vinetur

# El olivar debate en Ciudad Real cómo mantener la rentabilidad apostando por la sostenibilidad

La VII Tertulia BusinessAGRO del Olivar reúne a expertos y sector público para analizar innovación y futuro del aceite de oliva

miércoles 21 de enero de 2026



La Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real ha acogido la VII Tertulia BusinessAGRO del Olivar, un encuentro que se ha consolidado como punto de referencia para el sector olivarero. La jornada ha contado con la presencia institucional de la Diputación Provincial de Ciudad Real y el Gobierno de Castilla-La Mancha, así como la colaboración de ASAJA Ciudad Real. El evento ha servido para analizar los principales retos a los que se enfrenta el olivar, como el relevo generacional, el impacto de acuerdos internacionales como Mercosur y la adaptación a un mercado cada vez más exigente.

Durante la inauguración, el director de la Cámara de Comercio de Ciudad Real, Luis Enrique Rodríguez, ha señalado la importancia de adoptar soluciones innovadoras y eficientes para reforzar la competitividad del aceite de oliva. Ha subrayado el papel estratégico del olivar en el desarrollo económico de la provincia y la necesidad de acompañar al sector en su proceso de adaptación. Florencio Rodríguez Medina, secretario general de ASAJA Ciudad Real, ha insistido en la transformación del cultivo tradicional como clave para garantizar el futuro del sector, destacando la profesionalización y la calidad como elementos esenciales para competir frente a terceros países. Ha remarcado que la promoción internacional es ahora una meta fundamental para poner en valor el aceite español y conectar con el consumidor.

Sonia González Martínez, vicepresidenta segunda de la Diputación Provincial de Ciudad Real, ha informado de que la provincia prevé una cosecha cercana a las 70.000 toneladas. Ha defendido que la competitividad en el mercado requiere reforzar un modelo de olivicultura basado en la calidad y la trazabilidad, así como la incorporación de jóvenes al sector como garantía de futuro. Por su parte, Gissèle Falcón Haro, directora general de Siete Agromarketing, ha puesto el foco en la formación como herramienta para impulsar el relevo generacional, destacando la presencia de estudiantes y profesionales en la jornada.

Jesús Fernández Clemente, director general de Agricultura y Ganadería, ha señalado que el olivar se enfrenta a desafíos como la climatología extrema, la incertidumbre de la nueva PAC y la situación de Mercosur, en un escenario de precios inestables. Ha defendido la digitalización y la tecnología como herramientas clave y ha puesto en valor las cuatro denominaciones de origen de Castilla-La Mancha, apostando por una

estrategia sostenida para proteger el cultivo.

La ponencia inaugural, a cargo de Mónica Sánchez Ormeño, profesora de Cultivos Leñosos de la Universidad de Castilla-La Mancha, ha recordado que España mantiene el liderazgo mundial en superficie, producción y exportación de aceite de oliva, con una producción media anual de entre 1,2 y 1,4 millones de toneladas. Ha defendido una hoja de ruta 2026-2030 basada en la implantación de buenas prácticas agrarias y la digitalización para mejorar la rentabilidad y cumplir con los eco-regímenes de la PAC.

En el primer bloque de debate, se han presentado soluciones orientadas a mejorar la eficiencia y la rentabilidad del cultivo. José Carlos Amor Sánchez, de Daymsa, ha destacado el uso de productos de origen natural para reforzar la respuesta del olivo frente al estrés y avanzar hacia una producción más sostenible. Luis Alberto Guzmán Espejo, CEO de ANSOTEC, ha explicado que la transformación digital de las almazaras, a través de la automatización y la integración de sistemas, permite optimizar la trazabilidad y la toma de decisiones en la elaboración del aceite. Alfonso Gómez Porras, de Todolivo, ha puesto el foco en la mejora genética y los nuevos sistemas de cultivo, como el Olivar en Seto, que permite reducir costes y mejorar la rentabilidad mediante mecanización y variedades adaptadas.

En el segundo bloque, bajo el título “Producción, sostenibilidad y comercialización: las nuevas reglas del juego del olivar”, los participantes han coincidido en que viabilidad, rentabilidad y sostenibilidad están ligadas a la eficiencia. Han subrayado la necesidad de diferenciar el aceite de oliva, dimensionar el sector y avanzar en la generación de valor, abriéndose a nuevos mercados y consumidores. El debate ha estado marcado por la incertidumbre de los mercados internacionales, con especial atención a Mercosur y la política arancelaria de Estados Unidos, que generan oportunidades pero también desequilibrios competitivos frente a producciones con menores exigencias normativas y costes más bajos.

Los ponentes han coincidido en que el mercado demanda una propuesta de valor, por lo que el objetivo no es vender más, sino vender mejor, reforzando la marca y la comunicación del aceite de oliva virgen extra. Entre los participantes en la tertulia han estado representantes de ASAJA Ciudad Real, el International Olive Council, Globalcaja,

el Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha y Cooperativas Agroalimentarias Castilla-La Mancha.

El encuentro ha sido organizado por Siete Agromarketing, con la colaboración de ASAJA Ciudad Real, la Cámara de Comercio e Industria de Ciudad Real, Sipcam y Qemetica, y el patrocinio de Daymsa, Globalcaja y Todolivo. La jornada se ha seguido también a través de redes sociales bajo el hashtag #VIITertuliaOlivar, alcanzando 450 impresiones.