneamiento; el **ODS 9**, de promoción de la industria, la innovación y las infraestructuras; el **ODS 11**, para la construcción de ciudades y comunidades sostenibles; y el **ODS 13**, de acción por el clima.

Hay que destacar que la Economía azul ha crecido en varios estados miembros de la Unión Europea más rápido que la economía nacional en la última década, con **una facturación de 566.000 millones de euros**, generando 174 millones de euros de valor agregado y crea puestos de trabajo para casi 3,5 millones de personas, el 1,6% del empleo total de la Unión, según el informe [*The 2018 Annual Economic Report on EU Blue Economy*](#).

Para realizar el análisis externo de la ciudad de Almería, se ha determinado el marco de referencia básico europeo, nacional y regional, en el que se incluyen las normativas, tratados, políticas y líneas de financiación. En el siguiente cuadro se enumeran los documentos que han de ser tenidos en cuenta a la hora de analizar el vector economía azul.

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|--------|---|--|
| Europa | Política Marítima Integrada 2014-2020. | Comisión Europea |
| | Crecimiento azul en la Unión Europea. | Comisión Europea |
| | Oportunidades de financiación europea para la economía azul 201-2020 | Comisión Europea |
| | Sector energético y la implementación de la directiva de planificación del espacio marítimo | Comisión Europea |
| | Comunicación sobre Crecimiento azul. Oportunidades para un crecimiento marino y marítimo sostenible (2012). | Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones |
| | The Ocean Economy in 2030. | Secretaría General de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) |
| | Informe económico anual sobre la economía azul de la UE. | Comisión Europea |
| | Libro blanco del transporte europeo, UE (2011) | Comisión Europea |
| | Política pesquera común | Comisión Europea |
| España | Estrategia Española de Crecimiento Azul. | Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación |
| | Boletín de Crecimiento Azul. | Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación |
| | Estudio de la economía azul de la comunidad de valencia | Generalitat Valenciana |

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|-----------|--|---|
| Andalucía | Estrategia andaluza de gestión integrada de zonas costeras (2007). | Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible |
| | Campus de excelencia internacional del mar y plataforma andaluza por la economía azul | Universidad de Granada |
| | Revista del clúster marítimo de Andalucía, AZUL- SUR. | Clúster Marítimo Marino de Andalucía |
| | Proyecto life09nat/es/000534. CONSERVACIÓN DE LAS PRADERAS DE posidonia oceánica EN EL MEDITERRÁNEO ANDALUZ. | Instituto Mediterráneo de Estudios Avanzados (MEDEA) |

En términos globales, la economía azul representó en 2016 el **1,3% del PIB total de la Unión Europea**, siendo **Reino Unido, España, Italia, Francia y Grecia** los países que más economía generan en este sector, aglutinando más de la mitad del total de empleos vinculados al sector.

En España se estima que la economía azul emplea a más de **691.000 personas** lo que representa una quinta parte del empleo total. Ello genera aproximadamente **23 millones de euros de valor agregado**.

Es el **sector turismo**, con el 77%, el que más empleo engloba, seguido del sector de los **recursos marinos**, con el 17%. Por su parte, el sector de “**recursos vivos**”, en el que se engloba la pesca, la acuicultura y el procesamiento, ha experimentado un crecimiento de un 22% entre 2009 y 2016.

Asimismo, cabe destacar el auge de sectores emergentes como la **biotecnología**, así como el crecimiento en la **industria eólica marina**, que ha pasado de 23,7 millones en 2009 a 160 millones en 2016, superando en número al empleo del sector pesquero.

Para la Unión Europea, la economía azul posibilita el desarrollo de las ciudades costeras, generando, riqueza, empleo y nuevas oportunidades. Ello aportará nuevas oportunidades que facilitarán la permanencia de los jóvenes en sus territorios. Por eso, considera “vital” el papel de los líderes locales de las ciudades costeras europeas para que se impliquen en este reto.

3. ANÁLISIS INTERNO DEL VECTOR

La ciudad de Almería tiene en su litoral una de sus mayores fuentes de riqueza y desarrollo. Para realizar el análisis interno que determine la situación actual y las posibilidades futuras que aporta este vector para el territorio, es necesario determinar los campos sobre los que se realiza el estudio.

La **Unión Europea** aporta una visión muy extensa de los sectores que se pueden incluir en este concepto, integrando en el mismo a la acuicultura (Pesca), turismo costero y marítimo, biotecnología marina, energía oceánica (incluida eólica), explotación minera de los fondos marinos, construcción naval, navegación y transporte marítimo, redes de logística y distribución eléctrica, gestión del litoral (incluidas playas y fondos marinos costeros), ciclo integral del agua reciclaje/desalación, biodiversidad marina y costera, conocimiento del medio marino frente litoral, seguridad (incluidos riesgos inundación) y migraciones.

En el caso de **Almería**, los sectores e indicadores que han sido seleccionados para su análisis y seguimiento, al contar con datos para poder diagnosticarlos son los relacionados con **pesca** (flota, capturas y acuicultura); **tráfico marítimo** (mercancías, pasajeros, facturación, construcción y reparación naval) el **turismo costero** (cruceros, turismo náutico, puertos deportivos); **agua y energía** (desalación; energías renovables); **biodiversidad marina y costera** y riqueza natural de fondos.



3.1 EL SECTOR PESQUERO Y NAVAL

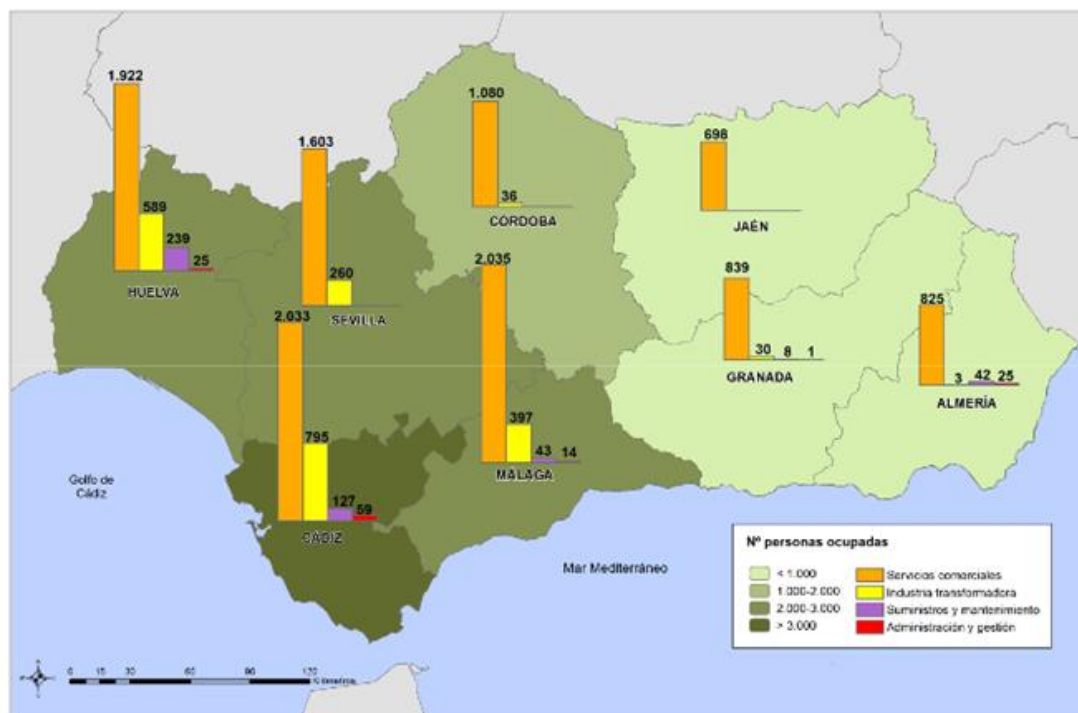
Almería supuso en el 2017 el **14,4% de los empleos del sector pesquero (buques de pesca y almadrabas) de Andalucía**, casi un punto más que en los ejercicios del 2016 y 2015, pero dos puntos menos que en el año 2009, según los datos aportados por Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Un peso relativamente bajo en relación a las otras provincias andaluzas, donde Huelva (37%) y Cádiz (31%) concentran casi el 70% de la actividad.

| Por provincia | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Huelva | 30,6 | 31,4 | 36,2 | 36,6 | 36,7 | 35,1 | 36,5 | 37 | 36,8 |
| Cádiz | 36,8 | 37 | 30,9 | 31,8 | 31,7 | 34,4 | 32,4 | 32,1 | 31,2 |
| Málaga | 13,4 | 13,8 | 14 | 14 | 13,6 | 13,8 | 15,4 | 15,3 | 15,5 |
| Granada | 2,3 | 3,2 | 3,4 | 2,3 | 2,5 | 2 | 2,1 | 2,1 | 2,1 |
| Almería | 16,8 | 14,6 | 15,5 | 16,3 | 15,6 | 14,7 | 13,6 | 13,5 | 14,4 |

Distribución del empleo directo: buques de pesca y almadrabas (%).

Actividad estadística "Empleo Pesquero en Andalucía". Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

En el año 2016, estaban enrolados en buques pesqueros 260 trabajadores en el municipio de Almería. En referencia al empleo indirecto generado por el sector, los datos revelan que del millar de personas que ejercen su actividad en sectores vinculados con el pesquero, un **92,17% lo hace en servicios comerciales**; un 0,46% lo hace en servicios y mantenimiento y un 0,27% lo realiza en gestión y administración.



Distribución del empleo pesquero indirecto por tipo de actividad y provincia 2016.
Actividad estadística "Empleo Pesquero en Andalucía". Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

En el puerto de Almería tienen su base un total de 159 barcos de pesca. **Más del 50% de los buques se dedican a las artes menores**, el 22,6% a la pesca de arrastre de fondo; el 12,5% a la pesca del cerco y el 6,2% al palangre en superficie.

| Con base en el puerto | Número | G.T. |
|-----------------------------|--------|-------|
| Arrastre fondo Mediterráneo | 36 | 2.147 |
| Artes menores | 80 | 215 |
| Cerco | 20 | 658 |
| Palangre de fondo | 1 | 7 |
| Palangre superficie | 10 | 151 |
| Sin censo | 12 | 158 |

Barcos de pesca con base en el puerto de Almería 2016.
Autoridad portuaria de Almería.

Según los datos aportados por el Observatorio Argos, en el año 2018, un promedio de 970 almerienses está afiliados al régimen especial de trabajadores del mar de la Seguridad Social, lo que supone un 0,34% de las afiliaciones de toda la provincia. Comportamiento similar, aunque con alguna tendencia a la baja, es el experimentado en el primer trimestre del 2019, con 884 afiliados, un 0,30% de las afiliaciones generales.

El **perfil de los trabajadores** del sector es el siguiente: El 95% de las personas que trabajan en el sector son varones. El 60% de los demandantes de empleo alcanza los estudios de secundaria. Almería es el municipio en el que se detecta mayor demanda de mano de obra y el trabajo más demandado es la pesca de altura.

El 75% de los contratos del sector son de obras y servicios (155) y la ocupación que genera más contratos es la de pescadores de aguas costeras y agua dulce, con un 47% de los contratos del sector.

Cabe destacar que el 78% (160) de los empleados en el sector son españoles y el 21% (44) proceden de países no comunitarios.

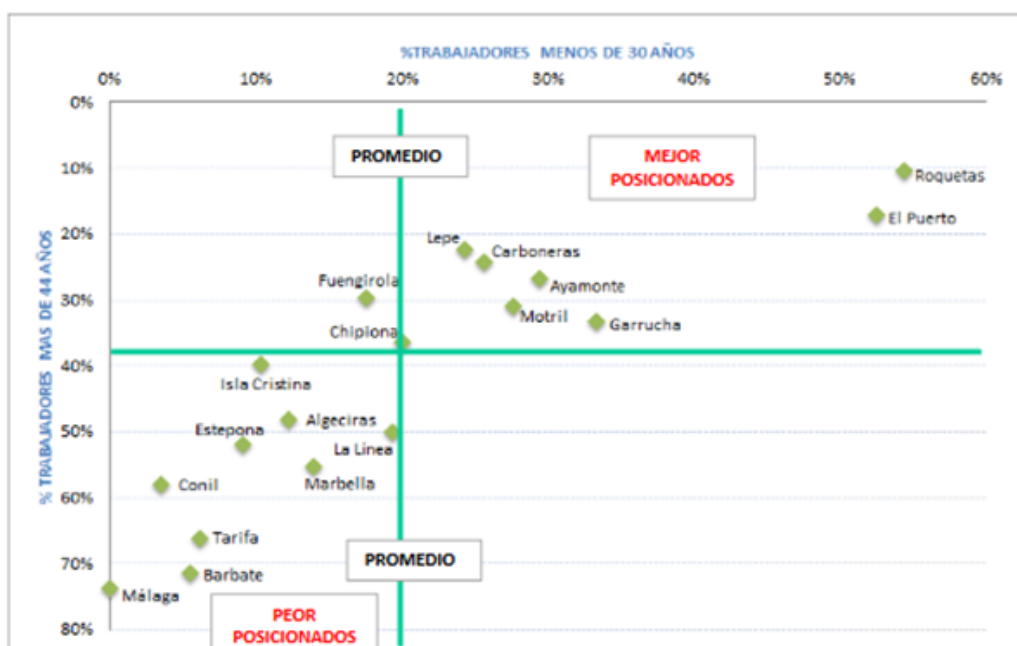
El 60% de los demandantes de empleo en el sector pesquero tienen más de 45 años, el 36% está entre los 25 y los 44 años y tan solo el 4,4% de los demandantes tienen menos de 25 años.

Diagnóstico
Plan Estratégico Almería 2030

| OCUPACIONES DEL SECTOR CON MÁS CONTRATADOS | Nº CONTRATOS PESCA | % |
|--|--------------------|-------------|
| Pescadores de aguas costeras y aguas dulces | 96 | 47.05% |
| Pescadores de altura | 34 | 16.66% |
| Marineros de puente, marineros de máquinas y afines | 44 | 21.56% |
| Mecánicos y ajustadores de maquinaria naval y ferroviaria | 7 | 3.43% |
| Peones de la acuicultura | 10 | 4.90% |
| Trabajadores cualificados en la acuicultura | 6 | 2.94% |
| Técnicos en mecánica | 1 | 0.49% |
| Peones de la pesca | 4 | 1.96% |
| Conductores asalariados de automóviles, taxis y furgonetas | 0.25 | 0.12% |
| Capitanes y oficiales de puente | 0.25 | 0.12% |
| Técnicos de la sanidad no clasificados bajo otros epígrafes | 0.25 | 0.12% |
| Ajustadores y operadores de máquinas-herramientas | 0.25 | 0.12% |
| Peones del transporte de mercancías y descargadores | 0.25 | 0.12% |
| Jefes y oficiales de máquinas | 0.75 | 0.36% |
| Empleados administrativos con tareas de atención al público no clasificados bajo otros epígrafes | 0.25 | 0.12% |
| Técnicos en redes | 0.25 | 0.12% |
| Buceadores | 0.25 | 0.12% |
| TOTALES | 204 | 100% |

Ocupaciones del sector pesquero por ramas en Almería 2018.
Elaboración propia en base a los datos del Observatorio Argos. Consejería de Empleo, Formación y Trabajo Autónomo.

Se observa que se trata de un sector con una mano de obra de edad avanzada, donde no se está produciendo un relevo generacional. Algunos de los factores que se identifican en diferentes encuestas realizadas a profesionales del sector señalan, entre otras razones, las duras condiciones de trabajo, los horarios, las pocas expectativas de mejora del sector y la falta de una promoción y formación de calidad para el personal dedicado a estos oficios de la pesca. No es de extrañar, por tanto, que los jóvenes no encuentren en la pesca una de sus preferencias laborales. No obstante, en comparación con otros puertos andaluces, los puertos de Almería son los que cuentan con unos trabajadores más jóvenes y preparados.

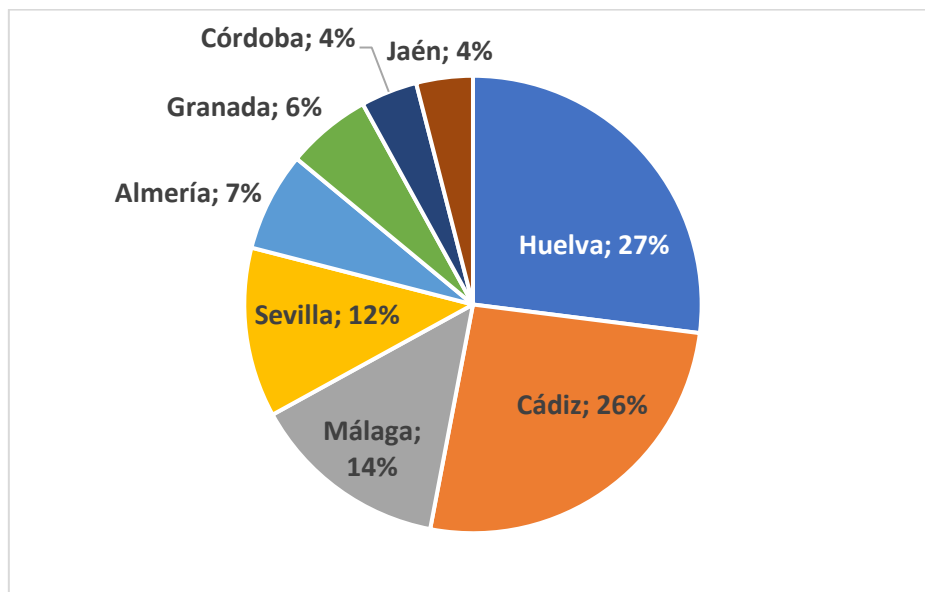


Posicionamiento de los puertos pesqueros según situación con respecto al relevo generacional 2016.

Actividad estadística "Empleo Pesquero en Andalucía". Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

* No se incluyen los datos de los puertos de Huelva, Cádiz, Rota, Punta Umbría, Sanlúcar de Barrameda, Vélez Málaga y Almería por falta de datos.

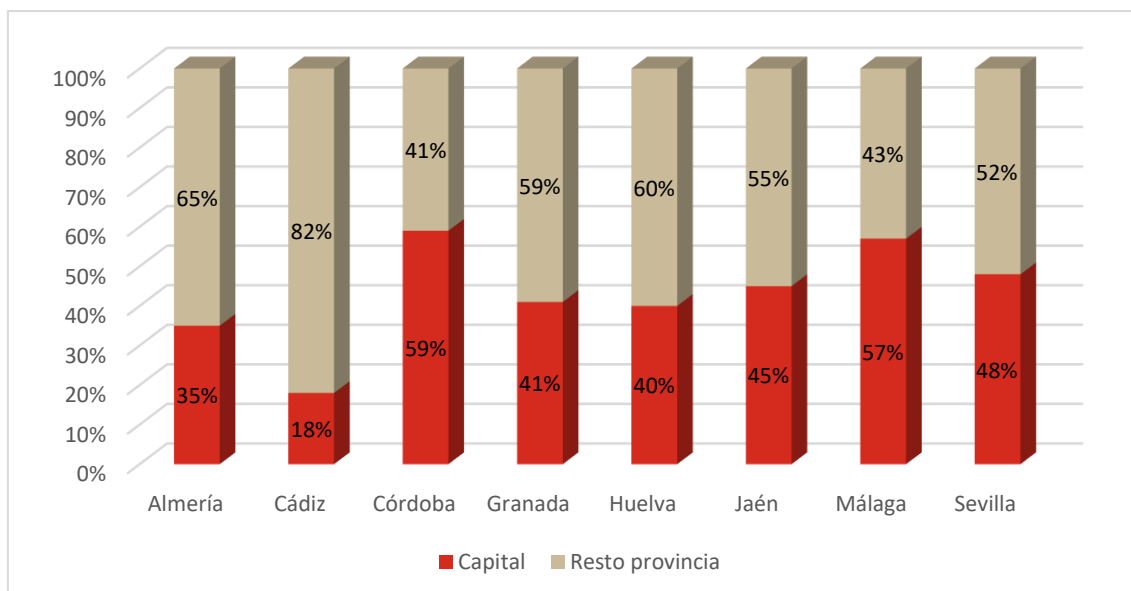
En Andalucía son las provincias de Huelva y Cádiz las que concentran algo más del 50% de las empresas pesqueras dedicadas a las transformación y comercialización mayorista, seguidas por Málaga (14%) y Sevilla (12%). Las provincias de Almería (7%), Granada (6%) y Córdoba (4%) tienen un poco bastante reducido en el conjunto andaluz.



Distribución de las empresas pesqueras dedicadas a la transformación y comercialización mayorista por provincia. Año 2017

Producción Pesquera Andaluza (2017). Plan Estadístico y Cartográfico de Andalucía 2013-2020. Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

En términos de manipulación y transformación, Almería capital aglutina el **35% de las empresas dedicadas a la manufactura del pescado**, existentes en la provincia. Es un porcentaje relativamente bajo en comparación con otras capitales andaluzas, que concentran entre un 40% y un 60% de las manufacturas provinciales (salvo en Cádiz).



Empresas relacionadas con la industria y comercialización pesquera según localización en la provincia 2017

Actividad estadística "Producción Pesquera Andaluza". Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

La lonja de Almería es uno de los principales mercados andaluces. Tan solo superada por la lonja de Cádiz (8.275.915 kilos) y por la de Isla Cristina, (6.310.749 kilos). Ocupa, con 4.220.040 kilos de capturas, **el tercer lugar de las 25 lonjas existentes en la Comunidad Autónoma Andaluza**.

A nivel provincial, la lonja almeriense destaca sobre las del resto de los municipios. Con un tercio menos de capturas, es seguida por la de Adra (1.066.725 kilos); Carboneras (795.324 kilos), Roquetas (383.246 kilos) y Garrucha (378.724 kilos).

Al realizar el análisis de la evolución de las capturas, se observa que para el período 2016 a 2018 se ha más que duplicado el peso de las capturas, si bien el precio medio por kilo se ha reducido en casi un euro.

| | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------------------|--------------|---------------|---------------|
| Peso capturas | 1.960.607,35 | 3.499.724,01 | 4.220.040,83 |
| Precio total | 7.360.331,98 | 10.016.673,95 | 11.595.786,32 |
| Precio medio euro/kg | 3,75 | 2,86 | 2,75 |

Peso y precio de las capturas de la lonja de Almería.

Idapa

Las principales capturas que llegan a la lonja de Almería son la caballa (975.251 kilos), boquerón (524.527 kilos), alacha (480.864 kilos), sardina (272.597 kilos) algarín (154.259 kilos) y el pulpo de roca, con 135.946 kilos. Estas especies suponen el 60,2% del total del pescado que pasa por esta ubicación.

El arte pesquero del arrastre es el más utilizado para las capturas, siendo usada en el **50% de las extracciones**. Le sigue la pesca de cerco, con un 22,5%; las artes menores con un 17%; el palangre se superficie con un 4,7% y la daga hidráulica, con un 3,3%.

| Tipo de pesca | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Arrastre | 48 | 48,7 | 50,3 | 48,2 | 44,8 | 44,8 | 41 | 42,3 | 48,3 | 50,1 |
| Cerco | 25,1 | 19,9 | 20,5 | 27,6 | 26,2 | 26,2 | 27,4 | 23,5 | 20,1 | 22,5 |
| Artes menores | 18,1 | 19,2 | 18,7 | 17,3 | 18,3 | 18,3 | 17 | 18,3 | 18 | 17,6 |
| Draga hidráulica | 4,5 | 7 | 5,6 | 2,3 | 5 | 5 | 6,1 | 7,6 | 5,2 | 3,3 |
| Tipo de pesca | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |

| | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Palangre de superficie | 2 | 2,5 | 3 | 3,9 | 3,5 | 3,5 | 3,2 | 6,1 | 6,5 | 4,7 |
| Rastro | 2,2 | 2,5 | 1,7 | 0,6 | 1,6 | 1,6 | 1,6 | 1,7 | 1,5 | 1,3 |
| Almadraba/almadrabeta | 0 | 0 | 0 | 0 | 0,3 | 0,3 | 0,3 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Marisqueo | 0,1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |

Pesca fresca comercializada en lonja según modalidad: participación sobre las ventas totales (%).

Actividad estadística "Producción Pesquera Andaluza". Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

El sector pesquero almeriense tiene un peso reducido en número de empleos en Andalucía, pero el perfil de los trabajadores es más joven que el de otras provincias y están dedicados en gran medida a los servicios comerciales. Así mismo, la lonja de la capital ocupa el tercer puesto en Andalucía, si bien las manufacturas están repartidas por la provincia.

3.2 TRÁFICO MARÍTIMO

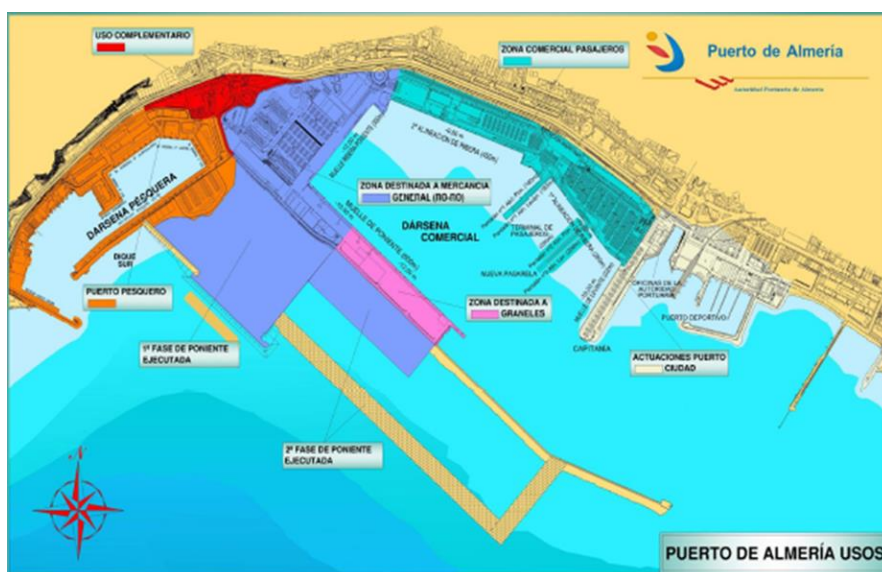
A- PUERTO DE ALMERÍA

Situado en el extremo Sur-oriental de la Península Ibérica, en el circuito natural de navegación del Mediterráneo, frente a las costas africanas y en el eje de comunicaciones Suez-Gibraltar, el puerto de Almería tiene una ubicación privilegiada y una larga historia. El Puerto de Almería cuenta con un destacado movimiento pesquero, industrial y de pasajeros, además de ser escala de diversos cruceros por el Mediterráneo. Conectado con líneas regulares con Melilla, Nador, Algeciras, Valencia, Cartagena, Málaga Alicante y Orán / Ghazaouet. En 2018 transitaron sus instalaciones un total de 961.185 pasajeros, una cifra que se ha ido incrementando en los últimos años entorno al 10% anual, con algunas excepciones.

El Puerto de Almería comenzaba en el año 2000 su especialización hacia el tráfico de pasajeros, llegando a situarse, como el segundo puerto español en **tráfico de pasajeros con el norte de África**, después de Algeciras, así como el **segundo en pasajeros de cabotaje y exterior**.



Plano de accesos terrestres y comunicaciones internas. Autoridad Portuaria de Almería.



Usos y futuras obras del puerto de Almería.
Autoridad Portuaria de Almería.

Desde el año 2005 y coincidiendo con la separación del Puerto de Motril de la autoridad portuaria de Almería, se han abierto nuevas líneas de actuación para el desarrollo y crecimiento del puerto en la captación del tráfico de cruceros y, desde el 2005, el puerto de Almería se centró en establecer **nuevas líneas de tráfico marítimo internacional de contenedores**, lo que ha supuesto que el Puerto de Almería realizara una profunda reorganización de su espacio portuario. En los primeros meses de 2019 el tráfico de contenedores ha crecido casi un 600% y se esperan nuevos crecimientos con la instalación de las líneas permanentes de Maersk y MSC.

A lo largo de la primera década del 2000, el puerto recibe grandes inversiones para hacer un puerto moderno y más competitivo para captar nuevos tráficos. Se convierte la antigua dársena comercial en terminal de pasajeros; se amplía el muelle de poniente para crear la gran terminal de contenedores; se construyen los muelles y superficies para el tráfico de graneles sólidos.

El Puerto de Almería sigue apostando por un modelo de puerto moderno, sostenible, seguro y con altos estándares de calidad, dando respuesta a **retos** como: la búsqueda de nuevos tráficos y mercados, la continuidad en el mantenimiento y aumento del tráfico de pasajeros y vehículos, la recuperación de la actividad pesquera, la potenciación de la náutica recreativa, el incremento del tráfico de contenedores, la creación de una zona de actividades logísticas, el establecimiento de nuevas líneas marítimas ligadas a los sectores estratégicos de la provincia y sus zonas de influencia, la integración en las redes logísticas, la integración Puerto-Ciudad y la atracción de líneas regulares de cruceros.

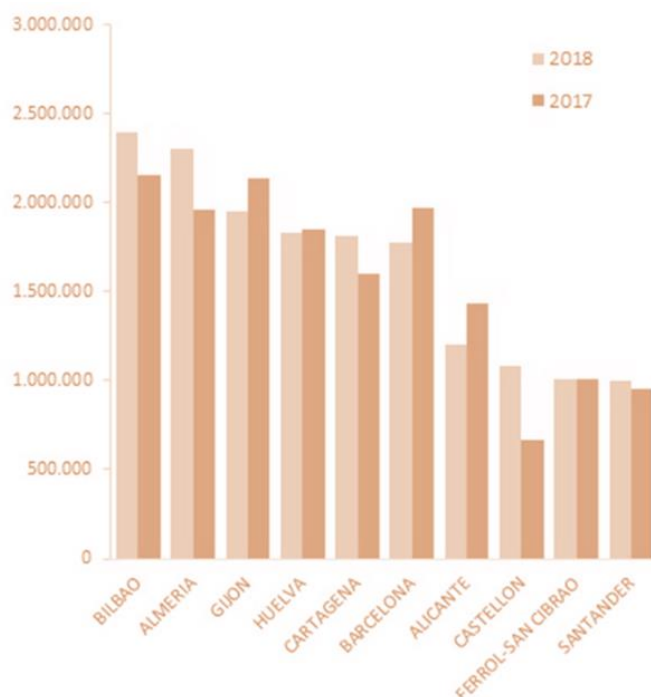
| | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 | Var. 18/17 | Var. 17/16 | Var. 16/15 |
|-----------------------------|-----------|---------|---------|---------|---------------|---------------|------------|
| Graneles sólidos | 1.242.393 | 898.697 | 779.538 | 873.167 | 38,24% | 15,29% | -10,72% |
| Graneles líquidos | 6.702 | 1.500 | 233 | 0 | 346,80% | 543,78% | - |
| Mercancía general | 583.991 | 614.380 | 650.380 | 547.211 | -4,95% | -5,54% | 18,85% |
| Auto avituallamiento | 88.018 | 86.126 | 74.442 | 71.317 | 2,20% | 15,70% | 4,38% |

| TOTAL | 1.921.104 | 1.600.703 | 1.504.755 | 1.491.695 | 20,02% | 6,38% | 0,88% |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|--------|--------|--------|
| Pasajeros | 961.185 | 951.470 | 827.228 | 698.384 | 1,02% | 15,02% | 18,45% |
| Vehículos | 215.959 | 204.745 | 164.502 | 133.344 | 5,48% | 24,46% | 23,37% |
| Camiones/ plataformas | 21.026 | 21.462 | 20.564 | 17.747 | -2,03% | 4,37% | 15,87% |
| Ro-ro | 430.042 | 432.684 | 413.319 | 377.611 | -0,61% | 4,69% | 9,46% |
| Teus | 9.190 | 6.579 | 6.264 | 5.985 | 39,69% | 5,03% | 4,66% |
| Nº buques | 1.754 | 1.819 | 1.387 | 1.154 | -3,57% | 31,15% | 20,19% |
| Buques Tn.G.R.T. | 31.362.030 | 30.081.119 | 24.500.048 | 20.513.223 | 4,26% | 22,78% | 19,44% |

Distribución de tráfico en el puerto de Almería.

Autoridad Portuaria de Almería.

En 2018 se situó como el tercer puerto en Andalucía por movimiento de mercancías de cabotaje y tráfico exterior. En el año 2018 se ha incrementado el **tráfico de graneles sólidos** en un 38% en referencia al periodo anterior y en un 53,53% comparándolo con el 2016. De hecho, en 2019, los tráfico de los primeros meses (hasta abril), según noticias de Puertos del Estado, la están consolidando como la sexta ciudad de España en tráfico de exportaciones de graneles sólidos.



Exportaciones de graneles sólidos (toneladas).

Autoridad Portuaria de Almería y Puertos del Estado.

El **tráfico de graneles líquidos** experimentó un crecimiento espectacular del 17 al 18 con un 346% y un 534% del 2016 al 2017.

Por el contrario, el **tráfico de mercancías general** decrece casi 5 puntos y el de avituallamiento experimenta un moderado crecimiento superior al 2%. En términos generales, se puede constatar una clara tendencia al crecimiento superior al 20%.

“El puerto de Almería tiene una posición consolidada en España en el tráfico de graneles sólidos, ocupando los primeros puestos del país, y subiendo también posiciones en graneles líquidos. Destaca también en el tráfico de pasajeros de cabotaje y exterior, en especial, con el norte de África, si bien, tiene como retos la consolidación de los tráficos de contenedores y de pasajeros de cruceros, donde aún no ha logrado un equilibrio anual y unos tráficos consolidados”

3.3 TURISMO Y LITORAL

A. CRUCEROS

Almería se revela como un nuevo puerto de cruceros del Mediterráneo. Según el recuento histórico de la entidad portuaria, 2008 fue el mejor año de la década para el turismo de cruceros en Almería, ya que se llegó a recibir un **máximo de 60.695 pasajeros en 72 escalas**. Los años 2016 y 2018 también se han mostrado favorables para este nuevo segmento turístico, con 40 y 39 escalas respectivamente, comportamiento que aún habrá que consolidar en el 2019.

| Años | 2019 (abril) | 2018 | 2017 | 2016 | 2015 |
|--------------|--------------|--------|--------|------|------|
| Cruceros | 5 | 39 | 35 | 40 | 26 |
| T. Variación | - | 11% | -13% | 54% | - |
| Pasajeros | 1.575 | 28.972 | 25.984 | - | - |

Número anual de cruceros y cruceristas.

Fuente: Elaboración propia en base a los datos de Autoridad Portuaria.

En referencia al origen y destino de los buques, cabe destacar que la mayoría de las conexiones se producen en el **Mediterráneo andaluz y levantino**, además de mantener rutas con Italia y el Atlántico.

Diagnóstico

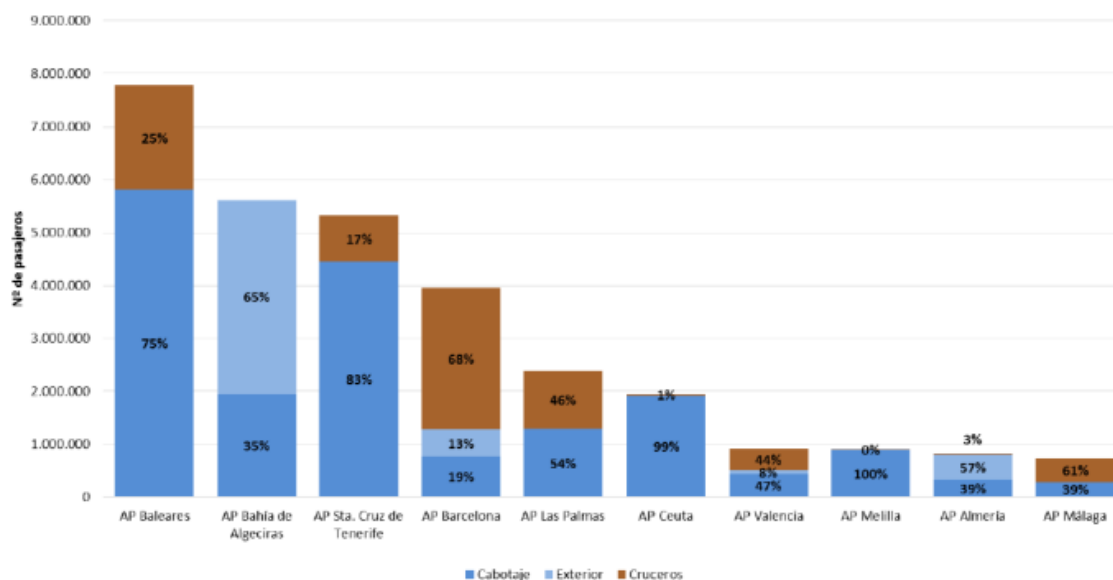
Plan Estratégico Almería 2030

| 2017 | | | | 2018 | | | | 2019 | | | |
|-------------------|--------|-------------------|--------|-------------------|--------|-------------------|--------|-------------------|--------|-------------------|--------|
| Procedencia | | Destino | | Procedencia | | Destino | | Procedencia | | Destino | |
| Málaga | 22,20% | Málaga | 34,30% | Málaga | 29,00% | Málaga | 29,00% | Málaga | 37,50% | Málaga | 31,30% |
| Cartagena | 8,30% | Valencia | 2,90% | Cartagen a | 9,70% | Valencia | 9,70% | Cartagen a | 25,00% | Valencia | 6,30% |
| Palma mallorca | 13,90% | Palma Mallorca | 17,10% | Palma mallorca | 12,90% | Palma Mallorca | 12,90% | Tanger | 6,30% | Palma Mallorca | 12,50% |
| Gibraltar | 2,80% | Cartagen a | 5,70% | Gibraltar | 19,40% | Cartagen a | 12,90% | Palma mallorca | 6,30% | Cartagen a | 37,50% |
| Ibiza | 16,70% | Gibraltar | 5,70% | Ibiza | 16,10% | Cagliari | 6,50% | Gibraltar | 6,30% | Porto Torres | 6,30% |
| Motril | 2,80% | Ceuta | 20,00% | Chivitave chia | 3,20% | Gibraltar | 6,50% | Cadiz | 6,30% | Alicante | 6,30% |
| Benidorm | 2,80% | Alicante | 2,90% | Monte Carlo | 3,20% | Ceuta | 12,90% | Trapani | 6,30% | | |
| Alicante | 5,60% | Motril | 8,60% | Oporto | 3,20% | Calvi | 3,20% | ST.Cruz Palma | 6,30% | | |
| Ajaccio | 8,30% | Tarragona | 2,90% | Valencia | 3,20% | Cádiz | 3,20% | | | | |
| Cádiz | 5,60% | | | | | Ibiza | 3,20% | | | | |
| Tánger | 2,80% | | | | | | | | | | |
| Valencia | 8,30% | | | | | | | | | | |

Evolución anual de origen y destino de los cruceros.

Elaboración propia en base a los datos de Autoridad Portuaria de Almería

Ciertamente, su escaso posicionamiento como **aeropuerto internacional** y la inexistencia de **tanques de combustibles** dentro del recinto portuario, dificultan que la ciudad sea puerto base de cruceros, por lo que es una apuesta complicada de consolidar en estos momentos, con la competencia tan importante que existe en el Mediterráneo.



Número de pasajeros gestionados en las principales autoridades portuarias por tipo de servicio 2016.

Puertos del Estado.

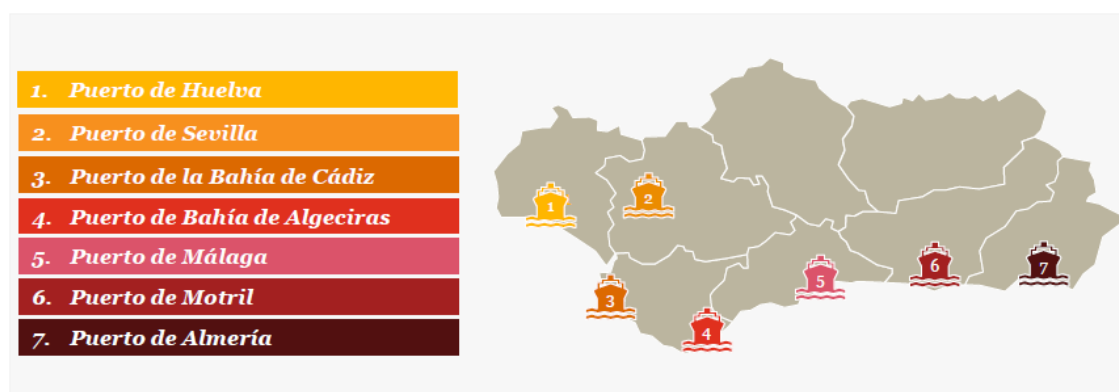
Los puertos de Barcelona y Málaga son los que cuentan con una mayor proporción de tráfico de cruceros con respecto al resto de sus tráficos, con cifras superiores al 60%. Le siguen en importancia proporcional los tráficos de Las Palmas y Valencia, así como Baleares y Santa Cruz de Tenerife. En Almería en estos momentos, apenas representan entre un 3% y un 4% de los tráficos de pasajeros mensuales.

“La apuesta por el turismo de cruceros del puerto de Almería aún necesita de un mayor impulso y la dotación de equipamientos e infraestructuras complementarias que hagan más atractiva la oferta actual. La unión a la apuesta cultural y turística de la capital es fundamental para dar calidad y diferenciación a su oferta”

B. IMPACTO ECONÓMICO DEL PUERTO

Los puertos tienen una gran repercusión en la economía provincial y regional. Valga como ejemplo que, en el 2016, casi la mitad de las exportaciones realizadas en Andalucía, se han hecho por vía marítima. Ello supone más de 11.530 millones de Euros y sitúa a la Comunidad autónoma Andaluza 12 puntos por encima de la media nacional.

El puerto de Almería es gestionado por la Autoridad Portuaria y pertenece a Puertos del Estado. Su labor resulta fundamental para articular el sistema de transporte regional, ya que Almería supone un nudo logístico fundamental y concentra una actividad industrial muy relevante.



Puertos pertenecientes a Puertos del Estado en Andalucía.

Fuente: Puertos del Estado. Estudio de Impacto socioeconómico de los puertos comerciales de Andalucía (PWC, febrero 2017).

El tráfico marítimo de estos puertos andaluces que pertenecen a Puertos del Estado supone la cuarta parte del nacional. La aportación de la industria portuaria del conjunto de los puertos, supone el 1,1% del PIB andaluz (1.473 millones en el año 2014). **El sector genera el 0,9% del empleo de Andalucía, generando más de 23.600 empleo.**

Por otra parte, las industrias dependientes, entendidas como tal aquellas empresas cuya actividad económica está vinculada a la industria portuaria. suponen el 3,2% del PIB, más de 4 mil millones de euros (datos del 2014). En referencia al empleo, engloba al 3,2% del total de ocupados, generando más de 62.400 puestos de trabajo.

En total, el **impacto de los puertos andaluces** supone el **4,3% del PIB andaluz** (2014). El efecto de arrastre provocado es muy relevante ya que cada euro de impacto directo genera un 1,8% adicionales del PIB andaluz.

Todos estos datos han sido extraídos el estudio “Impacto socioeconómico de los puertos comerciales de Andalucía”, elaborado por la empresa Pwc y financiado por las 7 autoridades portuarias andaluzas en el año 2017.

En 2014 se realizó otro estudio por la Autoridad Portuaria de Almería que estimó el **impacto directo e indirecto del puerto de Almería**, concluyendo que representaba casi **un millar de empleos** en la provincia, así como un VAB de casi **55 millones de euros**. Dado que los datos de tráfico de mercancías y viajeros en los que se basaba el estudio han ido mejorando en general a lo largo de los últimos años, así como los datos de empleo, es de suponer que estos valores de impacto socioeconómico deberían ser mejores en 2019.

| Impacto total del sector portuario 2014 | | | | | |
|---|------------|--------------------|---------------|---------------|----------------|
| | Empleos | Sueldos y salarios | EBE | VAB | Ventas |
| Directo | 392 | 16.031 | 9.625 | 25.656 | 59.135 |
| Indirecto | 168 | 6.147 | 8.243 | 14.390 | 40.768 |
| Inducido | 424 | 7.234 | 7.705 | 14.939 | 34.083 |
| Impacto total | 984 | 29.412 | 25.573 | 54.985 | 133.986 |

Principales cifras del impacto socioeconómico del puerto de Almería 2014.

Autoridad Portuaria de Almería.

Cantidades en miles de euros- empleos en número de trabajadores.

EBE: excedente bruto de explotación.

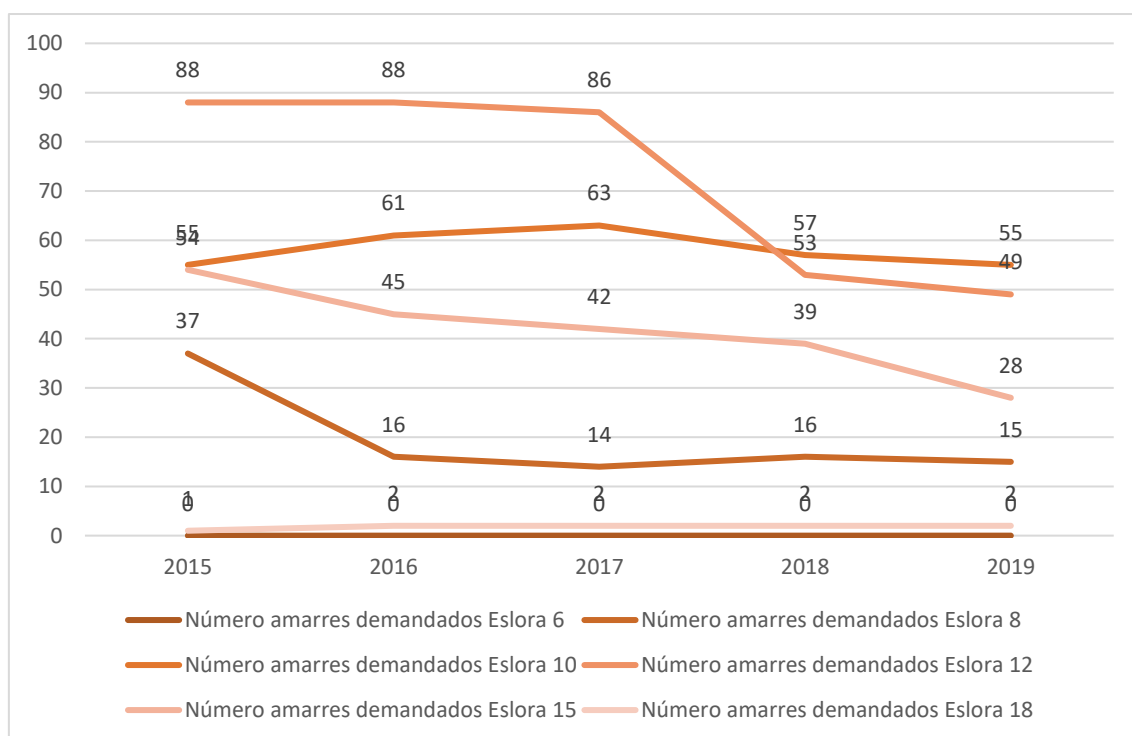
VAB: valor añadido bruto.

“Las inversiones realizadas en los últimos años y la mejora de los tráfico de mercancías y pasajeros hacen prever que el impacto del Puerto de Almería haya mejorado sus cifras respecto al estudio realizado en 2014, donde generaba casi 55 millones de euros en el VAB y un millar de puestos de trabajo”

C. PUERTOS DEPORTIVOS

Almería capital posee 275 puntos de atraque, claramente insuficientes a la luz de la demanda que existe. Al analizar la evolución de la necesidad de amarres desde el año 2015 a la actualidad, los datos revelan que, en los últimos 4 años, la demanda ha decrecido en más de 30 puntos. Pese a ello, **la capital necesita 149 puntos de atraque más de los existentes.**

Según los datos aportados por el puerto deportivo del Club de Mar de Almería, en el año 2015, la necesidad de puntos de atraque era de 235. Paulatinamente, ha sido bajando hasta que, en la actualidad, se requieren 86 amarres menos de los demandados en el 2015.



Demanda anual de amarres en función de eslora (en metros lineales -m.l.-) 2015.

Club de Mar Almería.

Las demandas más estables en los últimos 5 años son las correspondientes a las esloras de 6 m.l. (no hay ninguna), la de 18 m.l. (se mantiene en dos) y la de 10 m.l. (rondando las sesenta), seguidas por las de 8 m.l., que se han estabilizado en 15 después de una fuerte caída en 2016.

Caen en cambio las demandas de amarres de eslora 12 m.l. y las de 15 m.l., si bien continúan en valores muy por encima de las plazas disponibles en 2019, como se observa en la tabla (+181,48% y +350,00 %).

| | 2015 | | | 2016 | | 2017 | | 2018 | | 2019 | |
|---------------------|--------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|
| LONGI-TUD (ESLORA) | N.º AMARRES EXIST. | N.º DEMANDAS | % DEMANDA S/EXIST | N.º DEMANDAS | % DEMANDA S/EXIST | N.º DEMANDAS | % DEMANDA S/EXIST | N.º DEMANDAS | % DEMANDA S/EXIST | N.º DEMANDAS | % DEMANDA S/EXIST |
| 18 m | 3 | 1 | 33,33% | 2 | 66,67% | 2 | 66,67% | 2 | 66,67% | 2 | 66,67% |
| 15 m | 8 | 54 | 675,00% | 45 | 562,50% | 42 | 525,00% | 39 | 487,50% | 28 | 350,00% |
| 12 m | 27 | 88 | 325,93% | 88 | 325,93% | 86 | 318,52% | 53 | 196,30% | 49 | 181,48% |
| 10 m | 62 | 55 | 88,71% | 61 | 98,39% | 63 | 101,61% | 57 | 91,94% | 55 | 88,71% |
| 8 m | 92 | 37 | 40,22% | 16 | 17,39% | 14 | 15,22% | 16 | 17,39% | 15 | 16,30% |
| 6 m | 72 | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| Autoridad Portuaria | 11 | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% | 0 | 0,00% |
| TOTAL, PUERTO | 275 | 235 | 85,45% | 212 | 77,09% | 207 | 75,27% | 167 | 60,73% | 149 | 54,18% |

Demanda anual de puntos de atraque.

Elaboración propia en base a los datos aportados por el Club de Mar de Almería.

Como se puede observar, la demanda se desplaza claramente a los tamaños mayores (esloras de 10 a 18 metros), en detrimento de los menores (no existe demanda para los de 6 metros y es residual en los de 8 metros).

A la vista de los datos, se puede concluir que a efectos de demanda el Puerto “se ha quedado pequeño”, no sólo en número de plazas (superando el 54% de las plazas existentes), sino en lo que es aún más importante, en tamaño de amarres (para el caso de 15 metros la demanda supera en un 350% el número de amarres existentes, y para 12 metros el 181%).

Ante esta situación se podría decir que, no sólo es necesaria una **ampliación del puerto deportivo** por la demanda actual remanente del 54,18%, sino también la **reconversión de amares** de 6 m.l. (no demandados) en amarres de 8 m.l., variando la manga de los amarres, aunque se pierdan algunos de ellos en la redistribución por el aumento de la misma al pasar de 6 a 8 m.l. de eslora. Adicionalmente, habría también que considerar en la posible ampliación del puerto deportivo el incorporar en el diseño una gran oferta de amarres entre 10 y 18 metros.

“El puerto deportivo de Almería es actualmente pequeño para las demandas de puntos de atraque existentes, además de necesitar una reconversión en los tamaños de eslora que se atienden”

D. ACUICULTURA

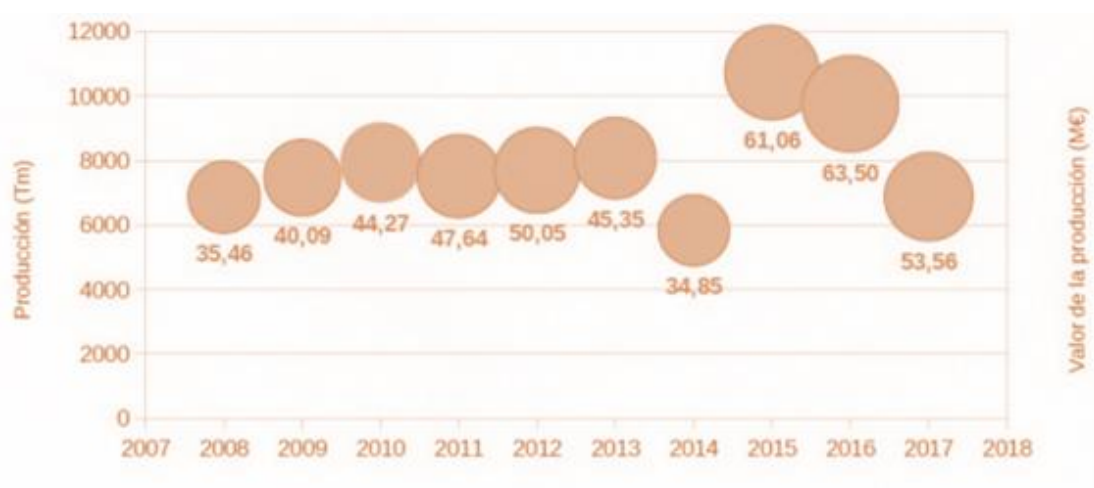
La **acuicultura marina supone la quinta parte de toda la facturación del sector pesquero andaluz**, con 70 millones de euros anuales y 10.000 toneladas de producción. La comunidad autónoma aporta el 20% de la producción total española.

La acuicultura andaluza generó el año 2017, 909 puestos de trabajo relacionados directamente con la actividad, lo que supone un 21% más que en 2016, cuando se crearon 715, según los datos aportados en su memoria por el Comité de Acuicultura Andaluza.

En 2017 había 158 establecimientos autorizados, de los que 18 estaban participando en algún proyecto de I+D+i, con una producción de 2.500,15 toneladas, un 36,36% de la

producción andaluza. Por su parte, el año anterior había 160 establecimientos autorizados, de los que 11 estaban participando en este tipo de iniciativas, con una producción de 1.654,12 toneladas, lo que supuso un 16,95% de la producción.

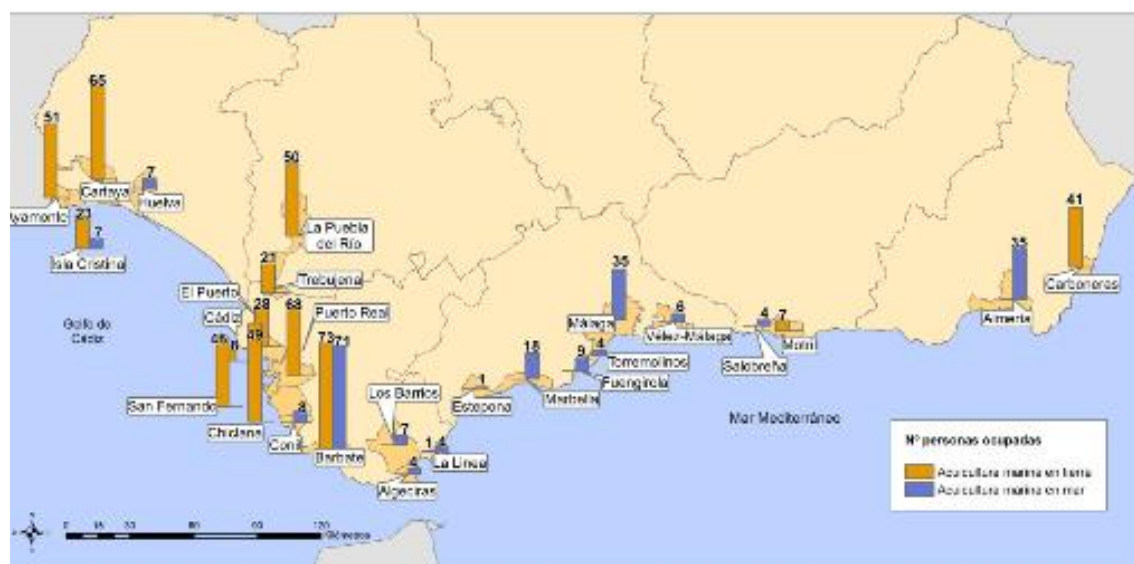
En los últimos 10 años, la producción acuícola ha presentado una **tasa de crecimiento anual en torno al 7%** y 15% en términos económicos. La tendencia del sector se dirige hacia la consolidación, crecimiento y modernización.



Producción y valor de la producción 2008-2017.

Comité de Acuicultura de Andalucía.

En la actualidad, en la provincia de Almería existen 8 empresas que pertenecen al sector, y se estima que generan una cantidad superior a las 3.000 toneladas de pescado. La provincia representaba en 2016 en el conjunto andaluz entorno a un 10% del personal dedicado a la acuicultura.



Distribución del empleo generado por la acuicultura marina (2016).

Empleo Pesquero en Andalucía 2016. Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural.

“Almería tiene un peso relativo importante en el sector de la acuicultura andaluza con casi 3.000 toneladas de pescado y un 10% del empleo generado en la comunidad”

3.4 GESTIÓN DE AGUAS DEL LITORAL

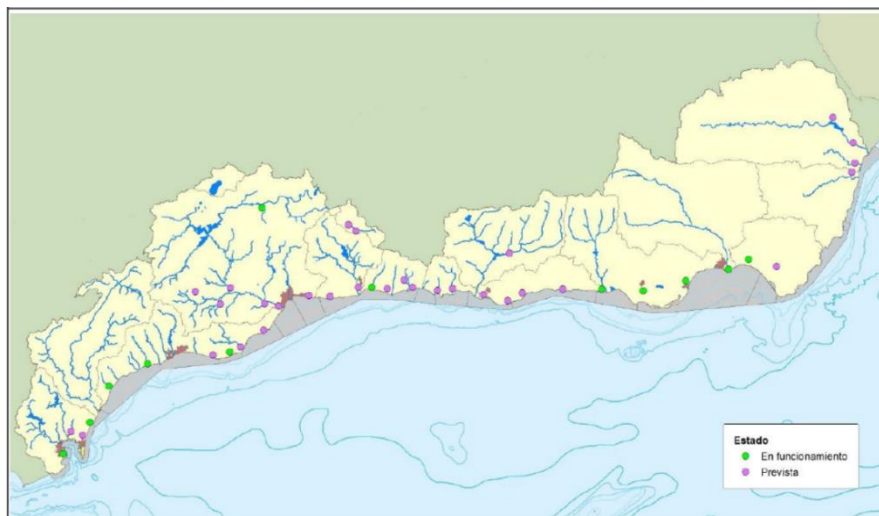
La ciudad de Almería se abastece en su totalidad de **dos únicos puntos de producción de agua**. Uno de los puntos se conoce con el nombre de “Captación Rambla Bernal” y está situado en Rambla Bernal, en el Término Municipal de El Ejido.

La segunda fuente de suministro de agua a la ciudad se realiza desde la Desaladora de Almería, sita en el margen izquierdo del Río Andarax de la capital.

La Captación Rambla Bernal se compone de una batería de 8 Sondeos, denominados Bernal 1-2-3-4-5-6-7-8, los cuales vierten la producción de agua a una conducción de diámetro 1.000 mm , desde la que se realiza el trasvase hacia el depósito principal de regulación “Depósito de Membrana Flotante”, de 100.000 m³ de capacidad, para posteriormente realizar el tratamiento adecuado y enviarla Apta para el Consumo Humano a través del “Canal de Aguadulce” a la ciudad de Almería.

En este sentido, las principales infraestructuras hidráulicas que comprende el Plan Almería, son las siguientes:

- Desaladora de Carboneras, con capacidad para obtener 42 hm³ anuales de agua desalada. Esta planta tiene una capacidad de producción diaria de 120.000 m³/día en dos líneas de 60.000 m³/día.
- Conducción Desaladora -Venta del Pobre- Límite del T.M. de Almería. Esta obra consta de los siguientes tramos e hitos significativos:
- Conducción en impulsión Desaladora-Venta del Pobre: se trata de una conducción de 19 km de longitud y 1.400 mm de diámetro, que tiene por objeto transportar el agua tratada desde la desaladora hasta el depósito de cabecera situado en la Venta del Pobre (Níjar).
- Depósito de cabecera que regula la conducción de gravedad.
- Conducción de gravedad que tiene su origen en el depósito de cabecera y conecta éste con la conducción Almanzora-Poniente hasta el límite del término municipal de Almería, derivándose de la conducción principal cuatro ramales secundarios que alimentan balsas de regulación.
- Ramales secundarios hasta balsas de regulación: Rambla de Bombón (9,3 km); Rambla del Pantano (1,68 km); Rambla de las Eras (1,10 km); Rambla de Inox (9,10 km).



Localización y estado de las EDAR con capacidad de regeneración de aguas.

Fuente: Plan Hidrológico de las Cuencas Mediterráneas Andaluzas.

Según el Plan Hidrológico de las Cuencas Mediterráneas Andaluzas (2015, Junta de Andalucía), una de las principales masas de agua que abastecen a la ciudad de Almería es el río Andarax, pero su caudal es insuficiente por derivaciones en masas situadas aguas arriba, por extracciones de aguas subterráneas y por la fuerte desestabilización del cauce. Adicionalmente, habría que mejorar las condiciones de la depuración tanto de la EDAR de Alhama de Almería como la de la EDAR de Gádor.

En lo que se refiere a la depuración de aguas, la provincia de Almería cuenta con 150 estaciones de depuración continentales y 11 en el litoral. Estas últimas dan asistencia a casi 350.000 personas.

| Ámbito | | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla | Andalucía |
|-------------|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|
| Continental | Nº EDAR | 150 | 56 | 50 | 84 | 60 | 77 | 63 | 59 | 599 |
| | Población atendida | 230.465 | 437.185 | 673.249 | 432.592 | 182.665 | 442.512 | 229.518 | 1.771.097 | 4.399.283 |
| | Carga equivalente (habitantes)* | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Litoral | Nº EDAR | 11 | 27 | - | 4 | 14 | - | 13 | - | 69 |
| | Población atendida | 342.793 | 691.917 | - | 96.419 | 292.117 | - | 1.076.788 | - | 2.500.034 |
| | Carga equivalente (habitantes)* | - | - | - | - | - | - | - | - | - |

Infraestructuras de depuración por provincias en Andalucía 2015.

Consejería de medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Informe de Medio Ambiente.

*Número teórico de personas que generarían un volumen de aguas residuales equivalentes a la suma de las producidas por la población, la industria y las actividades agrarias.

La provincia de Almería cuenta con un total de **5 desaladoras** de las cuales, cuatro son públicas y una privada. Su coste de ejecución asciende a 620 millones de euros. Según el Plan hidrológico Nacional, Almería padece un **déficit hídrico de 73 hectómetros cúbicos al año**. Para que los cultivos hortofrutícolas sean rentables, el agua de riego no debe pasar del 10% de los costes de producción. La desaladora del Campo de Dalías está concebida para proporcionar 30 hectómetros anuales para regar 8.000 hectáreas de invernaderos.

| Desaladora | Capacidad (hm3/año) | Uso agrícola | Abastecimiento urbano |
|--------------------------|---------------------|------------------------------|-------------------------|
| Carboneras | 42 | 42 (20,8) | -17 |
| Campo Dalías | 30 | 13,5 (6,2) | 26,5 (13,2) |
| Cuevas de Almanzora (BW) | 7,5 | 7,5 (4,5) | - |
| Rambla Morales | 20 | 20 | - |
| Bajo Almanzora | 20 inhabilitada | 15 | 5 |
| Águilas Guadalentín | 60 | 48 (43 CR Murcia, 5CR Pulpí) | 12 (10 MCT, 2 CR Pulpí) |
| Pulpí (BW) | 6+3 | 6+3 | - |
| Almería | 18 | - | 18 (5,1) |

Principales datos de las desaladoras de la provincia de Almería.

Fuente: Acuadmed / MAPAMA / Diario de Almería.

La **calidad de las aguas de su litoral es excelente**, tal y como demuestran los análisis realizados en 75 playas, de los que se extrae que existen 90 puntos de muestreo de calidad excelente; 3 de calidad buena y uno suficiente.

| Territorio | Nº municipios vigilados | Nº de playas vigiladas | Puntos de muestreo | Puntos muestreados: calidad excelente | Puntos muestreados: calidad buena | Puntos muestreados: calidad suficiente | Puntos muestreados: calidad insuficiente | Inversiones de la Dirección General de Sostenibilidad |
|------------|-------------------------|------------------------|--------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|--|--|---|
| Almería | 13 | 75 | 91 | 90 | 3 | 1 | 0 | 1.671 |
| Cádiz | 16 | 54 | 76 | 72 | 3 | 1 | 0 | 990 |
| Granada | 9 | 28 | 35 | 32 | 3 | 0 | 0 | 496 |
| Huelva | 9 | 19 | 47 | 47 | 0 | 0 | 0 | 1.208 |
| Málaga | 14 | 80 | 96 | 95 | 1 | 0 | 0 | 2.897 |
| Sevilla | - | - | - | - | - | - | - | 80 |
| Andalucía | 61 | 256 | 345 | 336 | 10 | 2 | 0 | 7.342 |

Resultados de la vigilancia sanitaria y ambiental de las playas por provincia 2016.

Consejería de Salud. Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

Estos buenos datos se materializan en el número de banderas azules que posee el litoral almeriense, el primero de toda Andalucía con un total de 32 banderas azules en el año 2020 (cinco más que el año anterior), al igual que Cádiz. De éstas 2, pertenecen a la ciudad de Almería (Nueva Almería y San Miguel del Cabo de Gata).

| Territorio | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Almería | 19 | 21 | 27 | 25 | 25 | 27 | 29 | 27 | 32 |
| Cádiz | 21 | 27 | 27 | 26 | 23 | 29 | 30 | 29 | 32 |
| Granada | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 6 |
| Huelva | 8 | 8 | 6 | 6 | 3 | 8 | 11 | 3 | 7 |
| Málaga | 26 | 20 | 17 | 18 | 22 | 24 | 25 | 17 | 23 |
| Andalucía | 77 | 79 | 81 | 78 | 76 | 90 | 97 | 79 | 100 |

Playas galardonadas con bandera azul por provincia.

www.banderaazul.org a partir de datos de Guía de playas marítimas del MITECO. 2020.

“Almería tiene un déficit hídrico importante, que requiere mejoras en las infraestructuras de captación, depuración y desalación, contempladas ya en el Plan Hidrológico Nacional. Destaca la limpieza y calidad de sus aguas litorales”

3.5 BIODIVERSIDAD MARINA Y COSTERA

El medio marino y el litoral almeriense destaca por su **alta diversidad biológica y paisajística y su complejidad ecológica**. Su situación geográfica favorece una gran riqueza de hábitats y especies, hecho que confiere a sus aguas y fondos marinos los mayores valores de biodiversidad de los mares europeos

La "Costa de Almería" o "Golfo de Almería" abarca 217 kilómetros y se extiende por el sureste de Andalucía, entre las provincias de Granada y Murcia. Es una costa que destaca por sus contrastes en la que extensas playas de arena contrastan con pequeñas calas, acantilados o desiertos áridos y extremos en el interior.

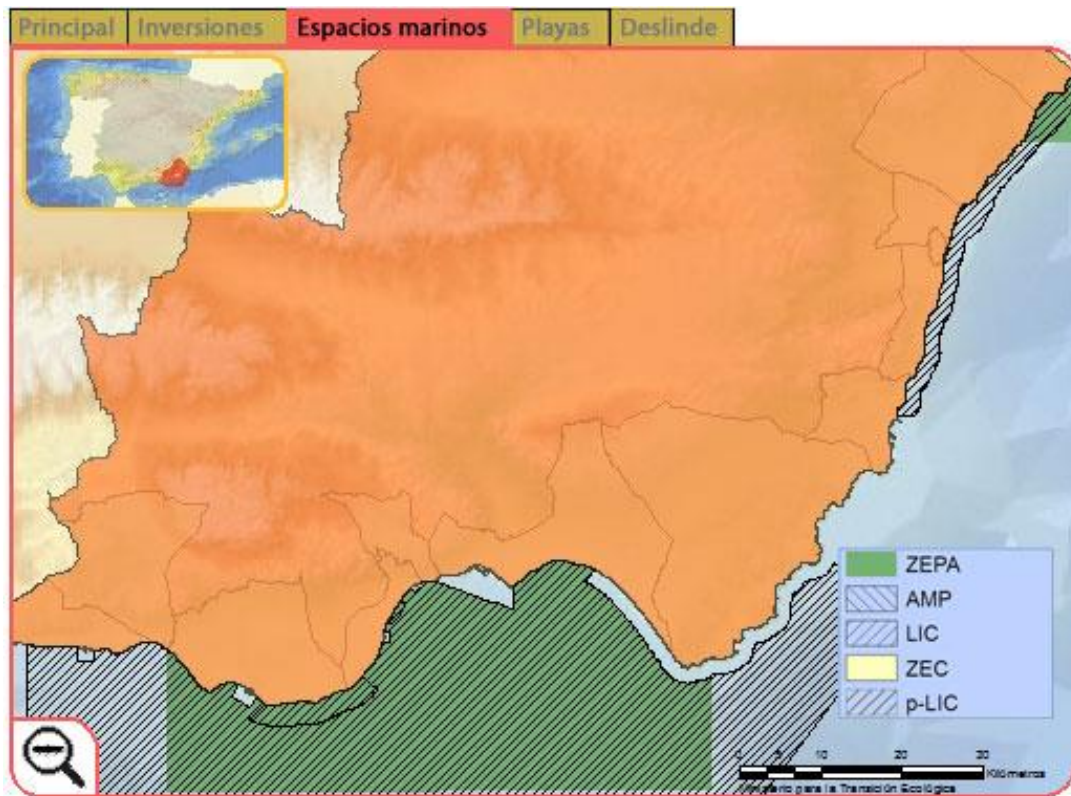
Su clima es subtropical, mediterráneo, cálido y seco. La temperatura media anual es de 18/19º C, y con más de 3.000 horas de sol al año.

Es fundamental mantener su importante ecosistema marino y litoral, garantizando su conservación al tiempo de hacerlo compatible con un uso sostenible y adecuado de las múltiples actividades humanas que se realizan en el mar y la costa y que son fuente de ingresos y riquezas.

La provincia de Almería cuenta con **5 lugares de importancia comunitaria del ámbito marítimo** (zonas de interés comunicatorio así calificadas por su potencial para restaurar

el hábitat natural): Fondos marinos de Punta Entinas-Sabinar; Fondos marinos Levante Almeriense; Arrecifes de Roquetas de Mar; Sur de Almería, Seco de los olivos; y espacio marino de Alborán.

Asimismo, también están catalogadas **tres zonas de especial protección para las aves marinas**, como son el espacio marino de la isla de Alborán, la Bahía de Almería o el espacio marino de los islotes de Murcia y Almería.

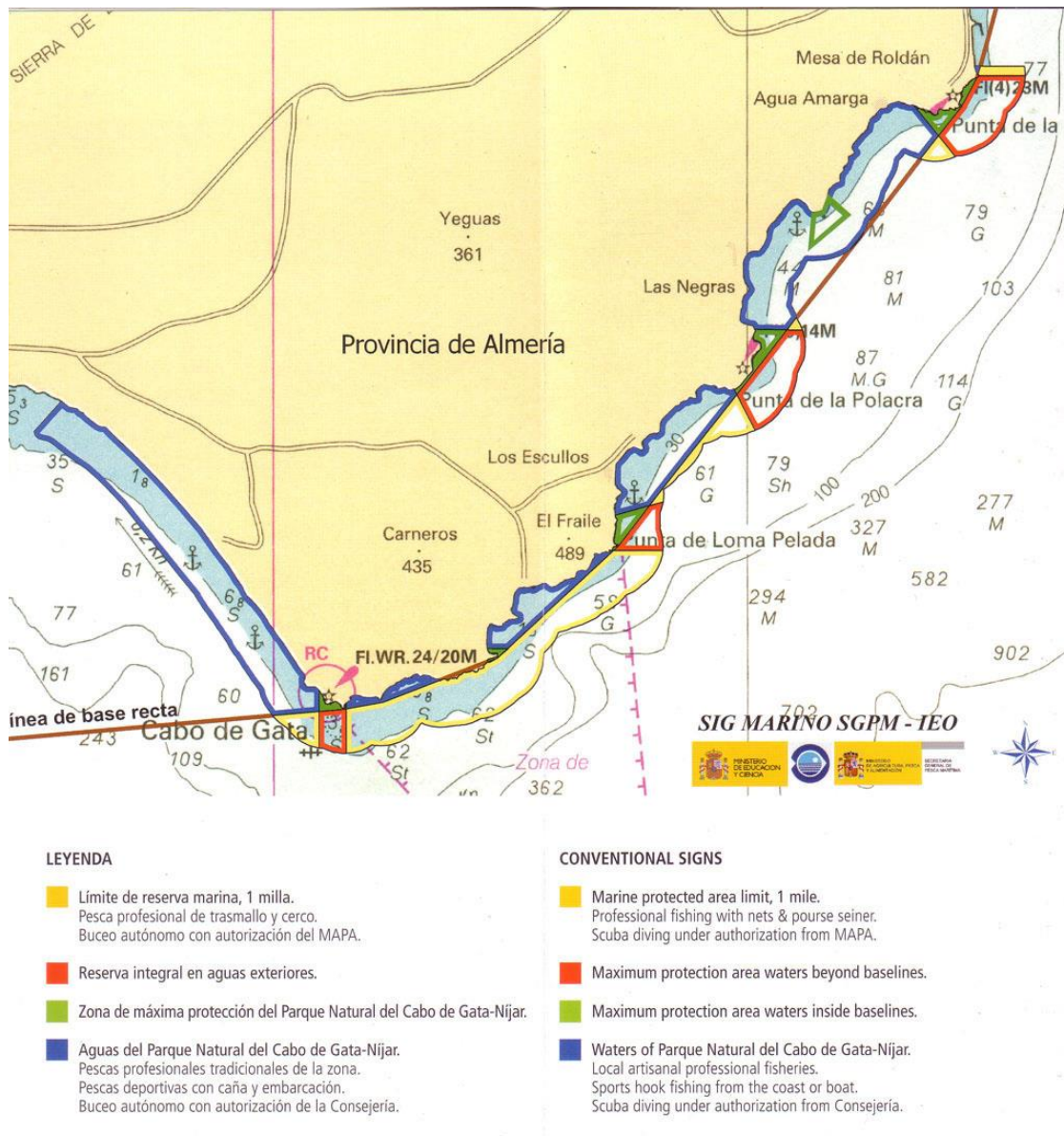


Espacios marítimos protegidos de competencia estatal.

Fuente: Ministerio de Transición Ecológica.

También cuenta con una **Reserva Marina**, Cabo de Gata-Níjar, localizado en Almería (12 mil hectáreas). Creada para garantizar la protección de esta zona, controlando los recursos pesqueros para asegurar la recuperación de los caladeros. Se garantiza el modo de vida tradicional de la población por medio de artes pesqueras tradicionales.

Los fondos marinos del parque son de una gran variedad, destacando los fondos de roca, fondos arenosos o fondos cubiertos por praderas de posidonia oceánica. En ellos habitan gran cantidad de especies marinas destacando en mero, lubina, melva, dentón, sepia, sargo, cabracho, salmonetes, chirlas, calamar y sepia entre otros.



Zonas de protección y reserva del litoral de Almería.

Instituto de Estudios Oceanográficos.

“La riqueza del litoral marino terrestre y acuático de Almería es única en toda Europa y cuenta con importantes reservas y zonas protegidas que garantizan su continuidad. Se hace necesario trabajar en la compatibilización entre esta protección y los usos humanos”

4. MATRIZ D.A.F.O.

Almería cuenta con las condiciones necesarias para trabajar en clave de economía azul (ligada al mar y la costa, al Parque Natural del Cabo de Gata-Níjar, a los fondos marinos, al turismo, a la pesca, al puerto, al desarrollo económico del litoral, y a la sostenibilidad.

| DEBILIDADES |
|--|
| D.1. Peso reducido del empleo y de la flota pesquera en relación a otras provincias. |
| D.2. Escaso número de empresas transformadoras y manufactureras del sector pesquero. |
| D.3. Existe poco relevo generacional en el sector pesquero, debido, entre otras causas, a la existencia de otras oportunidades fuera del mar y al poco prestigio social que tiene el sector. |
| D.4. El individualismo del sector, lo hace débil (no existe cofradía de pescadores). |
| D.5. Descenso de la flota pesquera y de cerco. |
| D.6. Pérdida del peso del sector naval y de los astilleros en el puerto de Almería. |
| D.7. Falta de integración puerto y ciudad. |
| D.8. Pérdida sistemática de cruceristas. |
| D.9. El escaso posicionamiento como aeropuerto internacional y la inexistencia de tanques de combustibles, dificulta que la ciudad sea puerto base de cruceros. |
| D.10. Falta de conexión ferroviaria del puerto. |
| D.11. Escaso posicionamiento del aeropuerto internacional que apoye la apuesta por el tráfico de cruceros. |
| D.12. Inexistencia de depósitos de combustible en el recinto portuario. |
| D.13. Dificil convivencia de usos naturales y humanos en los espacios protegidos del litoral. |
| D.14. Déficit hídrico y sobreexplotación de acuíferos. |

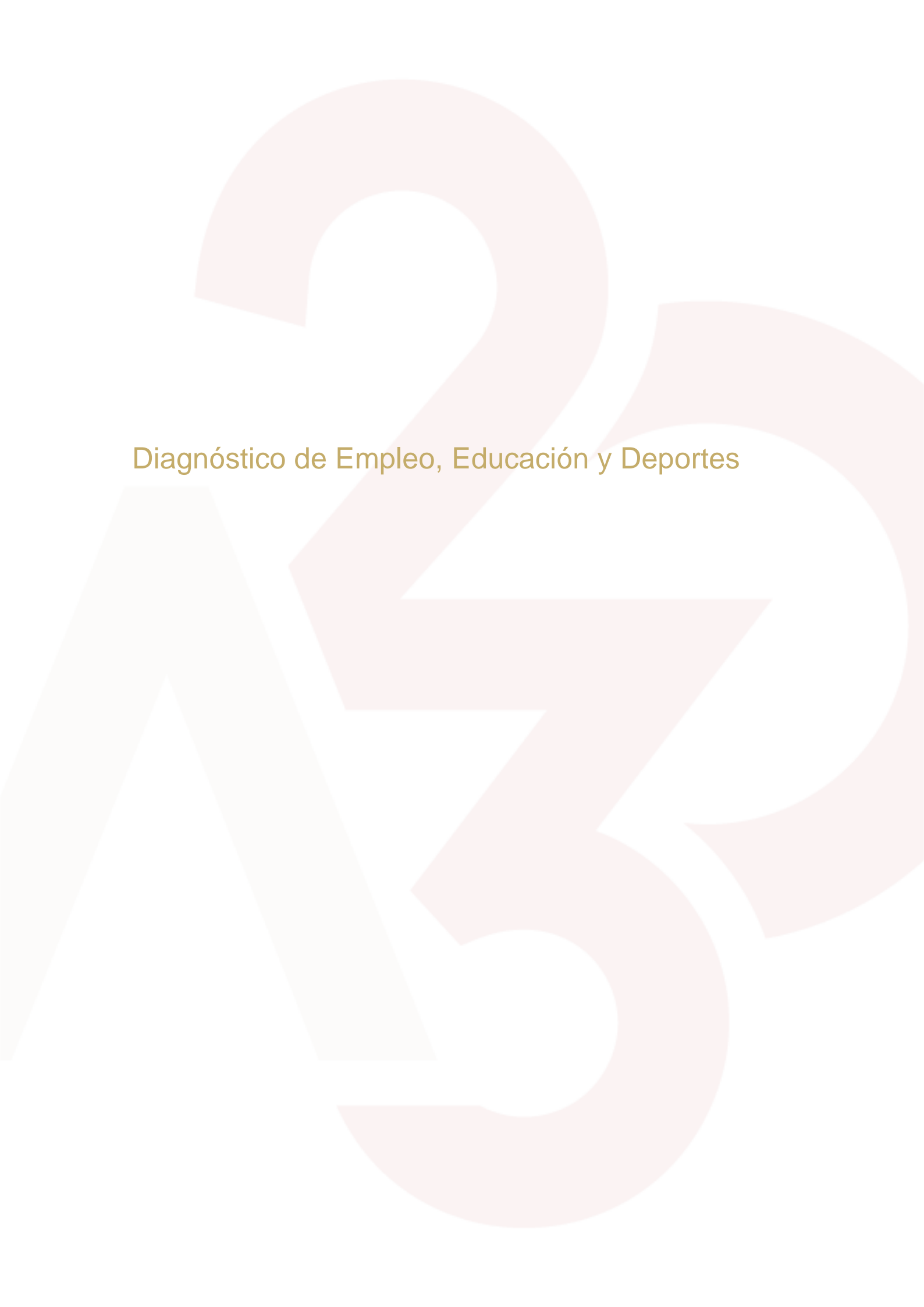
AMENAZAS

- A.1. Posible sobreexplotación de los caladeros provocado por las nuevas tecnologías utilizadas en pesca que aumentan la capacidad de captura.
- A.2. Reticencias en el uso del transporte marítimo para el traslado de mercancías.
- A.3. La pérdida del varadero del puerto de Almería ha provocado la caída de la industria naval en la ciudad.
- A.4. Falta de una estrategia de integración puerto- ciudad compartida por todas las partes interesadas.
- A.5. Competencia de otros puertos en tráficos de mercancías.
- A.6. Convivencia de protección ambiental y explotación turística de la zona litoral.
- A.7. Falta de agua para uso humano y agrícola.
- A.8. Falta de concienciación sobre la importancia de mantener la protección y riqueza natural de los espacios litorales.

FORTALEZAS

- F.1. Aumento de las embarcaciones dedicadas al arte menor.
- F.2. Traslado de la experiencia de gestión aprendida en el sector agroalimentario al mar.
- F.3. Importancia de las piscifactorías marinas.
- F.4. Tercer puesto de la lonja de Almería a nivel andaluz en volumen de capturas.
- F.5. Edad media de los trabajadores del sector por debajo de la media andaluza.
- F.6. Consolidación del tráfico de graneles sólidos y líquidos entre los diez mejores puertos españoles.
- F.7. Fuertes tráficos de pasajeros de cabotaje y exterior, en especial con norte de África.
- F.8. Apuesta decidida por tráfico de contenedores.
- F.9. Riqueza natural del litoral y los fondos marinos, así como múltiples espacios protegidos.
- F.10. Cultura de la importancia del agua, innovación en el ciclo integral del recurso.

| OPORTUNIDADES |
|---|
| O.1. Potencial del Parque Natural del Cabo de Gata-Níjar para la creación de una marca de denominación de origen para el pescado. |
| O.2. Acciones de promoción para concienciar a la población de los beneficios del consumo del pescado de cercanía y de temporada. |
| O.3. Posibilidades del turismo pesquero, adecuándolo a la legalidad vigente. |
| O.4. Cursos de formación en pesca para inmigrantes. |
| O.5. Creación de un centro tecnológico pesquero, referencia para África. |
| O.6. Conexión puerto ciudad. |
| O.7. Uso de los productos derivados de la desalación o del mar para su utilización cosmética y farmacéutica. |
| O.8. Nuevas infraestructuras para la industria auxiliar de la actividad pesquera (caladero, mercado, productos típicos, etc....). |
| O.9. Mejora de la oferta de cruceros en unión con la estrategia turística y cultural de la ciudad. |
| O.10. Posicionamiento internacional por la experiencia en la reducción del uso del agua en las actividades agrícolas. |
| O.11. Creación de redes entre empresas y profesionales vinculadas al mar y a la economía azul. |
| O.12. Almería, centro internacional del turismo de buceo y de investigación subacuática. |



Diagnóstico de Empleo, Educación y Deportes

EMPLEO, EDUCACIÓN Y DEPORTES

1. INTRODUCCIÓN

La principal clave del avance de una sociedad está en la educación de su población y la formación de su ciudadanía. Almería quiere apostar por esa generación de talento y su transformación en una ciudad educadora, que mejore la calidad de vida de sus habitantes y potencie la creación de empleos de calidad.

Para ayudar en este cometido, se puso en marcha la mesa Empleo y Educación, para detectar qué tipos de empleos se están demandando en la ciudad de Almería, las dificultades que tienen los jóvenes en la búsqueda de empleo, conocer la situación real de los desempleados, disminuir la brecha entre el tejido productivo o la formación que se oferta, entre otras muchas cuestiones de interés. Finalmente, debido a que el Deporte se considera una actividad esencial en la educación integral de las personas, se ha considerado de interés incluir en este vector el análisis específico del deporte en la ciudad de Almería.

Esta mesa es dirigida por el rector de la Universidad de Almería (UAL), Carmelo Rodríguez, y están representados, además de la Universidad de Almería y la UNED, representantes de agrupaciones empresariales como ASEMPAL o Chanca-Pescadería, de sindicatos como UGT, del Colegio de Graduados Sociales de Almería o inspectores y profesores de secundaria y enseñanzas medias, entre otros.

Este grupo de trabajo se constituyó formalmente el 18 de junio de 2018, en una jornada donde se planteó la metodología de trabajo y se presentaron los integrantes y su primera visión sobre el estado del empleo y la educación en Almería.

Posteriormente, el 20 de junio de 2019, se realizó una mesa de trabajo del grupo para presentar datos previos para el diagnóstico y empezar a seleccionar indicadores y diseñar y priorizar la matriz D.A.F.O. del vector.

Así, mediante análisis de datos, informes técnicos, encuestas a la población, metodologías DAFO y similares, se han detectado las amenazas y oportunidades que se presentan en Almería dentro del acceso al empleo y la educación.

A su vez, este vector está relacionado con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con los que el Plan Estratégico de Almería está comprometido para transformar y mejorar el mundo donde vivimos. Concretamente, este vector está relacionado directamente con los siguientes ODS:

- ODS 4: Educación de calidad.
- ODS 5: Igualdad de género.
- ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12: Producción y consumo responsable.

“El vector de Empleo, Educación y Deportes, al igual que la Estrategia Europa 2020, apuesta por la capacidad competitiva de la ciudad a través del impulso a la educación, el conocimiento y el I+d+i.”

2. ANÁLISIS EXTERNO

Para realizar el análisis externo de la ciudad de Almería en materia de Empleo, Educación y Deportes, se ha determinado el marco de referencia básico europeo, nacional, regional y provincial, en el que se incluyen las diferentes estrategias y planes de actuación en estas materias y el alineamiento que hace la ciudad de Almería.

Respecto a la Educación, como indica la red de información educativa en Europa (EURYDICE), desde la Estrategia de Lisboa se ha ido configurando la política educativa europea hasta llegar al momento actual en el que, a través de la educación y la formación, se pretende alcanzar una Europa inteligente, sostenible e inclusiva. El objetivo primordial del marco es seguir apoyando el desarrollo de los sistemas de educación y formación en los Estados miembros. Estos sistemas deben proporcionar a todos los ciudadanos los medios para que exploren su potencial, garantizar la prosperidad económica sostenible y la empleabilidad. El marco debe abarcar la totalidad de los sistemas de educación y de formación dentro de una perspectiva de aprendizaje permanente, en todos los niveles y contextos, incluidos los aprendizajes no formal e informal, donde se establecen los siguientes objetivos:

1. Hacer realidad el aprendizaje permanente y la movilidad.
2. Mejorar la calidad y la eficacia de la educación y la formación.
3. Promover la equidad, la cohesión social y la ciudadanía activa.
4. Incrementar la creatividad y la innovación, incluido el espíritu empresarial, en todos los niveles de la educación y la formación.

En relación al Empleo, hay que destacar que uno de los principales objetivos de la Estrategia Europa 2020 es la creación de más y mejores puestos de trabajo, para lo que aporta diferentes instrumentos de financiación, principalmente a través del Fondo Social Europeo (FSE).

Por último, indicar que el Deporte se considera una importante herramienta para la consecución del desarrollo sostenible, estando presente en muchos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, no solo por sus beneficios físicos y de salud, sino por su transversalidad y los valores que transmite, especialmente en tres ODS:

- ODS 3: Salud y Bienestar.
- ODS 5: Igualdad de Género.
- ODS 16: Paz, Justicia e instituciones sólidas.

En el siguiente cuadro se enumeran los documentos que han de ser tenidos en cuenta a la hora de analizar este vector.

| Ámbito | Marco Estratégico | Entidad |
|---------------------|---|---|
| Europa | Estrategia de Crecimiento Europa 2020 (E2020). | Comisión Europea |
| | Marco estratégico Educación y Formación 2020 (ET2020) | Comisión Europea |
| | Plan de Choque por el Empleo Joven 2019-2021 | Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social |
| | Plan Anual de Política de Empleo para 2018. | Ministerio de Empleo y Seguridad Social |
| España | Estrategia Española de Activación para el Empleo 2017-2020 | Ministerio de Empleo y Seguridad Social |
| | Plan Estratégico de Convivencia Escolar. Confiar en la fuerza de la Educación 2016-2020. | Ministerio de Educación, Cultura y Deporte |
| | Plan Estratégico de Educación 2016-2020. | Ministerio de Educación |
| | Objetivos Educativos Europeos y Españoles. Estrategia Educación y Formación 2020. Informe Español 2013. | Ministerio de Educación, Cultura y Deporte |
| Andalucía | Plan Estratégico de aprendizaje a lo largo de la vida. | Ministerio de Educación, Cultura y Deporte |
| | II Plan Estratégico de Igualdad de Género en Educación 2016-2021 | Consejería de Educación |
| | Plan Estratégico de Desarrollo de las Lenguas en Andalucía. Horizonte 2020 | Consejería de Educación |
| | Agenda por el empleo. Plan Económico de Andalucía 2014-2020. Estrategia para la competitividad | Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo |
| | Plan Estratégico de Internacionalización de la Economía Andaluza. Horizonte 2020. | Junta de Andalucía. |
| | Información del Mercado de Trabajo de Almería. Datos 2016 | Ministerio de Empleo y Seguridad Social |
| Almería (Provincia) | I Plan Municipal de Empleo de Almería. | Ayuntamiento de Almería |

Las diferentes administraciones públicas están continuamente poniendo en marcha servicios y programas, tanto en materia de educación como de empleo a nivel específico, muchos dotados con recursos económicos, para ayudar a alcanzar niveles educativos y de empleo en consonancia con las medias de la Unión Europea.

También existen experiencias de colaboración para proclamar y reclamar la importancia de la educación en las ciudades, como es la Asociación Internacional de Ciudades Educadoras (AICE), una Asociación sin ánimo de lucro, constituida como una estructura

permanente de colaboración entre los gobiernos locales comprometidos con la Carta de Ciudades Educadoras y que en la actualidad cuenta con 488 ciudades asociadas y comprometidas con la educación, repartidas en 34 países. En España hay 214 ciudades asociadas, 17 en Andalucía, de ellas, 3 en la provincia de Almería (Adra, Roquetas de Mar y Vícar), pero la ciudad de Almería no está presente, por lo que es un aspecto que hay que tratar.

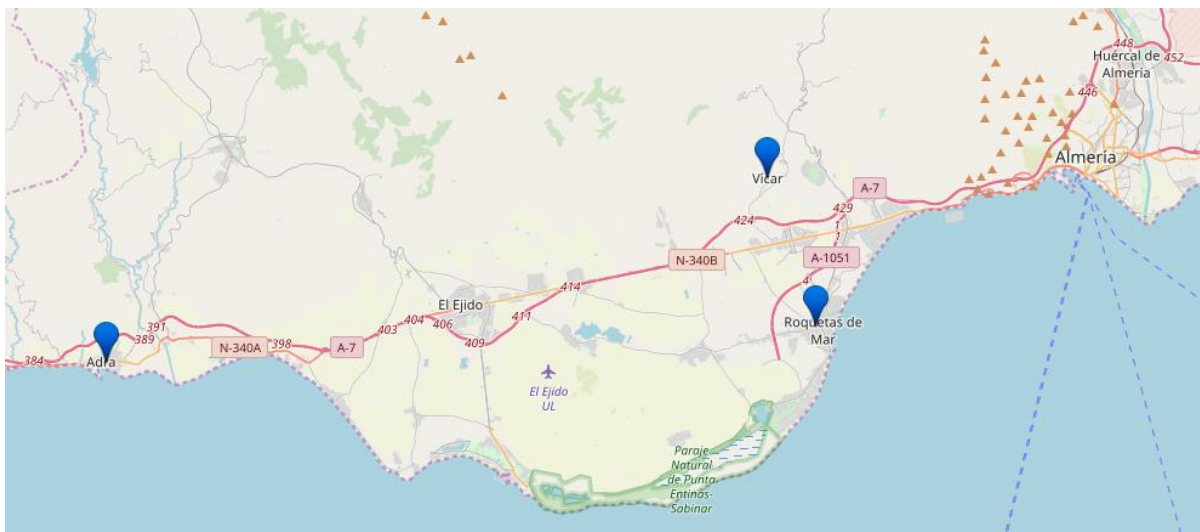
| Provincia | Municipios | Nº |
|-----------|--|----|
| Almería | Adra, Roquetas de Mar, Vícar | 3 |
| Cádiz | Algeciras, Los Barrios, Cádiz, Chiclana de la Frontera, Puerto Real, San Fernando, Sanlúcar de Barrameda | 7 |
| Córdoba | Córdoba, Lucena, Palma del Río, Pozo Blanco | 4 |
| Granada | Peligros | 1 |
| Málaga | Málaga | 1 |
| Sevilla | Alcalá de Guadaíra, Dos Hermanas, Sevilla | 1 |
| TOTAL | | 17 |

Asociación Internacional de Ciudades Educadoras. Elaboración Propia.

Mapa de Ciudades Educadoras en España.



Mapa de Ciudades Educadoras en España. Asociación Internacional de Ciudades Educadoras.



Mapa de Ciudades Educadoras en Almería. Asociación Internacional de Ciudades Educadoras.

“A pesar de las diferentes herramientas puestas en marcha desde las diferentes administraciones, se debe potenciar una mejor colaboración y comunicación entre los diferentes agentes intervinientes”

3. ANÁLISIS INTERNO

Para un mejor entendimiento, el análisis de este vector se ha realizado en una triple vertiente, analizado todo lo concerniente a la Educación, al Empleo y la Educación

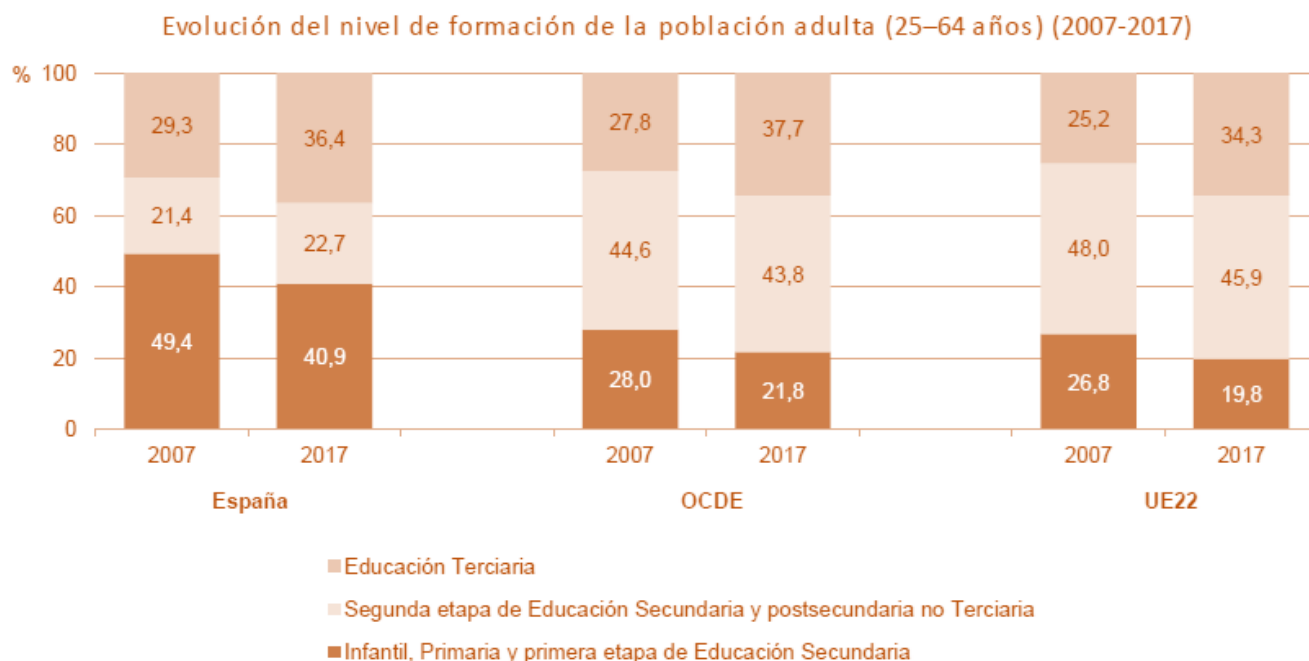


3.1 EDUCACIÓN

3.1.1 Población por Nivel de Instrucción en la Ciudad de Almería

- **Población por Nivel de Instrucción**

Como se puede comprobar en el gráfico siguiente, los niveles de formación de la población adulta (25-64 años) en los países de la Unión Europea y de la OCDE en general, tienden a centrarse más en estudios superiores no universitarios y en estudios universitarios, en cambio, en España los niveles de educación que predominan son los de infantil, primaria y primera etapa de educación secundaria (bachiller y grados medios). Aunque todavía muy alejado, se observa que en España esta tendencia está evolucionando hacia los estándares europeos y de la OCDE.



Panorama de la educación. Indicadores de la OCDE. 2018. Ministerio de Educación y Formación Profesional

Aunque no son datos exactamente comparables a los anteriores, en la ciudad de Almería la mayor parte de la población ha cursado estudios secundarios, con cerca del 48% del total y un porcentaje más bajo, lo ha realizado de estudios postsecundarios (16,33%).

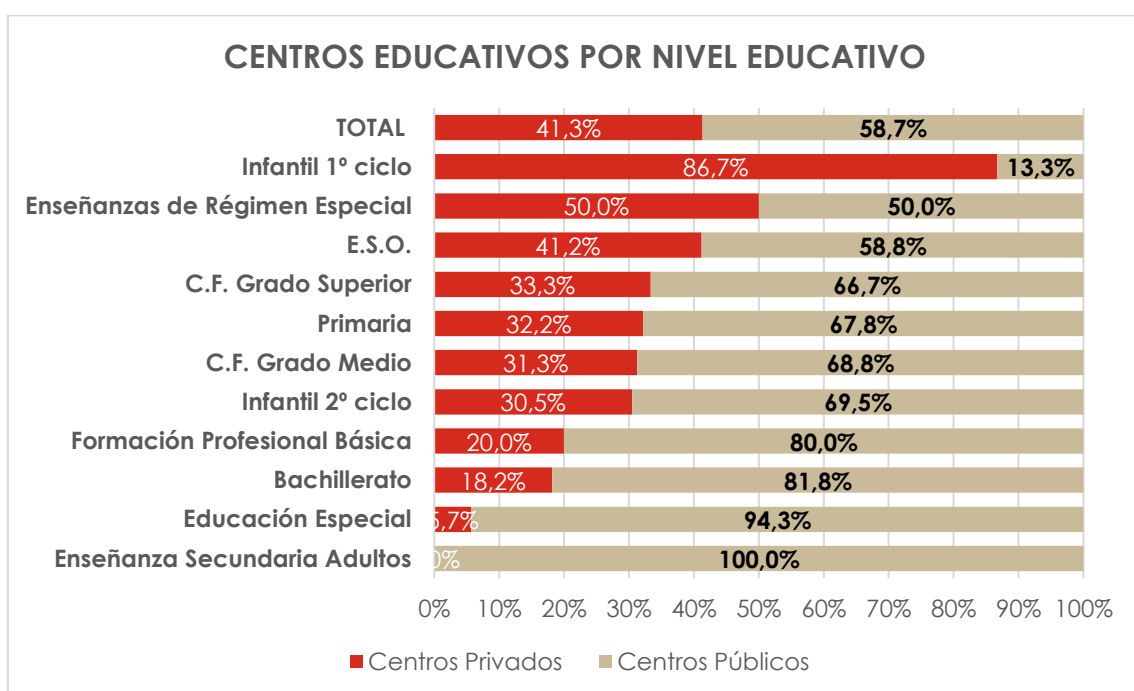
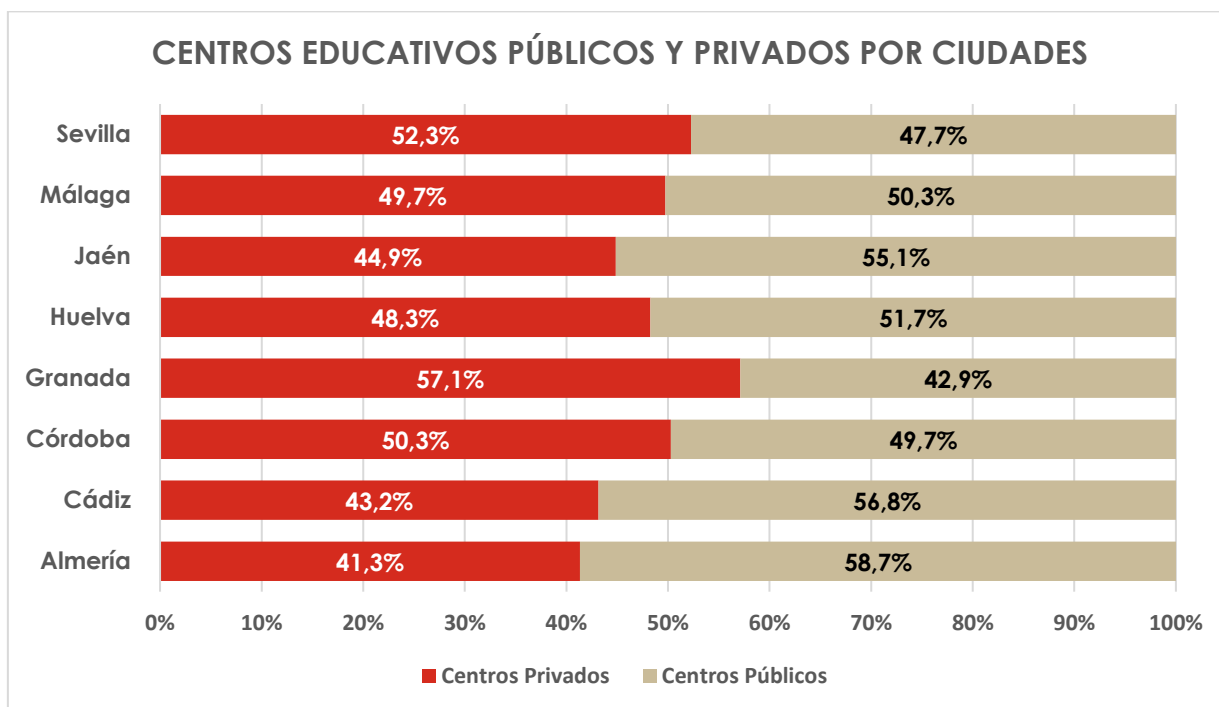
| Nivel Formativo | Hombre | | Mujer | | Total | |
|--------------------------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| | Población | % | Población | % | Población | % |
| Sin Estudios | 1.853 | 2,89% | 3.968 | 5,65% | 5.821 | 4,33% |
| Estudios Primarios Incompletos | 6.983 | 10,91% | 9.018 | 12,83% | 16.001 | 11,91% |
| Estudios Primarios Completos | 12.209 | 19,07% | 13.972 | 19,88% | 26.181 | 19,49% |
| Estudios Secundarios | 32.816 | 51,27% | 31.546 | 44,88% | 64.362 | 47,93% |
| Estudios Postsecundarios | 10.151 | 15,86% | 11.780 | 16,76% | 21.931 | 16,33% |
| Total | 64.012 | 100% | 70.284 | 100% | 134.296 | 100% |

ARGOS 2017.

“El 48% de las población e Almería ha cursado estudios secundarios y un 16% estudios de FP, Grado o Postgrado”

3.1.2 Otra Oferta Educativa de la Ciudad de Almería

La ciudad de Almería cuenta con un total de 346 centros educativos, de los cuales el 58,7% son públicos y el 41,3% son privados. Como se observa en el gráfico inferior, por nivel educativo predominan los centros públicos, tan solo la mayoría de los centros infantiles de primer ciclo son privados (86,7%).



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2016. Elaboración Propia.

“La ciudad de Almería es la capital andaluza con mayor porcentaje de centros educativos públicos y menor porcentaje de centros privados”

- **Ciclos Formativos de Grado Medio**

La ciudad de Almería oferta 35 ciclos formativos de grado medio, contando con una mayor oferta de aquellos que corresponden a la familia de **Administración y Gestión** (17,1%), **Instalación y Mantenimiento** (11,4%), **Electricidad y Electrónica** y **Madera, Mueble y Corcho** (8,6% respectivamente).

| OFERTA DE CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO | | |
|--|---|---------|
| Familia | Ciclo Formativo | Centros |
| Administración y Gestión | Gestión Administrativa | 6 |
| Informática y Comunicaciones | Sistemas Microinformáticos y Redes | 3 |
| Sanidad | Cuidados Auxiliares de Enfermería | 3 |
| Electricidad y Electrónica | Instalaciones Eléctricas y Automáticas | 2 |
| Sanidad | Farmacia y Parafarmacia | 2 |
| Servicios Socioculturales y a la Comunidad | Atención a Personas en Situación de Dependencia | 2 |
| Comercio y Marketing | Actividades Comerciales | 1 |
| OFERTA DE CICLOS FORMATIVOS DE GRADO MEDIO (sigue) | | |
| Electricidad y Electrónica | Instalaciones de Telecomunicaciones | 1 |
| Fabricación Mecánica | Mecanizado | 1 |
| Fabricación Mecánica | Soldadura y Calderería | 1 |
| Hostelería y Turismo | Servicios en Restauración | 1 |
| Hostelería y Turismo | Cocina y Gastronomía | 1 |
| Imagen Personal | Estética y Belleza | 1 |
| Imagen Personal | Peluquería y Cosmética Capilar | 1 |
| Imagen y Sonido | Video, Disc-Jockey y Sonido | 1 |
| Industrias Alimentarias | Panadería, Repostería y Confitería | 1 |

| | | |
|---|--|---|
| Instalación y Mantenimiento | Instalaciones Frigoríficas y de Climatización | 1 |
| Instalación y Mantenimiento | Instalaciones de Producción de Calor | 1 |
| Madera, Mueble y Corcho | Carpintería y Mueble | 1 |
| Marítimo-pesquera | Navegación y Pesca de Litoral | 1 |
| Marítimo-pesquera | Mantenimiento y Control de la Maquinaria de Buques y Embarcaciones | 1 |
| Química | Operaciones de Laboratorio | 1 |
| Transporte y Mantenimiento de Vehículos | Carrocería | 1 |
| Transporte y Mantenimiento de Vehículos | Electromecánica de Vehículos Automóviles | 1 |

Formación Profesional Andaluza. Consejería de Educación y Deporte. Catálogo de Títulos. Elaboración Propia.

- **Ciclos Formativos de Grado Superior**

Respecto a la oferta formativa de ciclos de grado superior, en la ciudad de Almería hay un total de 46 ciclos, los cuales pertenecen principalmente a las siguientes familias: **Sanidad** (17,4%), **Hostelería y Turismo** y **Servicios Socioculturales y a la Comunidad** (10,8% respectivamente).

| OFERTA DE CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR | | |
|---|--|---------|
| Familia | Ciclo Formativo | Centros |
| Administración y Gestión | Administración y Finanzas | 2 |
| Informática y Comunicaciones | Administración de Sistemas Informáticos en Red | 2 |
| Informática y Comunicaciones | Desarrollo de Aplicaciones Web | 2 |
| Administración y Gestión | Asistencia a la Dirección | 1 |
| Comercio y Marketing | Transporte y Logística | 1 |
| Comercio y Marketing | Gestión de Ventas y Espacios Comerciales | 1 |
| Comercio y Marketing | Comercio Internacional | 1 |
| OFERTA DE CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR (sigue) | | |

| Familia | Ciclo Formativo | Centros |
|------------------------------|---|---------|
| Edificación y Obra Civil | Proyectos de Edificación | 1 |
| Edificación y Obra Civil | Proyectos de Obra Civil | 1 |
| Electricidad y Electrónica | Sistemas Electrotécnicos y Automatizados | 1 |
| Electricidad y Electrónica | Sistemas de Telecomunicaciones e Informáticos | 1 |
| Electricidad y Electrónica | Mantenimiento Electrónico | 1 |
| Hostelería y Turismo | Gestión de Alojamientos Turísticos | 1 |
| Hostelería y Turismo | Agencias de Viajes y Gestión de Eventos | 1 |
| Hostelería y Turismo | Guía, Información y Asistencias Turísticas | 1 |
| Hostelería y Turismo | Dirección de Cocina | 1 |
| Hostelería y Turismo | Dirección de Servicios de Restauración | 1 |
| Imagen Personal | Estética Integral y Bienestar | 1 |
| Imagen Personal | Caracterización y Maquillaje Profesional | 1 |
| Imagen Personal | Estilismo y Dirección de Peluquería | 1 |
| Imagen y Sonido | Realización de Proyectos de Audiovisuales y Espectáculos | 1 |
| Imagen y Sonido | Producción de Audiovisuales y Espectáculos | 1 |
| Informática y Comunicaciones | Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma | 1 |
| Instalación y Mantenimiento | Mantenimiento de Instalaciones Técnicas y de Fluidos | 1 |
| Instalación y Mantenimiento | Prevención de Riesgos Profesionales | 1 |
| Marítimo-pesquera | Transporte Marítimo y Pesca de Altura | 1 |
| Marítimo-pesquera | Organización y Mantenimiento de Maquinarias de Buques y Embarcaciones | 1 |
| Química | Laboratorio de Análisis y de Control de Calidad | 1 |
| Química | Química Ambiental | 1 |

OFERTA DE CICLOS FORMATIVOS DE GRADO SUPERIOR (sigue)

| Familia | Ciclo Formativo | Centros |
|---------|-----------------|---------|
|---------|-----------------|---------|

| | | |
|--|---|---|
| Sanidad | Radioterapia y Dosimetría | 1 |
| Sanidad | Laboratorio Clínico y Biomédico | 1 |
| Sanidad | Imagen para el Diagnóstico y Medicina Nuclear | 1 |
| Sanidad | Higiene Bucodental | 1 |
| Sanidad | Documentación y Administración Sanitaria | 1 |
| Sanidad | Anatomía Patológica y Citodiagnóstico | 1 |
| Sanidad | Salud Ambiental | 1 |
| Sanidad | Dietética | 1 |
| Servicios Socioculturales y a la Comunidad | Educación Infantil | 1 |
| Servicios Socioculturales y a la Comunidad | Animación Sociocultural y Turística | 1 |
| Servicios Socioculturales y a la Comunidad | Promoción de Igualdad de Género | 1 |
| Servicios Socioculturales y a la Comunidad | Integración Social | 1 |
| Servicios Socioculturales y a la Comunidad | Mediación Comunicativa | 1 |
| Transporte y Mantenimiento de Vehículos | Automoción | 1 |

Formación Profesional Andaluza. Consejería de Educación y Deporte. Catálogo de Títulos. Elaboración Propia.

“En la ciudad de Almería se ofrece una importante oferta de educación superior no universitaria (Grados Superiores) que aporta una relación directa con la inclusión laboral”

- **Educación y Estudios en la Universidad de Almería**

La Universidad de Almería cuenta con 8 facultades, 13 departamentos, 32 títulos de grado, 42 títulos de máster, 14 programas de doctorado, 140 grupos de investigación y 8 centros de investigación. A continuación, se recoge la oferta de estudios oficiales y no oficiales que ofrece la Universidad de Almería.

- **Estudios Oficiales**

La Universidad de Almería oferta 32 grados, 42 másteres oficiales y 14 doctorados, siendo el 43,7% de los grados y el 40,5% de los másteres oficiales de la familia de **Ciencias Sociales y Jurídicas**.

| Familias | Grados | Másteres Oficiales | Doctorado |
|--------------------------------------|-----------|--------------------|-----------|
| Artes y Humanidades | 5 | 4 | 1 |
| Ciencias Sociales y Jurídicas | 14 | 17 | 3 |
| Ciencias | 4 | 6 | 4 |
| Ciencias de la Salud | 3 | 7 | 3 |
| Ingeniería y Arquitectura | 6 | 8 | 3 |
| TOTAL | 32 | 42 | 14 |

Universidad de Almería. Elaboración Propia.

- **Estudios no oficiales**

La Universidad de Almería ofrece la posibilidad de que los estudiantes completen sus estudios oficiales con:

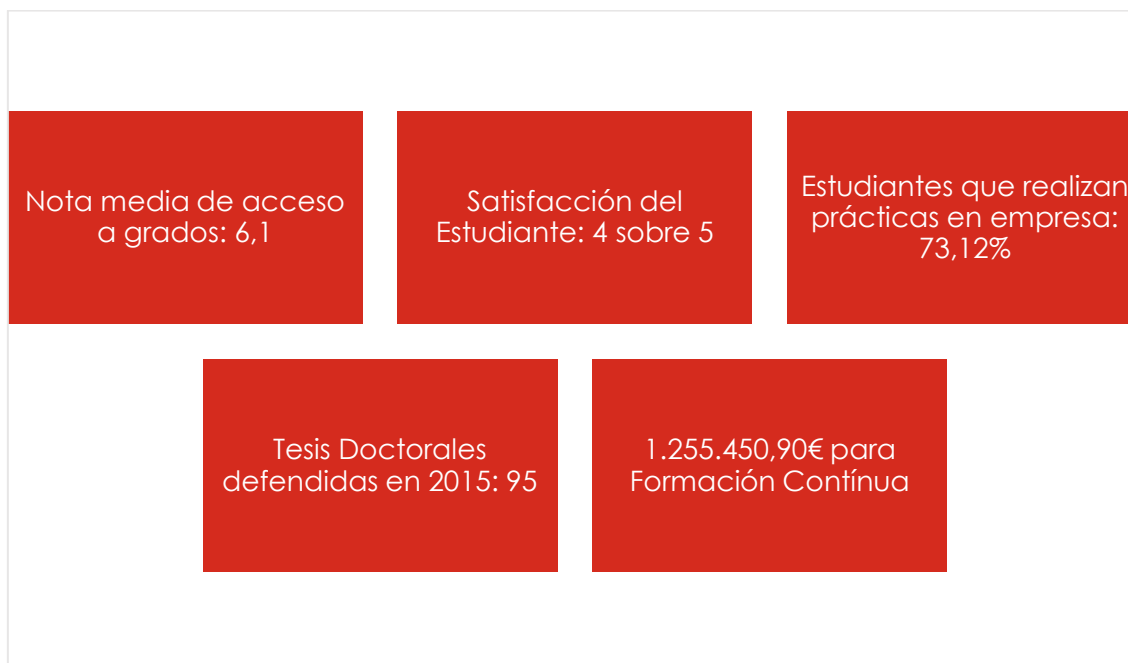
- ☐ **Cursos de Formación Continua:** másteres propios; títulos propios y expertos; cursos y especialistas.
- ☐ **Cursos de Idiomas:** cursos de perfeccionamiento del idioma en el mes de julio para estudiantes extranjeros, de manera que el alumnado pueda conocer más de cerca la literatura, el arte y la historia de España durante 60 horas lectivas de clase y durante las actividades deportivas y excursiones programadas.
- ☐ **Cursos de Verano:** durante el mes de julio se realizan conferencias, mesas redondas y debates, en los que se abordan aspectos sociales, deportivos, políticos, educativos y jurídicos, entre otros, centrados principalmente en el entorno social y económico de la provincia de Almería.
- ☐ **Cursos de Otoño:** cursos ofertados durante el mes de noviembre.

- **Perfil Internacional de la Universidad de Almería**



Plan Estratégico 2016/2019. Universidad de Almería. Datos referidos al curso 2015/2016. Elaboración Propia.

○ **Resultados Docentes de la Universidad de Almería**



Plan Estratégico 2016/2019. Universidad de Almería. Datos referidos al curso 2015/2016. Elaboración Propia.

○ **Resultados de Investigación Universidad de Almería**



Plan Estratégico 2016/2019. Universidad de Almería. Datos referidos al curso 2015/2016. Elaboración Propia.

○ **Empleo y relación con la sociedad Universidad de Almería**



Plan Estratégico 2016/2019. Universidad de Almería. Datos referidos al curso 2015/2016. Elaboración Propia.

○ **Estudiantes Egresados e Inserción Laboral**

Tras realizar un análisis comparativo de los alumnos egresados de las diferentes Universidades de Andalucía, se obtiene que, en el curso 2015/2016, el 5,9% de los egresados fueron de la Universidad de Almería, siendo la tercera Universidad con menos egresados por detrás de la Universidad Pablo de Olavide y la Universidad de Huelva.

| Universidades | Total | | Mujeres | | Hombres | |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|---------------|---------------------|
| | D. Abs. | D. Rel. | D. Abs. | % respecto al total | D. Abs. | % respecto al total |
| Almería | 1.966 | 5,9% | 1.217 | 61,9% | 749 | 38,1% |
| Cádiz | 2.790 | 8,4% | 1.625 | 58,2% | 1.165 | 41,8% |
| Córdoba | 2.268 | 6,9% | 1.312 | 57,8% | 956 | 42,2% |
| Granada | 8.143 | 24,6% | 5.036 | 61,8% | 3.107 | 38,2% |
| Huelva | 1.577 | 4,8% | 1.011 | 64,1% | 566 | 35,9% |
| Jaén | 2.276 | 6,9% | 1.392 | 61,2% | 884 | 38,8% |
| Málaga | 4.475 | 13,5% | 2.660 | 59,4% | 1.815 | 40,6% |
| Pablo de Olavide | 1.074 | 3,2% | 648 | 60,3% | 426 | 39,7% |
| Sevilla | 8.528 | 25,8% | 4.899 | 57,4% | 3.629 | 42,6% |
| TOTAL | 33.097 | 100,0% | 19.800 | 59,8% | 13.297 | 40,2% |

Universidades Públicas de Andalucía. Egresados de grado y primer y segundo ciclo. Curso 2015/16 (Último dato disponible). Elaboración Propia.

Por género, en todas las Universidades de Andalucía es mayor el porcentaje de mujeres egresadas que el de hombres. Concretamente, en el curso 2015/2016, en la Universidad de Almería, el 61,9% del alumnado egresado fueron mujeres, frente al 38,1% que fueron hombres.

A partir de los últimos datos publicados en el Portal de Transparencia de la Universidad de Almería, en el curso 2015/2016 egresaron un total de 2.842 alumnos de grados, másteres y doctorados, suponiendo un 5,6% más que el curso académico anterior.

En cuanto a la tasa de paro registrada, según el último dato disponible, en el curso 2014/2015 esta fue del 15,24% estando por encima de la tasa de Andalucía (14,42%).

| Curso | Egresados | Var. Interanual. | Inserción Laboral Egresados | Tasa de Demanda Egresados | Tasa de Paro Egresados |
|-------|-----------|------------------|-----------------------------|---------------------------|------------------------|
|-------|-----------|------------------|-----------------------------|---------------------------|------------------------|

| | | | | | |
|-----------------|-------|-------|-------|--------|--------|
| Curso 2012/2013 | 2.217 | - | 1.045 | 19,80% | 19,49% |
| Curso 2013/2014 | 2.661 | 20,0% | 1.555 | 12,77% | 13,21% |
| Curso 2014/2015 | 2.692 | 1,2% | 1.346 | 15,09% | 15,24% |
| Curso 2015/2016 | 2.842 | 5,6% | - | - | - |

Portal de Transparencia. Datos de Estudiantes Egresados e Inserción Laboral. Universidad de Almería. Elaboración Propia.

“El peso de la Universidad de Almería cada vez se hace más patente, aumentando el número de egresados, la inserción laboral de los mismos, sus resultados de investigación o su proyección internacional”

3.1.3 Resultados Educativos

- Nivel de Estudios**

A continuación, se analiza el nivel de estudios de la población de más de 16 años por nivel de estudios completados. Como se recoge en la tabla inferior, en la ciudad de Almería el porcentaje de población analfabeta o sin estudios (11,3%) y con estudios primarios (41,1%) es inferior a la media provincial y autonómica, mientras que el porcentaje de población con estudios secundarios (24,2%) y universitarios y superiores (23,3%) es mayor que en la provincia de Almería y Andalucía, lo que indica que la población que está bien cualificada.

| Nivel de Estudios | Almería (ciudad) | Almería (provincia) | Andalucía |
|--------------------------------------|------------------|---------------------|-----------|
| Analfabeto o sin estudios | 11,3% | 15,2% | 14,8% |
| Estudios primarios | 41,1% | 46,4% | 44,9% |
| Estudios secundarios | 24,2% | 23,0% | 23,6% |
| Estudios universitarios y superiores | 23,3% | 15,5% | 16,7% |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2011. Elaboración Propia.

“El porcentaje de población con estudios secundarios y estudios universitarios y superiores en la ciudad de Almería, es superior al de la provincia y Andalucía, lo que indica que la población está bien cualificada”

- Abandono temprano de la educación y la formación**

A pesar de la buena cualificación, Almería es la provincia que posee el mayor porcentaje de personas de 18 a 24 años que no están escolarizadas y que tienen como estudios mínimos educación secundaria obligatoria o anteriores niveles educativos en la

Comunidad Autónoma de Andalucía. Por lo que, la tasa de abandono en la provincia de Almería es 16,8 puntos porcentuales mayor que en Andalucía.

Por sexo, se obtiene que el porcentaje de alumnas que abandonan los estudios es un 3,7% superior que el de alumnos, siendo esta tendencia opuesta a la autonómica, así como a las demás provincias de Andalucía, en las que el porcentaje de alumnos que abandonan los estudios es superior que el de alumnas, como se puede observar en la tabla inferior.

| % de personas de 18 a 24 años que no están escolarizadas y que tienen como estudios mínimos educación secundaria obligatoria o anteriores niveles educativos | | | | | | | | | |
|--|-------------|---------|-------|---------|---------|--------|------|--------|---------|
| | Andalucía | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Alumnos | 28,7 | 38,7 | 23,8 | 28,6 | 31,8 | 37,9 | 32,1 | 23,4 | 23,5 |
| Alumnas | 18,0 | 41,9 | 16,7 | 16,8 | 14,0 | 21,4 | 14,5 | 20,6 | 15,2 |
| TOTAL | 23,5 | 40,3 | 20,5 | 22,5 | 23,2 | 30,2 | 24,0 | 22,0 | 19,6 |

Sistema Andaluz de Indicadores de la Educación. Edición 2018. Elaboración Propia.

- **Tasa de desempleo según nivel de formación**

A partir de los datos recogidos en la tabla inferior, cabe mencionar que, en la provincia de Almería, el porcentaje de personas desempleadas con un nivel de formación de Educación Primaria o inferior, así como Educación Secundaria Obligatoria, es inferior a la media de Andalucía y las demás provincias. Esto puede deberse a que en Almería se demandan puestos de trabajo que requieren menor formación, como los enumerados, anteriormente, en el apartado de empleo.

Por otra parte, Almería es la provincia con menor porcentaje de personas desempleadas con formación en Educación Superior, esto se puede deber a que el porcentaje de personas con dichos estudios no es elevado, como se ha recogido anteriormente.

% de personas desempleadas entre 25 y 64 años respecto a la población activa de esa edad según los diferentes niveles de estudios alcanzados

| | Andalucía | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
|--------------------------------------|-------------|---------|-------|---------|---------|--------|------|--------|---------|
| Educación Primaria e Inferior | 39,7 | 28,2 | 49,7 | 47,5 | 43,3 | 39,1 | 37,0 | 35,6 | 41,3 |
| Educación Secundaria Obligatoria | 29,8 | 24,6 | 32,7 | 28,9 | 29,7 | 26,0 | 28,2 | 26,9 | 34,6 |
| Educación Secundaria Postobligatoria | 21,1 | 21,7 | 26,5 | 22,5 | 20,1 | 18,8 | 19,0 | 19,7 | 19,8 |
| Educación Superior | 13,7 | 10,7 | 16,8 | 15,8 | 16,1 | 15,4 | 15,8 | 11,7 | 11,8 |

Sistema Andaluz de Indicadores de la Educación. Edición 2018. Elaboración Propia.

- Tasa de actividad según nivel de formación**

Respecto a la tasa de actividad según nivel de formación, el porcentaje de personas activas que poseen estudios primarios, secundarios y superiores es mayor en la provincia de Almería que en Andalucía y las demás provincias. Por lo que existe una mayor oferta de empleos que demandan estos niveles educativos en la provincia de Almería.

% de personas entre 25 y 64 años que pertenecen a la población activa según los diferentes niveles de estudios alcanzados

| | Andalucía | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
|--------------------------------------|-------------|---------|-------|---------|---------|--------|------|--------|---------|
| Educación Primaria e Inferior | 57,3 | 71,5 | 51,3 | 62,3 | 60,4 | 54,0 | 55,9 | 54,3 | 50,0 |
| Educación Secundaria Obligatoria | 76,9 | 80,7 | 76,2 | 78,8 | 78,9 | 75,4 | 75,9 | 76,6 | 75,5 |
| Educación Secundaria Postobligatoria | 80,1 | 79,4 | 77,2 | 82,8 | 80,1 | 78,8 | 85,3 | 79,1 | 81,2 |
| Educación Superior | 86,3 | 90,7 | 81,8 | 88,1 | 85,0 | 88,2 | 88,2 | 84,8 | 88,0 |

Sistema Andaluz de Indicadores de la Educación. Edición 2018. Elaboración Propia.

- Alumnado Extranjero**

Almería es la provincia que cuenta con mayor número de alumnos con nacionalidad no española tanto en educación infantil, como en educación primaria y secundaria, triplicando la media de Andalucía. Por lo que en los colegios e institutos de Almería existen grupos de alumnos de diferentes nacionalidades y culturas.

| Número de alumnos que no poseen la nacionalidad española por cada cien alumnos | | | | | | | | | |
|--|-----------|---------|-------|---------|---------|--------|------|--------|---------|
| | Andalucía | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Educación infantil | 4,9 | 16,1 | 1,9 | 1,4 | 4,3 | 6,0 | 1,8 | 7,4 | 1,6 |
| Educación primaria | 5,2 | 16,8 | 2,3 | 2,0 | 4,4 | 5,7 | 2,0 | 9,0 | 2,2 |
| Educación secundaria | 5,9 | 15,9 | 3,0 | 2,4 | 5,2 | 6,2 | 2,2 | 10,9 | 3,1 |

Sistema Andaluz de Indicadores de la Educación. Edición 2018. Elaboración Propia.

“Almería es la provincia que cuenta con mayor número de alumnos con nacionalidad no española, por lo que existen grupos de alumnos de diferentes nacionalidades y culturas, lo que implica unas necesidades de atención especiales”

- **Nivel de Inglés**

El dominio del inglés es un componente clave para mantener la competitividad y fomentar la innovación en un mercado internacionalizado. En este contexto, en España el dominio del inglés se encuentra en un nivel medio, con una puntuación de 55,85 sobre 100 (puesto 32 de 88 países participantes en el índice), además, con una tendencia a la baja.

“El nivel de inglés en España está en un nivel medio de dominio del idioma, bastante más bajo que otras regiones mundiales. Igualmente, Andalucía también se encuentra en un nivel medio, con peores resultados que otras Comunidades Autónomas.”

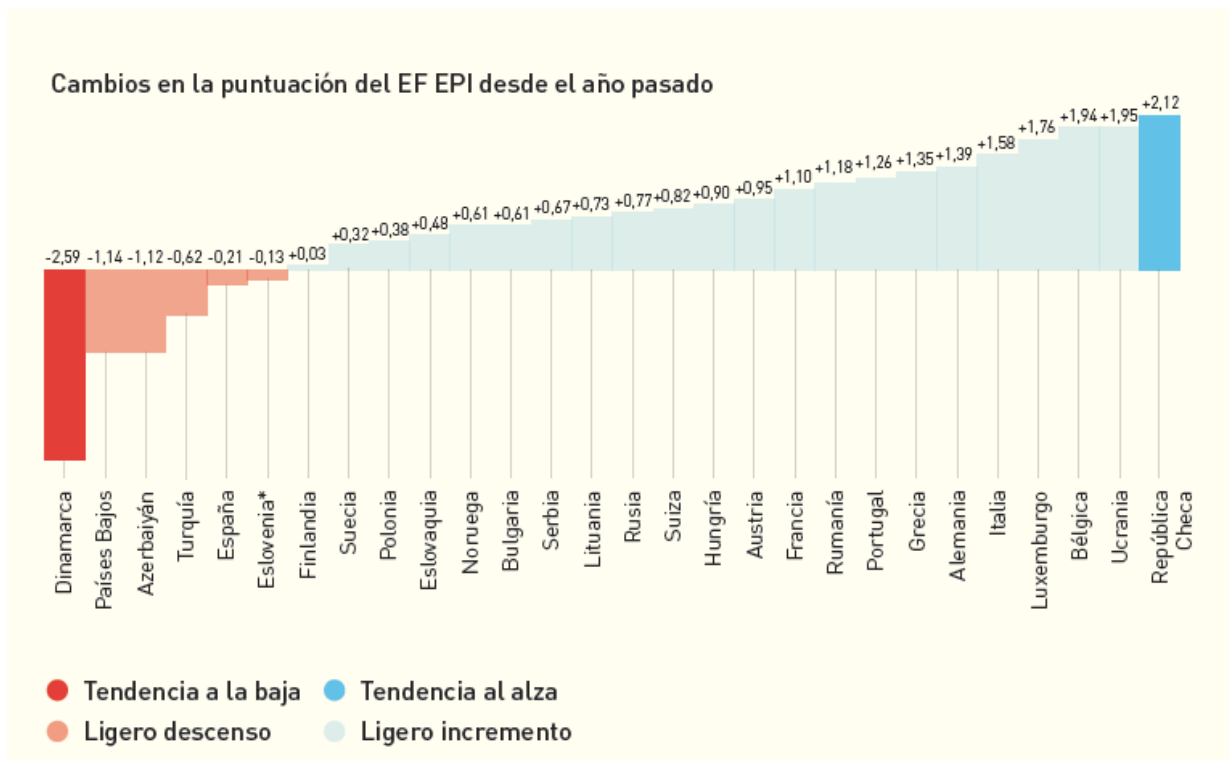


Niveles de aptitud: ● Muy bajo ● Bajo ● Medio ● Alto ● Muy alto

Education First. Índice EF de nivel de inglés. 2018.

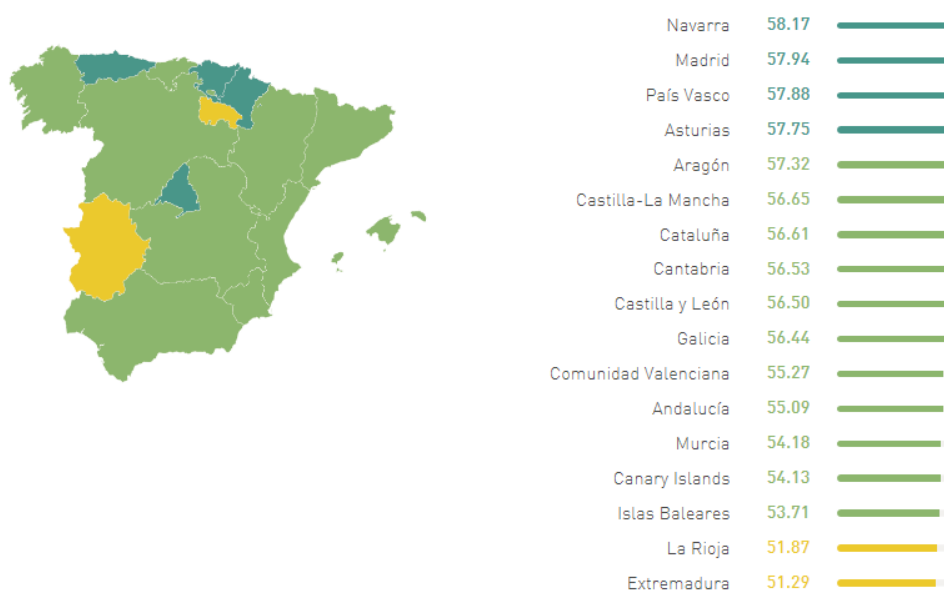


Education First. Índice EF de nivel de inglés. 2018.



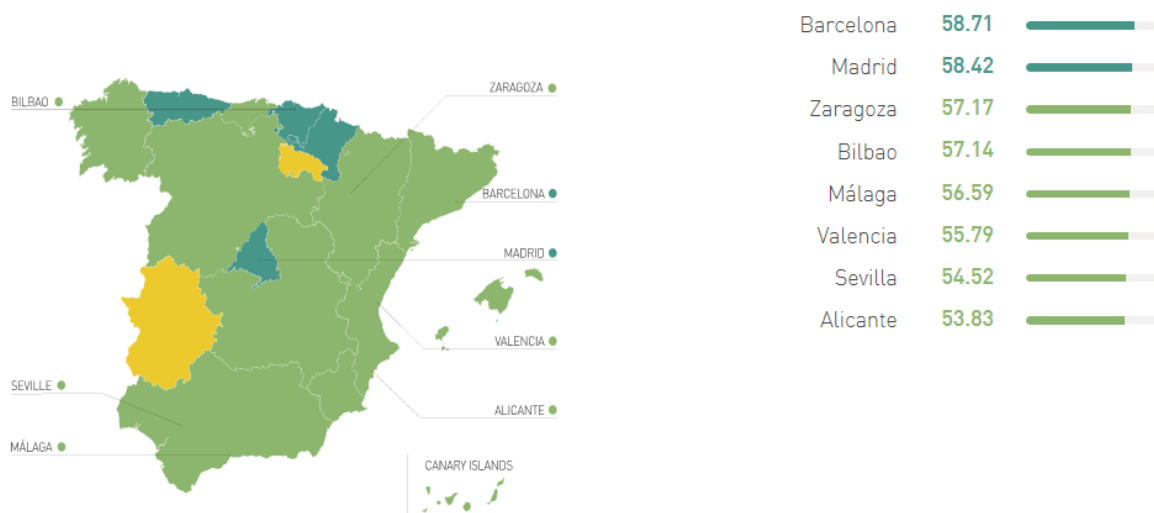
Education First. Índice EF de nivel de inglés. 2018.

Por regiones, son las Comunidades de Navarra, Madrid, País Vasco y Asturias, las únicas que presentan un nivel de dominio de inglés alto, estando Andalucía dentro del nivel medio, en el puesto 12 a nivel nacional. Son las Comunidades de la Rioja y Extremadura, las que peor resultado presentan, con un nivel de inglés, bajo.



Education First. Índice EF de nivel de inglés. 2018.

Por ciudades, Barcelona y Madrid son las ciudades analizadas con mejor nivel de inglés, con un nivel alto. En Andalucía, aparecen las ciudades de Málaga y Sevilla, ambas con un nivel medio.



Niveles de aptitud: ● Muy bajo ● Bajo ● Medio ● Alto ● Muy alto

Education First. Índice EF de nivel de inglés. 2018.

3.2 EMPLEO

Conforme al *Plan de Empleo del Municipio de Almería (PEMAL 2019-2022)*, la ciudad apuesta por convertirse en un municipio referente en cuanto a las políticas dirigidas a luchar contra el desempleo, reconociendo este problema como el más urgente al que enfrentarse a corto y medio plazo ya que el acceso a un empleo regulado es una prioridad reconocida para lograr una inclusión plena de las personas que forman parte de la ciudad, a la par de ser la base desde la que lograr un lugar que sea capaz de posicionarse de manera sobresaliente en el panorama nacional.

En este contexto, se realiza un análisis de la situación laboral en la ciudad de Almería.

3.2.1 Estructura de Actividad en la Ciudad de Almería

Realizando un análisis del número de empresas por tipo de actividad en la ciudad de Almería, el mayor número de empresas se localizan en el sector servicios sanitarios, educativos y resto de servicios (44,9%), un porcentaje muy superior a las medias andaluzas y provincial, lo que remarca su carácter de capitalidad.

El segundo sector de actividad en número de empresas en la ciudad de Almería es el comercio, que, con un 25,1% del total, presenta porcentajes similares a las otras capitales provinciales, aunque está por debajo de las medias andaluzas y provincial.

“La estructura empresarial de Almería remarca su carácter de capitalidad provincial, con un peso muy definido en servicios”

| Nº de Empresas por Sectores de Actividad (Valores Absolutos) | | | | | | | | | | |
|--|----------------|---------------|-------------------|-----------------|-------------------|-------------------|------------------|----------------|------------------|-------------------|
| Actividad | Andalucía | Almería | Almería (capital) | Cádiz (capital) | Córdoba (capital) | Granada (capital) | Huelva (capital) | Jaén (capital) | Málaga (capital) | Sevilla (capital) |
| Industria, energía, agua y gestión de residuos | 32.015 | 2.546 | 409 | 220 | 1.441 | 689 | 300 | 405 | 1.670 | 1.776 |
| Construcción | 48.499 | 4.841 | 1.057 | 350 | 1.648 | 1.359 | 568 | 600 | 3.261 | 3.032 |
| Comercio | 133.238 | 11.590 | 2.942 | 1.685 | 5.418 | 4.288 | 2.013 | 1.732 | 9.725 | 10.816 |
| Transporte y almacenamiento | 26.465 | 2.736 | 617 | 364 | 1.096 | 608 | 426 | 326 | 2.370 | 2.396 |
| Hostelería | 50.030 | 4.190 | 961 | 780 | 1.664 | 2.025 | 644 | 566 | 3.171 | 4.003 |
| Información y comunicaciones | 6.022 | 396 | 175 | 90 | 295 | 356 | 90 | 93 | 749 | 925 |
| Banca y seguros | 9.529 | 850 | 299 | 109 | 444 | 381 | 187 | 176 | 761 | 1.069 |
| Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios | 170.423 | 13.085 | 5.255 | 2.856 | 8.232 | 9.307 | 3.238 | 3.184 | 16.518 | 22.827 |
| TOTAL | 476.221 | 40.234 | 11.715 | 6.454 | 20.238 | 19.013 | 7.466 | 7.082 | 38.225 | 46.844 |

Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica. 2017

Nº de Empresas por Sectores de Actividad (Valores relativos)

| Actividad | Andalucía | Almería | Almería (capital) | Cádiz (capital) | Córdoba (capital) | Granada (capital) | Huelva (capital) | Jaén (capital) | Málaga (capital) | Sevilla (capital) |
|---|---------------|-------------|----------------------|--------------------|----------------------|----------------------|---------------------|-------------------|---------------------|----------------------|
| Industria, energía, agua y gestión de residuos | 6,7% | 6,3% | 3,5% | 3,4% | 7,1% | 3,6% | 4,0% | 5,7% | 4,4% | 3,8% |
| Construcción | 10,2% | 12,0% | 9,0% | 5,4% | 8,1% | 7,1% | 7,6% | 8,5% | 8,5% | 6,5% |
| Comercio | 28,0% | 28,8% | 25,1% | 26,1% | 26,8% | 22,6% | 27,0% | 24,5% | 25,4% | 23,1% |
| Transporte y almacenamiento | 5,6% | 6,8% | 5,3% | 5,6% | 5,4% | 3,2% | 5,7% | 4,6% | 6,2% | 5,1% |
| Hostelería | 10,5% | 10,4% | 8,2% | 12,1% | 8,2% | 10,7% | 8,6% | 8,0% | 8,3% | 8,5% |
| Información y comunicaciones | 1,3% | 1,0% | 1,5% | 1,4% | 1,5% | 1,9% | 1,2% | 1,3% | 2,0% | 2,0% |
| Banca y seguros | 2,0% | 2,1% | 2,6% | 1,7% | 2,2% | 2,0% | 2,5% | 2,5% | 2,0% | 2,3% |
| Servicios sanitarios, educativos y resto de servicios | 35,8% | 32,5% | 44,9% | 44,3% | 40,7% | 49,0% | 43,4% | 45,0% | 43,2% | 48,7% |
| TOTAL | 100,0% | 8,4% | 2,5% | 1,4% | 4,2% | 4,0% | 1,6% | 1,5% | 8,0% | 9,8% |

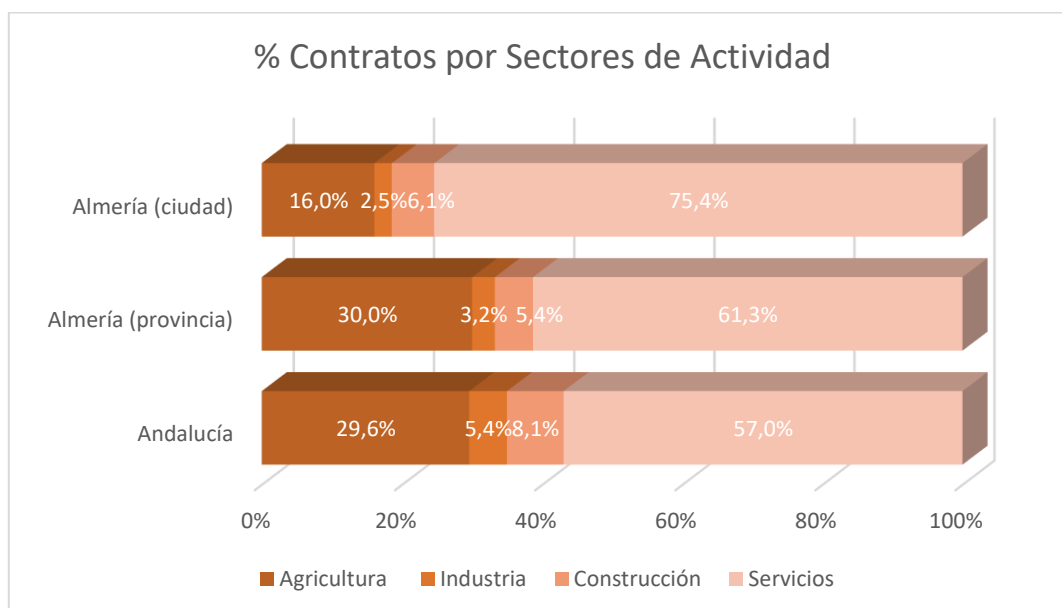
Directorio de empresas y establecimientos con actividad económica. 2017

3.2.2 Mercado de Trabajo en la Ciudad de Almería

A partir de los datos obtenidos del Observatorio Argos (Servicio Andaluz de Empleo), se obtiene que en el año 2018 tuvieron lugar en la ciudad de Almería un total de **93.794 contratos**, un 11,4% más que en el año 2017. En el cuadro inferior se puede observar el porcentaje de contratos que han tenido lugar en la ciudad según sexo, nacionalidad y sector de actividad. Es destacable la contratación de extranjeros, que se produce principalmente en el sector de agricultura y pesca (51,87% de los casos).



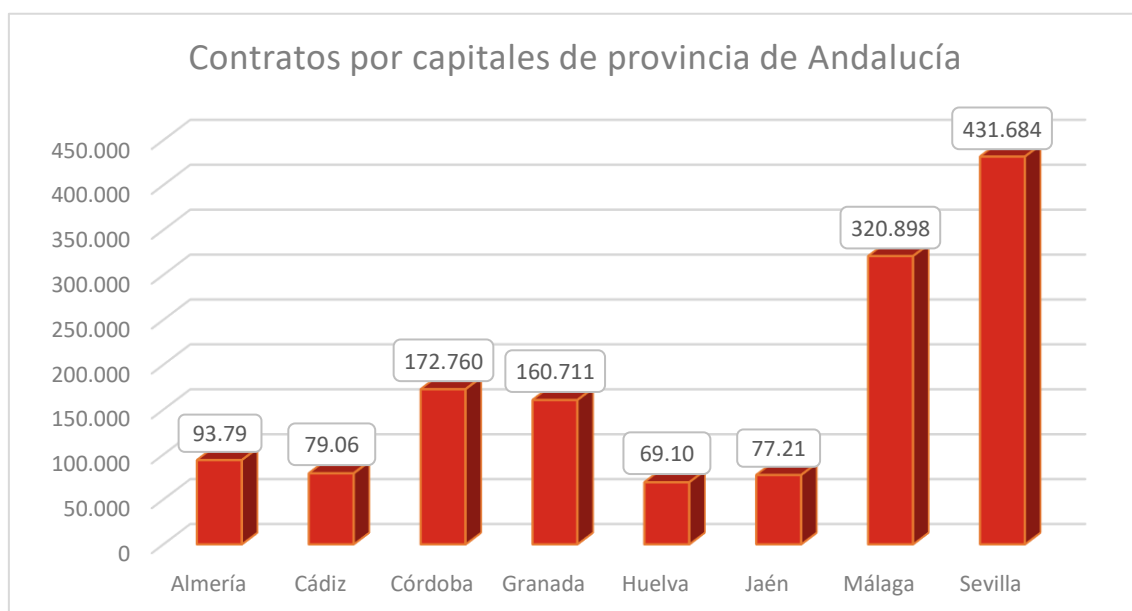
En lo que respecta a los contratos por sectores de actividad, se obtiene que el porcentaje de contratos que han tenido lugar en el sector servicios es mucho mayor en la ciudad de Almería que a nivel provincial y autonómico, siendo la diferencia del 14,1% y 18,4%, respectivamente. En cambio, el porcentaje de contratos en los sectores agricultura e industria, está por debajo de la media de la provincia y Andalucía.



Observatorio Argos. Año 2018. Elaboración Propia.

“Almería está experimentando un incremento de contrataciones, especialmente en el sector servicios, que es el sector predominante en empleo, siendo mucho mayor la ocupación en la ciudad que a nivel provincial y autonómico. Es destacable la contratación de extranjeros, que se produce principalmente en el sector de la agricultura y pesca”

Como se puede observar en el gráfico inferior, las ciudades que mayor número de contratos han formalizado en el año 2018 son Sevilla, Málaga, Córdoba y Granada. La ciudad de Almería ocupa el quinto lugar, habiendo tenido lugar 93.794 contrataciones.



Observatorio Argos. Año 2018. Elaboración Propia.

En cuanto a las contrataciones por sexo, se puede ver como en todas las ciudades se contratan más a hombres que a mujeres, aunque la ciudad de Almería, por detrás de Granada, es una de las capitales andaluzas en las que brecha de contratación es menos acentuada, siendo la diferencia del 4,8%. Mientras que en el lado opuesto se encuentran las ciudades de Huelva y Córdoba.

| % CONTRATACIONES POR SEXO POR CAPITALES DE PROVINCIA | | | | | | | | |
|--|---------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Hombres | 52,40% | 54,40% | 57,60% | 51,00% | 58,50% | 54,70% | 53,00% | 52,90% |
| Mujeres | 47,60% | 45,60% | 42,40% | 49,00% | 41,50% | 45,30% | 47,00% | 47,10% |

Observatorio Argos. Año 2018. Elaboración Propia.

“Almería es una de las capitales andaluzas en las que brecha de contratación de género es menos acentuada”

Por sectores de actividad, en todas las capitales de provincia principalmente los contratos que se formalizan son para el sector servicios. Cabe mencionar que Jaén (19,1%), Córdoba (16,6%) y Almería (16%) son las capitales que mayor porcentaje de contrataciones realizan para el sector agricultura. Esto se debe a la importancia que tiene este sector en la producción agrícola en estas provincias, así como la necesidad de contrataciones para las campañas de recogida de aceitunas, fresas y productos hortícolas.

| % CONTRATACIONES POR SECTOR DE ACTIVIDAD POR CAPITALES DE PROVINCIA | | | | | | | | |
|---|---------|-------|---------|---------|--------|-------|--------|---------|
| | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Agricultura | 16,0% | 0,7% | 16,6% | 5,5% | 6,8% | 19,1% | 1,5% | 4,8% |
| Industria | 2,5% | 5,1% | 5,6% | 6,0% | 5,7% | 8,0% | 6,3% | 4,0% |
| Construcción | 6,1% | 6,5% | 8,1% | 4,7% | 10,9% | 5,5% | 6,8% | 7,1% |
| Servicios | 75,4% | 87,7% | 69,7% | 83,8% | 76,6% | 67,4% | 85,3% | 84,0% |

Observatorio Argos. Año 2018. Elaboración Propia.

“Jaén, Córdoba y Almería son las capitales que mayor porcentaje de contrataciones realizan para el sector agricultura”

Respecto a las contrataciones realizadas a personas extranjeras, como se recoge en la tabla inferior, la ciudad de Almería es la que mayor porcentaje de personas extranjeras contrata, representando el 21,3% de las contrataciones que han tenido lugar en la ciudad. En segundo lugar, nos encontramos con Málaga, ciudad en la que el 10,2% de las contrataciones han sido a personas extranjeras. Sin embargo, en las demás capitales, la contratación de dichas personas es poco significativa.

“Almería es la capital de provincia que mayor porcentaje de personas extranjeras contrata”

| % CONTRATACIONES A PERSONAS EXTRANJERAS POR CAPITALES DE PROVINCIA | | | | | | | | |
|--|---------|-------|---------|---------|--------|-------|--------|---------|
| | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Contratación total | 6.279 | 7.426 | 13.609 | 13.235 | 5.004 | 5.090 | 25.303 | 33.868 |
| Contratación a personas extranjeras | 1.338 | 157 | 566 | 958 | 387 | 204 | 2.578 | 2.104 |
| % contratación a personas extranjeras | 21,3% | 2,1% | 4,2% | 7,2% | 7,7% | 4,0% | 10,2% | 6,2% |

Observatorio Argos. Año 2018. Elaboración Propia.

Teniendo en cuenta el porcentaje de contratos que tuvieron lugar en 2018, las principales ocupaciones contratadas tanto por hombres como por mujeres en la ciudad de Almería está vinculado con el sector de la hostelería: camarero y camarera asalariado. Posteriormente, las siguientes contrataciones en importancia por número son los oficios de peón agrícola en los hombres y en las mujeres, personal de limpieza o peones de industrias manufactureras.

| GÉNERO | OCUPACIÓN | CONTRATOS | PORCENTAJE |
|---------|--|-----------|------------|
| HOMBRES | Camareros asalariados | 775 | 17,82% |
| | Peones agrícolas en huertas, invernaderos, viveros y jardines | 439 | 10,13% |
| | Peones agrícolas (excepto en huertas, invernaderos, viveros y jardines) | 389 | 8,98% |
| | Vendedores en tiendas y almacenes | 150 | 3,46% |
| | Ayudantes de cocina | 145 | 3,35% |
| MUJERES | Camareras asalariadas | 564 | 14,96% |
| | Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establecimientos similares | 370 | 9,81% |
| | Vendedores en tiendas y almacenes | 356 | 9,44% |
| | Monitores de actividades recreativas y de entretenimiento | 264 | 7,00% |
| | Ayudantes de cocina | 213 | 5,65% |

Observatorio Argos. Junio 2019. Elaboración Propia.

“La principal contratación en la ciudad de Almería se produce en el sector servicios, pero especialmente en el género femenino (50,56% hombres, frente al 76,99% mujeres)”

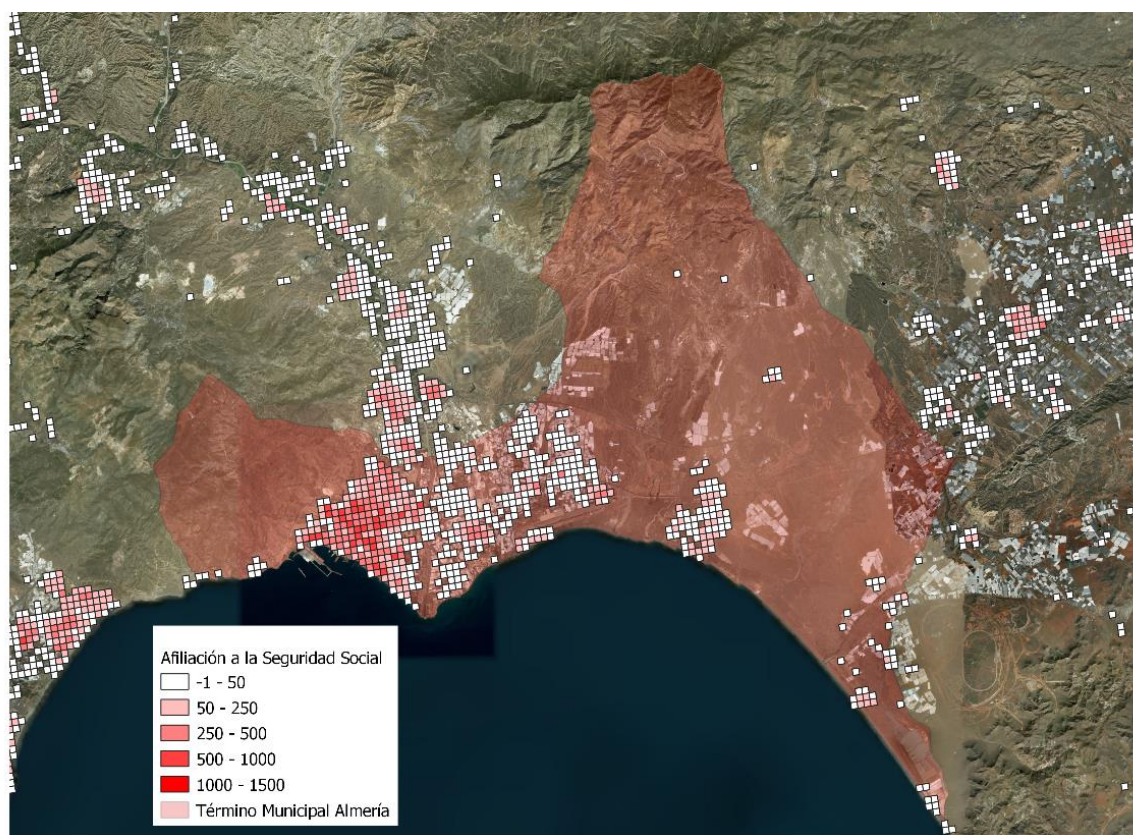
Respecto a las afiliaciones a la Seguridad Social, se observa que los servicios siguen corroborando el papel de capitalidad de la ciudad, siendo la Administración pública, la sanidad y las actividades profesionales y artísticas, los sectores con porcentajes de afiliación superiores a la provincia. Destaca el menor porcentaje de afiliación en comercio y hostelería.

| <i>Afiliaciones a la Seguridad Social (datos relativos)</i> | | | |
|---|------------------|----------------------------|--------------------------|
| <i>Sector</i> | <i>Andalucía</i> | <i>Almería (provincia)</i> | <i>Almería (capital)</i> |
| <i>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</i> | 17,6% | 26,1% | 9,4% |
| <i>Industrias extractivas</i> | 1,1% | 1,0% | 0,7% |
| <i>Industria manufacturera</i> | 6,8% | 4,3% | 1,5% |
| <i>Construcción</i> | 6,2% | 4,9% | 3,6% |
| <i>Comercio y hostelería</i> | 29,2% | 34,6% | 25,5% |
| <i>Información y comunicaciones</i> | 1,7% | 0,8% | 1,9% |
| <i>Actividades financieras y de seguros</i> | 1,5% | 1,5% | 4,1% |
| <i>Actividades inmobiliarias</i> | 0,7% | 0,5% | 0,7% |
| <i>Actividades profesionales</i> | 10,0% | 6,8% | 11,4% |
| <i>Administración pública y sanidad</i> | 19,1% | 15,2% | 34,6% |
| <i>Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento</i> | 5,9% | 4,2% | 6,7% |

SEPE. Marzo 2019. Elaboración Propia.

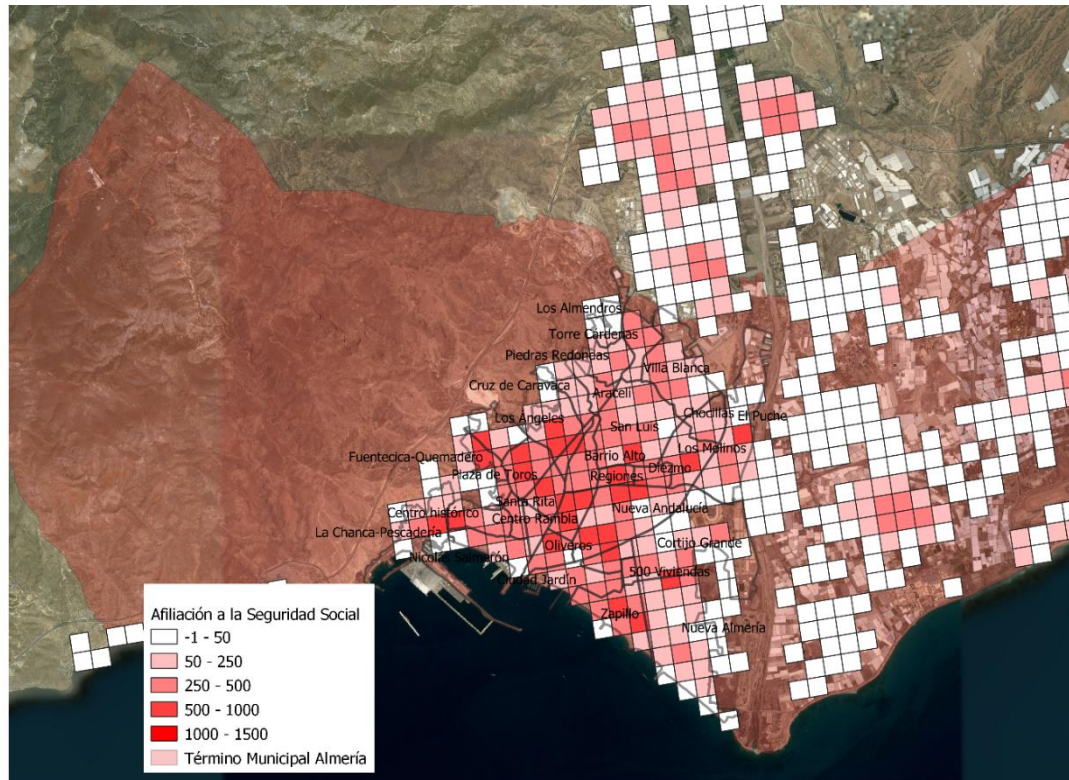
“La Administración Pública y la Sanidad son los sectores que más empleo generan en la ciudad de Almería, con un 34.6%, y le sigue el sector de Comercio y Hostelería con el 25,5%”

En el mapa siguiente se puede comprobar como son los espacios con mayor número de población (núcleo urbano) lo que se corresponden a su vez con el mayor número de afiliados en la Seguridad Social en Almería.



Afiliación a la Seguridad Social en Almería. Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

En cambio, si se aterriza más detalladamente en el núcleo urbano, también se observa menor afiliación en el entorno de algunos barrios con menor actividad.



Afiliación a la Seguridad Social en Almería. Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

Por otro lado, más de 6,300 personas no habían cotizado en el año 2017, lo que corrobora los datos de bajos niveles de renta analizados en el vector de diversidad e inclusión social.

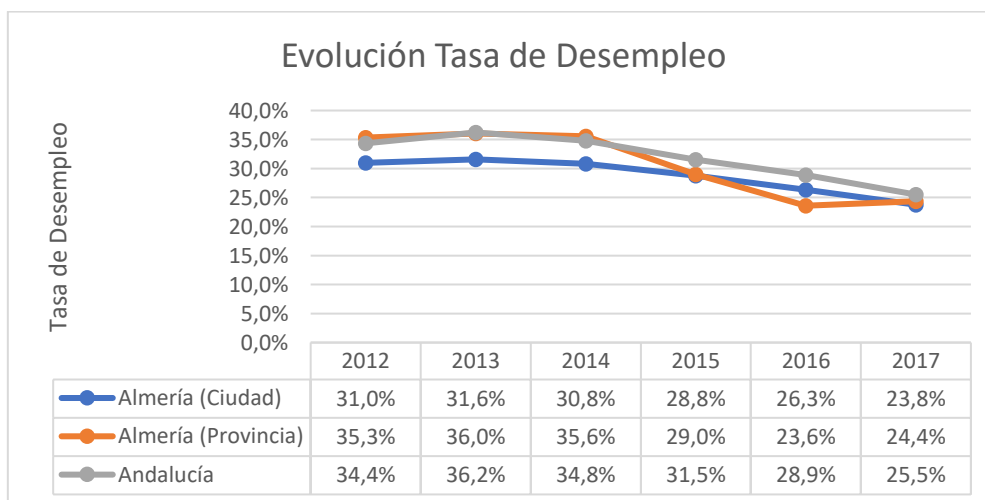
| Género | Tipo de cotización (año 2017) | Almería | % |
|----------------|--------------------------------------|---------------|--------------|
| Hombres | Sólo episodios de ocupación | 33.275 | 72,9% |
| | Sólo episodios de desempleo | 3.200 | 7,0% |
| | Sólo episodios de otra situación (*) | * | * |
| | Varios tipos de episodios | 8.975 | 19,6% |
| TOTAL | | 45.675 | 51,8% |

| Género | Tipo de cotización (año 2017) | Almería | % |
|----------------------|--------------------------------------|---------------|---------------|
| Mujeres | Sólo episodios de ocupación | 30.650 | 72,1% |
| | Sólo episodios de desempleo | 3.125 | 7,3% |
| | Sólo episodios de otra situación (*) | * | * |
| | Varios tipos de episodios | 8.625 | 20,3% |
| TOTAL | | 42.525 | 48,2% |
| Ambos Géneros | Sólo episodios de ocupación | 63.925 | 72,5% |
| | Sólo episodios de desempleo | 6.325 | 7,2% |
| | Sólo episodios de otra situación (*) | * | * |
| | Varios tipos de episodios | 17.600 | 20,0% |
| TOTAL | | 88.200 | 100,0% |

SEPE. 2017. Elaboración Propia.

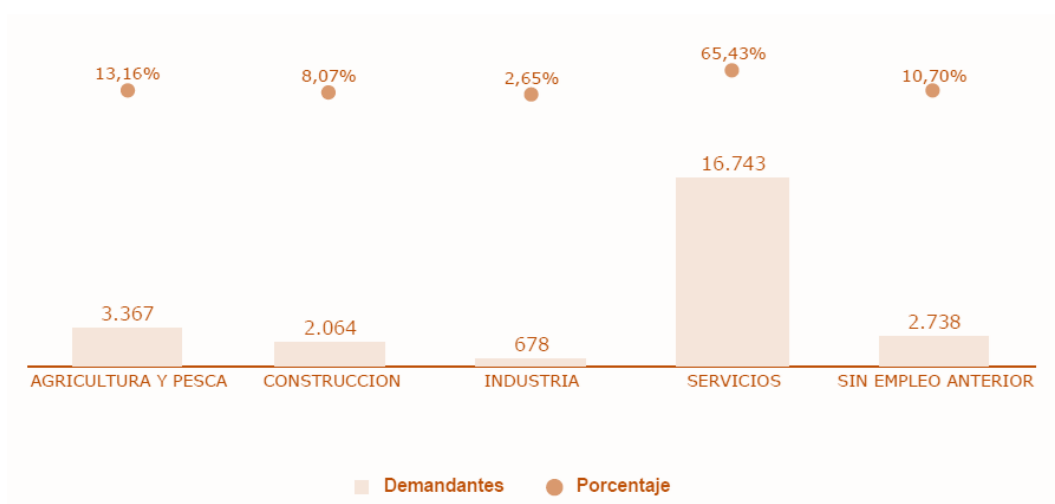
3.2.3 Tasa de desempleo, situación de los demandantes de empleo y parados

La tasa de desempleo en la ciudad de Almería es inferior que la provincial y autonómica. Como se puede observar en el gráfico, desde el año 2012 a 2017 la tasa ha disminuido un 7,2%, siendo esta tendencia similar a la de Andalucía.



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Elaboración Propia.

Según el último dato publicado en el Observatorio Argos, se obtiene que en junio de 2019 se registraron **25.590 demandantes de empleo**, lo que supone un descenso del -0,8% respecto al mismo mes del año 2018. De ellos, es el sector servicios donde se produce la mayor demanda (65,43%).



Observatorio Argos. Junio 2019. Elaboración Propia.

En el cuadro inferior se pueden observar las principales características de las personas demandantes de empleo en el municipio de Almería.



Demandantes de empleo por sexo:
43,74% hombres y
56,26% mujeres.

Demandantes de empleo por sector de actividad: 65,42% sector servicios.



Tipo de demandante de empleo: 73,53% parados.

Tipo de Demandantes de Empleo no Ocupados (DENOs):
94,86% parados.



Respecto al número de **parados** en la ciudad de Almería, en el año 2017 se registraron un total de 20.355 personas, lo que supone un 20,6% menos que hace cinco años. Asimismo, cabe destacar el descenso del paro juvenil desde el año 2012 a 2017 (-36,3%), así como el descenso de personas paradas entre 30 y 44 años, habiéndose disminuido en el periodo de estudio un 30,9%.

| Rangos de Edad | Año 2012 | Año 2017 | % Var. 2017 respecto 2012 |
|-----------------|---------------|---------------|---------------------------|
| De 16 a 29 años | 5.913 | 3.767 | -36,3% |
| De 30 a 44 años | 10.321 | 7.136 | -30,9% |
| De 45 a 64 años | 9.396 | 9.453 | 0,6% |
| TOTAL | 25.630 | 20.355 | -20,6% |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Elaboración Propia.

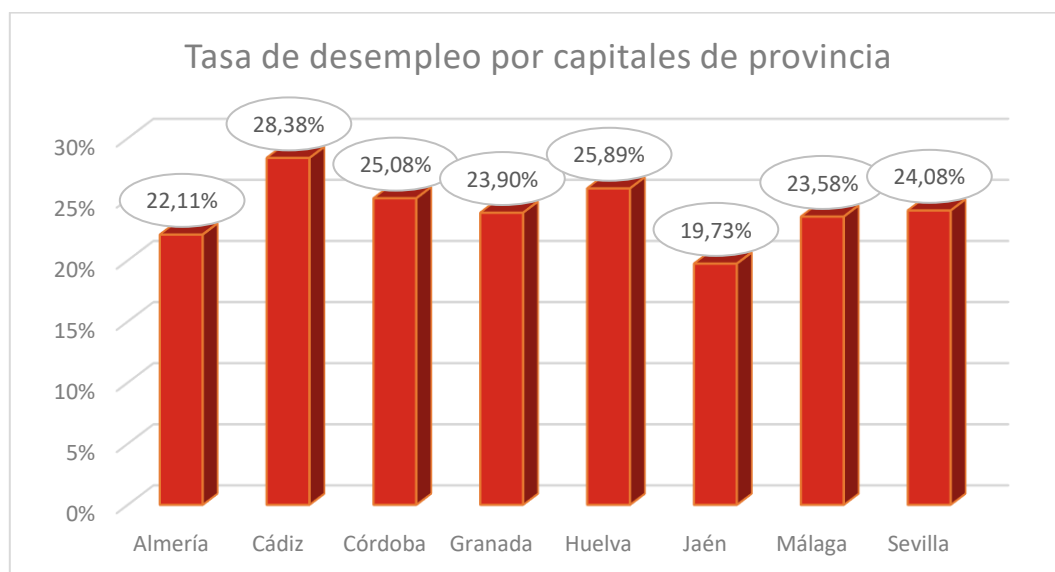
“La tasa de desempleo en la ciudad de Almería es menor que la media provincial y que la media andaluza, habiendo experimentado un descenso de parados del 20,6% en los últimos 5 años”

Tras comparar el número de **parados por rangos de edad** de la ciudad de Almería con la provincia y Andalucía, se obtiene que el porcentaje de parados entre 16 y 29 años es inferior que a nivel provincial y autonómico. Sin embargo, el porcentaje de personas paradas de 45 a 64 años es mayor en la ciudad de Almería que en la provincia y Andalucía.

| Tramos de Edad | Almería (ciudad) | | Almería (provincia) | | Andalucía | |
|------------------------|------------------|---------------|---------------------|---------------|----------------|---------------|
| | D. Abs. | D. Rel. | D. Abs. | D. Rel. | D. Abs. | D. Rel. |
| De 16 a 29 años | 3.767 | 18,5% | 11.911 | 19,0% | 166.252 | 19,6% |
| De 30 a 44 años | 7.136 | 35,1% | 23.030 | 36,7% | 293.441 | 34,5% |
| De 45 a 64 años | 9.453 | 46,4% | 27.892 | 44,4% | 389.768 | 45,9% |
| TOTAL | 20.355 | 100,0% | 62.833 | 100,0% | 849.460 | 100,0% |

SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2017. Elaboración Propia.

Después de Jaén, **la tasa de paro** de Almería es la más baja de las capitales de provincia de Andalucía, registrándose las tasas de desempleo más alta en Cádiz, seguida de Huelva y Córdoba.



SIMA (Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía). Año 2018. Elaboración Propia.

“Almería, junto a Jaén, es la capital de provincia que presenta una de las tasas de paro más bajas”

A continuación, se comparan las características de las **personas paradas** en cada una de las capitales de Andalucía, realizándose un análisis **por sexo, nacionalidad, sector de actividad y tiempo demandando empleo**. Para ello, se han utilizado los últimos datos disponibles en el Observatorio Argos del mes de marzo de 2019.

Por género, el porcentaje de mujeres paradas, en todas las capitales de provincia andaluzas, es mayor que el de hombres, apreciándose una diferencia significativa, aunque Almería, junto con Córdoba y Cádiz, son las capitales de provincia en las que la diferencia de mujeres y hombres parados no es tan notable como en las demás capitales andaluzas.

| % PARADOS POR GÉNERO POR CAPITALES DE PROVINCIA | | | | | | | | |
|---|---------|-------|---------|---------|--------|-------|--------|---------|
| Sexo | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Hombres | 43,8% | 42,8% | 44,4% | 40,9% | 41,1% | 40,9% | 41,0% | 40,9% |
| Mujeres | 56,2% | 57,2% | 55,6% | 59,1% | 58,9% | 59,1% | 59,0% | 59,1% |

Observatorio Argos. Marzo 2019. Elaboración Propia.

Por nacionalidad de los demandantes de empleo extranjeros, en las capitales de provincia de Andalucía, se obtiene que, en todas las ciudades, excepto en Córdoba y Huelva, la principal procedencia de la mayoría de los demandantes de empleo extranjeros es la marroquí. En la ciudad de Almería el porcentaje de demandantes de empleo marroquíes es mayor que en las demás capitales de provincia.

| PRINCIPALES PROCEDENCIAS DE LOS DEMANDANTE DE EMPLEO EXTRANJEROS EN LAS CAPITALES DE PROVINCIA | | |
|--|--------------------|--------------------|
| Almería | Marruecos (52,76%) | Rumanía (14,57%) |
| Cádiz | Marruecos (25,54%) | Italia (10,07%) |
| Córdoba | Rumanía (18,55%) | Marruecos (16,54%) |
| Granada | Marruecos (38,39%) | Rumanía (7,23%) |
| Huelva | Rumanía (27,86%) | Marruecos (17,16%) |
| Jaén | Marruecos (33,5%) | Rumanía (8,71%) |
| Málaga | Marruecos (28,67%) | Rumanía (8,38%) |
| Sevilla | Marruecos (21,78%) | Rumanía (9,84%) |

Observatorio Argos. Marzo 2019. Elaboración Propia.

Por sectores de actividad, el sector que cuenta con mayor porcentaje de parados, en todas las capitales, es el de servicios. Cabe destacar que Jaén, Huelva y Almería, son las capitales con mayor porcentaje de parados en el sector agricultura, lo cual se puede deber por la temporalidad de los trabajos del campo.

| % PARADOS POR SECTOR DE ACTIVIDAD POR CAPITALES DE PROVINCIA | | | | | | | | |
|--|---------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| Sector | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Agricultura | 6,57% | 0,80% | 5,29% | 4,65% | 11,16% | 11,33% | 1,16% | 2,14% |
| Industria | 10,22% | 6,47% | 7,21% | 8,21% | 7,44% | 5,26% | 9,08% | 6,90% |
| Construcción | 3,26% | 6,71% | 8,24% | 4,12% | 4,67% | 4,88% | 5,36% | 5,18% |
| Servicios | 68,17% | 74,30% | 67,79% | 70,68% | 65,61% | 67,88% | 71,14% | 72,20% |
| Sin empleo anterior | 11,78% | 11,72% | 11,50% | 12,34% | 11,12% | 10,64% | 13,26% | 13,58% |

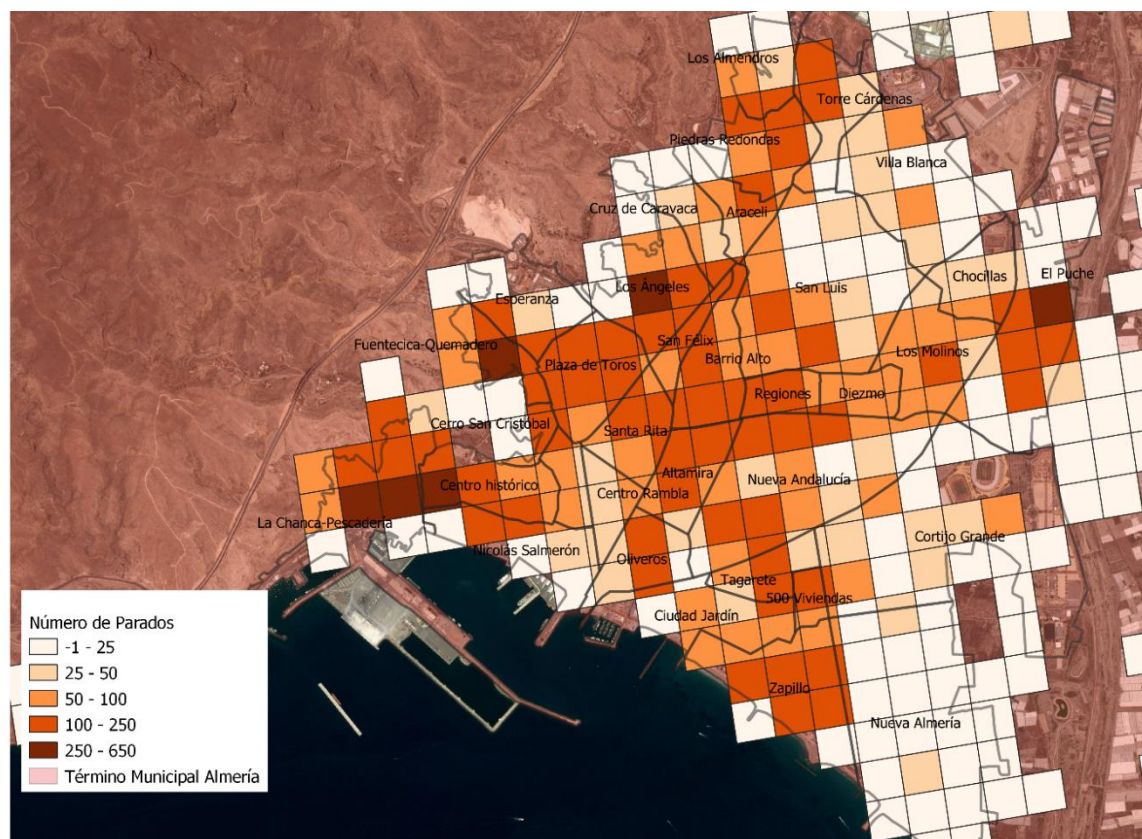
Observatorio Argos. Marzo 2019. Elaboración Propia.

Un alto porcentaje de las personas demandantes de empleo son **parados de larga duración**, es decir, están buscando empleo desde hace más de 12 meses. Almería, por detrás de Jaén y Granada es la ciudad con menor porcentaje de demandantes de empleo de larga duración comparado con las demás capitales andaluzas.

| % PARADOS POR TIEMPO DEMANDANDO EMPLEO POR CAPITALES DE PROVINCIA | | | | | | | | |
|---|---------|--------|---------|---------|--------|--------|--------|---------|
| Tiempo | Almería | Cádiz | Córdoba | Granada | Huelva | Jaén | Málaga | Sevilla |
| Menos o igual a 3 meses | 28,73% | 28,57% | 27,17% | 30,28% | 27,68% | 33,72% | 27,20% | 25,31% |
| De 3 a 6 meses | 13,39% | 11,58% | 11,31% | 13,01% | 12,50% | 12,21% | 12,81% | 11,41% |
| De 6 a 9 meses | 9,90% | 9,68% | 9,51% | 9,91% | 10,31% | 9,09% | 10,07% | 9,13% |
| De 9 a 12 meses | 6,05% | 5,26% | 6,21% | 6,21% | 6,12% | 7,24% | 5,40% | 5,70% |
| Más de 12 meses | 41,93% | 44,91% | 45,80% | 40,59% | 43,38% | 37,74% | 44,52% | 48,46% |

Observatorio Argos. Marzo 2019. Elaboración Propia.

Si se analiza espacialmente la localización de los parados en la ciudad de Almería se observa claramente que el mayor número de parados se localiza en los barrios de Chanca-Pescadería, Fuentecica-Quemadero, Los Ángeles y El Puche.



Número de Parados en Almería. Datos de la malla espacial del Instituto de Estadística y Cartografía de la Junta de Andalucía. Elaboración propia.

3.2.4 Datos de Empleo Público

En la siguiente tabla se recoge el número de ofertas de empleo público tanto a nivel estatal como autonómico y local.

| Año | Estatad | Autonómico | Local |
|----------|---------|------------|-------|
| Año 2018 | 16.361 | 1.197 | 88 |

Real Decreto 955/2018, de 27 de julio, por el que se aprueba la oferta de empleo público para el año 2018. / Consejería de Economía, Hacienda y Admón. Pública. / Ayuntamiento de Almería.

3.3 DEPORTES

La elección de la ciudad de Almería para la celebración de los XV Juegos del Mediterráneo, en el año 2005, supuso un revulsivo para la ciudad y su espacio metropolitano, a todos los niveles, especialmente el deportivo.

El evento convocó en Almería a delegaciones de 21 países mediterráneos. En total tuvieron lugar 258 competiciones repartidas en 25 deportes.

Este evento benefició no solo a la capital, sino a gran parte del espacio provincial, ya que los principales municipios de Almería fueron elegidos subseles deportivas, como es el caso de Cuevas del Almanzora (piragüismo y remo); El Ejido (baloncesto y fútbol); Gádor (tiro); Huércal de Almería (lucha y tenis); Roquetas de Mar (balonmano, tenis de mesa, esgrima y fútbol) y Vúcar (balonmano y fútbol); así como dos subseles culturales en Adra y Vera.

La celebración de los juegos trajo consigo la financiación para la creación de nuevas infraestructuras deportivas entre las que cabe destacar el Estadio Olímpico de los Juegos del Mediterráneo.

Con una inversión de 21 millones de euros, el estadio ocupa una superficie de 140.000 metros cuadrados, dispone de dos pistas de atletismo, una de ellas cubierta, salas de prensa, salas VIP, vestuarios, jacuzzi y museo. Las medidas del terreno de juego son de 105 x 68 metros. Gestionado por el Ayuntamiento, actualmente es el Estadio de Fútbol de la ciudad, y sede de los partidos del equipo local, la Unión Deportiva Almería S.A.D. Recientemente, el club ha transmitido al Ayuntamiento la necesidad de disponer de 200.000 metros cuadrados para la creación de la ciudad deportiva del club.

También para los Juegos fue creado el Palacio de los Juegos Mediterráneos, complejo polideportivo situado junto al estadio en el que se celebran competiciones de voleibol y gimnasia artística y rítmica.

Los Juegos del Mediterráneo marcaron un punto de inflexión en la percepción que los almerienses tenían del deporte, generando un nuevo interés de la población por las prácticas deportivas al tiempo de facilitar el acceso y el uso de nuevas infraestructuras.

Durante los años 1970, la ciudad de Almería era uno de los puntos de partida de numerosas ediciones del Rally de Montecarlo.

Por otro lado, Almería es una ciudad habitual en las últimas ediciones de la Vuelta ciclista a España, convirtiéndose las etapas de la Sierra de los Filabres y Sierra Nevada,

en unas de las más temidas de la carrera. Son asimismo de reconocida importancia la Clásica de Almería en ciclismo, y la arraigada Travesía a Nado del Puerto de Almería. La ciudad también se convierte en base del Rally Costa de Almería anualmente desde 1964. Junto con su carrera popular de San Silvestre en el mes de diciembre, en el que se combinan deportes y disfraces.

El deporte en Almería, no puede ser analizado de forma aislada, ya que le mismo está relacionado con otros vectores analizados en el Plan. Así se ha puesto de manifiesto la sinergia que existe entre el **deporte y el turismo**, valga como ejemplo que, según los datos aportados por los expertos de la mesa de deportes, la motivación de 1 de cada 4 de los turistas que viajarán en los próximos años, será la práctica de deportes, y este potencial debe ser aprovechado por la ciudad.

También cabe destacar la capacidad del **deporte** para facilitar la convivencia, y la **inclusión social**, así como la relación que mantiene con la **cultura** (conocer los activos del patrimonio cultural a través del senderismo), la **economía azul** (el deporte y los entornos marinos y las actividades acuáticas), y **el deporte y la innovación**, destacando la presencia en Almería de la principal empresa a nivel nacional en medición de rendimiento deportivo, lo cual ofrece la posibilidad a plantear la posibilidad de trabajar en la creación de un **Hub de empresas que relación la tecnología y el deporte**.

Pero sin duda la principal sinergia se produce entre **el deporte y la salud**. Almería es ciudad puntera en cuanto a realización de actividad deportiva. Actualmente, la realización de deporte durante más de 30 minutos se considera práctica deportiva, y en Almería se dispara este indicador, según la información aportada por Antonio Oña, director de la mesa de deportes.

El carril bici de la ciudad, de 76 kilómetros de longitud, es utilizado, fundamentalmente como instrumento para la práctica deportiva más que como medio para facilitar la movilidad sostenible. Por otra parte, la dimensión y orografía de la ciudad incita al paseo, realizando a pie la mayoría de los itinerarios. Esto es tremendamente beneficio, no sólo para el estado de salud de los almerienses, sino también para evitar la emisión de CO₂.

Este vector estudiará la situación de Almería y el deporte. Para ello se procederá a analizar distintos aspectos que influyen en el vector como el número de entidades deportivas de Almería, el estado de las infraestructuras, las vinculaciones existentes entre turismo y deporte, el empleo generado por el sector o el perfil y las preferencias, usos y, costumbres, a la hora de acercarse al deporte.

“Los XV Juegos del Mediterráneo supusieron un revulsivo para la ciudad y su espacio metropolitano y marcaron un punto de inflexión en la percepción que los almerienses tenían del deporte, incrementando el interés de la población por su práctica y su aproximación a diversas disciplinas deportivas”

3.3.1 El Entorno Deportivo de Almería

3.3.1.1. Entidades Deportivas

Las **entidades deportivas** andaluzas son aquellas asociaciones privadas, con personalidad jurídica, sin ánimo de lucro y con domicilio social en Andalucía que, constituidas al amparo de la Ley 5/2016, de 19 de julio, del Deporte de Andalucía, y del Decreto 7/2000, de 24 de enero, de Entidades Deportivas Andaluzas, tengan por objeto exclusivo o principal el fomento y la práctica del deporte en una o varias modalidades deportivas y desarrollen su actividad básicamente en Andalucía.

Para participar en competiciones deportivas oficiales y para recibir subvenciones o ayudas de las Administraciones Públicas, las entidades deportivas andaluzas deben estar previamente inscritas en el Registro Andaluz de Entidades Deportivas (RAED).

La provincia de Almería cuenta con total de 2.719 entidades deportivas aglutinando la capital, con 953, un 35% del total provincial. Cabe destacar que, en la capital almeriense, tienen su sede, las cuatro Federaciones Deportivas existentes en la provincia, siendo estas la Federación Deportiva de Actividades Subacuática; la Federación Deportiva de Esgrima; la Federación Deportiva de Frontón y la Federación deportiva de Colombicultura.

| PROVINCIA | N.º ENTIDADES | CAPITAL | N.º ENTIDADES |
|-----------|---------------|---------|---------------|
| Almería | 2.719 | Almería | 953 |
| Cádiz | 3.289 | Cádiz | 328 |
| Córdoba | 2785 | Córdoba | 1.025 |
| Granada | 3.416 | Granada | 849 |
| Huelva | 1.735 | Huelva | 479 |
| Jaén | 1.896 | Jaén | 396 |
| Málaga | 3.877 | Málaga | 1.331 |
| Sevilla | 5.196 | Sevilla | 1.901 |

Entidades deportivas en las provincias y capitales andaluzas. registro Andaluz de Entidades deportivas. Consejería de Turismo y Deporte. Elaboración propia.

Asimismo, casi la mitad de las asociaciones deportivas existentes se encuentran en la capital, dato que avala la importancia que el deporte tiene en la ciudad.

| TIPO DE ENTIDAD | ALMERÍA PROVINCIA | ALMERÍA CAPITAL |
|--------------------------------|----------------------|--------------------|
| Asociación | 537 | 238 |
| Club deportivo | 2131 | 676 |
| Confederación deportiva | 0 | 0 |
| Entidad de carácter accesorio | 37 | 29 |
| Entidad de promoción deportiva | 0 | 0 |
| Federación deportiva | 4 | 4 |
| Sección deportiva | 10 | 6 |
| Sección anónima deportiva | 0 | 0 |

Tipo de entidades deportivas en Almería Capital y Provincia. Registro Andaluz de Entidades Deportivas. Consejería de Turismo y Deporte. Elaboración propia.

En referencia al **deporte adaptado**, la capital cuenta con dos clubes de deportes inclusivo. Muy pocos si los comparamos con los existentes. Pese a ello, el deporte inclusivo ha dado grandes alegrías, ya que los clubes almerienses han estado presentes en los Juegos Paralímpicos y la Fundación de Rugby inclusivo participará en el campeonato del mundo. Pese a ello, es necesario potenciar la implicación de todos los actores en la inclusión deportiva.

Almería refleja un gran dinamismo en el entorno deportivo, tal y como lo demuestran los datos aportados por la “Estadística de la base de datos de estadística del registro andaluz de entidades deportivas”, estudio que analiza el número de alta y bajas de las entidades deportivas en las provincias andaluzas.

Los datos revelan que, a lo largo del año 2017, se han producido 70 nuevas inscripciones de entidades deportivas en la provincia de Almería, de las cuales 69 pertenecen a Clubes deportivos y 1 a sección deportiva.

Ello frente al número de bajas, que tan solo ascendió a 5, en la categoría de clubes deportivos. Ello implica que el 10,5% de todo el club que se dieron de alta en Andalucía en el 2017, lo hicieron en Almería, así como el 25% de las sesiones deportivas.

“Almería refleja un gran dinamismo en el entorno deportivo. A lo largo del año 2017, se han producido 70 nuevas inscripciones de entidades deportivas en el registro, frente a las 5 que han desaparecido”

| Tipo de entidad | ALMERIA | CADIZ | CÓRDOBA | GRANADA | JAEN | HUELVA | MÁLAGA | SEVILLA | TOTAL | % |
|-------------------------------|---------|-------|---------|---------|------|--------|--------|---------|-------|------|
| ALTAS | | | | | | | | | | |
| CLUB DEPORTIVO | 69 | 77 | 75 | 103 | 40 | 48 | 124 | 121 | 657 | 99,2 |
| ENTIDAD DE CARÁCTER ACCESORIO | | 1 | | | | | | | 1 | 0,2 |
| SOCIEDAD ANÓNIMA DEPORTIVA | | | | | | | | | | 0 |
| SECCION DEPORTIVA | 1 | 1 | | | | 1 | | 1 | 4 | 0,6 |
| TOTAL | 70 | 79 | 75 | 103 | 41 | 48 | 124 | 122 | 662 | 100 |
| BAJAS | | | | | | | | | | |
| CLUB DEPORTIVO | 5 | 2 | 23 | 7 | 3 | 3 | 3 | 6 | 52 | 98,1 |
| ENTIDAD DE CARÁCTER ACCESORIO | | | 1 | | | | | | 1 | 1,9 |
| TOTAL | 5 | 2 | 24 | 7 | 3 | 3 | 3 | 6 | 53 | 100 |

Número de entidades deportivas por tipo de entidad, altas y bajas y por provincia en el año 2017. Estadística del Registro Andaluz de Entidades Deportivas. 2017. Consejería de Turismo y Deportes

3.3.1.2. Instalaciones Deportivas

Las instalaciones deportivas existentes en la Comunidad Autónoma de Andalucía, tienen como fin favorecer y facilitar la práctica deportiva de los ciudadanos, garantizando además un fácil acceso y seguridad en el uso de las mismas.

A tal efecto el **Plan Director de Instalaciones y Equipamientos Deportivos** (PDIEDA) tiene como objetivo “la ordenación de las infraestructuras deportivas de la Comunidad Autónoma de Andalucía, adecuándola a las necesidades de población, a la disponibilidad de los recursos, a la política deportiva y a los criterios de planificación territorial de la Junta de Andalucía.”

Según los datos aportados por el Registro Andaluz de Instalaciones Deportivas dependiente de la Consejería de Turismo y Deporte, la ciudad de Almería con 241 instalaciones aglutina el 13,7% del total de los espacios existentes en la provincia, ocupando a nivel las capitales de provincia de Andalucía, un quinto puesto en el ranking de instalaciones andaluz, superando en número a las existentes en Huelva, Jaén y Cádiz.

| PROVINCIA | N.º INSTALACIONES | CAPITAL | N.º INSTALACIONES |
|-----------|-------------------|---------|-------------------|
| Almería | 1.758 | Almería | 241 |
| Cádiz | 1.701 | Cádiz | 103 |
| Córdoba | 1.365 | Córdoba | 315 |

| | | | |
|---------|-------|---------|-----|
| Granada | 2.259 | Granada | 376 |
| Huelva | 1.012 | Huelva | 134 |
| Jaén | 1.626 | Jaén | 128 |
| Málaga | 3.681 | Málaga | 636 |
| Sevilla | 2.266 | Sevilla | 639 |

Instalaciones deportivas en la provincias y capitales de provincia andaluzas. Registro Andaluz de Instalaciones deportivas. Consejería de Turismo y Deporte. Elaboración propia.

Por su parte, los entes municipales tienen la responsabilidad de elaborar sus propios planes locales de Instalaciones deportivas, que contempla entre sus objetivos *“establecer previsiones sobre instalaciones deportivas para la dotación, por los planes de urbanismo, de las reservas de suelo correspondientes, proporcionado a la población las instalaciones deportivas necesarias para la práctica del deporte y el desarrollo de competiciones deportivas.”*

El Ayuntamiento de Almería canaliza la gestión del deporte de la ciudad a través del **Patronato de Deportes**, entidad encargada de promocionar y facilitar la práctica deportiva a todos los niveles como un medio educativo a través de este y como forma de mantenimiento de la salud, de mejora de la calidad de vida y de la integración social del individuo. Para ello se dota al usuario de equipamientos deportivos y de una amplia y variada oferta deportiva dirigida a todos los colectivos de nuestra ciudad, según rezan los estatutos de la entidad.

“El Ayuntamiento de Almería canaliza la gestión del deporte de la ciudad, a través del Patronato de Deportes, entidad encargada de promocionar y facilitar la práctica deportiva a todos los niveles como un medio educativo a través de este y como forma de mantenimiento de la salud, de mejora de la calidad de vida y de la integración social del individuo”

Las instalaciones deportivas de gestión municipal en Almería están **catalogadas en 3 grupos** según su modelo de gestión. Así, existen 5 instalaciones de gestión directa; 15 instalaciones en cesión y 18 de uso libre. A estas 38 instalaciones municipales hay que sumar otras 75 dependientes de otros organismos o entidades. Ello permite poder realizar 62 disciplinas deportivas en 113 espacios e instalaciones de titularidad pública para la práctica del deporte.



“En Almería existen 62 escuelas municipales de distintas disciplinas deportivas y 113 espacios de titularidad pública que permiten la realización de las prácticas deportivas. El baloncesto, seguido del balonmano, el fútbol sala y el vóleybol, son los deportes que cuentan con mayor número de instalaciones para su práctica”

549

| ESCUELAS MUNICIPALES (sigue) | | | | | |
|------------------------------|-----------|--------------|-------------------|------------|--|
| Balonmano Playa | Fitness | Gimnasia | Multideporte | Rugby | |
| Béisbol | Frontón | Halterofilia | Musculación | Senderismo | |
| Boxeo | Fútbol 11 | Hípica | Natación | Skate | |
| Budo | Fútbol 7 | Hockey | Natación adaptada | Squash | |

Escuelas Municipales Deportivas en la ciudad de Almería. Patronato de Deportes de Almería.

Tal y como se destacó anteriormente, la polivalencia de las instalaciones permite contar con números centros y pistas deportivas para la práctica de múltiples deportes.

| Número de Instalaciones | | | | | | | |
|-------------------------|----|------------------------------|----|-------------------|---|----------------|----|
| Ajedrez | 13 | Frontón | 1 | Ludoteca | 1 | Skate | 3 |
| Artes marciales | 3 | Fútbol 11 | 9 | Marcha nórdica | 1 | Squash | 1 |
| Atletismo | 2 | Fútbol 7 | 10 | Montañismo | 7 | Taekwondo | 3 |
| Atletismo adaptado | 1 | Fútbol sala | 32 | Multideportiva | 7 | Tenis | 14 |
| Baloncesto | 58 | Gimnasia Rítmica | 7 | Musculación | 3 | Tenis de mesa | 1 |
| Balonmano | 34 | Gimnasia acrobática | 1 | Natación | 3 | Tenis Playa | 1 |
| Boxeo | 2 | Gimnasia artística femenina | 3 | Natación adaptada | 1 | Tiro con arco | 1 |
| Badminton | 9 | Gimnasia Artística masculina | 4 | Orientación | 5 | Voleibol | 31 |
| Béisbol | 5 | Golf | 1 | Patinaje | 4 | Voleibol playa | 1 |

| Número de Instalaciones (sigue) | | | | | | | |
|---------------------------------|---|----------------------|---|-------------------|----|--|--|
| Ciclismo | 2 | Halterofilia | 1 | Patinaje en línea | 12 | | |
| Deporte adaptado | 1 | Hockey | 1 | Petanca | 2 | | |
| Escalada | 1 | Hípica | 1 | Piragüismo | 2 | | |
| Esgrima | 4 | Judo | 9 | Pádel | 10 | | |
| Espeleología | 1 | karate | 1 | Rugby | 1 | | |
| Fitness | 2 | Lucha libre olímpica | 1 | | | | |

Número de Instalaciones destinadas a la práctica deportiva. Elaboración propia en base a los datos del patronato de Deportes.

El baloncesto, seguido del balonmano, el fútbol sala y el voleibol, son los deportes que cuenta con mayor número de instalaciones para su práctica. Quizás esta sea la causa de ser, precisamente, los deportes que aglutinan mayor número de deportistas y cosechan mayores éxitos (tal y como se pone de manifiesto en las noticias publicadas por el patronato de deportes en su web).

En este sentido, cabe destacar:

- El baloncesto es uno de los deportes mayoritarios, con las de 700 inscritos en el ejercicio 19-20 y más de 2.000 participantes se dieron cita en los Juegos Deportivos Municipales de baloncesto.
- En los Juegos Deportivos Municipales de Balonmano han participado 800 jugadores pertenecientes a 61 equipos de Almería y parte de la provincia en categorías femenina y masculina.
- La escuela municipal de voleibol ha conseguido en esta temporada una Copa de España, una medalla de bronce en el campeonato de España, cuatro campeonatos de Andalucía y un torneo internacional. Los Juegos Deportivos Municipales de voleibol se clausuran en 2019, con 1.263 participantes
- La 34ª edición de los JDM organizados por el Patronato Municipal de Deportes (PMD) ha contado en la disciplina de fútbol sala con la participación de 740 jugadores y 54 equipos de la ciudad y algunos de la provincia.

Por otra parte, el Ayuntamiento de Almería realiza una clara apuesta por la Gimnasia deportiva, con la **construcción del el tercer mejor Centro Deportivo de Gimnasia de España**, dedicado a la práctica de las tres disciplinas de la gimnasia, tanto rítmica, como artística y acrobática. Esta gran infraestructura se sumará a los 15 centros existentes, en los que se preparan los más de 800 gimnastas que han mostrado su talento en el VIII Trofeo del CD Stella Maris, de Gimnasia Rítmica.



3.3.1.3 Actividades Deportivas Vinculadas al Turismo

La ciudad de Almería cuenta con más de **18 senderos y rutas** que permiten la práctica de senderismo y deportes al aire libre, y que entre todos **suman más de 100 kilómetros de vías pedestres**. Los mismo se distribuyen por el frente litoral, comunicando la ciudad de Almería con otros puntos y playas de la costa; por la montaña, e incluso por el perímetro urbano.



En los últimos años y debido al auge que ha experimentado la costa de Almería como destino turístico, se ha producido un espectacular aumento de la práctica deportiva. Valga como ejemplo los casos del cicloturismo y el buceo. Así, cabe destacar el incremento exponencial que han experimentado las empresas dedicadas a estas actividades, que han pasado de las 22 existentes en el año 2007 a 136 de la actualidad, lo cual supone un crecimiento del 490%.

“El auge experimentado por la costa de Almería como destino turístico, ha propiciado el aumento de prácticas deportivas como el cicloturismo y el buceo, incrementando el número de empresas destinadas a estas actividades en un 490% en 10 años”

En concreto, y según la información recabada por el Diario de Almería, actualmente en la provincia, 136 las empresas que ofrecen los servicios de turismo activo de las que casi un tercio (43) tienen a las BTT (bicicleta todo terreno) como principal segmento. Le sigue el buceo y las actividades subacuáticas con 35 empresas; las dedicadas a senderismo y escalada son 21; 20 las que centran su actividad en la navegación a vela e hidro pedales; 10 centradas en espeleología y barranquismo; 5 de turismo ecuestre, 4 de todoterrenos, 3 de motos y esquí acuático, 2 de vuelo libre y ultraligeros e incluso hay una más con sede en Níjar que se atreve a compaginar esquí alpino con piragüismo.

Por su parte, más de una treintena de empresas ofrecen actividades subacuáticas. En este sentido cabe destacar que la provincia de Almería aglutina el 8 % de las Escuelas de Náuticas de Andalucía.

| PROVINCIA | NÚMERO |
|-----------|--------|
| ALMERÍA | 9 |
| CÁDIZ | 35 |
| CÓRDOBA | 2 |
| GRANADA | 10 |
| HUELVA | 9 |
| JAÉN | 1 |
| MÁLAGA | 30 |
| SEVILLA | 16 |

Número de escuelas náuticas en Andalucía. Estadística del registro andaluz de entidades deportivas. 2017. Consejería de Turismo y Deportes.

El volumen de negocio ligado al turismo activo y de aventura ha crecido de forma exponencial en la provincia y ha generado que las empresas dedicadas a esta oferta complementaria se incrementen anualmente, pasado de las 22 el año 2007, a las 51 del 2012 y a las 136 registradas den el 2017 según el último censo del Registro de Turismo de Andalucía.

3.3.1.4. Empleo Vinculado al Sector Deportivo en Almería

En el año 2017, el empleo vinculado al sector deportivo en la provincia de Almería, ascendía a cerca de 2.000 personas (1.924), 106 trabajadores más que en el ejercicio anterior, suponiendo los trabajadores deportivos el 7,8% de las afiliaciones a la seguridad social, apenas una décima más que en el año 2016.

Por género, más el 60,3% de los trabajadores vinculados al sector deportivos son hombres frente al 39,7% de mujeres. En referencia a los tramos de edad, la cuota más numerosa la componen los empleados que se encuentran en la franja de edad comprendida entre los 30 y 44 años, que suponen el 42,6% del total. Le sigue la franja de 16 a 29 años, con un 39%, posicionándose en un puesto más alejado, el grupo que supera los 45 años, que suponen tan solo un 18,4% de los afiliados.

Por subsectores, la rama deportiva que mayor empleo acoge es la relacionada con las **actividades de los clubs deportivos** (32,1%), seguida de **comercio al por menor de artículos deportivos en negocios especializados** (26,1%). A continuación, se sitúa la de **gestión de instalaciones deportivas** (20,7%). Los tres últimos puestos de la tabla los ocupa **actividades de los gimnasios** (10,8%); **otras actividades deportivas** (9,9%) y en último lugar la **fabricación de artículos de deporte** (0,4%).

| Cuotas según ramas del sector deportivo | Año 2017 | Evolución 2016 |
|--|----------|----------------|
| Fabricación de artículos deportivos | 0,40% | |
| Comercio al por menor de artículos deportivos en negocios especializados | 26,10% | -0,1 |
| Gestión de instalaciones deportivas | 20,70% | 0,9 |
| Actividades de los clubes deportivos | 32,10% | -1 |
| Actividades de los gimnasios | 10,80% | -0,9 |
| Otras actividades deportivas | 9,90% | 1,20% |

Cuota según rama del sector deportivo. ODA a partir de afiliados a la seguridad social que trabajan en Andalucía (IECA).

En referencia al tipo de contrato, cabe destacar que el 56,6% son temporales, aumentando 2 puntos en referencia al periodo anterior, frente al 43,3% de indefinido, cantidad que decrece algo más de dos puntos en referencia al 2016.

Por otra parte, y en referencia a la relación laboral, el 86,1% de los trabajadores lo hacen por cuenta ajena, frente al 13,9% que lo hacen por cuenta propia.

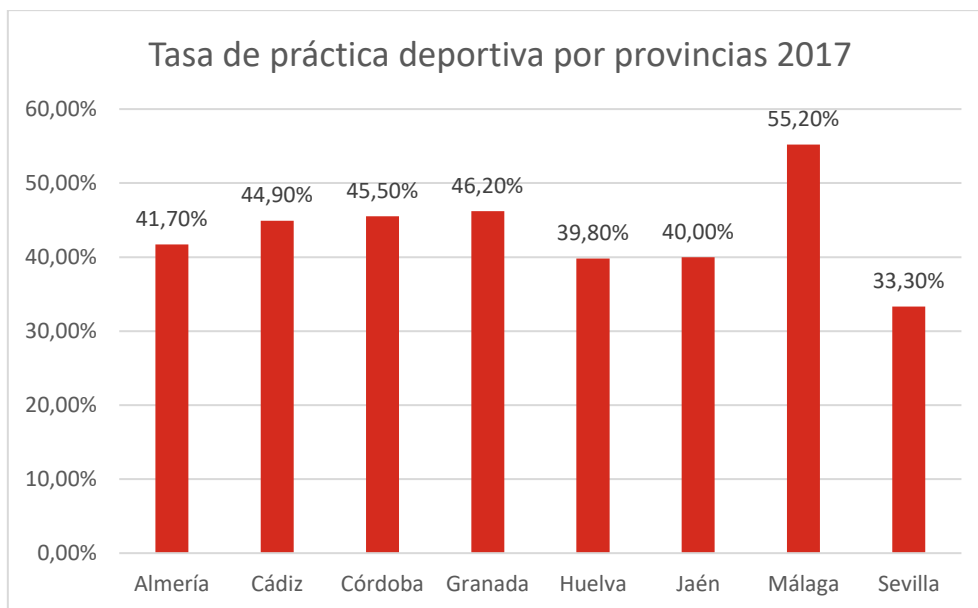
| Cuota de afiliaciones por cuenta ajena según tipo de contrato | Años 2017 | Evolución 2016 |
|---|-----------|----------------|
| Indefinido | 43,30% | -2,2 |
| Temporal | 56,6 | 2,1 |

Afiliaciones por cuenta ajena a la según tipo de contrato. ODA a partir de afiliados a la Seguridad Social en Alta laboral que trabaja en Andalucía (IECA)

3.3.2 La Práctica Deportiva en Almería

3.3.2.1. Hábitos Deportivos, Actitudes y Satisfacción de los Almerienses ante el Deporte

Según los datos aportados por la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, la tasa anual deportiva de la población almeriense, se sitúan en un 41,7%, superando de esta forma la de las provincias de Jaén, Huelva y Sevilla.



Tasa de práctica deportiva anual por provincial. ODA Consejería de Turismo y Deporte.

Por géneros, siguen siendo los hombres, con un 48,9%, los que más deportes practican, frente al 34,4% de las mujeres. En referencia a la práctica deportiva semanal, esta se sitúa en un 37,9%, casi tres puntos por debajo que la tasa de no práctica, alcanzando la tasa de abandono un 17%.

“El 82,7% de la población almeriense muestra interés por el deporte, y un 66,2% afirman andar o pasear para mantener la forma física”

Como dato positivo cabe destacar que el 82,7% de la población muestra interés por el deporte, y un 66,2% afirman andar o pasear para mantener la forma física, aunque tan solo un 13,7% utilizan la bicicleta como medio de transporte habitual.

El 39% de la población utiliza las instalaciones deportivas públicas para ejercitarse y un 21,8% los hacen en gimnasios privados, siendo la tasa media de gasto en deporte de los almerienses de unos 44 euros al mes (43,61).

En referencia a los deportes más practicados, el ranking lo **encabeza la gimnasia de mantenimiento, aeróbic, step, yoga, pilates**, etc., con un 28,7% de los usuarios. Sigue

el **ciclismo** con un 20,7%; el **fútbol y futbol 7** con un 14,9% y el **senderismo** con un 11,5%.

En la práctica de **deporte pasivo** destaca la **asistencia a espectáculos deportivos** con un 48,9%, siendo la demanda deportiva televisiva semanal de 3,2 horas y la radiofónica de 1,3 horas semanales.

Por otra parte, las principales actividades realizada por los habitantes de Almería en su tiempo libre se centran en **estar con la familia** (70,7%), seguida muy de cerca por **ver la televisión** (70%). El 61,9 % prefieren **andar o pasear**; mientras que 51,1% destina el tiempo libre a las **tareas domésticas** y el 50,1% lo **utilizan en internet o chatear**.

| Principales actividades en el tiempo libre | |
|--|--------|
| Estoy con la familia | 70,70% |
| Veo la televisión | 70,70% |
| Andar/pasear | 61,90% |
| Tareas Domesticas | 51,10% |
| Internet o chatear | 50,10% |

Principales actividades
libre. ODA Consejería

realizadas en el tiempo
de Turismo y Deporte.

Por otra parte, es necesario completar esta información aportando los datos surgidos del estudio **de investigación (2009-2011) realizado por la universidad de Almería y coordinado por el profesor Álvaro Sicilia Camacho**. El objetivo general de la investigación ha sido conocer los hábitos y consumo deportivo de la población de Almería, así como la valoración que tienen del sistema deportivo de su ciudad.

Para ello se elaboró una encuesta que fue remitida a una muestra significativa de población. Según el informe, los ciudadanos prefieren practicar más que ver deporte. Más de la mitad de la muestra (51,3%) indicó que hacer deporte es una actividad bastante o muy importante en su tiempo libre, frente a un 32,4% para los que ver deporte en televisión es considerado una acción de gran importancia, frente a un 21,4% de los encuestados que optan por ver el deporte en directo. También se aprecia que 6 de cada 10 almerienses le dan poca o ninguna importancia a presenciar espectáculos deportivos en directo.

La preferencia de los ciudadanos por la práctica activa del deporte frente a un consumo pasivo sigue la misma tendencia que en los estudios realizados para la población andaluza (Otero, 2007) y la española (García Ferrando, 2006).

Cabe destacar que los grupos de población más jóvenes, dan más importancia tanto a la práctica como al consumo de actividades deportivas. En este sentido, más de la mitad de los almerienses menores de 60 años indican que hacer deporte es bastante o muy importante en sus vidas y un 57,7% de los almerienses mayores de 15 años manifiesta ser activo físicamente de forma habitual (practica al menos una vez por semana),

superando de esta forma la media nacional y andaluza (37%) por García Ferrando para España (2006) y un 33%, para la comunidad autónoma, citado por Otero (2007).

“La población almeriense registra un cambio de tendencia pasando de realizar deporte de forma federada a hacerlo de manera autónoma, destacando los aspectos recreativos más vinculados a la salud”

Por otra parte, los datos registran un cambio en las tendencias de la práctica deportiva, ya que por lo general la población está pasando de realizar una práctica federada, formal y reglamentaria a otra más autónoma y recreativa vinculada con la salud. El caminar es una actividad que aumente su práctica con el paso de los años (3 de cada 10 ciudadanos son caminantes habituales a partir de 45 años). Le sigue el fitness (21,7%) y correr (20,6%). El fútbol (19,8%) y la natación (19,3%) son las siguientes actividades más practicadas.

Por géneros, las actividades más practicadas por los hombres son: fútbol (33,2%), carrera (27,5%) y fitness muscular (25,2%). Las mujeres se inclinan más por caminar (44,6%) actividad “estrella”, respecto a las demás.



El caminar va a más con el paso de los años, especialmente en las mujeres mayores. El fútbol es un deporte practicado fundamentalmente por hombres jóvenes. La bicicleta está muy bien acogida en todas las edades, fundamentalmente en los hombres. La natación es un deporte excepcional en cualquier edad y practicado por ambos sexos. La carrera, a partir de los 30 años, se convierte en una modalidad casi exclusivamente masculina, ya que pasados los 45 años las mujeres dejan de correr. El pádel comienza a implantarse entre las modalidades más practicadas, fundamentalmente en los hombres.

3.3.2.2. Formas y Motivos para la Práctica Físico-Deportiva

La población almeriense practica actividad física principalmente por su cuenta (78,3%). El segundo lugar lo ocupa la práctica de la actividad en complejos deportivos municipales (19,2%) porcentaje muy similar a la actividad en centros deportivos privados (17,2%).

Estos resultados son similares a los indicados por García Ferrando (2006) en su encuesta de hábitos deportivos de los españoles. En dicha encuesta, el 68% de la población practicaba actividad física por su cuenta.

Los principales motivos que lleva a los ciudadanos de Almería a la práctica deportiva son la prevención de enfermedades, salud positiva y la diversión/bienestar, obteniendo

puntuaciones moderadas en motivaciones como fuerza/resistencia, control del estrés, peso/imagen corporal, afiliación y agilidad/flexibilidad.

Los motivos menos valorados fueron los de desafío, competición, búsqueda del reconocimiento social y urgencias de salud. Estos resultados van en la línea de estudios previos con diferentes muestras (Capdevila et al., 2004; García Ferrando, 2006; Otero, 2009) y ponen de manifiesto que en la actualidad la población practica deporte fundamentalmente por salud y placer, no cobrando ya mucha importancia los aspectos competitivos y de reconocimiento social del deporte.

“El 78,3% de la población almeriense, prefiere practicar el deporte por su cuenta, frente a un 19,2% que lo realiza en recintos municipales y un 17,2% que utiliza instalaciones privadas para sus prácticas deportivas”

3.3.2.3. Espacios y Servicios Deportivos Utilizados por la Ciudadanía de Almería

Los almerienses utilizan preferentemente los lugares públicos abiertos (61,7%) para practicar actividad física, seguido muy de lejos por las instalaciones públicas de carácter municipal (38,5%). Estos datos contrastan con los obtenidos por trabajos similares para Andalucía (32,45%) y el resto de España (43%).

La mayoría de los andaluces utilizan preferentemente las instalaciones públicas para su práctica deportiva (42,9%). Algo parecido ocurre en las encuestas de ámbito nacional: en 1990 el 40% de los españoles ya utilizaba habitualmente instalaciones públicas, este porcentaje se ha elevado considerablemente en la encuesta del año 2000 (54%) y se mantiene en el 51% en la del año 2005.

Tres de cada cuatro almerienses (75,3%) dicen no haber practicado nunca actividad física a través de los programas deportivos ofrecidos por el municipio.

Sin embargo, más del 50% de los españoles mayores de 15 años manifiesta que los utilizan o los han utilizado en el pasado (García, 2006). Los andaluces, por otra parte, declaran utilizarlos en un 30,3% (ODA, 2009).

En esta pregunta nos encontramos con datos contradictorios. Por ejemplo, en la encuesta del ODA del 2002, se afirma que un 86% de la población andaluza no utilizan los servicios deportivos municipales (sic).



“Los almerienses utilizan preferentemente los lugares públicos abiertos (61,7%) para practicar actividad física, seguido muy de lejos por las instalaciones públicas de carácter municipal

(38,5%). Estos datos contrastan con los obtenidos por trabajos similares para Andalucía (32,45%) y el resto de España (43%)”

A modo de resumen, se puede concluir que los datos obtenidos en el presente estudio confirman la tendencia que para esta variable recogen los estudios nacionales (García, 2006) y andaluces (OAD, 2004, 2009; Otero, 2000) al destacar el género preferentemente masculino del espectador deportivo.

En el caso español, los varones triplican prácticamente el número de espectadoras femeninas. Mientras que, en Andalucía, al igual que en nuestro estudio, el porcentaje de mujeres que asegura no asistir nunca a espectáculos deportivos es 25 puntos superior a los hombres (75,56% y 50,61%, respectivamente).

Un 8,1% de la población almeriense declara ser socio de algún club o equipo que participa en una liga de carácter profesional, cifra muy similar a las obtenidas por García Ferrando (2006) en su “Encuesta sobre hábitos deportivos de los españoles” (7%) y a las que ofrece el profesor Otero (OAD, 2004; Otero, 2000) para la comunidad andaluza (8,6% en 1999 y un 8,2% en 2002).

3.3.2.4. Características de los Usuarios del Deporte en Almería

Según estudio realizado por la universidad de Almería para los centros deportivos de distritos y Rafael Florido (año 2007, últimos datos disponibles), las franjas de edad en la que se practica más deporte es la de 18 a 29 años y de 30 a 44. De los usuarios generales el 55,3% son mujeres y el 44,7 hombre. A nivel geográfico, es la zona centro, la que aporta el 4,26 % usuarios (34.208 hab.).

Las principales razones que llevan a los almerienses a no practicar deporte son, la falta de tiempo (24%) la carencia de instalaciones deportivas cercanas a los usuarios (19,1%); por perecer o desgana (18,4%); por falta de estímulo (11,2%).

Por otra parte, las principales razones para darse de baja en la práctica deportiva es el precio del servicio (26,12%); la distancia de las instalaciones del hogar del usuario (22%).

4. MATRIZ DAFO

A continuación se exponen las principales carencias y fortalezas detectadas en el vector desglosadas en las diferentes magnitudes del mismo: Turismo, Empleo, Educación y Deportes. A este respecto, hay que indicar que, debido a la existencia de un *Plan de Empleo Local en Almería*, se ha partido de su análisis DAFO y se ha alimentado con los datos destacados que se han identificado en el diagnóstico del vector, junto con las mesas de trabajo realizadas con los agentes implicados. Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que posteriormente se ha priorizado para determinar la visión y medidas de actuación a poner en marcha para el desarrollo del vector.

4.1 DAFO EDUCACIÓN

| DEBILIDADES |
|--|
| D1. La tasa de abandono escolar en la provincia de Almería es superior a la media en Andalucía. |
| D2 Se dedican pocos recursos per cápita a educación, estando muy lejos del umbral para obtener una educación de calidad. |
| D3. Almería no cuenta con un Consejo Sectorial de Participación Ciudadana de Educación. |
| D4. A pesar de las diferentes herramientas puestas en marcha desde las diferentes administraciones, se debe potenciar una mejor colaboración y comunicación entre los diferentes agentes intervinientes. |
| D5. Almería es la provincia que cuenta con mayor número de alumnos con nacionalidad no española, lo que implica unas necesidades de atención especiales. |
| D6. Bajo dominio de inglés de la población. |
| D7. Bajos niveles en los indicadores de educación de calidad. |
| D8. Falta de participación del Ayuntamiento en redes de ciudades por la educación, como la Red de Ciudades Educadoras. |
| D9. Niveles formativos alejados de los estándares europeos y de la OCDE, como el resto de España. |

AMENAZAS

A1. Creciente competencia con otras Universidades, organizaciones y ciclos formativos de educación superior.

A2. Recortes en becas para el alumnado.

A3. Legislación educativa cambiante.

A4. Modelos educativos poco inclusivos.

A5. Contenidos educativos que se corresponden poco con la realidad laboral y personal.

FORTALEZAS

F1. La ciudad de Almería es la capital andaluza con mayor porcentaje de centros educativos públicos.

F2. En la ciudad de Almería se ofrece una importante oferta de educación superior no universitaria (Grados Superiores) y de grados universitarios, que aportan una relación directa con la inclusión laboral.

F3. El peso de la Universidad de Almería cada vez se hace más patente, aumentando el número de egresados, la inserción laboral de los mismos, sus resultados de investigación o su proyección internacional.

F4. El porcentaje de personas activas que poseen estudios primarios, secundarios y superiores es mayor en la provincia de Almería que en Andalucía y las demás provincias.

F5. La presencia de una política de becas al estudio (nacional y autonómica) ayuda a mejorar continuamente los niveles de instrucción.

F6. En la provincia de Almería, el porcentaje de personas desempleadas con estudios primarios o inferiores, secundarios y superiores, es inferior a la media de Andalucía y el resto de provincias.

F7. Ofertas de empleo para personas con un nivel de estudios primarios y secundarios.

F8. Acceso por encima del umbral verde (indicador ODS alcanzado) a servicios en la educación en Almería.

F9. Políticas y acciones para garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

FORTALEZAS (sigue)

F10. Almería es una de las capitales andaluzas en las que brecha de contratación de género es menos acentuada.

F11. Almería es la capital de provincia que mayor porcentaje de personas extranjeras contrata.

F12. Almería, junto a Jaén, es la capital de provincia que presenta una de las tasas de paro más bajas.

F13. Almería, junto con Córdoba y Cádiz, son las capitales de provincia en las que la diferencia de mujeres y hombres parados no es tan notable como en las demás capitales andaluzas.

F14. Almería, por detrás de Jaén y Granada es la ciudad con menor porcentaje de demandantes de empleo de larga duración comparado con las demás capitales andaluzas.

F15. Becas al estudio.

F16. Almería es la provincia con mayor número de alumnos con nacionalidad no española tanto en educación infantil, como primaria y secundaria.

F17. Población bien cualificada.

F18. La UAL es un referente en grados y postgrados vinculados con el modelo agrario almeriense (electrotecnia e hidráulica agrícola, economía agraria, botánica agrícola y fisiología vegetal...).

F19. Importante ecosistema de conocimiento agrario, con existencia de importantes centros de transferencia de conocimiento públicos y privados implicados con el sector: Universidad, Palmerillas, IFAPA, Almería SmartAgriHub...

OPORTUNIDADES

O1. El trabajo continuo en educación va a promover la inclusión social y la lucha contra la pobreza y cualquier forma de discriminación en la ciudad de Almería.

O2. Un mejor aprovechamiento de los diferentes proyectos y programas a nivel local, regional y nacional relacionados con la educación (sostenibilidad, conectividad de centros, idiomas, culturales, deportivos, recursos materiales,).

O3. Un mayor vínculo entre el mundo empresarial y el académico.

O4. Implantación de nuevas metodologías de enseñanza en un municipio con diferentes nacionalidades.

| OPORTUNIDADES (sigue) |
|--|
| O5. La Estrategia Europa 2020, apuesta por la capacidad competitiva de las ciudades a través del impulso a la educación, el conocimiento y el I+d+i. |
| O6. Adherirse a la Asociación Internacional de Ciudades Educadoras (AICE) y aprovechar sus experiencias de colaboración y buenas prácticas. |
| O7. Potenciación y puesta en marcha de programas de mentoring para los niños que vienen de otros países. |
| O8. Posibilidad de traer para la Universidad de Almería una Cátedra del Mar. |
| O9. Apuesta firme por aumentar en Almería los ciclos de Formación Profesional Dual. |
| O10. Diversidad cultural. |
| O11. Nuevas tecnologías para aprovechar en los ámbitos de educación y empleo. |
| O12. Centros bilingües. |
| O12. Creación de espacios educativos más informales que valoren la idea de “aprender con las manos”. |
| O13. Multiformatos metodológicos: aprendizaje situado, aprendizaje basado en la experiencia, participación guiada, entre otros. |
| O14. Espacios favorecedores del diálogo, la comunicación y la interacción como elementos bases de aprendizaje. |
| O15. Atracción hacia Almería de formación especializada en nuevas tecnologías aplicadas al Agro: digitalización, blockchange, big data..). |

4.2 DAFO EMPLEO

| DEBILIDADES |
|---|
| D1. Falta de mecanismos de coordinación, colaboración y comunicación entre los agentes (locales) de empleo. |
| D2. Falta de información sobre el mercado laboral local. |
| D3. Funcionamiento mejorable de las oficinas de empleo o de los servicios de orientación. |
| D4. Falta de acciones de mejora de la cualificación de los orientadores laborales. |
| D5 Dificultad para acceder a las ofertas de empleo de manera sencilla, así como a las ofertas formativas por parte de los desempleados. |
| D6 Excesiva dependencia de los desempleados a las prestaciones, siendo estas mantenidas sin una atención adecuada. |
| D7 Falta de interés por la formación de las personas ocupadas. |
| D8. La ciudad de Almería tiene que seguir trabajando los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con trabajo decente y trabajo económico, así como reducción de las desigualdades |
| D9. Nivel de integración de la población extranjera en edad de trabajar. |
| D10. Estacionalidad del empleo. Almería es una de las provincias con mayor volatilidad en la ocupación, debido a la presencia de los contratos fijos-discontinuos, muy presentes en la agricultura. |

| AMENAZAS |
|--|
| D11. Falta de respuesta ágil a las necesidades de quienes deciden poner en marcha una iniciativa empresarial. |
| D12. Falta de profesionalización de los procesos de reclutamiento y selección de personal por parte de las empresas en general y de las PYMEs en particular. |
| A1. Falta de recursos y espacios de trabajo compartidos entre los agentes que actúan en materia de empleo local. |
| A2. Cansancio de los empleadores por no contar con un sistema ágil de gestión de ofertas de empleo que les facilite los procesos de reclutamiento. |

AMENAZAS (sigue)

A3. Desánimo de los desempleados por no confiar en los servicios públicos de empleo.

A4. Duplicidad de acciones entre organizaciones en cuanto a medidas y programas, solapándose y ofreciendo una imagen de falta de coordinación.

A5. Orientación de los procesos de búsqueda de empleo y acceso a ofertas de empleo en entornos digitales que requieren la posesión de estas competencias por parte del usuario.

A6. Puesta en marcha de programas y acciones que no responden a las necesidades locales, sino a las necesidades de programas nacionales.

A7. Falta de planificación y justificación previa a la puesta en marcha de acciones que fomentan el empleo.

A8. Competición entre los agentes que trabajan por el empleo a la hora de “captar” usuarios, impidiendo el traspaso y la colaboración para atender al usuario de manera holística y no parcelada a los intereses de las entidades.

A9. Falta de comprensión del uso de las prestaciones por desempleo y su finalidad, entendidas como un fin y no como un medio en algunas ocasiones.

FORTALEZAS

F1. Fuerte implantación local de entidades que trabajan por el empleo.

F2. Alta especialización hacia colectivos que requiere una atención diferente para aumentar sus probabilidades de acceso al empleo.

F3. Existencia de sectores productivos consolidados y con alta demanda de trabajadores.

F4. Existencia de una red de centros formativos consolidada y proactiva.

F5. Compromiso de las empresas con el empleo local.

F6. Presencia del Plan de Empleo Municipal en Almería (PEMAL 2019-2022).

F7. La estructura empresarial de Almería remarca su carácter de capitalidad provincial, con un peso muy definido en servicios.

F8. Altos niveles de contratación, por encima de la media andaluza.

| FORTALEZAS (sigue) |
|---|
| F9. Es destacable la contratación de extranjeros, que se produce principalmente en el sector de la agricultura y pesca. |
| F10. Los contratos por sectores de actividad en el sector servicios es mucho mayor en la ciudad de Almería que a nivel provincial y autonómico. |
| F11. La tasa de desempleo en la ciudad de Almería es inferior que la provincial y autonómica. |
| F12. El número de parados en la ciudad de Almería es menor que hace cinco años y hay un elevado descenso del paro juvenil. |
| F13. Existencia de subvenciones y planes de desarrollo locales. |
| F14. Alta especialización hacia colectivos que requiere una atención diferente para aumentar sus probabilidades de acceso al empleo. |

| OPORTUNIDADES |
|--|
| O1. Dinamismo de la economía local dando lugar a la creación de nuevos empleos. |
| O2. Apuesta por el autoempleo y buenas prácticas en cuanto a programas de éxito. |
| O3. Implantación de un sistema de prácticas que permite acercar a los desempleados a las empresas de manera informal lo que facilita una oportunidad de acceso al empleo regulado. |
| O4. Instrumentos de financiación de Europa 2020, principalmente a través del Fondo Social Europeo (FSE). |
| O5. Impulso de un programa específico de captación de emprendedores e inversores (Almería Hub). |
| O6. Referente mundial en Innovación agroalimentaria. |
| O7. Potenciar la línea de lo ecológico, cada vez más presente para los agricultores y las cooperativas. |
| O8. Impulsar la ciudad de Almería como destino de nómadas digitales (profesionales que usan las nuevas tecnologías para trabajar), trabajando la posibilidad de adecuar la oferta de vivienda existente en el casco histórico de Almería a este segmento para revitalizar este espacio residencial y económicamente. |

4.3 DAFO DEPORTES

DEBILIDADES

D.1. La capital cuenta con dos clubes de deportes inclusivo, pese a ello, es necesario potenciar la implicación de todos los actores en la inclusión deportiva y establecer programas estables dependiendo del tipo de colectivo vulnerable.

D.2. Los hombres siguen practicando más deporte que las mujeres.

D.3. La práctica deportiva semanal se sitúa en un 37,9%, casi tres puntos por debajo que la tasa de no práctica, alcanzando la tasa de abandono un 17%.

D.4. Tres de cada cuatro almerienses dicen no haber practicado nunca actividad física a través de los programas deportivos ofrecidos por el municipio.

D.5. Hay muchas diferencias de práctica de deporte según edad, siendo las franjas de edad en la que se practica más deporte es la de 18 a 29 años y de 30 a 44.

D.6. Se precisan encuestas actualizadas de hábitos deportivos porque los datos disponibles son bastante anticuados y pueden no corresponderse con los hábitos actuales, donde parece ser la práctica deportiva ha aumentado.

AMENAZAS

A.1. Aumento del consumo de sustancias adictivas en los jóvenes y disminución de la práctica deportiva.

A.2. Una duración continuada de la crisis económica provocada por el Covid-19 puede disminuir tanto la inversión deportiva como el hábito o posibilidad de realizar deporte en las familias afectadas.

A.3. Factores como el envejecimiento de la población, el sedentarismo, etc. pueden disminuir la práctica de actividad deportiva.

A.4. Consolidación de destinos turísticos deportivos que dificulten el desarrollo de este segmento en Almería.

FORTALEZAS

F.1. La elección de la ciudad de Almería para la celebración de los XV Juegos del Mediterráneo supuso un revulsivo para la ciudad y su espacio metropolitano en el ámbito deportivo, con la creación de nuevas infraestructuras deportivas entre las que cabe destacar el Estadio Olímpico de los Juegos del Mediterráneo.

F.2. El Ayuntamiento de Almería canaliza la gestión del deporte de la ciudad a través de un Patronato de Deportes que facilita la promoción de la actividad deportiva en todos los sectores y edades.

F.3. La presencia de un alto número de escuelas deportivas impulsa el hábito deportivo desde edades tempranas.

F.4. Casi la mitad de las asociaciones deportivas existentes se encuentran en la capital, dato que avala la importancia que el deporte tiene en la ciudad.

F.5. La ciudad de Almería cuenta con un alto número de instalaciones deportivas.

F.6. Presencia en Almería de la principal empresa a nivel nacional en medición de rendimiento deportivo.

F.7. La ciudad de Almería cuenta con más de 18 senderos y rutas que permiten la práctica de senderismo y deportes al aire libre, y que entre todos suman más de 100 kilómetros de vías pedestres.

F.8. El auge experimentado por la costa de Almería como destino turístico, ha propiciado el aumento de prácticas deportivas como el cicloturismo y el buceo, incrementando el número de empresas destinadas a estas actividades y el volumen de negocio.

OPORTUNIDADES

O.1. La motivación de que 1 de cada 4 de los turistas que viajarán en los próximos años será por la práctica de deportes potencia el desarrollo de productos turísticos deportivos.

O.2. Capacidad del deporte para facilitar la convivencia y la inclusión social.

O.3. Presencia en Almería de la principal empresa a nivel nacional en medición de rendimiento deportivo, lo cual ofrece la posibilidad de plantear la posibilidad de trabajar en la creación de un Hub de empresas que relacione la tecnología y el deporte.

O.4. La tendencia creciente de hábitos de vida saludable facilita la actividad deportiva.

OPORTUNIDADES (sigue)

O.5. Marco de naturaleza en Almería para la práctica deportiva.

O.6. La consolidación del teletrabajo puede facilitar el incremento de la práctica de la actividad deportiva.

O.7. Posicionamiento de Almería como destino de entrenamiento de clubs deportivos en invierno (aprovechamiento la importante oferta de instalaciones deportivas de calidad en Almería, así como de los hoteles que cierran en invierno como los del Toyo, que a su vez también disponen de instalaciones deportivas).