

# Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

1 de diciembre de 2023



## HOY ES NOTICIA:

Nuevas

JORNADAS



Los tres nuevos Estrella Michelin de Jaén se consideran abanderados del aceite de oliva, un producto que “llevamos en vena”.

Estos son los galardonados en los XVII Premios Andalucía de Agricultura, Pesca y Agua 2023.

OLEAF4VALUE desarrolla innovadores productos biológicos resultantes de la valorización de la hoja de olivo.

Single-Pack, una iniciativa para desarrollar envases monodosis 100% de papel y biodegradables.

Nombrados dos nuevos directores ejecutivos en el COI.

El mercado japonés de aceite de oliva, crucial para las empresas españolas del sector.

The advertisement features a woman in a dark sweater and green pants kneeling in a greenhouse, tending to plants. The text on the left reads: 'Contigo desde el origen. En CaixaBank queremos ayudarte a impulsar tu proyecto desde las raíces, como tú lo haces. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agroalimentaria para ofrecerte soluciones integrales, digitales e innovadoras. Descubre AgriBank en CaixaBank.es'. At the bottom left is the 'paralimpicos' logo, and at the bottom right is the 'AgriBank' logo. The word 'PUBLICIDAD' is visible in the top right corner of the ad image.

# Los tres nuevos Estrella Michelin de Jaén se consideran abanderados del aceite de oliva, un producto que “llevamos en vena”

Los tres nuevos cocineros Estrella Michelin de la provincia de Jaén (Juan José Mesa, del restaurante Radis; Javier Jurado, de Malak, ambos de Jaén, y Juan Carlos García, de Vandelvira restaurante, de Baeza) se consideran abanderados del aceite de oliva, un producto que “llevamos en vena”. Así lo han dicho a preguntas de los periodistas en el recibimiento tributado por el presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes, junto al diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, tras la consecución de este marchamo de calidad de la alta cocina.

Todos ellos han destacado su alegría y su orgullo por este prestigioso galardón y la oportunidad que representa para Jaén, una provincia que es receptiva de turismo gastronómico debido a que está bien posicionada gracias a su buena y excelente oferta culinaria.

Juan Carlos García ha calificado de “algo increíble” que Jaén cuente ya con cinco estrellas Michelin tras las conseguidas anteriormente por Pedro Sánchez Jaén, del restaurante Bagá, y Juan Aceituno, de Dama Juana, algo que se consigue “con mucho trabajo y con amor por la cocina”, una propuesta que lleva a cabo de forma sencilla y honesta, según ha dicho.

Por su parte, Juan José Mesa ha resaltado que su propuesta gastronómica es el de “una casa de comidas” y con un equipo que trabaja “con humildad, con compañerismo y con sencillez para hacer una cocina del corazón, ha subrayado, para destacar su reconocimiento a la cocina tradicional.

Una cocina tradicional con influencia de la Sierra de Segura que propone también el cocinero de Malak, Javier Jurado, que es, como Juan José Mesa, de Pegalajar, un municipio de unos 3.000 habitantes.

Estos tres abanderados de los aceites de oliva han reconocido que desde su elección como Estrella Michelin se han disparado las reservas en sus restaurantes para disfrutar de una experiencia para los sentidos y para las emociones.

Fuente: [Oleum Xauen](#)



# Estos son los galardonados en los XVII Premios Andalucía de Agricultura, Pesca y Agua 2023

La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural ha dado a conocer a los ganadores de los XVII Premios de Andalucía de Agricultura, Pesca y Agua, una iniciativa puesta en marcha por la Administración autonómica para reconocer a los profesionales y empresas que han desempeñado un papel destacado en el ámbito agrario, pesquero, agroindustrial e hídrico. Se entregan este viernes 1 de diciembre en Granada.

El fallo del jurado ha reconocido a un total de diez candidaturas ganadoras de unos galardones que persiguen impulsar la concienciación y el interés ciudadano y del tejido empresarial andaluz por la actividad agroalimentaria, con especial mención a las labores agroganaderas, pesqueras y relacionadas con el agua y la agroindustria, según ha explicado la Consejería en una nota de prensa.

El premio en la modalidad de Agricultura de 2023 ha sido para Vicente Pérez García de Prado. Este ingeniero técnico agrícola cordobés ha dedicado buena parte de su vida profesional a la agricultura y a la ganadería, tanto en su faceta privada como al servicio público desde la Administración.

Así, ha gestionado una explotación agrícola y ganadera familiar, ha sido representante de organizaciones agrícolas en Huelva y ha trabajado en el mundo cooperativo agroalimentario en la Cooperativa Virgen de la Bella en Lepe (Huelva). También ha sido director general de Asaja Andalucía y consejero titular del Grupo Segundo del Consejo Económico y Social de Andalucía (CESA), mientras que en la Consejería de Agricultura ha desempeñado los cargos de viceconsejero y secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

En la modalidad de Pesca, el galardón de esta XVII edición ha sido para el Grupo Ubago, empresa malagueña con más de 40 años de trayectoria exitosa, que la ha convertido en referente nacional en la elaboración y distribución de productos del mar.

## Desarrollo sostenible

Especial mención ha merecido su búsqueda de soluciones agroalimentarias para los mercados nacional e internacional, con la premisa siempre de llevar la máxima calidad a los segmentos donde operan: conservas, ahumados, bacalao y salazones. Su apuesta por un modelo de desarrollo sostenible con vocación industrial y comercial se fusiona con su interés por tecnologías innovadoras

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA 100 SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota

For Earth, For Life  
Kubota



y automatizadas, lo que la ha llevado a convertirse en una empresa con más de 4.500 trabajadores que distribuye unas 55.000 toneladas de pescado anuales a través de sus fábricas de España, Marruecos, Cabo Verde y Portugal.

## Impulso a la calidad

En la categoría de Impulso de la Calidad, ha resultado ganadora la Asociación Interprofesional de la Fresa y de los Frutos Rojos de Andalucía (Interfresa), formada por 1.300 empresas y más de 150.000 trabajadores dedicados a la producción, transformación y comercialización de fresas, arándanos, moras y frambuesas. Huelva produce el 98% de los berries de España y el 30% de la Unión Europea.

Los frutos rojos de España son reconocidos internacionalmente por su calidad y su sector es pionero en la creación y desarrollo de un plan de responsabilidad para garantizar el bienestar de la gran diversidad de trabajadores que emplea, el Plan de Responsabilidad Ética, Laboral, Social e Igualdad de Interfresa.

Como Iniciativa Innovadora, los premios de 2023 han designado ganador al Departamento de I+D+i de Dcoop, cooperativa antequerana líder mundial en producción de aceite de oliva que reúne a 75.000 agriculturas y ganaderos del sur de España con una clara apuesta por la mejora continua de la calidad, junto con la innovación tecnológica y la trazabilidad.

## Apuesta por la innovación

Esta apuesta por la I+D+i los ha llevado a desarrollar distintos proyectos de mejora de la alimentación animal con bioactivos de aceituna de mesa, para la revalorización de subproductos del aceite de oliva, en relación con mejoras para la cubierta vegetal del suelo y la biodiversidad del olivar, el desarrollo de productos lácteos derivados de la leche de cabra o la innovación fitosanitaria para el cultivo del almendro sostenible, entre otros muchos.

Por su parte, en Sostenibilidad, la Consejería ha puesto en valor la trayectoria de la Cooperativa Ganadera del Valle de los Pedroches (Covap), emblema agroganadero cordobés desde hace 60 años, grupo estrechamente vinculado a su territorio matriz y promotor de un nuevo concepto agroalimentario que va más allá de la agricultura y ganadería tradicionales. Conformada por 4.500 ganaderos, sus inicios estuvieron vinculados al sector lácteo, donde hoy día son una de las firmas más destacadas de Europa, con una importante apuesta internacional también en el campo del sector ibérico y cárnico, así como de alimentación animal.



**Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar**

**bioland**  
ENERGY

**GRUPO**  
oleícola jaén

Av. Vilches, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)  
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupoleicolajaen.com



En Comunicación y Mundo Rural, el jurado ha premiado a dos candidaturas en esta edición. A la cooperativa agrícola granadina Los Gallombares, con más de 20 años de experiencia en la manipulación del espárrago verde del Poniente granadino y más de 500 socios comprometidos con las mejores prácticas en la producción del espárrago verde y el cuidado del medio ambiente.

Junto a ellos, la empresa aceitera jinennse Castillo de Canena ha visto premiada su apuesta por la producción de un aceite de oliva con un marcado compromiso con la sostenibilidad, la innovación, la calidad y la excelencia, que ha posicionado a la firma como líder en el sector del AOVE Premium. Esta familia, vinculada al mundo del aceite de oliva desde 1780, ha modernizado su empresa familiar para dar vida a una compañía moderna con un alto espíritu de innovación.

### **Premio a las mujeres**

En la categoría 'Iniciativa de Mujeres', los premios de este año tienen otros dos reconocimientos, el primero de ellos es la emprendedora almeriense Cintia García Sánchez, que ha visto reconocida su apuesta por el mundo del queso de cabra a través de su empresa, Joya Caprina. Esta joven ingeniera química, natural de Vélez Rubio, decidió dar un giro a su vida en septiembre de 2022, cuando abrió su propia quesería artesanal junto a su padre. Su formación superior le ha sido de gran valía en esta nueva andadura profesional que es un ejemplo de las posibilidades de futuro del sector agroalimentario andaluz para las nuevas generaciones y para la fijación de la población en las zonas rurales.

Por su parte, Silvia Díaz es una joven agricultora del municipio de Adra (Almería) que ha dejado su carrera profesional en el sector del Derecho para dedicarse plenamente al trabajo en el campo después de estudiar una carrera universitaria. La explotación de Silvia Díaz consta de un invernadero para el cultivo de hortalizas.

### **Eficiencia hídrica**

Y en Eficiencia y Apuesta Hídrica, la categoría que se estrena en la edición de este año, el premio ha recaído en Andrés del Campo, toda una institución en el mundo del regadío nacional, al que ha dedicado gran parte de su carrera profesional. Destacado dirigente de la Federación nacional de Comunidades de Regantes (Fenacore), de la que ahora es presidente de honor, ha sido también presidente de la Comunidad Euromediterránea de Regantes (EIC) y ha participado, entre otros, en el Grupo de Coordinación Estratégica para la implementación de la Directiva Marco de Aguas de la Comisión Europea.

Fuente: [ABC Sevilla](#)

**NUTRI NAV**

¿Sacas hasta la última gota  
a tu software de gestión?  
Nosotros te decimos cómo

**Solicita una demo**

Oficinas en: SEVILLA · ZARAGOZA · VALLADOLID    Tel: 900 909 619    info@nyanet.es    basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central    www.nutrinav.es



# OLEAF4VALUE desarrolla innovadores productos biológicos resultantes de la valorización de la hoja de olivo

Las **hojas de olivo** se han infrautilizado principalmente debido al escaso conocimiento de sus beneficios para la salud, opacado por la popularidad de las aceitunas y el aceite de oliva en las tradiciones culinarias. Existen muchos retos en las técnicas de procesado, restricciones normativas y un limitado desarrollo de la investigación y concienciación de los consumidores que también contribuyen a su infrautilización. En este artículo, nos gustaría profundizar en las varias razones por las que la revalorización de las hojas de olivo es crucial.

¿Te has preguntado alguna vez qué ocurre con las hojas de olivo después de la recolección y la poda? ¡Pues se quedan en el campo y en los molinos! Constituyen una cantidad asombrosa de biomasa: los olivos destinados a la producción de aceitunas de mesa deben podarse todos los años, mientras que los olivos cultivados para la producción de aceite de oliva deben podarse cada dos años. Se calcula que sólo en España se produce anualmente la friolera de 1,25 millones de toneladas de biomasa de hoja de olivo, lo que representa aproximadamente el 50% de la producción total mundial. La mayor parte de la biomasa procedente de la poda se ha dejado tradicionalmente en el suelo, se ha dado de comer al ganado o se ha quemado, lo que supone la infrautilización de un recurso valioso y contribuye a las emisiones de gases de efecto invernadero.

De hecho, la biomasa de la hoja de olivo es rica en valiosos compuestos bioactivos, como polifenoles, triterpenos, aceites esenciales, lípidos y lignocelulosa, lo que la convierte en un activo potencial para diversas industrias, como la alimentaria, la de piensos, la química, la nutracéutica, la cosmética y la farmacéutica. Recoger y encontrar la mejor ruta de valorización para un lote determinado de biomasa de hojas de olivo es todo un reto y hasta ahora se había intentado de forma limitada.

**OLEAF4VALUE** es un proyecto colaborativo de 3 años financiado por la UE (financiado en el marco del BBI-JU, ahora conocido como CBE-JU) que comenzó en junio de 2021 y finaliza en julio de 2024. Reúne a un consorcio de 16 socios con amplia experiencia dedicados a explotar plenamente el potencial de esta biomasa que está siendo desaprovechada. El proyecto utiliza tecnologías de biotransformación enzimática y nanoencapsulación para crear productos a medida para mercados de usuarios finales específicos. El consorcio incluye entidades de toda la cadena de valor, que abarcan la recogida y el suministro de materias primas, los procesos de biorrefinería, las tecnologías posteriores a la extracción, el bioanálisis, la validación del mercado y la evaluación del impacto, incluida la sostenibilidad.



**oliveCEPT**  
Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad  
Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos

- Mayor rendimiento de AOVE
- Calidad mejorada
- Mejor eficiencia

Infórmate sin compromiso

El objetivo principal del proyecto es ofrecer una solución sostenible para la valorización integral de las hojas de olivo, es decir, encontrar el mejor producto final para el estado dado de las hojas: factores como el origen, las prácticas hortícolas, el tipo de árbol y la procedencia de las hojas (es decir, si las hojas crecieron en ramas más viejas y bajas o en brotes nuevos cerca de la copa del árbol) pueden influir en qué compuestos pueden extraerse y en qué cantidades de las hojas. El proyecto pretende establecer seis nuevas cadenas de valor que introducirán en el mercado 24 productos biológicos y rentables. Estos productos pretenden crear valor en toda la cadena, haciendo hincapié en el sector primario.

En el proceso de revalorización se utilizan actualmente compuestos destacables como la oleuropeína, la luteolina y el ácido oleanólico, presentes en los extractos de hoja de olivo. Entre los productos resultantes figuran conservantes naturales, tratamientos para determinadas enfermedades como la diabetes, antioxidantes para el mercado alimentario, nuevos aditivos para piensos destinados a mejorar la salud animal y reducir el uso de antibióticos y, por último, nuevos componentes básicos y antioxidantes naturales para el sector químico. Además, varios compuestos de base biológica generados por el proyecto muestran resultados prometedores como posibles ingredientes cosméticos, por ejemplo, ofreciendo protección contra el estrés oxidativo.

Fuente: [Oleorevista](#)

## Single-Pack, una iniciativa para desarrollar envases monodosis 100% de papel y biodegradables

Acesur, con la colaboración de AINIA, está desarrollando un innovador proyecto de I+D denominado Single-Pack cuyo objetivo es revolucionar el envasado de aceite de oliva y salsas con la creación de envases monodosis 100% de papel, completamente biodegradables y sin ningún tipo de plástico en su composición.

La empresa ha explicado que, durante la pandemia, el envase monodosis cobró una importancia crucial a la hora de proporcionar alimentos como aceites de oliva y salsas en el canal Horeca, ya que aportan mayor higiene y seguridad para los consumidores. Esto, unido al aumento de la demanda de alimentos fáciles de preparar a los que acompañan habitualmente envases monodosis con aceites o salsas, ha provocado un repunte de la utilización de envases monodosis.

"Pero, hasta la fecha, los envases de un solo uso que hay en el mercado se caracterizan por ser de plástico, o en el mejor de los casos de papel incorporando una fina lámina de plástico flexible en su



interior para garantizar la conservación y hermetismo del producto", ha asegurado Acesur. Ante esto, el equipo de I+D de la compañía, liderado por Melchor Martínez, se propone cambiar esta dinámica con Single-Pack, por lo que gracias a este proyecto -cofinanciado por el Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)- se está investigando y desarrollando recubrimientos múltiples e innovadores que no utilicen plásticos pero que, aplicados al papel, aporten resistencia a grasas, sirvan de barrera al oxígeno y tengan la capacidad de sellado necesaria para garantizar la correcta conservación de los alimentos.

En este sentido, el director de I+D de Acesur, Melchor Martínez, ha asegurado que "con el proyecto Single-Pack pretendemos convertirnos en la primera compañía en comercializar nuestros aceites y salsas en un envase monodosis fabricado en su totalidad con papel siendo así, reciclable en contenedor azul además de biodegradable".

Al liderar este proyecto, "la empresa comprende la importancia de abordar los desafíos ambientales y busca soluciones creativas y sostenibles para reducir su impacto en el planeta. Y es que la iniciativa Single-Pack busca promover un cambio significativo en la industria del envasado, impulsando la adopción de soluciones respetuosas con el medio ambiente", han resaltado desde Acesur.

Con la finalización del proyecto Single-Pack, prevista para agosto de 2024, el lanzamiento de envases monodosis 100% de papel, reciclables en el contenedor azul y compostables, "serán una realidad con la que contribuir al cuidado del planeta y con la que acercarse hacia un consumidor cada vez más concienciado social y ambientalmente", ha concluido.

Fuente: [Mercacei](#)

## Nombrados dos nuevos directores ejecutivos en el COI

El pasado 21 de noviembre, los representantes de los países miembros del Consejo Oleícola Internacional, COI, eligieron a los dos nuevos Directores Ejecutivos Adjuntos de la Organización, que asumirán sus cargos el 1 de julio de 2024.

El Director Ejecutivo Adjunto responsable de los aspectos operativos (Investigación y Normalización, Economía y Promoción, Oleicultura, Oleotecnía y Medio Ambiente) será el tunecino Abderraouf Laajimi, ingeniero agrónomo experto en marketing agroalimentario y doctor en Economía, actualmente jefe de gabinete del Ministro de Agricultura de Túnez y antiguo Director General del Observatorio Nacional de la Agricultura (ONAGRI).



El próximo Director Ejecutivo Adjunto encargado de las cuestiones administrativas y financieras y del Observatorio será el turco Imdat Pekdemir, actualmente experto ante el Primer Ministro y antiguo consultor de la OCDE, licenciado en Ciencias Políticas y Administración Pública por la Universidad de Ankara y en Estudios Europeos por la Universidad de Exeter (Reino Unido).

Fuente: [Olimerca](#)

## El mercado japonés de aceite de oliva, crucial para las empresas españolas del sector

El mercado japonés de aceite de oliva se ha vuelto crucial para las compañías españolas del sector, no sólo debido a que España es el principal exportador a este país, sino también por su potencial crecimiento a causa de su clara dependencia de las importaciones, según un estudio de [ICEX España Exportación e Inversiones](#).

En concreto, según detalla este informe, Japón es el tercer país no europeo con mayor importación de aceite de oliva, aunque su consumo per cápita solo alcanza los 0,4 litros anuales, siendo esta ratio menor que la de otros países donde el aceite de oliva tampoco forma parte de la dieta tradicional.

España ostenta una posición de liderazgo en el mercado japonés de aceite de oliva con una cuota de mercado del 57,5% frente al 32,6% de Italia. Nuestro país exportó en 2022 a Japón un total de 35.735 toneladas de aceite de oliva y 20.867 millones de yenes (alrededor de 145 millones de euros) frente a las 20.229 toneladas y 15.154 millones de yenes (106 millones de euros) de Italia.

Otros competidores como Turquía, Grecia, Portugal y Chile también tienen una presencia destacada en el mercado nipón.

El estudio de ICEX subraya que la imagen del aceite de oliva es muy buena, sobre todo cimentada en su percepción como alimento saludable. Además, asegura que los japoneses están dejando de ver el aceite de oliva como un alimento ajeno a su dieta diaria. Así, progresivamente lo están incorporando a su dieta de formas muy diferentes: como aliño para ensaladas, en recetas de cocina japonesas y occidentales, para elaborar postres, etc.



La evolución del consumo de aceite de oliva en Japón es especialmente favorable entre japoneses de mediana edad, residentes en Tokio o en grandes ciudades japonesas. Entre el público joven femenino también están teniendo un éxito cada vez mayor los productos para el cuidado de la piel y el cabello en cuya elaboración se utiliza aceite de oliva.

## Oportunidades en Japón

El estudio de ICEX subraya que los aceites de oliva españoles han logrado una sólida presencia en el mercado japonés, manteniendo una cuota mayoritaria en comparación con sus competidores y liderando las exportaciones. Sin embargo, a pesar de estos logros, su posición no iguala la de los aceites italianos en términos de presencia en los estantes de los supermercados. Por lo tanto, aunque España brilla en términos de exportación, esta fortaleza se diluye al exportar mayoritariamente a granel, limitando así su reconocimiento e imagen país. Por ello, para capitalizar las oportunidades existentes, considera esencial los siguientes aspectos:

- Evaluación cuidadosa de la expansión internacional: Antes de dirigirse directamente a Japón, es aconsejable establecer una base sólida en mercados geográficamente más cercanos, fáciles de abordar y también maduros. La experiencia exportadora puede ser un factor crucial para conseguir que los importadores potenciales otorguen credibilidad a las empresas españolas aún sin presencia comercial en Japón.
- Adaptación a las preferencias del consumidor japonés: Aunque es importante mantener las cualidades intrínsecas del aceite de oliva, es esencial comprender los gustos y preferencias del consumidor japonés para desarrollar una oferta que se ajuste a sus necesidades y gustos.
- Adopción de una estrategia a largo plazo: Dado que el aceite de oliva aún no es parte integral de la dieta japonesa diaria, es necesario considerar el mercado japonés como una oportunidad a largo plazo, con la expectativa de que se convertirá gradualmente en un producto de consumo común.
- Colaboración con importadores y estrategias conjuntas: La elección del importador es crucial para el éxito en el canal de distribución. Mantener una comunicación fluida y establecer estrategias conjuntas con el importador puede conducir a un mejor posicionamiento y éxito sostenible en el mercado.

**LABORATORIO unaproliva**

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

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

**NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ**

- **Promoción y educación:** A pesar de la alta calidad del aceite de oliva virgen extra español, es esencial promocionar y educar no sólo a los consumidores japoneses sobre sus usos sino también a actores claves de la cadena de distribución comercial y muy especialmente a los importadores y distribuidores.
- **Innovación y adaptación:** La adaptación a la cultura culinaria local puede ser un diferenciador clave. Incorporar el aceite de oliva en platos tradicionales y la introducción de conceptos innovadores como el helado de aceite de oliva pueden llamar la atención y generar interés.

Fuente: [Mercacei](#)