

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

2 de mayo de 2024



HOY ES NOTICIA:

Nuevas

JORNADAS



Pulsos Eléctricos entran con fuerza en el mundo del Aceite de Oliva español.

Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito.

Lista de AOVes españoles galardonados en los Premios Cinve 2024.

Turquía seguirá con sus fronteras cerradas a la exportación de aceite de oliva a granel.

Presentación del libro blanco del comercio electrónico transfronterizo 2024.

La transformación constante del campo: olivar, almendro y pistacho ganan terreno a los herbáceos.



Pulsos Eléctricos entran con fuerza en el mundo del Aceite de Oliva español

Opticept Technologies AB, empresa que comercializa “oliveCEPT”, invento patentado que optimiza la extracción y calidad de aceite de oliva utilizando pulsos eléctricos (PE) en varios países, ha sido recientemente incorporada en el FoodTech 500 cuya misión principal es destacar las tecnologías más innovadoras que contribuyen a perfeccionar el ecosistema alimentario mundial.

En su quinta edición FoodTech 500 sitúa a Opticept en el puesto número 107, reconociéndolos como empresas con soluciones pioneras en la que convergen alimentos, tecnologías y sostenibilidad. Junto al Aceite de Oliva, la tecnología CEPT tiene cabida en otros nichos alimenticios: patatas, zumos, vinos, cerveza, leches de origen vegetal, etcéteras. FoodTech 500 reconoce a Opticept como Procesadora de Alimentos cuyo Dominio está relacionado con la Biotecnología y la Sintetización.

Uno de los sectores donde ya tienen una presencia en crecimiento es en el del Aceite de Oliva, varias son las almazaras y/o molinos que han incorporado máquinas Opticept en alguna de sus líneas tradicionales de extracción. De un lado, la modernizan y de otro, los PE optimizan la eficiencia de la producción unido junto a las propiedades del aceite resultante.

España, casi con el 50% de la producción global de aceite de oliva es el que más equipos de PE ha ido incorporando. Además, sobresalen Grecia, Túnez, Francia, Marruecos, pronto abrirán la ruta del hemisferio sur. Opticept, estuvo presente en Expoliva 2023, ha realizado presentaciones sobre PE en Ifapa Jaén e Ifapa Cabra y recientemente tomó parte en el V Congreso de Maestros y Operarios de Almazara en la ciudad de Úbeda, Patrimonio de la Humanidad.

Expertos en España adelantan buenas expectativas para la campaña 2024-2025, anuncian que puede superar el millón de toneladas y si las lluvias de abril y mayo responden a las expectativas podrían alcanzar resultados aún mayores. Para Opticept es una buena noticia, porque más allá de aumentar la extractabilidad y sus características, la aplicación de PE, puede asegurar temperaturas de procesos y tiempos de batidos más reducidos si ese fueran los objetivos. Las máquinas de Opticept pueden verse instaladas en la línea después del molino y antes de la batidora, ahí se ejecuta el pretratamiento a la pasta de aceituna con PE asegurando los atributos del aceite producido y un mejor agotamiento.

Pueden contactarlos en tomas.pablo@opticept.se y/o carlos.fuentes@opticept.se

Fuente: [Interempresas](#)



Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito

En la primera jornada de la WOOE, celebrada el pasado 26 de febrero, Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, moderó la mesa redonda "Así funciona un proyecto de oleoturismo de éxito", donde se desvelaron todas las claves para montar un proyecto de oleoturismo y captar el interés de los turistas y visitantes, profundizando en el tipo de actividades ofrecidas y el perfil de los oleoturistas, así como en el esfuerzo requerido en términos de inversión dada la escasez de ayudas y su rentabilidad. La conclusión es clara: hay que apostar por el oleoturismo porque es el camino para valorizar el producto y divulgar la cultura del virgen extra, además de crear oportunidades de negocio.

La mesa contó con la participación de Martín Puga, director de Marketing de Finca La Pontezuela (Centro de Interpretación 5 Elementos); Nelly Samper, responsable comercial en LA Organic (Hotel Cortijo LA Organic); María Amores, directora de Marketing y Comunicación de Grupo Montes Norte (Centro de Interpretación y Formación Olivia); y José Antonio Jiménez, director gerente y responsable del Área de Oleoturismo de Oleícola San Francisco.

En ella se ofrecieron las claves del éxito de un proyecto de oleoturismo: conocer a fondo el producto para descubrirlo al consumidor; poner en valor la cultura del aceite de oliva y generar oportunidades de negocio; y crear una oferta responsable, respetando horarios y visitas y apostando por la excelencia en el servicio, entre otras. Asimismo, se destacó la importancia de que "todos seamos altavoces de la oferta de todos", en palabras de José A. Jiménez, quién señaló que "se trata de descubrir nuevas experiencias y el AOVE se está poniendo de moda en todo el mundo". Y es que "España es el país más rico del mundo gracias, entre otros, al aceite de oliva virgen extra", aseguró María Amores.

Martín Puga, Director de Marketing de Finca La Pontezuela

"Destacaría tres aspectos para montar un proyecto de oleoturismo de éxito: el entorno natural en un paraje espectacular; dotar la visita de actividades complementarias que puedan llegar a diferentes colectivos; y un estilo divulgativo y no excesivamente técnico, pero sí muy riguroso y preciso, ofreciendo la experiencia que a nosotros nos gustaría encontrar como visitantes para abarcar un público muy amplio"

"Para nosotros, que somos una empresa pequeña con una producción muy reducida, el oleoturismo supone una línea de negocio complementaria y en constante crecimiento. Hemos contratado a dos



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA
SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life
Kubota



personas y trabajamos con agencias, empresas, colegios y particulares. Tenemos la gran ventaja de que el olivar, la almazara y el Centro de Interpretación están a menos de 5' de distancia”

“Nuestra estrategia se basa en canales on line y offline. Hemos tratado de articular una red de establecimientos asociados en la zona y de servir como motor económico para generar negocio”

“En Castilla-La Mancha existen muy pocas ayudas para poner en marcha proyectos de oleoturismo, prácticamente ninguna. La financiación ha sido al 100% con fondos propios. En cuanto a la rentabilidad, en cualquier negocio los inicios son difíciles, de ahí la importancia de la diversificación (venta de AOVE, línea de cosméticos, oleoturismo...)”

“El consumidor es cada vez más consciente y quiere saber qué es lo que come, cómo se elabora, conocer el proceso. Y es fundamental que pueda hacerlo para que de esa manera aprecie el producto que ofrece”

José Antonio Jiménez, Director gerente y responsable del Área de Oleoturismo de Oleícola San Francisco

“En nuestro caso el proyecto surgió de una necesidad, la de vender nuestras botellas de una forma original y diferente a los demás. Contábamos con un escenario perfecto, el centro de la provincia de Jaén y su mar de olivos, e intentamos crear un relato en torno a nuestra historia para enamorar. Nosotros ya no vendemos aceite, sino una historia para afianzarnos en el camino que considerábamos que era el adecuado. Es fundamental mantener la constancia y tener muy claro el objetivo”

“Es muy importante valorizar el servicio, poner un precio a la entrada desde el primer día. En 2011 tuvimos 140 visitantes y en 2023, casi 9.000. Somos una empresa muy pequeña que moltura tres millones de litros y sin el oleoturismo ya hubiésemos cerrado la fábrica, es una pata imprescindible dentro de la empresa”

“Esto es una empresa, no una ONG; es necesaria una profesionalización y una especialización. El 78% de nuestros visitantes son extranjeros y llevamos años trabajando la digitalización de nuestras ofertas, con presencia diaria en las redes sociales”

“Tenemos que ser todos altavoces de la oferta de todos, es importante que colaboremos entre nosotros. Animamos a abrir las fábricas, a crear una oferta responsable de oleoturismo, respetando

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleícolajaén

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



horarios y visitas, y apostando por la excelencia en el servicio. Lo poquito que se haga, que se haga bien”

“Hay que apostar por el oleoturismo porque hoy está de moda descubrir experiencias y el aceite de oliva virgen extra es tendencia en todo el mundo”

Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Mercacei](#)

Lista de AOVEs españoles galardonados en los Premios Cinve 2024

La organización del Concurso de aceites de oliva virgen extra Cinve ha hecho pública la lista de galardonados en la que ha sido su 15ª edición y en la que han resultado ganadores varias firmas españolas que pasamos a enumerar a continuación.

Gran Cinve

- Rincón de la Subbética (DOP Priego de Córdoba), de Almazaras de la Subbética

Gran Oro

- Oro Bailén Picual BIO, de Aceites Oro Bailén Galgón 99 S.L.U.
- Palacio de los Olivos Picual, Palacio de Los Olivos
- Parqueoliva Serie Oro (DOP Priego de Córdoba), de Almazaras de la Subbética
- Rincón de la Subbética (DOP Priego de Córdoba), Almazaras de la Subbética
- Vieiru Ecológico DOP Gata-Hurdes, de Almazara As Pontis - Agropecuaria Carrasco, S.L.

Para conocer el resto de premiados [PINCHE AQUÍ](#).

Fuente: [Olimerca](#)



Turquía seguirá con sus fronteras cerradas a la exportación de aceite de oliva a granel

La acuciante necesidad de aceite de oliva por parte grandes industriales envasadores y algún gran grupo cooperativo, en países como Italia o España, está generando que se extiendan los rumores acerca del futuro de las exportaciones de aceite de oliva a granel procedente de Turquía.

Tanto en medios del país turco como en nuestro país son frecuentes las publicaciones de noticias que alientan acerca de la inminente apertura de las fronteras a la exportación de aceite de oliva a granel, y que parece ser que incluso los productores turcos están reclamando ante un contexto mundial de altos precios en todos los países.

Pero, de momento, y a pesar de las ansiadas ganas de muchos operadores de que el aceite de oliva turco pueda estar disponible a granel, las noticias más fiables procedentes de organismos oficiales en ese país han informado de que en estos momentos no hay información fidedigna por parte del gobierno que indique que se pueden abrir las fronteras a corto plazo.

Para comprender esta necesidad de aceite de oliva es necesario revisar que la cuenca mediterránea comienza a dar señales de agotamiento en cuanto a su nivel de existencias:

- Portugal: Apenas dispone de unas 30.000 Tm, aceites en su mayoría de calidad virgen
- Italia: Dispone de unas 200.000 Tm de las cuales el 60% es origen Italia, hablamos de su menor nivel de stock en los últimos años
- Grecia: Su nivel de stock es bajo, por debajo de las 35.000 Tm lo que nos lleva a muy poca disponibilidad para poder exportar, casi todo será autoconsumo
- Túnez: Apenas dispone ya de unas 70.000 Tm que irán, casi a partes iguales a España, Italia y US
- Marruecos: No disponen de más de 25.000 Tm y casi todo será autoconsumo
- Turquía y Siria: Es el origen que dispone de más cantidad y se estima que almacenan unas 170.000 Tm

Fuente: [Olimerca](#)



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

Presentación del libro blanco del comercio electrónico transfronterizo 2024

ICEX eMS en colaboración con Adigital hemos elaborado el libro blanco sobre el comercio electrónico transfronterizo.

Te invitamos a esta jornada - te puedes inscribir en este [enlace](#) -, ICEX España Exportación e Inversiones y Adigital presentarán el contenido del libro blanco de comercio electrónico transfronterizo, una valiosa herramienta para inspirar el crecimiento y la internacionalización de las empresas españolas en el mercado global.

Además varias empresas que han impulsado su negocio a través de ecommerce contarán de primera mano su experiencia, abriendo la reflexión sobre cómo superar los desafíos para lograrlo. El evento será clausurado por Carlos Cuerpo, ministro de Economía, Comercio y Empresa.

¿Cuáles son los objetivos del Libro Blanco?

- Analizar la situación actual del comercio electrónico transfronterizo en España, su impacto económico y potencial de crecimiento.
- Convertirnos en un referente para el tejido empresarial español que desee explorar las oportunidades de internacionalización a través del canal online.
- Extraer recomendaciones para las empresas y las administraciones públicas a partir de las mejores prácticas existentes.

Programa del evento:

- Bienvenida y presentación
Elisa Carbonell, consejera delegada de ICEX
- Impulsando el comercio electrónico crossborder para una digitalización del país
Susana Voces, presidenta de Adigital



- El libro blanco del comercio electrónico transfronterizo: una guía fundamental
José Antonio Bretones, director de Crecimiento internacional de la empresa y estrategias de comercialización de ICEX
César Tello, director general de Adigital
- Mesa redonda: necesidades y barreras de las pymes españolas en la venta online transfronteriza
Modera María Lázaro, directora de desarrollo y marketing de Adigital
- Reflexiones sobre el futuro del ecommerce crossborder
Pablo Conde, director general de internacionalización de la empresa de ICEX
- Clausura
Carlos Cuerpo, ministro de Economía, Comercio y Empresa
- Almuerzo/networking

¿Cuándo y dónde será el evento de lanzamiento?

Fecha: El 6 de mayo de 2024 de 12.00h a 14.00h.

Lugar: Auditorio de ICEX

Pº de la Castellana, 278

MADRID

ADigital, la Asociación Española de la Economía Digital, es una organización formada por más de 550 empresas de sectores clave de la economía digital unidas por un objetivo común: crear en España y en Europa un entorno óptimo para el desarrollo y el crecimiento de la economía digital, que permita alcanzar una sociedad más abierta, competitiva y sostenible, con especial atención a la ética digital.

Cómo inscribirse

Inscripción gratuita en este [enlace](#) previa por riguroso orden hasta completar aforo.

Fuente: [ICEX](#)



La transformación constante del campo: olivar, almendro y pistacho ganan terreno a los herbáceos

La superficie de cultivos leñosos, que incluye al grupo de frutales cítricos y no cítricos, olivar y viñedo, ha aumentado un 9 % en la última década, entre 2012 y 2022, hasta alcanzar los 5,31 millones de hectáreas, según constata el análisis contenido en el número 36 de la serie Análisis y Prospectiva AgrInfo, publicado en la página web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Destacan los incrementos de superficie de pistacho (1.978 %), con 63.267 hectáreas más que en 2012; almendro (30 %, con 199.834 nuevas hectáreas) y olivar (7 %, que suponen 183.703 hectáreas más). También son reseñables los aumentos de superficie del limonero, castaño, aguacate y caqui.

La expansión del olivar está dando pie a situaciones de tensión en los viveros, sobre todo. En Andalucía, por ejemplo, ya es imposible adquirir un plantón de olivo por la alta demanda.

Entre los cultivos que ven reducida su superficie, se encuentran el melocotonero, el manzano, el peral, el avellano y el ciruelo, con descensos entre el 10 % y el 22 %.

Cómo se han producido los cambios

El objetivo de esta publicación es evaluar en detalle el modo en el que se han producido estos cambios, con datos georreferenciados obtenidos a través de la Encuesta sobre Superficies y Rendimientos de Cultivos de España (ESYRCE). Esta encuesta se realiza anualmente mediante visita de campo de una muestra del territorio nacional, que en su mayor parte se repite año tras año, lo que permite realizar un análisis detallado de los cambios de cultivo que se han producido en cada parcela.

La dimensión de los cambios producidos se constata con el dato de que el 11 % de la superficie de cultivos leñosos registrada en 2022 (unas 550.000 hectáreas), estaba ocupada en 2012 por cultivos herbáceos (355.874 hectáreas) y barbecho (191.996 hectáreas). La caracterización de esta evolución:



El olivar, el almendro y el pistachero han aumentado fundamentalmente a partir de superficies previamente cultivadas de cereales y de barbecho.

La superficie de limonero en regadío ha aumentado un 51% (+16.800 hectáreas), principalmente por la conversión de superficie de otros cítricos, de frutales no cítricos o de hortalizas.

El aguacate y el caqui, localizados en zonas concretas a las que se adapta su cultivo, se han incrementado en sustitución de tierras dedicadas previamente a cítricos. El viñedo presenta una transformación interna de superficies de secano a regadío (49.900 hectáreas).

Fuente: [Sevilla ABC](#)

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