

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

20 de enero de 2023



HOY ES NOTICIA:

Las exportaciones agroalimentarias subieron el 13,2 % anual hasta noviembre.

Dos estudios señalan al aceite de orujo de oliva como reductor del colesterol, de los niveles de insulina y del perímetro de la cintura.

Alimentaria se celebrará del 12 al 15 de marzo de 2024.

Andalucía lanzará su primer nanosatélite en 2023 para digitalizar el campo.

La progresiva integración de la comida occidental en Japón abre una vía de crecimiento para el aceite de oliva.



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://www.caixabank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



Las exportaciones agroalimentarias subieron el 13,2 % anual hasta noviembre

Así figura en el último informe mensual de comercio exterior difundido este jueves por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que refleja que dichas exportaciones representaron el 16,4 % del total.

Las importaciones de alimentos, bebidas y tabaco crecieron el 33,3 % en los once primeros meses de 2022, sumando 47.297 millones de euros, lo que representa el 11,2 % del total de las compras.

El saldo comercial se tradujo en un superávit de 11.390,2 millones de euros en ese periodo, inferior a los 16.379,1 millones de euros acumulados entre enero y noviembre de 2021.

Las exportaciones aumentaron debido al crecimiento de las ventas de aceites y grasas, del 34,5 % en tasa interanual, dirigidas en particular a Italia y, en menor medida, a Estados Unidos, Francia y Países Bajos.

También destacaron las exportaciones de otros alimentos a Portugal, Francia, Túnez y EEUU, mientras que en el capítulo de las importaciones contribuyeron las compras de otros alimentos de Brasil, Ucrania, Francia y EEUU.

Solo en noviembre, las exportaciones de alimentos, bebidas y tabaco aumentaron el 7,9 % anual, hasta los 5.884,2 millones de euros; las importaciones subieron el 26,2 %, con 4.826,2 millones; y el superávit se situó en 1.058 millones.

En ese mes, cayeron las ventas de frutas, hortalizas y legumbres en un 5,7 %, sobre todo a Alemania y, a gran distancia, Francia, Eslovaquia e Italia.



COMERCIO EXTERIOR AGROALIMENTARIO ENERO-NOVIEMBRE 2022

| SECTOR | EXPORTACIÓN Millones € | TVA (%) | SALDO Millones € |
|--|---------------------------|------------|---------------------|
| Productos cárnicos | 10.477,4 | 13,2 | 7.784,8 |
| Productos pesqueros | 4.930,1 | 17,5 | -3.283,6 |
| Frutas, hortalizas, legumbres | 19.627,6 | 4,1 | 12.953,4 |
| Aceites, grasas | 6.552,3 | 34,5 | 1.200,5 |
| Azúcar, café, cacao | 2.296,5 | 20,5 | -1.539,8 |
| Lácteos, huevos | 2.049,6 | 26,5 | -636,9 |
| Otros alimentos | 7.774,7 | 19,9 | -3.305,5 |
| Bebidas | 4.705,5 | 9,1 | 2.739,2 |
| Tabaco | 273,6 | 24,7 | -1.323,7 |
| Total alimentación, bebidas, tabaco | 58.687,2 | 13,2 | 11.390,2 |
| Total animales, vegetales | 3.739,6 | 17,8 | -651,6 |
| Total abonos | 1.762,1 | 87,8 | 60,0 |
| TOTAL COMERCIO ESPAÑA | 357.111,2 | 23,6 | -63.602,9 |

Fuente: Efeagro

Dos estudios señalan al aceite de orujo de oliva como reductor del colesterol, de los niveles de insulina y del perímetro de la cintura

Mientras el aceite de oliva virgen ha sido estudiado exhaustivamente, su hermano, resultante del aprovechamiento integral de la aceituna y conocido como aceite de orujo de oliva, no contaba hasta ahora con investigaciones relevantes y revisadas en humanos que permitieran determinar sus efectos en la salud de los consumidores. El [Instituto de Ciencia y Tecnología de Alimentos y Nutrición \(ICTAN\)](#) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) ha comenzado a cubrir esta laguna con dos estudios en personas. Estos señalan los beneficios de su ingesta en la reducción de los niveles de colesterol, la grasa visceral, la circunferencia de la cintura y los niveles de insulina, aspectos directamente relacionados con la salud cardiovascular y con patologías asociadas, como la diabetes y la obesidad. Los trabajos han comparado el efecto del consumo del aceite de orujo de

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@grupoleicolaen.com



oliva con el de girasol alto oleico, muy empleado en restauración, y con el segundo aceite más consumido en España, el de girasol. Los resultados mostraron que el producto del olivar presenta ventajas que no ofrecen los elaborados con las semillas.

Aunque depende de muchos factores, de media, el 20% de la aceituna se aprovecha para obtener el aceite de oliva en sus tres categorías (oliva virgen extra, oliva virgen y oliva). El 80% restante es alpeorujo u orujo graso húmedo, compuesto por agua, piel, hueso y el aceite restante tras la primera molturación de la aceituna. El aceite de orujo de oliva es el resultado de la extracción de ese aceite restante, su refinado y su mezcla con virgen.

“En definitiva, el aceite de orujo de oliva viene de la aceituna y, por lo tanto, es normal que la composición sea parecida. La calidad de la grasa es idéntica, moninsaturada. Algunos de los componentes minoritarios son distintos porque el aceite de orujo de oliva ha estado en contacto con la piel, el hueso y la pulpa restante”, explica Raquel Mateos Briz, científica titular del ICTAN, coautora de los estudios y miembro del grupo de investigación [Metabolismo y Bioactividad de Fitoquímicos](#).

Pese al fundamento de esta positiva sospecha, los estudios de este producto, del que España es principal productor mundial con 120.000 toneladas de las que se exporta el 85%, no se habían trasladado a las personas y se habían centrado más en su potencial nutricional tras experimentos con animales, sus propiedades químicas y físicas, así como en su [comportamiento en la fritura](#). La investigación presentada este jueves da ese paso fundamental.

“La característica que tienen estos estudios es que son crónicos, es decir, que durante un tiempo [cuatro semanas] el aceite de orujo de oliva fue la única fuente grasa que consumieron los voluntarios. Se habían hecho algunos ensayos midiendo lo que ocurre en la sangre a las horas de una ingesta aguda. Pero era un momento concreto. Esta es la primera vez que se hace un estudio crónico para ver los cambios en los marcadores que se quieren estudiar y que, en nuestro caso en particular, estaban relacionados con la salud cardiovascular, la obesidad y la diabetes”, añade Mateos Briz.

Fuente: [El País](#)

Alimentaria se celebrará del 12 al 15 de marzo de 2024

Del 12 al 15 de marzo de 2024, vuelve Alimentaria con una edición que apunta a éxito: se prevé récord de alcance internacional. Para ello, el salón seguirá aprovechando las sinergias con Hostelco y volverá a hacer de la innovación su seña de identidad.



IMS
PESAJE INDUSTRIAL

Líderes en instalación y mantenimiento de sistemas de pesaje industrial

Instalación, Mantenimiento y Sistemas de Pesaje, S.L. B-13.447.586
Plg.Ind."Los Cerros" C/Herrería, Nave 57 C.P 23400 Ubeda (Jaén) www.imspesaje.com info@imspesaje.com



En 2024, Alimentaria se ha marcado como reto superar las cotas de internacionalización obtenidas en las últimas ediciones y también incrementar la cifra en encuentros de negocios programados. Francia, Portugal, Polonia, India, Corea del Sur, Estados Unidos, Grecia y Turquía son algunos de los países con mayor potencial para incrementar su porcentaje de participación en el certamen.

Antonio Valls, director general de Alimentaria Exhibitions y director de Alimentaria, destaca que el salón “pretende mejorar los resultados de 2022, con una apuesta firme por continuar creciendo internacionalmente, ante la perspectiva de un contexto en el que se haya recuperado la tranquilidad y una cierta estabilidad en los mercados globales”.

Para atraer al máximo de empresas expositoras y visitantes internacionales, Alimentaria tiene previsto renovar sus acuerdos de colaboración con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), e ICEX España Exportación e Inversiones, entre otras entidades sectoriales de la máxima representatividad.

Fuente: [Interempresas](#)

Andalucía lanzará su primer nanosatélite en 2023 para digitalizar el campo

En este 2023, Andalucía enviará al espacio el primer nanosatélite andaluz en el marco del proyecto Smartfood de la Infraestructura Europea por la Biodiversidad y Gestión Sostenible de Ecosistemas de la Unión Europea, LifeWatch ERIC.

Gracias a esta nueva tecnología será posible contar con información de utilidad para, entre otras cuestiones, “hacer que la Política Agraria Común (PAC) sea más posibilista e incidir en la digitalización del campo andaluz”.

La actividad de este nanosatélite se centrará en la monitorización de datos de interés para esta iniciativa de cooperación internacional relativos, por ejemplo, a calidad ambiental, temperatura, flujos o tipos de suelos. “De esta forma, seguiremos avanzando hacia esa Agricultura 5.0 que nos permita estar cada vez más tecnificados y aumentar, aún más si cabe, en sostenibilidad del campo y el mar”, ha apuntado la consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Carmen Crespo.

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



5 millones de euros

La Junta destina cerca de cinco millones de euros a este proyecto cuyos principales objetivos son conformar una fotografía real del campo y el mar de Andalucía y demostrar con datos objetivos el impacto y la aportación de estos ecosistemas al medio ambiente y la biodiversidad. De esta forma se pretende incidir en la toma de decisiones de Europa con el fin de adaptarlas a la realidad actual y, para recopilar los datos necesarios, el proyecto emplea tecnología punta como sensores, globos sonda y nanosatélites, y se apoya en el Big Data.

Fuente: [Olimerca](#)

La progresiva integración de la comida occidental en Japón abre una vía de crecimiento para el aceite de oliva

La incertidumbre domina la situación internacional con la convergencia de una serie de factores tales como la depreciación del yen, la inflación y la subida de los costes de energía. No obstante, la pandemia ha acelerado el cambio en el comportamiento de los consumidores japoneses, que buscan opciones más saludables en su estilo de vida. Este hecho, así como la popularización y la progresiva integración de la comida occidental en el día a día de los ciudadanos de este país, abre una vía de crecimiento para el aceite de oliva, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

Este informe subraya que el mercado del aceite de oliva en Japón es muy importante para las empresas españolas del sector, que no se deriva exclusivamente del liderazgo de España como principal exportador a este país, sino también por su potencial de crecimiento, así como por su dependencia de las importaciones.

Los últimos datos disponibles señalan que la producción nipona de aceite de oliva apenas alcanza las 618 toneladas anuales, muy lejos de las más de 60.000 toneladas importadas.

Durante los últimos cinco años, estas importaciones han aumentado un 7,7% en términos de volumen con 61.460 toneladas, pero han disminuido un 12,7% en valor situándose en los 30.967 millones de yenes (238,4 millones de euros), lo que indica, según este estudio, un abaratamiento progresivo en los precios de importación como consecuencia de la entrada en vigor del Acuerdo de Parteneriado Económico (EPA, por sus siglas en inglés) y el incremento de la competitividad. Estas cifras sitúan al país asiático como el octavo mayor importador de aceite de oliva a nivel mundial.

Italia había sido hasta el año 2014 el principal proveedor del mercado del aceite de oliva japonés. Sin embargo, en ese año España pasa a ocupar la posición de liderazgo con una cuota de mercado del 48,5% frente al 43,3% de Italia en términos de volumen. Desde ese momento, nuestro país pasa a ocupar la primera posición en el mercado del aceite de oliva en Japón, tanto en términos de volumen como de valor, con una cuota de mercado global del 60% y del 53%, respectivamente (muy superior al 30% y 39% de Italia) en 2021.

En cifras, esto supone que España finalizó el ejercicio de 2021 con un total de 37.125 toneladas y 16.400 millones de yenes (126,2 millones de euros) exportados a Japón, frente a las 18.814 toneladas y 12.081 millones de yenes (93 millones de euros) alcanzados por los aceites italianos.

Si bien entre España e Italia suman el 91% del total exportado de aceite de oliva a Japón, ICEX destaca la presencia de otros competidores como Turquía, Grecia, Australia y Chile. Entre ellos sobresale Turquía, que se sitúa por detrás de Italia con un 5,5% del volumen global.

Consumo

A pesar de ser el tercer país no europeo que más aceite de oliva importa del mundo, el consumo de aceite per cápita en Japón es de 0,4 litros anuales todavía muy inferior al de otros países donde tampoco forma parte de la dieta tradicional. Según este estudio, el Consejo Oleícola Internacional (COI) estima que el 64% de los japoneses consume aceite de oliva, con una frecuencia de compra reducida. Esto determina sobre todo los formatos que se comercializan en los lineales de los supermercados japoneses, siendo más habitual aquellos comprendidos entre los 250 y 500 mililitros.

Para maximizar las oportunidades de éxito de cara a una penetración o expansión en Japón resulta necesario, según ICEX, comprender las características particulares de los consumidores japoneses y la sociedad en su conjunto. El incremento de los hogares unifamiliares, la incertidumbre económica y la mayor propensión al ahorro y la propia tradición culinaria determinan tanto los formatos de venta, como sus ocasiones de uso y la necesidad de realizar actividades de promoción para fomentar su consumo entre una población todavía poco docta en el aceite de oliva.

Asimismo, la proliferación de los restaurantes españoles y de la cultura culinaria de España está forjando paulatinamente una imagen producto-país que favorece la comercialización de productos que son sinónimos de nuestra comida nacional. Sin embargo, según el informe, España todavía se sitúa por detrás de Italia en lo que se refiere al número de productos y marcas de aceite de oliva presentes en las superficies retail y en otros comercios que venden al consumidor final.

En este sentido, este organismo recomienda al exportador hacer énfasis en las cualidades del aceite de oliva como producto saludable, disponiendo de una página web en inglés o en japonés ejemplificando dichas propiedades mediante recetas en las que se usa este producto; y hacer hincapié en la buena relación calidad-precio de los aceites de España, sobre todo aquellos destinados a las cadenas de supermercado tradicionales.

También aconseja mantener la relación con el importador/agente japonés como la que mantienen dos socios y no una simple relación entre un productor y su cliente. Según detalla, este importador ayudará a entender dónde se venden los productos, cuáles tienen más éxito, qué estrategias pueden ser efectivas en el mercado japonés, entre otros puntos.

Finalmente, considera necesario entender las características del consumidor japonés en cuanto a formatos y ocasiones de uso, así como las de los supermercados que disponen espacio limitado en los lineales.

Fuente: [Mercacei](#)

PRÓXIMAS JORNADAS

23 enero 2023



WEBINAR ANDERSEN

ANDERSEN.

Cuestiones prácticas para cumplir las obligaciones del Real Decreto que aprueba el Registro de Contratos Alimentarios

Fecha y hora:
Lunes 23 de enero
10:00h

