

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

24 de septiembre de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Temor en el sector del aceite de oliva tras la última DANA: las bodegas estarán "prácticamente vacías" hasta diciembre.

Las exportaciones andaluzas crecen un 8,5% hasta julio, frente a la bajada nacional y de las otras cuatro comunidades más exportadoras.

Novedades del Reglamento Europeo de Envases.

Jordi Hereu reivindica el potencial del oleoturismo como generador de riqueza regional y puntal del turismo de interior.

El Parlamento del Mercosur recomienda excluir el aceite de oliva de las negociaciones con la UE.



LIVINGSOILL
Healthy Soil to Permanent Crops Living Labs

**ACTO DE PRESENTACIÓN DEL
LIVING LAB ANDALUZ - LIVINGSOILL**

3 de octubre de 2024
Salón de Caja Rural de Jaén, IFEJA

**Programa e
inscripción**



Logos at the bottom: Universidad de Jaén, Junta de Andalucía, IFAPA, CIT OLIVA, Fundación Caja Rural Jaén, JAENCCOOP, Instituto Universitario de Investigación en Oleos y Aceites del Olivo, cooperativas agro-alimentarias, INDIDA, finca la torre, almazara cubética, VILLAS, CONSULE, Natesca.

PROGRAMA E INSCRIPCIÓN

Nuestras prioridades

- Impulsar soluciones para el aprovechamiento de coproductos emergentes del olivar y su aplicación para la mejora de la salud del suelo.
- Avanzar en los procesos de digitalización para facilitar la toma de decisiones mediante el uso de nuevas tecnologías e IA.
- Promover modelos de negocio a partir de buenas prácticas de manejo en suelo de olivar (créditos de carbono, cubiertas vegetales dirigidas, explotación de coproductos, etc.).
- Desarrollar soluciones innovadoras para paliar el problema estructural de la sequía en el olivar.
- Establecer y promocionar planes de actuación coordinados entre los principales actores de la cadena de valor en la producción del aceite de oliva (agricultores, almazaras, instituciones públicas y otras empresas relacionadas del sector).



Temor en el sector del aceite de oliva tras la última DANA: las bodegas estarán "prácticamente vacías" hasta diciembre

La Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) ha asegurado que las bodegas de aceite de oliva estarán "prácticamente vacías" hasta el mes de diciembre debido a las escasas reservas de aceite de enlace, el que permanece entre una campaña y otra, debido a la reducción en la producción y el impacto negativo de la climatología por las insuficientes lluvias.

En un comunicado en su página web, la organización destaca el impacto negativo de la "desigual" DANA de este pasado fin de semana, que deja en el aire hasta 300.000 toneladas de la próxima cosecha. "Los chubascos tormentosos que han caído en la mitad centro y sur de la península se han quedado lejos de las necesidades hídricas de las explotaciones de secano, de cara a mitigar los efectos de la persistente sequía en las principales zonas productoras de aceite de oliva", explica en COAG.

El comunicado se refiere a los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), que recogen que la campaña actual, que acaba este 30 de septiembre, finalizará con la menor cantidad de aceite de enlace (el que permanece desde el final de una campaña hasta el principio de la siguiente) de los últimos años, unas 200.000 toneladas.

Este hecho, en palabras del responsable del sector del olivar de COAG, Juan Luis Ávila, "supone que las bodegas estarán prácticamente vacías hasta que llegue, en el mes de diciembre, el grueso de la cosecha de aceite".

De acuerdo con los datos provisionales de la AICA, en agosto se registraron unas existencias de 271.968 toneladas de aceite, unas 49.216 toneladas menos que en 2023. Del total, 138.662 toneladas estaban en manos de los productores; 131.741 toneladas en manos de los envasadores, y 1.564 en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Según informa COAG, las campañas oleícolas de comercialización comienzan el 1 de octubre y finalizan el 30 de septiembre del año siguiente, igual que el año hidrológico. Sin embargo, la recogida de aceituna y la producción de aceite no se generaliza hasta noviembre o diciembre. Habrá producción en septiembre y octubre, pero de los aceites tempranos o verdes, que se comercializan a un precio más alto.

"La realidad es que técnicamente el inicio real de la campaña de producción se hará con las bodegas a cero en España, en Europa y en el mundo, teniendo en cuenta que las salidas mensuales de aceite se están situando en torno a las 70.000 o 80.000 toneladas", ha explicado Ávila.



Exigen cambios en el almacenamiento de aceite

Por todo esto, COAG ha pedido al Ministerio de Agricultura que concrete de "forma urgente" el desarrollo de la norma de almacenamiento, congelada desde hace tres años, informa Europa Press. "Con un stock estratégico de aceite almacenado se podrían evitar fluctuaciones tan acusadas al alza para los consumidores en épocas de sequía como las actuales, al tiempo que se podría garantizar una estabilidad de precios a los agricultores en campañas de gran producción, retirando producto del mercado", ha subrayado el responsable de olivar de COAG.

El Consejo de Ministros aprobó el 9 de febrero de 2021 un Real Decreto que desarrolla la aplicación del artículo 167 bis de la Organización Común de los Mercados Agrarios de la Unión Europea para fijar los requisitos y el contenido de una norma de comercialización para el sector del aceite de oliva.

La organización agraria recuerda que esta norma permite que el Ministerio, ante situaciones de claro riesgo de desequilibrio de mercado pueda, previa consulta a las comunidades autónomas y a los representantes del sector, pueda determinar a través de una orden una retirada temporal de producto de manera obligatoria para todos los operadores del sector hasta la campaña siguiente, e incluso determinar su destino a uso no alimentario.

La norma posibilita la autorregulación en un cultivo cuya producción se encuentra caracterizada por el fenómeno de la vejería, con campañas de producciones muy altas alternadas con otras de rendimientos bajos.

Fuente: [El Economista](#)

Las exportaciones andaluzas crecen un 8,5% hasta julio, frente a la bajada nacional y de las otras cuatro comunidades más exportadoras

Andalucía ha alcanzado en los primeros siete meses del año 24.688 millones de euros en exportaciones gracias a un crecimiento interanual del 8,5%, que contrasta con la bajada del 0,9% de las exportaciones del conjunto de España (228.375 millones), siendo, además, la única comunidad que crece de las cinco grandes exportadoras.

Con este comportamiento, Andalucía se sitúa entre enero y julio de 2024, como la tercera comunidad en exportaciones, pero es la que más aporta a la marcha del sector exterior del conjunto

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

les.kubota-es.com / @kubotaspain / #kubota



de España, al representar el 10,8% de las ventas nacionales y presentar un crecimiento del 8,5%, frente a la bajada de las otras cuatro grandes exportadoras del ranking (Cataluña -3,3%, Comunidad de Madrid -12,6%, Comunidad Valenciana -2,2% y País Vasco -6,2%)

Este crecimiento de las exportaciones andaluzas del 8,5%, junto con unas importaciones que suben un 2,7%, para situarse en 24.407 millones, permiten a Andalucía disfrutar de un superávit de 281 millones de euros en su balanza comercial con el exterior, frente al déficit comercial que sufre el conjunto de España, de 19.036 millones de euros, por una tasa de cobertura del 92%, 9 puntos por debajo de la andaluza, que se sitúa en el 101%.

En esta posición de Andalucía contribuyen los resultados que arroja el último mes contabilizado, julio, en el que las exportaciones andaluzas arrojan un crecimiento interanual del 23%, también muy por encima de la media nacional (+9,2%) con crecimiento en las ocho provincias, y en siete de ellas a doble dígito.

El comportamiento diferencial de Andalucía respecto del grueso del sector exterior español está fundamentado en la diversificación de los productos exportados, con grandes crecimientos en capítulos industriales y agroalimentarios, simbolizados por el sector aeroespacial y el aceite de oliva, que presentan, ambos, récord histórico de ventas desde que hay datos estadísticos homologables (1995); y crecimientos en 9 de los 10 primeros capítulos exportadores.

Igualmente, destaca la diversificación en el destino de sus exportaciones, con dos países comunitarios y dos países no europeos situados entre los que más crecen del Top 10, y por la diversificación del origen de las ventas, con seis de las ocho provincias andaluzas arrojando crecimiento y cinco con superávit de su balanza comercial. Además, crecen nueve de los primeros diez capítulos.

Fortaleza industrial y agroalimentaria

El mayor crecimiento del Top 10 de capítulos exportadores lo protagoniza el de aeronaves y vehículos espaciales, que duplica sus ventas (+102%) sobre enero-julio de 2023, hasta alcanzar los 1.752 millones de euros, situándose como quinto capítulo exportador de la comunidad, con el 7,1% del total de las exportaciones andaluzas.

Por su parte, el aceite de oliva (sector ICEX) también alcanza su mejor registro exportador en los primeros siete meses de un año, con 2.811 millones, gracias a un crecimiento del 63%, que lo refuerza como el producto más exportado por Andalucía, con el 11,4% del total. Forma parte del capítulo de grasas y aceites animales o vegetales, que alcanza los 3.192 millones de euros (12,9% del total) y subida del 59,3%

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

En la agroindustria andaluza también registran un gran comportamiento el capítulo de frutas, que ocupa la cuarta posición, con 2.245 millones de euros en exportaciones (9,1% del total) y un aumento del 5,5%; y el de las preparaciones de hortalizas y frutas (9º), con 521 millones (2,1%) y subida del 25,5% la tercera mejor del Top10. Por el contrario, el capítulo de las hortalizas, en tercera posición, con 2.625 millones de euros (10,6%), baja un 5,1%.

En el ámbito industrial destacan igualmente las subidas de capítulo de las (7º) máquinas, aparatos y material eléctrico, con 992 millones de euros (4% del total). Igualmente, presentan importantes crecimientos los combustibles y aceites minerales suben un 7,7%, lo que hace de este capítulo el primero en ventas, con 3.687 millones de euros (14,9% del total); el cobre y sus manufacturas (6º), con 1.140 millones de euros (4,6% del total) y un alza del 13,1%; y los (8º) minerales metalíferos, escorias y cenizas suben un 11,9%, hasta los 775 millones (3,1%).

Diversificación de mercados: Bélgica y China

Los buenos resultados de Andalucía hacia el exterior también se basan en la diversificación de mercados, pues a su fortaleza europea añade la que refleja en otros destinos estratégicos que permiten seguir incrementando la factura. Nueve de los 10 primeros países de destino aumentaron sus registros, situándose entre los cuatro que más crecen dos europeos y dos del resto del mundo.

Bélgica, noveno destino, es en el que más crecen las ventas andaluzas, un 45%, hasta los 850 millones de euros (3,4%); el segundo es China (10º), con un alza del 34%, para llegar a 769 millones (3,1%).

Alemania registra la tercera mejor subida, del 20%, siendo, además, primer destino de las ventas andaluzas, con 3.040 millones (12,3% del total), y Marruecos es el cuarto destino en crecimiento, con el 16,1% más de ventas andaluzas que en enero-julio de 2023, para alcanzar los 1.171 millones de euros (4,7%), en el puesto número 7º del Top 10 de mercados.

El segundo en ventas es Francia, con 2.853 millones (11,5%) y una subida del 12,8%. Seguido y también creciendo de Italia, un 6,9%, para llegar a los 2.170 millones (8,8%), mientras que Portugal (4º) registra un mínimo descenso del 0,3%, situándose en 2.084 millones (8,4%).

En el quinto lugar en ventas aparece Estados Unidos, primer mercado no europeo, con 1.941 millones de euros (7,9%), y un crecimiento del 7,3%. Le sigue Reino Unido, con 1.428 millones (5,8%) y un avance del del 3,6%; y tras Marruecos y en octava posición están los Países Bajos, con 1.103 millones de euros (4,5%) y bajada del 4,8%.

Sevilla lidera ventas y crecimiento

Sevilla es la provincia que más crece de Andalucía y la segunda de España, siendo también la que más aporta al sector exterior español, y la que más exporta de Andalucía. Un excelente



comportamiento que está basado en su fortaleza tanto en las ventas del capítulo aeronáutico como del aceite de oliva.

Pero además, entre enero y julio crecieron las ventas en seis de las ocho provincias andaluzas, e, igualmente, seis presentan superávit de su balanza comercial con el exterior. Unos datos en los que tuvieron que ver de forma importante el comportamiento del mes de julio, en el que las ocho provincias andaluzas presentaron crecimientos interanuales de sus exportaciones.

Sevilla acapara uno de cada cuatro euros de las exportaciones (24,8%), con una factura nunca antes alcanzada para este periodo de 6.138 millones de euros, un 37% más que de enero a julio de 2023, siendo también la que presenta el mayor crecimiento y el mayor superávit comercial con el exterior, hasta 2.150 millones de euros (153,9% de tasa de cobertura).

El segundo mayor crecimiento provincial le corresponde a Córdoba, con el 17,9% más interanual, motivado, además de por el aceite de oliva, por el crecimiento de sus ventas de cobre. Esto la sitúa como quinta provincia del ranking, con unas ventas de 1.972 millones de euros (7,9%) y un superávit de 692 millones, el tercero mejor de Andalucía, y la mayor tasa de cobertura, del 154%.

En segundo y tercer puesto de la factura exportadora andaluza se encuentran, respectivamente, Huelva (19,6% del total) y Cádiz (17%,8 del total). Así, la provincia onubense registra unas ventas de 4.843 millones de euros y crece un 2,7% en el periodo y, sin embargo, la gaditana suma 4.403 millones con un 7% menos de ventas internacionales.

Almería, tercera mejor tasa de cobertura

La cuarta posición del ranking exportador andaluz corresponde a Almería con 3.479 millones de euros, el 14% del total, y una bajada del 4,9%, debido al descenso de las ventas de las hortalizas. No obstante, este descenso acumulado se está minorando, hasta el punto que en el mes de julio las exportaciones almerienses han crecido un 14%. De esta forma, presenta un superávit con el exterior, que supera los 1.000 millones (1.083 millones) en los siete primeros meses del año, gracias a disfrutar de la tercera mejor tasa de cobertura de la comunidad, un 145%.

En sexta posición del ranking se sitúa Málaga (7,7%), con ventas de 1.917 millones, un crecimiento del 6,3% y una balanza comercial negativa de -37 millones. Le sigue Granada, con exportaciones por valor de 1.073 millones de euros, un crecimiento del 14,8%, el tercer mayor crecimiento (4,3% del total) y un superávit de 53 millones (tasa de cobertura del 105%).

Por su parte, Jaén arroja un crecimiento, del 14,7%, también gracias al aceite de oliva, para alcanzar los 861 millones de euros (3,4% del total) y un superávit de 151 millones de euros, con la cuarta mejor tasa de cobertura (121%).



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



Estos datos derivan de las cifras de la Estadística de Comercio Exterior del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo elaborados para Andalucía por el Observatorio para la Internacionalización de la Economía Andaluza de Andalucía TRADE.

Fuente: [Junta de Andalucía](#)

Novedades del Reglamento Europeo de Envases

La sesión plenaria del Parlamento Europeo del 13 y 14 de noviembre aprobará, de forma definitiva, el nuevo Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envase, que entrará en vigor tras su publicación en el Diario Oficial las semanas siguientes. Éste va a introducir una serie de novedades que las empresas deberán adaptar. Entre otros, incluye objetivos específicos a largo plazo en materia de prevención, ecodiseño, reutilización, reciclabilidad, contenido de material reciclado y el uso de bioplásticos en envases.

Con el objetivo de proporcionar e intercambiar conocimientos sobre estas nuevas exigencias, las empresas y profesionales del sector del envase y de la alimentación se han reunido en una nueva edición del Diálogo Intracluster, organizado por el Cluster de Innovación en Envase y Embalaje.

Uno de los puntos que se han tratado es la necesidad de que exista una mayor claridad entre la regulación europea y la de cada país. En concreto, los profesionales solicitan más claridad ante las exigencias y obligaciones que va a marcar el nuevo Reglamento Europeo de Envases, y las que ya están vigentes en España con el Real Decreto de Envases.

El nuevo reglamento incluye objetivos específicos a largo plazo en materia de prevención, ecodiseño, reutilización, reciclabilidad, contenido de material reciclado y el uso de bioplásticos en envases.

De forma particular, la correcta aplicación en España del Real Decreto de Envases supone todavía varios retos para las empresas debido a la falta de claridad sobre su alcance, carencias en la regulación de ciertos aspectos estructurales y la incertidumbre sobre cómo se ajustará a la futura normativa europea sobre envases, según ha explicado Sergio Giménez, director de Negocio en AIMPLAS, el Instituto Tecnológico del Plástico. En esta línea, ha asegurado que “tenemos dos documentos que regulan lo mismo, aunque de manera distinta, por lo que es necesario alinear los objetivos nacionales con el Reglamento Europeo de Envases”.

Por su parte, Sabrina Brea, consultora en ATQ QUIMYSER, también ha destacado la necesidad de una armonización del Real Decreto con el Reglamento Europeo, y ha señalado que “a nivel de reutilización, el Reglamento se ha quedado corto”. Además, ha compartido con los asistentes los parámetros de reciclabilidad ante el nuevo Reglamento Europeo de Envases y Residuos de Envases.



Cambios en la reciclabilidad

El nuevo Reglamento de Envases y Residuos de Envases introduce un sistema de clasificación para evaluar la reciclabilidad de los envases, basado en el diseño, los sistemas de gestión y las tecnologías de reciclado.

Este enfoque permite una evaluación más precisa del impacto ambiental de cada tipo de envase, diferenciando entre niveles de reciclabilidad según los materiales utilizados y su capacidad para ser reciclados eficientemente. Esta clasificación busca fomentar el diseño de envases más sostenibles, promoviendo aquellos que cumplan con los umbrales establecidos para maximizar su reciclado y reducir su impacto ambiental.

Normativa de etiquetado

Por otra parte, el sector del packaging lamenta la falta de un sistema de etiquetado unificado entre los diferentes países miembros, lo que genera confusión tanto para las empresas como para los consumidores.

Esta ausencia de armonización dificulta la identificación clara de las instrucciones de reciclaje y las características medioambientales de los productos, afectando la eficiencia de los procesos de reciclaje y la comprensión del consumidor sobre cómo gestionar los residuos.

“En el reglamento falta el enfoque desde el punto de vista del consumidor, ya que sin éste la economía circular no puede funcionar”, ha destacado Sergio Giménez.

Finalmente, los expertos han señalado que se espera que con el nuevo Reglamento de Envases del Parlamento Europeo se avance en un etiquetado armonizado de los envases a través del uso de códigos QR y compatible con el Pasaporte Digital del Producto.

Fuente: [Olimerca](#)

Jordi Hereu reivindica el potencial del oleoturismo como generador de riqueza regional y puntal del turismo de interior

El ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, ha reivindicado el potencial del oleoturismo como generador de prosperidad regional y como puntal del turismo de interior durante el I Foro OleotourJaén, celebrado hoy en la capital jienense.



Durante la clausura de la jornada, que ha abordado los retos de futuro del oleoturismo y la gastronomía desde la sostenibilidad y la excelencia, Hereu ha puesto en valor la cultura del aceite y los esfuerzos del sector oleico jienense, una de las principales zonas oliveras del planeta, por ofertar experiencias turísticas innovadoras y diferenciadoras. Hasta el mes de julio, Jaén ha recibido más de 24.000 turistas internacionales, casi un 24% más que en el mismo periodo de 2023.

Antes de participar en la clausura del foro, el titular de la cartera de Turismo ha visitado la almazara Oro Bailén, donde ha conocido de primera mano el proceso de obtención del aceite, desde la recepción y la limpieza de los frutos hasta el batido, la extracción, el almacenaje y el envasado del conocido como ‘oro líquido’, así como su aprovechamiento como experiencia turística integral.

“España no solo es líder mundial en superficie, producción y comercio del aceite de oliva”, ha recordado el ministro durante su visita, “sino que es también pionera en convertir la cultura del aceite en un reclamo turístico de primera magnitud”. “El segmento del turismo interior propone experiencias diferenciadoras, competitivas, sostenibles y de calidad, y exhibe una magnífica muestra de su innovación y crecimiento en la exitosa propuesta del oleoturismo, como la que representa esta almazara”, ha dicho Hereu.

Cuarenta millones para mejorar el turismo

El Plan de Sostenibilidad Turístico de OleotourJaén obtuvo 4,5 millones de euros del Plan Nacional Enogastronómico 2022. Se trata de un proyecto que busca transformar un espacio natural de gran valor –un extenso olivar de más de 66 millones de árboles– para preservar un paisaje y unas tradiciones arraigadas en el territorio al mismo tiempo que se potencia su transformación en un producto turístico recuperando su legado patrimonial.

En total, la provincia de Jaén ha recibido ayudas de más de 40 millones de euros para 18 proyectos turísticos relacionados con la sostenibilidad, la digitalización, la diversificación y el patrimonio entre 2021 y 2023. De esta cantidad, 29 millones se han destinado a financiar planes de sostenibilidad de la Diputación de Jaén y de diferentes ayuntamientos de la provincia como los de Jaén, Úbeda o Cazorla, y otros 10 millones a intervenciones relacionadas con patrimonio, tanto de la Red de Paradores catalogados como Bien de Interés Cultural como de la Red de Ciudades Patrimonio de la Humanidad. En conjunto, Andalucía ha obtenido más de 303 millones de euros en inversiones del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para 156 proyectos de turismo.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

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

El Parlamento del Mercosur recomienda excluir el aceite de oliva de las negociaciones con la UE

El Parlamento del Mercosur (Parlasur) recomendó este lunes al Consejo del Mercado Común (CMC) del bloque suramericano que se excluya al aceite de oliva de las negociaciones entabladas con la Unión Europea (UE) con miras a sellar un acuerdo de libre comercio.

El Parlasur aprobó durante su XCVI sesión ordinaria, que tuvo lugar en la sede del Congreso de Paraguay, un proyecto de recomendación que considera al aceite de oliva "un producto sensible".

La petición se ha dirigido al Consejo del Mercado Común, el organismo encargado de la conducción política del proceso de integración y de la toma de decisiones del bloque, conformado por los ministros de Exteriores y de Economía de Brasil, Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, países que integran el Mercosur.

Además, los parlamentarios recomendaron arbitrar "los medios para que se preserven las posiciones arancelarias de ingreso de aceitunas y de aceite de oliva" a la región.

En ese sentido, plantearon que para ambos productos "se excluya cualquier posible reducción de los aranceles de ingreso".

La iniciativa fue puesta a consideración del Parlamento regional a pedido de la Federación Olivícola Argentina (FOA).

Durante el plenario, el argentino Gustavo Arrieta, consideró "muy importante proteger esta actividad por lo menos por 10 o 20 años más hasta que termine de consolidarse", al señalar que en Argentina la producción de aceituna se ha multiplicado en la última década.

"Estamos seguros que en este acuerdo, Unión Europea, República Argentina, Mercosur, cuando ellos tengan que proteger a sus productores, lo van a hacer sin ningún tipo de miramientos y es el mismo tratamiento que estamos pidiendo para la producción de olivos", defendió.

Su colega, el también argentino Matías Sotomayor, destacó que la producción de la aceituna genera un impacto significativo en la economía regional, y advirtió que eliminar el arancel a este fruto y sus derivados "estaría destruyendo una importante y creciente producción olivícola" en su país.

Otros parlamentarios, como el argentino Jorge Santilli, se opusieron al "proteccionismo desmedido" de la producción local.

"Yo creo que más que restricciones, tenemos que darle herramientas a los productores de olivo para que puedan comercializar con Europa, y poner el olivo de Cuyo (de la región del centro oeste de Argentina) en mejores mercados, de manera más eficiente y más rápida", instó.

Mercosur y la UE mantienen negociaciones de un acuerdo de libre comercio desde 1999 y alcanzaron en 2019 un primer principio de acuerdo, pero las conversaciones para llegar a un convenio definitivo se ha estancado debido a nuevas exigencias de la UE en el área medioambiental, que los países latinoamericanos rechazan por su supuesto tenor "proteccionista".

Fuente: [Agrodiario](#)

