

# Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

29 de junio de 2023



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



«El litro de aceite se vendería a 24 euros si todos ganásemos tanto como los agricultores».

Luis Planas recoge de Suecia el testigo de la Presidencia del Consejo de la UE en materia de Agricultura y Pesca.

Reyes apela a que la calidad del aceite de oliva se pague en origen para garantizar su producción.

La tendencia de los precios del aceite de oliva se ven influenciados especialmente por la climatología.

AgroNegocios organiza un encuentro con los partidos políticos para analizar la situación de la agricultura en España.

Sicilia y Túnez se unen en la promoción de AOVE.



### Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en [CaixaBank.es/agrobank](https://CaixaBank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank

# «El litro de aceite se vendería a 24 euros si todos ganásemos tanto como los agricultores»

Ignacio Silva (Deoleo)

Un advenedizo en el mundo del aceite. Así se ha presentado Ignacio Silva, presidente y CEO de la [compañía Deoleo](#), la mayor comercializadora de aceite de oliva del mundo, durante su participación, este miércoles, en una nueva conferencia de La Mirada Económica de ABC, que se ha celebrado en Córdoba.

Ignacio Silva ha recordado que cuando llegó a su puesto, en febrero de 2019, alguien le vaticinó: «No durará ni dos días, porque su abuelo no era olivaretero». Cuando han pasado más de cuatro años, puede exhibir resultados que le han permitido notablemente mejorar la situación.

A la cita han asistido destacados representantes del mundo empresarial, económico y político de Córdoba. Estaba presente el director general de ABC Andalucía, Álvaro Rodríguez Guitart, además de Jesús Coca, miembro del equipo de Gobierno municipal, y la delegada de Justicia de la Junta, Raquel López. El hotel Eurostars Córdoba Palace ha sido el escenario.

Se ha respondido a bastantes preguntas. Por ejemplo: ¿Quién gana más dinero con la producción del aceite de oliva en todo el mundo? La respuesta para Ignacio Silva, CEO de la compañía Deoleo, es clara: casi siempre, los agricultores.

El desafío para el sector, ha insistido, es el del modelo de producción, que tiene que pasar «del modelo tradicional al intensivo». Deoleo compra aceite en Chile y Argentina, porque quiere «tener producto fresco todo el año, con la mejor calidad siempre».

El tipo de fincas allí son muy distintas a las españolas. «Es impresionante», ha resumido. Si en España el modelo tradicional supone que producir un kilo de aceite cuesta tres euros para los productores, en las fincas suramericanas se llega a estar por debajo del euro. «En España ya hay algunas de superintensivo, que lo consiguen a 1,01, 1,05 o 1,10. Lo hacen a través de otros modelos agronómicos, [como el cultivo en seto](#).

Sí, el modelo más tradicional también es más caro, porque se le añaden fitosanitarios y distintos costes que hacen que producirlo sea más caro. Queda algo más y es el reparto del beneficio.



Ignacio Silva lo ha explicado de forma gráfica al decir que hay un fuerte «desequilibrio». Así, la compañía compra a 6,20 euros un kilo de aceite que se ha producido por 3. Y lo vende a 7. Queda un 0,80 de beneficio que se reparten entre los 'retailers', es decir, las cadenas de distribución y supermercados, y también los embotelladores. «Venderíamos a 24 euros el litro de aceite si todos ganáramos lo mismo. Basamos un modelo económico en desequilibrios de la cadena de valor», ha afirmado.

No ha escatimado frases que hablan de la necesidad de una reforma, porque «no pueden existir dos o tres cooperativas en cada pueblo». Para él es necesaria la unión entre ellas. Ha hablado además de una mejor correlación entre calidad y precio», para que de ella se beneficie el consumidor. «La subida tarde o temprano terminará por llegar al consumidor. Esto va de valorizar el producto, no de vender lo que hay en cada año, subiendo o bajando», ha afirmado.

Hay que dejar una mentalidad centrada «en la especulación diaria» y mantener el nivel del aceite de oliva español compitiendo en el mercado internacional. Pensar de forma constante en la lluvia o en la cosecha no es la forma adecuada de trabajar.

En La Mirada Económica de ABC se ha hablado de muchas cosas y también «de la importancia de las marcas», porque Deoleo es, ante todo, «una compañía de marcas». «Si algo marca la diferencia entre etapas anteriores y esta entre el sector y Deoleo es que intentamos poner al consumidor en el centro de las decisiones», ha resumido Ignacio Silva, que ha manifestado también que esto es algo contracultural en un sector donde sobre todo se habla «de si llueve y del volumen de la cosecha».

Es necesario, ha concedido, pero también hay que llegar al consumidor: «Si no vendemos y no enamoramos con nuestro producto, no funciona». En su etapa lo primero fue hablar del consumidor, pensar en él, y los resultados llegaron mucho más rápido de lo que se esperaba en las ventas.

Eso se consiguió con las marcas, «que no estaban muertas, sino durmiendo». Deoleo es una compañía que comercializa aceite en todo el mundo con muchas características y etiquetas distintas. «Seguían en la mente de los consumidores, pero no eran la primera opción», dijo. Ahí estaban, y siguen, Bertolli, Elosúa, Koipe y Hojiblanca, entre otras, y sobre todo la cordobesa Carbonell.



Y se reactivó y consiguió **que volvieran a estar entre las opciones preferidas**. «Cada marca tiene un rol, porque en muchos países todas las marcas son nuestras. Se le dio ciertas libertades a cada país y se dejó la idea de intentar ser la Coca-Cola del aceite», manifestó.

## Cifras

Los números le dan la razón. Como había explicado el director de ABC Córdoba, Francisco J. Poyato, Deoleo vende «más de 193 millones de litros de aceite en 73 países» y tuvo 828 millones de ingresos en 2022, con un beneficio de 6,2.

Las decisiones para llegar aquí en los últimos años tuvieron que ser muchas en distintos ámbitos. Para empezar, Deoleo «despriorizó» a España, pero también rechazó entrar en otros países. Prefirió seguir creciendo en los lugares en que su aceite ya tenía penetración amplia: Brasil, China, México, República Dominicana, Estados Unidos y Alemania, entre otros.

Se adoptó una estrategia «glocal», como dijo, con decisiones en cada ámbito que dieron resultados, como la recuperación de la «credibilidad» que cimienta el liderazgo en ventas que tiene en todo el mundo, resaltó Ignacio Silva durante su conferencia.

El cambio que ha experimentado Deoleo ha tenido otras patas importantes en estos años. Según su presidente y CEO, también está la eficiencia y la reducción del gasto, para distintos procesos que implican «no perder ni un céntimo».

Por eso puso como ejemplo la limpieza de los tubos de las fábricas cuando se pasa de producir un tipo de aceite a otro. «Y se tiene que hacer con aceite, no con agua», recordó. Por eso ensalzó el sistema que se pone e marcha en la planta de Alcolea en Córdoba como una forma en que se ha conseguido notablemente reducir el gasto.

Fundamental en el proceso es además «la sostenibilidad». «Hasta hace cuatro días tener un plan de sostenibilidad era algo bonito. Ya empieza a ser bueno, pronto será necesario y más tarde obligatorio», porque supone mantener «la responsabilidad con el consumidor», que debe tener la garantía de que lo toma es lo que está en la etiqueta.

Fuente: [Sevilla ABC](#)



**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



# Luis Planas recoge de Suecia el testigo de la Presidencia del Consejo de la UE en materia de Agricultura y Pesca

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha recogido hoy el testigo de Suecia para presidir el Consejo de la Unión Europea, que empezará el 1 de julio. El ministro sueco de Asuntos Rurales, Peter Kullgren, ha entregado la Presidencia del Consejo a España, tras finalizar el Consejo de Ministros de Agricultura y Pesca que ha finalizado hoy en Luxemburgo.

El ministro, al tomar la palabra, ha hecho referencia a algunas de las grandes estrategias del Gobierno de España para el próximo semestre como la autonomía estratégica abierta, que tiene un pilar agroalimentario fundamental, así como la transición ecológica y la adaptación medioambiental, que forma parte de todos los debates sobre agricultura, ganadería y pesca.

España trabajará durante los próximos meses para garantizar un equilibrio entre la seguridad alimentaria y el impacto medioambiental, económico y social. En materia de agricultura, las prioridades se centrarán en impulsar y promover las nuevas tecnologías en el sector agroalimentario, garantizar la seguridad alimentaria, la protección de la salud y del medio ambiente, impulsar la Política Agraria Común (PAC), así como dar más visibilidad al mundo rural.

Por otra parte, en el ámbito de la pesca, la Presidencia española propone una transición hacia modelos más sostenibles, reforzar el papel de la Política Pesquera Común, el reconocimiento del papel estratégico de la pesca y la acuicultura en la seguridad alimentaria y el establecimiento de los Totales Admisibles de Captura (TAC) plurianuales para determinadas especies.

Para ello, España celebrará dos reuniones informales en julio y septiembre. En la primera, en Vigo, se tratará la descarbonización del sector pesquero y las inversiones en sostenibilidad. La segunda, en Córdoba, abordará las nuevas tecnologías como herramienta para una agricultura más resiliente frente al cambio climático.

Además de los Consejos de Ministros previstos en Bruselas y Luxemburgo, hasta el 31 de diciembre, hay programados encuentros y reuniones en diferentes ciudades españolas que se centrarán, entre otros temas, en la sanidad y bienestar animal, la producción ecológica, el impulso de las zonas rurales, caza, seguros agrarios y sanidad vegetal.

**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



Es la quinta vez que España ostenta la Presidencia del Consejo de la Unión Europea.

Documentos:

23.06.27 FN L Planas Agrifish relevo BUENA

Fuente: MAPA

## Reyes apela a que la calidad del aceite de oliva se pague en origen para garantizar su producción

El presidente de la Diputación Provincial de Jaén en funciones, Francisco Reyes, ha participado junto al rector de la Universidad de Jaén (UJA), Nicolás Ruiz, en la apertura de las jornadas 'Modelos de liquidación de la aceituna/aceites de oliva en función de su calidad', organizada por la Cátedra Caja Rural de Jaén José Luis García-Lomas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Oleícola de la UJA. En este foro, al que han asistido responsables de cooperativas de la provincia, Reyes ha apelado a que calidad se traduzca en una retribución extra para los productores. "Se han dado pasos de gigante en la calidad, y no se puede volver atrás, pero para eso es clave que la calidad se pague en origen", ha señalado.

En la apertura de esta jornada en la que también han participado la subdelegada del Gobierno en Jaén Catalina Madueño; el delegado del Gobierno andaluz, Jesús Estrella; el presidente de la Caja Rural de Jaén, Juan Núñez, y el director de la cátedra, Manuel Parras; el presidente de la Administración provincial en funciones ha insistido en el riesgo que existe si la apuesta por la calidad no se paga a los olivares. "Cuesta mucho más producir un kilo de aceite de oliva virgen extra que un kilo de aceite de oliva lampante. Por tanto, o se paga la calidad o se deja de producir calidad, y si dejamos de producir calidad tendremos menos oportunidades para conquistar nuevos mercados, cocinas y paladares, a pesar de las investigaciones que hay sobre aceite de oliva y la salud".

El presidente de la Diputación en funciones ha reconocido el esfuerzo realizado por el sector oleícola jiennense "como se aprecia en los aceites tempranos. Hemos dado un salto cualitativo importante y desde la Diputación hemos apostado por esta calidad con el distintivo Jaén Selección", ha apuntado Francisco Reyes, que ha recordado la presencia de estos AOVE en el evento The World's 50 Best Restaurants o el protagonismo de los virgen extra de la provincia en los Premios Mario Solinas que concede el Comité Oleícola Internacional.



 **oliveCEPT**<sup>®</sup>

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](#)



Por último, el presidente de la Diputación ha puesto de manifiesto la importancia de estas jornadas “que desde el punto de vista académico, aportan reflexiones y sugerencias que deberían ser la hoja de ruta del sector, especialmente en la provincia de Jaén, ya que somos los principales productores de aceite de oliva del mundo”.

A lo largo de esta jornada se han abordado los modelos de liquidación por calidades que utilizan en algunas cooperativas de primer y segundo grado de Jaén y Andalucía, y se han expuesto las principales conclusiones del estudio realizado sobre la cadena de valor del aceite de oliva virgen extra, aportando datos sobre los costes de los distintos eslabones de la cadena, los precios percibidos por los operadores y los márgenes brutos y netos obtenidos.

Fuente: [Diputación de Jaén](#)

## La tendencia de los precios del aceite de oliva se ven influenciados especialmente por la climatología

La presentación del estudio 'Los vectores de incidencia en la tendencia de precios en origen en los aceites de oliva: clima, producción, consumo y superficie', elaborado por Juan Vilar Consultores Estratégicos y auspiciado por GEA, FOSS, AGR Global, Agromillora, Daymsa, y Santander Agro, pone de manifiesto que existen varios vectores que inciden en la tendencia de formación de precios en origen para los aceites de oliva, unos de largo plazo, y otros que resulten ser de corto plazo, teniendo entre ellos una confirmación positiva especial de incidencia.

Vector a vector, en primer término, la climatología, especialmente las temperaturas elevadas y ausencia de lluvias, minan la producción del olivar de secado del planeta (7,3 millones de hectáreas), reducción su oferta, y de forma gradual, por el ciclo de ausencia de lluvias y temperaturas elevadas, lo que reduce los acuíferos subterráneos, y cauces de los ríos, lo que acaba de llegar a los 4,3 millones de hectáreas de olivar de regadío plantado en el mundo, de este modo se ve afectada la producción, segundo vector de importancia.

Un vez afecta la producción esta queda por debajo de la posición experimentada por la demanda, lo que comienza con la elevación de los precios de forma gradual, llevándolos, paso a paso, a una

**Coragro**  
Correduría de Seguros S.L.

**Especialistas en  
Seguros Agroalimentarios**

[www.coragro.es](http://www.coragro.es)



escalada que de forma persistente, pero sólida, afecta en primer término a los precios en origen, y tras ello, a los precios en el lineal, hasta comenzar con un deterioro del consumo.

El vector superficie es un factor de largo plazo que generalmente solo interviene en los periodos de lluvias copiosas, momento en el cual contribuye a la escalada de productividad de los olivares mundiales, y contribuye de forma cíclica a la caída de precios en origen repitiendo el ciclo de forma periódica, contribuyendo a una caída de precios en origen, y del mismo modo en el largo plazo, contribuyendo a la recuperación lenta de la demanda, que en un periodo determinado, y todo ello en función, de nuevo del clima, haría que se recuperara el consumo.

Por lo tanto, son 4 los vectores que intervienen de forma directa y combinados en la creación de precios en origen, el de máximo efecto, y más cortoplacista sería el clima, surgido de forma directa sobre la producción, del cual es multiplicador la evolución de la superficie, una vez modificada la tendencia de precios en origen, al alza, o baja, su evolución interviene en el consumo, resultando un fallo entre oferta y demanda, y de este modo traslada dicho desequilibrio, positivo por parte de la oferta en una caída de precios, y cuando supera la demanda a la oferta, compuesta de producción y existencias, las cotizaciones se aprecian durante épocas en las cuales el ciclo de lluvias resulta ser de nuevo detonante de cambio de tendencia.

Dichos ciclos en el tiempo se han intercalado de forma continuada, analizando las últimas 22 campañas, hubo 18 años de bajos precios en origen, mientras que fueron 14 los de precios elevados. La superficie, solo interviene en combinación con la climatología, y en todo caso reduce las cotizaciones, nunca al contrario.

A la conclusión de la presentación del informe, realizada en el Real Círculo de Labradores de Sevilla, los más de 70 agricultores presentes interactuaron entre sí mediante ruegos, preguntas y aportación de experiencias propias y elevación de consultas.

Fuente: [Interempresas](#)





# AgroNegocios organiza un encuentro con los partidos políticos para analizar la situación de la agricultura en España

A las puertas de las Elecciones Generales del 23 de julio, **AgroNegocios** ha organizado un encuentro digital con Ana María Romero (PSOE), Milagros Marcos (PP), Ricardo Chamorro (VOX) y Tomás García-Azcárate (SUMAR) para analizar la situación de la agricultura en España. El encuentro "Hablemos de Agricultura", que estará moderado por la periodista agroalimentaria Elisa Plumed, tendrá lugar en formato on line el 4 de julio de 18 a 19.30h.

AgroNegocios ha recordado que el sector agrario representa el 2,7% del PIB de España, casi un 10% contemplando el sector agroalimentario en su conjunto, y ocupa el tercer lugar en su contribución a la economía española por detrás de Servicios e Industria.

Según el INE (2020), España cuenta con una superficie agraria útil de casi 24 millones de hectáreas, que copan más de 914.000 explotaciones agrícolas, que a su vez generan más 850.000 puestos de trabajo directos a tiempo completo. El valor de la producción agraria asciende a 63.770 millones de euros (MAPA, 2022), y, en su conjunto, el sector agroalimentario aportó casi 100.000 millones de euros a la economía española en 2021 y generó 2,3 millones de empleos.

Estas cifras, según los organizadores del encuentro, dan cuenta de la relevancia del sector en la economía española y la necesidad de que los partidos den a conocer cuáles son sus programas electorales para la agricultura de cara a la próxima legislatura.

Cada participante dispondrá de cinco minutos para esbozar cuáles son las prioridades de su partido político en materia agraria. El orden de intervención se asignará por sorteo.

A continuación, Elisa Plumed dará paso a una serie de preguntas, que han sido estructuradas en seis bloques, para que los participantes puedan intercambiar opiniones: presente y futuro de la Política Agraria Común (PAC); agua para regadío vs sequía; agricultura y medio ambiente; las políticas



medioambientales de la UE y su implicación para el sector agrario; las políticas de gestión de riesgos (seguros agrarios); los precios de los alimentos y la aplicación de la Ley de la Cadena Alimentaria.

Para asistir a este encuentro pincha [aquí](#).

Fuente: [Mercacei](#)

## Sicilia y Túnez se unen en la promoción de AOVE

La isla italiana de Sicilia y Túnez han decidido unirse para poner en valor y promocionar el aceite de oliva virgen extra. Lo han hecho a través Cluster Servagri, cuyo objetivo es reestructurar las cadenas de suministro de aceite de oliva siciliano y tunecino, con el fin de calibrar su producción y suministro de acuerdo con los estándares internacionales. Con ello, tal y como publica Teatro Naturale, esperan superar la fragmentación del tejido productivo, aspecto que supone un freno al crecimiento del sector, especialmente en lo que respecta a los procesos de internacionalización.

Así, para la puesta en valor del aceite de oliva y la promoción paralela de los territorios en los que se produce se ha creado un itinerario turístico-cultural transfronterizo del olivo, cuyo diseño se ha encomendado a las Rutas de la Fundación Cultural "Olivo", reconocida gestora del itinerario cultural por el Consejo de Europa y que también supervisó la selección de los puntos de interés a incluir en la ruta.

Esta ruta del olivo entre Sicilia y Túnez no solo pretende ser un viaje gastronómico, sino también una exploración cultural y una inmersión en la historia y las tradiciones del Mediterráneo que ayude a salvaguardar conocimientos ancestrales vinculados al cultivo milenario del olivo, la producción de aceite de oliva de calidad y elaiogastronomía mediterránea, explica el coordinador general del proyecto Cluster Servagri, Sergio Campanella, que a su vez es creador del itinerario transfronterizo.

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**

ALMAZARA  
Pepe Ginia

# CURSO CATA



## ► Sobre el Curso

Una formación organizada por Olis d'almassera C.V. Infaoliva (Asociación Valenciana de industriales privadas), entidad que apuesta firmemente por la formación la mejora al profesional de la almazara y agrupación del sector. Impartido por el laboratorio Unaproliva de Jaén con una amplia experiencia en el mundo de la cata y sensorial.

En este curso se analizará:

- Nociones básicas del reglamento de los diferentes tipos de aceites.
- Información de parámetros fisi-químicos.
- Introducción a parámetros organolépticos.
- Conocimientos básicos de cata.

## ► Dirigido a:

- + Profesionales del sector oleico.
- + Maestros, técnicos de almazara y jefe de producción.
- + Personas deseen aprender y apreciar un AOVE.

## ► Objetivo:

- 1.- Formación específica para el profesional.
- 2.-Curso de aprendizaje práctico.
- 3.-Curso nociones para catar una aceite.

## PROGRAMA

### 1ª Jornada 12 de julio

9.00-9.30 Bienvenida y presentación.  
9.30-11.00 introducción a los parámetros Físicos-químicos (Reglamentación Vigente, parámetros de calidad, parámetros de pureza.)  
11.00-11.30 coffe break.  
11.30-13.00 Soluciones Peralisi en recolección temprana.  
13.00-14.00 Introducción al análisis sensorial.(El método de panel test, atributos + y atributos -).  
14.00-16.00 Comida.  
16.00-17.30 Factores que afectan a la calidad de los aceites (Practico: agronómico, producción, almacenamiento).

### 2ª Jornada 13 de Julio

9.00-11.00 Tecnología de espectroscopia NIRS y sus aplicación al análisis de (aceituna, aceite y orujo) TECNOLOGIA FOSS  
11.00-11.30 Coffe break.  
11.30 -13:30 gestión integral de almazara y sus beneficios en las almazaras  
4.0. TECNOLOGIA GIA ITEA

•CON ESTOS PRECIOS INCLUYE: COMIDA DE LOS 2 DÍAS



► SOCIOS DE:  
Olis D'Almassera C.V. y Infaoliva



► NO SOCIOS

## ► Impartido por : MARIOLA



LUGAR Y CONTACTO: NAVARRÉS  
Almazara Pepe Ginia  
Prolongación Maestro Serrano S/N  
Tel: 605997811 - Pepe Ginia

ORGANIZA:



COLABORAN:



PATROCINAN:

FOSS

PERALISI

ITEA

Logo of the Spanish Ministry of Agriculture

SAFI

