



# **DIFERENCIACIÓN: UNA ALTERNATIVA A LA CONCENTRACIÓN DE OFERTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA**



**Macarena Sánchez del Águila**  
**Ingeniero Agrónomo**  
**Gerente Asoc. Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba**  
**E-mail: [info@almazarasdecordoba.org](mailto:info@almazarasdecordoba.org)**

**Septiembre, 2017**



**DIFERENCIACIÓN: UNA ALTERNATIVA A LA  
CONCENTRACIÓN PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN**



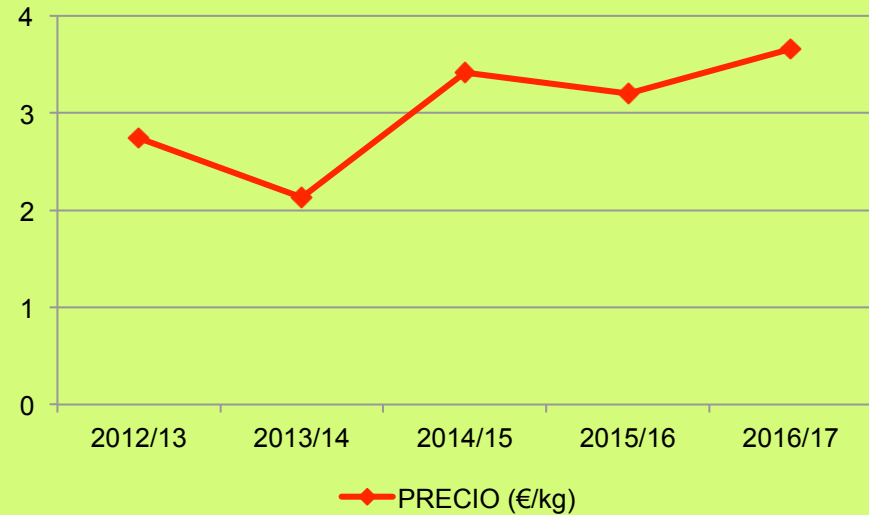
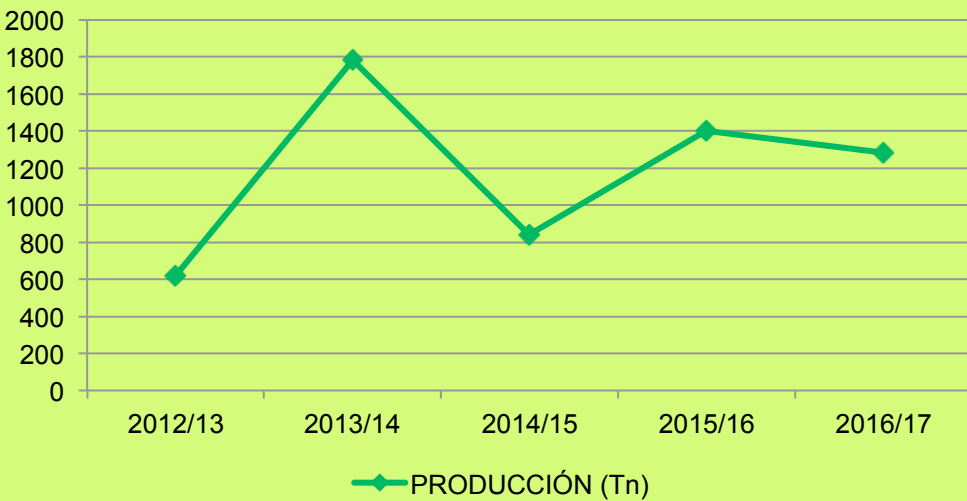
**¿QUE SE ENTIENDE POR  
CONCENTRACIÓN DE  
OFERTA?**



**MEJORES PRECIOS**



# EVOLUCIÓN DEL PRECIO EN ESPAÑA



**El precio del aceite está inversamente correlacionado con la producción lo que cuestiona el interés de la concentración**



**Pero.....¿se consiguen mejores precios mediante la concentración de la oferta?**



**Un ejemplo para ilustrar el poco interés de la concentración para mejorar el precio del AOVE: España vs Italia**



# EL SECTOR EN CIFRAS

(campaña 2016/17)

Nº almazaras: 1805

926 cooperativas

879 industriales



**PRODUCCIÓN: 1.283.618 Tm**

**MEDIA: 711 Tm aceite /almazara**

**Nº AGRICULTORES /ALMAZARA**



**450**



# EL SECTOR EN CIFRAS

(campaña 2016/17)



**Nº ALMAZARAS: 4.500**

**PRODUCCIÓN**

**2014/15: 222,000 Tm**

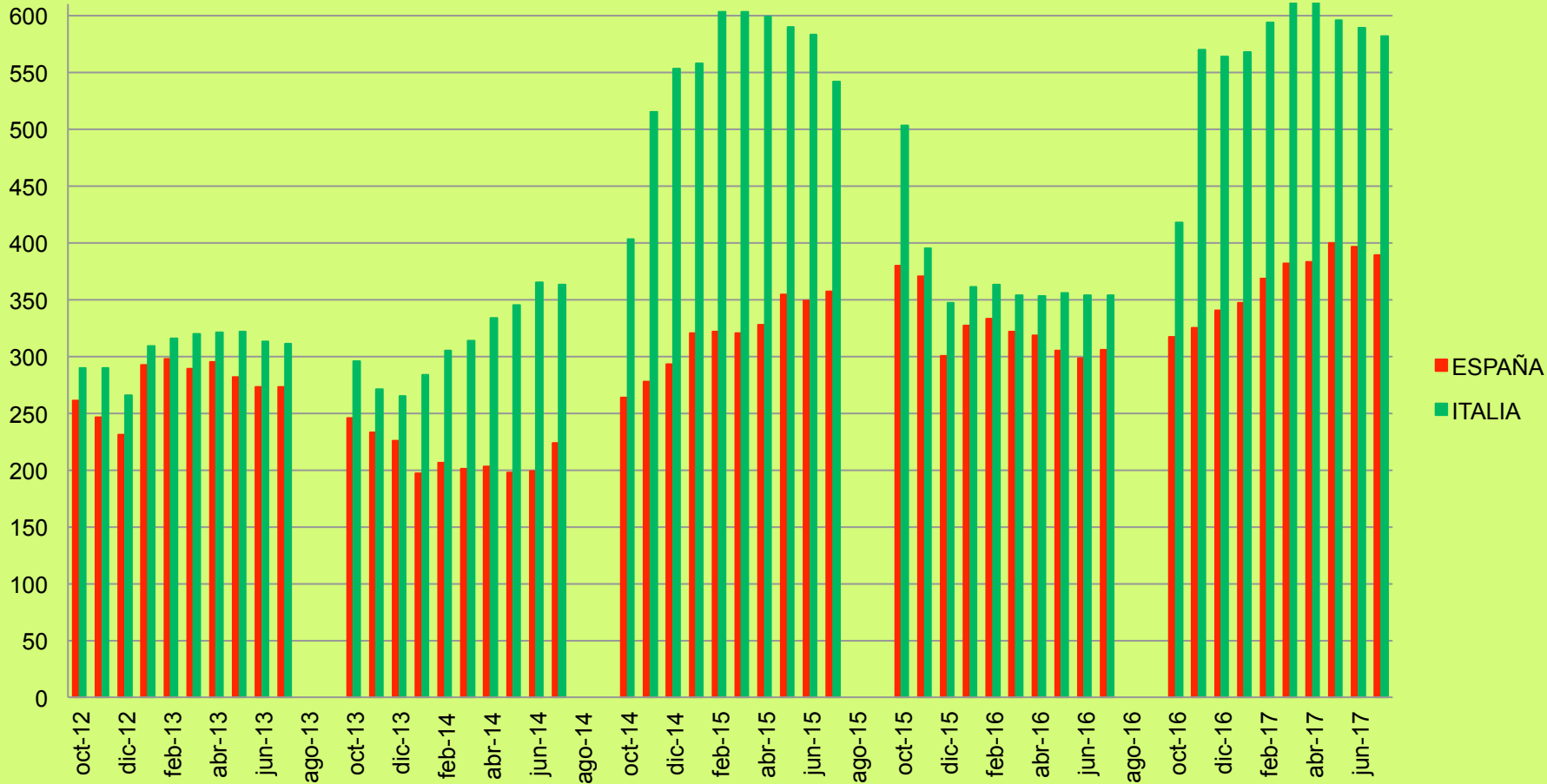
**2015/16: 474,600 Tm**

**2016/17: 181,000 Tm**

**MEDIA: 105 Tm aceite /almazara**



# COMPARATIVA PRECIOS AOVE



Fuente: Comisión Europea. DG AGRI





# **DIFERENCIACIÓN: UNA ALTERNATIVA A LA CONCENTRACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN**



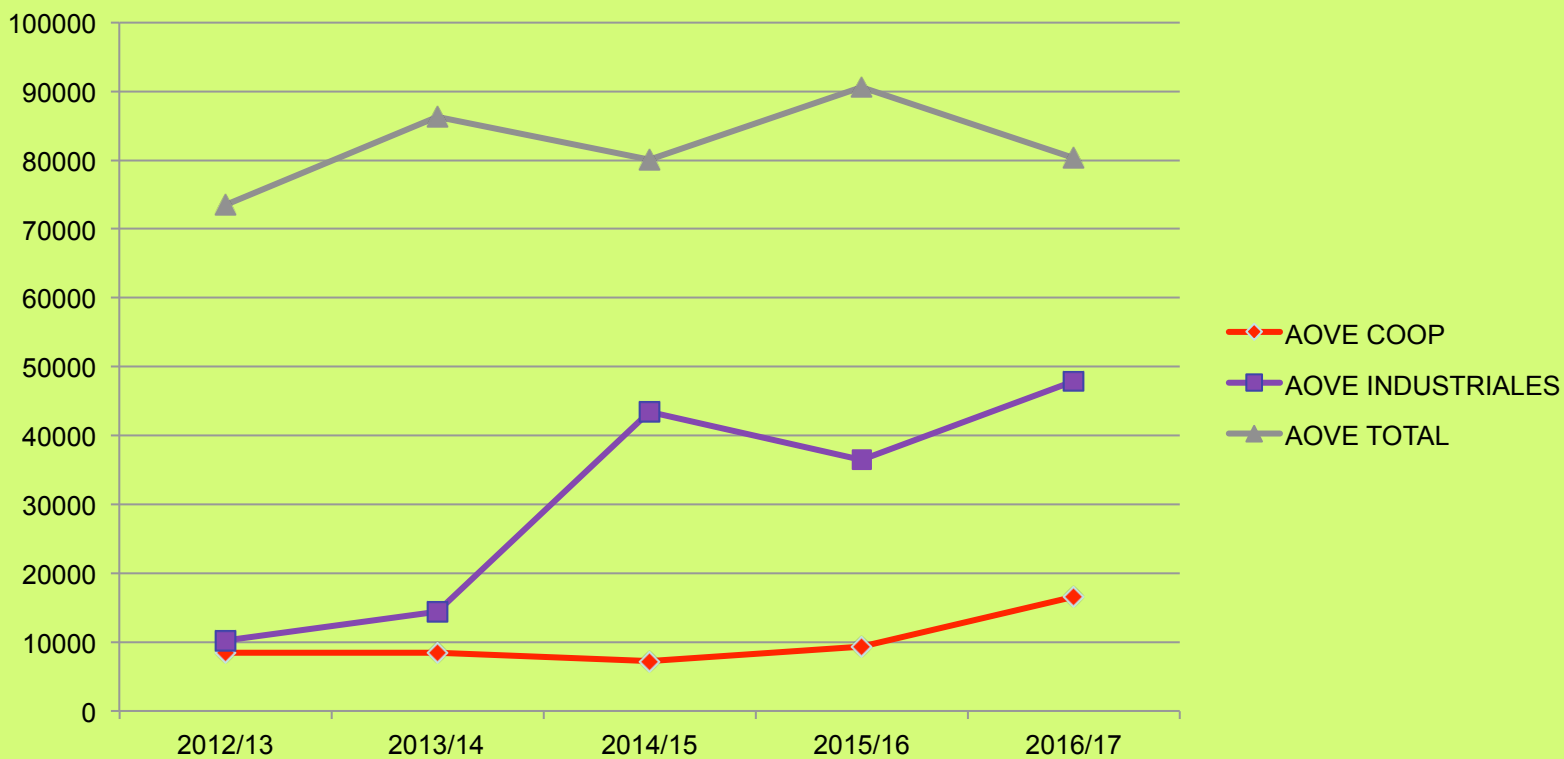
# ¿Cómo se puede alcanzar la diferenciación?



**INCREMENTO DEL VALOR AÑADIDO**



# INCREMENTO DEL VALOR AÑADIDO EN AOVE



Fuente: AICA



# ¿Cómo se puede alcanzar la diferenciación?



**INCREMENTO DEL VALOR AÑADIDO**

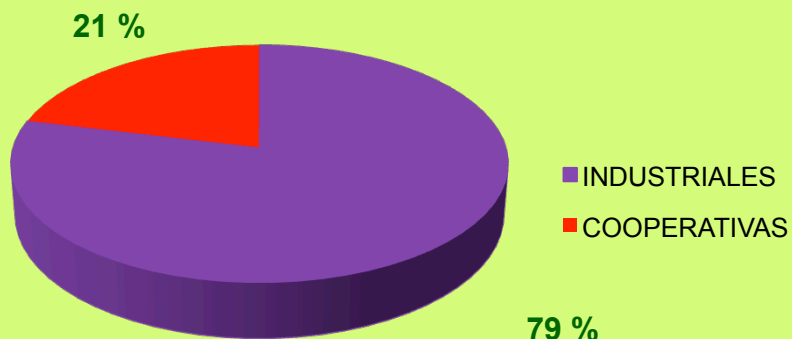
**APUESTA POR LA CALIDAD**



# APUESTA POR LA CALIDAD

## PREMIO MARIO SOLINAS (2014-2017)

En todas sus ediciones

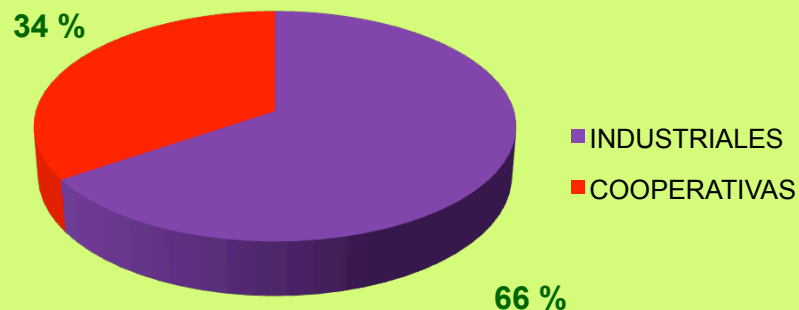


Fuente: COI

## PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA mejor

### AOVE (2007/08-2016/17)

En todas sus categorías



Fuente: MAPAMA



# ¿Cómo se puede alcanzar la diferenciación?



**INCREMENTO DEL VALOR AÑADIDO**

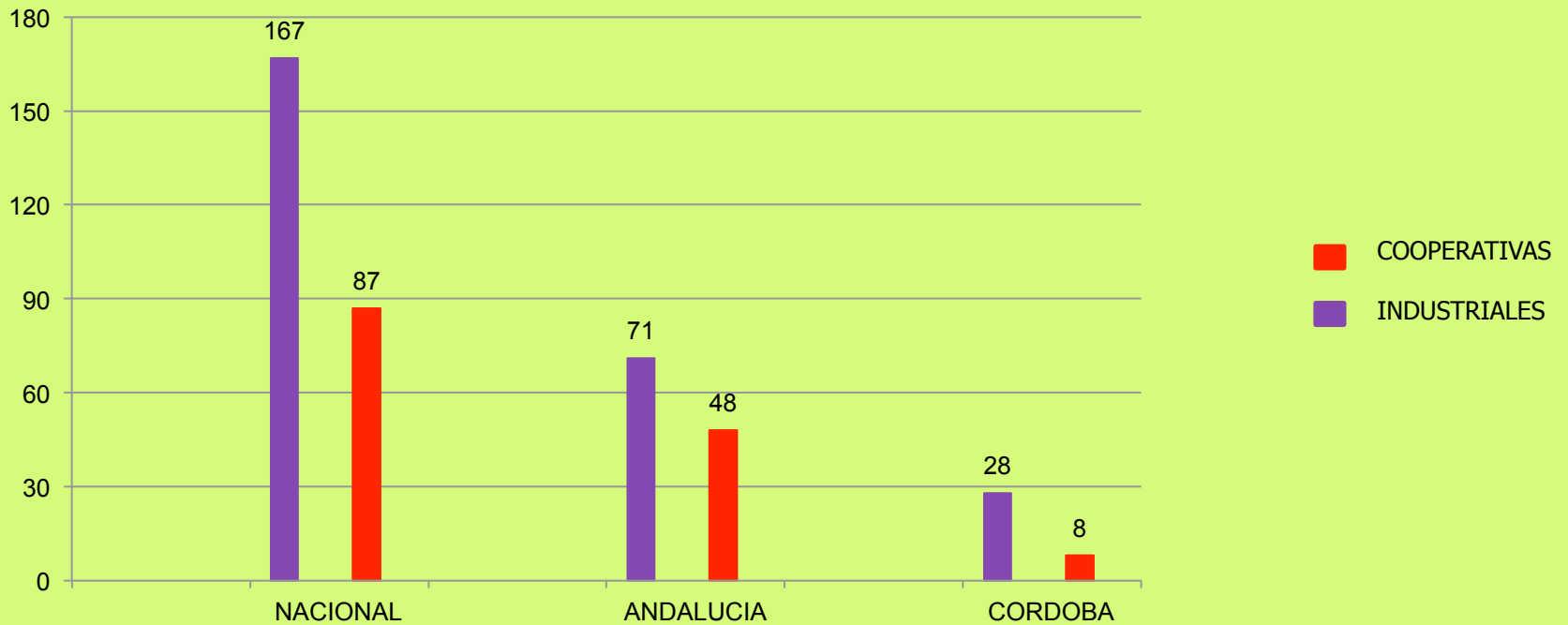
**APUESTA POR LA CALIDAD**

**INTERNACIONALIZACIÓN**



# INTERNACIONALIZACIÓN

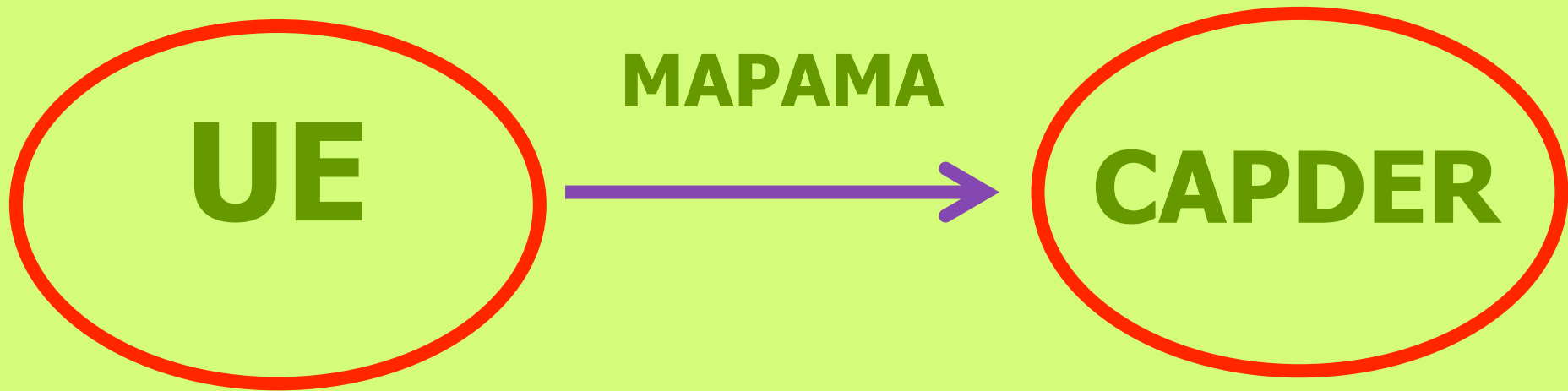
## LISTADO DE EMPRESAS EXPORTADORAS



Fuente: ICEX



**Pero.....¿es la diferenciación premiada por la administración?**







# PRIORIDADES DE LA UE

REGLAMENTO (UE) 1305/2013 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 17 de diciembre de 2013, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader) y por el que se deroga el Reglamento (CE) no 1698/2005 del Consejo

## OBJETIVOS DE LA PAC

- ✓ Fomento de la competitividad
- ✓ Gestión sostenible de los recursos naturales
- ✓ Desarrollo territorial equilibrado del mundo rural: creación de empleo



# PRIORIDADES DE LA UE

## PRIORIDADES DEL DESARROLLO RURAL

- ✓ Transferencia de conocimientos
- ✓ Mejora de la competitividad de las explotaciones y uso de tecnologías innovadoras
- ✓ Fomento de la organización de la cadena alimentaria:  
integración desde la calidad y el incremento del valor añadido
- ✓ Mejora de los ecosistemas relacionados con la agricultura
- ✓ Uso eficiente de los recursos: adaptación al cambio climático
- ✓ Fomento de la inclusión social, reducción de la pobreza:  
la diversificación, el desarrollo de pequeñas empresas y la creación de empleo



# PRIORIDADES DE LA CAPDER

ORDEN de 14 de junio de 2016, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones, en régimen de concurrencia competitiva, para el apoyo a inversiones materiales o inmateriales en transformación, comercialización o desarrollo de nuevos productos agrícolas, en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020 (Submedida 42, Operaciones 421 y 422).

El Reglamento (UE) núm. 1305/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, relativo a la ayuda al desarrollo rural a través del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) y por el que se deroga el Reglamento (CE) núm. 1698/2005 del Consejo, establece en su artículo 5 las prioridades de desarrollo rural de la Unión. Entre esas prioridades destaca el fomento de la organización de la cadena alimentaria, incluyendo la transformación y comercialización de productos agrarios, haciendo especial hincapié en el **aumento del valor añadido de los productos agrícolas.**



# PRIORIDADES DE LA CAPDER

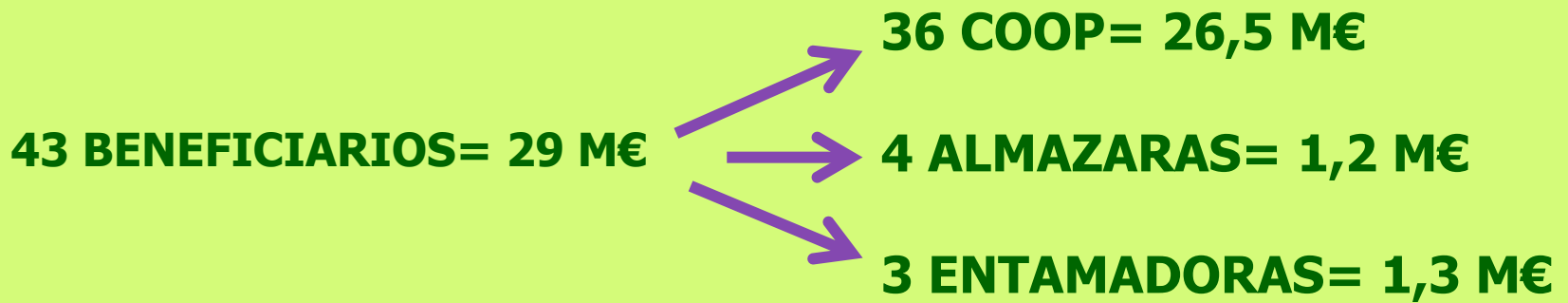
## CRITERIOS APLICADOS POR LA CONSEJERÍA

- A. Concentración y cooperación. 15 puntos
- C. Innovación. 15 puntos
- D. Internacionalización. 10 puntos
- E. Eficiencia energética- medio ambiente. 10 puntos
- F. Otros. 50 puntos
  - E.1. Empresa el parque tecnológico. 10 puntos.
  - E.2. 40% mujeres/jóvenes. 5 puntos
  - E.3. Empresa ecológica o perteneciente a DO. 10 puntos
  - E.4. Municipio con tasa anual de desempleo mayor que la media. 10 pto
  - E.5. Incremento de empleo en un 20%. 10 puntos
  - E.6. Pequeña empresa o microempresa. 5 puntos



# PRIORIDADES DE LA CAPDER

## RESULTADOS TRAS LA APLICACIÓN



**CÓRDOBA** → **0,5%**



# CONCLUSIONES



**Las almazaras deben apostar por otro modelo de comercialización que ponga en valor la calidad del producto y haga una apuesta por la internacionalización.**



# CONCLUSIONES



Las almazaras debe apostar por otro modelo de comercialización que ponga el valor la calidad del producto y haga una apuesta por la internacionalización.



**Tanto las políticas del MAPAMA como de la CAPDER deben empezar a valorar otros criterios alternativos a la concentración de oferta.**



# CONCLUSIONES

→ Las almazaras deben apostar por otro modelo de comercialización que ponga el valor la calidad del producto y haga una apuesta por la internacionalización.

→ Las políticas del MAPAMA como de la CAPDER deben empezar a valorar otros criterios alternativos a la concentración de oferta .

→ El reparto de las subvenciones procedentes de fondos FEADER, discrimina absolutamente al sector industrial fabricante de aceite de oliva. Debería existir un reparto más equilibrado.





# **DIFERENCIACIÓN: UNA ALTERNATIVA A LA CONCENTRACIÓN DE OFERTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ACEITE DE OLIVA**



**Macarena Sánchez del Águila**  
**Ingeniero Agrónomo**  
**Gerente Asoc. Empresarial de Almazaras Industriales de Córdoba**  
**E-mail: [info@almazarasdecordoba.org](mailto:info@almazarasdecordoba.org)**

**Septiembre, 2017**