

# Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

18 de abril de 2024



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



INFAOLIVA traslada al subdelegado del Gobierno su petición para que el Impuesto sobre Actividades Económicas que soportan las almazaras industriales se calcule sobre la actividad real de estas.

---

¿Es el etiquetado nutricional un driver de compra del aceite de oliva?

---

Las cooperativas prevén escasez de aceite de oliva al final de la campaña.

---

La Feria del Olivo de Montoro recibe el apoyo del COI.

---

IV Desafío SOLIDARIO Fundación Grupo Oleícola Jaén Duque de Ahumada.

---

Con Taste Spain y Spain Fusion encuentra distribución internacional para tus productos.



# INFAOLIVA traslada al subdelegado del Gobierno su petición para que el Impuesto sobre Actividades Económicas que soportan las almazaras industriales se calcule sobre la actividad real de estas



La presidenta de la Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva (INFAOLIVA), Lucía Serrano, acompañada por el vicepresidente de la organización empresarial, Emilio Vallejo, y la secretaria general, Ana Martínez, se han reunido con el subdelegado del Gobierno en Jaén, Manuel Fernández, para trasladarle algunas de las demandas de la organización empresarial respecto al Impuesto sobre Actividades Económicas y el perjuicio que este tributo supone para las almazaras industriales al gravarlas durante todo un año por una actividad que, según el cálculo hecho por Infaoliva en las últimas cinco campañas, tuvo a las almazaras operativas una media de solo 98,28 días.

En la misma línea, tal y como Serrano ha hecho constar al subdelegado del Gobierno en Jaén, uno de los elementos tributarios que más grava este impuesto es la potencia instalada. Al respecto, la presidenta de Infaoliva ha explicado: “En los últimos años, las almazaras no han dejado de trabajar en pro de la calidad del aceite de oliva, lo que ha supuesto grandes inversiones en nueva y más potente maquinaria, con el fin de poder procesar la aceituna lo antes posible, para evitar pérdida de calidad en la misma y poder además adecuarse a una recolección en el campo cada vez más rápida,



lo que ha conllevado la disminución en el número de días que las almazaras molturan y un aumento de la potencia instaladas en las mismas, llegando a ser 10 veces superior en campaña que fuera de ella”. Y ha añadido: “Este impuesto llega a suponer casi un 10% de los gastos de molturación en la almazara. El sector industrial almazarero es el único que soporta este tributo en su totalidad, por lo que queremos trasladar a la administración competente lo injusto que consideramos aplicar un impuesto que grava anualmente una actividad que es temporal”. Al respecto, desde Infaoliva se ha solicitado dar carácter definitivo a la medida fiscal temporal adoptada por el Gobierno para reducir la potencia una vez finalizada la campaña, una disposición que expirará el próximo mes de junio.

Para apoyar estas peticiones, el encuentro de trabajo también ha contado con la participación del presidente de la CEJ, Bartolomé González, y el secretario general, Mario Azañón.

Fuente: [INFAOLIVA](#)

## ¿Es el etiquetado nutricional un driver de compra del aceite de oliva?




**El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar**

**KUBOTA 100**  
SIEMPRE CONTIGO

**5 AÑOS DE GARANTÍA**

For Earth, For Life  
Kubota

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



La primera edición del Olive Oil World Congress (OOWC), un encuentro en el que se darán cita todos los operadores del sector y que se celebrará del 26 al 28 de junio en la sede del CSIC en Madrid, ha organizado la jornada ‘Aceite de oliva: el reto del etiquetado nutricional’ en la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero de Mora, Toledo.

El evento ha contado para su bienvenida con la participación de Iñaki Benito, director gerente de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero; Emilio Bravo, alcalde de Mora; y Elena Escobar, directora general de Producción Agroalimentaria y Cooperativas de Castilla-La Mancha.

Iñaki Benito dio las gracias por elegir la sede del PCO en Mora para esta jornada y, en este caso, para debatir un tema tan interesante como el etiquetado nutricional, que es un gran reto para el sector del aceite de oliva en los próximos años.

Durante la presentación, el alcalde toledano subrayó que “hablar de aceite de oliva es hablar de Mora”. “Este producto sostiene la economía de nuestra localidad, somos los primeros productores de Castilla-La Mancha y tenemos que luchar por mantener nuestro lugar.”

Asimismo, Elena Escobar ha reivindicado que debemos trabajar todos juntos para mejorar este sector y aprovechó para señalar que “la campaña de este año en Castilla-La Mancha ha estado finalmente casi en la media de los últimos años, con una producción de 107.400 toneladas de aceite de oliva, aunque nos hubiera gustado que fuera mayor pero la climatología no lo ha permitido”. “Este resultado nos va a permitir afrontar el futuro con más optimismo”, añadió.

A continuación se presentó a los asistentes las principales novedades del OOWC, una cita que pretende convertirse en el evento más importante del sector del aceite de oliva y del olivar a nivel internacional y finalmente tuvo lugar la mesa redonda ‘Aceite de oliva: el reto del etiquetado nutricional’, en la que han participado Primitivo Fernández, director de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (ANIERAC); Nuria Villanueva, responsable del Gabinete de Dirección de Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha; Enrique García-Tenorio; director de la DOP Montes de Toledo; y Ana Martínez, directora general de la Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva (Infaoiva).

Todos ellos han coincidido en afirmar que la normativa de la Unión Europea exige evidencias científicas que respalden cualquier afirmación publicitaria o etiquetado de productos alimentarios que insinúen una relación entre los componentes del alimento y la salud.

**Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar**

**bioland**  
ENERGY

**GRUPO oleícola jaén**

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



Primitivo Fernández ha instado a que “nuestro objetivo debe ser llegar a conseguir un mayor número de alegaciones permitidas, con una etiqueta más comprensible, especialmente para los más jóvenes”. “Debemos ser capaces de trasladar a los consumidores en España y en el resto del mundo que han de mantener el uso del aceite de oliva aprovechando que su principal motivo de compra es el beneficio para la salud”, añadió.

“En el etiquetado del aceite de oliva nutricional queda mucho por hacer y conseguir. Tenemos que pensar en otras estrategias que se adapten a la naturaleza de este producto. A la vista de las alegaciones nutricionales hay que seguir fomentando la investigación, que es la punta de lanza para la expansión del aceite de oliva por el mundo”, destacó Nuria Villanueva.

Enrique García-Tenorio, por su parte, señaló que “la información nutricional es importante, aunque lo verdaderamente crucial es la formación. Sin conocimiento, el aceite de oliva se devalúa, y esto se consigue a través de la colaboración con la Administración Pública y con eventos como el Olive Oil World Congress”.

Para Ana Martínez, los conceptos “salud”, “aceite de oliva”, “felicidad” y “placer” van de la mano. “Nuestro consumidor es fiel; conoce, valora y disfruta el producto. Y, aunque el sistema de etiquetado debería ser más sencillo, sabemos el camino a seguir, solo necesitamos que nos permitan abrirlo”.

Los ponentes han coincidido en que un enfoque equitativo y claro en el etiquetado es crucial para garantizar que los consumidores puedan tomar decisiones informadas sin sesgos injustificados.

Bajo el lema 'Taste it, enjoy, It's olive oil', el OOWC cuenta para su organización con la colaboración de AgroBank, MSC, CIA - Agricoltori Italiani, FOOI, John Deere y la Junta de Andalucía mediante su marca 'Gusto del Sur' como patrocinadores Platino; Grupo Interóleo, Yara International, GEA, AGQ Labs, Balam Agriculture y Todolivo como patrocinadores Oro; la empresa Kubota, Hispatec y SGS como patrocinadores Plata; Certicalidad y Agrocólor como otros patrocinadores. Agrotec, Voz do Campo, Puglia Live, Grupo Joly y Oleo son los Media Partners del OOWC.

Cabe recordar que patrocinando el congreso se podrá mantener contacto directo con los profesionales más importantes, además de contar con una gran visibilidad durante la cita más importante del sector del aceite de oliva. Todo aquel que esté interesado en formar parte de este proyecto puede obtener información a través de la Secretaría Técnica del OOWC llamando al 917217929 o mandando un email a [info@oliveoilwc.com](mailto:info@oliveoilwc.com)

Fuente: [Olive Oil World Congress](#)



# Las cooperativas prevén escasez de aceite de oliva al final de la campaña

El mercado del aceite de oliva afronta una escasez de producto en la segunda mitad de la campaña actual, que dura hasta septiembre, si bien las lluvias de marzo generan optimismo para la próxima, han señalado las cooperativas.

El Consejo Sectorial de Aceite de Oliva de Cooperativas Agroalimentarias de España ha analizado la situación del mercado tras seis meses de campaña y su posible evolución hasta que lleguen los nuevos aceites a mitad de noviembre.

En un comunicado, la organización ha estimado que "habrá escasez de aceite para cubrir las necesidades del mercado" en la segunda mitad de la campaña 2023-2024, que será similar a la pasada.

Según los últimos datos, la disponibilidad de aceite en ese periodo no superará las 560.000 toneladas, con un "stock" de enlace mínimo de 200.000 toneladas para cubrir los meses de octubre y noviembre.

Las cooperativas han precisado que esa disponibilidad es igual a la de la campaña pasada, que tuvo una producción inferior pero las existencias de enlace superaron las 450.000 toneladas, 200.000 toneladas más que las de inicio de la campaña 2023-2024.

Se espera que las importaciones se mantengan en torno a las 211.000 toneladas, en medio de las bajas existencias en los países productores y las dificultades a la exportación de algunos como Turquía y Marruecos.

Esta disponibilidad implica que "no va a haber aceite para que las cantidades medias mensuales de salidas de producto al mercado superen las 90.000 toneladas", cifras similares a las registradas en la campaña 2022-2023, con niveles de exportación y de consumo interior también similares, han apuntado las cooperativas.

Su consejo sectorial ha considerado que las lluvias generalizadas de marzo han dado un respiro al olivar y han mejorado las expectativas para la próxima campaña, aunque es pronto para estimar las



 **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](#)

producciones, que estarán condicionadas por la climatología de la primavera, que ha comenzado con temperaturas más elevadas a las habituales en abril.

Ante ese contexto de escasez de aceite, las cooperativas han afirmado que "la ley de la oferta y la demanda regulará los precios, tal y como ya ocurrió en el verano y otoño de 2023", y se han mostrado dispuestas a seguir trabajando con el resto del sector por medio de la interprofesional para mantener la confianza del consumidor.

Fuente: [Efeagro](#)

## La Feria del Olivo de Montoro recibe el apoyo del COI

La XXII edición de la Feria del Olivo de Montoro, que se celebrará del 7 al 9 de mayo, ha obtenido el apoyo del Consejo Oleícola Internacional (COI) en forma de acuerdo de patrocinio institucional.

Para el director ejecutivo del COI, Jaime Lillo, "apoyar ferias tan importantes como esta, nos permite tomar en primera persona el pulso a la realidad del sector sobre el terreno. Que el sector perciba la cercanía del COI es fundamental para nosotros. Por tanto, agradecemos al Ayuntamiento de Montoro su amable invitación a que el COI patrocine institucionalmente esta Feria, que tiene la voluntad de formar parte del calendario de las grandes citas internacionales del sector", asegura.

Bajo el lema 'Hacia la digitalización del sector oleícola', la Feria del Olivo de Montoro tendrá la olivicultura 4.0 como eje de su programación.

Añade Jaime Lillo que "hoy en día, el sector oleícola se encuentra ante el desafío de la sostenibilidad y la lucha frente al cambio climático. En este sentido, la incorporación de la tecnología a toda la cadena de valor juega un papel fundamental y aquí, a lo largo del Valle del Guadalquivir, se concentra la vanguardia mundial del conocimiento y la innovación en el sector oleícola. Por tanto, esta Feria y sus jornadas técnicas tienen el máximo interés, y desde aquí, animo a todos los operadores del sector a que vengan a la Feria del Olivo de Montoro y participen en las interesantes jornadas técnicas que se han organizado".

Por su parte, para la alcaldesa de Montoro, Lola Amo, la incorporación del COI como patrocinador institucional de la XXII Feria del Olivo de Montoro fortalece la consolidación de la feria como "un foro ineludible para entender la situación que vive el sector oleícola". El hecho de poder contar con sus expertos en las jornadas técnicas que se celebrarán en esta cita constituye una oportunidad única



para conocer hacia dónde se dirige este “importantísimo sector para la economía de nuestros pueblos”, según ha afirmado Amo.

Bajo el lema ‘Hacia la digitalización del sector oleícola’, la Feria del Olivo de Montoro tendrá la olivicultura 4.0 como eje de su programación, tanto por la presencia de las principales empresas del sector, que operan ya desde la innovación y la revolución digital, al igual que por el enfoque de las jornadas técnicas que se convocan los días 8 y 9 de mayo.

Fuente: [Olimerca](#)

## IV Desafío SOLIDARIO Fundación Grupo Oleícola Jaén Duque de Ahumada

Tras el éxito de participación del IV Desafío SOLIDARIO Fundación Grupo Oleícola Jaén Duque de Ahumada, en esta convocatoria se procederá a la entrega de dos cheques con el dinero recaudado a las asociaciones beneficiarias de dicha carrera.

Asistirán a la entrega de cheques representantes de;

- Academia de Cabos y Guardias de la Guardia Civil de Baeza;
  1. Eugenio Ruiz Trillo, Coronel Director de la Academia de Cabos y Guardias de la Guardia Civil de Baeza
  2. Juan Alberto Pamos, Teniente Coronel.
- Ayuntamiento de Baeza
- Fundación Grupo Oleícola Jaén
- Club de Atletismo Fundación Grupo Oleícola Jaén
- Asociación RED MADRE Baeza
- Asociación de Fibromialgia Baeza

### Hora y lugar:

Día; 19 de Abril

Hora; 18:00h



Lugar; TORRE DE LOS ALIATARES - Bajo (BAEZA) - SEDE FUNDACIÓN GRUPO OLEÍCOLA JAÉN.

Fuente: [Fundación Grupo Oleícola Jaén](#)

## Con Taste Spain y Spain Fusion encuentra distribución internacional para tus productos

Elige los mercados que más te interesen y aprovecha estos eventos promocionales:

- Taste Spain: presenta tus productos en un showroom a profesionales locales.
- Spain Fusion: presenta tus productos en una exposición integrada en un congreso sobre gastronomía española destinado a público profesional local.

### Oportunidades en el mercado europeo: fechas de inscripción

- Taste Spain en Polonia 2024. 05/03/2024 a 26/04/2024

ICEX España Exportación e Inversiones convoca a las empresas españolas de alimentos y bebidas a participar en la Taste Spain en Polonia 2024 - exposición de alimentos y bebidas en búsqueda de distribución, que tendrá lugar en la ciudad de Varsovia el próximo 24 de septiembre 2024.

En colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Varsovia, se organizará la décimo octava edición de esta actividad y cuya finalidad es facilitar la entrada de empresas del sector agroalimentario español en el mercado polaco.

Es una actividad dirigida a empresas, instituciones, asociaciones y agrupadores españoles con producto/marca propia que no cuenten con representación en Polonia.

Los invitados a la exposición serán, exclusivamente, profesionales polacos del sector agroalimentario: importadores, distribuidores, canal HORECA y periodistas y/o prescriptores de opinión.



- Taste Spain en Dinamarca 2024. 19/03/2024 a 15/05/2024

ICEX España Exportación e Inversiones convoca a empresas españolas sin representación en el mercado danés, a una exposición de vinos y de alimentos gourmet representativos de la oferta actual española de calidad y con capacidad de despertar el interés de los importadores y de otros representantes del sector profesional danés de vinos invitados a esta exposición, que tendrá lugar en la sala Børssalen del edificio BØRSEN (antigua Bolsa de Copenhague), el miércoles 2 de octubre de 2024.

#### POR QUÉ PARTICIPAR

El mercado danés del vino es un mercado maduro cuyo volumen de importaciones se ha mantenido relativamente estable en los últimos 20 años. Los canales de distribución, los importadores principales y las marcas más vendidas también gozan de una gran estabilidad en este país. Aun así, existen cambios que es interesante reseñar y en los últimos años han surgido una serie de oportunidades y nichos de mercados donde las empresas españolas podrían hacerse un hueco.

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**