

La innovación, clave para mantener el liderazgo español en Aceite de Oliva y Aceituna de Mesa



[El II Foro Internacional del Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa](#), celebrado el 14 de junio en la sede de la [Fundación Cajasol](#) en Sevilla, arrojó un mensaje muy claro: para continuar siendo líderes mundiales en producción y comercialización, el sector nacional de Aceite de Oliva y el de Aceituna de Mesa deben seguir apostando por la innovación que, además, también es clave para saber llegar a nuevos mercados y lo que es más importante, diferenciarse para poder competir en calidad y valores añadidos, más que en precio.

"Descategorización comercial" es el concepto acuñado para esa idea de competir por los valores añadidos de la marca, más que por costes (algo que en el caso de sectores como el de Aceituna de Mesa se presenta hartamente complicado, debido a producciones de terceros países con costes laborales mucho más bajos). Es otras palabras, **buscar diferencias que hagan que el producto pueda venderse de manera distinta**. Una estrategia de futuro, destacada por el primer ponente, el vicepresidente ejecutivo de GEA Iberia, Juan Vilar, en su conferencia '*Diagnóstico y estrategias de futuro para la olivicultura en el ámbito internacional*', que, trasladándola a los sectores oleícolas

y de la Aceituna de Aderezo, citó como ejemplos de esta diferenciación del producto la aceituna light, el polvo de aceite, o la aceituna baja en sodio.

Los más de 300 representantes de ambos sectores y de las instituciones implicadas en su promoción y fomento, que se dieron cita en esta Jornada, tuvieron la oportunidad de intercambiar experiencias y debatir sobre la situación actual, el futuro y las estrategias de exportación del Aceite de Oliva, la innovación y competencia internacional de la Aceituna de Mesa, y el cooperativismo. Tal y como coincidieron todos los participantes en el Foro, el Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa **representan auténticos motores de riqueza, dado su carácter netamente exportador y marcadamente social, puesto que su actividad sustenta muchos jornales y empleos y constituye la base del desarrollo económico de muchos pueblos.**

La segunda edición de este Foro fue inaugurada por el viceconsejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de [la Junta de Andalucía](#), Ricardo Domínguez; el presidente de [Extenda - Agencia Andaluza de Promoción Exterior](#), dependiente de la [Consejería de Economía y Conocimiento](#), Gaspar Llanes; el presidente de la [Diputación de Sevilla](#), Fernando Rodríguez; el vicepresidente del [Instituto de Estudios Cajasol](#), Guillermo Sierra, en sustitución del presidente de la Fundación Cajasol, Antonio Pulido, y el presidente de la [Fundación Caja Rural del Sur](#), José Luis, García.

Tal y como señalara Sierra, esta Jornada, "que se consolidan como auténtico espacio de referencia", ofrece la oportunidad de trazar nuevas estrategias como la apuntada más arriba, a partir del análisis de la situación actual, las grandes cifras y tendencias de ambos sectores y la identificación de sus riesgos y amenazas. Se trata, por tanto, en sus propias palabras de "iluminar espacios de oportunidades para ambos sectores". Y, en ese sentido, Sierra se refirió a la intención de la Fundación Cajasol de seguir organizando este evento en años sucesivos, "orientado hacia nuevas formas de comercialización, nuevos productos e innovación".

Todos los representantes institucionales coincidieron en resaltar el papel fundamental que el cultivo del olivar juega en la lucha contra la erosión y su valor paisajístico y cultural como reclamos de una actividad turística. Por su parte, el Viceconsejero destacó el hecho de que en el último año el valor de las exportaciones andaluzas de Aceite de Oliva superaron, con más de 1.900 millones de euros, al de las exportaciones en el sector andaluz aeronáutico (1.500 millones de euros).

Asimismo, **Ricardo García se refirió a la internacionalización como punto de desarrollo**, tanto del Aceite de Oliva como de la Aceituna, y a **las medidas de apoyo al olivar incluidas en el nuevo Plan de Desarrollo Rural. "Es la primera vez que en los Fondos Comunitarios se apuesta por la Innovación, a través de la creación de Grupos Operativos"**, ha señalado el representante de la Junta.

Durante la mesa redonda sobre el Aceite de Oliva, el Delegado Territorial del [ICEX](#) Andalucía,

José Antonio Vázquez, ha valorado cómo **el sector oleícola está batiendo récords de exportación**, siguiendo el modelo general del país que ha pasado de basarse en “el sector inmobiliario a estar basado en la exportación, **que actualmente representa un 33% del PIB. Lo que significa que uno de cada tres euros que entra en nuestro país procede de esta actividad**”.

El aumento de la calidad ha sido otro de los aspectos destacados tanto por Instituciones como por empresarios. “España es hoy líder en producción, comercialización y exportación”, ha resumido el presidente de [ASOLIVA](#), José Pont quien, no obstante reconoce que “aunque hoy vendemos mucho más aceite que Italia, lo hacemos a menor precio, al menos 1€ por debajo, con lo cual al sector oleícola le queda aún camino por recorrer en ese sentido”.

Por su parte, el Director general de [ACESUR](#), Gonzalo Guillén, ve el futuro del sector con perspectiva muy optimista, destacando que “ha logrado poner a todos los eslabones de acuerdo para la creación de la [Interprofesional del Aceite de Oliva](#)”.

La importancia de la integración como estrategia para dotar de mayor dimensión y fuerza negociadora en los mercados también salió a relucir a lo largo de esta Jornada. A este respecto, el consejero delegado del grupo cooperativo [DCOOPD](#), Rafael Sánchez de Puerta, lanzó la propuesta de que los siete grandes grupo cooperativos que lideran la producción y comercialización de aceite de oliva integren sus producciones para llegar juntos al mercado y así provocar un "efecto llamada" que redunde en una mayor concentración empresarial de este sector.

TTPI y Panel Test

Uno de los principales motivos de incertidumbre que en la actualidad afrontan ambos sectores y que se nombró de manera recurrente en este Foro es el Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (TTIP), acuerdo comercial entre la Unión Europea y Estados Unidos que pretende equiparar las normativas, calificado por el presidente de [SOVENA](#), Antonio Simões como una “gran amenaza para el aceite español”. Asimismo, Simões ha hecho hincapié en la “necesidad de innovación del sector, y la educación en consumo de aceite de oliva en los países emergentes”.

Respecto a este tema, el presidente de ASOLIVA considera que el TTIP encierra oportunidades desde el punto de vista macroeconómico, pero en cuestiones microeconómicas plantea amenazas e incertidumbres por la falta de armonización en normativas que afectan al sector oleícola y que impide que las reglas del mercado sean las mismas para todos.

En ese sentido, otro de los problemas abordados ha sido el Panel de Cata. Los líderes de las principales empresas coinciden en que provoca gran inseguridad jurídica y falta de confianza en productores, envasadores y comercializadores. Como señala el Presidente de ASOLIVA, “los empresarios nos sentimos despreciados, humillados y hasta amargados por la inseguridad jurídica y desprotección del Panel Test”. En este sentido, Miguel Gallego, presidente de [MIGASA](#) ha

expuesto la necesidad de establecer otro sistema para resolver el análisis de la calidad del aceite."Tras 40 años trabajando para la exportación, nos encontramos con un problema, ya que el panel es muy subjetivo."