

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

21 de marzo de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



"España no es un país seco, es un país donde el agua no se optimiza de forma adecuada"

Técnicos y expertos coinciden en la viabilidad del olivar en CLM.

"Contar con ciertas variedades locales es siempre un valor añadido para los AOVES".

¿En qué consiste la simplificación de la PAC que plantea la Comisión Europea?

El aceite de oliva gana presencia en Bélgica.



"España no es un país seco, es un país donde el agua no se optimiza de forma adecuada"

Juan Vilar Hernández, nacido en Chilluévar, es doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, profesor permanente en excedencia de la Universidad de Jaén, director del MBA oleícola de la Universidad de Jaén y profesor invitado en San Telmo Business School. Es consejero de Caja Rural de Jaén y miembro del Consejo Social de la Universidad de Jaén, además de miembro del Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva y de la Cátedra Caja Rural de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola, ambos de la Universidad de Jaén, y del Aula universitaria Oleícola Innova, UNIA (Universidad Internacional de Andalucía) Sede Antonio Machado. Vilar fue directivo global y cuenta con experiencia y responsabilidad internacional englobada en una trayectoria de más de 16 años en el Grupo GEA, ostentando posiciones de presidente, consejero delegado, director general y consejero. Cuenta con más de 1.000 aportaciones científicas o divulgativas y ha sido conferenciante en más de 30 países. Actualmente, como analista oleícola internacional, es CEO y fundador de Juan Vilar Consultores Estratégicos, con presencia internacional, desde hace ocho años. También es agricultor.

¿En qué momento se encuentra el sector del aceite de oliva?

La situación que estamos viviendo en el sector del aceite de oliva actualmente es inédita. Nunca en la historia se había reducido tanto el consumo en España. Cayendo en más de un 47%, estamos ante la mayor crisis de oferta de aceites de oliva de la historia reciente.

El elemento crucial en la actualidad reside en la necesidad imperante de precipitaciones. Las cosechas disminuidas y los precios elevados son desafíos que solo pueden abordarse mediante la disponibilidad de agua. La escasez de oferta, no la elevación de precios, limita las ventas de aceite de oliva.

La reducción del consumo refleja directamente la disminución en la producción, que se ha visto afectada significativamente por condiciones climáticas adversas. El actual precio es una consecuencia directa de estas condiciones.

No obstante, más allá de este factor, considero que es urgente que las autoridades gubernamentales tomen medidas significativas para implementar las infraestructuras hidráulicas esenciales necesarias. Estas no solo serían beneficiosas para el sector del olivar, sino para salvaguardar el futuro de la agricultura en España.

España no es un país seco, es un país donde el agua no se optimiza de forma adecuada. Es la primera vez en la historia que los aceites de oliva no suponen ni tan siquiera el 1% del total de grasas animales



y vegetales, o que Estados Unidos está entre los dos mayores consumidores de aceites de oliva del mundo, al margen del nivel de precios.

¿Cuáles son los factores que han afectado a la evolución de altos precios en origen y cómo lo han hecho?

Los factores son fundamentalmente cinco: la climatología, la producción, el consumo, la oferta (producción más enlace), y la superficie, aunque este último es un factor a largo plazo multiplicador a la baja de las cotizaciones, estos son los catalizadores fundamentales en la formación de precios en origen, así como la combinación de los mismos traducidos en forma de incidencia.

La climatología ha afectado mediante una serie de circunstancias, como son la caída de las precipitaciones, que incide de forma negativa en la producción, ajustándola ésta a la oferta, acabando en primer lugar con los enlaces de campaña, y posteriormente creando una oferta inestable que se somete a una demanda potencial estable, e incluso creciente.

El único modo de búsqueda de equilibrio entre oferta y demanda potencial, es vía precio, estos se elevan, el consumo se adecua a la oferta, y en un momento determinado por un cambio de ciclo, las ansiadas precipitaciones cambian la tendencia de la producción al alza, multiplicada por la expansión experimentada por la superficie, comenzando el proceso a la inversa; y adecuando la oferta real a una demanda igualmente real, que se expande del mismo modo vía precio, en este caso a la baja. Todo ello, dependiendo del exceso de oferta y la concatenación de producciones razonables o nominales en el tiempo, y la rapidez con que la demanda absorba el excedente puntual de aceites de oliva en el mercado.

Se trata de ciclos sucesivos, que en los últimos 30 años se ha consumado con cuatro periodos de bajos precios en origen y tres de elevados precios, 16 contra 14 años. En cuanto a la superficie, solo es multiplicador de precio a la baja y, de carácter estructural, jamás un incremento de superficie podría elevar los precios.

En su opinión, ¿cuál será la tendencia de futuros precios?

Es evidente, y así lo parece, aunque de forma no 100% clara, que estamos ante un potencial cambio de ciclo, es decir, este punto de inflexión de cambio de ciclo. No está aún claro en el calendario, pero las expectativas así lo prevén. Si eso sucediera, habrá una caída en la cotizaciones radical, de unos dos euros en línea recta y de pendiente pronunciada; y de forma gradual, hasta principio de campaña irá cediendo con una pendiente menor, mucho menor. Si no hay cambio de ciclo, la evolución al alza de los precios es imprevisible y sus efectos nocivos y perniciosos en el mercado, invalorable, sin hacer ningún tipo de comentario al respecto de la catástrofe genérica que ocasionaría la falta de precipitaciones.

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA 100% SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

Kubota

For Earth, For Life Kubota

[kes.kubota-eu.com](https://www.kes.kubota-eu.com) / @kubotaspain / #kubota



En relación al consumo de aceite de oliva en 2023, ¿cree que ha cambiado el perfil del consumidor?

El consumidor de aceite de oliva, está siendo fiel al producto, pero al incrementarse los precios debido a la crisis de oferta, le está afectando a su renta directamente. Por lo tanto, está optando por comprar más a menudo y en formatos más pequeños para no inmovilizar tanto dinero. Además de ser menos generoso en el consumo de aceite de oliva.

También, otros consumidores de aceite de oliva, se están desplazando de categoría de precios optando por aceites de oliva que proceden de la aceituna, pero en momento distinto de elaboración, como es el aceite de orujo, cuya demanda se incrementó en un 158% durante 2023. Todo ello ha generado un escaso crecimiento en las cotizaciones, y en la demanda del sustitutivo por excelencia en España a los aceites de oliva, el aceite de girasol.

Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Interempresas](#)

Técnicos y expertos coinciden en la viabilidad del olivar en CLM

Tomelloso, Ciudad Real, acoge los días 20 y 21 de marzo el I Fórum del Olivar, en el que técnicos y expertos han coincidido en la gran viabilidad de este cultivo en Castilla-La Mancha.

Durante la inauguración, ante un centenar de agricultores de toda la región y de otras limítrofes, la delegada de la Consejería de Agricultura en Ciudad Real, Amparo Bremad, ha destacado que Castilla-La Mancha ya cuenta con unas 450.000 hectáreas de olivar, prácticamente las mismas que de viñedo.

Bremad ha señalado que en la región hay 83.000 olivicultores, principalmente, de las provincias de Toledo y Ciudad Real. Respecto a la campaña de aceituna, ha indicado que la producción ha rondado las 97.500 toneladas de aceite, un 50% más que la anterior. Por su parte, el alcalde Tomelloso, Javier Navarro, ha resaltado la importancia de la agricultura, incluido el olivar, en la economía de la localidad.

Ya en el Fórum, Rafael Navarro, biólogo y experto en poda de olivo, ha destacado que Castilla-La Mancha se ha convertido en referente nacional en el cultivo del olivar, debido a su clima, suelos,

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleícola**jaén**

Av. Vilches, KM 3,5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupoleicolajaen.com



orografía, mecanización y buenas prácticas de los agricultores y profesionales de todo el sector, augurando “un gran presente y futuro” a este cultivo. Sobre las dotaciones hídricas, ha señalado que pueden ser suficientes pues “un olivo se muere antes de frío que de sequía”. También ha dado nociones sobre los marcos de plantación y variedades más convenientes.

Por parte de Prunotec, empresa organizadora del Fórum, Sergio Arribas, su director técnico, ha informado que llevan ya diez años prestando servicio a los agricultores, mientras que Pedro Ballesteros, técnico, ha desglosado las principales plagas y enfermedades que dañan al olivar, así como las fases fenológicas del cultivo.

David Marcos, de Viveros Sophie, la otra empresa organizadora de la jornada, ha lanzado un mensaje de confianza a los asistentes, afirmando que “el olivar de Castilla-La Mancha tiene pasado, tiene presente, pero, sobre todo, tiene futuro”. En el apartado de salud, Fernando Colado, médico especialista en Reumatología y Medicina Familiar y olivicultor, ha incidido en los beneficios del aceite de oliva a todos los niveles. Tras una cata de aceites, Miguel Ángel Márquez, de Viveros El Repiso, ha hablado sobre la producción de plantas de olivo y el sector viverístico.

Posteriormente, se ha celebrado una mesa redonda sobre las perspectivas de mercado del aceite de oliva, con la participación de Pedro Antonio Martínez, de Caixabank (entidad patrocinadora); Antonio Medina, propietario de ‘Almazara Baños de Fuensanta’, de Bolaños de Calatrava; Consoli Moreno, de Cooperativa Colival, de Valdepeñas, y José López, gerente de ‘Almazara Oleo Pepillo’.

Y el jueves 21 de marzo, de 9:00 a 13:00 horas los participantes en el Fórum visitarán diferentes parcelas y manejos de plantaciones de olivo en el término municipal de Tomelloso, donde Rafael Navarro impartirá nociones de poda, y Pedro Ballesteros lo hará sobre tratamiento y abonado. Fercria (Fertilizantes ecológicos y bioinsecticidas) y SAT Los Talaos son otros de los patrocinadores de este Fórum.

Fuente: [Interempresas](#)

“Contar con ciertas variedades locales es siempre un valor añadido para los AOVEs”

Francisco Gómez Gálvez es Investigador Postdoctoral PAIDI2020 en la línea de mejora y conservación de recursos fitogenéticos del IFAPA.



¿Qué importancia tienen las variedades minoritarias de aceituna en el olivar andaluz en la actualidad?

Lo primero que debemos hacer es dejar claro a qué nos referimos con variedades minoritarias. Entendemos como variedades minoritarias aquellas variedades locales con una extensión de cultivo muy limitada que puede concretarse a nivel de comarca, mancomunidad, pueblo, paraje o incluso a nivel de olivar. En Andalucía, hasta hace pocas décadas, cada comarca o zona olivarera apostaba fielmente por sus variedades locales. Por entonces, el olivo era visto como un cultivo longevo y con una tediosa propagación. Con la llegada de la tecnificación del cultivo, este mosaico varietal se ha ido menguando en aras de unas pocas variedades más adaptadas a los requerimientos de manejo y producción modernos. Hoy en día, la presencia de este tipo de variedades locales en los viveros es testimonial.

Desde el punto de vista comercial y de uso cotidiano, ¿se están perdiendo muchas variedades de aceituna minoritarias en Andalucía y en España? ¿hay riesgo real de desaparición en algunos casos?

Sí, como ya he dicho, la tasa de producción en vivero de estas variedades locales, si es que la hay, es mucho menor que la tasa de reemplazo o desaparición. A este hecho se le conoce como erosión genética, pues representa una regresión o pérdida paulatina de la diversidad natural que podríamos encontrar en el cultivo.

En los últimos años he tenido la inmensa suerte de poder recorrer toda Andalucía en busca y rescate de variedades locales que aún no estaban incluidas en nuestra colección del IFAPA. He podido comprobar en primera persona que el riesgo de desaparición es bastante alto en nuestra comunidad. Hemos presenciado como olivares de variedades minoritarias eran arrancados para su renovación con otras variedades que más se han extendido por su adaptación a las técnicas modernas de cultivo.

También hemos presenciado riesgo en zonas en las que el olivo no es el cultivo principal; zonas en las que, al haber una menor presión de renovación, existen un mayor número de variedad locales. Recuerdo como ejemplo un olivar cerca de Aguamarga, en Almería, donde la reconversión hacia el cultivo de melocotón, nectarina, ciruelas y paraguayos está poniendo en jaque la presencia de variedades locales interesantes. Algo similar vimos también en algunos parajes de la Axarquía malagueña, en este caso con el cultivo de aguacate.

También hemos recogido testimonios de reemplazo de olivares antiguos por granjas solares o de ejemplares centenarios de la alpujarra granadina que se vendían por miles de euros para ornamentación. En algunos casos, los últimos vestigios de ciertas variedades corresponden a unos pocos árboles que han tenido la suerte de escapar a este recambio o reconversión por vegetar en zonas linderas o de orografía compleja, o por pertenecer a agricultores románticos que no están dispuesto a deshacerse aún de ellas.

The advertisement features the oliveCEPT logo on the left, with the text "oliveCEPT®" and "Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad". Below this, it states "Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos". On the right, there are three icons: a bar chart for "Mayor rendimiento de AOVE", a heart for "Calidad mejorada", and a clock for "Mejor eficiencia". At the bottom right is a button that says "Infórmate sin compromiso". The background is green with a white ECG line and olives at the bottom left.



Igualmente, otros compañeros de Aragón, La Rioja, Cataluña y Comunidad Valenciana que están llevando a cabo trabajos de prospección similares, están observando el mismo patrón de erosión genética.

¿En vuestros trabajos de investigación, qué variedades minoritarias os han llamado más la atención por sus cualidades o calidad, que no sean conocidas?

Nosotros, como centro de investigación, procuramos ser lo más objetivos posible y no podemos posicionarnos a favor o en contra de ninguna variedad sin antes estudiarla de manera adecuada. Actualmente estamos llevando a cabo una caracterización agronómica de manera sistematizada en una gran cantidad de variedades españolas y del resto del mediterráneo. Esto nos permitirá confeccionar una base de datos con información del vigor, fenología, rendimiento graso, composición del aceite, etc. recogida a lo largo de varias campañas en las condiciones de Córdoba. Toda esta información podrá ser de utilidad para llevar a cabo un primer “casting” de variedades con características prometedoras, y que podrían evaluarse de una manera más exhaustiva, en un segundo “casting”, utilizando un mayor número de árboles y en otras condiciones edafoclimáticas diferentes a las que tenemos aquí en el IFAPA de Alameda del Obispo.

Pero dejando a un lado las características agronómicas u organolépticas de la variedad, sí que nos ha llamado la atención una variedad por la historia interesante que parece albergar. Se trata de una variedad que debió disfrutar de gran importancia en el pasado y que hoy en día es muy residual y desconocida. Y deducimos dicha importancia porque la hemos encontrado en diferentes localizaciones: desde un pueblo valenciano hasta el Algarve portugués, pasando por Jaén, Huelva y sobre todo Córdoba, donde está presente nada más y nada menos que en el patio de los Naranjos de la Mezquita-Catedral de Córdoba. Hablo de la variedad que hemos bautizado como ‘Ocal Cordobesa’, atendiendo a la denominación que recibía la primera muestra que registramos y a varias referencias bibliográficas antiguas. Tenemos evidencias de que se trata de una variedad antigua que, con el paso de los años y sin saber aún por qué, ha sufrido un abandono y ha quedado relegada a unos pocos árboles en el sur de la península. Es por ello que estamos ansiosos por estudiarla agronómicamente e intentar comprender mejor su importancia en el pasado y su posterior abandono.

El abandono comercial de estas variedades minoritarias ¿a qué razones crees que obedece en la mayoría de los casos?

Como he dicho antes, la modernización de la olivicultura ha traído consigo el apostar por un número reducido de variedades de las que se conoce una mejor adaptación a los requerimientos actuales de manejo y producción. Esto ha llevado al abandono comercial, el cual se ve muy bien reflejado si echamos un vistazo a las cifras de producción de los viveros autonómicos y nacionales.

Según datos de hace unos años, más del 90% de las plantas de vivero correspondían a ‘Arbequina’, ‘Picual’ y ‘Hojiblanca’. Hoy en día yo creo que predominan aún más las variedades adaptadas a seto,

Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



incluyendo alguna que proviene de programas de mejora, como la denominada 'Sikitita'. En mi opinión, el abandono comercial de las variedades minoritarias ha podido estar también ligado a una falta de conocimiento profundo de la variedad.

Muchas de estas variedades pueden albergar algún carácter de interés que haya sido pasado por alto, por ejemplo, porque no interesara en el pasado o porque no se haya dado el escenario apropiado para que reluciera. Es por ello que uno de nuestros objetivos es la caracterización agronómica y de los aceites que he mencionado antes.

Hay almazaras y marcas de AOVE premium que están plantando y promocionando de nuevo variedades minoritarias de su zona para diferenciarse en el mercado como ha ocurrido en los últimos años con la Royal en zonas de Jaén, por ejemplo. ¿Es una estrategia interesante en su preservación?

Por supuesto que sí. El poder contar con la exclusividad de ciertas variedades locales es siempre un valor añadido para los AOVes. Si miramos el escenario de denominaciones de origen protegida de Andalucía, podemos ver que cada denominación cuenta con una variedad insignia que les aporta un valor diferencial frente al resto: como la mencionada variedad 'Royal de Cazorla' para el caso de Sierra de Cazorla, pero también podemos citar la variedad 'Picudo' en la denominación de Priego, 'Lechín de Sevilla' en la de Estepa, 'Nevadillo negro' En Montoro-Adamuz o 'Lucio' para montes de Granada.

Tampoco podemos olvidarnos de la aceituna de mesa, donde tenemos el ejemplo perfecto con la variedad 'Aloreña'. Algunas de estas variedades no tienen aún la consideración de minoritarias, aunque todas ellas están sufriendo la ya comentada erosión genética y solo este tipo de promoción podría salvarlas. También hay otros casos en los que cierta variedad minoritaria ha servido para diferenciarse en el mercado, produciendo unos lotes limitados de AOVE particular. Tenemos el ejemplo claro de la variedad 'Chorreao de Montefrío', que produce un aceite con unas cualidades excepcionales y que lo alzan año tras año al pódium de aceites más saludables por su composición en ácidos grasos y compuestos fenólicos.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

¿En qué consiste la simplificación de la PAC que plantea la Comisión Europea?

Los servicios técnicos de Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos han analizado y resumen aquí el detalle de la propuesta de simplificación de la PAC planteada por la Comisión Europea.



Una de las principales medidas reclamadas por los agricultores y ganaderos en este proceso de movilizaciones es la simplificación de los requisitos de la Política Agraria Común. Resumimos a continuación las modificaciones de la PAC que plantea la Comisión Europea para 2024 (la campaña que se está tramitando en este 2024) y para la campaña siguiente, 2025.

Modificaciones de la PAC para el año 2024 (solicitud que se está tramitando ahora)

BCAM 5

Se podrán hacer labores en el sentido de la máxima pendiente en:

Parcelas con superficie igual o inferior a una hectárea, o en el caso de parcelas irregulares o alargadas cuya dimensión mínima en el sentido transversal a la pendiente sea inferior a 100 metros en cualquier punto de la parcela.

Plantaciones implantadas antes del 1 de enero de 2023 cuyo diseño de plantación, sistema de riego o sistema de conducción no permita realizar laboreo transversalmente a la dirección de máxima pendiente (sin necesidad de autorización previa como hasta ahora).

Plantaciones que se implanten con posterioridad al 1 de enero de 2023 y en las que, las consideraciones agronómicas debidamente justificadas a criterio de la autoridad competente, (iluminación del cultivo, vientos dominantes, situación de caminos, longitud de filas, etc.) determinen una determinada orientación de la plantación que impida el laboreo transversal.

BCAM 6

Se podrán hacer labores verticales y aplicación de abonado en verde en los rastrojos de los cultivos de invierno.

En los barbechos se podrán aplicar enmiendas orgánicas y purines todo el año.

En cultivos leñosos de más del 10% la obligación de 1 metro de cubierta se podrá realizar con restos de poda. El período donde debe estar la cubierta podrá ser adaptado por las CC.AA.

BCAM 7

El agricultor podrá elegir uno de los dos siguientes requisitos para cumplir con esta BCAM:

- Rotación: Realizar una rotación de cultivos en todas las parcelas de la explotación excepto las parcelas cultivadas con cultivos plurianuales, al menos, tras tres años, siendo el año 2023 el primero a tener en cuenta a fin de establecer la fecha de inicio de las rotaciones.



Cuando exista un cultivo secundario en el mismo año que el cultivo principal, éste se considerará parte de la rotación, sin que se puedan utilizar las tierras en barbecho en estos casos. Se propone eliminar la obligación de haber hecho uso de este cultivo secundario en las dos campañas anteriores.

- Diversificación. Para dar cumplimiento a esta diversificación se deberá tener en cuenta lo siguiente:

Si la tierra de cultivo de la explotación es igual o superior a 10 hectáreas e igual o inferior a 30 hectáreas, se deben cultivar, al menos, dos cultivos diferentes sin que el mayoritario suponga más del 75% de dicha tierra de cultivo.

Si la tierra de cultivo de la explotación es superior a las 30 hectáreas, debe haber, al menos, tres cultivos diferentes, sin que el mayoritario suponga más del 75% de dicha tierra de cultivo y los dos cultivos mayoritarios juntos no podrán ocupar más del 95% de la misma.

BCAM 8

Se elimina la obligación de dejar el 4% de barbecho o de elementos no productivos.

Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Agronegocios](#)

El aceite de oliva gana presencia en Bélgica

El consumo de aceite de oliva ha ganado presencia a lo largo de los años en Bélgica. Si bien la cultura gastronómica del país sigue estando enormemente influenciada por la tradición del consumo de mantequilla como base para la cocina, el consumo de aceite de oliva ha ganado adeptos, debido a factores como las campañas de información y promoción europeas acerca de sus beneficios para la salud o el incremento de población proveniente de países con una cultura culinaria afín a este producto, según un estudio de [ICEX España Exportación e Inversiones](#).

En relación a la procedencia del aceite virgen extra, el estudio destaca a España e Italia como principales socios, si bien Túnez está ganando una mayor relevancia, incrementando su presencia en los últimos años -en este sentido, desde 2019 hasta el 2022 se ha duplicado el volumen de aceite virgen extra tunecino importado en Bélgica-. No obstante, hay una marcada preferencia por el producto europeo.

LABORATORIO unaproliva

LABORATORIOS UNAPROLIVA SOCIEDAD ANONIMA
NIF/CIF A-23319619
Domicilio: Pol.Ind.Los Olivares C/Mancha Real Parc 38 23009 JAEN
Telefono 953 240 530 Movil 601 430 255
Correo Electronico: Lab@laboratoriounaproliva.com
www.laboratoriounaproliva.com

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ

La percepción del aceite de oliva es mayormente positiva en el país. Los consumidores aprecian distintivos como su sabor, su arraigo en la cultura mediterránea y la atención prestada a su envase y etiquetado.

Si se profundiza en el consumo por renta, se puede concluir que el aceite de oliva en Bélgica ya no se considera un artículo gourmet. Sin embargo, también se ha de tener en cuenta la población inmigrante del país, ya que puede considerarse que el consumo del aceite de oliva crece también debido a este factor.

En términos absolutos, los hogares de rentas altas son los que más aceite consumen, pero en términos relativos, son los hogares de rentas medias-altas y de rentas bajas los que progresivamente están consumiendo más aceite de oliva sobre el total de grasas consumidas.

El canal de distribución principal de aceite de oliva en Bélgica es la gran distribución llevada a cabo principalmente por las grandes cadenas de supermercados -se estiman unas ventas en el canal de 66,64 millones de euros (Euromonitor, 2023)- como Colruyt, Delhaize, Carrefour, Aldi o Lidl. Hay que tener en cuenta que también existen otros canales como el canal Horeca, las tiendas de productos gourmet y la venta en línea.

Las barreras de entrada al mercado a destacar son las siguientes: el mercado demanda unos estándares de calidad elevados y la existencia de tres idiomas oficiales que pueden suponer una dificultad en la comunicación (neerlandés, francés y alemán).

Percepción del producto español

El estudio destaca que el aceite de oliva de origen español se enfrenta a una circunstancia en la que el desconocimiento del producto y la saturación del mercado por marcas de países competidores llevan a que la imagen del producto español no sea tan reconocida por el consumidor belga. Por un lado, el aceite de oliva español ha tardado más en internacionalizarse como un aceite en el que el origen se considera valor añadido, a diferencia de otros competidores como Italia. En este caso, la presencia prolongada de los aceites italianos en el mercado belga ha permitido que su oferta sea más extensa y variada en comparación con los aceites españoles. Los consumidores belgas tienen acceso a una amplia gama de opciones de aceite de oliva italiano, lo que dificulta la penetración y competencia de los productos españoles.

Por otro lado, añade que una parte sustancial del aceite de oliva español se encuentra en productos de marcas blancas o de distribuidores, donde el nombre del fabricante no se destaca en la etiqueta delantera de la botella, lo que dificulta que los consumidores identifiquen el origen español del producto. A su juicio, esto reduce la visibilidad y la percepción de los aceites de oliva españoles.

En cuanto a las oportunidades, es importante destacar una especialización en productos ecológicos, el desarrollo premium del aceite y la saborización como valor añadido.

Este estudio concluye que el mercado belga es un mercado consolidado, donde las empresas españolas tienen cierto margen de actuación. Sin embargo, desbancar a los productores italianos en el sector del producto de alta gama es una tarea complicada, ya que este está mucho más consolidado a ojos del consumidor. Aunque el aceite español es consumido más comúnmente, al ser distribuido bajo marcas blancas.

Fuente: [Mercacei](#)

