

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

21 de septiembre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



El precio del aceite de oliva: el vídeo que explica la verdad de lo que está pasando.

El COI organiza en su sede una sesión informativa sobre su próxima misión a Washington DC.

Castilla-La Mancha quiere aumentar sus exportaciones agroalimentarias a China.

La Fundación del Grupo Oleícola Jaén presenta su III Cena Solidaria, que destinará su recaudación a Aprompsi Jaén y a Mensajeros de la Paz Andalucía.

¿Tiene el olivar convencional un mejor desempeño económico que el ecológico?

¿Quieres impulsar la presencia de tu AOVE en Alemania?



Contigo desde el origen

En CaixaBank queremos ayudarte a impulsar tu proyecto desde las raíces, como tú lo haces. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agroalimentaria para ofrecerte soluciones integrales, digitales e innovadoras.

Descubre AgroBank en [CaixaBank.es](https://www.caixabank.es)

paralimpicos

PUBLICIDAD

AgroBank

El precio del aceite de oliva: el vídeo que explica la verdad de lo que está pasando

Por fin todos los medios de comunicación de nuestro país hablan sobre aceite de oliva. Eso sí, para decir que los profesionales del sector están especulando y que los precios de venta en los supermercados son estratosféricos. Para desmentir estas informaciones, y poner en valor el trabajo diario de todo el sector, hemos querido arrojar luz de forma rigurosa y contundente sobre la cuestión que más preocupa en este momento a todos los eslabones de la cadena de valor del aceite de oliva... y también al consumidor.

En el marco del Food Design Festival, celebrado la pasada semana en Madrid, se celebró una interesante mesa redonda donde se debatieron las causas reales del actual nivel de precios del aceite de oliva en España.

En ella participaron Juan A. Peñamil, CEO y editor de Grupo Editorial Mercacei, José María Penco, director de AEMO, y Francisco de Mora, presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Aceites de Lucena,

Estas fueron las cuestiones planteadas:

- En cifras: ¿Qué representa España en el aceite de oliva en cuanto a producción en el mercado internacional?
- ¿Cuáles son las causas reales del elevado precio del aceite de oliva en estos últimos meses en España?
- ¿Beneficia este escenario de precios a algún eslabón de la cadena de valor: olivarero, industria, envasador o distribución?
- ¿Qué hay de cierto en los continuos mensajes, difundidos desde los medios de comunicación, de que el precio del aceite de oliva es menor en otros países como Irlanda o Alemania que en España?
- ¿Qué precios nos esperan para el aceite de oliva en los próximos meses atendiendo a las previsiones de esta cosecha?
- ¿Cuál creéis que será la reacción del consumidor?
- ¿Cómo valora este consumidor nacional e internacional el aceite de oliva? ¿Los altos precios del aceite están condicionados por esa valoración?
- ¿Cuáles son los valores diferenciales del aceite de oliva virgen extra para justificar su precio frente al resto de aceites vegetales?



- ¿Debería el sector aprovechar esta tormenta perfecta, provocada fundamentalmente por la sequía y otras causas puntuales y concretas (subida de inputs, desabastecimiento, transporte, conflictos bélicos), para que el aceite de oliva se sitúe -de una vez por todas- en el lugar que le corresponde, frente al resto de las grasas?

He aquí [sus reflexiones](#).

Fuente: [Mercacei](#)

El COI organiza en su sede una sesión informativa sobre su próxima misión a Washington DC

El martes 12 de septiembre de 2023, el Consejo Oleícola Internacional (COI) celebró una sesión informativa en su sede sobre la próxima misión de la Secretaría Ejecutiva a Washington DC. El evento fue una oportunidad para que la Organización presentara a representantes de los países miembros del COI su larga colaboración con su socio estratégico, el Culinary Institute of America (CIA), describir las actividades que tendrán lugar durante la visita de la Secretaría al Congreso de los Estados Unidos en octubre y movilizar a los países miembros para que brinden su apoyo con el fin de consolidar los esfuerzos y la cooperación del COI con el gobierno estadounidense, las instituciones federales y las partes interesadas en el sector olivarero.

A la reunión asistieron, tanto presencial como online, varios delegados de Argentina, la Unión Europea, Italia, Grecia, Portugal, Túnez, Turquía, Estados Unidos y el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España. Los participantes del evento también tuvieron la oportunidad de degustar aceites de oliva virgen extra y platos elaborados con el aceite de oliva virgen extra premiado Mario Solinas 2023. La sesión estuvo dirigida por Mercedes Fernández, jefa de la Unidad de Normalización e Investigación,

La sesión informativa fue organizada por el director ejecutivo del COI, Abdellatif Ghedira, y el director ejecutivo adjunto, Jaime Lillo. También contó con la participación de dos representantes de la CIA, Michael Sperling, vicepresidente de Asuntos Académicos, y Santiago Más de Xaxàs Faus, codirector ejecutivo del Centro Mediterráneo de Torribera. La colaboración del COI con Estados Unidos comenzó hace aproximadamente ocho años y, desde 2019, el país participa como observador, contribuyendo periódicamente a una serie de reuniones y eventos.

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life Kubota



Teniendo en cuenta que Estados Unidos es el principal importador mundial de aceite de oliva y que su población muestra un interés cada vez mayor por llevar estilos de vida más saludables y sostenibles, donde el aceite de oliva se está convirtiendo cada vez más en una parte fundamental de la dieta estadounidense, el COI quiere dar un paso adelante en su cooperación con las autoridades americanas.

El próximo mes, la Secretaría Ejecutiva del COI viajará a Washington DC para una reunión en el Capitolio el 25 de octubre y un almuerzo de degustación y un seminario el 26 de octubre. Ambos eventos reunirán a senadores estadounidenses, miembros del Congreso de los Estados Unidos y personal de alto nivel encargado de la supervisión de la alimentación, la agricultura y la salud, representantes de la industria alimentaria estadounidense, la comunidad diplomática en general y otras partes interesadas relevantes. Constituirán una oportunidad para que el COI y la CIA aumenten la visibilidad de la dieta mediterránea y los beneficios para la salud del aceite de oliva; aumentar la colaboración entre el gobierno de EE.UU. y los líderes de la industria y el COI, la UE, la región del Mediterráneo y más allá; además de garantizar aún más el crecimiento y la resiliencia a largo plazo del sector del aceite de oliva como uno de los principales contribuyentes a la salud pública y planetaria.

Fuente: [Oleorevista](#)

Castilla-La Mancha quiere aumentar sus exportaciones agroalimentarias a China

El Gobierno de Castilla-La Mancha está impulsando las relaciones comerciales con China y dentro de este país con la provincia de Sichuan que guarda similitudes con la región y que ha mostrado su voluntad de establecer contactos con la Comunidad Autónoma.

Con este fin, el consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural, Julián Martínez Lizán, ha recibido a una delegación de esta provincia encabezada por CUI Zhiwei, director general de la Oficina de Consejeros del Gobierno Popular, y cinco representantes más de áreas como ciencias agrícolas, relaciones exteriores y cultura e historia.

Julián Martínez Lizán ha destacado que este encuentro tiene como fin avanzar en las relaciones comerciales para aumentar las exportaciones y ha añadido al respecto que en estos momentos el 32% de todas las exportaciones de Castilla-La Mancha están vinculadas al sector agroalimentario.



Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO oleícola jaén

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



El consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural ha asegurado que Castilla-La Mancha tiene “un potencial importantísimo” y por eso el objetivo principal del Gobierno de Castilla-La Mancha es ofrecer una muestra de la gran variedad del catálogo de productos amparados por las figuras de calidad que son las denominaciones de origen y las IGP, y todo ello bajo el doble marchamo de calidad que representa la marca ‘Campo y Alma’.

Este encuentro tiene como fin avanzar en las relaciones comerciales para aumentar las exportaciones y ha añadido al respecto que en estos momentos el 32% de todas las exportaciones de Castilla-La Mancha están vinculadas al sector agroalimentario.

El consejero se ha mostrado convencido de que los productos agroalimentarios son un “atractivo importante para la delegación” y se pueda ampliar la relación comercial que ya existe, principalmente en productos como las aceitunas encurtidas o el aceite de oliva, entre otros. Si a todo ello se añade el importante valor que son los cultivos de producción ecológica, “creo que tenemos todos los avales para garantizar un gran canal de comercialización entre ambos países y sobre todo con la provincia de Sichuan que en términos agrícolas tiene cultivos parecidos a los nuestros”.

“Queremos mostrar la mejor imagen de Castilla-La Mancha y en ese sentido, tenemos unas expectativas muy interesantes para trabajar en el futuro”, ha añadido el consejero.

En su intervención ante la delegación china, Martínez Lizán ha destacado que Castilla-La Mancha ocupa el octavo puesto en el ranking nacional de regiones exportadoras a este país con unas exportaciones que ascienden a 229,5 millones de euros. Además, China fue en 2022 el quinto mercado internacional, el primero fuera de Europa, donde más vinos exportó la región, de hecho, el año pasado llegaron hasta allí caldos castellanomanchegos por un importe de más de 15 millones de euros.

Degustación de productos castellanomanchegos

La visita de la delegación china ha finalizado con una degustación de productos castellanomanchegos de la máxima calidad entre los que no han faltado aceite de oliva virgen extra, entre otros productos.

Esta visita da respuesta a la realizada por el vicepresidente regional, José Luis Martínez Guijarro, en octubre de 2019 a la ciudad de Chengdu, capital de Sichuan, en la que se dio inicio a esta relación con el objetivo de impulsar la actividad comercial de empresas de Castilla-La Mancha en esta provincia y en otras áreas relacionadas con la cultura, el turismo y la educación.

Fuente: [Olimerca](#)

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

La Fundación del Grupo Oleícola Jaén presenta su III Cena Solidaria, que destinará su recaudación a Aprompsi Jaén y a Mensajeros de la Paz Andalucía

Representantes de la Fundación del Grupo Oleícola Jaén, con sede en Baeza, han presentado hoy su III Cena Solidaria, que destinará la recaudación de la misma a Aprompsi Jaén y a Mensajeros de la Paz de Andalucía, según informa el grupo. La presentación de dicho evento, que se celebra en Baeza cada dos años, se ha realizado bajo el lema “Se tú el cambio que quieres ver en el mundo”.

La cena se celebrará el próximo 20 de octubre a partir de las 20:00 horas en Vandelvira Eventos (Baeza). Un total de 250 comensales solidarios podrán disfrutar de un menú de alta gastronomía, elaborado por el cocinero Juan Carlos García (Vandelvira Restaurante). Dicha cena también será amenizada con distintos espectáculos que se irán desvelando a través de las redes sociales de Fundación Grupo Oleícola Jaén a lo largo de los próximos días.

Las entradas de la cena se pueden adquirir en las instalaciones de Oleícola Jaén, llamando al 953 74 14 40 o a través de la tienda online de Fundación Grupo Oleícola Jaén.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

¿Tiene el olivar convencional un mejor desempeño económico que el ecológico?

La superficie total convertida a ecológico en España suponía ya en 2021 unas 257.000 hectáreas. Esta cifra, sin embargo, apenas representa el 9,3% de la superficie nacional dedicada a este cultivo, muy lejos todavía del objetivo planteado para 2030 por la Unión Europea.

Introducción y objetivos

El Pacto Verde Europeo plantea como objetivo que, para el año 2030, al menos el 25% de la superficie agraria europea se dedique a agricultura ecológica. La idea detrás de este objetivo es



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

conseguir una agricultura europea que no solo produzca alimentos saludables, sino que lo haga reduciendo los impactos medioambientales negativos derivados de la intensificación productiva.

La agricultura ecológica se presenta hoy día como la alternativa más popular a la producción convencional-intensiva, habiendo experimentado un crecimiento notable en los últimos años, tanto a nivel europeo como nacional, tal y como muestra el Gráfico 1. Este crecimiento ha sido posible gracias al aumento de la demanda de productos ecológicos (diferencial de precios respecto a los convencionales) y a las ayudas públicas que han recibido los productores que han convertido sus explotaciones a este sistema de cultivo.

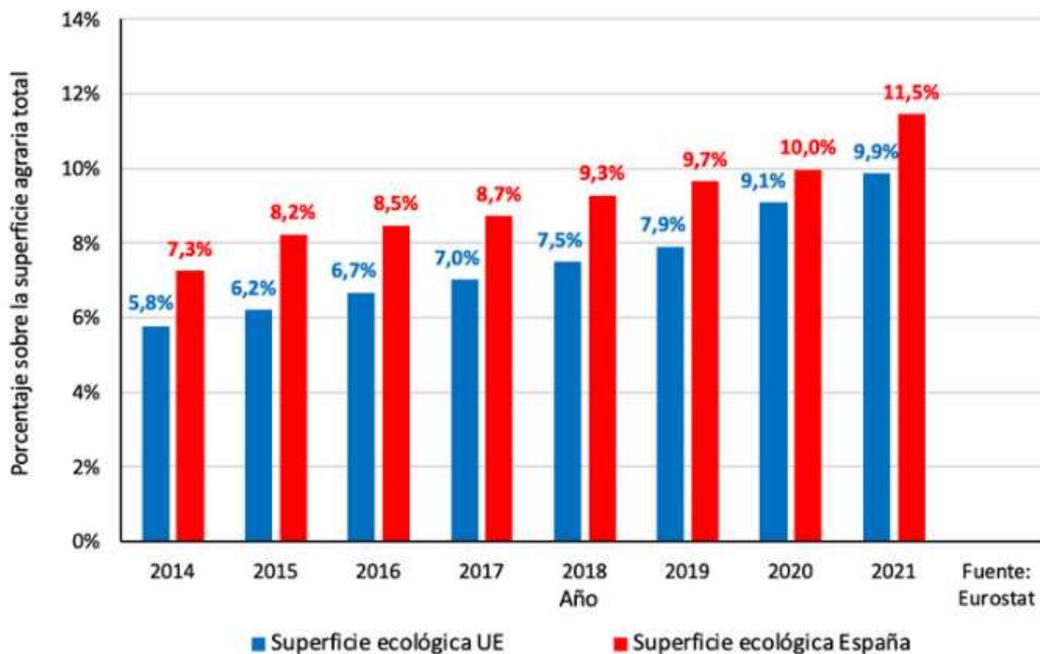


Gráfico 1. Porcentaje de superficie ecológica sobre la superficie agraria total (2014-2021).

En el caso del olivar, la superficie total convertida a ecológico en España suponía ya en 2021 unas 257.000 hectáreas, tal y como muestra el Gráfico 2. Esta cifra, sin embargo, apenas representa el 9,3% de la superficie nacional dedicada a este cultivo, muy lejos todavía del objetivo planteado para 2030 por la Unión Europea.





Gráfico 2. Superficie de olivar ecológico en España (2014-2021).

Entre estos factores que pudieran estar limitando el crecimiento de la superficie de olivar ecológico en España, habitualmente se menciona la menor rentabilidad de este sistema de producción en comparación con el convencional. Esta pérdida de rentabilidad se explicaría por la menor intensidad productiva del olivar ecológico, la cual implica menores rendimientos e ingresos por ventas. Existen pues dudas sobre si el mayor precio del aceite ecológico (según el Observatorio de precios y mercados de Andalucía, el diferencial promedio entre el AOVE ecológico y convencional es de +0,62 €/l) y el apoyo de las ayudas del segundo pilar de la PAC a este sistema productivo compensan realmente las pérdidas de productividad derivadas de la conversión a ecológico.

Además de la rentabilidad, también existen dudas sobre el impacto que tiene la conversión a ecológico en otras dimensiones del desempeño económico de las explotaciones de olivar, más allá de la productividad y la rentabilidad antes comentadas, como son la viabilidad, la resiliencia y la independencia de las subvenciones. En este sentido, este trabajo realiza un análisis comparativo del desempeño económico del olivar ecológico frente al olivar convencional considerando estas cinco dimensiones. Los resultados de este análisis resultan útiles como soporte para la toma de decisiones, tanto privadas (decisiones de conversión de olivar convencional en ecológico) como pública (mejora del diseño de políticas públicas que fomentan la producción ecológica).



Fuente de datos y análisis descriptivo de la muestra de olivar

Para llevar a cabo el análisis comparativo del desempeño económico de explotaciones de olivar en producción ecológica frente a explotaciones en producción convencional, hemos utilizado los microdatos proporcionados por la Red Contable Agraria Nacional (RECAN). La RECAN es una base de datos técnicos y económicos de las explotaciones agrarias españolas actualizada anualmente por el MAPA, que constituye la fuente de microdatos de empresas agrarias más completa a nivel nacional.

Dentro de la RECAN, los datos recogidos de las diferentes explotaciones muestreadas se agrupan en función de una tipología de explotaciones común para toda la Unión Europea. Así, los datos de la submuestra de explotaciones de olivar se agrupan dentro de la Orientación Técnico-Productiva (OTE) 37. En 2020, la RECAN recogió información técnica y económica de un total 435 explotaciones de la OTE 37, con una superficie media de 25,9 ha y una producción bruta total media de 49.083 euros. De estas 435 explotaciones de olivar, 290 fueron de producción convencional y 145 de producción ecológica.

Para tener en cuenta la variabilidad del desempeño económico en función de las diferentes campañas, inicialmente se consideraron tres años para el análisis: 2014, 2018 y 2020. En este sentido, las variaciones anuales de los rendimientos, los precios del aceite y los indicadores sectoriales de rentabilidad, permiten clasificar estos años como representativos de una campaña olivarera “mala”, “buena” y “normal”, respectivamente. En cualquier caso, se ha optado mostrar únicamente los resultados relativos al ejercicio 2020, en la medida que este representa una campaña “normal” para el sector y, por tanto, su interpretación nos va a permitir enumerar aquellos elementos que, con carácter general, explican las diferencias de desempeño económico entre los dos sistemas de producción de olivar comparados.

La Tabla 1 muestra, para el año 2020, los valores promedio de los diferentes indicadores que hemos utilizado para evaluar el desempeño económico del olivar ecológico frente al convencional, así como la diferencia observada para cada uno de ellos (véase la diferencia aparente en la cuarta columna de la tabla)1.

Como se observa en la tabla, aparentemente, observando las diferencias sin considerar emparejamiento, el olivar ecológico presenta una productividad de la tierra sustancialmente menor que el olivar convencional (-747 €/ha), debido principalmente a la menor intensidad productiva del primero. Esto provoca, a su vez, que exista un diferencial de ingresos totales desfavorable para el olivar ecológico (-640 €/ha), en la medida que las pérdidas por las menores ventas (-747 €/ha)



no se compensan con las mayores subvenciones como consecuencia de las ayudas a la producción ecológica del segundo pilar de la PAC (+107 €/ha).

Estos menores ingresos del olivar ecológico tampoco son compensados con los menores costes de producción (-335 €/ha) de este sistema de producción respecto al convencional. Por este motivo, el beneficio neto de las explotaciones de olivar ecológico es igualmente menor (-307 €/ha) que el de las convencionales. Así, los datos muestran, aparentemente, una menor rentabilidad del olivar ecológico.

De forma similar, los valores promedio observados para los indicadores de viabilidad muestran un peor desempeño aparente de las explotaciones de olivar ecológico, con un beneficio económico, una vez descontados los costes de oportunidad en los que incurre el olivarero por la aportaciones de factores de producción propios (tierra, trabajo y capital no remunerados con rentas, salarios o intereses), 144 €/ha inferior al de las explotaciones convencionales. No obstante, los indicadores de viabilidad muestran resultados contrapuestos; para la viabilidad a corto plazo el olivar convencional resulta peor parado, pero para la viabilidad a largo plazo este sistema de producción parece ser más viable.

Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Interempresas](#)

¿Quieres impulsar la presencia de tu AOVE en Alemania?

ICEX España Exportación e Inversiones impulsará la presencia y conocimiento de los productos españoles con distribución en Alemania -entre ellos el aceite de oliva virgen extra- en el evento Spain Fusion Alemania, que tendrá lugar en Bonn del 13 al 14 de noviembre.

ICEX ha convocado a los importadores alemanes, empresas españolas con importador, asociaciones, Comunidades Autónomas, Consejos Reguladores e interprofesionales de alimentación gourmet para que participen en el programa Spain Fusion a través de un stand de exposición, además de poder tomar parte en la degustación de sus productos en seminarios temáticos, en la cena de gala con chefs españoles y en la Kitchen Party de Koch des Jahres.



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



Los objetivos de Spain Fusion Alemania se centran en poner en valor los productos agroalimentarios españoles en este país a través de acciones orientadas a acercar el producto español a los profesionales del canal Horeca y del comercio, así como a los medios de comunicación gastronómicos y generalistas alemanes; formar a los profesionales alemanes en la calidad y aplicaciones de los productos españoles en la restauración; impulsar el origen gastronómico de los productos españoles; facilitar el acercamiento de las cocinas alemanas y española; y generar pasión por la gastronomía y los productos españoles.

Según ICEX, el mercado de importación alemán para productos de alimentación es el primero en importancia en Europa y el segundo mercado de destino para las exportaciones españolas de este sector. Se trata de un mercado maduro, con un consumidor abierto a nuevos productos y un sector de la restauración dinámico y creativo en su segmento medio/alto. En la actualidad operan en Alemania un total de 334 restaurantes con estrella Michelin.

En este contexto, según el organismo, se viene constatando un creciente interés por la gastronomía española y sus productos, visible a través de numerosos artículos en la prensa especializada y que transmiten una imagen de un país con una gastronomía puntera y una amplia oferta de productos de calidad innovadores y tradicionales.

El plazo de inscripción finalizará el próximo 6 de octubre.

Fuente: [Mercacei](#)