



Hoy, en una jornada organizada por El Economista

Begoña García Bernal: “El siguiente salto del aceite de oliva español no es producir más, sino valer más”

- La secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación destaca que el objetivo es reforzar el liderazgo internacional del aceite español a través de la calidad, la diferenciación y el valor añadido
- El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación impulsa proyectos de innovación, herramientas de trazabilidad y una política comercial orientada a ampliar oportunidades para el sector oleícola

21 de mayo de 2026. La secretaria de Estado de Agricultura y Alimentación, Begoña García Bernal, ha asegurado hoy que el reto estratégico del sector oleícola español pasa por reforzar su capacidad para generar más valor y consolidar su posición como referente internacional de calidad.

Durante la clausura de la jornada “Aceite de oliva: la oportunidad del sector oleícola por liderar la calidad a nivel mundial”, organizada por el diario El Economista, García Bernal ha señalado que España ya ocupa una posición de liderazgo mundial en producción y exportación y que el siguiente paso es fortalecer el reconocimiento internacional de sus productos. “El siguiente salto del aceite español no es producir más, sino valer más”, ha afirmado.

La secretaria de Estado ha subrayado la dimensión económica y territorial del olivar, que ocupa 2,87 millones de hectáreas, alrededor del 17 % de toda la superficie agrícola nacional, y que convierte a España en responsable de aproximadamente el 40 % de la producción mundial de aceite de oliva. “Detrás de estas cifras hay territorio, empleo y miles de familias que sostienen una actividad estratégica para muchos pueblos de nuestro país”, ha señalado.

García Bernal ha destacado que la posición de liderazgo del sector deberá apoyarse cada vez más en elementos diferenciales como la calidad certificada, la trazabilidad y el reconocimiento internacional. En este sentido, ha puesto en valor

Nota de prensa



las 33 Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas del aceite de oliva español, distribuidas en 12 comunidades autónomas.

La secretaria de Estado ha señalado que estas figuras no solo aportan diferenciación comercial, sino que representan una garantía para productores y consumidores y refuerzan el posicionamiento internacional del producto español.

MÁS INFORMACIÓN, MÁS VALOR

García Bernal ha destacado también el papel de la innovación y la digitalización para mejorar la competitividad y reforzar la confianza de los mercados. En este ámbito, ha recordado las medidas impulsadas por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para reforzar la trazabilidad y el control de calidad.

Asimismo, ha señalado que el ministerio impulsa actualmente más de 200 iniciativas de innovación digital en el sector agroalimentario, con una inversión pública superior a 50 millones de euros, y ha recordado la reciente aprobación de 82 grupos operativos de innovación, cuatro de ellos vinculados específicamente al sector oleícola. “La innovación tiene que servir para generar más valor, más rentabilidad y más oportunidades para toda la cadena”, ha concluido.

