

DOCUMENTO FINAL

PLAN ESTRATÉGICO DE LA MANZANILLA CACEREÑA

GRUPO OPERATIVO REGIONAL MANZANILLA CACEREÑA

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Sostenible



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las zonas rurales

Proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) en un 85% dentro del Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Extremadura 2014-2022, en la medida 16 "Cooperación" submedida 16.1 "Ayuda para la creación y el funcionamiento de grupos operativos de la AEI en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas", siendo el resto cofinanciado por la Junta de Extremadura en un 11,28% y por el Estado, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en un 3,72%.

contenido

1. Diagnóstico	04
1.1 Introducción y referencias básicas	04
1.2 Situación actual	05
1.2.1 Características del cultivo del olivar	06
1.2.2 Producción de aceites de oliva vírgenes	06
1.2.3 Producción de aceituna de mesa	08
1.3 Tendencias y perspectivas	08
1.4 Análisis del entorno	09
1.4.1 Oportunidades	09
1.4.2 Amenazas	11
1.5 Análisis interno	14
1.5.1 Fortalezas	14
1.5.2 Debilidades	15
2. Matriz DAFO sobre olivicultura, oleicultura y aceituna de mesa	19
3. Árboles de problemas a afrontar	21
4. Objetivos que alcanzar	22
4.1. Objetivo general	22
4.2. Objetivos intermedios	22
5. Identificación de ejes estratégicos y de las acciones a priorizar	23
5.1. Retos de la cadena de valor de olivar, de los aceites de oliva y las aceitunas de mesa	23
5.2. Ficha de acciones y medidas	38
Acción 1: Promover la oferta de mano de obra cualificada para el olivar y las industrias	38
Acción 2: Favorecer la profesionalización de los diferentes eslabones en las cadenas de valor del olivar	41
Acción 3: Promover un entorno óptimo para el desarrollo de iniciativas empresariales industriales público-privadas	44
Acción 4: Promover la sostenibilidad en las industrias y en el olivar	47
Acción 5: Incrementar la biodiversidad de los olivares	49
Acción 6: Promover prácticas agrícolas acordes a la nueva PAC y aplicables a la realidad del olivar de sierra del norte de Cáceres	52
Acción 7: Disponer de instrumentos tecnológicos que permitan garantizar la mejor calidad de aceite y de aceituna de mesa en sus diferentes estilos de elaboración	55
Acción 8: Favorecer la concentración de la oferta de la aceituna Manzanilla Cacereña	58
Acción 9: Investigar las ventajas saludables de los productos obtenidos a partir de la aceituna Manzanilla Cacereña	61
Acción 10: Fomentar el consumo de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración en hostelería y la restauración	64

1. Diagnóstico

1.1 Introducción y referencias básicas.

La producción de aceituna para almazara, aceituna de mesa y la elaboración de aceites de oliva, constituye un pilar económico y social fundamental en la comarca. El conocimiento de las características idiosincráticas de su cadena de valor es crucial para articular un plan estratégico que fomente su desarrollo sostenible y competitivo

Como **cadena de valor**, en el contexto agroalimentario, se entiende como el conjunto de actividades interrelacionadas que, desde la producción primaria hasta el consumo final, añaden valor al producto. Incluye todas las etapas por las que pasa la materia prima (la aceituna) hasta convertirse en un producto final (aceite de oliva virgen extra o aceituna de mesa) disponible para el consumidor, abarcando actividades como la producción agrícola, la transformación industrial, la logística, la comercialización y la distribución. Cada eslabón de esta cadena representa una oportunidad para crear valor adicional y mejorar la rentabilidad del conjunto.

La estructura de la cadena de valor en el norte de Cáceres comparte elementos con otras zonas olivareras de España, pero presenta particularidades que derivan de la singularidad de la comarca. Por ello, en este apartado se pretende analizar la realidad de la olivicultura.

La extensión de olivar en el norte de Cáceres es significativa, la superficie de olivar en la provincia de Cáceres representa el 3% del total de la superficie geográfica. A fecha de 2024 el MAPA indica que la provincia cuenta con 58.881 ha, de las que 7.000 están en regadío, casi 23 mil están destinadas a mesa y 35,5 mil destinadas a molino. Solo la superficie forestal y los prados y pastizales superan en superficie al olivar.

En Extremadura, la superficie de olivar ha venido creciendo en los últimos años de una forma relativamente constante en torno a 10 ha/día hasta superar en 2024 las 300 mil hectáreas, de las que más de 75 mil están en regadío. Para el norte de Cáceres, la tendencia es un lento aumento de la superficie, pero con la pérdida de olivar de secano y un aumento del olivar en regadío, indicativo de los cambios y problemas del sector agrícola en global.

Aunque el olivar tradicional y de sierra es el predominante, cada año es más frecuente observar el aumento en las zonas de los valles del Alagón y Tiétar de olivares, incluso de la variedad Manzanilla Cacereña en seto. Por tanto, es inevitable que tanto los marcos de plantación tradicionales y de sierra coexistan con otros marcos más intensivos y competitivos en costes salvaguardando el valor de cada uno y su diferenciación. El olivar tradicional, en su inmensa mayoría es de secano y con árboles de edad avanzada, se caracteriza por menores rendimientos, pero con una notable adaptación al medio y un valor paisajístico, de bien público y medioambiental intrínseco.

La producción de aceituna está fuertemente ligada a la vecería propia del olivo, marcado más aún por las prácticas culturales de los olivicultores de la zona y las limitaciones nutricionales de los suelos ácidos. Ello aporta una elevada variabilidad anual en los volúmenes de cosecha.

En el norte de Cáceres existen 47 almazaras con actividad de las 135 existentes en Extremadura en 2025, para producir una media de 7.500 t de aceite anuales (160 t aceites de oliva/almazara). No obstante, el rango de producciones ha oscilado en los últimos años entre 12,5 y 3,5 millones de kg.

Respecto a entamadoras existen en Cáceres 36 que procesan entre 30-45 millones de kilos de aceituna cruda, básicamente Manzanilla Cacereña para diferentes estilos, siendo la mayoritaria la de estilo californiano o negra oxidada; en menor medida se destina a otras producciones de mayor valor añadido como negras naturales o de cocidas sin fermentar (amarillas).

La comercialización de los aceites de oliva y la aceituna de mesa del norte de Cáceres se realiza a través de diversos canales, desde la venta a granel hasta el envasado y la distribución a través de grandes superficies, comercio minorista y venta directa. La escasa cultura empresarial y la comercialización deficiente, sobre todo en los primeros eslabones de ambas cadenas de valor, junto a la dificultad de competir con otras variedades de más rendimiento graso y características sensoriales más "estandarizadas" (como la textura de la aceituna negra oxidada en determinados mercados) limitan la capacidad de capturar valor añadido en esta fase en mercado más globalizados.

La existencia de dos Denominaciones de Origen Protegidas para el AOVE en Cáceres es una oportunidad para la diferenciación que cuenta con poco apoyo por parte de las empresas comercializadoras. Se requiere una mayor apuesta de las industrias oleícolas para que el consumidor final reconozca y valore estas particularidades pero que sin un mayor apoyo se hace difícil y costoso por parte de las industrias.

Aunque la exportación es una vía muy importante para muchos productos y una forma para diversificar mercados, la participación y peso en contexto político y económico actual debe ser evaluada.

El sector oleícola en el norte de Cáceres contribuye significativamente a la economía local a través de diversos indicadores:

- **Generación de Empleo:** El olivar, especialmente el tradicional, es un gran generador de empleo directo e indirecto, tanto en las labores agrícolas como en las almazaras y en el aderezo de la aceituna de mesa. La estacionalidad de la campaña, así como la brutal vecería son dos factores por considerar.
- **Valor de la Producción:** El valor de la producción de aceituna y de los productos derivados (aceites y aceitunas de mesa) representa una parte relevante del Producto Interior Bruto (PIB) agrario de la comarca.
- **Tejido Empresarial:** El sector dinamiza la economía local a través de la actividad de cooperativas, almazaras, envasadoras y empresas de servicios auxiliares. Las cooperativas, en particular, desempeñan un papel fundamental en la estructuración del sector muy atomizado por la alta dispersión de la población en el norte de Cáceres.
- **Impacto Social y Territorial:** Más allá de los indicadores puramente económicos, el olivar contribuye a la fijación de población en el medio rural, al mantenimiento del paisaje y a la prevención de incendios y erosión, aspectos de gran valor, como bien público, social y territorial. La pérdida de las actividades en ambas cadenas de valor supondrá un daño incalculable más allá de datos económicos.

1.2 Situación actual.

El sector oleícola en el norte de Cáceres se encuentra en un momento de transición, marcado por la coexistencia de elementos tradicionales y la necesidad de adaptación a los desafíos y oportunidades del siglo XXI.

Muy lejos queda ya el escenario proteccionista que debería haber provocado una mejor adaptación a los nuevos escenarios que se dará, sobre todo, en el primer eslabón de las cadenas de valor de los aceites de oliva y la aceituna de mesa: el sector productor. Pero enfrentarse a estas amenazas debe hacer hacerse aprovechando las fortalezas y oportunidades. A continuación, se detallan los aspectos clave de la situación actual.

1.2.1 Características del cultivo del olivar

El norte de Cáceres se caracteriza por un olivar predominantemente tradicional, de secano y en pendiente, con una notable presencia de la variedad autóctona Manzanilla Cacereña. Esta variedad es apreciada tanto para aceituna de mesa como para la producción de aceite de oliva virgen extra (AOVE) de alta calidad. Sin embargo, el sector enfrenta desafíos significativos:

- **Envejecimiento de la población agrícola:** La falta de relevo generacional y la escasa incorporación de jóvenes al sector han provocado el abandono de numerosas explotaciones (100 ha/año entre 2021-2023), lo que puede provocar que unos pocos agricultores gestionen casi la totalidad de las producciones de cada pueblo.
- **Falta de profesionalización:** La escasez de agricultores a título profesional y la limitada formación técnica dificultan la adopción de prácticas agronómicas modernas y sostenibles.
- **El olivo no como actividad económica:** el olivar para muchos olivicultores solo es un complemento para otra actividad agrícola o laborales. Dicha falta de dedicación resta competitividad al olivar.
- **Infraestructuras limitadas:** La mecanización es escasa debido a las características orográficas y al tamaño reducido de las parcelas, lo que incrementa los costes de producción y limita la eficiencia.
- **Olivar muy heterogéneo:** presenta una estructura diversa, con explotaciones de diferentes tamaños y niveles de tecnificación. Persisten olivares tradicionales, de secano y con árboles de edad avanzada, que pueden tener una productividad limitada (3-15 kg/árbol). Al mismo tiempo, se están desarrollando o modernizando algunas explotaciones, con la incorporación de riego, en seto y con la variedad Manzanilla Cacereña.
- **Tamaño y Atomización:** La atomización de la propiedad sigue siendo un rasgo característico, con una alta proporción de pequeñas explotaciones familiares. Esto puede dificultar la inversión en tecnología y la consecución de economías de escala. No obstante, las cooperativas y otras formas de asociación juegan un papel importante al agregar la producción de los pequeños agricultores y facilitar su acceso al mercado.
- **Costes y Productividad:** Los costes de producción están influenciados por factores como la mano de obra, los insumos, las prácticas culturales y la marcada vecería. Estos costes varían significativamente entre explotaciones y años de carga-descargas. La rentabilidad es una preocupación constante para los olivicultores, especialmente en un contexto de precios volátiles y crecientes costes de producción.

1.2.2 Producción de aceites de oliva vírgenes

La producción de aceite de oliva en el norte de Cáceres se distingue por su calidad, especialmente en las zonas amparadas por la Denominación de Origen Protegida (DOP) Gata-Hurdes, que utiliza exclusivamente la variedad Manzanilla Cacereña. Esta variedad confiere a los Aceites de Oliva Vírgenes Extras (AOVEs) un perfil sensorial frutado verde, intensidades medias y equilibradas en amargo-picante y un contenido en fenoles medio (300-600 mg/kg), características altamente valoradas en el mercado.

No obstante, el sector enfrenta varios retos

- **Bajos rendimientos:** El rendimiento medio de la aceituna para almazara es muy inferior al de otras variedades, estando en torno al 8-10%, frente al 18-21% habitual en zonas de Tierra de Barros o La Serena, lo que afecta negativamente a la rentabilidad de las explotaciones.
- **Volumen y Calidad:** La producción de aceite de oliva en el norte de Cáceres está sujeta a la variabilidad climática, con años de alta y baja producción. La calidad del aceite es un factor diferenciador, con un esfuerzo creciente por parte de los productores por obtener aceites de oliva virgen extra de alta calidad.
- **Almazaras:** Las almazaras de la región están realizando inversiones para modernizar sus instalaciones y mejorar la eficiencia del proceso de extracción. Sin embargo, algunas almazaras, especialmente las de menor tamaño, pueden tener dificultades para competir en costes, acceso a proveedores locales y competitividad.
- **Competencia desleal:** sobre todo a nivel local se compite muchas veces desde las almazaras con individuos que, con el aceite procedente de sus maquilas, destinadas a autoconsumo, comercializan un producto de forma ilícita sin el mismo control, ni exigencias administrativas, ni regulación que las almazaras.
- **Limitada comercialización:** La mayor parte del aceite producido se consume localmente o se vende a granel, con escasa presencia en mercados exteriores o envasado bajo marcas propias.
- **Canales:** Los canales de comercialización incluyen la venta a granel, el envasado y la venta directa. La venta a granel sigue siendo importante, pero existe un creciente interés en el envasado y la comercialización con marca propia, lo que permite a los productores capturar un mayor valor añadido.
- **Precios y Competencia:** Los precios de los aceites de oliva están influenciados por factores globales y nacionales, y posee una elevada volatilidad. La competencia de otras regiones productoras y países es un desafío constante, sobre todo con una calidad "normal" o mínima.
- **Marketing y Consumo:** El marketing y la promoción de los AOVEs están adquiriendo una mayor importancia, con un enfoque en la calidad, la salud y la sostenibilidad. Los consumidores están cada vez más informados y exigentes, buscando productos de alta calidad y con atributos diferenciadores.



1.2.3 Producción de aceituna de mesa

La aceituna de mesa, especialmente la variedad Manzanilla Cacereña, representa una parte significativa del sector olivarero en el norte de Cáceres. Esta variedad es reconocida por su calidad y se cultiva principalmente en seco. Sin embargo, el sector enfrenta desafíos importantes:

- **Precios insuficientes:** Los productores denuncian que los precios pagados por la aceituna de mesa no cubren los costes de producción, lo que pone en riesgo la viabilidad económica de las explotaciones.
- **Falta de reconocimiento:** A pesar de la calidad del producto, no existe, en primer lugar, un reconocimiento propio, en segundo de una valoración en determinados mercados, y, en tercer lugar, una DOP/IGP específica para la aceituna Manzanilla Cacereña, lo que limita su valorización y diferenciación en el mercado.
- **Prácticas de recolección tradicionales:** La recolección manual, necesaria para mantener la calidad del fruto, incrementa los costes y requiere una mano de obra que escasea cada vez más. Ello ha llevado a una recolección con vibradores de mochila que, aunque incrementa la capacidad de recolección diaria por persona, daña al fruto y lo hace menos viable y apto para determinadas elaboraciones.
- **Diferentes destinos comerciales/elaboraciones:** la aceituna Manzanilla Cacereña, es destinada principalmente para su elaboración como negra oxidada con el principal fin de ser deshuesada y cortada a rodajas. Por ello se demanda por el sector calibre concreto que en ocasiones chocan con los calibres ofrecidos por algunos olivicultores que conducen el olivo a obtener calibres grandes con el fin de destinar para "amarillas" o "negras naturales".

1.3 Tendencias y perspectivas

El sector olivarero en el norte de Cáceres muestra una dualidad entre la calidad del producto y las dificultades estructurales que enfrenta. Las tendencias actuales indican:

- **Enfoque hacia la calidad:** La producción se orienta cada vez más hacia la obtención de productos de alta calidad, aprovechando las características únicas de la variedad Manzanilla Cacereña y las condiciones agroclimáticas de la región.
- **Necesidad de profesionalización:** Es imperativo fomentar la formación técnica y empresarial de los agricultores, así como incentivar la incorporación de jóvenes al sector para garantizar su sostenibilidad. La tendencia es positiva y hay que seguir apoyando desde la administración y otras entidades la decisión de muchos jóvenes de apostar por este cultivo.
- **Diversificación y comercialización:** Se requiere una estrategia de diversificación de productos y mercados, incluyendo el desarrollo de marcas propias, la obtención de certificaciones de calidad y la apertura de nuevos mercados internacionales.
- **Adaptación de prácticas sostenibles:** La implementación de prácticas sostenibles, tanto en campo como en las industrias, y resilientes es esencial para enfrentar los desafíos futuros y favorecer la diferenciación y competitividad.
- **Innovación:** La innovación tecnológica está transformando el sector, con la adopción de herramientas de agricultura de precisión, la digitalización de procesos y el desarrollo de nuevos productos/presentaciones.

- **Calidad y Diferenciación:** La calidad y la diferenciación son estrategias clave para aumentar el valor de los aceites de oliva y la aceituna de mesa, con un enfoque en la producción de AOVE de alta gama y la valorización de las características nutricionales únicas de ambas cadenas de valor.
- **Consumidor:** Hay un mercado en el que el consumidor actual busca productos saludables, sostenibles, convenientes y con una historia que contar. Las estrategias de marketing deben adaptarse a estas nuevas demandas.

En resumen, el sector oleícola en el norte de Cáceres se encuentra en un momento crucial para alguno dramático, para otros una encrucijada o dilema, para otros una oportunidad..., pero con la clara obligatoriedad de equilibrar la tradición con la modernización del cultivo, la sostenibilidad y la competitividad. El éxito del sector dependerá de la capacidad de los oleicultores y otros agentes para adaptarse a los cambios del mercado y aprovechar las oportunidades que se presentan.

1.4 Análisis del entorno.

1.4.1 Oportunidades.

La matriz DAFO, como herramienta de análisis estratégico, permite identificar los factores externos que pueden favorecer el desarrollo del sector oleícola en el norte de Cáceres. En este punto se focalizan las "Oportunidades", es decir, aquellas tendencias y cambios en el entorno que pueden ser aprovechados para fortalecer el sector.

1.4.1.1 Cambios en los hábitos de consumo.

Hay que diferenciar dos diferentes tendencias que impactan sobre el sector. Uno el mercado nacional y el otro desde la perspectiva mundial. El mercado nacional, al igual que tiene lugar en países productores como Italia y Grecia, va en una dirección casi constante de reducción del volumen de consumo per cápita. Aunque el factor precio o nivel de renta puede agravar este descenso, los consumidores españoles siguen teniendo una elevada fidelidad al producto, sobre todo a los AOVEs habiendo reducido menos de los esperado su compra en los meses de más aumento de precio entre 2023-2024. Este descenso está provocado por el aumento de alimentos que no requieren el gasto de grasas vegetales en los hogares (platos precocinados, gazpacho/salmorejos refrigerados, salsas para aliños, precocinado, ultraprocesados, etc.). La fuerte reducción de alimentos fresco indica el creciente abandono de la cocina. El cambio de la "cesta de la compra" por la "bolsa de papel Kraft" por el crecimiento vertiginoso del "delivery" saca la cocina de los hogares para situarla en los restaurantes y cadena de comida rápida.



Sin embargo, como parte positiva, hay que ver como una oportunidad que el consumo de AOVEs será parte del ocio del consumidor, cocinar será un hobby y no una necesidad. Por ello hay que vincular el consumo con un mercado de mayor nivel formativo-cultural, hacia el consumo

de alimentos saludables y naturales, por sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud. Los consumidores fieles están cada vez más interesados en la calidad, la autenticidad y el origen de los productos, lo que representa una oportunidad para los aceites de oliva de la región, siempre que se puedan diferenciar y comunicar sus características únicas.

El lado positivo es que la demanda mundial crecerá, pues no hay realmente un stock de aceites de oliva y ningún producto, salvo los tecnológicos, han aumentado tanto su consumo a nivel mundial como los aceites de oliva en los últimos 25 años. En los últimos años no ha aumentado el consumo de aceites de oliva porque no ha habido suficiente para abastecer el mercado por las malas producciones en los países del mediterráneo. En esta línea, con la vista fuera del mercado interno, la demanda de productos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente está en aumento, lo que impulsa la producción de aceites de oliva ecológicos y la adopción de prácticas agrícolas sostenibles.

1.4.1.2 Estructura de la demanda y del comportamiento del consumidor.

Hay que poner en valor la elevada fidelidad de los consumidores, debiéndose confiar, como en otras ocasiones con fuertes oscilaciones del consumo por la volatilidad de los precios, en la recuperación del consumo y de la cuota de mercado cuando los precios están en niveles "normales". Lo acontecido entre los años 2023/24, como consecuencia de la baja producción, los precios subieron anormalmente y hubo un trasiego de consumidores de los "aceites de oliva" a otras de semilla.

El fuerte aumento mundial de los aceites de oliva, en países donde no existe una tradición ni una cultura arraigada en generaciones, se debe sin duda a las propiedades saludables de los aceites de oliva. Será importante poder comunicar por qué lo es, y cómo determinada marca puede ayudarte a alcanzar dichas propiedades.

La diversificación de la demanda, con la aparición de nuevos segmentos de consumidores y usos de los aceites de oliva (conservas gourmet, cosmética, etc.), abre nuevas oportunidades de mercado.

El desarrollo del comercio electrónico y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) facilitan el acceso a los mercados y la comunicación con los consumidores. La venta directa y *on line* está creciendo en el consumo interno, lo cual está ayudando a que la cuota de mercado de pequeños envasadores aumente.

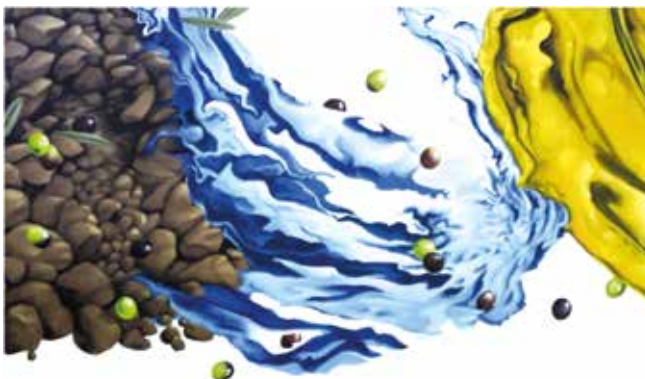
La creciente importancia del oleoturismo, el gastronómico, incluso el religioso en determinadas localidades, y el interés por los productos locales y tradicionales pueden impulsar la demanda de aceites de oliva de la región.



1.4.1.3 Consideración sociopolítica del olivar, aceites de oliva y de la aceituna.

El olivar desempeña un papel importante en la conservación del paisaje, la cultura, la biodiversidad y la lucha contra la desertificación, lo que le otorga un valor social y medioambiental que puede ser aprovechado para obtener apoyos y financiación destinadas a su conservación y promoción. El olivar como garante del mantenimiento del norte de Cáceres desde ser considerado por las instituciones como sector estratégico y línea prioritaria de la política autonómica.

Las políticas agrarias y los programas de desarrollo rural pueden ofrecer ayudas y subvenciones a los oleicultores, especialmente a aquellos que adopten prácticas sostenibles y contribuyan al desarrollo rural. El olivar y sus industrias son clave en la vertebración del territorio, la provincia y la comunidad autónoma, debido a su influencia en las economías locales y mantenimiento de la población en zonas rurales.



La promoción de las denominaciones de origen protegidas (DOP) e indicaciones geográficas protegidas (IGP) puede contribuir a la valorización y protección de los aceites de oliva de la región.

1.4.1.4 La aparición de nuevas industrias.

Las propiedades saludables, antioxidantes y beneficiosas que poseen los productos del olivar han provocado el desarrollo de nuevas industrias que han sabido crear una nueva vía de valorización de subproductos del olivo. Ello ha venido impulsado por la creciente demanda de productos derivados del olivar (fármacos, cosméticos, productos de bienestar, etc.) abre nuevas oportunidades de negocio para los oleicultores.

El desarrollo de la bioeconomía y la valorización de los subproductos del olivar (orujo, alperujo) pueden generar nuevas fuentes de ingresos y contribuir a la sostenibilidad del sector, no solo para la generación de aceite de orujo, sino de compost, energía eléctrica, etc.

1.4.2 Amenazas.

Las amenazas representan los factores externos que pueden tener un impacto negativo en el sector oleícola. Identificar estas amenazas es crucial para desarrollar estrategias que permitan mitigarlas o convertirlas en oportunidades.

Es importante tener en cuenta que estas amenazas no son estáticas y pueden evolucionar con el tiempo. Por lo tanto, es fundamental un seguimiento continuo del entorno, disponer de un cuadro de mandos que aporte información y una adaptación proactiva por parte del sector olivícola, oleícola y de la aceituna de mesa.

1.4.2.1 Características del mercado, oferta, producción, demanda y consumo.

El sector de la aceituna, sobre todo en el norte de Cáceres, destaca por la volatilidad de los precios de la aceituna fresca al igual que la de los aceites de oliva vírgenes. El mercado de los aceites de oliva se caracteriza por la volatilidad de los precios, influenciada por factores como

la producción mundial, las condiciones climáticas y las fluctuaciones de la demanda. Esta volatilidad puede afectar la rentabilidad de los oleicultores y generar incertidumbre en el sector.

La competencia internacional La competencia de otros países productores, tanto de aceites de oliva como de aceituna de mesa, con estructuras de costes más competitivas, legislaciones nacionales más laxas o estrategias de comercialización más agresivas, representa una amenaza para el sector.

La concentración de la demanda en diferentes puntos de la cadena de valor, junto con la creciente concentración de la demanda en grandes cadenas de distribución y de exportación ejerce una elevada presión sobre los precios y reduce el poder de negociación de los productores.

Existe una elevada dependencia de la gran distribución por su posición dominante en la comercialización en volumen tanto de AOVEs como aceituna de mesa, lo que limita el poder de negociación de los productores, afectando negativamente a sus márgenes de beneficio.



Ya se ha comentado anteriormente la importancia de los cambios en los hábitos de consumo, en los que el cambio de la “cesta de la compra” hacia la “bolsa de papel Kraft” conduce a la sociedad a una sustitución por nuevos productos o dietas en los que los productos del olivar tienen poco peso o reduce la presencia en las cocinas españolas.

Los consumidores son cada vez más exigentes en cuanto a la calidad, la seguridad alimentaria, la sostenibilidad y la información sobre los productos, lo que requiere una adaptación constante por parte de los productores.

La introducción de nuevos controles administrativos, la presión de agencias de control y, sobre todo, la limitación de presencia de MOSH-MOAH puede provocar que muchas industrias no puedan afrontar la atención a cuestiones administrativas, comerciales y garantizar la no presencia de, en este caso de inminente aplicación, el contenido de MOSH-MOAH.

1.4.2.2 Competencia vía productos

La competencia de otros aceites vegetales, a menudo más baratos, representa una amenaza para el mercado de los aceites de oliva. La existencia de productos sustitutivos siempre ha sido la competencia más importante que ha tenido el sector de los aceites de oliva, habiendo sido frecuente un flujo de demanda en función, básicamente del precio. Circunstancias puntuales como el desabastecimiento de grasa de girasol con la guerra de Ucrania, así como el aumento de precios de los aceites de oliva entre 2023 y 2024 ha mostrado la fidelidad del consumidor nacional. Sin embargo, el aumento del delivery puede conllevar a que la grasa empleada para la elaboración de las comidas no sean aceites de oliva.

No hay que perder de vista la aparición de nuevos productos o dietas que reducen el consumo de grasas puede afectar la demanda de aceites de oliva.

1.4.2.3 Marcos de plantación más competitivos

La expansión de los olivares intensivos y superintensivos en otras regiones, con mayores rendimientos y menores costes de producción, al mismo tiempo que una oportunidad para agricultores que antes tenían otros cultivos como principal fuente de ingresos a introducirse en la cadena de valor olivícola y una vía de reducir el abastecimiento a las industrias transformadoras en años de descarga del olivo, representa una amenaza para la competitividad del olivar tradicional al poderse producir más kilos de aceituna Manzanilla Cacereña por hectárea y a unos costes más reducidos.

A esto se suma el hecho de poder plantar esta misma variedad en seto en otros países del mundo, como Marruecos o EE.UU. con ventajas comerciales y legislativa con respecto a los productores del norte de Cáceres.

La lenta modernización del olivar, la costosa o poco amortizable adopción de nuevas tecnologías y prácticas de manejo en algunas explotaciones puede reducir la eficiencia productiva y la competitividad del olivar tradicional.

1.4.2.4 Geopolítica en mercados claves

Tanto los conflictos bélicos con sanciones a países con elevada tradición de mercado de venta de alto volumen, como Rusia más las barreras arancelarias en mercados claves, como EE-UU. afecta negativamente a las exportaciones. La ausencia de mercados creados que permitan absorber el volumen que se deje de exportar será un lastre hacia la rentabilidad de toda la cadena de valor.

1.4.2.5 Desinformación y percepción negativa

El uso de las redes sociales y el establecimiento de falsos prescriptores y expertos pueden provocar campañas de desinformación que perjudique a una marca o se extienda sobre todo una cadena de valor. El no disponer de un sistema de alerta y detección de bulos o desinformación puede provocar desconfianza en el consumidor, que éste rechace un determinado producto.

1.4.2.6 Cambios en la Política Agraria

Los cambios en la Política Agraria Común (PAC) va a implicar una reducción de las subvenciones y ayudas a los oleicultores, lo que afectaría su rentabilidad. Esta reducción provocará una mayor liberalización del mercado y mayor competencia en el mercado de origen con otros países productores del norte de África.

La nueva PAC 2023-2027 introduce un Plan Estratégico Nacional que, aunque incluye ayudas asociadas para el olivar tradicional, plantea incertidumbres respecto al porcentaje de disociación de las ayudas y su impacto en las explotaciones del norte de Cáceres. Las nuevas exigencias medioambientales y la complejidad administrativa de la PAC pueden suponer una carga adicional para los pequeños productores, dificultando su acceso a las ayudas y su adaptación a las nuevas normativas.

A ello hay que sumar la desigualdad en la distribución de ayudas, con la concentración de las ayudas en grandes explotaciones y la falta de criterios que favorezcan a las zonas con dificultades naturales pueden agravar las desigualdades y poner en riesgo la viabilidad de las explotaciones tradicionales en áreas como el norte de Cáceres.

A ello hay que sumar la introducción de nuevas regulaciones en materia de medio ambiente, seguridad alimentaria (p.e. MOSH.MOAH) o etiquetado puede aumentar los costes de producción y la complejidad de la gestión de las explotaciones.



1.5 Análisis interno

1.5.1 Fortalezas

Las fortalezas son los atributos internos de ambas cadenas de valor que, de aprovecharse y orientarse en la dirección de las oportunidades, les confieren una ventaja competitiva. Identificar y potenciar estas fortalezas es esencial para el desarrollo estratégico del sector.

1.5.1.1 Tradición y cultura olivarera

El olivar, sobre todo el de sierra y el tradicional, forma parte del patrimonio cultural y la identidad de la región, con una tradición milenaria y un saber hacer transmitido de generación en generación. La existencia de registros escritos del siglo XVI sobre la elaboración de aceites de oliva y recetas de elaboración de aceituna de mesa refuerzan esa tradición y peso histórico en la zona (ver Figura 1).

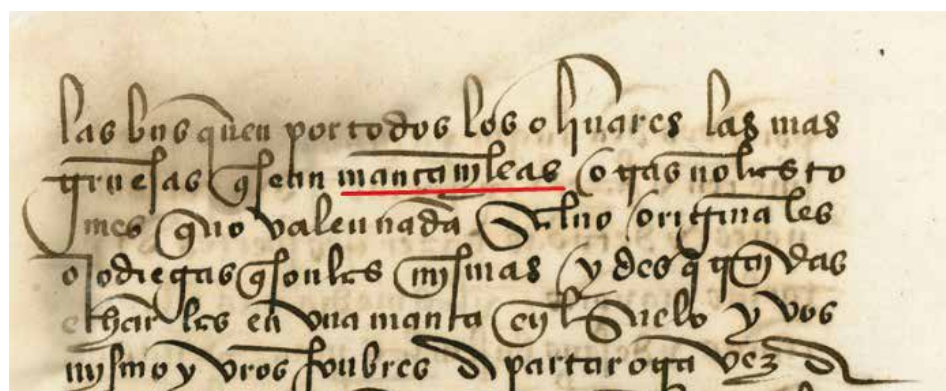


Figura 1. Detalle de la primera referencia escrita de la variedad manzanilla en 1509 en el "Libro de los Oficios del Monasterio de Guadalupe".

Este patrimonio cultural puede ser un atractivo para el turismo oleícola y gastronómico, y puede contribuir a la diferenciación de los productos.

1.5.1.2 Adaptación al medio

El olivar tradicional en el norte de Cáceres, caracterizado por su cultivo en secano y en pendientes, contribuye a la conservación del paisaje, la biodiversidad y la prevención de la erosión del suelo. Estas prácticas sostenibles, junto con la transmisión intergeneracional de conocimientos, fortalecen la identidad cultural y ambiental de la región.

La variedad autóctona está adaptada a las condiciones edafoclimáticas del norte de Cáceres, lo que les confiere una mayor resistencia a las enfermedades y a la sequía.

Esta adaptación al medio puede ser una ventaja competitiva en un contexto de cambio climático y creciente preocupación por la sostenibilidad.

1.5.1.3 Potencial de diversificación

El olivar ofrece un potencial de diversificación más allá de la producción de aceite y aceituna de mesa, incluyendo la producción de cosméticos, productos de bienestar, la valorización de subproductos, oleoturismo, etc. Esta diversificación puede generar nuevas fuentes de ingresos y aumentar la resiliencia del sector.

La combinación de paisajes singulares, productos de alta calidad y patrimonio cultural ofrece oportunidades para el desarrollo del oleoturismo. Iniciativas como jornadas de agroturismo y rutas del aceite y aceituna de mesa permiten diversificar la economía local, promover el producto y sensibilizar sobre la importancia del sector oleícola.

1.5.1.4 Características y calidad de los aceites de oliva vírgenes extra

El norte de Cáceres cuenta con una tradición olivarera que se traduce en la producción de AOVE de alta calidad, con características organolépticas distintivas, singulares, únicas. Esto le permite que una diferenciación por calidad pueda ser una estrategia clave para competir en el mercado y obtener un mayor valor añadido.

El AOVE obtenido de la variedad Manzanilla Cacereña se distingue por su perfil sensorial equilibrado, con notas frutadas verdes, amargor y picante moderados, y una acidez muy baja (inferior al 0,3%). Su alto contenido en ácido monoinsaturados (78–80%), fenoles le confiere propiedades antioxidantes y cardiovasculares destacadas y una elevada estabilidad para almacenarse durante un tiempo al no ser tan perecedero como el de otras variedades. Estas características lo posicionan como un producto premium en mercados nacionales e internacionales.



1.5.1.5 Características y calidad de la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña

La aceituna de mesa de la variedad Manzanilla Cacereña es un producto autóctono con una calidad reconocida y un gran potencial de diferenciación. La aceituna Manzanilla Cacereña es valorada por su textura, relación pulpa/hueso, sabor suave y equilibrado, y su versatilidad para el consumo en verde y negro. Su cultivo en secano y recolección manual preservan sus cualidades organolépticas, siendo apreciada en mercados gourmet y tradicionales. La valorización de esta variedad puede contribuir al desarrollo de un nicho de mercado y a la promoción de la identidad territorial.

Las mismas propiedades nutricionales anotadas para los AOVEs son extrapolables a las aceitunas de mesa, las cuales también poseen igual perfil de ácidos grasos y un elevado contenido de antioxidantes.

1.5.1.6 Existencia de estructuras cooperativas y asociativas

La presencia de cooperativas y asociaciones facilita la recepción, transformación, comercialización y promoción conjunta de los productos olivícolas. Estas entidades fortalecen la posición de los productores en la cadena de valor y fomentan la innovación y la calidad.

1.5.2 Debilidades

Las debilidades son los factores internos que limitan el desarrollo del sector y lo hacen vulnerable a las amenazas externas. Son déficits que hay que tratar de cubrir o evitar. Identificar y superar estas debilidades es fundamental para mejorar la competitividad del sector.

1.5.2.1 Aspectos relacionados con la calidad singular

La mejora de la calidad y las características singulares de los AOVEs y aceituna de mesa Manzanilla Cacereña puede ocurrir que no sean comprendidas o valoradas por el consumidor por no hacerse una eficiente comunicación, la argumentación no sea suficiente y/o se tenga una buena valoración de productos sustitutivos o similares (p.e. "aceite de olivar" o aceitunas de otras variedades).



1.5.2.2 Atomización del sector e insuficiente cooperación inter e intrasectorial

La atomización de la propiedad y la dispersión de los productores dificultan la consecución de economías de escala y reducen el poder de negociación frente a otros agentes de la cadena de valor. La insuficiente concentración de la oferta hace perder la posibilidad de un mayor poder de negociación en el mercado y abordar acciones de cierta envergadura.

En primera instancia, la predominancia de pequeñas y medianas explotaciones, muchas de ellas de carácter familiar, dificulta la adopción de economías de escala, la modernización de las explotaciones y la implementación de estrategias conjuntas de comercialización y producción. Cabría destacar el escaso asociacionismo en la fase de producción de aceituna, la cual ha aumentado en los últimos años, aunque debería reforzarse en la posibilidad de obtener inputs a más bajos precios y desarrollar un acceso a determinados servicios a explotaciones y compartir el empleo de maquinaria.

La insuficiente cooperación entre los productores, las almazaras, las entamadoras, las envasadoras y otros agentes del sector limita el desarrollo de proyectos conjuntos de innovación, comercialización y promoción. Falta integración vertical, el productor de aceituna debe ser consciente que el puesto o la cooperativa no es el "mercado final", que su misión no solo es cultivar el olivo, sino que es ayudar a "vender/comunicar" el producto transformado. La falta de enfoque hacia las demandas y tendencias del mercado impide la adaptación de los productos (p.e. el calibre óptimo para la industria) a las preferencias de los consumidores, afectando la competitividad del sector.



1.5.2.3 Débil cultura empresarial

En algunos casos, se observa una falta de orientación al mercado y una escasa adopción de prácticas de gestión empresarial modernas.

La aversión a compartir el riesgo, desconocimiento de los mecanismos de mercado y la resistencia al cambio pueden frenar la innovación y la adaptación a las nuevas tendencias del mercado.

1.5.2.4 Escasa profesionalización del sector

Este aspecto afecta a todos los eslabones de la cadena de valor de la aceituna. Por un lado, el envejecimiento de la población activa y la dificultad para asegurar el relevo generacional plantean un problema de falta de mano de obra cualificada. Y la mano de obra que está disponible le falta de formación y capacitación en nuevas tecnologías y prácticas de manejo puede limitar la eficiencia y la competitividad del sector.

Pero también es importante anotar que la limitada oferta de formación especializada en olivicultura y gestión agraria impide la adquisición de estos conocimientos y habilidades necesarias para mejorar la productividad y la sostenibilidad del sector.

Por otro lado, a nivel de gestión, la ausencia de gestión empresarial se materializa en una ineficiente gestión comercial, empresas de baja escala productiva y comercial, mantener marcas, hacer publicidad, campañas de promoción, limitada capacidad de negociación con grandes empresas de distribución y poco viable abordar actividades de I+D+i, etc.

La carencia de formación en áreas clave como la contabilidad, el marketing y la planificación estratégica reduce la capacidad de los diferentes eslabones de la cadena de valor para tomar decisiones informadas y sostenibles.

Sin estas capacidades necesarias, poco se puede aprovechar el potencial singular de la Manzanilla Cacereña.

1.5.2.5 Comercialización deficiente

Es cierto que existen en el mercado denominaciones comerciales confusas para la inmensa mayoría de los consumidores y sector HORECA, lo que dificulta fijar en la mente las características diferenciadoras. Tampoco la volatilidad de los precios, pero hay aspectos que sí son internos del sector, como, por ejemplo, la dependencia de la venta a granel y la escasa comercialización con marca propia limitan la capacidad de los productores para capturar valor añadido.

La debilidad de las estructuras de comercialización y la falta de estrategias de marketing eficaces dificultan el acceso a los mercados y la diferenciación de los productos.

1.5.2.6 Limitada capacidad de inversión

La baja rentabilidad y la incertidumbre del mercado pueden limitar la capacidad de los productores para invertir en la modernización de las explotaciones, salvo para los agricultores que cambian de cultivo apostando por el olivar en seto y que, además adoptan nuevas tecnologías y la mejora de la competitividad de sus olivos.

1.5.2.7 Dependencia de las subvenciones

La excesiva dependencia de las subvenciones y ayudas públicas puede reducir la competitividad del sector y hacerlo vulnerable a los cambios en las políticas agrarias.

A ello se suma un acceso limitado a financiación, dificultades para acceder a créditos y otras ayudas económicas que limitan la capacidad de inversión en mejoras tecnológicas y estructurales.

2. Matriz DAFO sobre olivicultura, oleicultura y aceituna de mesa.

DEBILIDADES 	AMENAZAS 
D.1. Minifundismo y atomización de pequeñas parcelas de difícil mecanización.	A.1. Volatilidad de los precios.
D.2. Olivar de bajo y vecero rendimiento.	A.2. Fuerte competencia: regional, nacional e internacional
D.3. Cooperativas pequeñas y con poco personal técnico.	A.3. Reducción paulatina de subvenciones europeas en un periodo relativamente corto.
D.4. Poca concentración de la oferta.	A.4. Vecería muy marcada en determinadas condiciones.
D.5. Bajo peso de certificaciones DOP.	A.5. Desconocimiento de las calidades de aceites por parte de los Consumidores.
D.6. Volumen de envasado de AOVE es pequeño para comercialización.	A.6. Cambios en la Política Agraria
D.7. Dificultades de comercialización.	A.7. Incremento de la oferta de nuevas marcas en la región con perfiles sensoriales similares.
D.8. No existe marca comarcal.	A.8. La venta local de otras marcas nacionales a un precio más competitivo que el de la almazara.
D.9. Mucha materia prima sale de la zona de producción.	A.9. La comercialización creciente de Aceite de Orujo + Girasol procedente de Portugal (Tempero).
D.10. Cooperativismo con escasa visión comercial.	A.10. Aumento de productos sustitutivos y se pueden mezclar AO con otras grasas vegetales en países internacionales.
D.11. Escasa profesionalización del sector, bajo asociacionismo y hondos localismos.	A.11. Olivar en marco superintensivo de Manzanilla Cacereña en lugares lejanos a la zona endémica de la variedad.
D.12. La costumbre y hábitos erróneos adquiridos como malas prácticas agrícolas del olivar tradicional.	A.12. Puesta en el mercado del aceite de "verde" cada día de forma más temprana.
D.13. El olivar es considerado como generador de rentas complementarias.	A.13. Cambio climático, a parte de la sequía y agravar la vecería, puede desplazar la mosca a zonas donde no era grave su efecto.
D.14. Preferencia del consumidor local por el sabor del AOV maduro.	A.14. Regulación y ayudas sesgadas que por falta de apoyos específicos afecta negativamente a la competitividad del olivar tradicional.
D.15. Volúmenes de producción elevados a precios muy por debajo de costes.	A.15. Dinámica negativa de abandono de olivos, incendios, despoblación, etc que puede catalizar todas las amenazas anteriores.
D.16. El no poder destinar aceituna ecológica a aceituna de mesa.	
D.17. Dependencia de las subvenciones para mantener la rentabilidad del olivar.	
D.18. Dependencia de la mano de obra familiar.	
D.19. Envejecimiento y relevo generacional escaso.	

FORTALEZAS



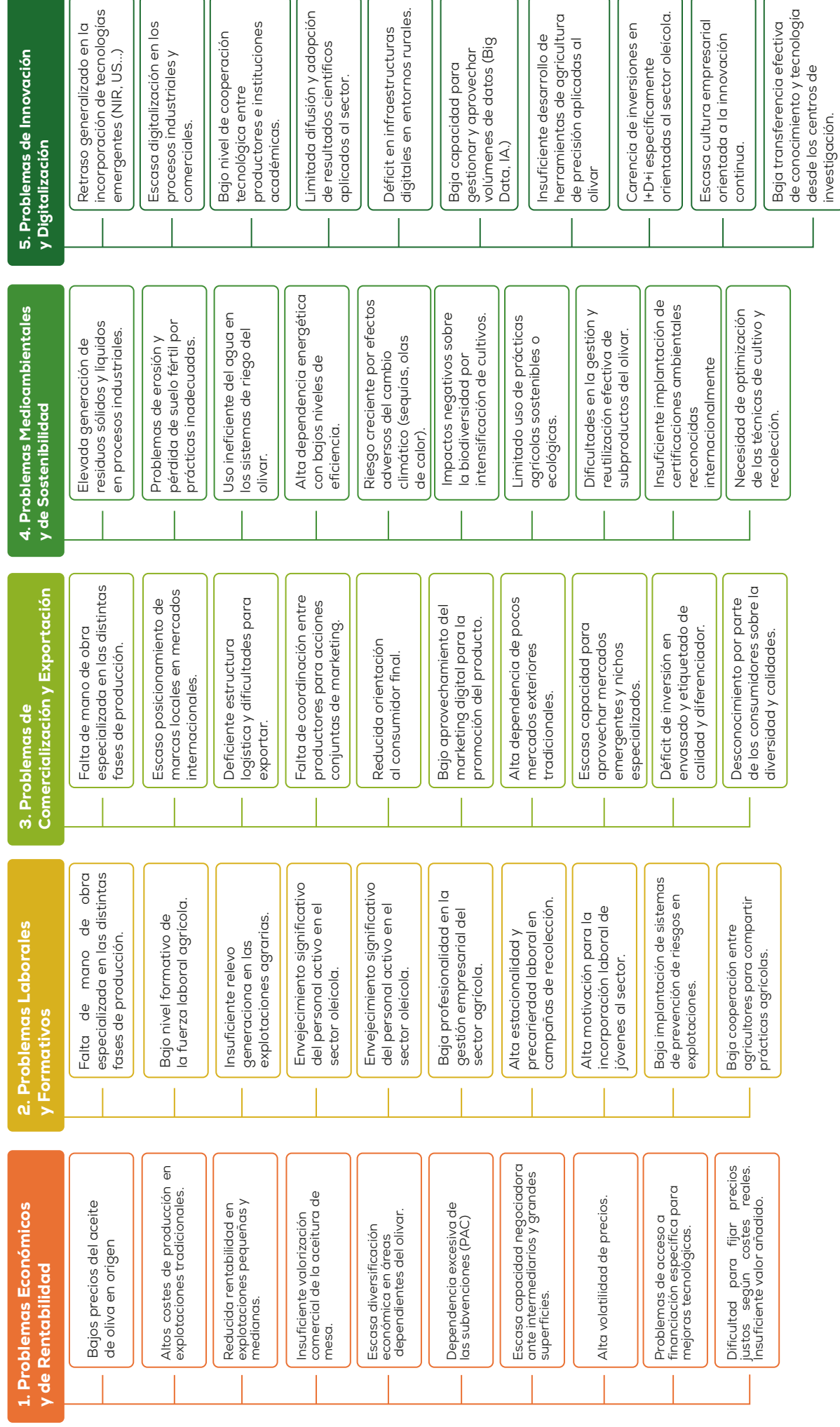
- F.1.** Variedad autóctona con características propias y registros históricos de su uso desde hace siglos.
- F.2.** Aceite de Oliva Virgen Extra tiene buena reputación por el alto potencial de calidad (nutricional, organoléptica...).
- F.3.** Aceituna de mesa con unas propiedades sensoriales, nutricionales y físicas diferentes al de la competencia.
- F.4.** Riqueza cultural y ambiental muy elevada.
- F.5.** Sector tecnológicamente avanzado (tanto almazaras como entamadoras).
- F.6.** Los Aceites de Oliva son considerados todos como producto tradicional de origen mediterráneo, sano y natural, a favor de las tendencias de consumo.
- F.7.** Potencial de diversificación en otras actividades.
- F.8.** DOP Gata-Húrdes con alta valoración en el mercado.
- F.9.** Cooperativas y asociaciones que facilitan la gestión y la defensa de los intereses de los olivicultores.
- F.10.** Recursos hídricos limítrofes para los agricultores que se apuestan por el olivar Manzanilla Cacereña.

OPORTUNIDADES



- O.1.** Extremadura como zona agrícola es un activo.
- O.2.** Demanda mundial creciente.
- O.3.** A pesar de la reducción del consumo, baja menos los aceites de calidad (AOVE temprano) cada día mayor.
- O.4.** Un turismo creciente que puede servir de catalizador de productos locales.
- O.5.** Diversificación y diferenciación.
- O.6.** Producto con capacidad de transmitir placer, felicidad y satisfacción al consumidor.
- O.7.** Buena relación "Calidad - Precio - SERVICIO".
- O.8.** La posibilidad de vincular el AOVE de la zona con una amplia oferta de actividades diferentes y turismo (religioso, caza, geológico, deportivo...).
- O.9.** Gran fidelización de los consumidores a los Aceites de Oliva.
- O.10.** Junto con una reducción de la cuota de mercado de las grandes envasadoras, la venta on line y directamente al productor está aumentando.
- O.11.** El aprovechamiento de los residuos y subproductos de la almazara para fomentar la Economía Circular.
- O.12.** Aparición de nuevas industrias para el aprovechamiento de productos del olivar
- O.13.** Oleoturismo y la promoción local.
- O.14.** Aumento de la agricultura ecológica para las aceitunas destinadas a molino.
- O.15.** Nuevas tecnologías aplicadas al olivar y las almazaras permitirían reducir riesgos y aumentar competitividad.

3. Árboles de problemas a afrontar.



4. Objetivos que alcanzar

4.1. Objetivo general.

A partir de los resultados del análisis DAFO se consigue hacer una imagen de la situación actual de la olivicultura y de las industrias que transforman las aceitunas Manzanilla Cacereña. Este punto inicial marca la situación de partida, la cual debe marcar una situación futura deseada y mejor el actual. Para ello se deben de marcar un objetivo principal el cual a su vez será completado una vez se alcance los diferentes objetivos intermedios.

El objetivo clave que se ha de perseguir con las estrategias y actuaciones que se recogerán en este documento y en posteriores versiones, es aumentar la competitividad del sector de la aceituna en el norte de Cáceres. Para ello se deberá conseguir un cambio en la orientación de la olivicultura y en las diferentes industrias de transformación de este producto a fin de conseguir una mayor vinculación con el mercado y la comercialización de estos productos obtenidos a partir de aceituna Manzanilla Cacereña.

Paralelamente se ha de aumentar la productividad del sector en el marco de un desarrollo sostenible favoreciendo la economía circular y todo ello con una gestión más eficiente tanto de las explotaciones olivareras, así como de las industrias, a fin de alcanzar un mayor nivel de competitividad frente a otros marcos productivos no aplicable a las zonas más tradicional en el olivar en el norte de Cáceres.

4.2. Objetivos intermedios.

El objetivo general se podrá alcanzar a través de la consecución de diferentes objetivos intermedios. Además, algunos de estos objetivos intermedios podrán estar estrechamente relacionados entre sí, total o parcialmente, y la consecución del máximo de estos permitirán alcanzar el objetivo principal con un alto grado de suficiencia.

Los objetivos intermedios identificados a partir de la metodología Delphi son los recogidos en la Tabla 2. En total se identificaron un total de 50, algunos similares a otros, pero cada uno buscando atajar los problemas identificados en el árbol de problemas generado con la matriz DAFO.

A su vez, a fin de simplificar los objetivos y ajustarlos a los retos del sector se agruparon estos 50 objetivos en 7 retos (ver Tabla 2). Inicialmente se propusieron 6, pero las respuestas de los expertos invitaban a separar un reto en dos, debido a la clara identidad y concreción de los objetivos secundarios identificados como principales y de más fácil ejecución.

La **Metodología Delphi** se ha aplicado para concretar los objetivos necesarios abarcar como una herramienta fundamental para la prospectiva y la construcción de consenso entre un panel de expertos. Este panel de experto de propuso a partir de los miembros colaboradores y participantes en el Grupo Operativo Regional.

Esta técnica, sistemática y estructurada, permite recopilar y refinar juicios de un grupo de especialistas de manera anónima e iterativa, buscando alcanzar una visión convergente sobre temas complejos o futuros inciertos, como las tendencias del mercado o la viabilidad de determinadas estrategias.

El objetivo primordial de esta aplicación Delphi ha sido la de "Identificar, evaluar y priorizar las estrategias clave y las tendencias futuras para la mejora de la competitividad y sostenibilidad del sector oleícola (olivícola, oleícola y de aceituna de mesa Manzanilla Cacereña) en el Norte de Cáceres para los próximos 5 a 10 años".

Este objetivo se enlaza directamente con los diagnósticos previos, como el análisis DAFO realizado y la necesidad de definir los ejes estratégicos.

El panel de expertos ha incluido a:

- **Académicos e Investigadores:** Especialistas en oleicultura, economía agraria, comportamiento del consumidor, e ingeniería agroalimentaria de universidades y centros de investigación.
- **Oleicultores Profesionales y Líderes Agrarios:** Agricultores con extensa experiencia práctica en el olivar de la comarca, con especial atención a aquellos dedicados a la Manzanilla Cacereña.
- **Directivos de Cooperativas y Empresas Agroindustriales:** Representantes de almazaras y entamadoras de aceituna de mesa del norte de Cáceres, quienes aportan la visión de la fase industrial y comercial.
- **Expertos en Comercialización y Marketing:** Profesionales con experiencia en la cadena de valor de aceituna de mesa y aceite de oliva, capaces de identificar oportunidades.
- **Tecnólogos e Innovadores:** Expertos en nuevas industrias o tecnologías aplicadas al olivar.

Se realizaron dos rondas de encuestas, la primera indicando la “importancia” de los objetivos, puntuando de 0 a 9, de menos a más importante, mientras que la segunda encuesta se pedía la dificultad de realización, pidiéndose una valoración de 0 a 9 de menos a más dificultad a implantar.

Los resultados sirven como una herramienta valiosa y validada por el conocimiento colectivo de los expertos para la formulación final del Plan Estratégico, proporcionando una base sólida y prospectiva para la toma de decisiones estratégicas.

5. Identificación de ejes estratégicos y de las acciones a priorizar.

Se elaboran tentativamente un listado de ejes estratégicos y de posibles acciones que deberán ser analizados y debatidos por los componentes del equipo a base de expertos en las diferentes temáticas implicadas en este plan estratégico: olivicultura aceites de oliva y aceituna de mesa.

5.1. Retos de la cadena de valor de olivar, de los aceites de oliva y las aceitunas de mesa

Para poder determinar qué objetivos y retos deben afrontar el sector, con consciencia de que es imposible abordarlos todos al mismo tiempo por la falta de recursos, no solo económicos, se han establecido una consulta a expertos que determinarán, desde diferentes enfoques, cuales deberán ser abordados y con qué jerarquía. Se han establecido siete Ejes Estratégicos (Tabla 1), que engloban o agrupan los 50 objetivos planteados como necesarios (Tabla 2).

Estos retos fueron los que se hicieron llegar a los expertos propuestos por los participantes en el Grupo Operativo Regional “Manzanilla Cacereña” y cuyas puntuaciones y valoraciones se recogen en la Tabla 3.

Este objetivo se enlaza directamente con los diagnósticos previos, como el análisis DAFO

Tabla 1. Ejes estratégicos identificados entre los objetivos secundarios identificados por su importancia por el grupo de expertos.

Etiquetas de fila	Nº de objetivos propuesto en cada eje
EE1. Aumentar la rentabilidad de las explotaciones olivareras	10
EE2. Aumentar la rentabilidad de las industrias transformadoras	5
EE4. Aumentar la sostenibilidad ambiental y mitigar el cambio climático	12
EE5. Digitalizar e innovar en el sector del olivar y de la aceituna	6
EE6. Aumentar la orientación al mercado para mejorar la comercialización	12
EE7. Promocionar y Fomentar la difusión y conocimiento de los productos de Manzanilla Cacereña	5

Tabla 2. Objetivos propuestos planteados inicialmente a los expertos, el código que recibe el Eje Estratégico al que corresponde

Código	Eje estratégico	Objetivo
1	EE5	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado internacional.
2	EE7	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado nacional.
3	EE7	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado on-line.
4	EE1	Mejorar la competitividad de las almazaras e industrias de aderezo.
5	EE7	Incrementar la competitividad del olivar de Manzanilla Cacereña.
6	EE5	Reducir los costes de producción de la aceituna Manzanilla Cacereña.
7	EE7	Fomentar la economía circular en la cadena de valor de la aceituna Manzanilla Cacereña.
8	EE5	Adecuar la oferta formativa a las necesidades del olivar, de las industrias y del comercio.
9	EE1	Promover un entorno óptimo para el desarrollo de iniciativas empresariales industriales tanto público como privadas.
10	EE6	Favorecer la cooperación empresarial y potenciar las estrategias de escala.
11	EE4	Fomentar la colaboración entre los centros tecnológicos, centros de investigación y las diferentes cadenas de valor a partir del olivar.

Código	Eje estratégico	Objetivo
12	EE4	Hacer un uso sostenible del agua en las industrias y en el olivar.
13	EE6	Reducción la generación de residuos en las industrias.
14	EE4	Fomentar el ahorro y la eficiencia energética.
15	EE4	Combatir la desertificación y la pérdida de masa forestal.
16	EE1	Difundir y explotar el carácter estratégico del olivar tradicional en la prevención de incendios.
17	EE2	Incrementar la biodiversidad de los olivares.
18	EE2	Fomentar la sensibilización ambiental.
19	EE6	Favorecer una cultura de la innovación.
20	EE4	Incrementar la participación de las industrias y cooperativas en la inversión en I+D+i.
21	EE5	La cooperación en proyectos de investigación y desarrollo entre empresas del mismo sector y de otros sectores.
22	EE1	Colaborar con la actividad investigadora tanto de centros públicos, centros tecnológicos y la Universidad.
23	EE1	Aumentar la calidad y diversidad de la oferta turística.
24	EE2	Difundir la importancia del turismo como oportunidad de mejorar la competitividad de las cooperativas y empresas.
25	EE6	Liderar el mercado europeo de aceitunas negras oxidadas.
26	EE1	Desarrollar acciones promocionales para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña.
27	EE7	Desarrollar acciones promocionales para los aceites de oliva vírgenes extra de Manzanilla Cacereña.
28	EE2	Favorecer la profesionalización de los diferentes eslabones en las cadenas de valor a partir del olivar.
29	EE6	Disponer de instrumentos tecnológicos que permitan garantizar la mejor calidad de aceite y de aceituna de mesa en sus diferentes estilos de elaboración.
30	EE6	Investigar y aprovechar las ventajas saludables de los productos obtenidos a partir de la aceituna Manzanilla Cacereña.
31	EE4	Promover la oferta de mano de obra cualificada para el olivar y las industrias.
		Fomentar la cultura empresarial en el olivicultor.
32	EE4	Fomentar el consumo de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración en hostelería y la restauración.
33	EE1	Fomentar la presencia de Aceite de Oliva Virgen Extra
34	EE6	Manzanilla Cacereña en la hostelería y restauración, así como en la oferta turística del norte de Cáceres.
35	EE6	Desarrollar marcas de calidad para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña del norte de Cáceres (DPO, IGP...).

Código	Eje estratégico	Objetivo
36	EE4	Desarrollar marca de calidad para el olivar con acción de protección de catástrofes.
37	EE5	Adecuar la Formación Profesional a las necesidades del mercado laboral del olivar de los aceites de oliva y de la aceituna de mesa.
38	EE4	Promover el mercado-comercio de proximidad.
39	EE4	Incrementar la densidad del cultivo de olivos Manzanilla Cacereña.
40	EE5	Combatir el intrusismo con la venta de aceite sin etiquetado, la economía sumergida y mejorar las condiciones laborales.
41	EE6	Difundir y explotar el papel estratégico del olivar tradicional en el mantenimiento de la biodiversidad y la fijación de carbono.
42	EE4	Promover prácticas agrícolas acordes a la nueva PAC y aplicables a la realidad del olivar de sierra del norte de Cáceres.
43	EE4	Promover prácticas agrícolas más respetuosa con el Medio Ambiente: aumento de las parcelas en producción integrada.
44	EE1	Promover la colaboración entre agricultores para el manejo de parcelas colindantes o cercanas.
45	EE1	Aumentar la superficie de olivar ecológico.
46	EE2	Creación en las cooperativas de secciones de gestión de olivares o servicios a socios.
47	EE6	Recuperación de la producción de olivares abandonados o en riesgo de abandono.
48	EE6	Desarrollar un observatorio para mejorar la producción/competitividad del olivar Manzanilla Cacereña.
49	EE6	Proponer un proyecto de reconversión del olivar poco competitivo.
50	EE1	Favorecer la concentración de la oferta de la aceituna Manzanilla Cacereña.

En la Tabla 3 se recogen las puntuaciones de cada objetivo ordenado de mayor puntuación promedio y otros estadísticos que muestra una baja variabilidad e n muchas valoraciones de los objetivos. Por otro lado, en la Tabla 4 se recogen la puntuación combinada, diseñada para sintetizar o ponderar la relevancia de múltiples factores o criterios en una única medida agregada. Su empleo y valor suele darse en contextos donde se evalúan diversos elementos (como estrategias, problemas, objetivos, o factores DAFO) y se busca determinar su peso relativo global, a menudo a partir de la opinión de expertos o de datos multifactoriales.

La "importancia combinada se calcula como la media aritmética entre la variable importancia media, re escalada entre 0 y 10 (siendo el 10 el valor máximo, correspondiente a 7,64) y la variable % de personas que lo incluyen entre los tres más importantes, re escalada entre 0 y 10. El objetivo es poner en valor aquellos objetivos más valorados y principales para los expertos, buscando facilitar la identificación correcta de los objetivos a plantear.

Tabla 3. Estadísticos principales resultantes de las encuestas sobre la importancia de los objetivos planteados.

Código	Objetivo	Promedio	Mediana	DS.	p25	p75
30	Investigar y aprovechar las ventajas saludables de los productos obtenidos a partir de la aceituna Manzanilla Cacereña.	8,5	9	0,8	8	9
26	Desarrollar acciones promocionales para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña.	8,5	9	0,7	8	9
27	Desarrollar acciones promocionales para los aceites de oliva vírgenes extra de Manzanilla Cacereña.	8,5	9	0,7	8	9
31	Promover la oferta de mano de obra cualificada para el olivar y las industrias.	8,5	9	0,8	8	9
33	Fomentar el consumo de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración en hostelería y la restauración.	8,5	9	0,7	8	9
11	Fomentar la colaboración entre los centros tecnológicos, centros de investigación y las diferentes cadenas de valor a partir del olivar.	8,3	9	0,9	8	9
34	Fomentar la presencia de Aceite de Oliva Virgen Extra Manzanilla Cacereña en la hostelería y restauración, así como en la oferta turística del norte de Cáceres.	8,3	8	0,6	8	9
29	Disponer de instrumentos tecnológicos que permitan garantizar la mejor calidad de aceite y de aceituna de mesa en sus diferentes estilos de elaboración.	8,2	8	1,1	8	9
47	Recuperación de la producción de olivares abandonados o en riesgo de abandono.	8,2	8	0,7	8	9
2	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado nacional.	8,2	8	0,8	8	9
42	Promover prácticas agrícolas acordes a la nueva PAC y aplicables a la realidad del olivar de sierra del norte de Cáceres.	8,2	8	0,8	8	9
7	Fomentar la economía circular en la cadena de valor de la aceituna Manzanilla Cacereña.	8,1	9	1,3	8	9
9	Promover un entorno óptimo para el desarrollo de iniciativas empresariales industriales tanto público como privadas.	8,1	8	1,0	7	9
16	Difundir y explotar el carácter estratégico del olivar tradicional en la prevención de incendios.	8,1	9	1,3	7	9
22	Colaborar con la actividad investigadora tanto de centros públicos, centros tecnológicos y la Universidad.	8,1	8	1,0	8	9

Código	Objetivo	Promedio	Mediana	DS.	p25	p75
44	Promover la colaboración entre agricultores para el manejo de parcelas colindantes o cercanas.	8,1	8	1,0	8	9
4	Mejorar la competitividad de las almazaras e industrias de aderezo.	8,1	9	1,0	7	9
28	Favorecer la profesionalización de los diferentes eslabones en las cadenas de valor a partir del olivar.	8,0	8	1,2	8	9
48	Desarrollar un observatorio para mejorar la producción/competitividad del olivar Manzanilla Cacereña.	8,0	8	1,0	7	9
13	Reducción la generación de residuos en las industrias.	7,9	9	1,4	7	9
21	La cooperación en proyectos de investigación y desarrollo entre empresas del mismo sector y de otros sectores.	7,9	8	1,3	8	9
32	Fomentar la cultura empresarial en el olivicultor.	7,9	8	1,2	7	9
37	Adecuar la Formación Profesional a las necesidades del mercado laboral del olivar de los aceites de oliva y de la aceituna de mesa.	7,9	8	1,0	7	9
40	Combatir el intrusismo con la venta de aceite sin etiquetado, la economía sumergida y mejorar las condiciones laborales.	7,9	9	1,8	7	9
3	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado on-line.	7,8	8	1,5	8	9
5	Incrementar la competitividad del olivar de Manzanilla Cacereña.	7,8	8	1,3	7	9
8	Adecuar la oferta formativa a las necesidades del olivar, de las industrias y del comercio.	7,8	8	1,3	7	9
10	Favorecer la cooperación empresarial y potenciar las estrategias de escala.	7,8	8	1,3	7	9
1	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado internacional.	7,8	8	1,5	7	9
36	Desarrollar marca de calidad para el olivar con acción de protección de catástrofes.	7,8	8	1,1	7	9
41	Difundir y explotar el papel estratégico del olivar tradicional en el mantenimiento de la biodiversidad y la fijación de carbono.	7,8	8	2,2	8	9
43	Promover prácticas agrícolas más respetuosa con el Medio Ambiente: aumento de las parcelas en producción integrada.	7,8	8	1,4	7	9

Código	Objetivo	Promedio	Mediana	DS.	p25	p75
46	Creación en las cooperativas de secciones de gestión de olivares o servicios a socios.	7,8	8	1,5	7	9
38	Promover el mercado-comercio de proximidad.	7,7	9	1,3	7	9
35	Desarrollar marcas de calidad para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña del norte de Cáceres (DPO, IGP...).	7,5	8	2,4	8	9
14	Fomentar el ahorro y la eficiencia energética.	7,5	8	1,5	7	9
19	Favorecer una cultura de la innovación.	7,4	8	2,1	7	8
15	Combatir la desertificación y la pérdida de masa forestal.	7,3	8	2,3	7	9
17	Incrementar la biodiversidad de los olivares.	7,3	8	2,3	7	9
20	Incrementar la participación de las industrias y cooperativas en la inversión en I+D+i.	7,3	8	2,4	7	9
50	Favorecer la concentración de la oferta de la aceituna Manzanilla Cacereña.	7,3	8	2,1	7	8
12	Hacer un uso sostenible del agua en las industrias y en el olivar.	7,2	8	2,4	6	9
18	Fomentar la sensibilización ambiental.	7,1	8	2,3	6	9
49	Proponer un proyecto de reconversión del olivar poco competitivo.	7,1	8	2,2	6	8
45	Aumentar la superficie de olivar ecológico.	6,9	7	2,1	6	8
6	Reducir los costes de producción de la aceituna Manzanilla Cacereña.	6,7	7	2,3	5	9
23	Aumentar la calidad y diversidad de la oferta turística.	6,0	7	2,7	6	7
24	Difundir la importancia del turismo como oportunidad de mejorar la competitividad de las cooperativas y empresas.	5,9	7	2,6	6	7
25	Liderar el mercado europeo de aceitunas negras oxidadas.	5,6	6	3,2	3	8
39	Incrementar la densidad del cultivo de olivos Manzanilla Cacereña.	5,5	6	3,0	3	7

Código	Objetivo	Promedio
31	Promover la oferta de mano de obra cualificada para el olivar y las industrias.	9,5
30	Investigar y aprovechar las ventajas saludables de los productos obtenidos a partir de la aceituna Manzanilla Cacereña.	9,3
25	Liderar el mercado europeo de aceitunas negras oxidadas.	9,1
20	Incrementar la participación de las industrias y cooperativas en la inversión en I+D+i.	8,9
12	Hacer un uso sostenible del agua en las industrias y en el olivar.	8,9
13	Reducción la generación de residuos en las industrias.	8,8
2	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado nacional.	8,7
21	La cooperación en proyectos de investigación y desarrollo entre empresas del mismo sector y de otros sectores.	8,7
50	Favorecer la concentración de la oferta de la aceituna Manzanilla Cacereña.	8,7
23	Aumentar la calidad y diversidad de la oferta turística.	8,5
29	Disponer de instrumentos tecnológicos que permitan garantizar la mejor calidad de aceite y de aceituna de mesa en sus diferentes estilos de elaboración.	8,4
28	Favorecer la profesionalización de los diferentes eslabones en las cadenas de valor a partir del olivar.	8,2
15	Combatir la desertificación y la pérdida de masa forestal.	8,2
16	Difundir y explotar el carácter estratégico del olivar tradicional en la prevención de incendios.	8,2
14	Fomentar el ahorro y la eficiencia energética.	8,2
33	Fomentar el consumo de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración en hostelería y la restauración.	8,1
3	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado on-line.	8,1
22	Colaborar con la actividad investigadora tanto de centros públicos, centros tecnológicos y la Universidad.	7,9
43	Promover prácticas agrícolas más respetuosa con el Medio Ambiente: aumento de las parcelas en producción integrada.	7,9
8	Adecuar la oferta formativa a las necesidades del olivar, de las industrias y del comercio.	7,9
7	Fomentar la economía circular en la cadena de valor de la aceituna Manzanilla Cacereña.	7,8
38	Promover el mercado-comercio de proximidad.	7,8
4	Mejorar la competitividad de las almazaras e industrias de aderezo.	7,8
32	Fomentar la cultura empresarial en el olivicultor.	7,8

Código	Objetivo	Promedio
1	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado internacional.	7,8
9	Promover un entorno óptimo para el desarrollo de iniciativas empresariales industriales tanto público como privadas.	7,8
41	Difundir y explotar el papel estratégico del olivar tradicional en el mantenimiento de la biodiversidad y la fijación de carbono.	7,7
5	Incrementar la competitividad del olivar de Manzanilla Cacereña.	7,7
24	Difundir la importancia del turismo como oportunidad de mejorar la competitividad de las cooperativas y empresas.	7,7
40	Combatir el intrusismo con la venta de aceite sin etiquetado, la economía sumergida y mejorar las condiciones laborales.	7,6
19	Favorecer una cultura de la innovación.	7,5
18	Fomentar la sensibilización ambiental.	7,4
39	Incrementar la densidad del cultivo de olivos Manzanilla Cacereña.	7,4
26	Desarrollar acciones promocionales para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña.	7,1
17	Incrementar la biodiversidad de los olivares.	7,1
11	Fomentar la colaboración entre los centros tecnológicos, centros de investigación y las diferentes cadenas de valor a partir del olivar.	6,9
10	Favorecer la cooperación empresarial y potenciar las estrategias de escala.	6,9
35	Desarrollar marcas de calidad para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña del norte de Cáceres (DPO, IGP...).	6,8
34	Fomentar la presencia de Aceite de Oliva Virgen Extra Manzanilla Cacereña en la hostelería y restauración, así como en la oferta turística del norte de Cáceres.	6,8
27	Desarrollar acciones promocionales para los aceites de oliva vírgenes extra de Manzanilla Cacereña.	6,7
48	Desarrollar un observatorio para mejorar la producción / competitividad del olivar Manzanilla Cacereña.	6,4
37	Adecuar la Formación Profesional a las necesidades del mercado laboral del olivar de los aceites de oliva y de la aceituna de mesa.	6,4
42	Promover prácticas agrícolas acordes a la nueva PAC y aplicables a la realidad del olivar de sierra del norte de Cáceres.	6,2
49	Proponer un proyecto de reconversión del olivar poco competitivo.	6,2
6	Reducir los costes de producción de la aceituna Manzanilla Cacereña.	6,2
44	Promover la colaboración entre agricultores para el manejo de parcelas colindantes o cercanas.	5,8
36	Desarrollar marca de calidad para el olivar con acción de protección de catástrofes.	5,7

Código	Objetivo	Promedio
45	Aumentar la superficie de olivar ecológico.	5,2
47	Recuperación de la producción de olivares abandonados o en riesgo de abandono.	5,1
46	Creación en las cooperativas de secciones de gestión de olivares o servicios a socios.	4,7

En la Tabla 5 se recogen los valores medios de las puntuaciones y otros estadísticos que indican la valoración de la dificultad percibida por el panel de expertos. Los valores de Desviación Estándar son más elevados que los observados para la valoración de la importancia en la Tabla 3. Esta variación puede venir por la multidisciplinariedad de estos expertos que ven, cada uno desde su experiencia, la facilidad de movilizar al sector, administraciones, fondos, etc.

Tabla 5. Estadísticos principales resultantes de las encuestas sobre la dificultad de los objetivos planteado.

Código	Objetivo	Promedio	Mediana	DS.	p25	p75
5	Incrementar la competitividad del olivar de Manzanilla Cacereña.	8,1	8	2,6	5,5	8,5
1	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado internacional.	8,1	8	1,6	6	8
6	Reducir los costes de producción de la aceituna Manzanilla Cacereña.	7,9	8	1,6	6,5	9
2	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado nacional.	7,7	8	1,5	6,5	8,5
21	La cooperación en proyectos de investigación y desarrollo entre empresas del mismo sector y de otros sectores.	7,7	8	1,0	7,5	8
14	Fomentar el ahorro y la eficiencia energética.	7,7	9	1,5	6	7,5
19	Favorecer una cultura de la innovación.	7,7	8	2,2	5,5	8
20	Incrementar la participación de las industrias y cooperativas en la inversión en I+D+i.	7,7	8	1,5	6,5	8,5
47	Recuperación de la producción de olivares abandonados o en riesgo de abandono.	7,6	8	1,8	6,5	8,5
44	Promover la colaboración entre agricultores para el manejo de parcelas colindantes o cercanas.	7,6	8	1,9	6,5	9
13	Reducción la generación de residuos en las industrias.	7,6	9	1,4	7,5	8,5

Código	Objetivo	Promedio	Mediana	DS.	p25	p75
13	Creación en las cooperativas de secciones de gestión de olivares o servicios a socios.	7,6	9	1,4	7,5	8,5
46	Fomentar la economía circular en la cadena de valor de la aceituna Manzanilla Cacereña.	7,6	8	2,6	6	9
7	Difundir y explotar el carácter estratégico del olivar tradicional en la prevención de incendios.	7,4	8	2,1	6	8
16	Colaborar con la actividad investigadora tanto de centros públicos, centros tecnológicos y la Universidad.	7,4	8	1,7	6,5	9
22	Mejorar la competitividad de las almazaras e industrias de aderezo.	7,4	8	1,9	6,5	8
4	Fomentar la cultura empresarial en el olivicultor.	7,4	7	1,6	6	7,5
32	Mejorar la comercialización de los productos industriales especialmente en el mercado on-line.	7,4	8	1,3	7	8
3	Favorecer la cooperación empresarial y potenciar las estrategias de escala.	7,4	7	2,6	5	7
10	Promover un entorno óptimo para el desarrollo de iniciativas empresariales industriales tanto público como privadas.	7,4	8	1,3	6,5	7,5
9	Combatir el intrusismo con la venta de aceite sin etiquetado, la economía sumergida y mejorar las condiciones laborales.	7,3	8	2,0	6,5	9
40	Difundir y explotar el papel estratégico del olivar tradicional en el mantenimiento de la biodiversidad y la fijación de carbono.	7,3	7	1,5	5,5	7,5
41	Promover prácticas agrícolas más respetuosa con el Medio Ambiente: aumento de las parcelas en producción integrada.	7,3	8	2,0	6,5	8
43	Investigar y aprovechar las ventajas saludables de los productos obtenidos a partir de la aceituna Manzanilla Cacereña.	7,3	8	1,5	6,5	8,5
30	Disponer de instrumentos tecnológicos que permitan garantizar la mejor calidad de aceite y de aceituna de mesa en sus diferentes estilos de elaboración.	7,1	8	1,1	8	9
29	Adecuar la oferta formativa a las necesidades del olivar, de las industrias y del comercio.	7,1	8	2,0	6	8,5

Código	Objetivo	Promedio	Mediana	DS.	p25	p75
8	Adecuar la oferta formativa a las necesidades del olivar, de las industrias y del comercio.	7,1	8	2,6	5,5	8,5
15	Combatir la desertificación y la pérdida de masa forestal.	7,1	8	2,2	6	8,5
45	Aumentar la superficie de olivar ecológico.	7,1	7	1,3	6,5	8
31	Promover la oferta de mano de obra cualificada para el olivar y las industrias.	7,0	8	1,5	6	9
42	Promover prácticas agrícolas acordes a la nueva PAC y aplicables a la realidad del olivar de sierra del norte de Cáceres.	7,0	8	1,9	5	8,5
28	Favorecer la profesionalización de los diferentes eslabones en las cadenas de valor a partir del olivar.	7,0	7	2,3	5,5	7
11	Fomentar la colaboración entre los centros tecnológicos, centros de investigación y las diferentes cadenas de valor a partir del olivar.	6,9	7	0,9	7	8,5
33	Fomentar el consumo de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración en hostelería y la restauración.	6,9	7	0,7	8	8,5
34	Fomentar la presencia de Aceite de Oliva Virgen Extra Manzanilla Cacereña en la hostelería y restauración así como en la oferta turística del norte de Cáceres.	6,9	7	1,1	6,5	8
36	Desarrollar marca de calidad para el olivar con acción de protección de catástrofes.	6,9	7	2,0	6	8,5
38	Promover el mercado-comercio de proximidad.	6,9	7	2,6	6	9
48	Desarrollar un observatorio para mejorar la producción/competitividad del olivar Manzanilla Cacereña.	6,7	8	1,4	7,5	8,5
17	Incrementar la biodiversidad de los olivares.	6,7	7	0,8	6,5	7
12	Hacer un uso sostenible del agua en las industrias y en el olivar.	6,7	7	1,9	5	8,5
24	Difundir la importancia del turismo como oportunidad de mejorar la competitividad de las cooperativas y empresas.	6,7	7	2,7	5,5	8,5
27	Desarrollar acciones promocionales para los aceites de oliva vírgenes extra de Manzanilla Cacereña.	6,7	7	1,3	6,5	8,5

Código	Objetivo	Promedio	Mediana	DS.	p25	p75
26	Desarrollar acciones promocionales para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña.	6,6	7	1,1	7	8,5
37	Adecuar la Formación Profesional a las necesidades del mercado laboral del olivar de los aceites de oliva y de la aceituna de mesa.	6,6	7	1,7	5,5	7,5
35	Desarrollar marcas de calidad para la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña del norte de Cáceres (DPO, IGP...).	6,6	7	2,5	5,5	8,5
39	Incrementar la densidad del cultivo de olivos Manzanilla Cacereña.	6,6	7	3,3	3,5	8,5
23	Aumentar la calidad y diversidad de la oferta turística.	6,4	6	2,1	7,5	9
18	Fomentar la sensibilización ambiental.	6,1	7	1,8	6,5	8,5
50	Favorecer la concentración de la oferta de la aceituna Manzanilla Cacereña.	6,0	8	1,8	6,5	8,5
49	Proponer un proyecto de reconversión del olivar poco competitivo.	5,9	7	1,0	7	8
25	Liderar el mercado europeo de aceitunas negras oxidadas.	5,7	6	3,4	3	9

Los datos recopilados por las dos encuestas permiten elaborar una gráfica que permite identificar aquellos objetivos que son más importantes ejecutar y cuyo alcance sean fáciles (o al menos más fáciles que otros). En la Figura 2 se recogen la localización de cada objetivo en función de la dificultad de implantación y la importancia. Si se tiene en cuenta solo los valores de importancia, los objetivos seleccionados serían los identificados con cuadros rojos en el gráfico. Sin embargo, no todos ellos han sido los más puntuados por la mayoría de los expertos, y a fin de simplificar e identificar aquellos que han sido los principales para la mayor parte de los expertos, se ha determinado la "importancia combinada". En la Figura 3 se recogen la localización de cada objetivo en función de la dificultad de implantación y la importancia combinada.

Una vez depurado las puntuaciones y organizados los resultados en una gráfica, se seleccionarán como objetivos los que se encuadran la margen inferior derecha de la Figura 3, los que mayor puntuación de Importancia Combinada y menor dificultad, siendo éstos los objetivos que encajarían en el cuadrante de "más importante" y "menos difíciles".

A efectos de interpretación de la Figura 3, es importante considerar que el punto central sería una medida de "utilidad media y dificultad media". Los resultados permiten clasificar las acciones en cuatro clases, de las que las más interesantes son las ubicadas en la zona "roja" (lo más importantes y fáciles de implantar) y las de la zona "verde" (comparativamente importantes y difíciles de implantar). Estas acciones, por su mayor dificultad comparada, deberían ser "acciones a realizar" con un horizonte temporal a medio y largo plazo.

A fin de simplificar esta primera toma de contacto de hacia dónde debe actuar el sector, las administraciones públicas y demás actores implicados, se concretan en 10 las acciones a realizar que pertenecen a los siguientes ejes estratégicos:

- **Eje Estratégico 1:** aumentar la rentabilidad de las explotaciones olivareras.
 - Acción 1. Promover la oferta de mano de obra cualificada para el olivar y las industrias.
- **Eje Estratégico 2:** aumentar la competitividad de las industrias oleícolas y de aceituna de mesa.
 - Acción 2. Favorecer la profesionalización de los diferentes eslabones en las cadenas de valor a partir del olivar.
- **Eje Estratégico 3:** diversificar la actividad económica en los pueblos: no se ha considerado de importancia ninguna de las acciones propuestas en los objetivos intermedios.
- **Eje Estratégico 4:** mejorar la sostenibilidad ambiental y mitigar el cambio climático.
 - Acción 4. Hacer uso sostenible del agua en las industrias y en el olivar.
 - Acción 5. Incrementar la biodiversidad de los olivares.
 - Acción 6. Promover prácticas agrícolas acordes a la nueva PAC y aplicables a la realidad del olivar de sierra del norte de Cáceres.
- **Eje Estratégico 5:** mejorar la digitalización del conjunto del sector del olivar y de la aceituna.
 - Acción 7. Investigar y aprovechar las ventajas saludables de los productos obtenidos a partir de la aceituna Manzanilla Cacereña.
 - Acción 8. Disponer de instrumentos tecnológicos que permitan garantizar la mejor calidad de aceite y de aceituna de mesa en sus diferentes estilos de elaboración.

- **Eje Estratégico 6:** aumentar la orientación al mercado para mejorar la comercialización.
 - Acción 9. Favorecer la concentración de la oferta de la aceituna Manzanilla Cacereña.
- **Eje Estratégico 7:** aumentar la orientación al mercado para mejorar la comercialización
 - Acción 10: Fomentar el consumo de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración en hostelería y la restauración.

En el siguiente apartado se detallan y describen las acciones, así como el total de 93 actuaciones necesarias para completar todas las acciones y alcanzar los 10 objetivos inicialmente seleccionados por el panel de expertos.

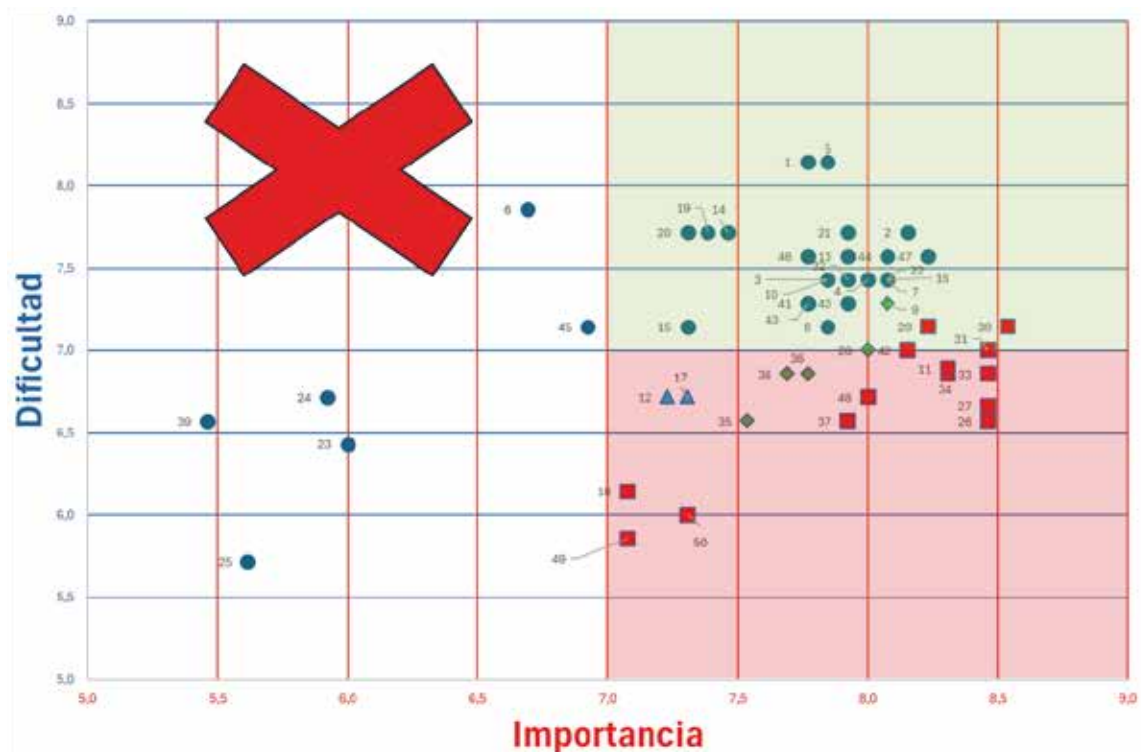


Figura 2. Posicionamiento de los objetivos/acciones en función de su importancia y dificultad relativa.

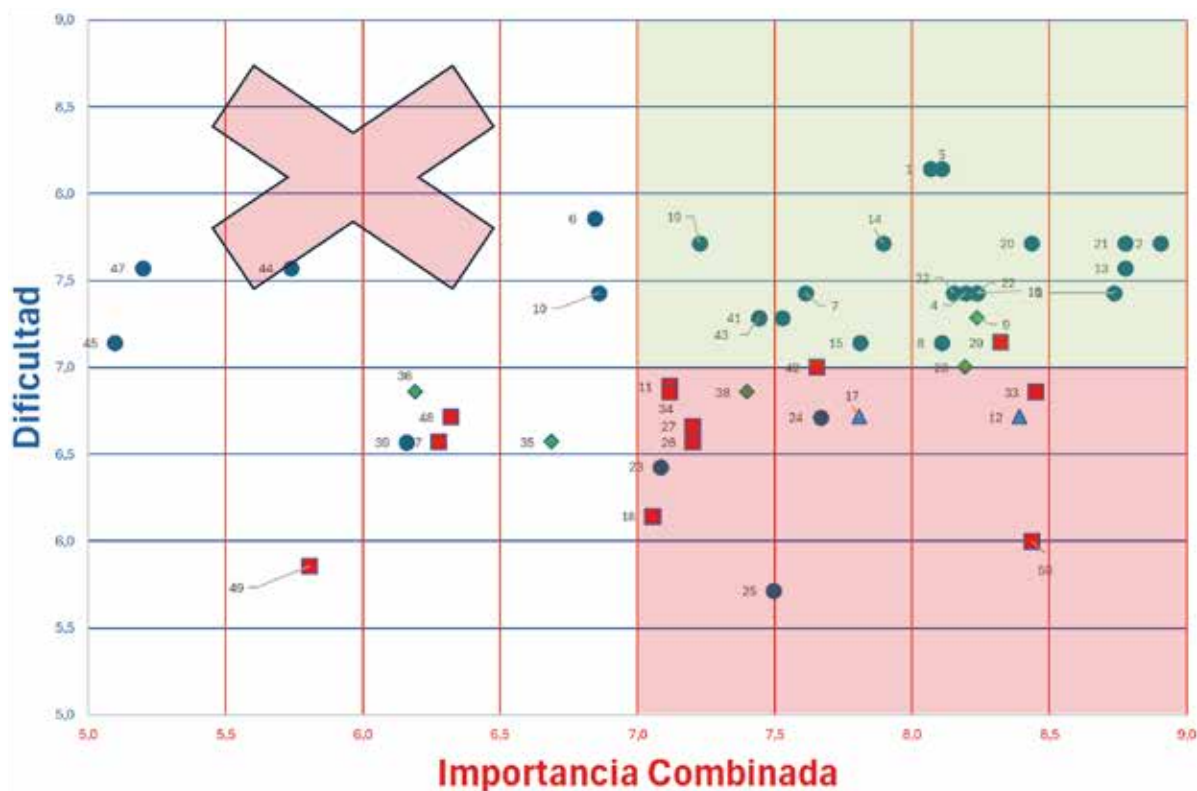


Figura 3. Posicionamiento de los objetivos en función de su importancia y dificultad relativa.

5.2. Ficha de acciones y medidas

Acción 1: Promover la oferta de mano de obra cualificada para el olivar y las industrias.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Mejora de la cualificación profesional en el sector olivarero e industrial.
- Aumentar la eficiencia y productividad en las tareas agrícolas e industriales.
- Fomentar el relevo generacional en el sector.
- Promover del empleo local de calidad.
- Reducir la precariedad laboral y mejorar las condiciones de trabajo.
- Adaptar las habilidades de los trabajadores a las nuevas tecnologías y prácticas sostenibles.
- Incremento de la competitividad del sector olivarero e industrial a través de la formación especializada.

JUSTIFICACIÓN

El norte de Cáceres cuenta con una significativa superficie de olivar dedicada al cultivo de Manzanilla Cacereña y con un número importante industrias asociadas a su transformación. Sin embargo, existe una necesidad creciente de mano de obra cualificada que permita responder adecuadamente a los desafíos tecnológicos, productivos y comerciales actuales.

En el sector a nivel nacional existe una necesidad creciente de profesionales cualificados que dominen las técnicas de cultivo modernas (poda eficiente, manejo integrado de plagas y enfermedades, agricultura de precisión), las tecnologías de recolección, los procesos de transformación industrial (elaboración de AOVE de calidad, gestión de subproductos, etc.) y las estrategias de comercialización y marketing. La falta de mano de obra cualificada y el envejecimiento de la población activa en el medio rural limitan el potencial de crecimiento y la competitividad del sector. Promover la formación y cualificación es esencial para garantizar la sostenibilidad económica y social del olivar de Manzanilla Cacerense, mejorar la calidad de los productos y facilitar la adaptación a los cambios tecnológicos y normativos.



Promover una oferta formativa adecuada y específica contribuirá a mejorar la empleabilidad local, asegurar el relevo generacional y aumentar la eficiencia y competitividad del sector.

DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

- A1.1. Realización de jornadas informativas y talleres prácticos para divulgar las oportunidades laborales en el sector y motivar especialmente a los jóvenes a incorporarse profesionalmente al sector olivarero, destacando testimonios de profesionales con éxito en el sector.
- A1.2. Crear una bolsa de empleo sectorial mediante una plataforma o servicio que conecte a los demandantes de empleo cualificado con las ofertas de trabajo en el olivar y las industrias del norte de Cáceres.
- A1.3. Creación de plataformas digitales y campañas informativas para dar visibilidad a las ofertas formativas y laborales en el sector olivarero, facilitando la conexión directa entre empleadores y posibles candidatos cualificados.
- A1.4. Realizar campañas de sensibilización y atracción de talento a fin de promover la imagen del sector como una oportunidad de desarrollo profesional, especialmente entre los jóvenes, destacando la innovación y las posibilidades de emprendimiento.
- A1.5. Identificar las habilidades más demandadas por las empresas y explotaciones. Para obtener un diagnóstico de necesidades formativas se realizará un estudio detallado de las carencias de cualificación existentes en el sector olivarero e industrial del norte de Cáceres.
- A1.6. Colaboración con centros educativos y universidades para establecer convenios de colaboración con institutos de formación profesional agraria, escuelas de capacitación agrícolas y universidades (ej. Universidad de Extremadura) para la adaptación de contenidos formativos y la realización de proyectos conjuntos.
- A1.7. Implementación de programas de formación continua para actualizar y reciclar conocimientos de los trabajadores activos en técnicas emergentes, nuevas tecnologías y normativas aplicables al sector olivarero e industrial.

A1.9. Establecimiento de acuerdos entre centros educativos, Centros Tecnológicos y cooperativas/empresas locales para realizar prácticas laborales en explotaciones olivareras y en industrias relacionadas con la transformación de la aceituna, incluyendo el seguimiento y tutorización efectiva de los estudiantes durante su formación práctica.

A1.10. Desarrollo e implementación de programas específicos de formación profesional y capacitación técnica dirigidos a trabajadores y desempleados del sector olivarero e industrial, con módulos específicos sobre técnicas de cultivo sostenible, manejo avanzado de maquinaria agrícola, riesgos laborales, control de calidad, gestión integrada de plagas y enfermedades, y procesos industriales de transformación de la aceituna.

AGENTES IMPULSORES

- Junta de Extremadura (Consejería de Educación, Ciencia y Formación Profesional, Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital Servicio Extremeño Público de Empleo (SEXPE), Consejería de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, y Medio ambiente.
- Asociaciones de productores, empresas y cooperativas del sector olivarero del norte de Cáceres.
- Centros de Formación Profesional (públicos y privados) con oferta agraria o agroalimentaria en Extremadura.
- Grupos de Acción Local del norte de Cáceres.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Diputación de Cáceres.
- Ayuntamientos del norte de Cáceres.
- Empresas privadas del sector olivarero e industrial (explotaciones, almazaras, envasadoras).
- Centros tecnológicos y de investigación agraria: Centro Tecnológico Agroalimentario Extremadura (CTAEX) y Universidad de Extremadura.
- Sindicatos agrarios y de trabajadores.
- Jóvenes y potenciales trabajadores del sector.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de programas formativos diseñados y realizados.
- Número de participantes en los cursos de formación.
- Número de acuerdos establecidos con empresas para la realización de prácticas.
- Número de trabajadores formados en programas de actualización y reciclaje profesional.
- Número de ofertas y demandas de empleo gestionadas a través de la bolsa de empleo.

PRIORIDAD: ☒ **Alta** ☐ **Media** ☐ **Baja**

Acción 2: Favorecer la profesionalización de los diferentes eslabones en las cadenas de valor del olivar.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Mejorar las capacidades técnicas y de gestión de los olivicultores, personal de almazaras y elaboradores de aceituna de mesa.
- Capacitar al personal de almazaras, entamadoras y cooperativas en procesos de calidad, comercialización y digitalización.
- Fortalecer el perfil profesional de jóvenes y mujeres en la cadena de valor del olivar.
- Fomentar la cultura empresarial y la planificación estratégica en el sector olivícola rural.
- Impulsar la gestión profesionalizada en entidades asociativas (SAT, cooperativas, CB, Agrupaciones de Interés Económico, etc.).
- Fomentar la adopción de las mejores prácticas en cultivo de la Manzanilla Cacerëña, recolección, transformación y comercialización.
- Incrementar la eficiencia y rentabilidad de las explotaciones y empresas.
- Promover una cultura de calidad, innovación y gestión empresarial en el sector.
- Facilitar el relevo generacional incorporando jóvenes profesionales con nuevas competencias.
- Fortalecer la cadena de valor en su conjunto mediante eslabones más profesionalizados.
- Favorecer la cooperación, tanto entre cooperativistas, cooperativas y/o empresas de compartir el uso de maquinaria y/o realización de labores conjuntas.

JUSTIFICACIÓN

El norte de Cáceres presenta una estructura olivarera basada en pequeñas explotaciones familiares, con escasa formación empresarial y con una cadena de valor débilmente articulada, predominan los pequeños productores y conviven la elaboración de aceite y diversos estilos de aceituna de mesa, la profesionalización debe ser inclusiva y adaptarse a las necesidades específicas de cada eslabón y tipología de actor. Además, el sector carece en muchas zonas de relevo generacional profesionalizado, de estrategias de comercialización directas y de gestión avanzada en cooperativas o pequeñas empresas, lo que limita su desarrollo.

La profesionalización de todos los agentes que intervienen en las cadenas de valor del olivar es crucial para la competitividad y sostenibilidad a largo plazo. Desde el olivicultor, que debe gestionar su explotación de manera eficiente y adoptar prácticas agronómicas óptimas, hasta el personal de las almazaras y los elaboradores de aceituna de mesa, que requieren conocimientos técnicos para garantizar la calidad y seguridad alimentaria, pasando por los responsables de comercialización y marketing que necesitan estrategias efectivas para posicionar los productos en el mercado.



Invertir en formación y capacitación es esencial para mejorar la productividad, la calidad, la capacidad de adaptación a los cambios (tecnológicos, normativos, de mercado) y, en definitiva, la rentabilidad del sector, asegurando un futuro para el olivar de Manzanilla Cacereña y generando oportunidades en el territorio.

DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

- A2.1. Organizar programas de intercambio de experiencias, networking como foros y viajes técnicos que permitan a los profesionales de los diferentes eslabones y cadenas de valor compartir conocimientos, experiencias y establecer contactos comerciales.
- A2.2. Desarrollar programas de formación específicos y adaptados a las necesidades de olivicultores, personal de almazara y personal de industrias de aceituna de mesa.
- A2.3. Impulso de formación práctica y "learning by doing" mediante la combinación la formación teórica con demostraciones en campo, visitas a explotaciones y empresas innovadoras, y talleres prácticos en instalaciones (almazaras, entamadoras).
- A2.4. Promoción de certificaciones de profesionalidad y calidad con el impulso de la obtención de sellos y certificaciones que acrediten la cualificación del personal y la calidad de los procesos en los diferentes eslabones.
- A2.5. Impulso de la gestión empresarial profesionalizada mediante el fomento de la adopción de herramientas y conocimientos de gestión empresarial (planificación, contabilidad, marketing, recursos humanos) en explotaciones y PYMEs del sector, adaptados a su tamaño y complejidad.
- A2.6. Establecimiento de incentivos para la contratación de personal cualificado mediante líneas de ayuda para fomentar la incorporación de técnicos y profesionales cualificados en explotaciones y empresas del sector.
- A2.7. Creación de una red de expertos y asesoramiento especializado a disposición de los profesionales del sector un servicio de asesoramiento técnico especializado en diferentes áreas (agronomía, industria, comercialización, gestión empresarial), con especial atención a las particularidades de la Manzanilla Cacereña y el entorno de sierra.
- A2.8. Fortalecimiento de los vínculos con institutos de FP, universidades y centros de investigación/tecnológicos para adaptar la oferta formativa a las necesidades del sector y facilitar la transferencia de conocimiento.

AGENTES IMPULSORES

- Junta de Extremadura (Consejería de Educación, Ciencia y Formación Profesional, Consejería de Economía, Empleo y Transformación Digital, Servicio Extremeño Público de Empleo (SEXPE), Consejería de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, y Medio ambiente.
- Empresas y cooperativas del sector olivarero del norte de Cáceres.
- Centros de Formación Profesional y Universidades.
- Asociaciones y cooperativas de productores y elaboradores.
- Empresas del sector (almazaras, entamadoras, comercializadoras).
- Grupos de Acción Local de la comarca.
- Entidades de asesoramiento y consultoría especializadas.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Olivicultores (incluyendo pequeños productores).
- Personal de almazaras y entamadoras.
- Emprendedores interesados en el sector.
- Organizaciones Profesionales Agrarias.
- Cámaras de Comercio y organizaciones empresariales rurales.
- Entidades financieras.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de programas formativos diseñados e impartidos por eslabón de la cadena de valor.
- Número de participantes en los programas de formación y asesoramiento.
- Número de consultas atendidas por la red de expertos y asesoramiento.
- Número de encuentros y eventos de networking realizados y asistentes.
- Número de empresas que contratan personal cualificado con el apoyo de incentivos.

PRIORIDAD: ☐ Alta ☒ Media ☐ Baja

Acción 3: Promover un entorno óptimo para el desarrollo de iniciativas empresariales industriales público - privadas.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Incrementar el número y la diversificación de empresas en el sector olivarero e industrias auxiliares en el norte de Cáceres.
- Incrementar la captación de inversiones industriales públicas y privadas.
- Diversificar la estructura productiva del norte de Cáceres.
- Facilitar la inversión en proyectos de transformación, envasado y comercialización de productos derivados de la Manzanilla Cacereña.
- Mejorar la competitividad y la innovación de las empresas existentes.
- Fomentar la creación de empleo de calidad en el sector industrial.
- Atraer talento e inversión externa al territorio.

JUSTIFICACIÓN

Aunque el norte de Cáceres dispone de recursos naturales y una localización estratégica cercana al eje de la A-66 (Ruta de la Plata), la carencia de infraestructuras preparadas y de servicios avanzados limita la implantación de nuevas empresas industriales. Promover un entorno propicio que combine suelo competitivo, ventanilla administrativa ágil, servicios tecnológicos y una fiscalidad favorable es clave para atraer iniciativas emprendedoras, modernizar las existentes y dar valor añadido a la producción agraria y forestal regional.



Un sector olivarero fuerte y sostenible requiere un tejido industrial y empresarial sólido que transforme, valore y comercialice los productos primarios. En el norte de Cáceres, es crucial crear un ecosistema favorable que impulse tanto las iniciativas privadas existentes como la creación de nuevas actividades económicas vinculadas a la Manzanilla Cacereña. Esto implica facilitar el acceso a financiación, simplificar trámites administrativos, mejorar las infraestructuras, fomentar la colaboración y proporcionar apoyo técnico y asesoramiento especializado. Un entorno empresarial dinámico atraerá inversión, generará empleo, fomentará la innovación y contribuirá a fijar población en el territorio, abordando así los desafíos socioeconómicos de la zona y maximizando el potencial de la Manzanilla Cacereña.

DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

- A3.1. Fomento de la colaboración y el networking empresarial. Organizar foros, encuentros y plataformas que faciliten la interacción entre empresas del sector, proveedores, centros tecnológicos y potenciales inversores, impulsando proyectos conjuntos y el intercambio de conocimiento.
- A3.2. Promoción de la inversión externa. Realizar campañas de atracción de inversores que muestren el potencial del olivar de Manzanilla Cacereña y las oportunidades de negocio en la zona, destacando las ventajas competitivas del territorio.
- A3.3. Acceso a financiación facilitando el contacto con entidades financieras y programas de financiación (públicos y privados) especializados en el sector agroindustrial y el desarrollo rural.

- A3.4. Mejora de los programas de incentivos mediante líneas de ayudas económicas, subvenciones o bonificaciones fiscales específicas para la creación, modernización y expansión de industrias de transformación, envasado y comercialización de productos del olivar en la comarca.
- A3.5. Desarrollo de Programas de Incentivos y Bonificaciones mediante acuerdos con ayuntamientos para aplicar reducciones de IBI e IAE durante los primeros 5 años, líneas de financiación blandas con Extremadura Avante y préstamos participativos para proyectos industriales verdes. Las bonificaciones locales de IBI/IAE y los préstamos participativos “verdes” serían complementarios y deben negociarse con los ayuntamientos.
- A3.6. Creación de una Oficina de Apoyo al Emprendimiento y la Inversión sectorial para establecer un servicio que ofrezca asesoramiento integral (legal, financiero, técnico, de mercado) a emprendedores y empresas interesadas en iniciar o expandir actividades industriales relacionadas con la Manzanilla Cacereña en el norte de Cáceres.
- A3.7. Colaborar con las administraciones competentes para la simplificación administrativa y, así, agilizar y simplificar los trámites necesarios para la puesta en marcha y operación de actividades industriales.
- A3.8. Creación de una Bolsa Comarcal de Suelo y Naves Nido., un catálogo georreferenciado con disponibilidad en tiempo real de parcelas urbanizadas y alquiler bonificado de naves modulares para proyectos de hasta 5 años. Hoy no hay un inventario georreferenciado y actualizado de parcelas y naves nido para el conjunto de la comarca; sería una herramienta por crear.
- A3.9. Favorecer la promoción y marketing industrial mediante la asistencia a ferias sectoriales y organización de misiones inversas para presentar las oportunidades y ventajas del norte de Cáceres a potenciales inversores nacionales e internacionales.
- A3.10. Fomento de la I+D+i colaborativa mediante convocatorias competitivas para proyectos conjuntos empresa-Universidad de Extremadura / CTAEX en eficiencia energética, digitalización de procesos y valorización de subproductos del olivar.

AGENTES IMPULSORES

- Junta de Extremadura (Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital; Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio).
- Asociaciones de productores, empresas y cooperativas del sector olivarero del norte de Cáceres.
- Extremadura Avante.
- Diputación de Cáceres.
- Mancomunidades y Ayuntamientos con suelo industrial (Coria, Plasencia, Montehermoso).
- Cámara de Comercio de Cáceres.
- Diputación de Cáceres.
- Grupos de Acción Local de la comarca.
- Asociaciones y federaciones empresariales (sector agroalimentario, industrial).

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Universidad de Extremadura.
- Centro Tecnológico Nacional Agroalimentario de Extremadura (CTAEX).
- Entidades financieras.
- Red de Parques Científicos y Tecnológicos de Extremadura.
- Emprendedores y empresarios locales y externos.
- Cooperativas y asociaciones de productores.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de nuevas empresas industriales creadas en el sector del olivar e industrias accesorias en el norte de Cáceres.
- Número de proyectos empresariales apoyados por la Oficina de Apoyo al Emprendimiento e Inversión.
- Número de empresas que han accedido a financiación a través de los programas promovidos.
- Inversiones industriales captadas por año.
- Superficie de suelo industrial urbanizado y ocupado.

PRIORIDAD: ☐ Alta ☐ Media ☒ Baja

Acción 4: Promover la sostenibilidad en las industrias y en el olivar.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Reducción de la huella hídrica del sector oleícola y de la aceituna de mesa de Manzanilla Cacereña.
- Incrementar la eficiencia en el uso de recursos naturales (agua y energía).
- Mejora de la eficiencia productiva y reducción de costes operativos en explotaciones e industrias.
- Adaptación del olivar y de la industria transformadora al cambio climático y a periodos de sequía.
- Cumplimiento de la normativa ambiental vigente y futura en materia de gestión del agua.
- Incremento de la resiliencia de las explotaciones olivereras frente a la variabilidad climática.
- Mejorar la competitividad y la imagen ambiental de la Manzanilla Cacereña.

JUSTIFICACIÓN

El norte de Cáceres, como gran parte de Extremadura, se enfrenta a una creciente presión sobre los recursos hídricos, exacerbada por los efectos del cambio climático, con sequías más frecuentes e intensas. El olivar, aunque tradicionalmente de secano en muchas zonas, y la variedad Manzanilla Cacereña, conocida por su rusticidad, se benefician de un manejo hídrico optimizado, especialmente en nuevas plantaciones o para asegurar producciones estables y de calidad. Las industrias asociadas (almazaras, plantas de aderezo) son también consumidoras significativas de agua. Una gestión sostenible del agua no solo es una necesidad ambiental, sino también un factor clave para la viabilidad económica y la competitividad del sector, permitiendo reducir costes, cumplir con regulaciones más estrictas y mejorar la imagen de los productos de la Manzanilla Cacereña como sostenibles.



DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

Se recoge en este apartado las siguientes actuaciones:

- A4.1. Elaboración de guías de buenas prácticas y manuales técnicos. Para ello se deberán desarrollar documentos específicos para industrias y para el olivar, que detallen las tecnologías, metodologías y estrategias más eficientes para la reducción del consumo y la optimización del uso del agua.
- A4.2. Realizar diagnósticos y auditorías hídricas integrales en una muestra representativa de explotaciones olivereras (secano y regadío) e industrias de transformación (almazaras, plantas de aderezo) para identificar puntos críticos de consumo y potencial de ahorro.
- A4.3. Fomentar la adopción de técnicas agronómicas que mejoren la conservación del agua en el suelo, como el mantenimiento de cubiertas vegetales adaptadas, la aplicación de técnicas de laboreo de conservación o no laboreo, y el manejo de restos de poda como sustrato para el suelo (*mulch*).

- A4.4. Promover las Comunidades de Usuarios de Aguas Regeneradas (como el CUAR-Cáceres Norte), para lo cual hay que establecer un convenio con la Confederación Hidrográfica del Tajo y EDAR de Plasencia/Moraleja para suministrar agua depurada a precio bonificado a industrias.
- A4.5. Promoción de la reutilización de aguas tratadas. Para ello hay que evaluar el potencial y las condiciones para la reutilización segura y eficiente de aguas residuales tratadas en industrias (para usos no productivos o productivos específicos) y en el riego del olivar (cumpliendo con la normativa sanitaria y ambiental).
- A4.6. Impulsar la optimización del uso del agua y la reutilización en almazaras (p.e. líneas de microfiltración y membranas para el agua de lavado de aceituna) y plantas de aderezo, mediante la implementación de Sistemas de Gestión Ambiental, la adopción de tecnologías para reducir el consumo en lavado y limpieza, el estudio de sistemas de tratamiento y reutilización de aguas residuales (cumpliendo normativa) y la promoción de sistemas de extracción de aceite en dos fases.
- A4.7. Captación y almacenamiento de pluviales mediante cubiertas colectoras en almazaras y naves; balsas reguladoras comunitarias y el uso de sistemas de bombeo solar a balsas para reducir el consumo energético.

AGENTES IMPULSORES

- Confederación Hidrográfica del Tajo (oficina de Planificación).
- Cooperativas oliveras y almazaras.
- Organizaciones agrarias y cooperativas del sector del olivar.
- Grupos de Acción Local.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Cooperativas y empresas.
- Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (Junta de Extremadura).
- Diputación de Cáceres.
- Ayuntamientos comarcales.
- Empresas tecnológicas de riego y depuración.
- Comunidades de regantes.
- Consultoras de ingeniería ambiental.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de auditorías hídricas realizadas en industrias.
- Porcentaje de reducción del consumo de agua por unidad de producción en industrias participantes.
- Porcentaje de optimización del uso del agua de riego (litros/hectárea o similar) en explotaciones de olivar participantes.
- Nivel de adopción de tecnologías de monitorización y control del agua.
- Alcance e impacto de las campañas de sensibilización (encuestas de conocimiento, menciones en medios).

PRIORIDAD: ☐ Alta ☐ Media ☒ Baja

Acción 5: Incrementar la biodiversidad de los olivares.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Poner en valor la función ecológica, como bien público, de protección frente a catástrofes (incendios) y paisajística del olivar de sierra.
- Contribuir a la conservación de la flora y fauna asociada al agroecosistema olivarero.
- Mejorar la salud y resiliencia de los ecosistemas agrarios del olivar.
- Introducir cubiertas vegetales adaptadas a las condiciones del olivar de sierra.
- Fomentar la recuperación de muros de piedra, linderos y setos vivos como refugio de fauna auxiliar.
- Fomentar la presencia de fauna auxiliar beneficiosa (insectos, depredadores naturales de plagas).
- Impulsar la diversificación de flora y fauna mediante prácticas agroecológicas.
- Promover certificaciones o esquemas que valoren la biodiversidad en el mercado (Mosaico, Olivares Vivos, ecológico, etc.).
- Sensibilizar al sector olivarero sobre la importancia de la biodiversidad funcional.
- Cumplir con los requisitos medioambientales de la PAC relacionados con la biodiversidad.
- Diferenciar los productos de Manzanilla Cacerña asociados a prácticas que fomentan la biodiversidad.

JUSTIFICACIÓN

Los olivares, especialmente los tradicionales y de sierra como los del norte de Cáceres, albergan una importante biodiversidad que va más allá del cultivo principal. La presencia de flora espontánea, setos, lindes, muros de piedra seca y la fauna asociada (aves, insectos, pequeños mamíferos) contribuye a la salud del ecosistema agrario, proporcionando servicios ecosistémicos esenciales como el control natural de plagas, la polinización y la mejora de la calidad del suelo. Además, en el olivar de sierra, la biodiversidad está intrínsecamente ligada a la prevención de la erosión y el mantenimiento de un paisaje de alto valor natural y cultural.

En las últimas décadas, el uso de herbicidas, la eliminación de elementos del paisaje y la simplificación del sistema han provocado una pérdida de flora y fauna beneficiosa.

Restaurar esta biodiversidad no solo tiene un valor ecológico, sino también productivo, al favorecer fauna auxiliar, polinización, control biológico, mejora del suelo y retención hídrica. Además, abre la puerta a acceder a eco-regímenes de la PAC, a añadir un valor diferencial a los productos asociados a un paisaje vivo y saludable, como por ejemplo el proyecto Mosaico u Olivares Vivos, certificaciones ecológicas o de sostenibilidad, y a mejorar la percepción del olivar ante el consumidor final. El norte de Cáceres, con baja presión agrícola y una matriz forestal cercana, tiene condiciones óptimas para integrar biodiversidad en el agroecosistema del olivo.



DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

Se recoge en este apartado las siguientes actuaciones:

- A5.1. Divulgar y sensibilizar a los olivicultores y a la sociedad en general sobre la importancia de la biodiversidad en el olivar y cómo las prácticas sostenibles contribuyen a ella, destacando los beneficios económicos y ambientales.
- A5.2. Uso responsable de fitosanitarios y fertilizantes. Se debe promover la reducción y el uso localizado de productos químicos, optando por alternativas más respetuosas con el medio ambiente y la biodiversidad.
- A5.3. Promover el establecimiento y manejo adecuado de cubiertas vegetales espontáneas o sembradas entre las filas del olivar, seleccionando especies que favorezcan a la fauna auxiliar y mejoren el suelo.
- A5.4. Implantación de cubiertas vegetales espontáneas o sembradas, con rotación de especies adaptadas al clima y pendiente.
- A5.5. Gestión sostenible del suelo mediante el fomento prácticas que mejoren la estructura y fertilidad del suelo y reduzcan la erosión, como el no laboreo o laboreo de conservación, que indirectamente benefician a la fauna edáfica y reducen la escorrentía.
- A5.6. Promoción de sistemas de producción ecológica y de bajo uso de fitosanitarios.
- A5.7. Promoción del control biológico de plagas mediante la capacitación a los olivicultores en la identificación de fauna auxiliar y el uso de estrategias de control biológico o integrado para reducir la dependencia de tratamientos fitosanitarios de amplio espectro.
- A5.8. Realización de un diagnóstico de la biodiversidad actual, estudios para conocer la situación actual en los olivares de Manzanilla Cacereña en el norte de Cáceres (flora, fauna, insectos auxiliares), identificando zonas de alto valor ecológico y especies clave.
- A5.9. Creación, mantenimiento y recuperación de infraestructuras verdes que sirvan de refugios de la fauna auxiliar (cajas nido, majanos, hoteles de insectos). Para ello se debe impulsar la conservación y restauración de setos, lindes, islas de vegetación natural, charcas y muros de piedra seca dentro y en el entorno de los olivares, que sirvan de refugio y fuente de alimento para la fauna.
- A5.10. Integración de estas actuaciones con programas de conservación del territorio. Hay que coordinar las acciones de fomento de la biodiversidad en el olivar con iniciativas de conservación de espacios naturales protegidos y corredores ecológicos en el norte de Cáceres.

AGENTES IMPULSORES

- Cooperativas y empresas.
- Junta de Extremadura (Consejería de Transición Ecológica y Sostenibilidad; Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio).
- Cooperativas Agroalimentarias Extremadura.
- Técnicos de la Red PAC y asesores ambientales.
- Organizaciones no gubernamentales ambientales (ONGs).
- Centros de investigación y universidades con experiencia en agroecología y biodiversidad (UEx, CTAEX...).
- Asociaciones y cooperativas olivareras.
- Grupos de Acción Local de la comarca.
- Entidades de asesoramiento técnico agrario con especialización ambiental.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Olivicultores del norte de Cáceres.
- Asociaciones medioambientales locales y centros de interpretación.
- Ayuntamientos de la zona.
- Empresas de servicios ambientales y de jardinería.
- Sociedad en general.
- Sector turístico (interesado en paisajes agrarios biodiversos).
- Empresas de servicios (consultoría, ingeniería, marketing).

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Superficie de olivar con manejo de cubiertas vegetales.
- Número de olivicultores formados en control biológico y gestión sostenible del suelo.
- Número de infraestructuras verdes creadas o mejoradas (charcas, majanos, etc.).
- Materiales divulgativos creados y distribuidos.
- Superficie certificada como ecológica o bajo programas agroambientales.

PRIORIDAD: ☐ Alta ☒ Media ☐ Baja

Acción 6: Promover prácticas agrícolas acordes a la nueva PAC y aplicables a la realidad del olivar de sierra del norte de Cáceres.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Asegurar la adaptación del olivar de sierra de Manzanilla Cacereña a los requisitos medioambientales y de condicionalidad de la nueva PAC.
- Fomentar la adopción de prácticas agrícolas sostenibles que mejoren la salud del suelo, la biodiversidad y la gestión del agua.
- Optimizar el aprovechamiento de los eco-esquemas y otras ayudas de la PAC por parte de los olivicultores de la zona, con especial atención a pequeños productores.
- Impulsar prácticas agronómicas sostenibles compatibles con la orografía montañosa.
- Poner en valor los beneficios medioambientales del olivar de sierra y su contribución al paisaje y la prevención de la erosión.
- Reducir el impacto ambiental de las prácticas agrícolas en el olivar.
- Facilitar la adaptación del olivar de sierra a los eco-regímenes y condicionalidades de la nueva PAC.
- Promover el asociacionismo como vía para acceder a inversiones verdes colectivas.
- Mejorar el conocimiento técnico sobre sostenibilidad y normativa PAC en el territorio.

JUSTIFICACIÓN

La nueva PAC 2023-2027 incorpora exigencias medioambientales que, si bien son clave para la sostenibilidad, representan un reto técnico y económico para las explotaciones de montaña. La nueva PAC pone un fuerte énfasis en la sostenibilidad medioambiental y social, condicionando una parte significativa de las ayudas a la adopción de prácticas beneficiosas para el clima y el medio ambiente a través de los eco-esquemas y la condicionalidad reforzada.

En el norte de Cáceres predomina un modelo de olivar tradicional, disperso y poco mecanizado, lo que dificulta la aplicación directa de muchas prácticas generalistas. Además, muchos titulares carecen de asistencia técnica continua o de herramientas de digitalización. Por ello, el olivar de sierra del norte de Cáceres, con sus particularidades topográficas y agroecológicas, presenta desafíos y oportunidades específicas para la aplicación de estas prácticas. La adaptación a esta normativa no solo es necesaria para garantizar el acceso a las



ayudas (eco-regímenes, intervenciones sectoriales o agroambientales), sino que es una oportunidad para revalorizar la función ambiental y cultural de este olivar en riesgo de abandono. Sin medidas específicas, existe un riesgo real de exclusión de estas explotaciones del marco de ayudas, profundizando la brecha con territorios más competitivos.

Promover un conocimiento profundo de los requisitos de la nueva PAC y facilitar la adopción de técnicas agrícolas que no solo cumplan con la normativa, sino que también sean viables y beneficiosas para el olivar de montaña (control de erosión, manejo de cubiertas vegetales, gestión de la biomasa, etc.) es fundamental para asegurar la percepción de las ayudas y la sostenibilidad a largo plazo de las explotaciones en un entorno vulnerable y de alto valor natural.

DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

Se recoge en este apartado las siguientes actuaciones:

- A6.1. Diseño de material técnico y divulgativo con enfoque práctico sobre cómo aplicar la PAC al olivar de sierra.
- A6.2. Diagnóstico y adaptación a la nueva PAC. Para ello hay que realizar un análisis detallado de los requisitos de la nueva PAC (condicionalidad y eco-esquemas aplicables al olivar) y su impacto específico en el olivar de sierra de Manzanilla Cacereña, identificando y proponiendo para incluir aquellas prácticas más adecuadas y viables para la realidad del norte de Cáceres.
- A6.3. Diseñar programas de información y asesoramiento técnico: Diseñar e impartir talleres, jornadas informativas y ofrecer asesoramiento individualizado a los olivicultores sobre los eco-esquemas de la nueva PAC, cómo cumplirlos y cómo solicitarlos, centrándose en las prácticas aplicables al olivar de sierra (ej. cubiertas vegetales, manejo de la cubierta herbácea, planes de abonado sostenible, gestión integrada de plagas).
- A6.4. Asesoramiento técnico gratuito o bonificado mediante convenios con cooperativas y asociaciones locales.
- A6.5. Fomento de prácticas agrícolas sostenibles adaptadas al terreno mediante la adopción de técnicas de cultivo que minimicen la erosión (ej. mantenimiento de cubiertas vegetales, laboreo de conservación), mejoren la fertilidad del suelo, optimicen el uso del agua (en caso de olivar de riego o apoyo) y protejan la biodiversidad (ej. mantenimiento de setos, control biológico de plagas).
- A6.6. Establecer fincas piloto en el olivar de sierra, Parcelas de demostración y experimentación, para demostrar la viabilidad y los beneficios de las prácticas agrícolas sostenibles y el cumplimiento de los eco-esquemas en condiciones reales de la zona.
- A6.7. Desarrollar herramientas de apoyo a la gestión, promover el uso de aplicaciones móviles o software sencillos que ayuden a los olivicultores en el registro de prácticas, la planificación de tratamientos y el seguimiento de los requisitos de la PAC.
- A6.8. Colaboración con entidades ambientales, establecer sinergias con organizaciones conservacionistas y administraciones ambientales para desarrollar proyectos conjuntos que beneficien tanto al olivar como al medio ambiente.
- A6.9. Valorización de los servicios ecosistémicos del olivar de sierra, impulsar iniciativas que pongan en valor la contribución del olivar de montaña a la prevención de incendios, el mantenimiento del paisaje, la conservación del suelo y la biodiversidad, buscando posibles vías de financiación adicionales o reconocimiento en el mercado.
- A6.10. Creación de modelos de gestión colectiva o compartida para prácticas obligatorias (como cubiertas o manejo de residuos).

AGENTES IMPULSORES

- Junta de Extremadura (Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio;
- Consejería de Transición Ecológica y Sostenibilidad).
- Asociaciones de productores y cooperativas del sector olivarero del norte de Cáceres.
- Cooperativas Agroalimentarias Extremadura.
- Oficinas Comarcales Agrarias y entidades colaboradoras PAC.
- Asociaciones y cooperativas oliveras del norte de Cáceres.
- Organizaciones Profesionales Agrarias.
- Grupos de Acción Local de la comarca.
- Centros de investigación y transferencia tecnológica agraria.
- Entidades de asesoramiento técnico agrario.
- Grupos de Acción Local.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Ayuntamientos y mancomunidades de zonas oliveras.
- Organizaciones agrarias.
- Empresas de servicios agrícolas.
- Centros educativos y de formación agraria.
- Centros de investigación y tecnológicos como CTAEX.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de olivicultores que reciben asesoramiento técnico sobre la nueva PAC y prácticas sostenibles.
- Número de parcelas de demostración establecidas y jornadas realizadas.
- Número de explotaciones acogidas a eco-regímenes u otras ayudas PAC.
- Superficie olivera gestionada bajo prácticas agroambientales.
- Número de acciones de formación técnica realizadas.

PRIORIDAD: ☐ Alta ☐ Media ☒ Baja

Acción 7: Disponer de instrumentos tecnológicos que permitan garantizar la mejor calidad de aceite y de aceituna de mesa en sus diferentes estilos de elaboración.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Asegurar y mejorar la calidad intrínseca de los aceites de oliva virgen extra de Manzanilla Cacereña.
- Estandarizar y optimizar los procesos de elaboración de aceituna de mesa para sus diferentes estilos.
- Reducir las pérdidas de calidad durante la recolección, transporte y almacenamiento de la aceituna.
- Facilitar el acceso de pequeños productores y elaboradores a tecnologías de análisis y control de calidad.
- Optimizar los procesos de producción en campo para obtener materia prima de alta calidad, tanto para aceite como para aceituna de mesa.
- Implementar tecnologías de control de calidad en cada fase de la cadena de valor (recolección, transporte, recepción, elaboración).
- Estandarizar y mejorar los procesos de elaboración de los distintos estilos de aceituna de mesa Manzanilla Cacereña (cocidas no fermentadas, negras oxidadas, negras naturales).
- Asegurar la trazabilidad completa del producto, desde la parcela hasta el consumidor.
- Incrementar la confianza del consumidor en la calidad de los productos de Manzanilla Cacereña.

JUSTIFICACIÓN

El norte de Cáceres presenta una gran oportunidad en la valorización de la Manzanilla Cacereña, tanto para aceite como para aceituna de mesa. Sin embargo, existen carencias en tecnología aplicada al control de calidad durante la recolección, transformación y conservación, lo cual compromete el potencial de diferenciación. La falta de sistemas de trazabilidad, sensores en almazaras, y tecnologías post-cosecha limita el posicionamiento en mercados de alto valor añadido.

La excelencia en la calidad es fundamental para diferenciar los productos de Manzanilla Cacereña y acceder a mercados de mayor valor, lo cual es especialmente relevante para la sostenibilidad de las pequeñas explotaciones y la competitividad de las industrias locales en el norte de Cáceres. Garantizar la mejor calidad del AOVE y de la aceituna de mesa en sus diversas elaboraciones requiere la aplicación de tecnología específica y adaptada a cada fase de las cadenas de valor.



Desde la producción en campo, donde el estado sanitario de la aceituna y el momento óptimo de recolección son cruciales, hasta la transformación industrial, donde los parámetros del proceso (temperatura, tiempos, formulaciones de salmuera, oxidación, etc.) determinan la calidad final del producto. Dada la realidad de pequeños productores y elaboradores, es necesario facilitarles el acceso a instrumentos tecnológicos asequibles y fáciles de usar que les permitan monitorear y controlar la calidad. Invertir en tecnología no es solo una cuestión de eficiencia, sino una necesidad para mantener la reputación de la Manzanilla Cacereña y cumplir con las expectativas de un mercado cada vez más exigente en calidad, seguridad y trazabilidad.

DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

Se recoge en este apartado las siguientes actuaciones para la cadena de valor de los aceites de oliva Virgen Extra:

- Tecnología en campo: Promover el uso de herramientas de agricultura de precisión adaptadas a pequeñas parcelas (ej. sensores de humedad de bajo coste, estaciones meteorológicas conectadas, aplicaciones móviles para gestión del cultivo y avisos fitosanitarios), así como técnicas de recolección que minimicen el daño a la aceituna (ej. vibradores de última generación, sistemas de fardos o lonas optimizados).
- Tecnología en almazara: Fomentar la inversión en tecnología de recepción (ej. limpiadoras y despalilladoras eficientes), molturación, batido, decantación y filtración para preservar los atributos de calidad del AOVE.
- Control de calidad del aceite: Facilitar el acceso a laboratorios de análisis, asesoramiento especializado y paneles de cata, así como promover sistemas de análisis rápidos en almazara para medir parámetros clave y tomar decisiones en tiempo real.

Para la cadena de valor de la Aceituna de Mesa y sus elaboraciones:

- Tecnología en campo: Selección clones de Manzanilla Cacereña con características óptimas para mesa, manejo del cultivo para obtener calibres y estado sanitario adecuados, técnicas de recolección manual o mecanizada suave que eviten golpes y daños en el fruto.
- Tecnología en industria elaboradora: Implementar tecnología en las líneas de recepción y clasificación (ej. mesas de selección, clasificadoras por calibre y color), optimizar los procesos de elaboración específicos para cada estilo:
 - Cocidas no fermentadas: Control preciso de temperatura y tiempos de cocción, formulaciones de salmuera y aderezos.
 - Negras oxidadas: Control de parámetros en el proceso de oxidación y formulaciones de salmuera para el curado.
 - Negras naturales: Manejo de los tiempos de fermentación, formulaciones de salmuera y control de parámetros microbiológicos.
- Control de calidad de aceituna de mesa: Promover el uso de instrumentos para medir parámetros clave en las diferentes fases de elaboración (ej. pH, salinidad, acidez, firmeza), análisis microbiológicos y paneles de cata específicos para aceituna de mesa.

Tecnología Transversal y de Apoyo:

- Formación específica a maestros de almazara y responsables de entamado en manejo de equipos avanzados.
- Programas de capacitación en tecnología: Impartir formación práctica a productores y personal de industrias en el manejo de las nuevas tecnologías y herramientas de control de calidad.
- Fomento del uso colectivo de tecnología: Promover que las agrupaciones de productores o cooperativas inviertan conjuntamente en maquinaria o equipos de análisis de alto coste para ponerlos a disposición de sus miembros.
- Acuerdos con centros tecnológicos (CTAEX, UEx, CICYTEX) para validación y ensayo de tecnologías en condiciones reales de la zona.
- Plataformas de gestión de información: Desarrollar o adaptar herramientas digitales que integren datos de campo, industria y calidad para la toma de decisiones informadas.
- Sistemas de trazabilidad: Implementar software y herramientas (incluyendo blockchain si es viable) que permitan seguir el producto desde la parcela hasta el consumidor, garantizando la transparencia y la seguridad alimentaria.

AGENTES IMPULSORES

- Junta de Extremadura (Dirección General de Agricultura y Ganadería)
- Cooperativas Agroalimentarias de Extremadura.
- Centros tecnológicos y de investigación (agrícola y agroalimentaria).
- Empresas proveedoras de maquinaria, equipos y software para el sector olivarero e industrial.
- Asociaciones y cooperativas de productores y elaboradores de Manzanilla Cacereña.
- Junta de Extremadura (Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio; Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital).
- Grupos de Acción Local de la comarca.
- Investigadores de la Universidad de Extremadura con experiencia en tecnología agraria, industrial y alimentaria.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Olivicultores (incluyendo pequeños productores).
- Empresas elaboradoras de aceite y aceituna de mesa.
- Empresas TIC rurales.
- Empresas de servicios de asesoramiento técnico y laboratorios de análisis.
- Organizaciones Profesionales Agrarias.
- Entidades financieras.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de explotaciones y empresas que han incorporado tecnología específica para la mejora de la calidad (campo, aceite, aceituna de mesa).
- Número de análisis de calidad realizados por productores y elaboradores utilizando nuevas tecnologías/servicios.
- Número de olivicultores y personal de industria capacitado en el uso de tecnología para la calidad.
- Porcentaje de la producción de aceite que cumple los parámetros de AOVE de calidad superior.
- Porcentaje de la producción de aceituna de mesa que cumple los estándares de calidad para cada estilo de elaboración.

PRIORIDAD: ☐ Alta ☐ Media ☒ Baja

Acción 8: Favorecer la concentración de la oferta de la aceituna Manzanilla Cacereña.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Aumentar el poder de negociación de los productores de Manzanilla Cacereña en el mercado.
- Mejorar el acceso a mercados y canales de comercialización más rentables.
Facilitar la inversión en tecnologías y procesos de mejora de la calidad a nivel agrupado.
- Optimizar los costes de producción y comercialización mediante economías de escala.
Fortalecer la posición de la Manzanilla Cacereña como producto diferenciado en el mercado.
- Superar las limitaciones de tamaño de las explotaciones para mejorar la competitividad y el acceso a mercados.
Integrar a los pequeños productores en estructuras comerciales que les permitan obtener mejores precios y condiciones.
- Establecer mecanismos de coordinación y valorización conjunta entre los productores y los elaboradores de aceituna de mesa.
- Profesionalizar la gestión de las pequeñas explotaciones a través del soporte de entidades asociativas.
- Facilitar la adaptación de los pequeños productores a las normativas de calidad mediante el apoyo grupal.

JUSTIFICACIÓN

El sector olivarero, especialmente en variedades tradicionales y zonas con estructuras parcelarias pequeñas, a menudo se caracteriza por una gran atomización de la oferta. Esta fragmentación debilita la posición negociadora de los productores frente a los compradores, limita el acceso a grandes mercados y dificulta la inversión en innovación y control de calidad a gran escala. La concentración de la oferta, principalmente a través de figuras asociativas como cooperativas y organizaciones de productores (OPFHs), permite a los olivicultores ganar dimensión, profesionalizar la gestión, acceder a mejores canales de comercialización, invertir conjuntamente en tecnología (tanto en campo como en industria) y promocionar sus productos de manera más efectiva.

La estructura de la propiedad del olivar en el norte de Cáceres, caracterizada por un elevado número de pequeñas parcelas, a menudo por debajo de una hectárea, genera una oferta atomizada de aceituna Manzanilla Cacereña. Esta fragmentación limita la capacidad de negociación individual de los olivicultores, encarece los costes de comercialización y dificulta el acceso a canales de venta más directos y rentables. Al mismo tiempo, el norte de Cáceres cuenta con un importante sector



elaborador de aceituna de mesa que requiere un suministro de materia prima homogéneo, de calidad y en volumen. Favorecer la concentración de la oferta no solo beneficia a los pequeños productores al agrupar sus volúmenes y mejorar su posición en el mercado, sino que también optimiza la relación con los elaboradores, facilitando la planificación del suministro, la estandarización de la calidad y el desarrollo de estrategias conjuntas de valorización de la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña en sus diversas elaboraciones. Una mayor concentración

de la oferta, adaptada a la realidad minifundista, es esencial para la viabilidad económica de los pequeños olivicultores y para fortalecer toda la cadena de valor, desde el campo hasta la industria elaboradora.

Favorecer esta concentración en el norte de Cáceres es crucial para mejorar la competitividad y la rentabilidad del olivar de Manzanilla Cacereña, asegurando su viabilidad a largo plazo en el contexto socioeconómico de la comarca.

DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

Se recoge en este apartado las siguientes actuaciones:

- A8.1. Hay que dar a conocer las ventajas de la integración comercial y productiva, presentando casos de éxito para informar y sensibilizar sobre los beneficios de la concentración mediante jornadas informativas, talleres y campañas dirigidas a los productores.
- A8.2. Realizar un diagnóstico de la estructura productiva y asociativa, un análisis detallado de la situación actual de la producción y comercialización de la Manzanilla Cacereña en el norte de Cáceres, identificando el grado de asociacionismo existente y las barreras a la concentración.
- A8.3. Ofrecer asesoramiento técnico y legal para la constitución y gestión de entidades asociativas. Establecer un apoyo especializado a los grupos de productores interesados en crear o fortalecer cooperativas, sociedades agrarias de transformación (SATs) u OPFHs.
- A8.4. Apoyar a la profesionalización de las estructuras asociativas existentes con la implementación programas de formación y capacitación para los gestores y miembros de las directivas de las cooperativas y otras entidades asociativas, mejorando su eficiencia y transparencia.
- A8.5. Favorecer el establecimiento de alianzas verticales entre productores y comercializadores con marcas ya posicionadas en mercados nacionales. Fomentar la negociación y firma de contratos o acuerdos de suministro a largo plazo entre las entidades que agrupan la oferta y las industrias elaboradoras, estableciendo criterios de calidad, volumen y precio que aporten estabilidad a ambos eslabones de la cadena.
- A8.6. Diseñar e implementar de incentivos económicos, líneas de ayuda específicas para fomentar la integración de productores en organizaciones asociativas reconocidas, así como para apoyar proyectos de inversión conjunta en modernización de instalaciones (almazaras, entamadoras, almacenes), control de calidad y comercialización.
- A8.7. Desarrollar modelos de gestión adaptados al minifundio. Investigar y promover modelos de gestión de parcelas que, respetando la propiedad individual, permitan la realización de tareas agrícolas de forma agrupada para reducir costes y mejorar la eficiencia.
- A8.8. Desarrollo de herramientas de gestión conjunta para apoyar la implementación de sistemas de información y gestión compartidos que faciliten la planificación de la producción, la trazabilidad, la gestión de stocks y la comercialización conjunta.
- A8.9. Promoción de acuerdos intercooperativos o fusiones a fin de impulsar y facilitar procesos de colaboración más avanzados o integración entre entidades asociativas ya existentes para ganar aún más dimensión y eficiencia.

A8.10. Desarrollar plataformas logísticas y centros de acopio comarcales. Promover la creación o mejora de infraestructuras intermedias que faciliten la recogida y clasificación de la aceituna de los pequeños productores antes de su entrega a los elaboradores, optimizando el transporte y garantizando la calidad.

AGENTES IMPULSORES

- Junta de Extremadura (Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio; Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital).
- Asociaciones y cooperativas olivareras del norte de Cáceres y Extremadura.
- Organizaciones Profesionales Agrarias.
- Grupos de Acción Local de la comarca.
- Entidades con experiencia en fomento del cooperativismo y asociacionismo agrario.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Diputación de Cáceres.
- Asociaciones para el Desarrollo Rural.
- Ayuntamientos implicados.
- Cámara de Comercio de Cáceres.
- Productores individuales de Manzanilla Cacereña.
- Empresas de servicios de asesoramiento.
- Entidades financieras rurales (Caja Rural, etc.).
- Centros tecnológicos y de investigación agraria.
- Empresas comercializadoras y distribuidoras.
- Organizaciones profesionales agrarias (UPA, COAG, ASAJA).

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de productores de Manzanilla Cacereña integrados en organizaciones asociativas reconocidas.
- Creación y/o fortalecimiento de entidades asociativas (nuevas cooperativas/OPFHs constituidas, aumento de socios).
- Porcentaje de la producción total de Manzanilla Cacereña comercializada a través de estructuras concentradas.
- Número de programas de formación y asesoramiento impartidos y participantes.
- Grado de satisfacción de los productores con los servicios ofrecidos por sus organizaciones asociativas.

PRIORIDAD: ☐ Alta ☐ Media ☒ Baja

Acción 9: Investigar las ventajas saludables de los productos obtenidos a partir de la aceituna Manzanilla Cacereña.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Promoción de la calidad diferenciada.
- Fomento de la investigación e innovación en productos derivados de la aceituna.
- Mejora del posicionamiento comercial de los productos derivados de la aceituna Manzanilla Cacereña.
- Incrementar el valor añadido de los productos derivados de la Manzanilla Cacereña.
- Fortalecer la diferenciación y posicionamiento de los aceites y otros productos de Manzanilla Cacereña en el mercado, destacando sus propiedades saludables.
- Fomentar la colaboración entre el sector olivarero, centros de investigación y el sector salud/farmacéutico.
- Dinamizar la economía local en el norte de Cáceres a través de nuevas oportunidades de negocio ligadas a productos saludables del olivar.

JUSTIFICACIÓN

La aceituna Manzanilla Cacereña es una variedad autóctona emblemática del norte de Cáceres, especialmente reconocida por su calidad organoléptica y su potencial en compuestos bioactivos saludables. La aceituna y los aceites de oliva virgen extra son reconocidos mundialmente por sus beneficios para la salud, constituyendo un pilar fundamental de la Dieta Mediterránea. La variedad Manzanilla Cacereña, autóctona del norte de Cáceres, posee características organolépticas y composicionales únicas que potencialmente le confieren propiedades saludables específicas o potenciadas.

Potenciar el conocimiento científico sobre las propiedades saludables de esta aceituna y sus productos derivados, como en los aceites de oliva virgen extra y la aceituna de mesa, contribuirá al aumento de su valor añadido, favoreciendo la diferenciación en los mercados y la rentabilidad económica del sector olivarero local.

La investigación de estas ventajas y su posterior comunicación y aprovechamiento pueden abrir nuevas vías de mercado, tanto a nivel nacional como internacional, para los productores de la zona, permitiendo obtener un mayor retorno económico que contribuya a la sostenibilidad del olivar tradicional y al desarrollo socioeconómico del norte de Cáceres. En un mercado globalizado y competitivo, la diferenciación basada en atributos gastronómicos y saludables es una estrategia clave para aumentar la rentabilidad.



DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

Se recoge en este apartado las siguientes actuaciones:

- A9.1. Organización de eventos técnicos y divulgativos dirigidos a productores, empresarios y consumidores para sensibilizar y promocionar los beneficios saludables y nutricionales derivados de los productos de la Manzanilla Cacereña.
- A9.2. Emplear los “claims nutricionales” de Aceites de Oliva sobre sus propiedades saludables y poder establecer un distintivo que avale las propiedades saludables específicas de los productos de Manzanilla Cacereña investigadas científicamente, generando confianza en el consumidor.
- A9.3. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación y marketing para difundir los hallazgos científicos y los beneficios para la salud de los productos de Manzanilla Cacereña a través de campañas dirigidas a consumidores, profesionales de la salud y medios de comunicación. Participar en ferias y eventos especializados.
- A9.4. Desarrollo de acuerdos y colaboraciones con centros de investigación (Universidad de Extremadura, CTAEX, etc.) para la transferencia de conocimientos y tecnologías que permitan aprovechar industrialmente las ventajas saludables identificadas.
- A9.5. Fomento de la colaboración público-privada para impulsar acuerdos y proyectos conjuntos entre productores, cooperativas, almazaras, centros de investigación (universidades, centros tecnológicos), empresas del sector agroalimentario, farmacéutico y cosmético, y las administraciones públicas regionales y locales.
- A9.6. Desarrollar nuevos productos con valor añadido a partir de los resultados de la investigación, explorar la posibilidad de desarrollar productos innovadores (complementos alimenticios, ingredientes funcionales, productos cosméticos, etc.) utilizando extractos o componentes específicos de la Manzanilla Cacereña. Esto incluye la valorización de subproductos del olivar y de la producción de aceite.
- A9.7. Realización de estudios científicos específicos e investigaciones en profundidad para identificar y cuantificar los compuestos bioactivos presentes en la aceituna y el aceite de Manzanilla Cacereña (fenoles, antioxidantes, etc.) y evaluar sus efectos potenciales sobre la salud humana (destacando su impacto beneficioso sobre la salud cardiovascular y otras enfermedades como neurodegenerativas, etc.) a través de estudios in vitro, in vivo y ensayos clínicos.

AGENTES IMPULSORES

- Universidad de Extremadura.
- Centro Tecnológico Agroalimentario Extremadura (CTAEX).
- Denominación de Origen Protegida (DOP) Gata-Hurdes.
- Asociaciones de productores y cooperativas del sector olivarero del norte de Cáceres.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Junta de Extremadura (Consejería de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio).
- Diputación Cáceres.
- Ayuntamientos del norte de Cáceres.
- Empresas agroalimentarias locales.
- Grupos de Acción Local.
- Empresas del sector agroalimentario, farmacéutico y cosmético interesadas en el desarrollo de nuevos productos.
- Profesionales de la salud (médicos, nutricionistas, farmacéuticos).
- Asociaciones de Consumidores.
- Organizaciones interprofesionales del sector de los aceites de oliva y de la aceituna de mesa.
- Entidades financieras.
- Medios de comunicación.

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de acuerdos y convenios firmados con centros de investigación.
- Número de asistentes en eventos técnicos y divulgativos realizados.
- Número de proyectos de investigación sobre propiedades saludables iniciados y finalizados.
- Número de nuevos productos saludables desarrollados y lanzados al mercado.
- Número de empresas del norte de Cáceres participando en proyectos de I+D+i relacionados con la salud.

PRIORIDAD: ☐ Alta ☒ Media ☐ Baja

Acción 10: Fomentar el consumo de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración en hostelería y la restauración.

OBJETIVOS INTERMEDIOS AFECTADOS

- Incrementar la demanda y el valor comercial de la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña.
- Incremento del consumo local de aceitunas de mesa Manzanilla Cacereña.
- Diversificar los canales de comercialización de la aceituna de mesa.
- Posicionar la Manzanilla Cacereña como un producto de calidad y con identidad territorial en el sector HORECA.
- Impulsar el conocimiento y aprecio de las diferentes elaboraciones tradicionales, productos locales y gourmet de la aceituna de mesa.
- Potenciación del sector hostelero y gastronómico regional.
- Generar sinergias entre el sector olivarero y el sector turístico/gastronómico de la zona.

JUSTIFICACIÓN

La aceituna de mesa Manzanilla Cacereña es un producto distintivo de gran calidad y reconocimiento. El sector de la hostelería y la restauración (HORECA) constituye un canal estratégico para dar a conocer y promocionar productos agroalimentarios de valor, especialmente aquellos con origen y tradición.

El norte de Cáceres es una zona con potencial turístico creciente, existiendo una oportunidad para integrar la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña en la oferta gastronómica local, desde el aperitivo tradicional hasta su uso en platos elaborados. Fomentar su consumo en este canal no solo aumentará la demanda y el valor para los productores, sino que también contribuirá a poner en valor la variedad, sus diferentes estilos de preparación (amarillas, negras naturales, con diferentes aderezos, etc.) y la cultura asociada al olivar en la región, enriqueciendo la experiencia del visitante y del consumidor local.



DESCRIPCIÓN Y ACTUACIONES

Se recoge en este apartado las siguientes actuaciones:

- A10.1. Organización de eventos gastronómicos (ferias, rutas de tapas, concursos culinarios) que tengan como protagonista la aceituna Manzanilla Cacereña en sus diferentes estilos de elaboración (aliñadas, rellenas, encurtidas, etc.).
- A10.2. Organizar eventos de presentación y degustación, como jornadas, talleres y catas dirigidas a chefs, restauradores, sumilleres y personal de sala para mostrar la versatilidad de la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña y sus diferentes elaboraciones.
- A10.3. Elaboración de material promocional específico para HORECA: folletos, cartas de producto, instrucción conservación, información sobre la variedad, sus propiedades y sugerencias de maridaje o uso en cocina, dirigidos específicamente a profesionales del sector.
- A10.4. Implementación de campañas promocionales en redes sociales y medios digitales que destaquen las características diferenciadoras y saludables de las aceitunas Manzanilla Cacereña dirigidas al público en general y específicamente a establecimientos hosteleros.
- A10.5. Desarrollo de programas formativos específicos dirigidos a profesionales de hostelería y restauración sobre técnicas innovadoras de elaboración y presentación de aceitunas de mesa, impulsando su integración en menús gastronómicos locales.
- A10.6. Impulsar iniciativas como concursos o premios gastronómicos que premien el uso creativo e innovador de la aceituna de mesa Manzanilla Cacereña en la cocina profesional.
- A10.7. Establecer acuerdos de colaboración y alianzas con asociaciones de hostelería y restauración, rutas gastronómicas y entidades turísticas para incluir la Manzanilla Cacereña de mesa en sus propuestas y menús.
- A10.8. Mapear los establecimientos hosteleros y de restauración clave en el norte de Cáceres y zonas turísticas de influencia, segmentándolos por tipo (bares tradicionales, restaurantes gastronómicos, hoteles, casas rurales, etc.) para segmentar el sector HORECA y adaptar las estrategias.
- A10.9. Creación de una "Ruta de la Manzanilla Cacereña de Mesa" con la creación de un itinerario turístico-gastronómico que incluya establecimientos que ofrezcan y pongan en valor la aceituna de mesa en sus diferentes preparaciones.
- A10.10. Creación de alianzas estratégicas con chefs reconocidos regionalmente para la promoción y elaboración de recetas innovadoras basadas en la aceituna Manzanilla Cacereña, potenciando su consumo en establecimientos gastronómicos.

AGENTES IMPULSORES

- Asociaciones y cooperativas de productores y elaboradores de aceituna de mesa Manzanilla Cacereña.
- Asociaciones de hostelería y restauración del norte de Cáceres y Extremadura.
- Entidades de promoción turística (Dirección General de Turismo de la Junta de Extremadura, Patronatos de Turismo Provinciales, oficinas comarcales).
- Grupos de Acción Local.
- Empresas y establecimientos HORECA interesados.
- Denominación de Origen Protegida Gata-Hurdes.
- Asociaciones de productores y cooperativas del sector olivarero.
- Cámaras de Comercio e Industria locales.

OTROS AGENTES IMPLICADOS

- Junta de Extremadura (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Sostenible de la Junta de Extremadura, Consejería de Cultura, Turismo y Deportes).
- Junta de Extremadura (Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital)
- Diputación de Cáceres.
- Ayuntamientos de la zona.
- Chefs, cocineros y profesionales de la gastronomía.
- Escuelas de hostelería.
- Medios de comunicación especializados en gastronomía y turismo.
- Productores individuales y empresas elaboradoras.
- Influencers y medios digitales especializados en gastronomía

INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

- Número de establecimientos HORECA que incluyen aceituna de mesa Manzanilla
- Cacereña en su oferta.
- Número de eventos de presentación y degustación realizados y asistentes
Creación de material promocional y su distribución.
- Número de profesionales capacitados en programas formativos.
- Número de acuerdos de colaboración firmados con asociaciones y entidades turísticas.

PRIORIDAD: ☒ **Alta** ☐ **Media** ☐ **Baja**



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las zonas rurales



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN

JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Sostenible

Proyecto cofinanciado por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) en un 85% dentro del Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Extremadura 2014-2022, en la medida 16 "Cooperación" submedida 16.1 "Ayuda para la creación y el funcionamiento de grupos operativos de la AEI en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas", siendo el resto cofinanciado por la Junta de Extremadura en un 11,28% y por el Estado, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en un 3,72%.