

# Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

9 de junio de 2023



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



La consejera de Agricultura cree necesario mejorar los mecanismos de mercado de la OCM.

Caldo fresco “embolsado” y aceite en tubo de aluminio: la innovación del formato ecológico.

“El aceite de oliva español copa el 52% de la demanda mundial”.

La Interprofesional del Aceite de Oliva y la UCO reciben un reconocimiento europeo por un proyecto conjunto contra la erosión.

El IFAPA participa en un proyecto en busca de biodiversidad en el olivar y la horticultura protegida.

CAAE abre la vía a la exportación de los productos ecológicos a China.



### 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](https://CaixaBank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank

# La consejera de Agricultura cree necesario mejorar los mecanismos de mercado de la OCM

La consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Carmen Crespo, ha participado en unas jornadas de Cajamar Caja Rural en Sevilla, donde ha puesto de manifiesto la necesidad de que la Comisión Europea lleve a cabo una mejora de los mecanismos de apoyo de la Organización Común de Mercados Agrícolas (OCM) al sector agrario. Se trata, a su juicio, “de algo fundamental para ganar en competitividad y para defender los intereses de nuestros productores”.

La consejera de Agricultura ha subrayado que “de la competitividad y rentabilidad de nuestros sectores agrícola y ganadero depende que estos sean atractivos para que las nuevas generaciones decidan trabajar en ellos y se produzca el necesario relevo generacional para garantizar un futuro a estos sectores productivos tan importantes para nuestra tierra”.

Del mismo modo, la consejera Carmen Crespo ha recordado su petición al Gobierno central para que aproveche la Presidencia española del Consejo de la Unión Europea, en el segundo semestre de este año, para la aprobación de cláusulas espejo en los acuerdos comerciales con terceros países. Crespo considera “crucial” que en la Unión Europea entre en vigor el principio de preferencia comunitaria, “que se encuentra en la base de la fundación misma de la UE”.

Por otra parte, Crespo ha puesto el foco en la situación de sequía estructural que está teniendo lugar en Andalucía. La consejera ha señalado como causa importante el cambio climático, a la par que ha resaltado que “los agricultores y los ganaderos son base fundamental para luchar contra sus efectos”.

La consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural ha explicado la importancia de “no desdeñar ninguna fuente hídrica” siendo todas, a su juicio, “necesarias, como las transferencias, trasvases, aguas regeneradas o desaladas”. Carmen Crespo ha indicado, asimismo, los pasos adelante que se han dado en Andalucía en materia de eficiencia energética e hídrica en el regadío, “gracias también a la colaboración público-privada”.

Crespo ha ensalzado las bondades de los sectores agrícola y ganadero andaluces, de los que ha asegurado que “son un ejemplo mundial en sostenibilidad social, laboral, medioambiental y en materia de ahorro de agua, con hasta veinte veces menos huella hídrica que en otros países de la competencia”. La consejera de Agricultura ha felicitado a agricultores y ganaderos por “aportar sabor y salud a través de los alimentos a mercados de todo el mundo”.

Fuente: [Oleum Xauen](#)



# Caldo fresco “embolsado” y aceite en tubo de aluminio: la innovación del formato ecológico

Dos veces a la semana se puede encargar el caldo de hueso fresco “embolsado” de la firma Santapaciencia y el aceite de oliva de Señoríos de Relleu (Alicante) ya se presenta en monodosis de tubos de aluminio de 20 mililitros (ml); son sólo dos ejemplos de las innovaciones que se siguen presentado en el sector ecológico.

Como en casi todas las ferias, los expositores de innovaciones son los más llamativos para los visitantes; en Organic Food Iberia, que ha abierto este miércoles en Madrid, algunos de ellos no se ha resistido a intentar “apretar” los tubos de aceite similares a los de los dentífricos.

Esta propuesta comparte candidatura a los premios Eco&Organic Awards 2023 con los ibéricos al vacío sin plástico de Jabugo S.L. o los vinos ecológicos y en lata que se comercializan desde los Pagos de la Familia Vega Tolosa.

Otros candidatos son los caldos de huesos ecológicos embolsados que se comercializan en envases de 500 ml, similares a las antiguas bolsas de leche, están realizados con pasto y hervidos durante 24 horas; entre sus propiedades, sus creadoras destacan que cuentan con 29,5 gramos de colágeno asimilable.

Otras innovaciones en el continente que compiten por estos premios, que se fallarán esta tarde, son el bol de frutas preparado para comer en envases bebibles, el gazpacho ecológico en tetrabrik de 500 mililitros, los aperitivos de chufas o miel en crema.

A pesar del coste de los alimentos y del escenario de incertidumbre internacional, la innovación sigue patente, especialmente en los formatos, en un sector que crece en consumo y ha reducido la brecha de precios con el convencional en este contexto inflacionista.

Fuente: [Efeagro](#)

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA · 100% SIEMPRE CONTINUA

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life Kubota



# “El aceite de oliva español copa el 52% de la demanda mundial”

**Teresa Pérez, Gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español.**

La Interprofesional del Aceite de Oliva Español no cesa en su apoyo al sector, tanto en apertura de nuevos mercados, como en desarrollo de I+D+i, entre otras cuestiones. Al frente de ella se encuentra Teresa Pérez, que nos desglosa en esta entrevista la actualidad del sector.

## ¿Qué papel juega el aceite de oliva español en los mercados internacionales respecto a nuestros competidores?

Un papel de dominio claro. Como sabe, España es líder mundial en la producción de aceites de oliva en el mundo. En la pasada campaña, la 2021-2022, vemos que España produjo 1,5 millones de toneladas de aceites de oliva, lo que supuso el 66% de toda la producción de la Unión Europea y el 44% del total mundial. Pero ese liderazgo se extiende también al comercio mundial de aceites de oliva. En esa campaña vendimos un total de 1.674.800 toneladas. De esa cantidad algo más de un millón de toneladas las exportamos y unas 600.000 toneladas se comercializaron en España. Eso significa que nuestros aceites de oliva han copado el 52,5% de la demanda mundial, estimada en 3.188.000 toneladas. Sólo las exportaciones han generado unos ingresos de más de 4.000 millones de euros en 2022.

## ¿Siguen siendo necesarias las campañas de promoción?

Por supuesto. Y si me apura, le diría que ahora mismo son más necesarias que nunca. Nuestras acciones no sólo tratan de incrementar la demanda de nuestros aceites de oliva, sino también ofrecer al consumidor argumentos que justifiquen en invertir tres, cuatro o hasta 10 veces más, según los mercados, de lo que le puede costar otro aceite. Cuando hablo de invertir, estoy pensando en la primera razón que los compradores de nuestros aceites aducen en todo el mundo, la salud. Ahora que los precios en los mercados han subido, es especialmente importante que trabajemos en esos argumentos, empezando por España, donde nuestra campaña incide directamente en ese argumento con el lema “Para toda una vida”. Pero también hay que pensar que la promoción es una inversión de futuro. Estamos reforzando el uso de nuestro producto en nuestros consumidores actuales y atrayendo a los del futuro, aquellos que comprarán nuestros aceites en los próximos años. Y todavía más importante es que en estos momentos es cuando tenemos que trabajar en el reposicionamiento de los aceites de oliva de España en la mente de los consumidores de nuestros principales mercados objetivo, para que el consumidor perciba y reciba la información del referente mundial en Aceites de Oliva: España.

**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@grupoleicolaen.com



## ¿En qué países tiene margen el aceite de oliva español para seguir creciendo?

Le diría que todo el mundo. Hemos de ser conscientes que los aceites de oliva son una gota en el mar de grasas vegetales que se consumen en el mundo. Según el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, los aceites de oliva en 2022 han supuesto el 1,29% de todas las grasas vegetales. Eso indica que la capacidad de crecimiento es fabulosa. El crecimiento en estos momentos está principalmente limitado por las disponibilidades de producto. Si tenemos que hablar de los mercados con mayor potencial y probabilidad de crecimiento, son aquellos en los que la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, a través de su marca Aceites de Oliva de España, está haciendo promoción en estos mismos momentos (además de España): Estados Unidos, Brasil, México, Alemania, China y Japón. Estados Unidos ya es el tercer consumidor de aceites de oliva del mundo, tras España e Italia, y sigue aumentando la demanda. Por su parte, Brasil es el segundo consumidor fuera del Mediterráneo. Más al norte tenemos a México, con una evidente cercanía cultural a nuestro país, una clara ventaja idiomática a la hora de promover y potenciar el consumo. Ya en Europa, Alemania es el primer consumidor entre los países no productores, con un kilo de consumo per cápita y creciendo. China es el mercado que más rápido crece en el mundo. Y Japón es un mercado maduro que sigue demandando aceites de alta calidad y está dispuesto a pagar por ellos. Podríamos añadir a estos otros como Canadá, Corea del Sur, Colombia ... Se vende todo lo que se produce. Y, en estos momentos nuestro factor limitante es la reducción de las disponibilidades a nivel mundial, por la disminución de la producción como consecuencia de la sequía.

## Situación del mercado

### ¿Cómo se está comportando el mercado nacional, está estable o hay aumento del consumo?

En Italia, Grecia y España el mercado lleva años dando muestras de debilidad. En nuestro país, a principios de este siglo llegamos a consumir 631.000 toneladas. En la campaña 2016-2017, alcanzamos un mínimo de 457.000. Perdimos más de 170.000 toneladas de consumo. Una cifra realmente alarmante. No obstante, la pandemia, con la necesidad de comer más en casa y el deseo de alimentarse más sano, tiró del consumo. De hecho, en la campaña del año pasado volvimos a rozar las 600.000 toneladas.

### ¿El aumento generalizado de los precios ha desviado el consumo de aceite de oliva hacia otras grasas?

Como le he indicado aún no tenemos datos recientes. Pero en el escenario inflacionista que estamos viviendo, vemos como todos los consumos se contraen. El consumidor tiende a comprar menos y consumir menos.



**NUTRI NAV**

# ¿Sacas hasta la última gota

a tu software de gestión?

Nosotros te decimos cómo

[Solicita una demo](#)

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

## Consumo

### ¿Cómo está siendo el consumo y comercialización del Virgen Extra? ¿Qué porcentaje supone el AOVE respecto del Virgen en comercialización?

El único dato preciso es precisamente el del Panel del Consumo del Ministerio. Volviendo a los datos del mes de noviembre, vemos que la suma de aceites de oliva virgen extra y virgen supusieron la mitad de lo comercializado en nuestro mercado. De ese 50%, el 40% corresponde a los aceites de oliva virgen extra y un 10% al virgen. La otra mitad correspondió a la categoría aceite de oliva.

### ¿Qué papel juega la I+D+i en la elaboración de los aceites?

La innovación es la base sobre la que se asiente nuestro liderazgo mundial. Un proceso de cambio continuo en el que el sector se embarcó hace ya décadas. De hecho, somos el referente mundial en tecnologías aplicadas a este sector. En ese sentido, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español está haciendo un enorme esfuerzo de fomento de la innovación, destinando en torno al 10% de nuestro presupuesto.

### ¿Qué tendencias hay en el sector productor en cuando a nuevos aceites?

Constatamos en los últimos años en la pujanza de los vírgenes extra en nuestro mercado y, en paralelo, el crecimiento de los aceites de gamas medias y altas, los aceites de oliva virgen extra de recolección temprana.

### ¿Cuáles son los proyectos que tiene la interprofesional a corto y medio plazo?

Ahora mismo nuestra atención en el corto plazo está puesta en las acciones en los siete mercados que le he mencionado. Seguimos analizando nuevas oportunidades en donde poder lanzar nuevas campañas. Ahí, la principal limitación es la presupuestaria. En cuanto a la I+D+i seguimos trabajando en varias líneas estratégicas, en especial la que llevamos años desarrollando con el Gobierno de España y la Junta de Andalucía para la implementación de tecnologías complementarias el panel test a la hora de clasificar comercialmente los aceites vírgenes de oliva.

Fuente: [Diario de Sevilla](#)



# La Interprofesional del Aceite de Oliva y la UCO reciben un reconocimiento europeo por un proyecto conjunto contra la erosión

La European Landowners' Organization ha otorgado un Diploma de Reconocimiento a la **Interprofesional del Aceite de Oliva Español** y a la **Universidad de Córdoba (UCO)** por una de las 12 líneas de trabajo del Proyecto de Compra Pública Precomercial Innolivar, en concreto, la línea 5 denominada "Actuaciones de lucha contra la erosión".

Este reconocimiento forma parte de los Premios a la Gestión Tierras y Suelos con los que la organización europea, que representa a los propietarios de tierras, fomenta las prácticas de uso y gestión que mitigan las amenazas para los suelos. Fue instaurado en 2008 bajo los auspicios de la Comisión Europea (Dirección General de Medio Ambiente y el Centro Común de Investigación) y en asociación con la Universidad de Recursos Naturales y Ciencias de la Vida (BOKU) de Viena, Syngenta International AG, así como el Centro de Ciencias del Suelo y del Medio Ambiente de la Universidad de Liubiana.

El Diploma se ha entregado en Madrid, donde la organización ha celebrado este año el Foro para el Futuro de la Agricultura. Los encargados de recoger el premio han sido el vocal de la Junta Directiva de la Interprofesional del Aceite de Oliva, Arturo Hernangómez, y la profesora titular del Área de Ingeniería de la Construcción de la Universidad de Córdoba, Adela Pérez, quien ha subrayado que esta línea ofrece una "propuesta de soluciones reales y técnicamente viables a la pérdida de suelo y a la erosión en el olivar".

Así, se ha desarrollado un sistema combinado, capaz de diagnosticar mediante herramientas SIG el problema de erosión en cualquier finca. Una vez diagnosticado, las zonas potenciales de pérdida de suelo, se colocan estructuras de retención. El trabajo de las empresas Agresta-Vialca y Tracasa-Prefhorvisa ha desarrollado dos prototipos de piezas de hormigón modulares ligeras y fáciles de manejar para elaborar esas estructuras. De tal forma que "sean los propios agricultores los que realicen, por medio propios y de forma sencilla y barata, los diques de retención en las cárcavas de sus fincas", según ha precisado.

A esto hay que añadir la implementación por parte de Sylvestris y Semillas Cantueso, respectivamente, de una cubierta vegetal sostenible a partir de una selección de semillas que permite minimizar la erosión.



Para Rafael Sánchez de Puerta, responsable e I+D+i de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, este proyecto ahora premiado “es la demostración que la apuesta que el sector ha realizado por la innovación es el camino correcto. De hecho, el cultivo del olivar es el que más ha invertido en innovación en los últimos años y, por consiguiente, el que más ha evolucionado. Y no nos podemos quedar atrás. Por esa razón la Interprofesional destina, de media, un 11% de sus presupuestos al fomento de la innovación”.

Fuente: [Mercacei](#)

## El IFAPA participa en un proyecto en busca de biodiversidad en el olivar y la horticultura protegida

El IFAPA participa en el proyecto ‘Protección de la biodiversidad de artrópodos mejorando la matriz inhóspita del paisaje’, perteneciente a la convocatoria de la Agencia Estatal de Investigación para el año 2021 de ayudas a «Proyectos Estratégicos Orientados a la Transición Ecológica y a la Transición Digital», en el marco del Plan Estatal de Investigación Científico-Técnica y de Innovación para el periodo 2021-2023. Coordinado por la Universidad de Granada, cuenta con la participación de los investigadores Mario Porcel y Estefanía Rodríguez, de los centros IFAPA de Málaga y La Mojonera, respectivamente.

El proyecto tiene como objetivo restablecer la biodiversidad natural de artrópodos mejorando la matriz agrícola que rodea las áreas protegidas y bien conservadas. Para ello se evalúa qué infraestructuras ecológicas (cubiertas, bordes y áreas de vegetación natural de distinta complejidad) mejoran la conectividad entre dichas áreas bien conservadas y facilitan la supervivencia de ciertos artrópodos, grupo que está sufriendo con gran impacto la crisis de biodiversidad y sobre el que recaen importantes servicios ecosistémicos (polinización, control biológico, ciclos de nutrientes, soporte de redes tróficas).

Este proyecto se lleva a cabo en dos sistemas productivos de vital importancia para Andalucía: el olivar y la horticultura protegida.

Los resultados ponen en valor las soluciones basadas en la naturaleza que, además de favorecer la biodiversidad en actual declive, también ahorran insumos en época de alza de precios. Así, la presencia de hábitats seminaturales, cubierta herbácea (total o parcial) en el olivar o incorporación de los restos de poda al cultivo, pueden suponer importantes ahorros para la maltrecha economía





de los pequeños agricultores. Mejoran la salud del suelo (presencia de materia orgánica, asimilación de nutrientes, retención e infiltración de agua) y el control biológico de plagas, dos importantes servicios de la naturaleza.

El pasado mes de abril se presentaron los resultados preliminares relativos al olivar a la agrupación de mujeres de Montefrío, colectivo que colabora con el proyecto, y en junio se han presentado a la Asociación de Vecinos de Lojilla, pedanía de Montefrío en la que se sitúan una buena parte de las fincas estudiadas hasta ahora. Con ello, se trata de crear un flujo de información con los agricultores que apoyan desde el principio el proyecto, haciéndoles partícipes del estudio y sus resultados y recogiendo también sus dudas e inquietudes para incorporarlas a futuras campañas.

Fuente: [Interempresas](#)

## CAAE abre la vía a la exportación de los productos ecológicos a China

El mercado ecológico en China ha experimentado un notable crecimiento en los últimos 15 años, pasando del puesto 27 a posicionarse como la cuarta economía mundial en consumo de productos ecológicos, con un volumen de más de 11.300 millones de euros.

Ante este escenario y con el objetivo de ofrecer a los productores ecológicos la posibilidad de exportar a China, CAAE ha firmado un acuerdo con la entidad China Organic Food Development and Certification (OFDC), que posibilitará el acceso a este mercado.

El director gerente de CAAE, Juan Manuel Sánchez Adame señala que este acuerdo “supone la apertura de una nueva vía de negocio para los productores ecológicos, ya que van a poder poner sus productos en uno de los mercados más importantes a nivel mundial y donde son cada vez más demandados por unos consumidores muy exigentes”.

El Centro de Certificación y Desarrollo de Alimentos Orgánicos de China (OFDC) es un organismo de certificación especializado, registrado en la autoridad nacional de China (CNCA), y está acreditado tanto a nivel nacional (CNAS) como internacional (IFOAM). OFDC se centra en la inspección y certificación de productos orgánicos y China-GAP.

**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**



## Encuentro en Organic Food Iberia

En el marco de la celebración en Madrid de Organic Food Iberia, ha tenido lugar el encuentro denominado 'China: la gran oportunidad del mercado ecológico', conducido por José Ángel Navarro, director de certificación de CAAE, en el que también ha intervenido Javier Lorenzo delegado de CAAE para China y África, que ha presentado las posibilidades que ofrece dicha certificación, los principales productos demandados y requisitos básicos.

Además, en esta ponencia han participado dos de las mayores importadoras de producto: Chen Wang, COO de Asia Union & Euwaynature y Zhao Huijuan, delegada en Europa de Organic & Beyond, quienes han hablado de la situación y el potencial del emergente mercado asiático.

Fuente: [Olimerca](#)

