



ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN INTEGRADA DE LA CADENA DEL BIODIÉSEL EN LA PROVINCIA DE HUELVA



Intelligent Energy  **Europe**

**ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN INTEGRADA DE LA
CADENA DEL BIODIÉSEL EN LA PROVINCIA DE HUELVA**

EIE/06/167 SI2.448457

Proyecto **PROBIO**

INDICE

| | | |
|------------|---|----------|
| 1. | INTRODUCCION..... | 3 |
| 2. | ESTABLECIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA A NIVEL PROVINCIAL | 3 |
| 2.1 | <i>Actuaciones destinadas a superar barreras técnicas.....</i> | 3 |
| 2.2 | <i>Actuaciones destinadas a superar barreras económicas.....</i> | 4 |
| 2.3 | <i>Actuaciones destinadas a superar barreras sociales.....</i> | 5 |
| 2.4 | <i>Actuaciones destinadas a superar barreras normativas.....</i> | 5 |

1. INTRODUCCION

Como conclusión general de la segunda reunión del Panel de Expertos del Proyecto PROBIO en la Provincia de Huelva se deduce que la estrategia a desarrollar debe mejorar principalmente los aspectos relacionados con la información y con el conocimiento de aspectos técnicos en el campo del biodiésel. También puede concluirse que el propio Proyecto PROBIO puede contribuir directamente al desarrollo de esta estrategia ya que la mayoría de las actuaciones previstas en el mismo han sido propuestas por los expertos de la provincia como parte de la estrategia.

A continuación se detallan las acciones previstas a desarrollar en la Estrategia para la Promoción Integrada de la Cadena del Biodiésel en la Provincia de Huelva y cómo dichas acciones pueden ayudar a superar las barreras detectadas en dicha cadena.

2. ESTABLECIMIENTO DE UNA ESTRATEGIA A NIVEL PROVINCIAL

Las acciones y actividades descritas en esta estrategia provincial para la promoción integrada de la cadena del biodiésel se dividen en las siguientes categorías:

- actuaciones destinadas a superar barreras técnicas
- actuaciones destinadas a superar barreras económicas
- actuaciones destinadas a superar barreras sociales
- actuaciones destinadas a superar barreras normativas

2.1. ACTUACIONES DESTINADAS A SUPERAR BARRERAS TÉCNICAS

Barreras técnicas en la prohibición de uso del biodiésel por parte de los fabricantes de automóviles

- A nivel nacional, las autoridades competentes deben garantizar la calidad estandarizada del biodiésel que se suministra con objeto de eliminar o reducir

las reticencias de asociaciones de fabricantes, talleres, profesionales del transporte, etc.

- Esta medida deberá ser acompañada con una campaña de sensibilización a nivel provincial encaminada a difundir las ventajas del uso del biodiésel en vehículos.
- Igualmente sería muy positivo que desde la propia Comisión Europea se promoviese una campaña para obtener el compromiso de las grandes compañías fabricantes de vehículos para que permitan el uso de biodiésel en sus modelos.

Barreras técnicas en la obtención de material prima (cultivos energéticos)

- Es necesario realizar un estudio sobre cultivos energéticos y prácticas de cultivo en la provincial de Huelva (una de las actividades previstas dentro del Proyecto PROBIO). De esta forma conoceremos nuestro potencial en cultivos energéticos y las mejores prácticas para obtener los máximos rendimientos.
- Una vez que se disponga del estudio, se realizarán cursos de formación dirigidos a agricultores para difundir y enseñar las mejores especies y prácticas de cultivo en la provincia.
- Las autoridades nacionales y regionales deben realizar fuertes inversiones en investigación en este campo, ya que los agricultores demandan conocer nuevas prácticas de cultivo, especies y variedades que produzcan mayores rendimientos en cuanto a la producción de aceite.
- A nivel europeo, las ayudas deberían destinarse a la producción en sí, no al número de hectáreas cultivadas. La política agraria europea también necesita ser revisada.

3.2. ACTUACIONES DESTINADAS A SUPERAR BARRERAS ECONÓMICAS

- A pesar de que el biodiésel es más barato que el diésel gracias a las exenciones fiscales, la negativa de los fabricantes de vehículos a garantizar el uso de biodiésel hace que su precio no sea realmente competitivo con el del diésel tradicional. Las autoridades nacionales deben destinar fondos específicos para reducir el precio del biodiésel y estimular su consumo por parte de los usuarios.

- La Administración provincial debe promover acuerdos comerciales entre agricultores y productores de biodiésel para que dichos productores utilicen material prima local, estimulando los cultivos energéticos de origen local.

3.3. ACTUACIONES DESTINADAS A SUPERAR BARRERAS SOCIALES

- Como ya se ha comentado previamente, para superar las barreras sociales es necesaria una mayor cantidad y calidad en la información que se ofrece a los ciudadanos. Todas las administraciones (incluida la local y provincial) deben trabajar para facilitar la información veraz y clara que los usuarios demandan.
- La propia administración local debe dar ejemplo en la superación de barreras sociales, promoviendo, por ejemplo, el uso del biodiésel en vehículos públicos y mostrárselo a los ciudadanos.
- La administración provincial facilitará información a los agentes locales relacionados con el biodiésel (talleres, estaciones de servicio, etc.), y desarrollará campañas de sensibilización para promover el uso del biodiésel entre los consumidores particulares.
- Desde la administración provincial también se trabajará en la promoción de los biocombustibles entre los futuros consumidores, realizando campañas de sensibilización específicas dirigidas a niños y adolescentes.

3.4. ACTUACIONES DESTINADAS A SUPERAR BARRERAS NORMATIVAS

- Como ya se ha expuesto en puntos anteriores, es necesaria una modificación de la Política Agraria Europea para facilitar las ayudas a la producción, no a la superficie cultivada.
- Las autoridades locales deben ser las primeras en estimular y promocionar el uso del biodiésel. La obligatoriedad de su uso puede desarrollarse a través de ordenanzas municipales.
- En relación a los impuestos y otras barreras legislativas es necesaria una buena política general y un esfuerzo económico a nivel de la administración pública para fomentar la introducción del biodiésel en el mercado.