

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*6 de noviembre de 2024*



## HOY ES NOTICIA:

Transformación digital en las almazaras españolas: un paso firme hacia el futuro del aceite de oliva. INFAOLIVA.

Más de 300 profesionales de 16 países participaron en el primer Diálogo Expoliva.

Italia acuña etiquetas especiales para sus aceites de oliva DOP e IGP.

Turquía levanta las restricciones para exportar aceite de oliva a granel.

¿Olivar superintensivo en España? Son solo el 4%

## Jornadas y Eventos

7 noviembre 2024. Siembra directa y ecorregímenes de la PAC: beneficios, implementación y soluciones prácticas.



# Transformación digital en las almazaras españolas: un paso firme hacia el futuro del aceite de oliva

INFAOLIVA, en colaboración con la empresa tecnológica Ayanet TIC, ha realizado una exhaustiva encuesta sobre el grado de digitalización en el sector de las almazaras en España. Este estudio, el primero de su tipo en el sector oleícola, proporciona una radiografía precisa del estado actual de adopción tecnológica entre las empresas productoras de aceite de oliva, así como de los desafíos que enfrentan en su proceso de modernización.

La encuesta, realizada entre mayo y julio de 2024, contó con la participación de 134 almazaras de todo el país, especialmente de Andalucía, reflejando el papel clave de esta región en la producción de aceite de oliva. Los resultados muestran un sector que, aunque avanza hacia la digitalización, todavía enfrenta obstáculos importantes.

Entre los datos más destacados se encuentran:

- En su mayoría las empresas cuentan con conexión a Internet, siendo la fibra la opción más utilizada indicando una buena infraestructura digital generalizada.
- Un 85% de las empresas cuenta con página web, y un 36% realiza ventas a través de canales digitales, ya sea mediante plataformas de comercio electrónico o aplicaciones móviles propias.
- La mayoría de las almazaras utiliza un ERP para gestionar sus operaciones, y el 69% de estos sistemas tienen menos de 10 años, lo que indica un alto nivel de actualización. Cabe destacar que el 90% de las empresas que emplean Microsoft Dynamics 365 Business Central han implementado esta solución en la última década, lo que demuestra una preferencia clara por este sistema y lo convierte en uno de los ERP más elegidos.
- A pesar de los avances, el sector enfrenta barreras significativas para su transformación digital, como el coste elevado de las nuevas tecnologías (38%) y la falta de conocimiento especializado (19%).



- Solo el 53% de las almazaras ha solicitado el Kit Digital, una ayuda gubernamental para impulsar la digitalización.
- Entre un 30% y 32% de las almazaras planea invertir en comercio electrónico, marketing digital y optimización de procesos y control en los próximos dos años.

## Declaraciones

“Para INFAOLIVA, esta encuesta es un paso esencial para comprender las necesidades digitales del sector y promover acciones que impulsen su modernización. Los datos muestran que la digitalización es ya una prioridad para muchas almazaras, aunque sigue siendo necesario superar algunas barreras clave y facilitar el acceso a los recursos que el sector necesita para avanzar,” señaló Ana Martínez, directora general de INFAOLIVA.

Ayanet TIC ha trabajado junto a INFAOLIVA para identificar las necesidades digitales de las almazaras. La digitalización es un motor clave de competitividad, y en este sentido, soluciones como NutriNAV, nuestro ERP basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central y especializado para el sector agroalimentario, optimizan la gestión de procesos clave, ayudando a ganar en eficiencia y responder a las exigencias del mercado actual,” añadió Carolina Marín, CMO de Ayanet TIC.

## Conclusión

Este estudio subraya la necesidad de impulsar la digitalización en el sector oleícola para que las almazaras españolas sigan mejorando en eficiencia y competitividad. INFAOLIVA y Ayanet TIC continuarán apoyando al sector en este proceso, con el objetivo de garantizar que todas las empresas, independientemente de su tamaño, puedan acceder a los beneficios de las nuevas tecnologías.

## Contacto de prensa:

Ana Martínez

Directora general de INFAOLIVA

[ana.martinez@infaoliva.com](mailto:ana.martinez@infaoliva.com)



Carolina Marín  
Directora de marketing de Ayanet TIC  
cmarin@ayanet.es  
976300480

Fuente: [INFAOLIVA](#)

## Más de 300 profesionales de 16 países participaron en el primer Diálogo Expoliva

El Auditorio Guadalquivir del Palacio de Ferias y Congresos Jaén (IFEJA) acogió la presentación del manual 'Consideraciones sobre la búsqueda de ventajas competitivas en olivicultura: El caso particular de la provincia de Jaén', en el marco de los eventos previos que desarrolla Ferias Jaén denominados 'Diálogos Expoliva', y en el que participaron 320 profesionales de 16 países.

África Colomo, vicepresidenta de Ferias Jaén, inauguró este evento en el que se presentó el manual fruto de la colaboración de 18 instituciones públicas y empresas, y que aborda la situación actual de la olivicultura jiennense, un sector clave tanto a nivel provincial como mundial. “El manual examina las diferentes formas en las que el sector olivarero de Jaén puede seguir evolucionando para afrontar los retos del mercado internacional. Entre las estrategias de diferenciación, destacan iniciativas como el olivar ecológico, olivar biorregenerativo, IGPs, DOPs, y proyectos innovadores, que permiten añadir valor a los aceites de oliva mediante la preservación de la biodiversidad y la singularización de su origen”.

“Por otro lado”, añadió Colomo, “el documento también propone la modernización de los sistemas de cultivo mediante la mejora de la tecnología aplicada a los olivares tradicionales, lo que permitiría a los productores aumentar la competitividad, reduciendo costes y maximizando la rentabilidad. Algunas de estas estrategias incluyen la actualización de los sistemas de riego y la incorporación de maquinaria agrícola avanzada”.

La presentación contó con la participación de las instituciones y empresas que han contribuido al desarrollo del manual, todas ellas involucradas en diferentes etapas de la cadena de valor del aceite



**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

de oliva. “Entre los participantes destacan la Diputación de Jaén, la Universidad de Jaén, Caja Rural de Jaén, Carmonagro, GEA, Oleícola Jaén, Garzón Green Energy, Agromillora, Regaber, Olivares vivos, John Deere, Burgos Salaberry, Vimar Equipos, Soliguer, Agroisa, FOSS, IMS, AEMODA, quienes expondrán los principales retos y oportunidades que enfrenta la provincia”, apuntó Colomo.

La Diputación Provincial de Jaén ha contribuido con iniciativas como los reconocimientos Jaén Selección, la Fiesta del Primer Aceite de Jaén o el proyecto Olivares Vivos, entre otros. La otra alternativa de mejora estratégica pasa por dotar a los olivares explotados de un mayor rango

competitivo mediante la optimización y búsqueda de una eficiencia superior, mejorando la renta neta de los olivares vía reducción de costes.

“Mediante el impulso a este manual, que cuenta con el prólogo de Paco Reyes, la Diputación de Jaén pone de manifiesto una vez más su implicación y compromiso en el avance no solo de la olivicultura de la provincia, al objeto de que el desarrollo de ventajas competitivas en ella permita que sigamos siendo referencia obligada en el ámbito de la olivicultura internacional –dado que la provincia jiennense supone el 5% del total de la superficie de olivar del planeta y un 20% de la producción–, sino también en el incremento de la renta neta de los agricultores. De este modo se contribuye a una mejor y mayor sostenibilidad económica, social y medioambiental del entorno del olivar, mejorando la habitabilidad del ámbito geográfico que nos ocupa, nuestra provincia”, subrayó Colomo.

El evento se retransmitió en directo para profesionales de Argentina, Brasil, Chile, EE UU, Francia, Ghana, Grecia, Italia, México, Portugal, San Marino, Perú, Turquía, Uruguay, Argelia y España, y ofreció una visión global sobre el futuro del sector, con un enfoque específico en Jaén, líder mundial en producción de aceite de oliva virgen extra.

Al concluir el acto, se entregó a los asistentes un ejemplar del manual, mientras que los participantes virtuales recibirán una versión en pdf. De este modo, tanto los presentes como los espectadores en línea podrán profundizar en las estrategias que permitirán a Jaén consolidarse como un referente en la olivicultura mundial.

Fuente: [Interempresas](#)



# Italia acuña etiquetas especiales para sus aceites de oliva DOP e IGP

Como parte de un plan para implementar soluciones de seguridad y trazabilidad para el sector agroalimentario, el Instituto Poligráfico Italiano y la Casa de la Moneda (IPZS, por sus siglas en italiano) han lanzado una etiqueta desarrollada explícitamente para el aceite de oliva virgen extra con certificaciones de Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP).

La etiqueta, con gráficos exclusivos y elementos de seguridad avanzados, está diseñada para colocarse en el tapón o la lata de la botella. Está numerada de forma única e incluye un código QR para acceder a una plataforma con información sobre el producto y el productor.

El consorcio para la protección de la IGP Olio di Roma fue el primero en adoptar la etiqueta inmediatamente después de su creación, seguido este año por los consorcios DOP Olio Sabina, IGP Olio di Calabria y DOP Olio Terre di Siena.

Olive Oil Times visitó la Officina Carte Valori, la imprenta de seguridad de Roma donde se fabrican las etiquetas. Está situada en Via Salaria, la más grande de las cuatro instalaciones de IPZS, con 569 empleados y 15 departamentos de producción.

“Aquí, el Instituto Poligráfico fabrica todos los productos de trazabilidad, mientras que los productos para la identidad física y digital del ciudadano se realizan en un edificio cercano”, explicó Matteo Cerasoli, responsable de la imprenta de seguridad, al introducir la visita y tras pasar por el primer control de seguridad.

La planta también fabrica etiquetas para productos sujetos al monopolio estatal, entre ellos, tabaco, etiquetas farmacéuticas, timbres fiscales y productos numerados sin trazabilidad, como billetes de lotería. Además, hay una sección dedicada a la impresión de sellos y del Diario Oficial.



De acuerdo con los estrictos estándares de seguridad que regulan el acceso a todas las instalaciones del IPZS, la entrada al área de impresión de alta seguridad está custodiada por la Policía Financiera, y solo el personal autorizado puede ingresar a los distintos departamentos pasando por puertas entrelazadas.

Ver artículo completo [aquí](#).

Fuente: [Olive Oil Times](#)

## Turquía levanta las restricciones para exportar aceite de oliva a granel

13 meses después de que el gobierno turco prohibiera sus exportaciones de aceite de oliva a granel, cuyo objetivo era moderar los precios venta al público en el mercado nacional y fomentar la exportación de aceite de oliva envasado, el país ha eliminado las restricciones y ya puede exportar a terceros países.

Y aunque en junio el gobierno suavizó la prohibición, lo que permitía exportar 50.000 toneladas hasta noviembre, ahora la prohibición se levanta por completo.

El objetivo de esta decisión es competir con los productores europeos en calidad y precio, así como avanzar en otros mercados clave, como Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos, China y Japón, donde la demanda está aumentando.

Para 2025, Turquía planea mejorar su presencia en estas regiones a través de asociaciones comerciales y de marketing específicas.

Según las palabras del presidente del Consejo Nacional de la Aceituna y el Aceite de Oliva, Mustafa Tan, publicadas por Olive Oil Times, “la restricción a las exportaciones de aceite de oliva en Turquía se realizó para evitar que los precios subieran en el mercado interno. Sin embargo, como los precios en el mercado interno están relacionados con los precios mundiales, este efecto no se vio mucho”.



Añade que “el sector pidió constantemente que se levantara la restricción a las exportaciones. Por tanto, nuestro sector está satisfecho con la decisión tomada. El levantamiento de las restricciones a la exportación de aceite de oliva hará que el sector mejore”.

Fuente: [Olimerca](#)

## ¿Olivar superintensivo en España? Son solo el 4%

Cuando hablamos de la España olivarera, nuestro pensamiento se dirige a súper intensivo y dos variedades principales – Arbequina y Arbosana – que también se utilizan en otros países (incluida Italia) por lo que se llama olivares de seto. En realidad, leer el informe de la Oficina de Asuntos Económicos y Comerciales de la Embajada de Grecia en Madrid, la fotografía que surge es completamente diferente y presenta otras ideas ciertamente interesantes. Aquí están a continuación.

Más de la mitad del olivar español (equivalente al 51%) es tradicional, es decir, una media inferior a 300 plantas por hectárea, El 45% están densamente plantados, por lo que entre 800 y 1.000 plantas y solo el 4% en superintensivo hasta 1.800 plantas.

Otro dato interesante, que los expertos conocen, pero quizás no el público olivarero, está relacionado con las almazaras presentes: en España funcionan 1.815 plantas envasadoras de aceite de oliva, de las cuales el 83% cuenta además con almazara. Sólo por poner un ejemplo, Italia, con una producción de petróleo significativamente menor, el número de almazaras supera las 4.000.

Se estima que La producción de aceite de oliva en España alcanzará los 1,29 millones de toneladas en la actual campaña del aceite de oliva, es decir más del 50% más que la campaña anterior (cuando eran 854 mil toneladas), pero un aumento de aproximadamente 70 mil toneladas (+6%) en comparación con el promedio de los últimos seis años.

En España El consumo de petróleo está disminuyendo, equivalente a 6,19 litros por persona (-15,3%) e incluso ni la mitad que el aceite de oliva virgen extra o virgen.



Appenas el 1% del aceite se compra en la almazara, casi todos ellos en supermercados, hipermercados, tiendas de descuento y otras redes de distribución.

El aumento de los precios al productor observado en 2023 se ha trasladado a los consumidores del producto, y el precio de venta al por menor aumentó mucho más del 25% en un año.

Eventos climáticos severos observados durante el período entre finales de octubre y principios de noviembre, si por un lado han traído beneficios a algunas zonas donde las redes se extenderán más tarde, por otro lado retrasan la recogida en otras zonas, intensificando la presión sobre el mercado.

Fuente: [Olivo News](#)

**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**