

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*19 de mayo de 2023*



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



El margen neto de los distribuidores de aceite de oliva fue negativo en la campaña 2020/21.

El Ministerio de Agricultura convoca los Premios Alimentos de España 2023.

Agricultura subraya el valor añadido que aporta el oleoturismo para el sector del olivar.

Una fase juvenil más corta para mejorar la genética del olivo.

El AOVE andaluz participa en Tuttofood Milano.



### 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**

# El margen neto de los distribuidores de aceite de oliva fue negativo en la campaña 2020/21

Los olivares y envasadores obtuvieron márgenes netos positivos procedentes de su actividad en la campaña 2020/21 mientras que el de los distribuidores fue negativo, de acuerdo con el estudio de la cadena de valor del aceite de oliva virgen extra (AOVE) correspondiente a esa campaña, que se presentó durante la última reunión del pleno del [Observatorio de la Cadena Alimentaria](#).

Según este documento, en la fase agraria, el coste de explotación (2,520 euros/kg) fue inferior al precio percibido por los olivares (2,582 euro/kg), de forma que estos obtuvieron un beneficio neto de 0,062 euros por kilo de AOVE. En la fase de primera transformación, los resultados arrojan un beneficio para las almazaras de solo 0,001 euros/kg.

Los autores del estudio precisan que en este resultado no se contemplan ningún otro tipo de ingresos que pueden obtener las almazaras, por ejemplo, por la gestión de subproductos, y consideran que en futuros estudios convendría incorporar esos otros posibles beneficios. Por su parte, los envasadores obtuvieron un beneficio de 0,206 euros/kg de AOVE y, por último, los distribuidores perdieron 0,231 euros/kg. No obstante, apunta el estudio, el margen bruto (precio de venta-precio de compra) fue de 0,051 euros.

Al igual que los informes realizados de las dos campañas anteriores, el objetivo del estudio es conocer y analizar la estructura y los costes de las distintas fases de la cadena, el [precio](#) percibido por los agentes que intervienen en las mismas y el margen neto obtenido por las actividades que realizan. Todo ello con el fin de que los operadores tengan la información necesaria para diseñar sus políticas empresariales.

En la fase de producción, los costes varían considerablemente dependiendo del tipo olivar, así como del peso de la mano de obra familiar.

El informe constata que, en la fase de producción, los costes varían considerablemente dependiendo del tipo olivar, así como del peso de la mano de obra familiar. Y también están muy influidos por el volumen de la campaña, ya que aumentan a medida que la cosecha disminuye.

En el caso de las almazaras también es muy importante el volumen de producción y el rendimiento de la aceituna, así como el tamaño de la instalación. Los autores del informe apuntan que “la influencia del volumen de producción sobre el coste de extracción debería hacer pensar a los responsables de las almazaras sobre la conveniencia o no de molturar en una campaña corta o buscar alianzas estratégicas para la molturación o acuerdos con otras almazaras de la zona”.



En la fase de envasado es clave el tamaño de la envasadora; también en este caso, “los responsables de las envasadoras pequeñas deberían pensar en la conveniencia o no de externalizar el proceso de envasado y/o buscar alianzas o fórmulas de integración para este proceso”.

Fuente: [Agropopular](#)

## El Ministerio de Agricultura convoca los Premios Alimentos de España 2023

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha convocado los premios “Alimentos de España, año 2023”, así como “Alimentos de España Mejores Vinos, 2023” y, por primera vez, “Alimentos de España Mejor Bebida Espirituosa con Indicación Geográfica”. Las respectivas convocatorias se han publicado este jueves, 18 de mayo, en el [Boletín Oficial del Estado \(BOE\)](#).

Según recoge el Ministerio, este año las novedades van dirigidas a poner en valor y dar a conocer los vinos con Denominación de Origen e Indicación Geográfica Protegida y las bebidas espirituosas españolas con Indicación Geográfica de mayor calidad y propiedades organolépticas.

### Alimentos

Los premios “Alimentos de España” incorporan en esta edición nuevas modalidades: “Innovación”, “Iniciativa para la reducción del desperdicio alimentario” y “Promoción”. Cabe recordar que las categorías ya existentes son “Industria Alimentaria”, “Iniciativa Emprendedora”, “Producción Ecológica”, “Internacionalización Alimentaria”, “Producción de la Pesca y la Acuicultura”, “Comunicación”, “Restauración”, y “Premio Extraordinario Alimentos de España”.

En la modalidad de “Comunicación”, en esta ocasión se establece que el premio irá dirigido a galardonar bien los trabajos periodísticos publicados en un medio de comunicación, o a los medios de comunicación y agencias de noticias, así como programas o publicaciones periodísticas que promuevan el conocimiento y difundan las bondades y cualidades de los alimentos de España.

En el caso del premio “Extraordinario”, como novedad, la candidatura será exclusivamente a propuesta de la presidencia del jurado.

Las solicitudes podrán presentarse a través del registro electrónico del ministerio en su [sede electrónica asociada](#). En esta dirección web existe un modelo normalizado de solicitud que deberá cumplimentarse y acompañarse de una memoria y documentación complementaria.

### Mejores vinos

Este año, el premio a los mejores vinos incluye como novedad cinco modalidades: “Vino Tinto”, “Vino Blanco”, “Vino Rosado”, “Vino Espumoso” y “Vino de Licor”. Podrán participar los vinos que



pertenezcan a alguna de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) españolas reconocidas por la Unión Europea.

La empresa elaboradora tendrá que tener su sede principal dentro del territorio nacional y haber obtenido una de las cinco mejores puntuaciones en el Concurso Internacional de Vinos Bacchus 2023, organizado por la Unión Española de Catadores.

Los participantes deberán cumplimentar la solicitud y adjuntar una memoria sobre la actividad de la empresa elaboradora del vino a través del registro electrónico de este Ministerio en su sede electrónica.

### Bebidas espirituosas

Con este premio se quiere reconocer a las empresas que, con sede dentro del territorio nacional, elaboren bebidas espirituosas de calidad. Deberán ser de elaboración propia y tendrán que pertenecer a alguna de las Indicaciones Geográficas (IG) españolas reconocidas por la UE. También deberán incluir una memoria que recoja la información de la actividad de la empresa.

Las solicitudes se podrán presentar a través del registro electrónico del MAPA, en su [sede electrónica asociada](#).

Fuente: [Agropopular](#)

## Agricultura subraya el valor añadido que aporta el oleoturismo para el sector del olivar

La delegada de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Soledad Aranda, ha destacado el valor añadido de la promoción en el mundo del olivar y el aceite de oliva a través del oleoturismo durante la presentación del nuevo proyecto de visitas puesto en marcha en Linares (Jaén) por la almazara Hacienda de Santa María.

Las instalaciones de la Hacienda de Santa María se abren al visitante para dar a conocer su antigua almazara, que data del año 1885 y permanece en su estado original desde 1900, así como las más de 1.000 hectáreas de olivar ecológico de las que disponen, "una de las más grandes superficies de este tipo en el mundo".

"La historia se refleja en esta Hacienda, dejando ver el importantísimo salto cualitativo que se ha dado en el proceso productivo, pero también llamando la atención sobre las posibilidades que aún



**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@grupooleicolajaen.com](mailto:bioland@grupooleicolajaen.com)



quedan por descubrir de nuestra seña de identidad, que es el olivo, puesto que el aceite de oliva apenas supone un 20 por ciento de todo lo que nos ofrece la aceituna", ha dicho Aranda.

Por otro lado, la delegada territorial ha ahondado en la importancia de la promoción en el sector del olivar, "trabajando todos de la mano, con el sector, con investigadores y con técnicos especialistas, no debemos perder de vista que la agricultura, además de un modo de vida, también es una actividad económica y, como tal, ha de ser rentable".

En este sentido, ha subrayado el papel destacado de la I Estrategia Andaluza para el Sector del Olivar, que incluirá un análisis del sector y planteará nuevas herramientas con el objetivo de que los productores puedan aumentar su competitividad.

"Tenéis la materia prima y un éxito garantizado, pero también es importante generar un canal de difusión y promoción para dar a conocer un gran trabajo, pero sin dejar de lado la rentabilidad", ha señalado Soledad Aranda durante la presentación del nuevo proyecto de la almazara Hacienda de Santa María.

Fuente: [La Vanguardia](#)

## Una fase juvenil más corta para mejorar la genética del olivo

La Universidad de Córdoba ha puesto en marcha el proyecto [Florolive+](#), que busca predecir la duración de la fase juvenil del olivo a través de biomarcadores y otras metodologías.

Con 12,7 millones de hectáreas cultivadas según la FAO, el olivo es uno de los cultivos más importantes de nuestro país, no en vano España es el principal productor mundial de aceitunas. Asegurar la máxima producción, mantener la diversidad genética del olivar tradicional y hacer frente a plagas y cambios medioambientales son algunos de los retos a los que se enfrenta el sector.

Por eso, la UCO investiga cómo acortar la fase juvenil de este árbol, que va desde la germinación hasta la primera floración y que puede durar entre 10 y 15 años. Durante esa fase, el olivo es improductivo, y ya son muchos los programas de mejora genética que se han focalizado en intentar desarrollar olivares más rápidamente.



**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



Teniendo en cuenta que la evaluación de caracteres agronómicos determinantes como el rendimiento graso o la productividad, no se puede realizar hasta que las plantas no superan la juvenilidad, el desarrollo de protocolos destinados a acortar este periodo se torna esencial.

En este contexto nace el proyecto Florolive+, que tiene como objetivo primordial generar biomarcadores y metodologías capaces de predecir la duración de la fase juvenil del olivo basados en ARN y proteínas capaces de predecir de forma temprana la longitud de la fase juvenil en plantas de olivo. Así, se podrá aumentar la eficiencia del proceso de obtención de variedades en términos de tiempo y dinero.

El olivo muestra diferencias anatómicas y morfológicas en los órganos de la planta inherentes a las etapas juveniles y adultas de desarrollo. Además, existen condiciones ambientales que afectan directamente al tiempo que tarda un olivo en hacerse adulto. Así, la falta de nutrientes o el estrés hídrico pueden retrasar la transición de juvenil a adulto, mientras que las condiciones favorables que permiten el crecimiento vigoroso de la planta tienden a acortar esa fase juvenil. Comprender estas situaciones y los mecanismos genéticos que controlan la transición es un requisito crucial para acelerarla y avanzar en la mejora genética.

Durante los dos años de duración de Florolive+ se optimizará una metodología, basada en herramientas biotecnológicas, para predecir la longitud del periodo juvenil de plantas de olivo en función de la expresión de micro-ARN y ARNm. Para ello, la metodología se pondrá a punto en ensayos de laboratorio y se validará en ensayos de campo, para probar la eficiencia de los marcadores objeto de estudio en esta prueba de concepto.

Además, se desarrollará un kit analítico para aplicar los biomarcadores evaluados en programas de mejora y permitir la selección de plantas con periodo juvenil corto en estadios tempranos de desarrollo. Este kit hará más fácil y precisa la extracción de micro-ARNs y dianas proteicas relacionadas. De esta manera, se avanzará en los procedimientos de mejora genética del olivo que sentarán las bases del futuro de la olivicultura.

Este proyecto recoge el testigo del proyecto anterior (**Florolive**), en el que el grupo de investigación comprobó que la expresión diferencial de ciertos micro-ARNs entre la fase juvenil y adulta está directamente correlacionada con la transición de fase.

Florolive+ está financiado por el Ministerio de Ciencia Convocatoria 2021 – «Proyectos Pruebas de Concepto» y liderado por los investigadores Diego Barranco y Concepción Muñoz Díez, de la Unidad de Excelencia María de Maeztu – Departamento de Agronomía de la Universidad de Córdoba (DAUCO).

Fuente: **Agronegocios**



## El AOVE andaluz participa en Tuttofood Milano

La Junta de Andalucía ha impulsado la participación de una delegación de cinco empresas, entre ellas, Alcalá Oliva y Verde Esmeralda Olive, en Tuttofood Milano, una de las ferias internacionales de alimentación más importantes de Europa y la principal muestra del sector agroalimentario en Italia, que se ha celebrado, del 8 al 11 de mayo, en el recinto Fiera Milano de Milán.

Andalucía ha reforzado así su presencia en el mercado italiano, donde ha sido líder de ventas en 2022 con unas exportaciones de alimentos y bebidas por valor de 1.474 millones de euros, el 10,5% del total de las ventas mundiales, y con un crecimiento del 15,8% interanual.

Andalucía TRADE, a través de Extenda, ha organizado el espacio expositivo andaluz dentro del pabellón agrupado de España, gestionado por FIAB (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas) en Tuttofood, donde se han celebrado diversas actividades de networking y numerosos encuentros B2B con agentes comerciales internacionales.

Se trata de la feria de alimentación más importante de Italia, que ha recibido, en esta edición, unos 800 compradores de 86 países y 2.500 expositores. Además, la muestra está considerada uno de los puntos de referencia de Europa para productores y distribuidores de productos de alta calidad en toda la cadena de alimentos y bebidas.

De igual modo, este evento actúa como punto de encuentro con importadores, empresas de gran distribución, proximidad, tiendas gourmet, chefs, etc. de todo el mundo. En esta cita los agentes internacionales han demandado sobre todo productos andaluces como las conservas, aceites de oliva, lácteos o productos ibéricos.

### El aceite de oliva, lo más demandado

El aceite de oliva es el producto más demandado por los italianos, con unas ventas desde Andalucía de 823 millones de euros, el 56% de las que realiza a todo el mundo, creciendo un 33% en el último año. Completa la cesta de agro en Italia las hortalizas, con ventas de 169 millones de euros (11,5% del total) y una leve bajada del 1,9%, seguido de las frutas con 148 millones de euros (10% del total) y un 11,2% menos que en 2021.

### Córdoba, líder

La provincia de Córdoba es la más exportó a Italia en el año 2022 con un total de 300 millones de euros y subida del 21,2% (20,4% del total); seguida de Sevilla con 298 millones de euros y subida



del 34% (20,2%); y Jaén con 208 millones y un aumento también del 34% (14,1% del total). Le sigue Almería, con un total de 198 millones de euros y el 12,9% del total con una caída del 4,6%.

La que más crece es Málaga (5º) con una subida del 49% y unas exportaciones de 182 millones de euros (12,3%). Es sexta posición está Huelva, con 106 millones y una subida del 3,2% (7,2% del total); seguida de Cádiz con unas exportaciones por valor de 96 millones (6,5%) y descenso del 12%; y Granada (6,4%), con 94 millones y bajada del 16,9%.

Fuente: [Olimerca](#)