

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

4 de julio de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Se dispara el precio del aceite de oliva a niveles históricos.

La Inteligencia Artificial como instrumento clave para el desarrollo sostenible.

VII Observatorio de Comercio Electrónico en Alimentación de Asedas: cae la compra online.

Agricultura aumenta en 20 MM€ la Línea ICO-MAPA-SAECA.

Gulfood Dubái (Emiratos Árabes Unidos) 2024 - Feria de alimentación y bebidas.



Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en CaixaBank.es/agrobank y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank

Se dispara el precio del aceite de oliva a niveles históricos

Los precios en origen del aceite de oliva siguen su escalada y se aproximan ya a los 7.000 euros por tonelada para la calidad virgen extra, aunque se han hecho algunas operaciones por encima de esa cifra, auténtico récord. Las cotizaciones de las categorías virgen y lampante han alcanzado también niveles históricos.

Esta última es la que ha registrado las mayores subidas durante la última semana con aumentos de entre 200 y 300 euros por tonelada. Las existencias totales son muy limitadas y las previsiones de producción apuntan a que será muy corta como consecuencia de la sequía y de las altas temperaturas de los últimos meses, que provocaron importantes daños en la floración y en el cuajado.

Según los operadores comerciales de este sector, esta tendencia alcista continuará en corto y medio plazo, a pesar de la caída en el consumo que se ha registrado en España como consecuencia, precisamente, de la subida de los precios en destino.

Fuente: [La Razón](#)

La Inteligencia Artificial como instrumento clave para el desarrollo sostenible

El [I Congreso SmartIAgrifood](#) reunió a líderes de la industria y expertos del sector agrícola a nivel internacional para avanzar en el potencial transformador de la Inteligencia Artificial (IA) en la producción, transformación, logística, distribución y restauración. Un hito importante en la búsqueda común de una cadena agroalimentaria más inteligente, eficiente y sostenible.

Organizado por la Fundación INTEC dentro del proyecto HIBA, una iniciativa transfronteriza entre España y Portugal, el I Congreso SmartIAgrifood "De la granja a la mesa" se celebró con gran éxito de participación durante los pasados 29 y 30 de junio en el Rectorado de la Universidad de Córdoba. Además de la Fundación INTEC, en el comité organizador del evento figuraban el Ayuntamiento de Córdoba a través del IMDEEC, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), la Junta de Andalucía a través de la Consejería de Universidades, Investigación e Innovación, la Universidad de Córdoba, la Diputación de Córdoba y una veintena de empresas privadas.



Con el objetivo de impulsar la adopción generalizada de la IA en la cadena agroalimentaria, promoviendo un crecimiento sostenible, la seguridad alimentaria y el bienestar general de nuestra sociedad -y favoreciendo la transferencia tecnológica desde las universidades a la industria-, el I Congreso SmartIAgrifood "De la granja a la mesa" ha sido un espacio ideal para presentar y descubrir soluciones innovadoras, tecnologías disruptivas y modelos de negocio emergentes.

Durante el congreso se presentaron numerosas soluciones y avances tecnológicos con una aplicación directa en toda la cadena productiva, al tiempo que se puso de manifiesto el compromiso de la organización por abordar los desafíos actuales y futuros de la agricultura. Los asistentes tuvieron la oportunidad de presenciar demostraciones en vivo y participar en sesiones interactivas que mostraron el impacto positivo de la IA en la eficiencia, la sostenibilidad y la seguridad alimentaria.

Entre los aspectos más destacados del evento, y en lo que se refiere a la Inteligencia Artificial aplicada a la producción agrícola, SmartIAgrifood expuso las últimas innovaciones en el uso de algoritmos de aprendizaje automático y análisis de datos para mejorar la toma de decisiones en el ámbito agrícola. Estas soluciones permiten una gestión más eficiente de los recursos, el monitoreo de cultivos y el diagnóstico de enfermedades, optimizando así los rendimientos y reduciendo el impacto ambiental.

Con el objetivo de impulsar conjuntamente la adopción de soluciones basadas en IA y promover la innovación en la industria, en el congreso se incidió en la importancia de la colaboración y desarrollo de alianzas. Asimismo, los expertos y líderes presentes en el evento compartieron sus perspectivas sobre el futuro de la agricultura y la IA, discutiendo su potencial en áreas como la mejora genética de cultivos, la automatización de tareas agrícolas y la creación de sistemas de producción más sostenibles y resilientes.

Más de 5.000 millones de euros en IA

Juan Francisco Delgado, vicepresidente ejecutivo de la Fundación INTEC, afirmó en la inauguración del congreso que “la inversión en IA ha alcanzado cifras astronómicas a nivel mundial, superando los 12.000 millones de euros en los últimos años. Esta inversión se ha traducido en avances significativos en áreas clave como la agricultura de precisión, la trazabilidad de alimentos, la gestión de la cadena de suministro y la mejora de la eficiencia en la producción y el procesamiento de alimentos”.



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

Delgado indicó que “España pretende destinar a la estrategia de IA más de 5.000 millones de euros, de los cuales el sector agroalimentario en su totalidad debería contar con una aportación de unos 1.700 millones, de acuerdo con su peso específico en la economía del país, a lo que habría que sumar la creciente inversión privada en dicho sector, que aumenta anualmente un 20% respecto al año anterior”. Así, inversores y start-ups exploraron esta posibilidad llegando a distintos acuerdos de inversión que potenciarán proyectos relacionados con el vino, el aceite de oliva y el olivar, robótica y analítica de datos aplicable a los cultivos, entre otros.

Delgado habló también de la “necesidad de crear una cultura participativa y de transparencia superando los sesgos en los algoritmos y el acceso en igualdad de oportunidades para su aplicación en el sector. Para ello es necesario potenciar el papel de lo público y el modelo de gobernanza público-privado creando estructuras autónomas y flexibles que adopten los principios de la innovación abierta de la cultura del CO: co-crear, colaborar, cooperar, coordinar, co-invertir y construir”.

Por su parte, Blanca Torrent, primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Córdoba, incidió en la importancia de la colaboración institucional y de apoyar a las pymes. En este sentido, Torrent señaló a Córdoba como “un ecosistema muy preparado para acoger eventos como este Congreso, porque reúne a una potente industria agroalimentaria y a una universidad que en tecnología aplicada a la agricultura y ganadería es muy pujante, sin olvidar el talento de los jóvenes cordobeses”.

A su vez, el presidente del Consejo Social, Francisco Muñoz Usano, recordó que “Córdoba reúne tradición y modernidad y este Congreso ahonda en ello al aunar la actividad más antigua que se le conoce al hombre, la agricultura, con la Inteligencia Artificial, toda una apuesta de futuro”.

Paneles, mesas redondas y concurso de start-ups

Durante las dos jornadas que duró el congreso, los participantes de más de 20 países se sumergieron en paneles y mesas redondas en las que se sometieron a discusión temas críticos como la agricultura de precisión, la trazabilidad y seguridad alimentaria, la optimización de la cadena de suministro, la toma de decisiones basada en datos y la ética del uso de los datos en la IA; así como las mejores prácticas, los casos de éxito y las lecciones aprendidas en la aplicación de la IA al sector.

Asimismo, a la llamada que la Fundación INTEC realizó al ecosistema de start-ups que ya trabajan en este ámbito respondieron 22 empresas emergentes de cinco países (España, Bélgica, Alemania,



Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleicolajaén

Av. Vilches, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953.68.08.15 - bioland@grupooleicolajaen.com



Brasil y Argentina), de las que 9 fueron seleccionadas para exponer su proyecto al público, siendo evaluadas por un jurado que eligió a las cuatro mejores.

Según apuntan desde la organización del congreso, la Fundación INTEC continuará trabajando en el impulso de soluciones basadas en IA que incrementen la productividad, la sostenibilidad y la resiliencia en la industria agrícola para fomentar la adopción de estas tecnologías y promover un cambio positivo en toda la cadena agroalimentaria "De la granja a la mesa".

Fuente: [Mercacei](#)

VII Observatorio de Comercio Electrónico en Alimentación de Asedas: cae la compra online

Asedas, Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados, presentó el pasado 29 de junio su VII Observatorio de Comercio Electrónico en Alimentación que, bajo el título "Nuevos tiempos", ha sido realizado en colaboración con las Universidades Complutense y Autónoma de Madrid. Dentro de los tres grupos de consumidores analizados, la compra offline sube 7 puntos porcentuales; la compra mixta -omnicanal- pierde casi 6 puntos; y la compra solo online pierde 1 punto.

El estudio, elaborado por los profesores María Puellas, profesora de la Universidad Complutense de Madrid, y Gonzalo Moreno, profesor asociado de la Universidad Autónoma de Madrid, analiza la evolución de la compra online de alimentación en el contexto de la crisis inflacionista. El resultado es una vuelta a la tienda física como una manera de controlar el gasto de alimentación.

Los precios y la posibilidad de comparar mejor los productos aparecen como el principal motivo que los consumidores tienen para acudir a la tienda física -un 44%-; aunque la comodidad o conveniencia derivada de la amplia y diversa red de tiendas de proximidad que existe en España registra un importante 39% de las opiniones.

Entre otros motivos destacados, los encuestados mencionan el final de la pandemia -un aspecto relacionado con los que afirman disfrutar acudiendo al supermercado y los que señalan que lo tienen



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@ayanet.es basado en  Microsoft Dynamics 365 Business Central www.nutrinav.es

muy cerca de casa-; mientras que otros mencionan la fidelidad a su enseña habitual –si ésta no tiene tienda online, prefieren no adoptar la práctica del comercio electrónico-.

De este modo, las “tres Cs” -que son una constante de la línea histórica de los Observatorios de Asedas-: conveniencia, confianza y coste, se reafirman como las palancas de consumo tanto online como offline. En este sentido, los consumidores menos fieles son los que utilizan pure-players y los más fieles son los menos sensibles al precio.

La percepción de la inflación

El Observatorio registra diferencias en la percepción de los consumidores sobre la evolución de los precios en las dos oleadas de encuestas que se han realizado. En otoño de 2022, se toma plena conciencia de la situación inflacionista y los consumidores comienzan a adoptar medidas de ahorro, cambiando sus referencias de productos y marcas. En la primavera de 2023, esta sensibilidad se vuelve más acusada -a pesar de que la curva de la inflación inicia una tendencia descendente en abril- y se produce una mayor inclinación hacia el cambio de enseña, es decir, una mayor pérdida de lealtad del consumidor.

El cambio de conducta de los clientes también se observa en variables como la frecuencia de compra, que aumenta ligeramente en los offliners, posiblemente para realizar un menor gasto por cesta y controlar mejor la compra. Los onliners puros, por su parte, ralentizan sus compras en el tiempo, al seguir un patrón de conducta diferente.

En cuanto al gasto por compra, éste se incrementa en el canal físico en un 18%, alcanzando un 72,34 € por compra -consecuencia de la inflación y del incremento de consumidores en este canal-; los consumidores mixtos suben su gasto en la tienda física un 11% -78,57 €- y lo disminuyen en el canal online en un 9% -75,58 €-, centrándose en artículos de conveniencia de mayor peso y volumen; por último, los online suben ligeramente su gasto -un 2%, alcanzando los 113,94 €-, dentro de una mayor estabilidad respecto a años anteriores, su comportamiento indica una vuelta al canal Horeca.

Según destaca el informe de Asedas, el mayor gasto de los consumidores mixtos confirma tendencias pasadas en cuanto a su perfil, que corresponde a familias con varios miembros cuyas necesidades en productos de gran consumo son mayores y buscan la mayor conveniencia en cada canal. También se mantiene el perfil el consumidor online, con mayor poder adquisitivo.



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

Los productos frescos: despacio, pero seguros

El VII Observatorio de Comercio Electrónico en Alimentación también arroja novedades en relación con los productos más demandados en el canal online. Las referencias de higiene personal y droguería pierden entre 5 y 4 puntos porcentuales, respectivamente, en la compra online, a pesar de ser artículos de conveniencia en este canal por peso y volumen.

En sentido contrario, se registra una recuperación de 2 puntos en los productos frescos, posiblemente por una mejora en la percepción de la calidad y en los sistemas de conservación y entrega. En este segmento, las frutas y hortalizas siguen siendo las más demandadas, seguidas en este orden por la panadería y bollería, charcutería y quesos, carnes y aves, pescados y mariscos y, en último lugar, los platos preparados en el propio supermercado.

Llega la Inteligencia Artificial

En el acercamiento al canal online, han hecho su aparición los asistentes virtuales, que ya son utilizados por el 6% de los usuarios mixtos y online. La realidad omnicanal se afianza, así pues, en referencia a los dispositivos de acceso, donde sigue predominando el smartphone y el ordenador, pero el teléfono tradicional mantiene un importante 13% de usuarios fieles al servicio de compra telefónica.

Por otra parte, las principales barreras para la compra online siguen estando muy relacionadas con la preferencia por ver in situ los productos, especialmente los frescos, para elegir el punto de maduración o comparar en la propia tienda. La “costumbre” de la compra física aparece en tercer lugar. Además, a pesar del impacto de la inflación en los consumidores, las cuestiones relacionadas con los costes -gastos de envío, percepción de precios o seguridad del pago- aparecen en último lugar como barreras para la adopción de la compra online.

En sentido contrario, la conveniencia a la hora de adquirir productos voluminosos o pesados sigue siendo la gran motivación para abrazar la compra online. Los usuarios con un cierto grado de experiencia en el mismo, utilizan las promociones y lo usan para descubrir nuevos productos, aunque no suelen comprarlos por primera vez en este canal.

Fuente: [Agronegocios](#)



Agricultura aumenta en 20 MM€ la Línea ICO-MAPA-SAECA

Con el objetivo de mejorar el acceso a la financiación del sector agroalimentario, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha fortalecido la Línea ICO-MAPA-SAECA. En concreto, ha aumentado su presupuesto en 20 millones de euros más, con lo que suma ya un total de 60 millones y su abanico de posibles beneficiarios a cooperativas y otros operadores del sector agroalimentario.

El Boletín Oficial del Estado (BOE) ha publicado este jueves, 29 de junio, el Real Decreto-ley 5/2023 con el cuarto paquete de medidas que aprobó el martes el Consejo de Ministros para compensar la subida de los costes producción con motivo de la invasión rusa de Ucrania. La nueva normativa amplía los posibles beneficiarios a las cooperativas agroalimentarias, así como a las industrias de procesado y conservación.

A partir de ahora, esta línea de financiación permite bonificar el 12% del principal de los préstamos que soliciten los titulares de las explotaciones agrícolas.

El Real Decreto 4/2023, de 11 de mayo, ya elevó el presupuesto de la Línea ICO-MAPA-SAECA hasta los 40 millones de euros y extendió su periodo de solicitud hasta el 15 de septiembre de 2024. También incrementó del 10% al 15% la subvención del principal del préstamo objeto de ayuda, y de 10.000 a 15.000 euros el límite máximo de ayudas acumuladas para las operaciones de un mismo cliente.

A partir de ahora, esta línea de financiación permite bonificar el 12% del principal de los préstamos que soliciten los titulares de las explotaciones agrícolas. La ayuda está dirigida a préstamos de hasta 100.000 euros, con un plazo de hasta 15 años y con periodos de carencia de hasta 3 años, según la duración del préstamo. Para solicitarlo debe acudir a las entidades financieras colaboradoras.

Hasta mayo de 2023, el crédito total subvencionado a través de esta línea alcanza los 99 millones de euros y beneficia a un total de 2.302 solicitantes.



La normativa que recoge el BOE también amplía en 3 millones de euros la línea de subvención de avales de SAECA para el sector agroalimentario y pesquero, en el que se incluye además como potenciales beneficiarios a las cooperativas agroalimentarias y a otros operadores del sector. Los avales de SAECA son compatibles con la Línea de financiación ICO-MAPA-SAECA.

Fuente: [Olimerca](#)

Gulfood Dubái (Emiratos Árabes Unidos) 2024 - Feria de alimentación y bebidas

ICEX España Exportación e Inversiones, organiza un Pabellón España en la feria GULFOOD que tendrá lugar en el recinto ferial Dubái World Trade Centre de Dubái (Emiratos Árabes Unidos).

Se abre esta convocatoria para las empresas españolas de alimentación y bebidas no alcohólicas, quedando excluidos los productos procedentes del cerdo y sus derivados, las bebidas con alcohol y los dulces.

Te adelantamos que el Pabellón de España contará, además, con un espacio gastronómico destinado a la exposición, presentación y cata de aceites de oliva, denominado “Spanish EVOO Experience” y dirigido a profesionales internacionales.

GULFOOD, es la mayor feria agroalimentaria de esta zona, así como de África, del Sudeste Asiático y Oceanía. Dirigida exclusivamente a un público profesional, atrae a un gran número de compradores internacionales líderes del sector de la alimentación: mayoristas, minoristas, supermercados, catering, importadores de bebidas, restauración, etc.

Esta actividad es susceptible de estar cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Convocatoria Pabellón España Gulfood 2024

Informe Golfood 20-24 febrero 2023

Inscripción

Fuente: ICEX

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

ALMAZARA
Pepe Ginia

CURSO CATA



► Sobre el Curso

Una formación organizada por Olis d'almassera C.V. Infaoliva (Asociación Valenciana de industriales privadas), entidad que apuesta firmemente por la formación la mejora al profesional de la almazara y agrupación del sector. Impartido por el laboratorio Unaproliva de Jaén con una amplia experiencia en el mundo de la cata y sensorial.

En este curso se analizará:

- Nociones básicas del reglamento de los diferentes tipos de aceites.
- Información de parámetros fisi-químicos.
- Introducción a parámetros organolépticos.
- Conocimientos básicos de cata.

► Dirigido a:

- Profesionales del sector oleico.
- Maestros, técnicos de almazara y jefe de producción.
- Personas deseen aprender y apreciar un AOVE.

► Objetivo:

- 1.- Formación específica para el profesional.
- 2.-Curso de aprendizaje practico.
- 3.-Curso nociones para catar una aceite.

PROGRAMA

1ª Jornada 12 de julio

9.00-9.30 Bienvenida y presentación.
9.30-11.00 introducción a los parámetros Físicos-químicos (Reglamentación Vigente, parámetros de calidad, parámetros de pureza.)
11.00-11.30 coffe break.
11.30-13.00 Soluciones Perialisi en recolección temprana.
13.00-14.00 Introducción al análisis sensorial. (El método de panel test, atributos + y atributos -).
14.00-16.00 Comida.
16.00-17:30 Factores que afectan a la calidad de los aceites (Practico: agrónomico, producción, almacenamiento).

2ª Jornada 13 de Julio

9.00-11.00 Tecnología de espectroscopia NIRS y sus aplicación al análisis de (aceituna, aceite y orujo) TECNOLOGIA FOSS
11.00-11.30 Coffe break.
11.30 -13:30 gestión integral de almazara y sus beneficios en las almazaras 4.0 . TECNOLOGIA GIA ITEA

•CON ESTOS PRECIOS INCUYE: COMIDA DE LOS 2 DIAS



► SÓCIOS DE:
Olis D'Almassera C.V. y Infaoliva



► NO SOCIOS

► Impartido por : MARIOLA



LUGAR Y CONTACTO: NAVARRÉS
Almazara Pepe Ginia
Prolongación Maestro Serrano S/N
Tel: 605997811 - Pepe Ginia

ORGANIZA:



COLABORAN:



PATROCINAN: FOSS

