



Firmeza en los precios en origen del aceite de oliva

Comentario de mercados de los productos agrícolas del 6 al 12 de septiembre

Las cotizaciones en origen del aceite de oliva se mantuvieron firmes durante esta semana en el mercado nacional.

Según fuentes de [Oleoestepa](#), las salidas del mes pasado fueron bajas. No obstante, hay escasez de lluvias y la previsión no indica que vaya a cambiar esta situación a corto plazo, lo que está provocando que el campo cada vez se resienta más por el estrés hídrico.

En consecuencia, [los precios han repetido](#): se cerraron operaciones en virgen extra a partir de 3.500 euros por tonelada; en virgen a partir de 3.150 euros por tonelada; y en lampante a 3.000 euros.

Por su parte, el sistema Poolred de la Fundación del Olivar, recoge alzas en los precios de los aceites virgen y virgen extra y descensos en lampantes. En extra se fijó un precio medio de 3.320 euros por tonelada (frente a 3.273 euros de la semana anterior), el virgen se pagó de media a 3.093 euros (frente a los 3.090 euros de la semana anterior) y el lampante a 2.933 euros (2.978 euros por tonelada, la anterior).

<https://www.agropopular.com/aceite-comentario-120921/>



Somos conscientes del valor de las **materias primas**

Visítenos en



22 - 25 septiembre 2021
Stand 17

La sequía persistente condiciona una campaña de verdeo de media a baja producción en Sevilla

La recogida de la aceituna de mesa ha comenzado en la provincia pero de forma progresiva porque los agricultores esperan que llueva en septiembre para que engorde el producto, de momento con poco calibre

«Hay olivos que hasta sin aceitunas se están secando, ya no tienen sangre para resistir», así se expresa Adriá Moreno, un joven agricultor de Arahal, centro neurálgico de la campaña de la aceituna de mesa. La **tierra no tiene jugo**, es decir, agua, porque lleva muchos años sin llover lo suficiente. El olivar de secano se apaga poco a poco mientras los agricultores miran de reojo la proliferación del **cultivo intensivo o superintensivo** que se extiende casi sin aviso por las tierras donde hasta hace poco había olivos centenarios. Y en estos días no miran al



cielo, buscan información en las aplicaciones de sus teléfonos móviles sobre las previsiones de lluvia para el próximo mes. Empieza la cuenta atrás, es la última oportunidad de conseguir que mejore la producción de las dos variedades principales de la **provincia de Sevilla: manzanilla y gordal**.

La campaña de recogida de estas dos variedades acaba de comenzar, aunque la mayor parte de los agricultores esperan que **septiembre** traiga varios **chaparrones** para refrescar el árbol y acabar de engordar las aceitunas.

En **Arahal**, considerada la cuna de la aceituna de mesa, las previsiones apuntan a una cosecha superior a la media con respecto a otras comarcas. Los agricultores estiman que en esta campaña se recogerá entre **un 60 a un 70 por ciento de la capacidad** total de producción. En total, en la provincia de Sevilla estiman que no alcanzará las 500.000 toneladas. «Aquí será la **cosecha de media a alta** y en otras zonas de media a baja», especifica Francisco Manuel Fernández, agricultor arahalense.

De momento, en este municipio, los primeros puestos de recepción de aceitunas abren esta semana, como la planta de Las Virtudes de Oleand Sociedad Cooperativa Andaluza, además de otras empresas locales. Por su parte, la Sociedad Cooperativa Labradores de **La Campiña**, que reúne a **385 agricultores de la zona**, tiene previsto iniciar la recepción de aceitunas del 10 al 15 de septiembre. Según su presidente, Francisco Humanes, la campaña está condicionada por la **sequía**. «Este año ha empeorado una situación que se viene arrastrando muchos años. En primavera ha llovido menos que otras veces y los olivos de secano están en muy malas condiciones», explica Humanes.

Es lo mismo que describe Adrián Moreno, que pronostica una campaña «muy corta». «Han caído **150 litros de agua en 2021**. Ahora cavas un hoyo y no hay humedad, la tierra está como el cemento». Asimismo, describe que en los puntos más altos de los pagos (zonas concretas en las que se estructuran las parcelas) «el olivar está seco, da pena ver el olivo, un árbol que ha resistido miles de años, **con la hoja encogida a punto de secarse**».

En esto coincide también Francisco Manuel Fernández que es ingeniero agrícola y gestiona las tierras de olivar de su familia. Este agricultor destaca que en Arahal la producción es algo mejor que en el resto de las comarcas olivareras con aceituna de mesa, como el **Aljarafe, Alcalá de Guadaíra, Utrera y algunos pueblos de la Campiña sevillana**. Pero aún así, actualmente la campaña no acaba de empezar porque «las manzanillas necesitan más jugo para engordar, tienen poco calibre».

Fernández asegura que hay zonas de secano donde la producción ya se ha perdido y «la aceituna está agostada». Por eso vaticina que del 70% de producción verdeable, un 20% se dejará para **molino**, es decir, para **aceite**, producto que en los últimos meses ha visto **incrementar su precio hasta en un 50%** con respecto al año, pasado lo que sin duda hará más rentable enviar el fruto a las almazaras. «En los pagos donde la aceituna no tiene tamaño, quedará para aceite que se cotiza al alza», afirman.

Pero los agricultores de esta zona vuelven a estar pendientes, un año más, de los precios de la aceituna manzanilla que aún están sin especificar. Los agricultores de Arahal aseguran que es **el tiempo el que está poniendo los precios a los productos**, no sólo a las aceitunas. «A poca producción, suben los precios, pero donde se nota realmente la subida es en el último eslabón de la cadena, es decir, en el precio que paga el consumidor en el supermercado», apuntan.



Francisco Manuel Fernández se atreve a adelantar el precio por kilo en la actual campaña de la **aceituna gordal**, la primera en recogerse. «Puede estar en torno a **1,20 euros**, pero la manzanilla no se sabe». Como punto de partida, los agricultores ponen las miras en los precios pagados en la anterior campaña: 0,95 euros por kilo la manzanilla y 1,20 euros, la gordal.

Calidad y costes de producción

Este precio se compara cada año con los **costes de producción**: 0,90 euros la manzanilla y 1,10 la gordal. «A los kilos que se cogen se les imputan los gastos por hectáreas para saber el coste del kilo», explica Francisco Manuel Fernández. Las cooperativas juegan un importante papel porque son las que defienden el producto.

Este año, además, la campaña de verdeo, al menos en Arahál, está condicionada por la **falta de jornaleros**. En las últimas campañas, la tendencia ha sido contratar cuadrillas de fuera del municipio procedentes de **Lora del Río, Puerto Serrano o El Coronil**. «Cada vez hay menos personal disponible, nos vemos **obligados a tirar de cuadrillas de otros pueblos**. Este año hay más oferta en la hostelería y construcción por lo que quedan menos trabajadores para la campaña agrícola», explican estos agricultores.

Otra de las novedades este año es el interés que grandes empresas aceituneras instaladas en Arahál están mostrando por ampliar la compra de aceitunas del municipio. Antes de la campaña, una representación de agricultores ha mantenido una **reunión** con la empresa Arasol, del **Grupo Aceitunas Cazorla**, que en los últimos meses ha realizado una ampliación de sus instalaciones situadas en este término municipal, al pie de la A-92. La empresa lleva más de 40 años instalada en este municipio y cuenta en la actualidad con más de un centenar de trabajadores en plantilla.

Según cuenta Adrián Moreno, «la aceituna de **Arahál es la de mejor calidad**, sobre todo si quieres formar parte de la IGP, porque tiene mucha carne, se deshuesa bien y no se pone blanda gracias a la estructura de su piel. Esto lo da la tierra».

El término municipal de Arahál produce en una buena campaña entre **30 y 50 millones de kilos de aceituna manzanilla** y de 3 a 5 millones de kilos de gordal. Pero este año la campaña será corta y media. Para Francisco Humanes, «la calidad no se premia, en La Campiña lo comprobamos cuando te quedas sin product». La cooperativa que representa ha vendido toda la cosecha de la campaña anterior.

Del olivar tradicional al intensivo

El olivar tradicional se enfrenta en los últimos años a la proliferación del olivar intensivo o superintensivo. En la **provincia de Sevilla**, según datos del Sistema de Información Geográfica de Parcelas Agrícolas (Sigpac), hay 79.122 hectáreas de intensivo y 18.389 hectáreas de superintensivo frente a las 145.315 de olivar tradicional.

La diferencia entre uno y otro tipo está en el **número de árboles plantados** por hectáreas. En el olivar tradicional, la densidad es menor o igual a 210 árboles por hectárea; en el intensivo, la densidad es de 210 a 800 árboles por hectárea y, en el superintensivo, la densidad es mayor a 800.

Los **agricultores** de las comarcas de las aceitunas de mesa **son reacios** a la plantación del olivar intensivo o superintensivo cuyas cosechas se destinan a la producción de aceite. De momento, son pocos los que deciden probar y suelen ser grandes propietarios.

A Adrián Moreno el olivar intensivo no le gusta porque «causará mucho daño al entorno y a nuestro paisaje, pero entiendo que **es imparabile**. No puedes parar la tecnología».



Francisco Humanes también piensa que este tipo de olivar no se puede parar «sobre todo porque su producción requiere un **bajo coste**». La aceituna destinada a la producción de aceite se recoge con máquinas, no es un cultivo social como el olivar tradicional. Pero la aceituna de mesa tiene su lugar en el mercado y ha visto como se ha incrementado su consumo durante la **pandemia**.

https://sevilla.abc.es/provincia/sevi-seguia-persistente-condiciona-campana-verdeo-media-baja-produccion-sevilla-202109120846_noticia.html

FINANCIACIÓN
**SER LOS PRIMEROS
EN APOYARTE**

Con soluciones de financiación para impulsar tu explotación

 **AgroBank**

NRI: 3887-2021/09681

Luis Planas Puchades: “El olivar jiennense es una prioridad para el Gobierno”

Los protocolos de seguridad para acceder hasta su despacho sitúan en un pedestal extremadamente alto a una persona que, de puertas para adentro, es un hombre sencillo, un andaluz enamorado de su tierra y un gran entendido en la cartera encomendada. El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas Puchades (Valencia, 1952), inspector de trabajo de profesión, hace honores a ese dicho popular que dice “sabes más que un ministro”. Dos carpetas repletas de anotaciones le acompañan durante una larga entrevista en la que ni una sola vez tuvo que abrirlas. No se le escapa un detalle. Atento, campechano y cercano, este valenciano criado en Córdoba, con recorrido en la gestión pública, demuestra que el olivar está en el centro de sus decisiones.

—¿Qué significa para su Ministerio poder celebrar una nueva edición de Expoliva?

—Yo creo que Expoliva es una edición muy especial y estoy muy contento de haber presentado en la sede del Ministerio, aquí en Atocha, con la consejera de Agricultura de la Junta de Andalucía y con el presidente de la Diputación de Jaén esta edición 2021 que es como sabemos tres cosas: es una feria internacional, un simposium científico-técnico y un salón. Esa triple dimensión, en unas fechas que no son las habituales, reviste una condición particular. El número de expositores que se han apuntado es muy importante, 266, también el número de aceites que concurren al salón, el número de empresas, 950 presentes... Por lo



tanto, lo digo por anticipado, va a ser un gran éxito. Y, además, se sitúa en un momento muy importante, porque estamos viendo cómo la vacunación está logrando sus efectos en el conjunto de España y la sociedad europea, lo que tiene como consecuencia directa el que, lógicamente, la economía y el empleo vayan mejor. El sector agroalimentario es fundamental y, evidentemente, para mí el del olivar es clave, es una prioridad para el Gobierno y para mí como ministro.

—**¿En qué se traduce esa prioridad de la que usted habla?**

—Se traduce en que podamos hacer este año Expoliva. Es una feria bienal, por lo tanto correspondía a 2021 y la siguiente lo será en 2023, por lo que es una buena noticia refrendada en su vigésima edición.

—**¿Por qué es necesaria una feria como Expoliva?**

—Porque Expoliva es la primera feria mundial, Jaén es líder de la producción de aceite de oliva en el mundo y me parece que el liderazgo no se proclama, sino que se ejerce, y el hecho de que todo el sector se pueda reunir es una ocasión única para proyectar la imagen de España, de Andalucía y de Jaén. No nos olvidemos de un dato que me gusta repetir. Jaén este año, en la campaña 2020-2021, tiene el 17% de la producción mundial y Andalucía supera ampliamente esta campaña el 40%, por lo que parece absolutamente lógico que este encuentro sirva como un encuentro empresarial y comercial y, además, para intercambiar perspectivas sobre la realidad del sector hoy y mañana. No estamos mal cascomíos, el aceite de oliva tiene ante sí, si lo hacemos bien, un futuro muy prometedor. Por eso está el decálogo del Ministerio y todas las medidas, pero yo soy muy optimista.

—**¿Cómo valora el comportamiento del sector agroalimentario durante la pandemia?**

—Yo creo que ha sido claramente ejemplar, no me canso de repetirlo. Incluso desde el Ministerio lanzamos el año pasado, en plena pandemia, una campaña de Alimentos de España que se llamaba “El arte del saber hacer”. ¿Por qué? Porque era una forma de reconocer el trabajo de agricultores, ganaderos, pescadores, de la industria y las cooperativas y de las empresas y los trabajadores de la distribución. Ahora se trata, en un momento de la recuperación, de que ese papel central continúe siéndolo y se amplíe. Insisto, soy muy optimista con el aceite de oliva y el sector agroalimentario en general. Tenemos productos de una gran calidad, tenemos unos niveles de competitividad, en los ámbitos europeo y mundial muy altos, lo cual nos permite, como ha sido este año, tener una exportación con facturación récord de más de 55.000 millones de euros, con una balanza comercial superior a los 20.000 millones. De ahí una parte importante, evidentemente, la ocupa el aceite de oliva, casi los 3.000 millones de euros. El sector del olivar tiene unas características muy concretas. Es uno de los más importantes desde el punto de vista agroalimentario, económico, social y territorial. Tenemos olivar en quince de las diecisiete comunidades autónomas de España, principalmente en Andalucía; estamos hablando de unos 320.000 olivareros, de un conjunto de aproximadamente de 15.000 industrias de toda naturaleza y servicios complementarios y 32 millones de jornales. Es la campaña de recogida del sector español más importante. Por lo tanto, todo eso, unido a la fisonomía de nuestro olivar, que lo liga al paisaje de Andalucía y al mediterráneo de España, es tremendamente importante. Tenemos poco más 2,5 millones de



hectáreas, 1,9 millones en secano y 600.000 en regadío y, después, más de la mitad de olivar tradicional, bastante olivar intensivo, cada vez más, y un poco de superintensivo. Toda una realidad de un sector tremendamente complejo, interesante y del cual el producto final es sano y con un gran valor de venta. Esa es para mí la gran tarea, conseguir que se reconozca y se valore aún más.

—El sector olivarero jiennense vive pendiente del nuevo escenario que dibujará la Política Agraria Común (PAC). ¿En qué situación quedarán los 90.000 perceptores de ayudas y esos 83.000 que cobran menos de 5.000 euros? Hay explotaciones cuya viabilidad depende de las ayudas...

—Esta PAC tiene dos grandes novedades. La primera es el modelo de aplicación y la segunda es la orientación de cara a la sostenibilidad medioambiental. El modelo de aplicación significa que, en el pasado, teníamos el reglamento europeo y, por decreto u orden ministerial, se aplicaba en España. Ahora, desde enero de 2019, hemos iniciado un proceso de análisis, discusión y diálogo con organizaciones profesionales agrarias, con cooperativas, con la industria, con las organizaciones ambientales y de la sociedad civil y el medio rural para definir el nuevo modelo de aplicación de la PAC. Teniendo en cuenta la diversidad agronómica de España, hemos tenido que buscar, que fue el consenso alcanzado en la Conferencia Sectorial en el mes de junio en Madrid, una orientación que nos permita cubrir todas las realidades agronómicas de España, que son muy diversas. Para mí, la conozco muy bien, la realidad agroeconómica de Andalucía, particularmente del mundo del olivar, es muy específica por las razones que he dicho antes. Es importante por el producto, por la economía, por el empleo y, evidentemente, por la realidad territorial y ambiental. Por lo tanto, en esas condiciones hemos buscado un modelo de aplicación que tenga en cuenta esas realidades. Usted lo ha mencionado hace un momento. Uno de los primeros temas era quién era el preceptor de la PAC, de tal forma que ha habido diferentes puntos de vista en España sobre lo que se denomina el agricultor profesional. Yo siempre he defendido un concepto inclusivo. Es decir, en España tenemos muchas realidades, lo conocemos bien en Andalucía, tenemos olivareros que lo son a tiempo completo y tienen la mayoría de sus ingresos vinculados a la actividad olivarera y otros muchos en los que el olivar es una actividad a tiempo parcial o complementaria. Por eso desde el principio hemos definido que puede percibir la PAC aquel que esté dado de alta en el Régimen Especial Agrario de la Seguridad Social, que tenga como mínimo el 25% de los ingresos provenientes de la actividad agraria y, finalmente, que perciba un máximo de 5.000 euros de ayudas. Esta última categoría nos permite integrar a pequeños agricultores que merecen estar. Tiene un valor su producción alimentaria, social y, sin duda, ambiental. El cuidado de suelo, aire, biodiversidad y paisaje que se produce en torno al olivar hace que eso merezca un apoyo público. Ese es el planteamiento. La nueva PAC integra un pago a la renta en el cual, evidentemente, vamos a tener en cuenta las circunstancias particulares en relación, por ejemplo, con el olivar tradicional en esa definición de las veinte regiones de pago que serán el objeto del nuevo reglamento. Ahí va incluida la antigua condicionalidad verde. Junto a ello están llamados los ecoesquemas, que no son regiones, sino actuaciones, ya sea en materia de carbono o de agroecología. Particularmente, en el cultivo del olivar lo son básicamente en el primer orden, por ejemplo, en el tema de la cubiertas vegetales sembradas o espontáneas, o bien el entierro y la fijación de los restos de poda y,



en el segundo pilar, todo lo referente al olivar ecológico, que es importante y debe ser más de cara al futuro. Además, hemos creado un programa específico enfocado al olivar tradicional, dotado con treinta millones de euros anuales, que será complementado con una norma sobre reconocimiento de las organizaciones profesionales en el ámbito oleícola, que supondrá un mecanismo en el cual yo quiero fomentar el trabajo en común y, en definitiva, como se trata de pequeñas propiedades, que puedan de alguna forma combinar empresarialmente su actividad y alcanzar umbrales de rentabilidad. Usted lo decía muy bien, el problema es que sin PAC no hay rentabilidad e, incluso, con el paso del tiempo, teniendo en cuenta el incremento de costes, incluso con la PAC pueden convertirse en no viables, y mi intención es que ese olivar continúe existiendo, porque es un patrimonio que tenemos que cuidar y mimar.

—¿Tiene pensado incluir ayudas asociadas al olivar de alta pendiente y baja resolución?

—Lo que hemos hecho es una aproximación distinta, porque el olivar tradicional en pendiente lo tenemos en cuenta tanto en la definición de regiones como en la ayuda a la renta, en los ecoesquemas y en ese programa específico de ayudas ambientales. Hemos buscado cuatro instrumentos distintos dentro de la PAC como elementos de referencia porque, según los estudios, era lo más efectivo.

—El concepto “ecoesquemas” preocupa al sector...

—(Interrumpe) Por la novedad.

—¿Compensará esta nueva forma de premiar las prácticas que son sostenibles?

—La producción sostenible de cara al futuro agroalimentario no es una opción, es una necesidad, y hay que convertir esa necesidad en una oportunidad. Así de claro lo digo. Yo participo en los consejos de ministros europeos, acabo de volver de Eslovenia, y estamos permanentemente discutiendo. Todos los países de nuestro entorno, Portugal, Francia, Italia, Alemania..., están en esa senda. Y, en este sentido, España no puede quedarse atrás. Tenemos que fomentar esa sostenibilidad que, evidentemente, tiene que ser también rentable empresarialmente. Los ecoesquemas son una de las grandes novedades del enfoque ambiental. Significa que no son regiones de pago, son actuaciones que tienen dos grandes ámbitos: los relativos a la fijación del carbono, tanto en el ámbito agrario como ganadero, y los referentes a las prácticas agroecológicas. ¿Qué es lo importante? Hemos intentado hacer un menú con las comunidades autónomas, porque es una práctica voluntaria del agricultor, para que sea accesible y ambientalmente significativa. Será uno de los elementos en los que se nos juzgará a nosotros y a todos los estados miembros. Está claro que hay diversas realidades agronómicas y, en el caso de un cultivo permanente leñoso, son perfectamente aplicables las prácticas de la cubierta digital, sembrada o espontánea, o los restos de poda. Tan sencillo como eso. Estamos pensando también que, en el caso de regadío, se puedan incluir otros elementos como parte del tema que sean los relativos a la gestión sostenible de los insumos, por ejemplo, registro electrónico de los productos, la necesidad de que sea un técnico el que prescriba los productos fitosanitarios que se apliquen, etcétera.

—¿Habrá posibilidad de dejar fuera las hectáreas que no tienen derecho de pago?



—Es necesario, para acceder a los ecoesquemas, ser superficie a los efectos del pago básico. Se puede tener pago a la renta y sostenibilidad y no tener ecoesquemas porque es voluntario, pero no se puede tener ecoesquema sin pago a la renta. Está bien esta pregunta. Estamos ahora concluyendo la definición de los ecoesquemas con todas las comunidades autónomas, desde el Cantábrico hasta el Mediterráneo. Una vez que se apruebe habrá que aplicarlo y hacer un gran trabajo de explicación y de pedagogía. El papel de las administraciones públicas, de las organizaciones profesionales agrarias y de las cooperativas será fundamental. Cuento con ellas para que sean un éxito.

—¿Son los ecoesquemas una oportunidad para Jaén?

—Sin duda y sin reserva. La apuesta por la sostenibilidad es positiva para el olivar de Jaén y de Andalucía y, claramente, lo tenemos que situar ahí. Me permito recordar mi propuesta, que consiste en triplicar, de aquí a 2030, la superficie del olivar ecológico, por razones muy sencillas, porque tiene más dificultad de manejo, pero el resultado final se paga mejor en el mercado.

El respaldo del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, a la Feria Internacional del Olivar e Industrias Afines, Expoliva 2021, quedó claro en la presentación realizada en Madrid el día en el que se realizó esta entrevista. El patio de la sede ministerial se usó, por primera vez, como escenario para la comparecencia en la que también estuvieron presentes la consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, y el presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes. El aceite de oliva tiene “tirón” fuera de nuestras fronteras. Eso también se demostró.

—Jaén tiene ganada la batalla de la producción y de la calidad, pero sigue pendiente la conquista de la comercialización. ¿Qué tiene que hacer el sector para vender más aceite envasado para que el valor añadido se quede en su tierra?

—Para mí esta es una de mis grandes preocupaciones en el sector del olivar y en el agroalimentario en general de España. Yo creo que tenemos un producto excelente, acabamos de aprobar el decreto de Calidad del Aceite de Oliva que va en el sentido de mejorar la reputación y la remuneración de los productores y de la industria y, evidentemente, la confianza de los consumidores. El año pasado, en plena pandemia, como consecuencia de mi reflexión sobre mi primer periodo como ministro, con mi equipo lanzamos doce medidas para abordar, a trescientos sesenta grados, la realidad del sector del olivar y, particularmente, del aceite de oliva. Hay medidas relativas a la oferta y a la demanda, hay medidas relativas a la calidad, trazabilidad y al etiquetado, otras que tienen que ver con la PAC... Por lo tanto, un conjunto de elementos muy importantes. Lo que usted plantea en relación con la promoción es fundamental, pero antes viene el tema también de la regulación de la oferta, porque es clave que consigamos eliminar el tobogán de producción y de precio. Esas medidas de oferta, tanto del artículo 209 promovido por cooperativas, como del 167 bis regulado por el Ministerio a través de un decreto, son elementos muy importantes para conseguir que esa subida y bajada de precios y producción se pueda equilibrar en grandes campañas. Efectivamente, lo que hay que hacer es abrir el campo, abrir la comercialización y crecer. En este momento vendemos, si mi memoria es correcta, en 160 países del mundo y, en algunos de ellos, somos el primer vendedor de aceite. Tenemos una producción media que se sitúa en 1,4 millones de toneladas, este año hemos consumido en el mercado interior 550.000 y 1.130 toneladas, cifra



récord, hemos exportado al exterior. Además, la campaña mundial ha sido ligeramente superior a los 3 millones, con la discordancia de que en el mundo ha bajado mientras en España se ha mantenido alta, y en ese contexto tenemos que conseguir que se expanda a los mercados.

—¿Cómo?

—Mediante iniciativas de promoción que tienen varios ámbitos. He hablado hace un momento de calidad y trazabilidad, es fundamental darle garantías. En segundo lugar, hay que recordar que el aceite de oliva es el vértice de la dieta mediterránea y, a partir de ahí, el objetivo es claro, no utópico, sino realista: que en un futuro no muy lejano (hoy el aceite de oliva es el 3% de las grasas vegetales) haya una botella de aceite de oliva en cada hogar del mundo. Lo podemos lograr, no sé si esta generación o la próxima. No me olvido de su pregunta sobre el embotellado. Yo creo que es muy importante, es clave para la valorización. Y, de hecho, vinculada a la campaña este año hemos tenido otra buena noticia: la desaparición de los aranceles de exportación a Estados Unidos, lo que ha supuesto para nuestro aceite, sobre todo el virgen extra embotellado, una gran oportunidad de futuro. Yo estoy absolutamente convencido de que la valorización pasa por el embotellado e, incluso, con la presentación.

—Dice usted que le preocupa el tobogán de los precios. ¿Cómo hará para que se cumpla la Ley de la Cadena Alimentaria con el fin de evitar que se venda el aceite por debajo de los costes de producción?

—Para eso están los mecanismos de las administraciones públicas, dirigidos por la Agencia de Información y Control de España, ICA, en el cual está implicado el Gobierno de España y todas las comunidades autónomas que tienen esa capacidad de colaborar, buscar y evitar que esas situaciones se produzcan. La reforma que hicimos el año pasado de la Ley de Cadena Alimentaria fue fundamental, porque situamos que nada se puede vender por debajo del coste de producción, lo cual supone una mejora para el productor, la primera de ellas es la capacidad de organización, y en segundo lugar, el que legalmente sea así. Yo creo que cada vez más esta es una cultura de justa y digna remuneración por el trabajo realizado que está haciendo recorrido. Lo hemos visto ahora con la pandemia. El reconocimiento de la importancia de los productos agroalimentarios y de las bebidas para nuestra salud. Yo siempre digo que el problema no es que los alimentos sean ni caros ni baratos. Los alimentos cuestan lo que cuesta producirlos y el beneficio digno que debe recibir el productor. Esa es la clave y estoy convencido de que esa cultura de remuneración del esfuerzo que ya está presente en gran parte del sector, sin duda, se implantará.

—¿Cómo se puede combatir el uso del aceite como producto reclamo en las estanterías?

—Este es uno de los aspectos que regula la ley, poniendo coto a las prácticas comerciales que sean desleales y, además, una segunda reforma está en estos momentos en tramitación en el Congreso de los Diputados que va a incorporar la directiva europea de 2019 y que ayudará a suplementar ese elemento. Por lo tanto, la utilización del aceite de oliva o de la leche como reclamo, en ocasiones por debajo de los precios con los que fueron comprados, es lo que queremos evitar a través de la ley y, de hecho, cada vez más estamos haciendo



progreso. Las organizaciones agrarias están cada vez más en ello, la industria es más consciente e, incluso, la distribución. Es una labor del conjunto de la cadena.

—**¿Qué opina del modelo cooperativista que impera en Jaén?**

—No solo en Jaén, sino en el conjunto de España, el modelo cooperativista es una de las espinas dorsales de nuestro sistema agroalimentario, es un modelo que me gusta y, en el caso del aceite de oliva, asume una gran responsabilidad. Son dos tercios del conjunto del volumen de la producción los que están en manos de entidades cooperativas y mi única preocupación es que cada vez sean más eficientes empresarialmente, es decir, aparte de la capacidad de recoger el producto y de transformarlo, es muy importante que esté presente la innovación, la digitalización, una comercialización... Las cooperativas no solo tienen que limitarse a recoger la aceituna, sino que tienen que valorizar el producto que les ha sido entregado. Ese es el gran reto de futuro.

—**Y la integración...**

—Por supuesto. Tenemos un elevado número de cooperativas, que es una muestra de la riqueza y la diversidad de España, pero la unidad hace la fuerza y deberíamos ser capaces de activar mejor el mecanismo de nuestro sistema cooperativo, el cual yo apoyo.

—**¿Tiene previsto el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación contemplar reducciones fiscales por las tormentas?**

—Le doy la vuelta a su pregunta. Lo primero que hay que hacer en relación con las intemperies y el cambio climático es el aseguramiento. El olivar es uno de los sectores en los que la penetración y la presencia del seguro agrario es menor de la que sería deseable, por lo que esta es la primera llamada, con independencia de las decisiones que se puedan tomar en materia fiscal o de módulos. Tenemos el sistema de aseguramiento de Europa más completo y eficaz. El otro día el presidente de Francia, Emmanuel Macron, en un discurso mencionó el modelo español, lo que me hizo estar muy orgulloso como ministro.

—**¿Conseguirá el Paisaje del Olivar de Andalucía ser declarado Patrimonio Mundial?**

—Ojalá. El olivar lo recorro caminando, cuando voy por Jaén o por Andalucía en coche, también desde el aire... La verdad es que la fotografía aérea y física demuestra que es un patrimonio digno de reconocer por la Unesco. Es uno de los paisajes más bellos del mundo, es muy mediterráneo, yo diría que, en algunos casos, el intensivo hace que parezcan jardines organizados de una forma geométrica distinta, me encantan todos los olivares, es nuestra seña de identidad.

—**¿Echa de menos su tierra, Córdoba, Andalucía?**

—Siempre. La echaba de menos cuando estaba en Bruselas y, ahora, en Madrid. En cuanto puedo me voy a casa, a Andalucía. Cuando me llamó el presidente del Gobierno para proponerme ser ministro de Agricultura estaba caminando por un olivar. Es un lugar magnífico para trabajar y para disfrutar.

—**¿Qué visión tiene de la provincia de Jaén?**



—Jaén tiene esa realidad puente entre el conjunto de Andalucía y el resto de España y, además del olivar, es muy importante como plataforma logística para el conjunto del país, sin olvidar la aportación científica de la Universidad de Jaén, esto me gusta subrayarlo siempre, y la industria. Particularmente yo soy muy defensor de nuestra industria auxiliar en materia agrícola y ganadera. Estoy pensando mecanismos de apoyo, además de ayudas para la renovación, encaminados a la producción y comercialización de maquinaria agrícola, que es muy importante con vistas al futuro. Se trata de que vendamos alimentos y bebidas, además de servicios.

<https://www.diariojaen.es/jaen/luis-planas-puchades-el-olivar-jiennense-es-una-prioridad-para-el-gobierno-YG8019991>



Excelencia olivarera en Priego de Córdoba

- La Denominación de Origen del aceite prieguense cumple 25 años, tiempo en el que ha recibido más de 2.300 premios
- Más del 30% de los olivos se cultiva en pendiente

La [Denominación de Origen Protegida \(DOP\)](#) de Priego de Córdoba cumple 25 años de excelencia con la totalidad de sus marcas de aceite virgen extra reconocidas en los concursos internacionales y centrados en la innovación y la creación de cultura olivarera como retos del futuro.

La secretaria general de la DOP, Francisca García, ha explicado que han sido 25 años "creciendo" y apostando por un sector en Priego de Córdoba del que **viven "6.000 familias"** que trabajan una "extensión de terrenos pequeños" y que se aglutinan en "trece almazaras" para sacar al mercado un total de "20 marcas".

Desde su creación hasta ahora, la denominación cordobesa ha ido profundizando en la "sostenibilidad" y en la "protección" tanto de sus agricultores como de su variedad autóctona haciendo una "apuesta decida por la calidad, la innovación y creando cultura oleícola, que hace falta mucha en este país".



García explica que la denominación inculcó desde un principio un "cambio de mentalidad" en los agricultores en la **búsqueda de la "calidad"** y, por ello fue prácticamente la pionera en "adelantar la recogida de la aceituna de enero a octubre".

"Antes se recogía a principios de enero y la aceituna ya estaba bastante madura, por lo que apostamos al cambio a una recogida temprana", ha resaltado García, quien ha destacado el acierto para crear aceites que **"han recibido más de 2.300 premios"** a nivel nacional e internacional".

La denominación engloba a los localidades de **Almedinilla, Carcabuey, Fuente Tójar y Priego de Córdoba** y cultiva tres variedades autorizadas, como son hojiblanca, picual y la autóctona picuda, que se encuentra el 60% de las 30.000 hectáreas de olivar de la zona. Ubicada en el corazón del parque natural de las sierras subbéticas de Córdoba, algunos de los **olivros milenarios** con los que cuentan están a más de 1.000 metros de altitud, por lo que la especial orografía, más del 30% se cultiva en pendiente, y la climatología hacen que el producto final "sea inigualable".

Actualmente, el aceite de Priego de Córdoba "se envasa en más de 35 países" y la variedad picuda es una de las "más reconocidas a nivel internacional", ya sea en "Italia, Japón, Alemania o Francia", premiando la "calidad" y el "trabajo que se hace aquí".

De hecho, en lo que va de año las marcas amparadas por la denominación cordobesa han recibido más de 110 premios en los concursos de todo el mundo, en los que incluso ha tenido que competir en algunos casos con los "aceites de nueva cosecha".

Actividades por el 25 aniversario

Para celebrar los 25 años del marco regulador, se han organizado multitud de actividades "muy enfocadas a la innovación gastronómica", como la creación de "25 recetas con distintos cocineros de primer nivel" quienes "deben ser nuestros principales embajadores para dar a conocer los usos del aceite".

También se está trabajando en un nuevo producto, el aceite de oliva para "fritura" de alta calidad, mientras que se están organizando jornadas gastronómicas dirigidas a la restauración, la hostelería y el propio consumidor final.

La creación de la **"cultura oleícola"** es una de las premisas importantes para la denominación, por lo que se potencian las "catas infantiles".

Finalmente, una gran gala a final de año para entregar los "premios picudo" a los "embajadores" que "año tras año" y en "distintos ámbitos del deporte o la cultura" promocionan el aceite de Priego cerrarán los actos del aniversario.

Y con la pandemia llegó el momento de "adaptarse" al mundo digital e innovar "en la promoción", algo que se ha logrado "bastante bien" hasta el punto de hacer **catas online** en las que denominación hacía llegar los *kits* por correo antes de proceder a la muestra.

"Ahora se retoman las ferias, pero no podíamos dejar de posicionarnos", subraya García, quien incide en que las empresas están obligadas a trabajar en "otras líneas" ya que se trata de "innovar o morir".

Sobre todo en un contexto en el que la reciente crisis de precios afecta aún más al olivar que se trabaja en pendiente ya que los costes de producción son "mucho más elevados" que los superintensivos.

Por ello, García reclama que la Política Agraria Común (PAC) tenga en cuenta "ayudas específicas" para este tipo de olivar que ayudaría a "fijar la población al mundo rural" además



de "seguir garantizando" un aceite de oliva virgen de "inigualable calidad", lo que permitirá a Priego de Córdoba cumplir por lo menos otros 25 años más de excelencia olivarera.

https://www.eldiadecordoba.es/provincia/Excelencia-olivarera-Priego-Cordoba_0_1610239466.html



El Parlamento Europeo da un paso más para sacar adelante el acuerdo de la PAC

La Eurocámara dio un paso más para la luz verde definitiva a la futura PAC con la aprobación del acuerdo en la comisión de Agricultura del Parlamento Europeo.

La PAC va cogiendo forma, poco a poco. Esta semana, el Parlamento Europeo ha dado un paso más para sacar adelante el acuerdo, pues los eurodiputados dieron luz verde a los tres reglamentos de la reforma, acordada provisionalmente el pasado junio por las instituciones europeas.

Por un lado, aprobaron con 38 votos a favor, 8 en contra y dos abstenciones el reglamento sobre los planes estratégicos, mientras que el de la organización común de mercados logró 40 votos a favor, 5 en contra y 3 abstenciones.

El reglamento de la regulación sobre la financiación de las ayudas, por su parte, obtuvo 39 votos a favor, 7 en contra y 2 abstenciones.

Las normas habían sido acordadas de manera informal en junio por los negociadores de las instituciones europeas.

Entre otros aspectos, el acuerdo dice que al menos el 10% de los pagos directos nacionales debe ser utilizado para apoyar a las pequeñas y medianas explotaciones y avala que los países puedan usar al menos el 3% de sus presupuestos de la PAC para apoyar a los jóvenes agricultores.

Está previsto que el texto sea aprobado por el pleno de la Cámara, posiblemente durante la sesión del próximo noviembre.

<https://valenciafruits.com/parlamento-europeo-paso-sacar-adelante-acuerdo-pac/>



Expertos de varios países componen el jurado del I Galardón Olivicultura Jaén

El premio estará dotado con 6.000 y 3.000 euros

Expertos de varios países componen el jurado que se encargará de fallar el I Galardón Internacional Ciudad de Jaén al conocimiento de la Olivicultura promovido por el Ayuntamiento de Jaén, capital mundial del aceite de oliva.

La edil de Medio Ambiente, Agricultura y Sostenibilidad, María del Carmen Angulo, explica que este galardón, dotado con 6.000 y 3.000 euros, es la primera iniciativa de fomento y refuerzo de esa capitalidad que la ciudad impulsa en la línea del papel que juega tanto en la producción como en la representatividad del cultivo, su promoción e industria. El galardón se entregará en un acto coincidiendo con la celebración de esta próxima edición de Expoliva 2021, la Feria Internacional de Olivar e Industrias afines que sitúa a la capital en el mapa del sector durante varios días.

En este sentido, ya se ha celebrado la primera de las reuniones con las que, a lo largo de los próximos días el jurado cerrará los reconocimientos. Este órgano está compuesto por:

- Presidente: Juan Vilar Hernández CEO y socio fundador Juan Vilar-Consultores Estratégicos, experto a nivel mundial en olivicultura. (Jaén. España).
- Gianfranco Vargas, Investigador oleícola y fundador de Sudoliva (Perú)
- Verónica Guirado, founder and CEO of Vezorla, (Canadá).
- Jorge Pereira, Internacional olive oil consultant and profesor (Uruguay).
- Monlli Msallem, International olive oil consultant and researcher, (Túnez)
- Adel Magid, Monitoring Manager of Jadco Olive Oil, KSA (Arabia Saudi)
- MariLuz Hurtado, profesora Universidad de Chile
- Mariana Matos, Casa Do Azeite General Secretary, Portugal



La coordinadora del Jurado será la propia María del Carmen Angulo Montoro como concejala delegada de Medio Ambiente, Sostenibilidad y Agricultura, Centro Especial de Empleo, Escuela Taller e IMEFE (Ayuntamiento de Jaén).

Este galardón tiene como objetivo divulgar, potenciar e impulsar el conocimiento en todas sus vertientes de la olivicultura y elaiotecnia en su más amplia transversalidad (medicina, química, agronomía, economía, música, gastronomía, arte, etc.) de instituciones, organizaciones y personalidades, tanto del ámbito público como privado, nacionales o internacionales. Los candidatos han sido seleccionados de entre un elenco en clave rigurosa, documentada, justificada y valorada de forma minuciosa y de los que saldrán los que sean finalmente galardonados. El jurado se ha reunido virtualmente en distintas ocasiones, realizándose la última reunión el pasado 9 de septiembre de 2021, emplazándose para el próximo miércoles 15 de septiembre para la decisión final. Además de los dos premios de 6.000 y 3.000 euros habrá un reconocimiento a la trayectoria sin dotación económica.

El I Galardón Internacional "Ciudad de Jaén" al conocimiento de la Olivicultura cuenta con el apoyo en el patrocinio de la Diputación de Jaén, Ifeja (Institución Ferial de Jaén), Molino de las Torres, Casería de Jesús y Cooperativa Ciudad de Jaén y Mahou San Miguel, esta última como apoyo a la celebración de la gala de entrega.

Jaén capital es el segundo territorio con mayor superficie de olivar de la provincia y registra producciones que se acercan a los 40 millones de kilos de fruto y 8 millones de kilos de aceite de oliva.

<https://www.diariojaen.es/jaen/expertos-de-varios-paises-componen-el-jurado-del-i-galardon-olivicultura-jaen-CA8020015>

“Reconocimiento a la Excelencia” para la compañía oleícola Castillo de Canena

La directora comercial de la empresa, Rosa Vañó, fue la encargada de recoger el galardón

El XXXII Congreso Internacional de Marketing AEMARK 2021, organizado por profesorado del Área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén (UJA) y la Asociación Española de Marketing Académico y Profesional AEMARK, llegó a su clausura este pasado viernes con la entrega de sus premios anuales, que entre otros recayeron en la compañía oleícola Castillo de Canena, que recibió el 'Reconocimiento a la Excelencia', y en el catedrático de la Universidad de Granada Teodoro Luque Martínez, al que se le otorgó el "Premio a Mejor Trayectoria en Marketing".

La directora comercial de Castillo de Canena, Rosa Vañó, fue la encargada de recoger el "Premio a la Excelencia en Marketing 2021". "Tanto para Castillo de Canena, que es una compañía oleícola que desde el primero momento se ha dedicado al posicionamiento de la marca, como personalmente para mí por mi trayectoria profesional que siempre he enfocado al marketing, que te otorguen este reconocimiento es el mejor de los premios", declaró Rosa Vañó, que se refirió a esta disciplina como "complicada pero muy necesaria, e igual de importante que los departamentos de calidad o de I+D+i para la empresa".



Por su parte, el catedrático del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la UGR Teodoro Luque Martínez, afirmó que “es un gran honor y un motivo de alegría” recibir un galardón otorgado a una trayectoria profesional de más de 30 años. En este sentido, destacó la evolución que se ha producido en esta área en cuanto a la oferta de títulos de Grado y Postgrado. Además, mostró su satisfacción por la evolución demostrada por el profesorado de la UJA, “que ante el déficit que en general había en la economía y la sociedad española respecto al marketing, supo enfocar su actividad investigadora a su entorno”.

El resto de premiados fueron: Daniel Belanche, Luis V. Casaló, Carlos Flavián, y Jeroen Scheper, Premio a Mejor Artículo de Investigación; José Juan Escario, Carla Rodríguez-Sánchez y Luis V. Casaló, accésit al Premio a Mejor Artículo de Investigación; Jesús Cambra-Fierro, Iguácel Melero-Polo, Lia Patricio y F. Javier Sese, accésit al Premio a Mejor Artículo de Investigación; Paula Bitrián Arcas, Isabel Buil Carrasco y Sara Catalán Gil, Premio a la Mejor Ponencia; Carlos Orús Sanclemente, Raquel Gurrea-Sarasa y Sergio Ibáñez-Sánchez, Premio al Mejor Artículo Publicado en Spanish Journal of Marketing-ESIC; Luis Alberto Casado-Aranda, Carla Rodríguez-Sánchez, Franco Sancho-Esper, Juan Sánchez-Fernández y Ricardo Seller-Rubios, Mejor Trabajo en Curso; María de los Ángeles Revilla Camacho, Premio al Mejor Revisor de Spanish Journal of Marketing-ESIC; Sergio Ibáñez Sánchez, Mejor Tesis Doctoral; Elisabet Mora, Natalia Vila, Inés Küster y Cecilia Ugalde, Mejor Póster.

Más de 230 profesionales han asistido a este congreso que se ha celebrado desde el miércoles 8 en las ciudades de Úbeda y Baeza, y en el que, al igual que en ediciones anteriores, han sido elementos de diferenciación la creciente proyección internacional, las sesiones plenarias que han contado con la participación de editores de revistas internacionales, conferenciantes, empresarios y directivos y también, el fomento a la participación de jóvenes investigadores.

<https://www.diariojaen.es/provincia/reconocimiento-a-la-excelencia-para-la-compania-oleicola-castillo-de-canena-NH8018681>

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



Aceite de Orujo de Oliva: conoce las ventajas que puede aportar a tu cocina

Con una excelente relación calidad – precio y un sabor suave y neutro, el Aceite de Orujo de Oliva es una de las variedades de aceite más adecuadas para cocinar, sobre todo si hablamos de fritura.

Aunque España es el mayor productor mundial de aceitunas y de aceite de oliva, existe un producto procedente del olivar al que aún no hemos prestado la atención que merece y sigue siendo un gran desconocido para todos. Poco sabemos aún de las ventajas de usar Aceite de **Orujo de Oliva en nuestra cocina.**

El aceite es un básico a la hora de preparar cualquier elaboración: todos tenemos muy claro que está presente en recetas de todo tipo, tanto dulces como saladas. Pero lo que nos cuesta más es saber qué tipo de aceite nos va a dar mejor resultado para cada plato. La respuesta a esa duda dependerá mucho de qué queramos preparar, pero sin dejar de tener en cuenta el sabor y la rentabilidad. Por eso, el Aceite de Orujo de Oliva es una opción muy interesante por su versatilidad en cocina, pues se comporta muy bien en aquellas técnicas de cocción que requieran someter el aceite a altas temperaturas, y por su excelente relación calidad – precio. Aceite de Orujo de Oliva, la mejor opción para freír

Si tuviéramos que elegir cuál es el uso en el que el Aceite de Orujo de Oliva no tiene rival, ese sería la fritura, una de las técnicas culinarias más arraigadas a nuestra cultura gastronómica y donde más cantidad de producto necesitamos (no hay que olvidar que para freír de manera adecuada y conseguir frituras que no queden aceitosas y sí muy crujientes hay que sumergir completamente el alimento en aceite).

En este sentido, el Aceite de Orujo de Oliva destaca por su **estabilidad y durabilidad**, pues puede usarse para varias frituras sin que se alteren sus propiedades. En concreto, puede reutilizarse más del doble de veces que el aceite de girasol convencional, según [estudios](#) realizados por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Un dato que, pensando en la economía doméstica, le convierte en un producto muy interesante, con el consiguiente ahorro para el bolsillo.

Además, el Aceite de Orujo de Oliva es **muy resistente a las altas temperaturas** ya que soporta hasta los 230 – 240 °C sin quemarse y sin alcanzar su punto de humo, por lo que minimizamos el riesgo de que se estropee (la temperatura adecuada para fritura es de 180 °C). Como ventaja adicional, se caracteriza por un sabor suave, lo que nos permitirá disfrutar del gusto original del alimento que estamos friendo, desde una guarnición de patatas, a una ración de croquetas o *pescaíto* frito pasando por una tempura de verduras.

Otros usos del Aceite de Orujo de Oliva

Más allá de la fritura, las propiedades organolépticas del Aceite de Orujo de Oliva hacen que también funcione muy bien para preparar salsas, postres y sofritos. Podremos sacarle mayor partido utilizándolo en otras elaboraciones habituales en la cocina del día a día. El secreto está en un sabor neutro, siendo una elección recomendable para recetas tan cotidianas como mayonesas, hojaldres o bizcochos.

Propiedades nutricionales del Aceite de Orujo de Oliva

El Aceite de Orujo de Oliva es una de las cuatro categorías de aceite que procede del olivar. De ahí su valor nutricional: muy rico en ácido oleico (hasta un 80 %) y con compuestos



bioactivos (2 %) algunos de ellos exclusivos, como el escualeno o el betasitosterol, que le aportan propiedades diferenciales como su excelente estabilidad. Precisamente, estos compuestos tienen especial interés porque [estudios](#) recientes del CSIC han demostrado que resisten a la fritura y se transfieren a los alimentos fritos mejorando su calidad nutricional. Ahora ya lo conoces: el secreto mejor guardado del olivar se llama Aceite de Orujo de Oliva. Un ingrediente que puedes usar en numerosas [recetas](#) por su calidad, rentabilidad y versatilidad.

ORIVA, una asociación para poner en valor el Aceite de Orujo de Oliva

[ORIVA](#) es la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva, entidad sin ánimo de lucro dedicada a promover el conocimiento e investigación del Aceite de Orujo de Oliva.

Fundada en mayo de 2015, su misión es **promover y potenciar el consumo de Aceite de Orujo de Oliva** mediante acciones de comunicación, acuerdos estratégicos y, como eje fundamental, la investigación, de la mano de científicos de primer nivel. Su puesta en marcha marcó un hito ya que, por primera vez, una organización aglutinaba a todos los integrantes que conforman la cadena de valor del Aceite de Orujo de Oliva.

https://www.elespanol.com/cocinillas/reportajes-gastronomicos/20210910/aceite-orujo-oliva-conoce-ventajas-aportar-cocina/610189843_0.html



Nueva APP que conecta a productores de AOVE de todo el Mediterráneo

Impulsada a través del proyecto Artolio

Olimerca.- Los productores israelíes y palestinos han sido de los primeros en probar la primera versión de una aplicación que conecta a productores de aceite de oliva virgen extra de todo el Mediterráneo, desarrollada a través del proyecto Artolio, del que España es partícipe ([ver noticia aquí](#)).

Esta aplicación digital permitirá a los agricultores aprender de otros agricultores, familiarizarse con las nuevas tecnologías e innovaciones, administrar sus negocios de manera eficiente y unirse a una comunidad más grande.



"Me alegro de haber venido a pesar de la dificultad y quiero conocerlos a todos. Incluso si llevamos décadas cultivando aceitunas, siempre hay algo que aprender más, y si no logramos reunirnos, al menos hablaremos con nosotros". unos a otros a través de la aplicación ", ha afirmado uno de los productores palestinos.

A través de este proyecto, los agricultores de pertenecientes a este proyecto están construyendo una nueva comunidad regional digital de agricultores locales calificados para dar visibilidad a su producto.

El proyecto, que se lanzó en octubre de 2021 y se espera que se complete, la fecha de finalización es febrero de 2023, está financiado por la Unión Europea en el marco del Programa ENI CBC Med. Tiene un presupuesto total de 2,9 millones, con el 90% de la financiación proporcionada por la Unión Europea (2,6 millones).

Miembros de Artolio

Artolio cuenta como miembros participantes organizaciones de los países mediterráneos de Israel, Grecia, Francia, Chipre, Palestina, Jordania y España: 'Agricultural Research Organization' ('ARO Volcani Center' y socios del 'Beit Hakerem Cluster'), como coordinadores; 'Amman Center for Peace and Development' (Jordania); 'Palestinian Centre for Agriculture Research and Development' (Palestina); 'American Farm School Post-Secondary Educational and Training Association' (Grecia); 'Hellenic Agricultural Organization DEMETER' (Grecia); 'Department of Agriculture – Ministry of Agriculture, Rural Development and Environment' (Chipre), la Universidad de Córcega 'Pasquale Paoli' (Francia), 'Kellenfol Advertising S.L.' (España) y el Centro de Estudios Avanzados en Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén (España).

<https://www.olimerca.com/noticiadet/nueva-app-que-conecta-a-productores-de-aove-de-todo-el-mediterraneo/02527d8201513b14fc59b814cec16182>

The infographic is divided into four main sections. The first section, 'ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA', features a close-up of olive oil being poured from a glass funnel and mentions ENAC accreditation and COI recognition. The second section, 'ANÁLISIS DE ACEITUNA', shows a basket of olives and states it is the only laboratory with ENAC accreditation for NIR technique. The third section, 'ANÁLISIS AGRONÓMICOS', includes a photo of an olive grove and lists services for soil, leaves, and water. The fourth section, 'LABORATORIO TÉCNICO AGRARIO', displays the OLIVARUM logo, ENAC accreditation, and COI recognition for olive and olive pomace analysis.



El mercado norteamericano

Los aranceles que Estados Unidos, por culpa de un conflicto con Airbus, impuso al aceite de oliva y a la aceituna de mesa supusieron un duro golpe para los agricultores jiennenses que, con esfuerzo y sacrificio, invirtieron años y dinero para entrar en un mercado que es difícil de conquistar. Llevar hasta las estanterías el producto estrella de la provincia y conseguir que se venda no fue una cuestión de dos días, por lo que la decisión del Gobierno del anterior presidente, Donald Trump, tiró por la borda un complicado trabajo. La vuelta atrás, un año y medio después, genera esperanza en un sector que tiene como gran reto la comercialización de envasado y que, en este sentido, da pasos de gigante. La eliminación del impuesto arancelario hace que las exportaciones registren un regreso a la normalidad que se traduce en un incremento del 34% de las ventas en los supermercados norteamericanos. Resulta crucial que la propuesta de suspensión de los aranceles se extienda más allá de los cinco años aprobados para que quienes invierten en algo tan difícil como es la venta al exterior tengan las garantías suficientes de que será a largo plazo. Ni que decir tiene que los jiennenses, y los andaluces en general, son conscientes de que, una vez ganada la batalla de la calidad y de la producción, la comercialización es el gran reto pendiente, sobre todo, aquella que sustituya los camiones cisternas por botellas de cristal. Es importante la introducción en el mercado norteamericano, pero más lo será la conquista del chino. Todavía queda mucho camino por recorrer y, en cierto modo, es un campo repleto de oportunidades de crecimiento para un sector que es clave en la economía de las familias jiennenses.

<https://www.diariojaen.es/opinion/editorial/el-mercado-norteamericano-IH8018864>

