

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

19 de diciembre de 2024



HOY ES NOTICIA:

La Asociación Olivar y Aceite y IGP Aceite de Jaén juntos para divulgar el aceite de oliva.

El Consejo Oleícola Internacional refuerza su apoyo al OOWC.

El oleoturismo está de moda: 13 almazaras de Jaén recibirán ayudas para sus visitas turísticas.

El sector agroalimentario andaluz avanza con Andalucía TRADE en su expansión hacia Asia, donde las exportaciones crecen un 26,6%.

Jornadas y Eventos

19 diciembre 2024. La Climatología: el nuevo orden de la cadena de valor y el reparto entre los distintos eslabones.

20 diciembre 2024. Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola, 2024.



La Asociación Olivar y Aceite y IGP Aceite de Jaén juntos para divulgar el aceite de oliva

El presidente de la Asociación Olivar y Aceite, Javier Gámez, firmó un convenio de colaboración con la IGP Aceite de Jaén, destacando la importancia de esta alianza para la promoción y la divulgación del Aceite de Oliva Virgen Extra.

El convenio contempla una serie de actividades conjuntas que incluyen cursos y talleres de formación profesional, como los de maestro y operario de almazara o el de mantenimiento de almazaras, así como seminarios, conferencias, catas y jornadas de sensibilización. “Planteamos también acceso preferente a las instalaciones y tarifas reducidas para los socios de la IGP, equiparándolos a los socios del Centro de Interpretación”, explicó Gámez.

Un aspecto clave del convenio es la visibilización de la IGP dentro del Centro de Interpretación. “En la zona de tienda, los productos de los socios que pertenezcan tanto a la IGP como al Centro tendrán una presencia especial. Esto permitirá a los visitantes identificar y valorar los estándares de calidad que promovemos”.

Gámez concluyó destacando el compromiso de ambas entidades para realizar numerosas actividades conjuntas en los próximos años. “Confiamos en que esta colaboración sea fructífera y consolide a Úbeda como referente en la cultura del aceite de oliva Virgen Extra”, finalizó.

Por su parte, el presidente de la IGP Aceites de Jaén, Manuel Parras, agradeció la oportunidad de colaboración con el Centro de Interpretación Olivar y Aceite. “Este convenio es una pieza clave para fomentar la cultura del aceite de oliva Virgen Extra. La actividad conjunta nos permitirá ofrecer formación especializada, como las catas y análisis sensorial, y visibilizar el esfuerzo de los agricultores y productores inscritos en la IGP. Además, el convenio da respuesta a una necesidad histórica de unir esfuerzos entre ambas entidades”, expresó el responsable de la IGP.

Asimismo, enfatizó la importancia de garantizar la autenticidad del aceite de oliva Virgen Extra y educar a los consumidores sobre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas protegidas. “Queremos que la gente comprenda el valor añadido de los aceites certificados por la IGP y de aquellos producidos en Jaén, que son sinónimo de calidad excepcional. La creación de un espacio diferenciado dentro del Centro ayudará a reforzar esta identidad”, añadió.



Por último, indicó que el convenio no solo se basa en buenas intenciones, sino en un plan concreto de actividades. “Ya hemos comenzado a trabajar con nuestros técnicos para desarrollar un calendario de iniciativas conjuntas en 2025. Entre ellas, destacaremos eventos orientados a la sensibilización, la formación profesional y la promoción de nuestros aceites entre consumidores nacionales e internacionales”.

Fuente: [Interempresas](#)

El Consejo Oleícola Internacional refuerza su apoyo al OOWC

El Consejo Oleícola Internacional (COI), entidad intergubernamental que representa el 95% de la producción mundial de aceitunas, ha oficializado su apoyo al Olive Oil World Congress (OOWC) al unirse como colaborador institucional. Esta alianza estratégica refuerza el compromiso mutuo por la difusión de conocimientos, la innovación y el desarrollo sostenible en el sector oleícola.

Un evento clave para el sector del aceite de oliva

El OOWC, celebrado en junio en Madrid, ha demostrado ser un referente internacional en el ámbito del aceite de oliva. Este evento reunió a expertos, productores, distribuidores y entidades relacionadas con el sector, consolidándose como un punto de encuentro indispensable para compartir avances en investigación, innovación y estrategias empresariales.

Con miras al futuro, el OOWC ya prepara sus actividades intercongresos, que tendrán lugar durante todo 2025, reforzando su papel como catalizador de ideas y soluciones en el sector oleícola global.

Colaboración estratégica para la promoción global

El acuerdo entre el COI y el OOWC permitirá avanzar en la promoción del aceite de oliva a nivel mundial, destacando aspectos clave como:

1. Beneficios para la salud: resaltando su papel esencial en la Dieta Mediterránea.
2. Impacto medioambiental positivo: promoviendo su sostenibilidad como un modelo a seguir en la agricultura global.



3. Fortalecimiento del posicionamiento global: impulsando su reconocimiento como producto de excelencia en la dieta internacional.

Según Ricardo Migueláñez, coordinador general del OOWC, “esta colaboración abre la puerta al diseño conjunto de iniciativas que beneficiarán a toda la cadena de valor del aceite de oliva, desde la investigación científica hasta su papel en la gastronomía, un aspecto crucial para la sociedad global actual”.

Sostenibilidad, innovación e internacionalización: pilares del acuerdo

El respaldo del COI al Olive Oil World Congress no solo refuerza los objetivos de ambas entidades, sino que también envía un mensaje claro sobre la importancia de la colaboración en un sector estratégico como el del aceite de oliva. Este compromiso conjunto apuesta por:

- **La sostenibilidad:** promoviendo prácticas agrícolas responsables y ecológicas.
- **La innovación:** apoyando la investigación y el desarrollo tecnológico.
- **La internacionalización:** ampliando el alcance global del aceite de oliva como producto esencial en la dieta y la economía global.

Con esta alianza, el COI y el OOWC se consolidan como referentes en la promoción de un sector oleícola sostenible, saludable y altamente competitivo, asegurando beneficios a largo plazo para todos los actores de la cadena de valor.

Fuente: [Oleorevista](#)

El oleoturismo está de moda: 13 almazaras de Jaén recibirán ayudas para sus visitas turísticas

El turismo gastronómico está de moda y en auge. El sector del aceite de oliva cobra una especial relevancia si se trata de la provincia de Jaén, la mayor productora de aceite del mundo. El territorio no solo atesora toneladas y toneladas de este oro líquido, sino que su calidad es también reconocida a nivel internacional.

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



Donde todo nace y se desarrolla es en la tierra y en las almazaras, allí decenas de personas trabajan minuciosamente para que de ellas salga el mejor aceite, y que lugar más idóneo para poder demostrar cómo se produce y servir de atractivo turístico que en las propias fábricas. Es por ello, que desde las instituciones apuestan por impulsar el oleoturismo con una línea de ayudas para que las almazaras puedan acondicionar y crear estos espacios a los visitantes.

La Diputación Provincial, con un presupuesto de 170.000 euros y un máximo de 20.000 euros por almazara, concederá subvenciones destinadas a impulsar proyectos enfocados en el aprovechamiento turístico de las fábricas y sus instalaciones anexas en la provincia. En la resolución provisional las beneficiarias que reúnen los requisitos establecidos en la normativa reguladora y que han sido admitidas a la fase de evaluación son:

- Aceite Oro Bailén para la mejora de la imagen exterior del perímetro de la almazara y de la accesibilidad con una subvención de 20.000 euros.
- San Marcos para la adecuación turística de la almazara con una ayuda de 19.523 euros.
- Aceites El Carrascal para la adecuación de oficina para recepción de visitantes y venta de aceite de oliva con 5.000 euros.
- Oleícola Jaén para aseos para servicios de Oleoturismo en la almazara con 18.933 euros.
- Aires de Jaén, S.L. para Experiencia Oleo Inmersiva con 18.550 euros.
- San Vicente para la señalética interior y exterior con 1.924,27 euros.
- La Unión de Úbeda para la instalación calefacción con caldera de hueso y mejora de acceso a la sala museo con 9.966,65 euros.
- Almazara Saturnino Arias para la mejora y adecuación de la zona de recepción de grupos de turistas visitantes con 19.535,50 euros.
- La Purísima Concepción para la adecuación de las instalaciones de la almazara para creación de espacios destinados a la recepción de visitantes y el aprovechamiento turístico oleoturismo con 20.000,00 euros.
- Ciudad de Jaén para actuaciones previstas para el aprovechamiento turístico de la almazara con 4.172 euros.
- Nuestra Señora de Fuensanta para la instalación de sala de catas y aula para charlas explicativas con 6.815,12 euros.
- Aceites Cortijo La Torre para la adquisición de medios audiovisuales y mobiliario destinados a la recepción de visitantes con 4.815,42 euros.
- Cortijo La Labor para la señalización y cartelería en almazara turística con 10.319 euros.



En total suman 159.556,12 euros y las empresas quedan obligadas al cumplimiento de los compromisos establecidos en la Convocatoria, así como a la justificación de las adecuaciones realizadas mediante la presentación de una cuenta justificativa simplificada, en las condiciones y plazos recogidos.

Los proyectos de las almazaras y sus instalaciones anexas en la provincia para la actividad turística que pueden optar a la subvención son: Adecuación y/o creación de espacios destinados a la recepción de visitantes y venta de Aceite de Oliva Virgen Extra y otros productos; la adecuación y/o creación de espacios destinados a la difusión de las propiedades de los Aceites de Oliva Virgen Extra jiennenses mediante la realización de catas, degustaciones, exhibiciones gastronómicas, talleres, desayunos molineros, etc; la construcción, ampliación y/o adaptación de aseos para uso público.

Así como la primera instalación o mejora de señalización, tanto exterior como interior, que favorezca la accesibilidad a la almazara y sus instalaciones anexas, el recorrido interpretativo por el interior de la misma; la dotación de contenidos interpretativos alusivos al proceso de extracción de aceite mediante la adquisición e instalación de los soportes proyectados; inversiones destinadas a la mejora de la accesibilidad en las instalaciones, tanto la accesibilidad física a las distintas dependencias de la almazara y sus instalaciones anexas como a los contenidos interpretativos de la misma; la adecuación de espacios para usos gastronómicos y cualquier otra inversión dirigida a la puesta en uso turístico de las almazaras y sus instalaciones anexas.

Primera almazara turística de Jaén

Oleícola San Francisco fue la primera almazara turística de Jaén. Ubicada en el municipio de Begíjar, junto a Baeza y Úbeda ofrece la posibilidad de descubrir los secretos del aceite de oliva, su historia, tradición, costumbres, curiosidades y formas de labor. Se trata de una empresa familiar que conjuga lo tradicional con la vanguardia en el mundo oleícola y cuentan con unas instalaciones adaptadas a las visitas guiadas, a cursos y a degustaciones. Además, realizan la visita turística en distintos idiomas. Oleícola San Francisco es, además, un espacio abierto donde poder celebrar todo tipo de eventos: Presentaciones de producto, exposiciones, conciertos, conferencias, charlas, coloquios, cursos, reuniones y comidas de empresa.

Fuente: [Jaén Hoy](#)



El sector agroalimentario andaluz avanza con Andalucía TRADE en su expansión hacia Asia, donde las exportaciones crecen un 26,6%

Andalucía, segunda comunidad en ventas de alimentos y bebidas en Asia, con 818 millones en los primeros nueve meses del año

Andalucía TRADE impulsa el sector agroalimentario andaluz en Asia con una misión comercial para seis firmas andaluzas, que han desarrollado hasta 54 reuniones de negocio con los principales importadores y distribuidores locales de los Emiratos Árabes Unidos (EAU). Actualmente, Andalucía es la segunda comunidad exportadora a Asia, con 818 millones de euros en los primeros nueve meses del año y un incremento de las ventas del 26,6%.

El encuentro empresarial se celebra en Dubai, del 16 al 18 de diciembre. Con esta acción, Andalucía refuerza su estrategia de diversificación de mercados para un sector clave para la comunidad como es el agroalimentario en Asia, donde es la segunda comunidad más exportadora, con el 15,6% de las ventas nacionales, por detrás de Cataluña (31%).

Las empresas andaluzas participantes proceden de Córdoba (Almazaras de la Subbética), Huelva (Cora), Jaén (Sierra Cazorla Mineral Water), Málaga (Ubago e Iberoquinoa) y Sevilla (Migasa Aceites). La organización de esta acción por parte de Andalucía TRADE será cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2021-2027, dotado con una contribución comunitaria del 85%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta actuación.

En esta ocasión la delegación andaluza ha tenido la oportunidad de entrevistarse con empresas de gran prestigio como Nesto Group, el tercer grupo distribuidor de EAU después de Carrefour y Lulu. En este encuentro las firmas de la comunidad fueron recibidas por el director comercial del grupo en la sede central de la firma en Sharjah. Además, han podido visitar supermercados, el mercado central de frutas y verduras, tiendas gourmet, etc. Estas actividades contaron con el apoyo de la Oficina de Andalucía TRADE en Dubái.

Las empresas andaluzas presentaron una oferta variada de productos de calidad, destacando el aceite de oliva virgen extra, reconocido por sus propiedades saludables. También estuvieron presentes las



patatas fritas y los vinagres artesanales. En el sector de las bebidas, se incluyeron agua mineral y bebidas refrescantes. La oferta se completó con una amplia gama de frutas como arándanos, frambuesas, fresas y moras, además de conservas de pescado y mariscos, reconocidos por su tradición.

EAU importa el 80% de sus alimentos

Dubái y los Emiratos Árabes Unidos representan un mercado en rápido crecimiento, impulsado por la innovación y el desarrollo de infraestructuras. Con una economía más diversificada que otras naciones petroleras del Golfo Pérsico, el Banco Mundial proyecta para este año un crecimiento del 3,9% en los EAU, cifra que podría superar el 4% en 2025 según estimaciones del FMI. Este avance está respaldado por sectores clave como el turismo, la construcción, la industria manufacturera, los servicios empresariales y la logística.

Según informes de Andalucía TRADE, los Emiratos Árabes Unidos siguen siendo grandes importadores netos de productos alimentarios, con un 80% de los alimentos procedentes del exterior, pese a los esfuerzos de sus autoridades por impulsar su industria agroalimentaria.

El mercado alimentario de los Emiratos Árabes Unidos muestra tendencias al alza, con un crecimiento previsto del 4% en el consumo de productos frescos y alimentos empaquetados. Tanto el canal retail como el Horeca siguen en expansión, mientras que el e-commerce se consolida en el sector.

En los últimos años, el comercio online de alimentos generó alrededor de 900 millones de dólares, con proyecciones de alcanzar 1.321 millones en 2027. Entre los principales actores destacan Carrefour, Lulu y Spinneys en ventas online, junto a plataformas de entrega a domicilio como Careem, Instashop y Talabat.

Asimismo, Dubái se consolida como un destacado destino gastronómico, reflejo de la diversidad cultural de la ciudad. Su industria culinaria, en constante crecimiento, cuenta con alrededor de 13.000 restaurantes y cafeterías, una de las mayores densidades del mundo.

Andalucía crece en Asia

Andalucía se posiciona como la segunda comunidad exportadora de alimentos y bebidas de España hacia Asia durante los primeros nueve meses del año, concentrando el 15,6% de las ventas nacionales, solo por detrás de Cataluña, que lidera con el 31%. Las exportaciones andaluzas



alcanzaron un valor de 818 millones de euros, registrando un notable incremento del 26,6% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Los principales destinos del agroalimentario andaluz en Asia son, por este orden, China, con 159 millones (19,5%) y un alza del 47%; seguida de Japón, con 121 millones (14,7%) e incremento del 7%; Filipinas, con 95 millones (11,6%) y subida del 18,6%; y República de Corea, con 82 millones (10%) y crecimiento del 73%.

En quinta posición está Arabia Saudí, con 81 millones de euros (9,9%) y mejora del 18,8%; y en sexto lugar se encuentran los Emiratos Árabes Unidos, con 46 millones (5,6%) y un avance del 34% con respecto a los primeros nueve meses de 2023.

Sevilla lidera y Huelva es la que más crece

En cuanto a las provincias más exportadoras Sevilla se sitúa en primer lugar con 363 millones de euros (44% del total) y un crecimiento del 34%. Le sigue Málaga, con 151 millones (18,5%) y un incremento del 21,3%; y Córdoba, que ocupa el tercer lugar con 92 millones (11,2%) y un crecimiento del 34%.

En cuarto lugar está Cádiz, que aporta 89 millones de euros (10,8% del total) y un avance del 3,8%; seguido de Granada, que alcanza ventas por valor de 77 millones (9,4%) con un aumento del 28,5%; y Jaén, que suma 31 millones (3,8% del total) y crece un 17,6%. Séptima es Huelva, con 10,7 millones de euros (1,3%) y un alza del 67%; y por último, Almería, con 5,4 millones (0,7%) muestra un incremento del 22,8%.

Aceite de oliva: récord histórico en Asia

El primer producto en ventas es el aceite de oliva, con 395 millones (48%) y un alza del 45% con registros de récord histórico; seguido de las preparaciones de hortalizas y frutas, con 94 millones (11,5%) y subida del 21,1%; y las carnes y despojos comestibles, con 88 millones (10,8%) y caída del 0,4%.

En cuarto puesto están las bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, con 73 millones (8,9%) e incremento del 11%; seguido de las preparaciones alimenticias diversas, con 45 millones (5,5%) y crecimiento del 6,7%; seguidos de los pescados y crustáceos, con 17,8 millones (2,2%) y un alza del 54%; y frutas, con 17,3 millones (2,1%) y un avance del 26,4%.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)



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

