



Compromiso
con la estrategia provincial



Universidad de Jaén

CÁTEDRA
CAJA RURAL
**AOVES
DE JAÉN**

José Luis García-Lomas Hernández
de economía, comercialización
y cooperativismo oleícola

JORNADA: “ESTRATEGIAS DEL SECTOR OLEÍCOLA JIENNENSE PARA LIDERAR EL MERCADO GLOBAL”

“Estrategias para una oleicultura jiennense más competitiva”

Manuel Parras Rosa

Director de la Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García-Lomas Hernández de Economía,
Comercialización y Cooperativismo Oleícola

Viernes, 16 de abril 2021

UJa.es



EFQM
Recognised for Excellence
5 Star - 2017

Estrategias para una Oleicultura Jiennense más competitiva

Manuel Parra Rosa / Francisco José Torres Ruiz
José Antonio Gómez Limón / Antonio Ruiz Carmona
Manuela Vega Zamora / Carlos Parra López
Samir Sayadi Gmada / Sergio Colombo

Estrategias para una Oleicultura Jiennense más competitiva



Guión

- Génesis
- Objetivo
- Metodología
- Resultados. Acciones estratégicas
- Futuros pasos

Objetivo

Priorizar las acciones privadas y las políticas públicas más adecuadas en el corto-medio plazo (5-10 años) para hacer del sector oleícola jiennense un sector más competitivo, que genere renta y empleo, pero que, además, lo haga de manera sostenida en el tiempo, generando bienes públicos y transitando hacia una oleicultura más verde, en el seno del paradigma de la bioeconomía circular.

Metodología (I)

- **Fase 1. Identificación de los ejes estratégicos y de las acciones a priorizar.**
 - a) Los ejes estratégicos y las estrategias resultantes del Seminario *Rentabilidad del Olivar Jiennense: estrategias y políticas públicas*, celebrado los días 21 y 22 de abril del 2016 en la Universidad de Jaén, organizado por la propia Universidad y por la Diputación Provincial de Jaén.
 - b) Las estrategias contempladas en el *Plan Director del Olivar*.
 - c) Los ejes estratégicos y estrategias que se recogen en el libro *Economía y comercialización de los aceites de oliva. Factores y perspectivas para el liderazgo español del mercado global* (Gómez-Limón y Parras, 2017).

Metodología (II)

➤ Fase 1. Identificación de los ejes estratégicos y de las acciones a priorizar.

d) Los objetivos que guían las medidas avanzadas en el *Plan Estratégico de España para la PAC post 2020*, vinculados a tres objetivos generales: a) El fomento de un sector agrícola inteligente, resistente y diversificado que garantice la seguridad alimentaria; b) La intensificación del cuidado del medio ambiente y la acción por el clima, contribuyendo a alcanzar los objetivos climáticos y medioambientales de la UE; y c) El fortalecimiento del tejido socio – económico de las zonas rurales.

e) El *Pacto Verde Europeo* con sus dos pilares: *La Estrategia de la Granja a la Mesa -Farm to Fork-* y la *Estrategia de la UE sobre Biodiversidad para 2030 para preservar y proteger la biodiversidad*.

f) El Mecanismo para una Transición Justa.

Metodología (III)

- **Fase 2. Elaboración del catálogo provisional de ejes estratégicos y acciones**
- **Fase 3. Elaboración del catálogo definitivo de ejes estratégicos y acciones**
 - a) Pretest con 6 expertos. Se identificaron 6 ejes y 18 acciones a priorizar.
- **Fase 4. Elaboración del cuestionario.**
 - a) El cuestionario consta de varios apartados: introducción, comparar la importancia de las acciones dos a dos, en cada uno de seis ejes y, en segundo lugar, comparar dos a dos la importancia de los seis ejes, seleccionar tres acciones como máximo, de acuerdo con el grado de importancia de cada una de ellas y su grado de dificultad técnica, económica y cultural.

Metodología (IV)

➤ **Fase 5. Selección de expertos (73).**

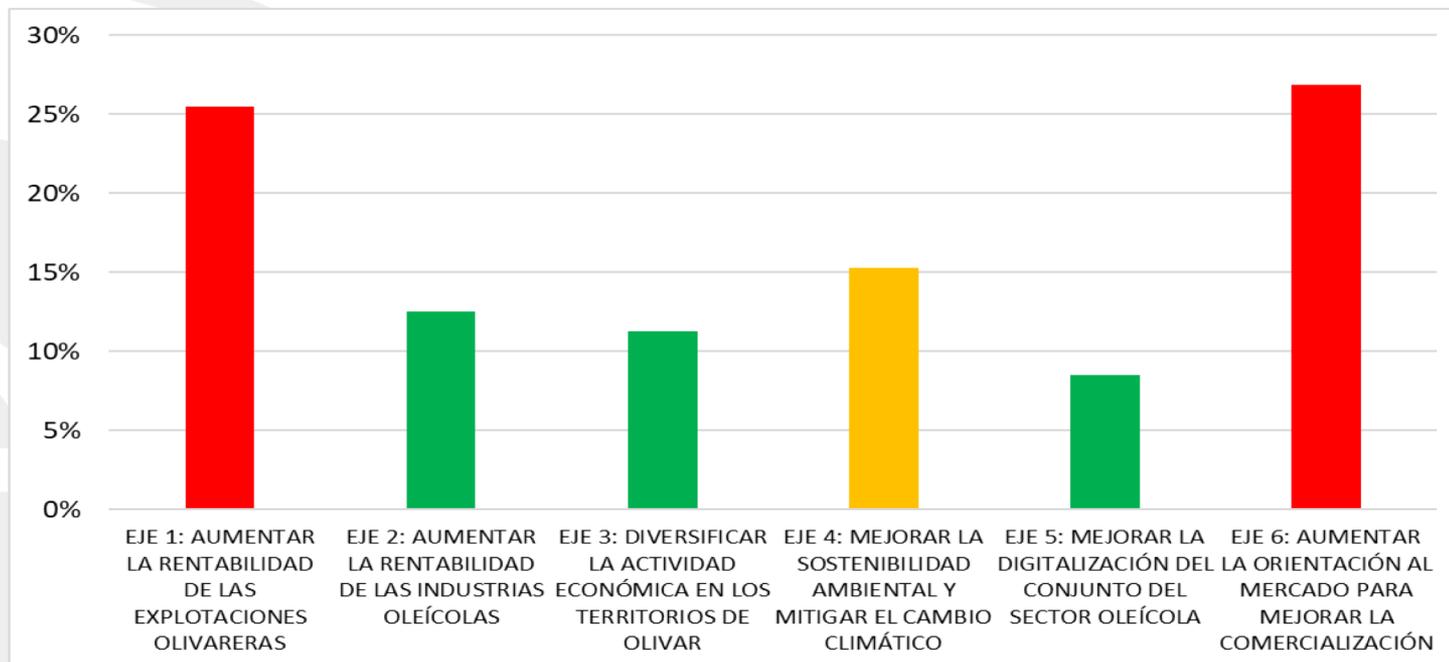
a) Dos grupos: academia-investigación (41) y responsables de distintas organizaciones y agentes directamente implicados en el sector (32).

➤ **Fase 6. Tratamiento de los datos.**

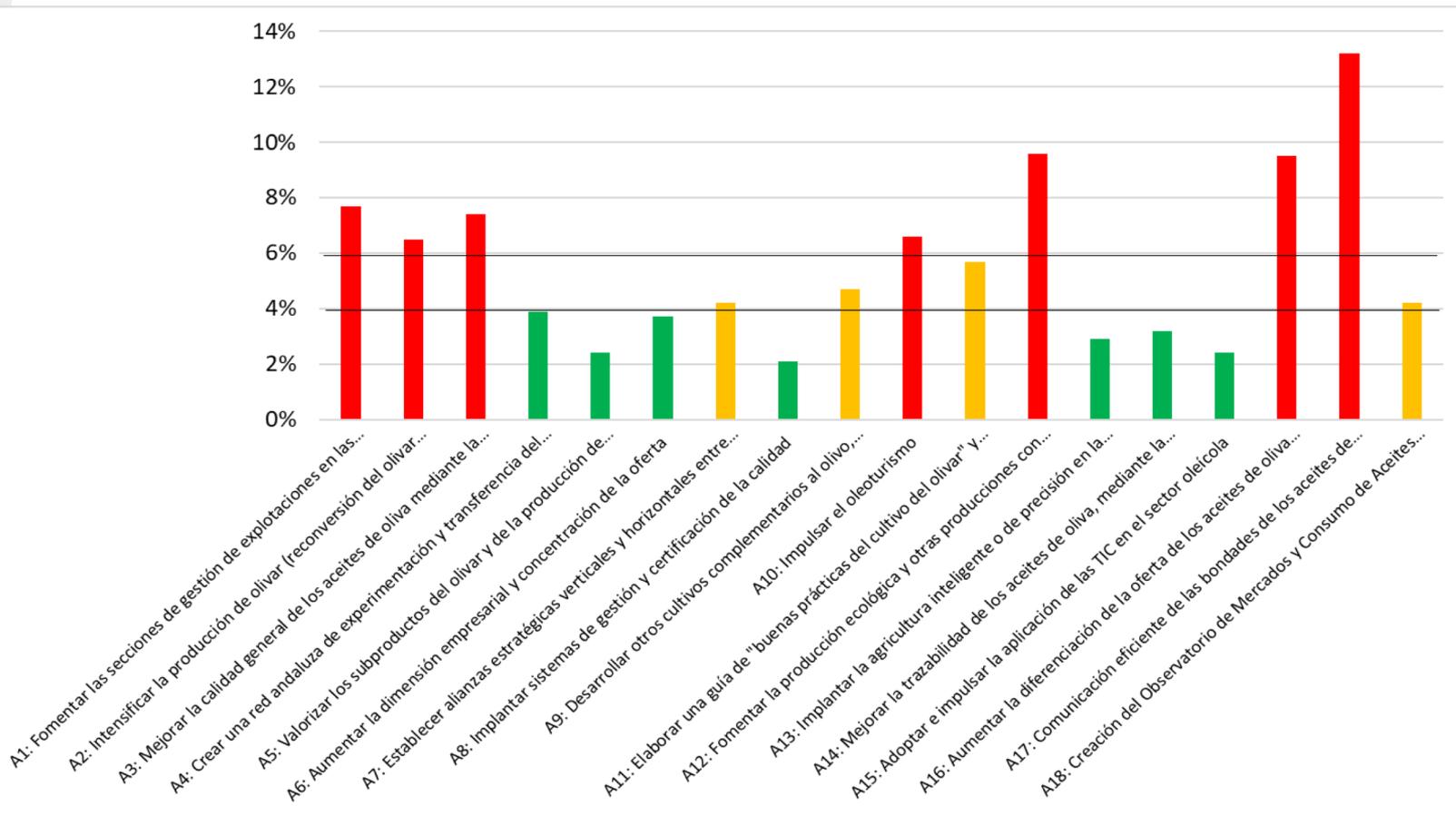
a) Técnica AHP (Proceso Analítico Jerárquico).

b) Matriz importancia-dificultad.

Resultados. Priorización de ejes estratégicos

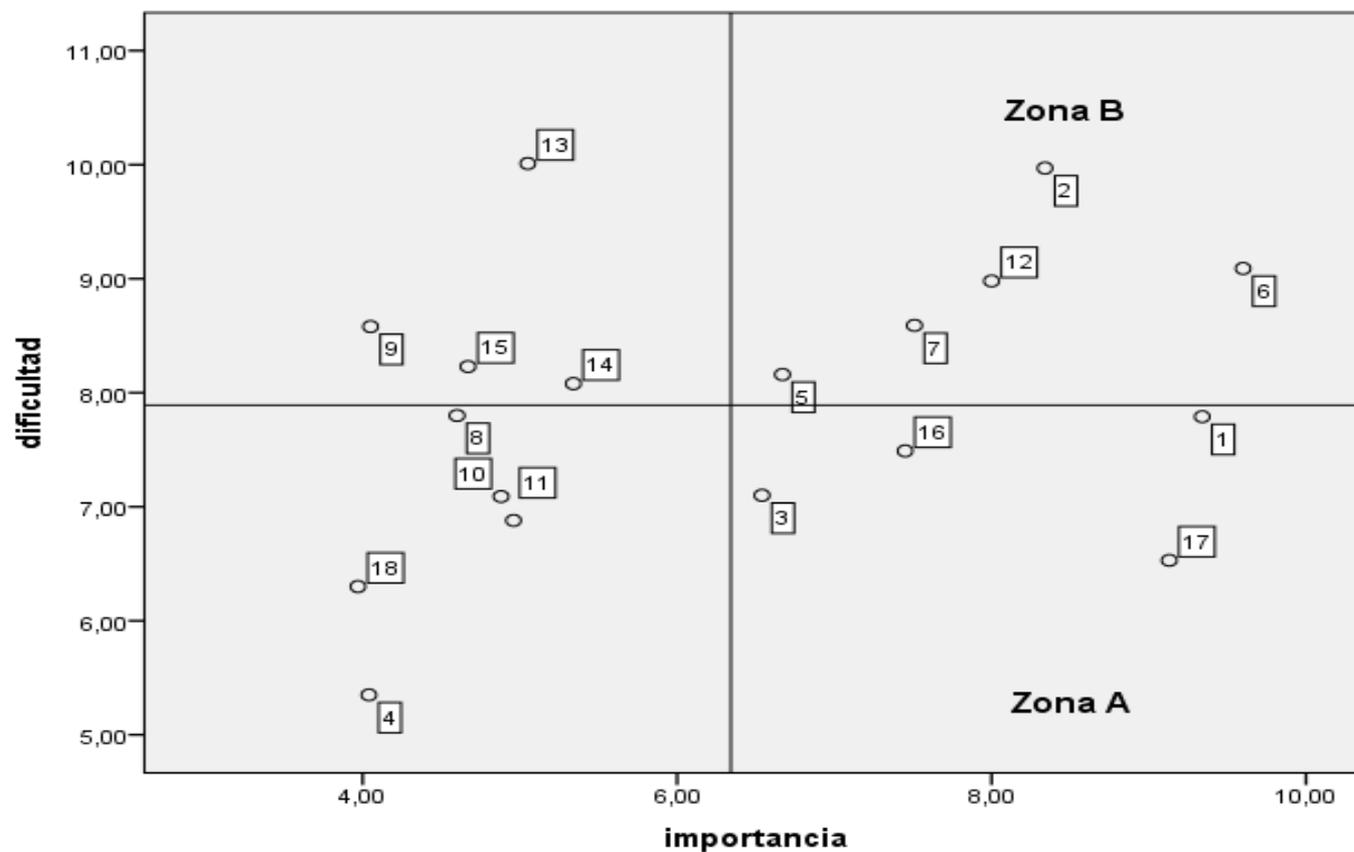


Resultados. Priorización de las acciones



Eje estratégico	Acciones	Prioridad
1: AUMENTAR LA RENTABILIDAD DE LAS EXPLOTACIONES OLIVARERAS	1. Fomentar las secciones de gestión de explotaciones en las actuales cooperativas oleícolas	Alta
	2. Intensificar la producción de olivar (reconversión del olivar tradicional a olivar intensivo a un pie o en seto)	Alta
	3. Mejorar la calidad general de los aceites de oliva mediante la recolección temprana	Alta
	4. Crear una red andaluza de experimentación y transferencia del cultivo del olivar	Baja
2: AUMENTAR LA RENTABILIDAD DE LAS INDUSTRIAS OLEÍCOLAS	5. Valorizar los subproductos del olivar y de la producción de aceites de oliva	Baja
	6. Aumentar la dimensión empresarial y concentración de la oferta	Baja
	7. Establecer alianzas estratégicas verticales y horizontales entre operadores de la cadena de valor de los aceites de oliva	Media
	8. Implantar sistemas de gestión y certificación de la calidad	Baja
3: DIVERSIFICAR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LOS TERRITORIOS DE OLIVAR	9. Desarrollar otros cultivos complementarios al olivo, intercalándolos en las calles de los olivares	Media
	10. Impulsar el oleoturismo	Alta

Eje estratégico	Acciones	Prioridad
4: MEJORAR LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y MITIGAR EL CAMBIO CLIMÁTICO	11. Elaborar una guía de "buenas prácticas del cultivo del olivar" y condicionar el cobro de ayudas PAC a su implementación en las explotaciones oleícolas	Media
	12. Fomentar la producción ecológica y otras producciones con certificación ambiental (integrada, biodinámica, olivares vivos, huella de carbono, etc.)	Alta
5: MEJORAR LA DIGITALIZACIÓN DEL CONJUNTO DEL SECTOR OLEÍCOLA	13. Implantar la agricultura inteligente o de precisión en la olivicultura. Olivicultura 4.0	Baja
	14. Mejorar la trazabilidad de los aceites de oliva, mediante la digitalización del proceso	Baja
	15. Adoptar e impulsar la aplicación de las TIC en el sector oleícola	Baja
6: AUMENTAR LA ORIENTACIÓN AL MERCADO PARA MEJORAR LA COMERCIALIZACIÓN	16. Aumentar los ingresos del sector provincial por la vía de la diferenciación de la oferta de los aceites de oliva jiennenses	Alta
	17. Comunicación eficiente de las bondades de los aceites de oliva, sus diferencias y la cultura ligada a su proceso productivo	Alta
	18. Creación del Observatorio de Mercados y Consumo de Aceites de Oliva	Media



Conclusiones. Acciones a impulsar

- 1) Fomentar las secciones de gestión de explotaciones en las actuales cooperativas oleícolas.
- 2) Comunicar eficiente de las bondades de los aceites de oliva, sus diferencias y la cultura ligada a su proceso productivo.
- 3) Aumentar los ingresos del sector provincial por la vía de la diferenciación de la oferta de los aceites de oliva jiennenses.
- 4) Mejorar la calidad general de los aceites de oliva mediante la recolección temprana.
- 5) Intensificar la producción de olivar (reconversión del olivar tradicional a olivar intensivo a un pie o en seto).

Conclusiones. Acciones a impulsar

- 6) Fomentar la producción ecológica y otras producciones con certificación ambiental (integrada, biodinámica, olivares vivos, huella de carbono, etc.)” se percibe con un menor grado de dificultad.
- 7) Aumentar la dimensión empresarial y concentración de la oferta”, “establecer alianzas estratégicas verticales y horizontales entre operadores de la cadena de valor de los aceites de oliva”.
- 8) Valorizar los subproductos del olivar y de la producción de aceites de oliva”.
- 9) Impulsar el Oleoturismo.

EJE ESTRATÉGICO	2. AUMENTAR LA RENTABILIDAD DE LAS INDUSTRIAS OLEÍCOLAS.		
ACCIÓN	5. Valorizar los subproductos del olivar y de la producción de aceites de oliva.		
PRIORIDAD	ALTA	MEDIA ALTA	
IMPORTANCIA	ALTA	MEDIA ALTA	
DIFICULTAD	ALTA	MEDIA	BAJA
DESCRIPCIÓN: Por ejemplo, aprovechando la biomasa del olivar –restos de poda– y de las industrias oleícolas –hojín, hueso, orujillo y alperujo– para determinados usos: energía térmica y energía eléctrica, así como para la obtención de bioproductos y gases renovables como H ₂ renovable –“oleicultura energética”–, constructivos (producción de materiales de construcción), compost para la restitución de suelos, alimentación animal, compuestos de alto valor añadido obtenidos de la hoja del olivo y del alperujo –escualeno, hidroxitirosol, ácido maslínico, etc.– para uso como materias primas en la industria alimentaria, cosmética y farmacéutica, etc.			
MEDIDAS DENTRO DE LA ACCIÓN	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promoción del aprovechamiento energético de los subproductos del sector oleícola. 2. Aprovechamiento agrario de los subproductos del sector oleícola. 3. Aprovechamientos con alto valor añadido de los subproductos del sector oleícola. 		



Estrategias para una Oleicultura Jiennense más competitiva

Manuel Parras Rosa / Francisco José Torres Ruiz
José Antonio Gómez-Limón / Antonio Ruz Carmona
Manuela Vega Zamora / Carlos Parra López
Samir Sayadi Gmada / Sergio Colombo

Estrategias para una Oleicultura Jiennense más competitiva



https://www.dipujaen.es/export/files/dipujaen/estrategias_oleicultura_jiennense_2021.pdf



**Compromiso
con la estrategia provincial**



Universidad de Jaén

CÁTEDRA
CAJA RURAL
**AOVES
DE JAÉN**

*José Luis García-Lomas Hernández
de economía, comercialización
y cooperativismo oleícola*

JORNADA: “ESTRATEGIAS DEL SECTOR OLEÍCOLA JIENNENSE PARA LIDERAR EL MERCADO GLOBAL”

MUCHAS GRACIAS



EFQM
Recognised for Excellence
5 Star - 2017

UJa.es