

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

9 de julio de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



José Luis Maestro, presidente de ORIVA: "La subida de precios ha hecho más visible al aceite de orujo de oliva".

La productividad del olivo portugués se triplica en dos décadas.

GO BOVINOLIVE y el uso de subproductos del aceite de oliva en la ganadería.

Una quincena de cocineros estrellas Michelin y una veintena de Soles Repsol participarán en el Curso de Verano de la UJA sobre "Gastronomía, sostenibilidad y desarrollo territorial a través del arte culinario: el caso de la provincia de Jaén"

Pabellón España Food & Hotel Asia Singapur 2025.



José Luis Maestro, presidente de ORIVA: "La subida de precios ha hecho más visible al aceite de orujo de oliva"

Desde su creación en 2015, la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA) se dedica a la divulgación y promoción del aceite de orujo de oliva con los objetivos de mejorar la notoriedad y reconocimiento del producto e impulsar su consumo en el mercado interno. En esta entrevista publicada en Mercacei Magazine 119 -de la que recogemos un extracto-, su presidente, José Luis Maestro, realiza un balance de los logros que ha alcanzado la organización en estos años, así como de la situación del sector en el actual contexto inflacionista. Según Maestro, la subida de precios ha hecho más visible al aceite de orujo de oliva y favorecido su comercialización, pero también su producción ha descendido y sus costes se han incrementado, "con todo lo que ello implica".

En 2015 se constituyó la Interprofesional del Aceite de Orujo de Oliva. ¿Qué avances ha logrado la organización en todos estos años?

El principal logro de ORIVA es la unión de toda la cadena de valor del aceite de orujo de oliva y en torno a esta unión sumar esfuerzos para dar a conocer el producto y ponerlo en valor. Ya son tres extensiones de norma, lo que muestra la solvencia y continuidad del proyecto.

El contexto inflacionista ha favorecido que más consumidores se interesen por el producto, lo prueben y lo adopten como el aceite de cabecera en sus cocinas.

¿Cuáles son los objetivos principales de este instrumento y qué balance hace de las dos anteriores extensiones de norma?

El balance es positivo y por eso ha existido el consenso y el compromiso de todos los que integramos ORIVA para una tercera extensión de norma -aprobada recientemente-. Los objetivos siguen siendo los mismos: trabajar la notoriedad y el reconocimiento a través de la divulgación y la investigación. Son objetivos a largo plazo y los recursos son limitados, de ahí la importancia de prolongar nuestra actividad. Hemos asentado los cimientos y en esta nueva etapa hay que seguir construyendo.

¿Cómo ha mejorado la imagen de este producto? ¿Continúa habiendo confusión por parte del consumidor en torno al aceite de orujo de oliva?

ORIVA nos da el marco para conseguir una imagen acorde con lo que somos: un aceite único y un actor imprescindible del olivar. Los estudios de mercado muestran avances tanto en notoriedad como en reconocimiento, pero somos conscientes de que se trata de un trabajo a largo plazo.



Nuestro objetivo es contribuir a un consumidor informado que pueda elegir la opción que mejor se ajuste a sus necesidades entre la amplia gama de grasas vegetales del mercado. El aceite de orujo de oliva se posiciona como una alternativa muy completa, reuniendo atributos de calidad, precio y sostenibilidad.

El sector del aceite de oliva encadena dos campañas de baja producción. ¿Qué balance hace de la actual campaña 2023/24 en el caso del aceite de orujo de oliva?

De la producción media anual de 130.000 toneladas de aceite de orujo de oliva crudo, en la campaña 2022/23 se registró un descenso hasta las 99.000 t., si bien aumentó la comercialización un 14%, según los datos de ANEO. La campaña 2023/24 viene igualmente marcada por la baja producción, así que nos movemos en unas previsiones similares y con la preocupación compartida sobre el impacto que la sequía está teniendo en el olivar.

La situación de elevados precios de los aceites de oliva está impulsando el consumo del aceite de orujo de oliva en el mercado nacional. ¿Cree que este aumento sólo se debe a que el precio medio del litro de este producto está por debajo del promedio del mercado o a que los hogares comienzan a apostar por este aceite?

Influyen los dos factores. La subida de precios ha obligado a los consumidores a buscar alternativas más económicas. El aceite de orujo de oliva también se ha encarecido, pero en menor medida, y permite una opción más accesible sin renunciar a la calidad. El contexto inflacionista ha favorecido que más consumidores se interesen por el producto, lo prueben y lo adopten como el aceite de cabecera en sus cocinas.

¿Cómo se podría consolidar esta positiva tendencia actual de consumo?

Una vez que el consumidor prueba el producto, el objetivo es conseguir la fidelidad. No hay fórmulas mágicas, sino responder a las expectativas de calidad nutricional, versatilidad, precio, rentabilidad y sostenibilidad, con los que somos capaces de satisfacer a diferentes perfiles y segmentos de consumo. En ORIVA seguiremos trabajando para mostrar y demostrar estas ventajas y contribuir así a mantener la tendencia positiva en su consumo.

¿Este aumento del uso del aceite de orujo de oliva también se está notando en la restauración?

La restauración ha sido tradicionalmente el principal canal de distribución en el mercado interno y, en este sentido, fue el primer canal en el que notamos una mayor demanda de producto.



Con esta situación de elevados precios, algunos segmentos del sector tienen la percepción de que los orujeros son los menos perjudicados. ¿Esto es así?

La subida de precios viene por una preocupante situación en el campo y en el olivar que afecta a todos los segmentos del sector. La percepción dista de la realidad porque la subida de precios ha hecho más visible al aceite de orujo de oliva y ha favorecido su comercialización, pero también nuestra producción ha descendido y nuestros costes se han incrementado, con todo lo que ello implica.

¿Qué investigaciones destacaría sobre los aspectos beneficiosos del aceite de orujo de oliva para la salud?

Todas las investigaciones que hemos realizado con el CSIC tienen como común denominador la composición saludable del aceite de orujo de oliva, muy rico en ácido oleico y con un 2% de componentes menores de interés nutricional, algunos de ellos exclusivos. Los resultados obtenidos han evidenciado principalmente sus efectos positivos a nivel nutricional y en salud cardiovascular.

A nivel internacional, ¿cuáles son los principales mercados consumidores de aceite de orujo de oliva?

El mercado internacional copa el 85% de nuestra producción con presencia en cerca de 130 países. En la última campaña los principales destinos de exportación han sido Italia, Estados Unidos, Portugal, México y Reino Unido. Es interesante también la presencia en mercados como Emiratos Árabes, India o y China. Estos países suman cerca del 58% de las exportaciones, mientras que el 42% está bastante atomizado.

¿Cómo se han modernizado las orujeras en los últimos años? ¿Cómo han irrumpido la digitalización y las nuevas tecnologías -incluyendo la emergente Inteligencia Artificial (IA)- en este sector?

La industria orujera tiene un componente tecnológico muy importante y ha acometido las transformaciones derivadas de la digitalización en todas sus fases y procesos. En el caso concreto de la Inteligencia Artificial, aún es incipiente y los cambios se están dando de manera muy rápida, pero la industria no es ajena a sus oportunidades, especialmente en el ámbito predictivo.

Existe esperanza de cara a los próximos meses para volver a tener una cosecha normal. ¿Comparte esta visión? ¿Cómo prevé el futuro del sector a corto plazo?



Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland ENERGY

GRUPO oleícola jaén

Av. Vilches, KM 3,5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953.68.08.15 - bioland@grupooleicolajaen.com



Todos lo esperamos y la climatología no está siendo tan adversa, pero tampoco favorable. Las consecuencias del cambio climático ya están aquí y van a condicionar irremediablemente nuestra actividad. Tenemos que actuar y estar preparados

Fuente: [Mercacei](#)

La productividad del olivo portugués se triplica en dos décadas

Si hace 20 años la productividad media del olivo estaba en torno a las 0,7 toneladas de aceituna/hectárea de olivar, a día de hoy esta cifra se eleva hasta las 2,1 toneladas de aceituna/hectárea, es decir, ha triplicado en dos décadas.

Así lo señala el estudio “La olivicultura: El motor de la agricultura nacional”, elaborado por Consulai, Consultoría Agro-Industrial y Juan Vilar Consultores para Olivum, Associação de Olivicultores e Lagares de Portugal, presentado en el Seminario “El aceite de oliva en perspectiva: innovación, sostenibilidad y futuro”, promovido por Olivum.

Portugal tiene uno de los rendimientos por hectárea más elevados de todos los países productores.

Según esta investigación, tal y como publica el portal Agricultura & Mar, este salto cuantitativo “es un excelente ejemplo de la aplicación de la tecnología en la agricultura con la instalación de olivares de regadío modernos y eficientes”. Este aumento ha sido especialmente notable en la región del Alentejo.

Destaca también que “Portugal tiene uno de los rendimientos por hectárea más elevados de todos los países productores. Esta virtud le sitúa, además de la estabilidad, los recursos y la capacidad de gestión del país, como un referente mundial en la olivicultura moderna”.

Los autores del estudio añaden que “cuando estudiamos la productividad de los olivares en Portugal, según la tipología, encontramos que la tendencia de los olivares en seto está disminuyendo. Este hecho se debe al crecimiento en el área de la tipología de seto que está registrando el país, ya que se toman en cuenta nuevas plantaciones en términos de área, pero su producción aún no está estabilizada ni en sus niveles máximos alcanzables”.

Fuente: [Olimerca](#)



NUTRI
NAV

SOFTWARE DE
GESTIÓN PARA
ALMAZARAS

↑
Portada

GO BOVINOLIVE y el uso de subproductos del aceite de oliva en la ganadería

El Grupo Operativo (G.O.) BOVINOLIVE ha iniciado su proyecto “Obtención sostenible de carne y leche de vacuno por aprovechamiento biocircular de subproductos del aceite de oliva”, con el objetivo de mejorar la gestión de datos en el sector ganadero y optimizar costes de producción mediante el uso de tecnologías de información y comunicación (TICs).

Innovación en la alimentación de ganado vacuno

El proyecto se centra en la inclusión de pulpa de aceituna (orujos grasos secos) en la dieta de terneros de engorde y vacas de leche, buscando obtener carne y leche con características nutricionales positivas para el ser humano. Esta iniciativa destaca por su enfoque en la economía circular y la bioeconomía, valorizando un subproducto del aceite de oliva no solo por su reutilización, sino también por los beneficios adicionales que aporta a la calidad de los alimentos provenientes del ganado vacuno.

Avances y acciones previstas

Los integrantes del G.O. BOVINOLIVE han realizado reuniones virtuales para avanzar en diversas acciones, entre las que se incluyen:

- Caracterización de la pulpa de aceituna frente a otras materias primas convencionales.
- Ensayos in vitro y formulación de dietas.
- Estudio de los efectos de la inclusión de pulpa de aceituna en la dieta de terneros de engorde y vacas en lactación.
- Análisis económico y estudio de las preferencias de los consumidores.
- Acciones divulgativas para acercar los avances a la sociedad.

Beneficios económicos y sostenibilidad

Entre los resultados esperados, se encuentra la mejora del rendimiento económico de la ganadería de vacuno de carne y leche, añadiendo valor a sus producciones y haciéndolas más competitivas. La utilización de subproductos del aceite de oliva podría reducir los costos de alimentación y atraer a un público cada vez más preocupado por la sostenibilidad de los productos agroalimentarios.



Infografía sobre oliveCEPT. El diseño tiene un fondo verde claro con un patrón de ondas de pulso. A la izquierda, el logo 'oliveCEPT' está acompañado por el texto 'Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad' y 'Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos'. A la derecha, tres íconos (gráfico de barras, corazón y reloj) están asociados con los beneficios: 'Mayor rendimiento de AOVE', 'Calidad mejorada' y 'Mejor eficiencia'. En la parte inferior derecha, un botón verde oscuro con el texto 'Infórmate sin compromiso' invita a la acción. En la esquina inferior izquierda, se ven tres aceitunas verdes.



Reducción del impacto ambiental

Una de las metas del proyecto es cuantificar la reducción del impacto ambiental, en términos de metano digestivo, derivado de la alimentación de terneros de engorde y vacas de leche con subproductos del aceite de oliva. Esta medida contribuye a un abastecimiento alimentario estable y sostenible, mejorando los procesos orientados a la protección ambiental.

Participación y financiamiento

El G.O. BOVINOLIVE está compuesto por DCOOP Sociedad Cooperativa Andaluza (SCA), Alba Ganaderos SCA, el ceiA3 y la Universidad de Córdoba a través de los grupos de investigación ‘Ciencia Animal | AGR-195’ y ‘Lactología y tecnología de la carne | AGR-120’.

El proyecto está financiado mediante fondos europeos agrícolas de desarrollo rural (FEADER) y cofinanciado por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, bajo la convocatoria para el Funcionamiento de Grupos Operativos Regionales de la Asociación Europea de Innovación en Materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícola (EIP AGRI) de 2020.

Con estas acciones, el G.O. BOVINOLIVE no solo busca mejorar la calidad y sostenibilidad de la producción de carne y leche de vacuno, sino también establecer un modelo de ganadería más eficiente y respetuoso con el medio ambiente.

Fuente: [Oleorevista](#)

Una quincena de cocineros estrellas Michelin y una veintena de Soles Repsol participarán en el Curso de Verano de la UJA sobre “Gastronomía, sostenibilidad y desarrollo territorial a través del arte culinario: el caso de la provincia de Jaén”

La Universidad de Jaén celebrará del 2 al 4 de septiembre el Curso de Verano “Gastronomía, sostenibilidad y desarrollo territorial a través del arte culinario: el caso de la provincia de Jaén”, que se celebrará en el edificio de la Casa Forestal Torre del Vinagre de la UJA, en el Parque Natural de



Cazorla, Segura y Las Villas, que reunirá a una quincena de chef estrellas Michelin y una veintena de Soles Repsol de toda España, entre los que se encontrarán los cinco cocineros estrellas Michelin de Jaén, “a los que la Universidad de Jaén les oferta un escenario para que puedan compartir sus conocimientos, tanto culinarios, de posicionamiento internacional e incluso de gestión del éxito”.

Así lo ha explicado en la presentación del curso Francisco Roca, vicerrector de Formación Permanente, Tecnologías Educativas e Innovación Docente, que se ha referido al mismo como un curso “de primer nivel sobre gastronomía, sostenibilidad y desarrollo territorial, todo un lujo y un espaldarazo para convertir Jaén en un referente gastronómico nacional”, se inauguran las instalaciones de la Torre del Vinagre como sede de los Cursos de Verano de la UJA, “un enclave en el Parque de Cazorla, Segura y Las Villas de gran valor”. En este sentido, ha apuntado que además con este curso se cumple un objetivo adicional: “dar a conocer las magníficas instalaciones que la UJA tiene en la Torre del Vinagre, espacio que potenciaremos junto con otras instituciones y empresas por su magnífica ubicación, representando a su vez una apuesta firme por el desarrollo territorial de Jaén, por la sostenibilidad y por la excelencia gastronómica”.

Asimismo, sobre la oferta formativa estival de la UJA, Francisco Roca ha explicado que en la Universidad de Jaén “estamos muy orgullosos y satisfechos de la programación que hemos confeccionado, porque a través de ella, acercamos el conocimiento a distintos municipios de Jaén, haciendo provincia mediante actividades formativas de calidad sobre temas de actualidad, con formatos versátiles y un elenco de ponentes de prestigio en sus respectivos ámbitos”. Por último, ha destacado que esto es posible “aunando voluntades y sumando recursos de numerosas instituciones públicas y entidades privadas, con las que hemos tejido una potente red de alianzas para multiplicar la potencia y el impacto de estos cursos”. “Este objetivo es clave para nosotros, porque supone avanzar en una línea estratégica: la apertura de la UJA a la sociedad en general y al tejido social y empresarial de nuestra tierra en particular. Es una prioridad para nosotros construir una universidad social, territorial y abierta a la ciudadanía, sin renunciar a la dimensión internacional que debe tener cualquier institución de educación superior de prestigio”, ha declarado el vicerrector de Formación Permanente, Tecnologías Educativas e Innovación Docente.

El acto de presentación del curso ha contado además con las intervenciones de Soledad Aranda, delegada territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de Jaén de la Junta de Andalucía; Francisco Javier Lozano, diputado de Promoción y Turismo de la Diputación de Jaén; Luis Jesús García-Lomas, subdirector de Caja Rural de Jaén, y el director del curso Juan Antonio Parrilla, así como con la asistencia de los chefs estrella Michelin de Jaén Pedro Sánchez (Bagá), Juan Aceituno (Dama Juana) Juanjo Mesa (Radis), -encargado de intervenir en representación de sus compañeros-, Javier Jurado (Malak) y Juan Carlos García (Vandelvira de Baeza). También han asistido, entre otros, Juan de Dios Carazo Álvarez, Vicerrector de Universidad Sostenible y Saludable, Carmen



Pegalajar Palomino, Directora del Centro de Formación e Innovación Docente de la UJA, y Juan Carlos Roldán Martín, codirector del curso.

“Estamos orgullosos de que la UJA haga estas actividades en pro hacia nosotros y hacia nuestro sector, que cuenten con nosotros”, ha declarado Juanjo Mesa, que ha agradecido a la Universidad de Jaén “abrir este camino para que nos vean de otra manera y disfruten de nuestro trabajo”. Luis Jesús García-Lomas también ha dado la enhorabuena a la UJA por este curso, “que estrena una de las dependencias nuevas de la Universidad que será importante para el desarrollo actividades universitarias y por la cercanía con el territorio” y ha señalado sobre el mismo que “pone en valor el valor gastronómico de la provincia, donde estamos siendo referente en la gastronomía contemporánea, ligándola a Jaén y a sus recursos naturales”. Soledad Aranda ha aplaudido “la labor emprendida por la UJA a la hora de poner en valor la gastronomía en la provincia, algo que es fundamental para el desarrollo socioeconómico de nuestros pueblos” y ha reiterado el apoyo de la Junta de Andalucía a la celebración de este curso de verano a través de la marca de calidad certificada Gusto del Sur. Por último, Francisco Javier Lozano ha explicado que para la Diputación de Jaén “es un placer seguir trabajando de la mano de la UJA en una estrategia enmarcada en el impulso gastronómico ‘Jaén Paraíso Interior’, que ha permitido poner en el epicentro un argumento principal como es la gastronomía para que la provincia de Jaén sea un destino conocido, reconocible y muy visitado”.

Objetivos

Este curso de verano se plantea desde una visión multidisciplinar en torno a la gastronomía, con la provincia de Jaén como epicentro de los cambios y nuevos paradigmas culinarios. Estos cambios y este nuevo escenario para la provincia de Jaén, supone un punto de partida y una línea hacia el desarrollo territorial y la generación de valor culinario que desemboca en la atracción de visitantes, turistas, curiosos y amantes del arte culinario y repercute de manera positiva en la calidad, sostenibilidad y visión de futuro de una tierra en busca de nuevas oportunidades.

En este sentido, Juan Antonio Parrilla ha explicado que el curso se estructura en diferentes bloques en torno a la generación de talento gastronómico, comunicación gastronómica, redes sociales y podcast, elaboración de panes, interpretación y formación de vinos, kombuchas, cafés, cocktails, aceites vírgenes extra... en un marco incomparable como es la Torre del Vinagre, en el corazón de la Sierra de Cazorla, Segura y Las Villas.

De esta manera, esta acción formativa, que cuenta con el patrocinio de la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial y la Caja Rural de Jaén, reunirá durante los días de su celebración a actores y actrices clave en el desarrollo gastronómico a escala nacional y mundial, con más de una quincena



de estrellas Michelin y una veintena de soles Repsol como marchamo de calidad gastronómica, diferenciación y apuesta por generar valor interpretando el paisaje a través de la cocina.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

Pabellón España Food & Hotel Asia Singapur 2025

ICEX organiza PE F&H Asia Singapur 2025, que se celebrara del 8 al 11 de abril de 2025. FHA-Food & Beverage es un evento anual que se lleva a cabo cada mes de abril.

Se centra en el dinámico sector de alimentos y bebidas y reúne a una amplia gama de proveedores globales y compradores clave de Asia y más allá. Este evento es un centro para explorar las últimas tendencias, innovaciones y productos de alta calidad en la industria de alimentos y bebidas.

Plazo de inscripción: 08/07/2024 a 13/09/2024

Fuente: [ICEX](#)



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