

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

23 de octubre de 2023



HOY ES NOTICIA:



La inflación pone en la diana al aceite de oliva por delante del petróleo.

Las lluvias, un «respiro» para el olivar y el resto de cultivos que «no solucionan» la sequía.

El aceite de oliva eleva las tensiones en la industria de conservas pesqueras.

Clausurado el I Curso OLINT: Organización de empresas oleícolas de la Universidad de Jaén.

La Fundación Grupo Oleícola Jaén recauda 14.240€ en su III cena solidaria en beneficio de APROMPSI y Mensajeros de la Paz.

Caracterización de los olivicultores ecológicos en el marco del M11 de la Política Agrícola Común.

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

paralimpicos

PUBLICIDAD

IMAGEN: COLECCIÓN 2023

La inflación pone en la diana al aceite de oliva por delante del petróleo

A finales del mes de marzo de 1999, el por entonces Ministro de Economía, Rodrigo Rato, reconocía que la subida de los precios del aceite de oliva en esa campaña le preocupaba mucho más que la del petróleo para poder contener la inflación. “El aumento del precio del aceite por la sequía en otoño puede crear mayores problemas a corto plazo sobre la inflación que el petróleo», aseguraba Rato en una reunión celebrada en Italia con el resto de ministros de economía europeos. Por aquel entonces la producción española era de unas 750.000 tn anuales, y unos enlaces de campaña medios de 300.000 toneladas. Suficientes para abastecer al mercado interior y la incipiente exportación.

Pero ni la inflación de aquel entonces, por debajo del 2%, ni el precio del aceite de oliva en el que cundía la preocupación cuando alcanzaba las 500 pesetas de entonces, son las de ahora. Pero la realidad macroeconómica, muy marcada por la inflación en los últimos tiempos, ha puesto también al Ministerio de Economía en la misma tesitura.

La fuerte subida del aceite de oliva en los lineales, provocada por la escasa cosecha del 2022/2023 (666.000 toneladas) unida al aforo presentado por el Ministerio de Agricultura de 765.000 tn para la actual -que puede mejorar por las últimas lluvias otoñales- han situado al aceite de oliva -junto al azúcar- como el producto agroalimentario más inflacionistas en lo que va de año.

Según los datos de la empresa de estudios de mercado NIQ, los precios de los productos de alimentación y bebidas siguen registrando variaciones al alza frente a un año antes y así, desglosado por grandes secciones, la alimentación incrementó su precio en un 9,7%, mientras que bebidas lo hizo en un 7,7% y droguería y perfumería fue un 6,3% superior respecto a septiembre de 2022.

Entre los productos más inflacionistas en el mes de septiembre, y debido a la escalada alcista del aceite de oliva en los últimos meses, la categoría de aceites asciende a la primera posición entre los productos que más elevaron su precio respecto a un año antes, con un incremento del 32,3%; le sigue el azúcar, con un 30,2% más; las verduras congeladas, con un 20,7% más; los alimentos infantiles, con una subida del 19,2%; el arroz, con un incremento del 17,4%; la parafarmacia de gran consumo, un 16,2% más; la protección solar, un 15,9% más; los helados, un 15,7% más; el queso tradicional, con una subida del 14,7% y los cereales para desayuno, con una del 14,5%.

Como ya se puso de manifiesto en su comportamiento en el mes de agosto, el aceite vuelve a constituir un capítulo especial en septiembre cuya demanda resiste, a pesar del incremento de precio, elevando sus ventas en volumen en un 5,5%. Esto se debe, principalmente, al crecimiento



de la demanda del 28,2% del aceite de oliva virgen —a pesar de la notable subida en el precio del 75,2%—y del 24,4% en el volumen de girasol que, sin embargo, ve como desciende su precio en un 37,8%. Por su parte, el aceite de oliva disminuye sus ventas en volumen en 4,7%, al tiempo que eleva su precio en un 68,2% y el de oliva virgen extra reduce su demanda en un 17,2%, sin duda motivado por la subida de su precio en un 76,0%.

Esta situación en los precios de los productos agroalimentarios ha provocado un mayor protagonismo de nuevo de las marcas de distribución. A fecha de cierre de septiembre y en cuanto a la diferencia entre marcas, la situación sigue siendo similar a periodos anteriores, con un incremento de las ventas en valor de las marcas de distribuidor del 15,9%, frente a la subida del 7,2% de las marcas de fabricante, mientras que las ventas en volumen se elevan en un 5,2% para las primeras y disminuyen un 2,4% para las segundas.

Patricia Daimiel, directora general de NIQ para el Sur de Europa, ha señalado que “en general, y a excepción de la inusual situación del aceite de oliva, estamos observando como las subidas en las categorías más inflacionistas son más moderadas que en meses anteriores, mientras que ya se van observando algunas caídas de precios más significativas en ciertas categorías. Sin duda, —continúa Daimiel—la situación de precios altos va a influir en el comportamiento de los consumidores en la actual campaña de Navidad, que ya ha empezado en los establecimientos. Esperamos que los consumidores reorientarán de forma más calculada su gasto y podríamos ver así una mayor apuesta por las reuniones y celebraciones dentro del hogar, en detrimento de otros gastos más grandes como viajes, eventos y comidas fuera del ámbito doméstico”, asegura.

Hasta que lleguen las cifras de producción de aceite de oliva del mes de Diciembre, que junto a las de enero concentran el grueso de la campaña, la situación de tensión en los precios en origen se mantendrá expectante, ante el retraso previsto en muchos casos de la recolección en espera de fijar precios ya referenciados con los de otros países como Portugal y para intentar conseguir un mayor rendimiento, no siempre viable a expensas de la climatología.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

Las lluvias, un «respiro» para el olivar y el resto de cultivos que «no solucionan» la sequía

Organizaciones agrarias como Asaja, UPA y Coag han subrayado lo «positivo» de las lluvias caídas en la provincia de Jaén, y en Andalucía en su totalidad, durante ey que dan a olivar “un respiro” ya

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA
SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life
Kubota

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



que se han producido de forma generalizada por toda la provincia y no hay que lamentar daños destacables en el cultivo.

Para el gerente y portavoz de Asaja Jaén, Luis Carlos Valero, estas lluvias «han sido una bendición del cielo», ya que la situación era «muy alarmante» por la pertinaz sequía. «Esto viene muy bien para la finalización de la fabricación de aceite dentro de la aceituna, o sea, es un frutal de hueso de invierno y ahora es cuando está madurando», ha dicho Valero a Europa Press.

Ha añadido que en el proceso de maduración de la aceituna, «el agua es determinante para hacer bastante más grasa y que suban los rendimientos», por lo que, independiente de que en algunas zonas haya producido algún daño, en general ha sido «muy bien recibida y muy positiva, porque ha sido muy por igual y en cantidades muy abundantes».

Esperanza con los siguientes episodios de lluvias

Desde UPA Jaén, su secretario general, Cristóbal Cano, ha manifestado a Europa Press que las lluvias han sido «muy bienvenidas». En concreto y por zonas, en la Sierra de Segura se han recogido en torno a 45 litros; Arjona, 35; la comarca de Andújar, 36; Villacarrillo, 45; Jaén capital, 42; o en la Sierra Sur entre 35 y 38 litros.

Asimismo, se ha mostrado confiado en que a partir de la próxima semana se sucedan los episodios de precipitaciones para «ir remontando la situación crítica de sequía».

Por su parte, el secretario general de COAG Jaén, Juan Luis Ávila, ha señalado que las lluvias «dan un respiro al olivar», que se encuentra en «una situación límite». Ha puesto el acento en que han sido precipitaciones «muy heterogéneas, hay sitios que han caído 25 ó 30 litros, otros han llegado hasta casi 100 litros».

Incidencias provocadas por el viento

No obstante, el secretario general de COAG Andalucía ha apuntado que, a pesar de haber sido muy bien recibidas, han provocado algunos daños en arboledas e invernaderos en Andalucía. En concreto, en declaraciones a Europa Press, López ha apuntado que algunos olivos han sufrido las fuertes rachas de viento y han terminado volcados y, además, en la zona de Chipiona y Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) algunas estructuras de invernaderos han sido arrancadas por el viento.



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

«Han sido muchas incidencias, aunque no sean muy importantes en lo económico, al que le ha pillado es una ruina», ha señalado el secretario general de COAG-A, que ha recordado que «si la lluvia cae de forma pausada, el terreno lo aprovecha mejor».

Al hilo de esto, ha precisado que la baja producción del olivar de esta próxima cosecha no se va a arreglar con estas lluvias, porque «ya no hay aceituna», pero ha asegurado que «sí va a mejorar las condiciones de producción si continúan». Asimismo, también beneficiará a la dehesa y al cereal de otoño e invierno.

Fuente: [Sevilla ABC](#)

El aceite de oliva eleva las tensiones en la industria de conservas pesqueras

Los fabricantes celebran este lunes el Día Mundial de la Comida en Lata, marcado por los precios y su efecto en el poder adquisitivo de los ciudadanos, que se vuelven más selectivos incluso a la hora de elegir productos básicos en la cesta de compra como el atún en conserva o el tomate frito.

“La tensión del aceite de oliva, que representa alrededor del 50 % de los aceites vegetales utilizados por la industria conservera, es una traba adicional al ya complejo entorno”, según ha declarado a Efeagro el secretario general de la patronal Anfaco-Cecopesca, Roberto Alonso, en una entrevista con motivo de este Día.

El encarecimiento del aceite de oliva afecta directamente a los productos “estrella” de las conserveras, según ha apuntado el responsable de Anfaco -que engloba al 90 % de la producción conservera española-.

Esta industria, ha añadido, está siguiendo la evolución del mercado y de la producción olivarera “para evaluar el impacto y la necesidad de implementar estrategias como la diversificación o ampliar el rango de proveedores de aceite”.

Alonso ha calificado de incierta la situación y, en un guiño al consumidor, ha asegurado que el aceite empleado en las conservas es “de la misma calidad que el de botella”, además de invitar a emplearlo en la cocina y evitar el desperdicio alimentario.

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



Consumo a la baja, entre los datos destacados

Las conserveras están sufriendo “los fuertes efectos de la inflación, que se traducen en una disminución del consumo” porque el ciudadano está priorizando su compra según su poder adquisitivo, según ha insistido Alonso.

“No renunciamos a abastecer el mercado con productos de calidad, trabajando en la búsqueda de un equilibrio entre los costes de producción y demanda”, ha añadido.

La industria española de conservas de pescado factura 11.600 millones de euros, genera 24.800 empleos y fabrica el 65 % de la producción de estos alimentos en la Unión Europea (UE), según Anfaco.

El consumo de latas de pescado descendió un 10,4 % en volumen frente al año anterior en 2022, hasta situarse en 4,04 kilos anuales por persona, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Sin embargo, el gasto medio por persona solo cayó un 1,1 %, hasta los 47,23 euros por individuo, debido a los precios.

El consumo por persona de latas pesqueras es superior en Murcia (4,6 kilos), el País Vasco (4,6 kilos), Aragón (4,5).

Por segmentos de edad, los mayores son los jubilados (6,1 kilos al año) y los jóvenes independientes (5,5).

Los últimos datos del Panel de Consumo del MAPA, correspondientes al período interanual entre mayo de 2022 y abril de 2023 sitúan en 3,91 kilos el consumo español per cápita, es decir inferior, con un descenso del 1,67 % frente a los doce meses anteriores.

En esos doce meses la ingesta y el gasto en conservas pesqueras alcanzó 182 millones de kilos y 4.340 millones de euros.

España exporta sus conservas pesqueras a 130 países; es el segundo productor mundial de latas de atún, por detrás de Tailandia y el primero de la UE.

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

Desafíos

Alonso ha destacado entre los desafíos la necesidad del abastecimiento de materia prima, en alusión al reglamento de contingentes arancelarios que discuten las instituciones de la UE.

También ha reivindicado una bajada del IVA de los productos pesqueros (ahora en el 10 %) y la “necesaria activación” de Perte Mar-Industria.

En el ámbito comercial, las conserveras españolas han apoyado la aplicación del acuerdo entre la UE y Mercosur.

Otra reivindicación es el establecimiento de igualdad en las reglas del juego en el mercado, para que los fabricantes no vean “debilitada” su posición competitiva, especialmente frente a Tailandia.

Fuente: [Efeagro](#)

Clausurado el I Curso OLINT: Organización de empresas oleícolas de la Universidad de Jaén

El Rector de la Universidad de Jaén (UJA), Nicolás Ruiz, ha clausurado el I Curso OLINT: organización de empresas oleícolas, celebrado del 17 al 19 de octubre dirigido a personas de segunda generación de empresas familiares para que puedan hacer crecer la empresa cualitativa y cuantitativamente, así como a trabajadores actuales o futuros de empresas oleícolas, para que pueden obtener un conocimiento del sector y del negocio y lograr un crecimiento sostenido en el tiempo.

Una formativa “necesaria”, según ha apuntado el Rector de la UJA, para la actividad profesional pues facilita una visión global y profunda de la administración y dirección de empresas dentro del sector oleícola, en un entorno cada vez más competitivo y cambiante. “Son competencias en ámbitos de trabajo como los métodos de cultivo y recolección, la elaoitecnia, la dirección de empresas, la comercialización y las estrategias de márketing. Son todos los eslabones de la cadena, con lo que se consigue una mirada integral de todo el proceso oleícola, del campo a los lineales, pasando por las almazaras”, ha indicado Nicolás Ruiz.

Respecto a la necesidad del sector oleícola de que se siga desarrollando y modernizando, ha apuntado que la UJA continuará generando conocimiento, “para impulsar la investigación y para



transferir ese saber al tejido industrial y empresarial”. “Queremos ofrecer soluciones de vanguardia, innovadoras y clarividentes, que anticipen los escenarios que puedan producirse, puesto que, si aspiramos a una transformación sostenible y eficiente de la producción agrícola, la cooperación del mundo académico y universitario, con el mundo empresarial, es clave. Por eso, es importante que la Universidad de Jaén, que nuestra Universidad, acoja este tipo de cursos como marco ideal para el desempeño de este programa sobre formación y experiencias directivas en empresas, organizaciones e instituciones oleícolas”, ha afirmado el Rector.

Por último, Nicolás Ruiz ha recalcado el compromiso de la institución con el olivar, con el aceite de oliva y con el avance del sector primario en general de la UJA, que se pone de manifiesto en la actividad de sus grupos de investigación y la labor de transferencia del conocimiento que realizan a la sociedad.

Este curso, dirigido por la catedrática María Jesús Hernández y el profesor Juan Vilar, ha tenido como objetivos principales: analizar la dirección de empresas oleícolas de la mano de personal de referencia en dicho sector; exponer desde la experiencia los principales hitos que deben perseguir para el aumento de la renta neta de todos los eslabones de la cadena de valor oleícola; proponer estrategias competitivas a adoptar para su consecución y la optimización de los recursos disponibles para conseguir una olivicultura sostenible.

Fuente: [Universidad de Jaén](#)

La Fundación Grupo Oleícola Jaén recauda 14.240€ en su III cena solidaria en beneficio de APROMPSI y Mensajeros de la Paz

Bajo el lema “Se tú el cambio que quieres ver en el mundo”, la tercera edición de la Cena Solidaria Fundación Grupo Oleícola Jaén (FGOJ), se celebró en Vandelvira Eventos, con un menú de alta cocina elaborado por el Chef Juan Carlos García. Todos los productos y personal que trabajó durante la cena, lo hizo de forma voluntaria, por lo que todo lo recaudado, a excepción de gastos mínimos que se han sufragado por parte de la Fundación GOJ, fue destinado a las dos asociaciones beneficiarias. El Presidente de la FGOJ, Luis Carlos Morillo, dio la bienvenida a los asistentes a la cena, dando las gracias al Alcalde de Baeza, Pedro Cabrera, a la Consejera de Salud y Consumo de la Junta de Andalucía, Catalina García, al Delegado de Gobierno en Jaén, Jesús Estrella, así como a



las demás autoridades, concejales e instituciones por su apoyo y asistencia a esta Cena Solidaria que con tanta ilusión ha preparado la Fundación. En sus declaraciones, argumentó que el dinero de los tickets de entrada de la actividad de oleoturismo de AOVELand, la almazara turística de Oleícola Jaén, será destinado a la Fundación Grupo Oleícola Jaén.

A continuación la presentadora de la cena, Olivia Aranda, pudo contar a los asistentes todas las acciones solidarias que la Fundación realiza a través de programas específicos que mejoran la vida de las personas. Remigio Morillo, Patrono de FGOJ, fue el encargado de dar los premios por parte de la Fundación a las dos asociaciones beneficiarias de la cena; APROMPSI, representado por su presidenta Ana María Quílez, y Mensajeros de la paz Andalucía, cuyo premio recogió su presidente Domingo Antonio Pérez. Con la idea de que la familia solidaria crezca y la misma crezca con buenas personas y personas buenas para que todos juntos hagamos un mundo mejor. Durante la noche, se sumó una novedad en esta edición; la subasta de dos artículos de gran calado e interés para el público asistente. El primero, presentado por Carmen Morillo, secretaria de Fundación Grupo Oleícola Jaén, fue la obra de arte creada por la artista y diseñadora gráfica Isabel Cabello “OLIPOEMA III”. Un estuche que contenía el exclusivo AOVE obtenido del olivo milenario “EL ABUELO”, que se encuentra en las instalaciones de Oleícola Jaén, y cuyo precio de venta en la puja alcanzó los 2.500€ ofrecidos por José Santamaría.

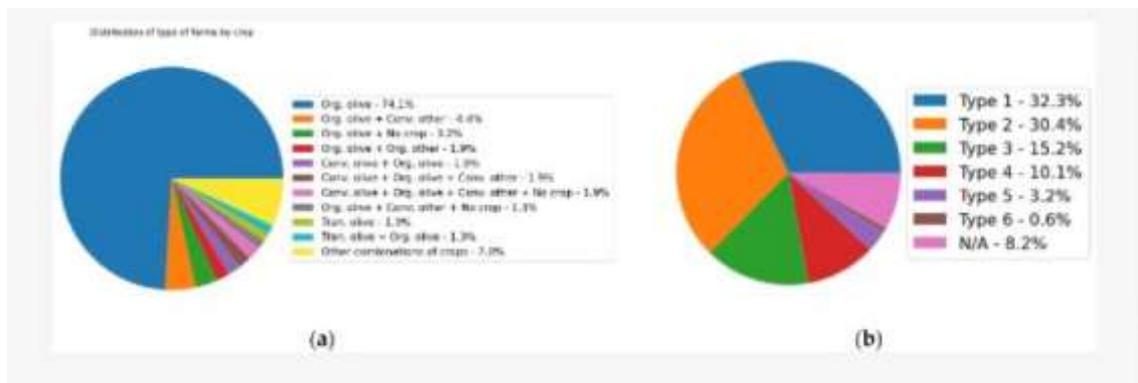
Para amenizar la cena, los asistentes disfrutaron del espectáculo de Javier Luxor, una exhibición de mentalismo y divertidas demostraciones que no dejó a nadie indiferente. Tras el espectáculo se subastó el segundo de los artículos donados, que fue una guitarra firmada por los cuatro miembros del grupo Supersubmarina; José Chino, Juanca, Jaime y Pope, cuyo precio final de puja alcanzó los 1.700€ ofrecidos por la ya nueva propietaria de la guitarra; Yolanda de la Fuente. Tras sumar lo obtenido con la venta de invitaciones, donativos y venta de papeletas para la rifa, se hizo un recuento y se pudieron entregar dos cheques de 7.120€ a cada asociación, lo que suman un total de 14.250€ recaudados con la venta de entradas, fila 0, subasta y rifa realizada, que sin duda, ayudarán a la labor que ambas asociaciones realizan en su día a día. Sobre la Fundación La acción de la Fundación se basa en el fomento de la cultura, la gastronomía y el deporte a través de catas y eventos gastronómicos relacionados con el aceite de oliva; música y conciertos; exposiciones y arte; y promoción de clubs y eventos deportivos. Otros de los pilares fundamentales serán los fines sociales y benéficos, organizando visitas y excursiones para personas con discapacidad, riesgo de exclusión, etc., así como carreras y otros eventos benéficos; y la formación e investigación, a través de becas para estudios sobre el aceite de oliva y para la investigación relacionada con este producto y la agricultura ecológica.

Fuente: [Cadena SER](#)



Caracterización de los olivicultores ecológicos en el marco del M11 de la Política Agrícola Común

Durante la última década, la Política Agrícola Común (PAC) ha priorizado medidas centradas en la sostenibilidad y la calidad sobre la producción. El estudio publicado recientemente en Agronomy bajo el título “Characterisation of Organic Olive Farmers in the Framework of M11 of the Common Agricultural Policy”, califica a los agricultores y explotaciones ecológicas de Andalucía, cubriendo algunas lagunas de información detectadas en la ejecución del proyecto AGRICORE. Se ha seguido el marco M11 con el fin de llenar los vacíos de información detectados en las fuentes de datos públicos disponibles que alimentan la herramienta AGRICORE. Hasta 2013, las explotaciones con mayor producción eran recompensadas con una mayor retribución económica. Sin embargo, ha habido un cambio de enfoque, priorizando la sostenibilidad y la calidad sobre la producción. M11 es clave para esto.



En el olivar andaluz

Con el fin de estudiar el impacto de la M11 en el sector olivarero andaluz, se llevó a cabo una campaña de encuestas para recoger datos de los productores de oliva ecológico y sus explotaciones agrícolas. La encuesta se realizó a 189 productores de olivo orgánico, lo que corresponde al 10% de los agricultores que hicieron la transición al cultivo de olivo orgánico en el período de interés (2014-2017). De los datos recogidos analizados, destaca que la mayoría de los olivareros desconocen dos aspectos: (i) los costes de explotación, cruciales para las cuentas de las empresas, y



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



(ii) el hecho de pertenecer a zonas ambientalmente protegidas, lo que ha un impacto positivo en la recepción de ayuda asociada al M11.

Además, los resultados muestran que la edad promedio de los agricultores orgánicos es de alrededor de 60 a 65 años, más del 35% son mujeres, poseen educación primaria o secundaria y la mayoría de ellos son propietarios de granjas. Entre los resultados más importantes destaca que el 74% de las explotaciones se dedicaban exclusivamente a la producción de olivar ecológico, con una producción media de 1.000 kg/ha. La mayor parte de esta producción se destina exclusivamente a la producción de aceite de oliva. Además, se encontró que más del 87% no se plantea abandonar la agricultura ecológica. Estos resultados contrastan con la elevada reticencia de los agricultores convencionales (más del 80%) a la transición a la producción ecológica, como se desprende de las primeras observaciones de encuesta realizadas entre este tipo de olivareros.

Instantánea del sector

En conclusión, este estudio podría ser de considerable interés para muchas partes interesadas y puede tener un impacto significativo en el sector oleícola andaluz. Por un lado, los datos recopilados y su análisis proporcionan a los responsables políticos una instantánea actualizada de la situación del cultivo del olivo en Andalucía, en particular, del sector del cultivo del olivo ecológico. Además, los responsables políticos podrían beneficiarse de la herramienta AGRICORE para diseñar políticas mejoradas que impliquen un aumento de la producción de aceituna ecológica. Por otro lado, los productores de olivos pueden beneficiarse de estas nuevas políticas porque tendrán la oportunidad de expresar sus necesidades, que luego se tendrán en cuenta al desarrollar nuevas políticas agrícolas. Además, este estudio aumenta la posibilidad de trabajos futuros, incluidos análisis de datos adicionales, como la comparación de la agricultura orgánica y convencional. Por último, también podría permitir explorar nuevas líneas de investigación, como un estudio exclusivo de los costes de explotación del cultivo del olivo.

El estudio ha sido realizado por el departamento de I+D, Cooperativas Agro-Alimentarias de Andalucía; la división de Energía y Tecnologías de la Información, Idener Technologies; el departamento de Economía Agrícola, Universidad Aristóteles de Tesalónica; la Facultad de Gestión, Universidad de Ciencia y Tecnología de Bydgoszcz de Polonia y el Instituto de Agrofísica, Academia Polaca de Ciencias de Polonia.

Fuente: [Oleorevista](#)

