

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

26 de octubre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



El consumo de alimentos cae un 1,1 % interanual en agosto y sus precios suben un 10 %.

Castilla-La Mancha mejora la previsión de producción de aceite para la presente campaña.

«Se confirma el recorte de 500 mill/€ en las ayudas de la nueva PAC para el campo andaluz», según ASAJA.

Un 20% de los olivaderos jienenses no se ha acogido a los ecorregímenes por ser «farragosos y complejos».

Se abre el plazo para presentarse a los EVOOLEUM Awards.

La Cámara de Comercio ayuda a la internacionalización de las pymes.

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 AgriBank en CaixaBank.es

paralimpicos

PUBLICIDAD

AgriBank

El consumo de alimentos cae un 1,1 % interanual en agosto y sus precios suben un 10 %

Así se desprende el último informe del Panel de Consumo que elabora el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), publicado este martes y que destaca también que el consumo per cápita descendió un 2,8 % en el periodo analizado, mientras que el gasto per cápita se ha incrementado un 6,8 %.

Los hogares han incrementan un 5,3 % la demanda de productos cárnicos, coincidiendo con que este segmento experimenta un crecimiento en precio inferior al del promedio del mercado (7,1 % en comparación con el mencionado 9,9 %, respectivamente), según el análisis realizado por el MAPA.

El crecimiento de la demanda del sector cárnico se debe principalmente a un mayor consumo de carne fresca (7,6 %), concretamente de pollo (11,7 %), vacuno (5,6 %) y cerdo (4,2 %), ya que los hogares reducen la compra de carne fresca de conejo (6,6 %) y ovino/caprino (4,9 %).

En cuanto al resto del sector, se incorpora un 32,7 % más de carne congelada en los hogares, aunque se reduce un 2,9 % el consumo de carnes transformadas.

El informe da cuenta también de una contracción en la demanda del sector pesquero (-4,5 %), que el MAPA explica por una reducción del consumo de pescados tanto frescos (-3,5 %), como congelados (-8,7 %), así como de mariscos, moluscos y crustáceos (9,7 %).

Los hogares han aumentado un 1,1 % la demanda de conservas de pescado y molusco, a pesar de ser un segmento que incrementa el precio medio a un ritmo superior al del sector (9,2 % en comparación con 7,5 %, respectivamente).

Las compras del segmento lácteo se han reducido un 6,6 %, principalmente impulsadas por una reducción en la demanda de leche líquida (9,1 %), ya que los derivados lácteos resisten mejor la caída en compra (1,6 %), según el MAPA.

El precio medio de ambos sectores ha crecido en torno al 14,1 %.

En cuanto al resto de productos básicos de la alimentación, se ha reducido la demanda de algunos como el arroz (5,1 %) o el azúcar (3,3 %), mientras que han aumentado las compras de otros como huevos (4,3 %), pastas (1,7 %) y legumbres (4,7 %).



Por su parte, la compra de harinas y sémolas y pan se ha mantenido estable con respecto a agosto de 2022.

Crece la demanda de aceites, sobre todo de girasol

El sector oleícola experimentó un incremento en la demanda de 11,5 %, principalmente impulsado por un mayor consumo de aceite de girasol (32,1 %), coincidiendo con que este sector de materia grasa hace un esfuerzo por reducir el precio medio en un 15,5 %.

Por su parte, los hogares también han incorporado más cantidad de aceites de oliva (2,8 %), en comparación con agosto de 2022 en el que la demanda de este tipo de aceite se contrajo coincidiendo con su precio medio creció de manera más acentuada a la del sector.

El aceite de oliva virgen extra, sin embargo, ha perdido intensidad de compra (-16,1 %), coincidiendo con que ofrece el precio medio más alto del sector (7,24 euros por litro).

El segmento de frutas frescas ha conseguido incorporar un 2,6 % más de compras, coincidiendo con que su precio medio ha crecido a un ritmo inferior al del mercado (1,8 % frente a 9,9 %).

Los hogares han aumentado la demanda de algunas frutas como plátano (21,0 %) y sandía (28,5 %), aunque reducen la demanda de otros como manzanas (2,3 %) y melón (18,8 %).

El documento arroja una ligera contracción en la demanda de hortalizas y patatas (-0,4 %), debido a un menor consumo de hortalizas frescas (-1,5 %), a pesar de que su precio medio no crece a un ritmo tan acentuado como el del mercado (6,6 % frente 9,9 %).

No obstante, la demanda de patatas frescas se mantiene estable a pesar de que su precio medio se incrementa un 18,4 %.

En cuanto al segmento de bebidas, los hogares han incorporado más cantidad de agua de bebida envasada (1,1 %) y bebidas derivadas del vino (2,1 %), aunque han reducido la demanda de gaseosas y bebidas refrescantes (-6,0 %), cervezas (-1,1 %), sidras (-6,0 %), bebidas espirituosas (-5,9 %) y vinos (-9,5 %).

Fuente: Efeagro



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA - JORDI SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life Kubota

Castilla-La Mancha mejora la previsión de producción de aceite para la presente campaña

Se espera que la calidad del producto será excelente al no haberse registrado problemas fitosanitarios ni climáticos.

Las instalaciones del Patrimonio Comunal Olivarero de Mora (Toledo) han sido el espacio elegido para la celebración de la asamblea de la sectorial del Aceite de Oliva de Cooperativas Agro-alimentarias Castilla-La Mancha, a la que han asistido representantes de más de cuarenta cooperativas olivares de la región.

Durante el acto, la organización agraria castellano-manchega ha hecho una previsión de una producción de aceite de oliva en esta comunidad autónoma para la presente campaña inferior a las 75.000 toneladas, un 35% por debajo de la producción media de los últimos 5 años, y tan solo un 11% por encima de la campaña anterior, la más baja de los últimos 10 años.

Por provincias, Cooperativas Agro-alimentarias estima una producción de aceite de 40.000 toneladas en Ciudad Real, un 10% superior con respecto al año pasado, seguida de Toledo con 22.000 toneladas, un 17'5% mayor que la anterior campaña, Albacete con 9.000 que crece en un 6'37%, seguida de Cuenca con 3.000 toneladas, un 21% superior y Guadalajara con 800 toneladas que incrementa en un 8'64% con respecto al pasado año. A pesar de la reducción en la cosecha respecto a campañas anteriores, la calidad del producto será excelente al no haberse registrado problemas fitosanitarios ni climáticos que hayan afectado al fruto y que llegará a las almazaras en perfecto estado.

Fuente: [Oleorevista](#)

«Se confirma el recorte de 500 mill/€ en las ayudas de la nueva PAC para el campo andaluz», según ASAJA

Tras la primera semana de pagos del anticipo, [ASAJA](#) Andalucía ha asegurado que «se confirma el recorte de 500 millones de euros en las ayudas de la nueva PAC» para el campo andaluz. La

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



organización ha recordado que **llevar denunciando** desde hace tres años «que el Plan Estratégico de la PAC del ministro Planas castiga a los agricultores y ganaderos andaluces con un recorte drástico y arbitrario de las ayudas de la nueva PAC».

Además, ASAJA ha criticado que este «tremendo varapalo» se produzca a pesar de los dos años que lleva el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) asegurando «en desmentidos ministeriales» que esto no iba a producirse.

Cabe recordar que el 16 de octubre se abrió el plazo para el pago del anticipo de hasta el 70% de las ayudas de la PAC correspondientes al ejercicio de 2023. Desde esa fecha, asegura la organización, «los agricultores y ganaderos que están percibiendo el anticipo están constatando una reducción de sus ayudas que oscila, con carácter general, entre el 20% y el 40% respecto a las que venían percibiendo en la anterior PAC, lo que eleva hasta los 500 millones de euros las pérdidas que están sufriendo los agricultores y ganaderos andaluces en el periodo 2023-2027».

La organización ha precisado que «la nueva PAC está provocando que 750.000 hectáreas de secano pierdan el 30% de sus ayudas y que 700.000 de olivar sufran una merma de más del 25% de las ayudas percibidas hasta el pasado ejercicio». «Todos los agricultores del regadío andaluz ven reducidas sus ayudas entre un 30% y un 40%».

«Muchos agricultores y ganaderos andaluces no están percibiendo los anticipos»

En este contexto, la gestión actual del pago de los anticipos en Andalucía «está generando además incertidumbre e inquietud a miles de agricultores y ganaderos». Según la organización, el principal problema viene derivado por el procedimiento de control y verificación de la nueva definición de agricultor activo. También están surgiendo problemas en el procedimiento del control y verificación de los nuevos ecorregímenes.

Esta situación está provocando que «muchos agricultores y ganaderos no estén percibiendo los anticipos en un año especialmente duro, donde la sequía, la inflación y los altos costes derivados del conflicto de Ucrania han hecho mella en todas las explotaciones, con una necesidad importante de contar con liquidez».

ASAJA ha criticado que «el cada vez más complejo y menos entendible sistema de controles impuesto por las distintas administraciones» que «lejos de favorecer al agricultor y al ganadero paraliza y retrasa la posibilidad de poder acceder a estos anticipos, tal y como se está constatando en estos días».

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



La organización ha recordado que el Ministerio de Agricultura, a pesar de no ser el gestor final de los fondos, «ha impuesto requisitos que son muy complejos de verificar y en algunos casos generan errores». A este respecto, desde ASAJA muestran una especial preocupación respecto al retraso que están sufriendo en el cobro de estos anticipos las figuras asociativas y personas jurídicas, al no haberse realizado el correspondiente cruce de datos en tiempo y forma.

«Este retraso resulta contradictorio, especialmente cuando es la propia Administración la que promueve este tipo de figuras asociativas puesto que suponen una mayor concentración de la oferta y un paso en la mejora de la viabilidad de las explotaciones», ha añadido.

ASAJA muestra una especial preocupación respecto al retraso que están sufriendo en el cobro de estos anticipos las figuras asociativas y personas jurídicas.

En este sentido, ASAJA ha resaltado que «precisamente estas explotaciones, que son las que generan más empleo, están siendo especialmente damnificadas en esta nueva PAC», tanto por la limitación de sus ayudas como por la no comprobación a tiempo de los correspondientes controles para que puedan recibirlas a la par que lo hacen las restantes.

Ante esta situación, ha solicitado a la Consejería de Agricultura «una mayor fluidez en la información sobre la gestión de estos anticipos y que se aceleren al máximo los pagos para que antes del 30 de noviembre todos aquellos expedientes que habiendo cumplido la normativa vigente y no han cobrado en esta primera remesa se incluyan de forma urgente en una segunda, de manera que se pueda materializar el objetivo anunciado por la propia Consejería de Agricultura de abonar el 70% de los pagos».

Fuente: [Agropopular](#)

Un 20% de los olivareros jienenses no se ha acogido a los ecorregímenes por ser «farragosos y complejos»

La organización agraria Asaja Jaén ha tachado de «puñalada traperera» lo que han recibido los olivareros de la provincia tras el pago anticipado del 70 por ciento de las ayudas de la PAC correspondientes al ejercicio de 2023, y solamente quedando pendiente el pago de las ayudas asociadas y de los ecorregímenes donde «en los cultivos leñosos en Andalucía casi un 20 por ciento no han sido solicitadas por nuestros agricultores por lo farragoso y complejo de esta medida».

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



«Los agricultores pueden contrastar a través de sus cuentas corrientes que las pérdidas en algunas comarcas oscilan entre un 40 y un 50 por ciento de lo que venían cobrando», ha señalado el portavoz y gerente de Asaja Jaén, Luis Carlos Valero.

Un «atracó» del Gobierno

Para Valero, «este hecho irrefutable, por mucho que se quiera enmascarar, prevalecerá sobre las mentiras y los argumentos torticeros que se están empleando para tapar la cruda realidad». Ha añadido que «la venta de olivereros de Jaén en favor de otros agricultores de otras comunidades autónomas realizada por el ministro de Agricultura, Luis Planas, está consumada, e inexorablemente en los próximos años se continuará por esta senda de destrucción de la economía olivarera provincial, motivada por el recorte de la subvención».

Ha añadido que se trata de «un atraco» votado por el Gobierno de Pedro Sánchez, junto con sus socios de coalición, «pensando que le reportaría réditos políticos en esas comunidades beneficiadas».

Comarcas más afectadas

Valero ha indicado que los agricultores lo único que tienen que hacer es comprobar sus cuentas corrientes lo percibido en años anteriores y lo que han recibido este año. Ha manifestado que especialmente en las comarcas de La Loma, El Condado, Segura y Cazorla, «la agresividad de este recorte será especialmente virulenta, llegando a su máxima expresión en el 2029, donde a través de la convergencia llegaremos al cien por cien de tasa plana para el olivar».

Eso, según el dirigente de Asaja Jaén, «supondrá la ruina para los olivereros, ya que lo que se repartirá será miseria para todos, tratando de compensar a olivares que prácticamente son inproductivos fuera de la provincia con las ayudas que se habían generado al olivar más productivo».

Fuente: [Sevilla ABC](#)

Se abre el plazo para presentarse a los EVOOLEUM Awards

Ya puedes inscribirte en la novena edición del [Concurso Internacional EVOOLEUM World's TOP100 Extra Virgin Olive Oils](#), el más influyente a nivel mundial, organizado por AEMO y Grupo

RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA
EXTRACCIÓN DE PRODUCTO
CONTROL INDUSTRIAL
SOFTWARE INTEGRAL DE PROCESOS
ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO FINAL
OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS

IMS CONTROL INDUSTRIAL

APLICAMOS INTELIGENCIA ARTIFICIAL
CONSEGUIMOS INDEPENDENCIA DIGITAL 5.0

Editorial Mercacei. EVOOLEUM reconocerá los 100 mejores AOVEs de esta campaña, así como el TOP10 de Producción Limitada, en una competición que ha revalidado su título de concurso privado más prestigioso y riguroso del mundo en el ranking "World's Best Olive Oils (WBOO)". Los AOVEs ganadores de EVOOLEUM Awards llegarán un año más a la totalidad de importadores internacionales, chefs e influencers gastronómicos.

Productores y empresas elaboradoras de virgen extra de todo el mundo podrán inscribirse y enviar sus AOVEs de la campaña en curso para participar en el concurso a través de su web www.evooleum.com, que cuenta con versiones en español e inglés. En ella, los interesados podrán encontrar información detallada sobre la competición y las [bases del concurso](#), así como la ficha de inscripción, la composición del [Panel de Cata](#) y el plazo de envío de muestras, que finalizará el 13 de marzo de 2024.

También se abre la convocatoria para participar en los [EVOOLEUM TOP10 Limited Production EVOOs](#), una categoría para aquellos productores de AOVE que cuenten con una producción menor de 2.500 litros. De las muestras recibidas se elegirán los 10 Mejores AOVEs del Mundo de Producción Limitada y aparecerán también en la Guía EVOOLEUM con su propia ficha, en una sección separada del resto del TOP100 de EVOOLEUM, en la que se informe al consumidor de que estos AOVEs cuentan con una pequeña producción.

Conviene destacar también que todos los AOVEs inscritos en ambas categorías participarán en los [EVOOLEUM Packaging Awards](#) -una modalidad en la que EVOOLEUM fue pionera y que ha inspirado a numerosos concursos-, que premia a los mejores envases según su estética y aspecto formal en sus diferentes categorías: Mejor Diseño AOVE Premium, Mejor Diseño Innovador y Mejor Diseño Gama Retail.

Finalmente, todos los ganadores de los EVOOLEUM Awards recibirán un certificado con los polifenoles totales de su AOVE, otorgado por la Universidad de Córdoba, para apoyarles en su comercialización y exportación. De entre todos ellos, se seleccionará el [TOP10 de los AOVEs más saludables del mundo](#).

Y es que EVOOLEUM es el único concurso internacional que publica una guía en castellano e inglés -en papel y app- que se distribuye a todos los importadores y distribuidores del mundo, a más de 2.000 restaurantes con estrella Michelin y a todos los que forman parte de The World's 50 Best Restaurants, así como a resorts, establecimientos de oleoturismo y tiendas gourmet especializadas.

Además, ningún otro concurso ofrece la proyección internacional que otorga EVOOLEUM. Grupo Editorial Mercacei lanza cada año una [campaña en medios de comunicación](#) sin precedentes en el



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



sector que logra que los AOVEs del TOP100 aparezcan anualmente en más de 200 medios de comunicación, llegando a una audiencia superior a 15 millones de personas y agotando prácticamente las existencias de los productores premiados.

Fuente: [Mercacei](#)

La Cámara de Comercio ayuda a la internacionalización de las pymes

La Cámara de Comercio de España ha abierto el plazo de solicitud de la línea de ayudas de “Mentoring Internacional” a través de la cual las pymes pueden obtener hasta 28.000 euros para desarrollar un Plan de Internacionalización, que previamente habrán diseñado con la ayuda de un mentor de una gran empresa.

Estas ayudas forman parte del programa de “Mentoring y Apoyo a la Internacionalización” puesto en marcha por la Cámara de España, como colaboradora de la Secretaría de Estado de Comercio y financiado por los Fondos Next Generation a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, con el objetivo de impulsar la expansión y consolidación de pymes exportadoras.

“La internacionalización de la economía española todavía tiene recorrido: debemos incrementar nuestras bases exportadoras, poner de relieve el valor añadido que tienen nuestros productos y diversificar mercados. Además, tres de cada cuatro empresas que empiezan a vender en el exterior abandonan un año después”, explica José Luis Bonet, presidente de la Cámara de España. “Las pymes necesitan acompañamiento para afrontar estos retos. Por eso, desde la colaboración público-privada queremos impulsar y ampliar el asesoramiento individualizado y la formación con programas como este”, subraya el presidente de Cámara de España.

Las ayudas para la ejecución de esas acciones podrán alcanzar los 28.000 euros, sobre un presupuesto máximo elegible de 35.000 euros. Es decir, cubren el 80% de los gastos sobre un máximo de 35.000 euros de gasto.

Dos fases

La línea de ayudas de “Mentoring Internacional” se desarrolla en dos fases. En la primera, se promueve la colaboración entre grandes empresas y pymes con la figura del mentor internacional.



Los mentores son perfiles directivos de grandes empresas con actividad exterior, que asesora a la pyme en la redefinición de su estrategia internacional.

La duración máxima del servicio de mentorización es de 2 meses, durante los cuales mentor y pyme revisarán el proceso de internacionalización de la empresa, sus mercados y clientes prioritarios, así como la situación actual, perspectivas y necesidades.

En la segunda fase, la pyme desarrollará el Plan de Internacionalización que podrá incluir acciones en los siguientes cuatro ámbitos:

- Capacitación directiva o formación especializada de los departamentos implicados en la internacionalización.
- Consultoría especializada para el desarrollo del plan de acción.
- Promoción internacional que abarca los gastos de promoción, difusión y publicidad en los mercados objeto del plan de acción.
- Implantación comercial, contemplando la realización de estudios de viabilidad, gastos de asesoramiento jurídico y fiscal necesarios para la implantación en destino.

Las ayudas para la ejecución de esas acciones podrán alcanzar los 28.000 euros, sobre un presupuesto máximo elegible de 35.000 euros. Es decir, cubren el 80% de los gastos sobre un máximo de 35.000 euros de gasto.

Para más información [PINCHE AQUÍ](#).

Fuente: [Olimerca](#)

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