



Enero 2021

| Domingo | Lunes | Martes | Miercoles | Jueves | Viernes | Sábado |
|---------|-------|--------|-----------|------------------|-------------------------------|--------|
| | | | | | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 Video Inter | 8 Mesa Convenio Jaen | 9 |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 Video Inter | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 | | | | | | |



El oliva virgen recupera atractivo en el lineal pero mantiene en origen mínimas diferencias de precios con el lampante

Publicado por [Revista Almaceite](#)

El aceite de oliva virgen sigue siendo un gran desconocido en el mercado español. Y no siempre bien tratado ni valorado como se merece por su gran calidad y virtudes saludables, siempre castigado en un segundo plano por el atractivo comercial del virgen extra (AOVE). Las cifras de ventas menguantes de los últimos años así lo atestiguan cuando quedan ya lejanas las campañas en las que lograba vender más de 4 millones de litros al mes. Por diferentes circunstancias, el comienzo de la nueva campaña parece haber devuelto cierto protagonismo comercial en los lineales a la categoría. Las cifras aportadas por ANIERAC, la asociación que reúne a gran parte de los envasadores, así parece atestiguarlo. Del aceite de oliva virgen se han puesto en el mercado 4,39 millones de litros frente a los 3,22 de la campaña 2019/2020, lo que supone un aumento de un 36,11%. Es el mayor aumento entre todas las categorías de aceites en este corto periodo de tiempo, tanto de oliva como de semillas.

Aun es pronto para conocer si esta tendencia será duradera en el tiempo o con la entrada de mayor cantidad de virgen extra en las bodegas, volveremos a lo ocurrido durante las últimas campañas. La evolución de los precios y sobre todo la mayor o menor disponibilidad en las bodegas de aceites de oliva virgen extra sin discusión, serán claves en que se mantenga o no el repunte de los oliva virgen. Habrá que ver en el futuro también el impacto que sobre las ventas de oliva virgen que puede tener la prohibición de comercializar oliva virgen extra en envases de PET/plástico, y si las grandes cadenas de híper y súper demandarán con esta medida más virgen en PET.

El pasado mes de noviembre, último con datos cerrados, las ventas de oliva virgen con datos Anierac fueron de 2,15 millones de litros, frente a los 1.47 millones de litros del mismo mes del año anterior, un importante aumento. Aunque aún lejanos a los más de 3,5 millones de litros



que se vendían en algunos meses del año 2016. La Tasa Anual Móvil de las ventas de oliva virgen sigue aun muy por debajo de los 2 millones de litros mensuales, en 1,73 millones.

El olvido al que se lleva sometiendo mucho tiempo al oliva virgen en los lineales, como si fuera un aceite de segunda cuando realmente no lo es y está muy por encima de los refinados, también tiene su traslado al precio en origen de la categoría. El diferencial de precios frente al lampante de 1º base sigue siendo ridículo. Como ejemplo, en el último mes, con precios de POOLRed de Jaén, las diferencias entre los oliva virgen y los lampante eran de 11 céntimos. Cuando la diferencia entre los oliva virgen y los virgen extra eran de 41 céntimos. Según los datos del Observatorio de Precio que publica Infaoliva, las diferencias entre los oliva virgen y los lampantes serían aún menores, en torno a los 8 céntimos.

Hay que tener en cuenta que los gatos de manejo y cuidado de olivar, y también los de recolección, orientados a la obtención de aceites de oliva virgen o virgen extra no son similares a los de una estrategia en la que valdría obtener aceites lampantes para refinado. Sin contar con las sensibles diferencias en atributos organolépticos, sensoriales y sobre todo saludables.

<https://revistaalmaceite.com/2021/01/11/el-oliva-virgen-recupera-atractivo-en-el-lineal-pero-mantiene-en-origen-minimas-diferencias-de-precios-con-el-lampante/>

CONTRIBUYE A MEJORAR LA CALIDAD DEL AOVE PRODUCIDO

AJUSTA EL TIEMPO ÓPTIMO DE BATIDO

OPTIMIZA LA TEMPERATURA DE LA MASA

MENORES COSTES DE INVERSIÓN Y MAYOR EFICIENCIA ENERGÉTICA

LA NUEVA ERA DEL BATIDO SE LLAMA PROTOREATTORE®

Un sistema único en el mercado oleícola mundial que revoluciona el proceso tradicional del batido.

GRUPPO **PIERALISI**
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pieralisi.com

El aceite de oliva aguanta el tipo

Gonzalo Guillén. Presidente de ANIERAC

En un año marcado por la inquietud y la incertidumbre derivadas de la situación epidemiológica a nivel mundial, el sector envasador del aceite de oliva español ha logrado sortear las dificultades y mirar con moderado optimismo al futuro. Los meses de confinamiento que hemos dejado atrás han propiciado un importante incremento interanual de consumo en los hogares españoles, un aumento en el volumen de ventas que contrasta, sin embargo, con un menor consumo en el canal HORECA debido a los cierres selectivos a los que se han visto obligados hoteles, restaurantes y cafeterías de toda España.



Por tercer año consecutivo los hogares españoles han aumentado considerablemente la compra del 'oro líquido' de mayor calidad, el aceite de oliva virgen extra, lo que demuestra que el consumidor cuida cada día más de su alimentación y muestra una clara tendencia hacia la ingesta de productos naturales y de calidad.

Pese a estas señales de esperanza, no debemos perder de vista el desequilibrio entre oferta y demanda al que nos enfrentamos. La generosidad de las últimas campañas ha ocasionado que haya una disponibilidad de aceite en España y otras regiones del Mediterráneo bastante elevada. La realidad es que el exceso de oferta ha generado tensiones en el mercado y en la cadena de valor del aceite de oliva.

La producción del aceite de oliva en España y en el mundo en general está sufriendo un cambio estructural muy importante. En los últimos diez años el volumen de nuevas hectáreas plantadas ha sido elevadísimo, muchas de ellas, además, de rendimiento intensivo. Nos encontramos, pues, ante un panorama en que la producción crece a un ritmo elevado desde hace una década para acá, lo que nos acerca cada vez más a superar ese listón de los cuatro millones de toneladas de producción a nivel mundial. Por el contrario, el consumo sigue muy estable, de manera que en los últimos diez años sólo ha crecido un 2%. Si la producción se estima que puede crecer un 25-30% y el consumo sólo un 2%, tenemos un problema de sobreoferta. Este problema estructural es al que nos vamos a enfrentar en breve.

Para conseguir un mercado de aceite de oliva fuerte y estable necesitamos compensar la oferta y la demanda trabajando en el corto, medio y largo plazo. A corto plazo, algunas voces del sector proponen medidas que podrían ir desde almacenamientos privados hasta una intervención sobre las importaciones/exportaciones, pero son meras soluciones provisionales que no solventarían el quid de la cuestión. La única vía de trabajo para garantizar un horizonte sostenible pasa por trabajar en promoción. Es fundamental destinar mucho más fondos a promoción para crear una mayor demanda a nivel mundial y acrecentar el prestigio de España como primer país productor y vendedor de aceite de oliva. Es fundamental, pues, liderar ese crecimiento de la demanda. En esta línea, resulta fundamental que entre todos trabajemos en diferenciar el aceite de oliva de cualquier otra grasa vegetal favoreciendo su reconocimiento internacional.

Pero además de una promoción más agresiva de nuestro aceite de oliva en los mercados internacionales, para acrecentar la demanda sería necesario acometer otro tipo de apuestas. Me refiero, por ejemplo, a la necesidad de conseguir "claims" únicos de salud que diferencien al oro líquido del resto de grasas vegetales. Hablo, por ejemplo, de redoblar la apuesta en investigación y desarrollo: tanto a nivel del producto, para mejorar la calidad día a día y buscar nuevos usos, como a nivel de producción en la búsqueda de una mayor eficiencia en las producciones agrícolas que propicien mejoras continuas de calidad. Por último, se hace necesario que las grandes mejoras de calidad se afiancen sobre la seguridad jurídica de unos controles modernos, objetivos y plenos de fiabilidad, de forma que en la mente del consumidor se borre la más mínima duda de sombra de fraude, generada a veces como consecuencia de publicaciones interesadas o sensacionalistas, expedientes administrativos o alarmas injustificadas que no suponen ningún tipo de riesgo para el consumo.

http://www.qcom.es/alimentacion/periodico-digital-qcom.es-el-punto-de-encuentro-de-la-cadena-agroalimentaria/el-aceite-de-oliva-aguanta-el-tipo_42184_0_0_0_1_528305_13733995667119_in.html



Nuevo año y mejores precios para el aceite de oliva

El temporal "Filomena" deja en el suelo la aceituna por recoger

Olimerca.- Si queríamos olvidarnos del 2020 por todos los nefastos acontecimientos que nos preocuparon durante muchos meses, el 2021 parece que viene con el mismo guionista del año pasado. Y es que en tres días el campo andaluz, castellano-manchego, Aragón y Cataluña se ha visto afectado por un temporal de nieve y lluvia que va a pasar a la historia por sus cifras de impacto. Los mayores daños en el olivar se han producido en aquellas zonas donde todavía quedaba fruto por recoger, aunque las primeras estimaciones apuntan a que en muchas comarcas se encontraban ya con casi el 80% de la cosecha recogida. Esa aceituna sin duda que ya irá con destino a refinería, con lo que se puede afirmar que se da por concluida la campaña de elaboración de virgen.

Respecto al comportamiento del mercado, con la excepción del parón de los tres días de temporal, se puede observar una gran firmeza en los precios, con precios que en el caso del lampante se mueven entre los 1,92€/kg y los 1,95€/kg. Mientras que en el caso de los vírgenes se puede hablar de que ya no hay aceite de la campaña pasada, que se operaba a 2,00€/kg; y ahora los precios para un virgen nuevo la horquilla se fija entre los 2,30€/kg en adelante.

En el caso de los vírgenes extra seguimos en un mercado muy sostenido con ofertas que no bajan de los 2,60€/kg, y con un techo que se mueve en función de las características organolépticas del aceite.

Para el sector industrial envasador y para el sector productor los precios actuales deberían de mantenerse de cara a los próximos meses, dado que son buenos para toda la cadena de valor y sobre todo ayudarán a mantener nuestro comercio exterior estable.

Por último, a pesar de las fiestas propias de las navidades, desde Olimerca hemos podido constatar que el sector productor ha estado trabajando a pleno rendimiento, e incluso en ocasiones puntuales algunas cooperativas se han visto obligadas a cerrar al no poder procesar toda la aceituna que le entraba diariamente.

La buena noticia de "Filomena" es que este temporal, tanto de nieve como de agua, será en los próximos meses un auténtico maná para el olivar, de cara a la próxima cosecha.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/nuevo-ano-y-mejores-precios-para-el-aceite-de-oliva/158158694737455afeb8769fd09d92a>



ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA
Con acreditación ENAC y reconocimiento del COI

ANÁLISIS DE ACEITUNA
Único laboratorio con acreditación ENAC para la técnica NIR

ANÁLISIS AGRONÓMICOS
Suelos: Caracterización y fertilidad.
Hojas: Diagnóstico nutricional.
Aguas: Aptitud para el riego.

OLIVARUM
Fundación OLIVARUM, S.L.

LABORATORIO
CENTRO DE ASESORAMIENTO
TÉCNICO AGRARIO

LABORATORIO reconocido por el Consejo Oleícola Internacional (COI) para el análisis físico-químico de aceites de oliva y aceites de orujo (Tipo ABC) (para periodo vigente)

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación convoca los Premios Alimentos de España 2020

El plazo de presentación de candidaturas termina el 9 de abril El Ministerio de Agricultura

Son ocho categorías con las que se busca promover y estimular la actividad de la cadena alimentaria en la producción, transformación, utilización, conocimiento y consumo de los alimentos de España 11 de enero de 2021.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha convocado el Premio Alimentos de España 2020, cuyo plazo de presentación de candidaturas terminará el próximo 9 de abril. Las modalidades en las que se distribuyen los galardones son ocho: industria alimentaria, producción ecológica, internacionalización alimentaria, producción de la pesca y la acuicultura, comunicación, restauración, accésit a la iniciativa emprendedora y premio extraordinario Alimentos de España.

Las solicitudes de participación habrán de dirigirse al ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación y se presentarán, a través del registro electrónico del MAPA, en la sede electrónica: <https://sede.mapa.gob.es>, donde existe un modelo normalizado de solicitud.

No obstante, cuando los concursantes sean personas físicas podrán optar por presentar las solicitudes presencialmente y en papel en el Registro General del MAPA o en cualquiera de los lugares previstos en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

La convocatoria se ha realizado mediante un extracto de orden que se ha publicado en el Boletín Oficial del Estado, pero las bases completas con todos los detalles de la misma se pueden consultar en la web del MAPA.

Estas distinciones, que comenzaron a otorgarse en 1987, tienen como objetivo promover y estimular la actividad de la cadena alimentaria en la producción, transformación, utilización, conocimiento y consumo de los alimentos de España. También reconocen el esfuerzo



comercializador, innovador, de desarrollo rural y cuidado del medio ambiente y la elaboración de alimentos de calidad.

La entrega de los premios se llevará a cabo en un acto público convocado al efecto

Bases:

https://sede.mapa.gob.es/portal/site/seMAPA/ficha-procedimiento?procedure_id=371&procedure_suborg_responsable=50&procedure_etiqueta_pdu=null

CONVOCATORIA DEL XII PREMIO “AGUSTÍ SERÉS in memoriam”

A la promoción y difusión de la cultura del aceite de oliva con originalidad y recursos limitados.

La finalidad del Premio es reconocer la labor, individual o colectiva, de promoción y difusión de la cultura del aceite de oliva realizada en el territorio español en los últimos 3 años. Se valorará especialmente la originalidad y los recursos empleados, siendo prioritarias aquellas actuaciones que sin grandes medios comporten un mayor compromiso de los implicados en la iniciativa.

Las candidaturas tendrán que presentarse por escrito antes del lunes 26 de abril de 2021, cumplimentando la ficha correspondiente, una por cada solicitud, y remitirlas a la familia Serés (C/ Mayor 32, 25110 Alpicat, Lérida). El Premio tiene una dotación de 1.000 €.

Las bases y la ficha pueden encontrarse en www.molicalagusti.es, para más información contactar con agustinseres@gmail.com

Este prestigioso premio ha recaído en sus anteriores ediciones:

- 2010. “Museos del Aceite en España” de Francisco Lorenzo Tapia (Málaga).
- 2011. “Oleoescuela de Basilippo” en El Viso del Alcor (Sevilla).
- 2012. “Molí dels Torms S.L” en Els Torms. (Lérida).
- 2013. La colección “Olea Europea” de Antonio Campos Castro (Jaén).
- 2014. “Soleae”. Promoción y Difusión de la Cultura del Aceite de Oliva Virgen y puesta en valor de los Olivos Multicentenarios y variedades locales. Herguijuela de la Sierra (Salamanca).
- 2015. “S.C.A. San Vicente”. Mogón-Villacarrillo (Jaén).
- 2016. “Centro de Interpretación Olivar y Aceite”. Úbeda (Jaén).
- 2017. COLIVAL. Sociedad Cooperativa Olivarrera de Valdepeñas. Valdepeñas (C.Real).
- 2018. “La Moltura, comunidad de oleoaficionados”, de Felipe Augusto Agudo Herrero.
- 2019. “La Molienda de Riogordo”. Riogordo (Málaga).
- 2020. “El Libro del Olivo”. Arturo Esteve Comes. Castellón.



El comercio electrónico superó en España los 12.000 millones

La facturación del comercio electrónico en España aumentó en el segundo trimestre de 2020 un 0,2% interanual hasta alcanzar los 12.020 millones de euros, según los últimos datos de comercio electrónico disponibles en el portal CNMCDData.

Los sectores de actividad con mayores ingresos fueron las prendas de vestir, con el 9,4% de la facturación total; la suscripción de canales de televisión, con el 4,5% y los hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación, en tercer lugar, con el 4,1%.

Si nos fijamos en el número de transacciones, en el segundo trimestre de 2020 se registraron más de 244 millones de transacciones, un 15,6% más. Las prendas de vestir lideraron el ranking por compraventas (7,4%).

En cuanto a la segmentación geográfica, las webs de comercio electrónico en España acapararon el 40,6% de los ingresos en el segundo trimestre de 2020.

El 59,4% restante correspondió a compras con origen en España hechas a webs de comercio electrónico en el exterior.

El saldo neto exterior (la diferencia entre lo que se compra desde el extranjero a sitios webs españoles y lo que se compra desde España al extranjero) arrojó un déficit de 6.085 millones de euros.

Por número de transacciones, el 32,4% de las compraventas se registraron en webs españolas y el 67,6% en webs del extranjero.

El volumen de negocio de las transacciones con origen en España y dirigidas hacia el exterior fue de 7.143 millones de euros, un 27,9% más que en el segundo trimestre del año anterior.

El 60,2% de las compras desde España hacia el exterior se dirigieron a la Unión Europea.

Las ramas de actividad con mayor volumen de negocio desde España hacia el exterior fueron las prendas de vestir (un 10,4%), la suscripción de canales de televisión (6,1%) y los servicios auxiliares a la intermediación financiera (un 4,7%).



Por su parte, las ventas desde webs españolas hacia el exterior obtuvieron una facturación de 1.058 millones de euros, un 59,6% menos que en el segundo trimestre del año anterior. El 54,1% de las compras desde el exterior provino de la Unión Europea. Asimismo, las áreas de actividad relacionadas con el sector turístico (que agrupa las agencias de viajes, transporte aéreo, transporte terrestre, alquiler de automóviles y los hoteles) acapararon el 22,7% de las compras que desde el extranjero se hicieron en webs de comercio electrónico españolas.

Los ingresos de comercio electrónico dentro de España (compras hechas en España a webs españolas) aumentaron un 0,7% interanual hasta los 3.819 millones de euros. Lideraron la facturación dentro de España, los electrodomésticos, imagen y sonido (9,7%), seguidos de los hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación (8,8%).

<http://www.qcom.es/alimentacion/periodico-digital-qcom.es-el-punto-de-encuentro-de-la-cadena-agroalimentaria/el-comercio-electronico-supero-en-espana-los-12.000-millones-42224-0-0-0-1-530345-13733995667119-in.html>

OLIVO DE ILO

Olivo de ILO es reconocido como Olivo Patrimonial de América del Sur en primer concurso internacional

El olivo denominado el Cuatricentenerario de Poquera, ubicado en el distrito de El Algarrobal, provincia de Ilo, ganó en la categoría de Olivo Patrimonial de América del Sur en la primera edición del Concurso Internacional de Puesta en Valor de los Olivos Patrimoniales en América – Sudoliva 2020, desarrollado ayer 10 de diciembre.

Perú, Chile, Argentina, México, Brasil, Uruguay y Estados Unidos, participaron en el Concurso Internacional de Olivos Patrimoniales que busca reconocer a los olivos más ancestrales y establecer una ruta turística del olivo en América.

Como Olivo Patrimonial de América lo obtuvo el Olivo Cuatricentenario de Arauco presentado por la Cámara de Industriales Olivícolas de La Rioja de Argentina; **como Olivo Patrimonial de América del Sur recayó sobre el Cuatricentenario de Poquera de propiedad de Flor de María Mejía, ubicado en Ilo, Perú** y como Olivo Patrimonial de América del Norte, el Olivo Criollo de la Municipalidad de Chimalhuacán de Xochiaca en México.

Asimismo, el olivo **Albertico de Osmore de propiedad de Aurora Herrera, se hizo acreedor a la mención medalla de Oro como Olivo Patrimonial de la región Moquegua**. Mientras que las menciones honrosas por país fueron para el olivo de Rafael Gallegos de Yauca como Olivo Patrimonial del Perú, como Olivo Patrimonial de Chile al Señor de Ocurica de Azapa, como Olivo Patrimonial de Argentina para Olivícola LAUR, como Olivo Patrimonial de Uruguay para el Olivo de Barrio Peñarol, como Olivo Patrimonial de Brasil para el Olivo de Poços de Caldas, y finalmente, como Olivo Patrimonial de los Estados Unidos al Olivo de Bel Asher House en Asherton Texas.

Los ganadores se harán acreedor a un reconocimiento como Árboles Monumentales, una Medalla de Oro por haber obtenido los mejores puntajes entre los 24 árboles de olivo participantes, así también serán reconocidos con un Diploma de Honor y formarán parte de la ruta turística del Olivo en América. Los olivos participantes del valle de El Algarrobal pertenecen a la variedad Criolla o Sevillana del Perú y datan de más de 400 años de antigüedad.



Como se recuerda, el 26 de noviembre último, el gobernador regional de Moquegua, Prof. Zenón Cuevas Pare, realizó el lanzamiento oficial de este concurso en la región con el objetivo de obtener el reconocimiento e insertar a los olivos ancestrales del valle de El Algarrobal en la ruta turística del olivo en América.

El Gobierno Regional Moquegua a través de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo, continuará promoviendo la participación de nuestros productores locales en concursos nacionales e internacionales.

<https://www.juanvilar.com/olivo-de-ilo/>



CONTIGO | Financiación para seguir creciendo

NR: 3492-2020-09681

 **AgroBank**

El 40% de los perceptores de la PAC tiene más de 65 años

El envejecimiento del campo castellano-manchego se nota también en una presencia más escasa de los jóvenes. Apenas una de cada diez ayudas directas va a menores de 40 años. Lo de andar echando cuentas de los años que faltan para cumplir los 65 y jubilarse es algo que no es tendencia en el campo, y no será porque no es un trabajo duro. El 40,9% de los que reciben ayudas directas de la PAC en Castilla-La Mancha tienen más de 65 años. Son casi 38.000 perceptores. Pero el dinero que cobran en ayudas no es proporcional al número de perceptores, pues la cuantía que cobran es menor, un 27,5% del total.

Estos datos los ha recopilado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en el análisis anual que hace de los perceptores por edad y sexo. El envejecimiento del campo castellano-manchego se corrobora al comprobar que solo un 0,64% de los perceptores tiene menos de 25 años y que en la franja entre los 25 y los 40 hay un 7,48%. Es decir, que de cada diez perceptores de la PAC, nueve tiene más de cuarenta años. El mayor grupo de edad es el comprendido entre los 40 y los 65 años, con el 50,92% del total.

¿Este envejecimiento del campo es cosa solo de Castilla-La Mancha? Parece claro que no porque a nivel nacional el 38% de los perceptores tienen más de 65 años. El porcentaje es algo inferior al de la región, pero tampoco mucho. Hay cinco comunidades que superan el



dato castellano-manchego, destacando el caso de la Comunidad Valencia, que roza el 50%. En el lado opuesto, destacan los porcentajes bajos de Galicia, Asturias y sobre todo Cantabria. Solo el 9,3% de los perceptores de las ayudas de la PAC en Cantabria tienen más de 65 años. También destaca que casi el 20% tiene menos de 40 años, un porcentaje que duplica al de Castilla-La Mancha.

¿Y en desarrollo rural? Los porcentajes varían al analizar las ayudas de Desarrollo Rural, en las que entran las agroambientales, las de la industria agroalimentaria y otras actividades que se desarrollan en el medio rural. En este caso el porcentaje de perceptores de más de 65 años baja al 18,31%. Sube un poco más la cuota de los menores de 25 años, aunque apenas está en un 1,68%. La franja entre 25 y 40 años tiene al 14,88% de los perceptores, casi duplicando el porcentaje en este tramo de las ayudas directas. De nuevo, el grueso de los perceptores tienen entre 40 y 65 años. Son el 65,13% del total.

El informe que hace el Ministerio también permite analizar los perceptores por sexo y concluir que el campo está muy masculinizado. De los más de 92.000 perceptores de ayudas directas de la PAC, 57.802 son hombres. Ellos son el 62,5% del total. Esta diferencia se nota también entre los más jóvenes. De los 596 perceptores de ayudas directas de la PAC con menos de 25 años, solo 107 son mujeres

[https://www.latribunadealbacete.es/noticia/ZD3B19540-A997-E1C8-](https://www.latribunadealbacete.es/noticia/ZD3B19540-A997-E1C8-78CAA865BFC7586A/202101/el-40-de-los-perceptores-de-la-pac-tiene-mas-de-65-anos)

[78CAA865BFC7586A/202101/el-40-de-los-perceptores-de-la-pac-tiene-mas-de-65-anos](https://www.latribunadealbacete.es/noticia/ZD3B19540-A997-E1C8-78CAA865BFC7586A/202101/el-40-de-los-perceptores-de-la-pac-tiene-mas-de-65-anos)

El beneficiario de la PAC es varón y con más de 40 años

Varón y con más de 40 años es el perfil tipo del beneficiario de los 3.550 millones correspondientes a pagos directos a personas físicas de [la Política Agrícola Común \(PAC\) en 2019](#), según los últimos datos del Fondo Español de Garantía Agraria. El informe destaca el escaso peso de menores de 25 años (menos del 1%) en la distribución de esos fondos frente al 38% de personas demandantes de ayudas con edades superiores a los 65 años. Las personas físicas reciben el 62,7% de los pagos directos y el 37,3% las empresas.

En 2019, los 3.550 millones de las ayudas directas pagados a personas físicas se distribuyeron entre 611.642 peticiones frente a las más de 800.000 que se registraban hace unos años, rebaja que se ha logrado especialmente eliminado progresivamente los pagos por debajo de los 300 euros. De todos los peticionarios, un 63% fueron hombres que recibieron el 73% de los fondos, mientras la mujeres, el 37% percibieron solo un 27% de las ayudas.

Los jóvenes con menos de 25 años solo suponen el 0,69% de los demandantes de ayudas e ingresaron el 1,37% de las mismas. El colectivo de agricultores entre los 25 y los 40 años fue el 8,2% y percibieron el 13,2% de los recursos. El grueso de los demandantes de ayudas corresponde a los de edades entre los 40 y los 65 años que suponen el 53% y recibieron el 59% de los pagos.

El colectivo de las personas con más de 65 años, teóricamente en edad de jubilación, que siguen en la actividad directa o indirectamente, suponen el 38% de las peticiones de ayuda y el 26,4% de los fondos.

Por comunidades autónomas

La situación es muy variable según las distintas comunidades autónomas. En el caso de los jóvenes, frente a esa media del 0,69%, en Cantabria y Rioja suponen el 1,72%, el 1,29% en Asturias, 1,17% en Aragón, lo que da una idea de un mayor relevo generacional. En lo que



afecta a los demandantes con más de 65 años, destaca el bajo porcentaje en territorios con fuerte implantación de vacuno de leche como Cantabria donde solo significan el 9,3%, en Asturias (13,3%) y en Galicia (21,16%). En la parte contraria suponen más del 40% en otras como Navarra, Madrid, Cataluña, Castilla y León, Canarias, Baleares y Comunidad Valenciana.

En relación con el sexo de los demandantes, muy por encima de la media está Galicia (55,2%) y Asturias (52,2%) y muy por debajo otras como La Rioja (25%) y Castilla y León o Aragón (28%).

En el colectivo de peticionarios con menos de 25 años, frente a una media estatal de mujeres del 20,7%, muy por debajo con porcentajes entre el 11% y el 12% se hallan Castilla y León, Cataluña, Aragón o La Rioja, mientras Andalucía, Asturias, Canarias, Galicia o la Comunidad Valenciana se sitúan en torno al 30%. Por encima de los 65 años, las peticiones de ayuda de las mujeres suponen una media estatal del 40,7%.

Ahora mismo está en marcha la negociación del plan estratégico para distribuir los fondos de la futura PAC y en el que, entre otros temas, se contempla una redistribución de los mismos y el establecimiento de techos por beneficiario en los 100.000 euros con ajustes a partir de los 60.000 euros.

Agricultura está analizando igualmente la distribución de los pagos. Tradicionalmente se ha estimado que aproximadamente un 20% de los beneficiarios reciben el 80% de los pagos directos. Esta situación se pretende modificar solo ligeramente vía esos techos y una redistribución a favor de las pequeñas y medianas explotaciones viables, medida que no comparte un segmento minoritario del sector.

<http://news-spain.com/2021/01/11/el-beneficiario-de-la-pac-es-varon-y-con-mas-de-40-anos/>



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

LABORATORIO unaproliva

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ



La labor preventiva de la Guardia Civil 'pone freno' a los ladrones de aceituna

Descienden los robos en el campo jienense. A 28 de diciembre de 2020 había ocho denuncias, frente a las 21 de 2019 en esa misma fecha

La recolección de la aceituna continúa en la provincia de Jaén, con menos robos que en la pasada campaña siguiendo la tendencia descendente de los últimos años. A fecha de 28 de diciembre de 2020 se habían interpuesto **ocho denuncias** ante la Guardia Civil por la sustracción de **23.690 kilos** de aceituna en total, de los cuales 7.950 ya estaban recolectados, según los datos facilitados a este periódico por la Subdelegación del Gobierno en Jaén.

La Guardia Civil ha recuperado prácticamente **la mitad del total** sustraído hasta entonces, 11.540 kilos correspondientes a un mismo hecho delictivo. En los siete delitos restantes las cantidades eran más pequeñas, entre ellas una de 3.700 kilos. De momento hay una persona investigada por estos robos.

Comparando las cifras actuales con las del 28 de diciembre de 2019, se observa **un descenso del 62 % en el número de robos**, ya que entonces había 21 denuncias por un total de 39.778 kilos. La campaña 2019-2020 se cerró finalmente con una bajada del 45,82 % con respecto a la anterior, pues se denunció el robo de 90.348 kilos, frente a los 166.752 de la campaña 2018-2019.

La labor preventiva llevada a cabo por la Guardia Civil de Jaén, con presencia activa en el campo y las almazaras, resulta fundamental para consolidar esta disminución de los robos. **Más de 1.000 agentes** conforman el dispositivo de seguridad en el que, además, desarrollan trabajo de investigación a través de las unidades de **policía judicial, del Seprona y de los equipos específicos ROCA**. A esto hay que sumar los apoyos puntuales del escuadrón de caballería y del servicio aéreo.

Para **Juan Luis Ávila**, secretario general de COAG Jaén, en el descenso de los robos en el campo influyen dos factores. Por un lado, la **«apuesta seria»** de la Comandancia de la Guardia Civil de Jaén, con agentes comprometidos que gracias a la investigación han localizado los puntos calientes, puesto que los robos no son generalizados en la provincia. Y, por otro, **los precios bajos de la aceituna** con el handicap añadido este año de un menor rendimiento. «Se han reducido mucho los robos en los últimos años, tanto de aceituna como de maquinaria: si en años buenos ya había bajado, ahora con los bajos precios más aún», añade Juan Luis Ávila.

Controles

Los agentes controlan las fábricas y los puestos móviles de compra, los tajos, las vías de comunicación, así como los cortijos y los lugares donde se establecen los jornaleros mediante la verificación de personas, vehículos y documentación. Desde el 15 de octubre de 2019 es obligatorio llevar el **DAT**, un documento de acompañamiento al transporte de productos agrarios y forestales de carácter alimentario, que contiene información sobre el origen y destino de estos productos para **garantizar la trazabilidad**, dificultando de esta manera la sustracción ilegítima y posterior venta ilegal de estos productos.

«No se escucha nada de robos», apunta **Jesús Sutil**, gerente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina. La campaña, que arrancó a finales de octubre con incertidumbre y preocupación en el sector por la incidencia del coronavirus, se está desarrollando «con total normalidad y no se ha llegado a cerrar ninguna almazara, seña de



que los protocolos puestos en marcha por las cooperativas y almazaras han funcionado». En esta línea Sutil alude también a la **concienciación de los olivareros**, lo que ha ayudado a que no se den casos. En la comarca de Sierra Mágina, la campaña se encuentra en torno al 70 % de ejecución, con la mirada puesta en el cielo por si la borrasca Filomena vuelve a descargar agua.

<https://www.ideal.es/jaen/provincia-jaen/labor-preventiva-guardia-20210110212123-nt.html>

Los agricultores se preparan para nuevas tractoradas por la crisis de los precios en el campo

Los productores están "rabiando" por la situación que atraviesa el sector agroalimentario y amenazan con movilizaciones históricas, similares a las de febrero del pasado año

PUBLICADO 11/01/2021 04:45 ACTUALIZADO 11/01/2021 16:17

La crisis de los precios de los productos [agroalimentarios](#) continúa. Aunque silenciado por el ruido de las ciudades, el campo sigue clamando por una situación que lejos de revertirse parece haber llegado para quedarse y **amenaza con ser la "ruina" de multitud de agricultores**. Campaña tras campaña, la liquidación de las cosechas arroja pérdidas que hacen inviable su actividad. Y ante la falta de soluciones tangibles, son muchos los que esperan nuevas [tractoradas, similares a las que tomaron las principales calles y carreteras](#) de España días antes del estallido de la pandemia.

Las restricciones por **el coronavirus obligaron a suspender las movilizaciones que el sector agrario** emprendió el pasado mes de febrero. Casi un año después, "la situación no es muy diferente", apuntan desde la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos ([UPA](#)), una de las organizaciones promotoras de las últimas tractoradas. Ahora no consideran "idóneo estar enfrascados en una movilización generalizada": "Los agricultores y ganaderos lo que quieren es trabajar, producir alimentos, y vivir de su actividad, no estar movilizándose cada dos por tres".

Pero los días pasan y los agricultores de ciertos sectores no ven solución a los problemas de rentabilidad de sus productos: ocurre con la aceituna, la patata, la cebolla o la barenjena. Por ello, **algunos piden más movilizaciones que incrementen la presión sobre el [Gobierno](#)** y las instituciones de Europa, principal mercado en el compiten los alimentos del campo español. La problemática no es exclusiva de [España](#): en Francia, donde un agricultor se suicida cada día por las dificultades económicas y la soledad a la que se ven abocados en zonas rurales cada vez más despobladas.

Unidad frente a la "ruina"

"**El día que nos unamos, ya se verá que esto coge otra solución**", enfatiza Tomás Jiménez, un agricultor del sector olivarero, uno de los más perjudicados por esta "ruina": "Habría que plantearse movilizaciones en cuanto se termine la aceituna". Otros abogan directamente por no recoger la producción en señal de protesta -ahorrando así los costes de la recogida- o deshacerse de esta públicamente para denunciar una situación que está asfixiando en especial a los cultivos tradicionales, que no pueden competir con los cultivos intensivos. "Vamos a coger la aceituna y en marzo vemos lo que pasa", defienden los más prudentes. Los que menos [vaticinan protestas históricas 'a la francesa'](#).



Por ahora, **las principales organizaciones agrarias no pretenden retomar el calendario indefinido de protestas** que empezaron hace casi un año. Desde UPA reconocen que "hay crisis de precios en sectores puntuales que deben resolverse", para lo que están "trabajando en las mesas de negociación" con el objetivo de "mejorar la ley de la cadena alimentaria, para que sea una herramienta que nos permita garantizar un precio justo para nuestros productos". "También en los próximos meses vamos a trabajar para cerrar el Plan Estratégico de la nueva [PAC](#), una normativa que debe ir dirigida a apoyar a quienes más lo necesiten", apostillan fuentes de UPA en declaraciones a [Vozpópuli](#).

"No sabemos vender, no tenemos el control... Los que colocan el producto se encargan de ganar su margen"

"No sabemos vender, no tenemos el control... Los que colocan el producto se encargan de ganar su margen", reconoce Rogelio Heredia, natural de [Jaén](#), agricultor y miembro activo de Asolite, una nueva asociación en defensa del agricultor tradicional, que es "quien tiene que defender su producto" frente a los intermediarios. "Alguien lo vende y soluciona su economía, no la del agricultor, que se dedica solamente a producir", lamenta: "**¿Quién tiene realmente el dinero? Las grandes fortunas y los fondos de inversión**".

Rogelio Heredia apunta a esos inversores como los principales responsable del desplome de unos precios con los que no puede competir el agricultor tradicional: los de las producciones intensivas, más mecanizadas, "que no aportan a la sociedad ni la misma calidad de aceite ni muchísimo menos el volumen de jornales de muchas miles de familias". En el caso de su sector, el olivarero, **los cultivos tradicionales requieren de una ingente mano de obra** con la que se consigue un producto excelente y además "da mucha vida a los pueblos", explica. Por ello, arremete también contra los cultivos intensivos, "que repercuten en el hundimiento de la economía rural" y "no consiguen el mismo [aceite de oliva](#)".

"Rabiando" por la crisis del campo

"Conmigo se ha terminado la tradición del olivar", enfatiza: "Todos mis antepasados son olivareros, pero conmigo se ha terminado ya todo, porque mis hijos ven que no merece la pena, se han dedicado a otras cosas". "No podemos seguir trabajando como burros para no tener rentabilidad", insiste, mientras "los gobiernos miran para otro lado cuando los empresarios hacen y deshacen a sus anchas para hacerse más ricos".

La crisis de los precios se agrava con la llegada a la Unión Europea de productos procedentes de países de fuera del continente donde las producciones no cumplen con los mismos requisitos fitosanitarios, así como el recorte de la PAC que se hará efectivo en los próximos años y afectará ostensiblemente a España

Y a todo lo anterior se suma la competencia con los productos que llegan a la [Unión Europea](#) provenientes de países de fuera del continente donde las producciones no cumplen con los mismos requisitos fitosanitarios, así como el [recorte de la PAC que se hará efectivo en los próximos años](#) y afectará ostensiblemente a España. Por ello, **vaticina importantes movilizaciones en cuanto la pandemia lo permita**. "El [covid](#) está parándolo, pero la rabia es enorme", asevera Heredia: "La balanza entre el productor y el comercializador, la gran distribución, está enormemente desequilibrada enormemente y el abuso es insoportable... Los agricultores tenemos que defender nuestra economía y nuestra dignidad, que están siendo pisoteadas".

https://www.vozpopuli.com/espana/agricultores-preparan-nuevas-tractoradas-precios_0_1426658428.html



Los mejores aceites de oliva virgen extra de Jaén 2021

Como cada año desde el 2006, la Diputación de Jaén ha hecho públicos los ocho aceites de oliva virgen extra —siete de elaboración convencional y uno de producción ecológica— que podrán exhibir durante el año 2021 el distintivo Jaén Selección.

El distintivo [Jaén Selección](#), un sello de calidad que concede la Administración provincial a los mejores AOVE jiennenses de cada cosecha.





Las marcas que contarán con este marchamo de calidad serán en cuanto a elaboración convencional Picualia Premium, de la SCA Virgen de Zocueca (Bailén); Oro Bailén Reserva Familiar Picual, de Aceites Oro Bailén Galgón 99 SL (Villanueva de la Reina); Hacienda La Laguna, de Cortijo La Labor SL (Puente del Obispo, Baeza); Noviembre, de Finca Las Manillas SL (Arquillos); Bañón, de Explotación Bañón SA (Veracruz, Úbeda); Olibaeza, de la SCA El Alcázar (Baeza); Oro de Cánava, de la SCA Nuestra Señora de los Remedios (Jimena). Mergaoliva, de Oleohiguera SL (Lahiguera) será el aceite que cuente con el marchamo de ecológico.

De ellos, cincuenta y un aceites son de producción convencional y trece cuentan con certificación ecológica. Además, casi la mitad de los aceites presentados —el 47 %— se han extraído en sociedades cooperativas, y tres de ellas han obtenido este distintivo, un dato que es muy significativo, ya que hasta hace no mucho tiempo la apuesta por la calidad se producía únicamente de la mano de las almazaras privadas, no de cooperativas, que en los últimos años se han sumado a la apuesta por la máxima calidad.

Así me ponen los aceites de Jaén, con acentó en la e.

El distintivo Jaén Selección fue creado para fomentar la promoción, la comercialización y el consumo de los aceites jiennenses, y también para estimular a los productores a obtener aceites de calidad. Más de cuarenta marcas han obtenido desde entonces este sello a cuya cata concurso se han presentado más de 600 aceites de oliva virgen extra en todas las ediciones celebradas.

<http://territoriogastronomico.com/noticias/los-mejores-aceites-de-oliva-virgen-extra-de-jaen-2021>





La cultura del olivar frena la despoblación en pueblos de Almería

Existe un nuevo modelo de producción y venta basado en la creación de una marca de calidad destinada a un cliente que busca la salud en la alimentación

La cultura del olivar y el aceite de oliva virgen extra se ha erigido como una herramienta para luchar contra la despoblación en las zonas rurales de toda Andalucía. Alrededor del AOVE se ha creado un nuevo modelo en el cultivo del olivar y de creación de marca, pensado para un público gourmet y apoyado en la tecnología, que ha permitido recuperar tierras abandonadas y ayudar a la fijación de la población.

Así lo explica el CEO de Castillo de Tabernas, Rafael Úbeda, tras reuniones mantenidas en diversos foros: «no sólo grandes productores, sino también pequeños agricultores, dueños de tierras que estaban abandonadas, que han cultivado con un nuevo modelo eficiente de plantación que mejora la gestión de los olivos y del agua. El nuevo modelo también abarca a la comercialización, basada en la creación de una marca de calidad destinada a un cliente que busca la salud en la alimentación, centrándose la venta en las tiendas gourmet y el canal online».

Además de generar empleo en zonas rurales con problemas de despoblación, el cultivo del olivar ha contribuido a la sostenibilidad de estos espacios naturales. Primero, se han repoblado con olivos grandes extensiones de terreno abandonadas en toda Andalucía. Segundo, se ha fomentado un estilo de vida saludable enmarcado en la dieta mediterránea. Tercero, se han creado alrededor actividades como el turismo rural y la gastronomía, con visitas a almazaras y elaboración de platos basados en el AOVE, y enmarcados en el movimiento 'slow life', que busca un turismo tranquilo que respeta las tradiciones y el medio ambiente.

Pulmón verde

La provincia de Almería es un claro ejemplo de los beneficios de la cultura del aceite de oliva virgen extra en los municipios del interior, con la creación de proyectos agrícolas que han ayudado a fijar población y evitar su marcha a la capital y zonas costeras más masificadas, habiéndose generado en el interior de la provincia un importante pulmón verde con la plantación de olivos.

El nuevo modelo de producción agrícola de gestión del olivar y de creación de marcas se ha extendido a toda la provincia, que aun no teniendo una gran cantidad de producción, comparada con otras provincias, sí que ha conseguido un gran prestigio en la producción de aceite de oliva virgen extra de calidad. En el caso de Castillo de Tabernas, un proyecto pionero de aceite gourmet en nuestra provincia, su plantación cuenta con un olivar con 100.000 olivos que crecen en una finca de casi 500 hectáreas. El presidente de la compañía, Rafael Úbeda, se siente orgulloso de que «nuestra empresa haya contribuido a extender un nuevo modelo eficiente y de calidad en el cultivo del aceite de oliva virgen extra en la provincia. Agricultores pequeños de la Comarca Filabres-Alhamilla nos han pedido asesoramiento, y han podido encontrar una vía de generación de empleo y desarrollo económico para beneficio de la comarca».

<https://www.ideal.es/almeria/provincia-almeria/cultura-olivar-frena-20210110202836-nt.html>