

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

13 de junio de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Vuelven a sorprender las altas salidas de aceite de oliva en mayo.

Andalucía solicita al MAPA el aplazamiento de la entrada en vigor del Cuaderno Digital de Explotación Agrícola.

Las exportaciones españolas de aceite de oliva disminuyeron un 30% en el primer semestre de la campaña 2022/23.

Nuevos cursos y demostraciones del Centro de Competencias Digitales del MAPA.

Landaluz presenta “Andalusian Cooking Tour”, una iniciativa que promueve el turismo gastronómico con un recorrido por las provincias andaluzas.

La Australian Olive Association visita el COI.

Andalucía potencia la internacionalización de sus empresas en Asia-Pacífico.



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://www.caixabank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank

Vuelven a sorprender las altas salidas de aceite de oliva en mayo

El mes de mayo vuelve a arrojar balances alcistas en las salidas de aceite de oliva, con un volumen de más de 82.700 toneladas, sin incluir las importaciones, lo que sin duda es una noticia con dos lecturas: buen ritmo de comercialización, sobre todo en el mercado exterior, y además con altos precios; pero con mucho temor por lo que nos podemos encontrar a finales de septiembre cuando toque analizar el enlace entre cosechas.

Todo el sector estimaba que las salidas se frenarían tarde o temprano y que no superarían las 50.000 toneladas, pero la cruda realidad se impone en el mercado y no hay lugar a dudas de que hay un movimiento nada esperado a pesar del incremento de los precios.

Según los datos provisionales de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) a finales de mayo las existencias se han situado en las almazaras en las 263.510 ton, mientras que los envasadores almacenan 255.288 toneladas. En el PCO tan sólo se almacenan 7.821 ton. El total el aceite disponible de aquí a finales de septiembre es de 526.619 ton, que el sector tendrá que gestionar durante los próximos cinco meses (no incluyo octubre dado que es un mes de escasas producciones y muy testimoniales) hasta noviembre.

Con estas cifras no es de extrañar que el precio del aceite de oliva en origen esté ya mostrando signos de nuevos incrementos de precios. Concretamente, en la categoría de lampante ya se puede observar ofertas superiores en 300 euros la tonelada, y todavía nos quedan varios meses donde no se descartan nuevos aumentos de precios en origen.

El consumidor también volverá a sufrir un nuevo aumento de los PVP en cuestión de pocas semanas, esperando subidas en torno al euro.

Nos queda mucho por ver en los meses de verano.

Fuente: [Olimerca](#)



Andalucía solicita al MAPA el aplazamiento de la entrada en vigor del Cuaderno Digital de Explotación Agrícola

La consejera de **Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía**, Carmen Crespo, ha informado del envío de una carta al secretario general de Agricultura y Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), Fernando Miranda, para expresar la preocupación de su Departamento por la entrada en vigor del Cuaderno Digital de Explotación Agrícola y solicitar su aplazamiento.

Crespo ha señalado que “la entrada en vigor progresiva del Cuaderno Digital de Explotación Agrícola aprobado por el Ministerio es insuficiente”. Según ha explicado, “la mayor parte de los agricultores van a solicitar eco-regímenes y todos los que superen una cierta superficie, por ejemplo 5 hectáreas en el caso del regadío, están obligados a acceder al cuaderno e ir actualizándolo desde el próximo 1 de septiembre”.

En este sentido, ha insistido en que “su entrada en vigor se debe retrasar para que los productores agrícolas puedan disponer de un tiempo mínimo para comprobar, en funcionamiento real, la aplicación informática”. Y es que, según ha lamentado, “ésta sólo estará disponible desde el 1 de julio, con dos meses de antelación que, además, coinciden con período vacacional”. A su juicio, “no es tiempo suficiente para que agricultores y asesores técnicos puedan familiarizarse lo suficiente con su utilización”.

La consejera de Agricultura ha recordado que el 1 de enero de 2024 ya estará plenamente en funcionamiento el cuaderno digital de explotación agrícola, “con el consiguiente esfuerzo de asesoramiento por parte de unos técnicos que, según nos traslada el sector, a día de hoy no están disponibles”.

Por otra parte, Carmen Crespo ha recordado a Fernando Miranda en la misiva que “la Comisión Europea no establece la obligatoriedad del Cuaderno Digital hasta el 1 de enero de 2026, por lo que no se entiende que, en un momento de crisis del sector motivado por los efectos de la guerra en Ucrania, los elevados costes de producción o la sequía, el Gobierno de España no espere a entonces para que sea preceptivo para los agricultores”. Para la consejera, “necesitamos una transición que sea ordenada y progresiva para que permita al sector una adaptación a las nuevas exigencias comunitarias”.



Por otra parte, en cuanto a las repercusiones de este retraso sobre las diferentes ayudas de la Política Agraria Común (PAC), como los eco-regímenes y ayudas asociadas, Carmen Crespo entiende que “siempre es posible buscar soluciones que permitan su adaptación sin que ello suponga afectación alguna a su diseño ni a las primas”.

Finalmente, y con la intención de analizar estas cuestiones y poder profundizar en la repercusión y adaptaciones necesarias del aplazamiento de la entrada en vigor del Cuaderno Digital de Explotación Agrícola, la consejera andaluza ha informado de la solicitud de una reunión al secretario general de Agricultura y Alimentación del MAPA.

Fuente: [Mercacei](#)

Las exportaciones españolas de aceite de oliva disminuyeron un 30% en el primer semestre de la campaña 2022/23

La menor disponibilidad de aceite de oliva en la presente campaña 2022/23 ha dado lugar a una caída de las exportaciones españolas, que en los primeros seis meses de la campaña se situaron en poco más de 350.000 toneladas, con un descenso del 30% respecto al mismo período de la [campaña anterior](#). En valor, sin embargo, el descenso fue solo del 5% (hasta los 1.644 millones de euros), debido a que el precio medio de exportación subió un 35%, hasta una media de 4,67 euros/kilo, frente a los 3,46 euros del mismo período de 2021/22.

De acuerdo con el último informe sobre comercio exterior de aceite de oliva del Ministerio de Agricultura, el precio de exportación ha ido en ascenso desde el comienzo de la campaña. En octubre la media se situó en 4,21 euros/kilo mientras que en marzo alcanzaba los 5,38 euros, frente a 3,50 euros en marzo de 2022.

En el caso de las ventas a países terceros, el precio medio del período considerado llegó a los 4,96 euros/kilo (+32% respecto a la campaña anterior) mientras que la media en los envíos a otros Estados miembros de la UE fue de 4,39 euros (+36%).

El precio de exportación ha ido en ascenso desde el comienzo de la campaña.

Por destinos, la caída en las exportaciones afectó a todos los mercados importantes, excepto al ruso. Los envíos a Italia, primer cliente del aceite de oliva español, cayeron a 71.325 toneladas, menos



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



de la mitad de lo exportado en los primeros seis meses de la campaña 2021/22. En el caso de los demás mercados el descenso fue mucho menos acusado y los envíos a Rusia crecieron en un 8% (hasta 2.171 toneladas). El precio medio más alto fue el de las ventas a Brasil (5,49 euros/kilo).

En lo que respecta a las importaciones, crecieron un 1% en volumen y un 43% en valor debido asimismo a una subida acusada del precio medio, que alcanzó los 4,10 euros/kilo, frente a los 2,89 euros del mismo período de la campaña anterior. A pesar de la caída respecto a la campaña 2021/22, se mantuvieron como primeros proveedores del mercado español Portugal (con 45.723 toneladas) y Túnez (32.300 toneladas).

Por el contrario, aumentaron las compras a Grecia (13.310 toneladas), a Italia (8.856 toneladas) y a Turquía (7.276 toneladas).

Fuente: [Agropopular](#)

Nuevos cursos y demostraciones del Centro de Competencias Digitales del MAPA

El Centro de Competencias Digitales del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha anunciado la publicación de una nueva tanda de cursos (2/24 horas) y actividades demostrativas en su web: <https://centrocompetencias.mapa.es/>

Actividades demostrativas (en campo):

- **Tecnologías digitales aplicadas a la producción de cultivos.** Organizado por la Universidad Politécnica de Madrid (22/06/2023 en Aula Verde Invernadero en Campos de Experimentación ETSIAAB de la Universidad Politécnica de Madrid). Proceso de solicitud abierto hasta el 20/06/2023.
- **Aplicación con dron de bioestimulantes** (real) dirigida con Sentinel-2 en el cultivo de arroz para aumentar la productividad. Organizada por Universitat Politècnica de València (UPV) el 22/06/2023. Proceso de solicitud abierto hasta 20/06/2023

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

- **Aplicaciones móviles para la visualización de datos SIG y de Teledetección en trabajo de campo.** Organizado por Universidad Católica de Ávila el 22/06/2023. Proceso de solicitud abierto hasta el 20/06/2023
- **Manejo del riego de frutales con sensores de suelo y planta.** Organizado por la Universidad Politécnica de Madrid (06/07/2023 en Campos de Experimentación ETSIAAB de la Universidad Politécnica de Madrid). Proceso de solicitud abierto hasta el 30/06/2023.

Cursos de 2 horas (100% on line)

- **Inteligencia artificial (IA) aplicada a la agricultura:** claves para entender su funcionamiento y utilidad. Impartido por la Universidad de Sevilla el 14/06/2023. Proceso de solicitud abierto hasta el 12/06/2023
- **Digitalización forestal:** el poder de los datos. Impartido por la Universidad de Córdoba el 14/06/2023. Proceso de solicitud abierto hasta el 12/06/2023
- **Introducción a la Agricultura de Precisión.** Impartido por la Universitat de Lleida el 29/06/2023. Proceso de solicitud abierto hasta el 26/06/2023

Cursos de 24 horas (100% on line)

- **Biofertilizantes microbianos 4.0.** Impartido por la Universidad Católica de Ávila del 19/06/2023 al 29/06/2023. Proceso de solicitud abierto hasta el 15/06/2023.
- **Teledetección aplicada a la Agricultura I.** Obtención y análisis de bandas electromagnéticas. Índices de vegetación. Impartido por la Universitat Politècnica de València (UPV) del 19/06/2023 al 29/06/2023. Proceso de solicitud abierto hasta el 15/06/2023.

Fuente: [Agronegocios](#)

The advertisement features a green background with a white circular logo on the left containing a stylized olive branch. To the right of the logo, the text 'oliveCEPT®' is displayed in a large, white, sans-serif font. Below this, the text 'Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad' is written in a smaller white font, followed by 'Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos'. On the right side, there are three circular icons: a bar chart, a heart, and a clock, each with a corresponding benefit listed next to it: 'Mayor rendimiento de AOVE', 'Calidad mejorada', and 'Mejor eficiencia'. At the bottom right, there is a dark green button with the white text 'Infórmate sin compromiso'. In the bottom left corner, there is a small illustration of two olives on a branch with a white ECG line running across the bottom.

Landaluz presenta “Andalusian Cooking Tour”, una iniciativa que promueve el turismo gastronómico con un recorrido por las provincias andaluzas

Landaluz presenta bajo el marco del proyecto Andalucía Cocina su nueva apuesta por el turismo gastronómico andaluz con “Andalusian Cooking Tour”. Una iniciativa que busca promover los productos andaluces a través de un recorrido culinario por cada una de las provincias andaluzas.

“Andalusian Cooking Tour” tiene como objetivo principal poner de relieve la riqueza y diversidad de la cocina andaluza, destacando la calidad de los productos locales. A través de este programa culinario se invita a los amantes de la gastronomía a explorar los sabores tradicionales de Andalucía, descubrir los secretos culinarios de cada provincia y disfrutar de experiencias únicas relacionadas con la comida.

Andalusian Cooking Tour no solo busca satisfacer los paladares más exigentes, sino también contribuir al desarrollo y promoción de la industria agroalimentaria andaluza. A través de la visibilización de los productos locales, se busca fomentar el turismo gastronómico, impulsar la economía regional. El talento de los cocineros y la excelencia de los productos andaluces se combinan para crear un menú de alta calidad donde los consumidores serán los principales beneficiarios.

Para ello, se ha diseñado una gira gastronómica alrededor de las 8 provincias andaluzas que contará con chefs de renombre para la elaboración de los diferentes menús como; Juan López chef de Ultramarino y Pepín Ramírez, chef de la Belli; Javi Abascal, chef de Lalola y Javi Vargas, chef de Vida Jonda; Álvaro Cano, chef de La Marmita y Jaime Mena, chef de Akase; Pablo Vega y Pablo Domínguez, chefs de Ménade cocinarán junto a Dairon Alexander, chef de Yu-go restaurant; Ezequiel Montilla, chef de Alma y Carlos Fernández, chef de Karàn Bistró serán los encargados de elaborar el menú en Córdoba, también participarán los chefs jienenses Tomás Rueda, chef de Almocadén de Alcaudete, y Juanjo Mesa, chef de Radis de Jaén. Además, en la gira gastronómica también participarán Chechu González, chef de María de la O y Juan Viu, chef de Mare; Pablo Fuentes, chef de Bacus y Juan Ortiz, chef de Faralá. Junto a ellos, el apoyo de productores tan destacados como Mielles Doray, Hacienda Guzmán, Arroz Doña Ana, Panadería Obando, El Descansillo, Lowla Food y Conservera de Tarifa serán los principales protagonistas de cada menú.

Miguel Ángel Jiménez, secretario general de Landaluz ha querido destacar en la presentación que “este proyecto se alinea perfectamente con el espíritu de “Andalucía Cocina”, una iniciativa que ha



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



demostrado su éxito en anteriores ediciones al destacar la cocina andaluza de una manera única y personalizada. Andalusian Cooking Tour quiere ir un paso más allá llevando la experiencia culinaria a un nivel superior al recorrer toda Andalucía y mostrando la gran diversidad gastronómica que esta región tiene para ofrecer.

Por parte de Turismo Andaluz, colaborador del proyecto, su coordinador del Área de Producto Emergente de la Empresa Pública para la gestión del Turismo Andaluz y del Deporte de Andalucía, David Tirado, ha señalado que “dentro del turismo se están empezando a identificar nuevas

tendencias de consumo que otorgan un nuevo valor e interés no sólo a la cocina local, sino también al origen del producto y al propio proceso de producción

Fuente: [Oleum Xauen](#)

La Australian Olive Association visita el COI

El pasado 19 de mayo de 2023, el profesor Robert Spooner-Hart, investigador de la Western Sydney University y miembro de la Australian Olive Association ha sido recibido en la sede del International Olive Council (COI) por María Juárez (jefe ad interim del Departamento de Economía y de Promoción), Lhassane Sikaoui (jefa de la Unidad de Olivicultura, Tecnología del Aceite de Oliva y Medio Ambiente), Catarina Bairrao (jefa del Departamento de Cooperación Técnica y Formación) y Juan Antonio Polo (jefe del Departamento de Tecnología del Aceite de Oliva y Medio Ambiente).

La Australian Olive Association es una organización sin ánimo de lucro que representa a más del 85 % de la industria olivarera del país y a todas sus partes interesadas (productores, almazaras, proveedores de servicios olivareros, científicos, etc.). Es el principal organismo asesor del gobierno y la industria en actividades de investigación.

Las actividades de la Australian Olive Association incluyen la gestión estratégica del sector, el establecimiento de un plan de bioseguridad para el sector, la promoción del aceite de oliva australiano y las aceitunas de mesa, la puesta en marcha de proyectos de investigación, desarrollo e innovación, etc.

Con motivo de esta visita, el profesor Spooner-Hart hizo una extensa descripción del sector del aceite de oliva y la aceituna de mesa en Australia, señalando que el cultivo del olivo cubre un área de 33,000 ha. Según datos del COI, Australia produce 23 millones de kg de aceite de oliva al año, principalmente aceite de oliva virgen extra, y 3.500 toneladas de aceitunas de mesa. Australia



importa 40 millones de litros de aceite de oliva y 17.000 toneladas de aceitunas de mesa. El consumo anual per cápita es de 2,4 litros de aceite de oliva y 0,8 kg de aceitunas.

Los representantes del COI explicaron las líneas de trabajo de sus unidades y se refirieron en particular a las actividades de promoción realizadas por el COI en Australia durante los últimos meses.

Los funcionarios del COI agradecieron al profesor Spooner-Hart por su visita a la sede y por la gran cantidad de información de interés que brindó en la ocasión. Lo alentaron a participar en todas las actividades de su interés, extendiendo esta invitación a la Australian Olive Association, a la que identificaron como una parte interesada clave en Australia.

Fuente: [Oleorevista](#)

Andalucía potencia la internacionalización de sus empresas en Asia-Pacífico

La Junta de Andalucía ha presentado a más de medio centenar de empresas la nueva Antena de Negocios en Australia, un instrumento que tiene como objetivo impulsar la internacionalización de las empresas andaluzas hacia una de las regiones del mundo con mejores perspectivas de crecimiento, la de Asia-Pacífico y, concretamente, a Australia, país que registró en 2022 récord histórico de exportaciones andaluzas, por valor de 175 millones de euros, con un crecimiento interanual del 17,9%.

La presentación de la Antena de Australia, desarrollada por Andalucía TRADE en formato virtual, tenía como objetivo presentar a las empresas andaluzas los nichos de mercado que pueden encontrar en Australia, un país con 25 millones de consumidores potenciales, con gustos anglosajones y una elevada renta per cápita, por lo que figura como uno de los países en los que está llamado a potenciar su presencia el tejido empresarial andaluz.

Las exportaciones a Australia en 2022 fueron fundamentalmente de aceite de oliva, con 89 millones, más de la mitad de las ventas (51%) y un alza del 28,6% con respecto a 2021.

Según los datos de Andalucía TRADE, Andalucía es la quinta comunidad española en ventas a Australia, con el 10,6% del total de las ventas, país con el que mantiene una balanza comercial altamente positiva, que registra una tasa de cobertura del 147%. Con estos datos se parte de una buena posición, y los márgenes de crecimiento en el mercado son amplios, toda vez que, aunque se



trata se la mejor cifra de ventas lograda hasta la fecha por Andalucía, Australia es su trigésimo primer mercado, con sólo el 0,4% de las ventas.

Según los datos de Extenda, las exportaciones a Australia en 2022 fueron fundamentalmente de aceite de oliva, con 89 millones, más de la mitad de las ventas (51%) y un alza del 28,6% con respecto a 2021.

Con un PIB per cápita de los más altos del mundo, la población de este disfruta de un alto poder adquisitivo, y demanda constantemente productos de calidad. Además, desde su posición privilegiada en el extremo sur, Australia representa una de las mayores economías de la región Asia-Pacífico, después de Japón, China y Corea del Sur; pero el país conserva una tradición empresarial totalmente occidental, con un sistema político y judicial muy estable, lo que facilita el establecimiento de relaciones comerciales con bajo riesgo.

Fuente: [Olimerca](#)



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