



Noviembre 2020

| Domingo | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado |
|---------|--|--|-----------------------------------|--|---|--------|
| 8 | 2 | 3 | 4 Jornada Bankia | 5 Asamblea Infacoop Jornada Bankia | 6 Jornada Bankia Grupo Trabajo INTER | 7 |
| 8 | 9 | 10 | 11 Convenio Almazaras Jaen | 12 | 13 | 14 |
| 15 | 16 Reunion Delegacion Agricultura Granada | 17 | 18 | 19 Convenio Almazaras Jaen | 20 DIA MUNDIAL DEL OLIVO Reunion Delegacion Granada | 21 |
| 22 | 23 | 24 Agroevento CAIXABANK Visita Delegada Agricultura Sierra Sur | 25 | 26 Grupo Trabajo INTER | 27 | 28 |
| 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 |



El ahorro de costes expulsa a los aceites de oliva de los menús de hospitales, residencias y colegios de España

La [Interprofesional del Aceite de Oliva Español](#) ha presentado hoy, en un encuentro online, los principales resultados del estudio «**Aceites de Oliva en la Restauración Colectiva en España**», elaborado por aWp Services. Una completa radiografía de este mercado, con especial atención al ámbito de las colectividades, que engloba la restauración socio-sanitaria, educación y empresas. Un negocio que, sólo en 2019, facturó más de 3.200 millones de euros. **Se podría incrementar significativamente la presencia de los aceites de oliva en los menús escolares, desde 0,23 euros al mes.**

Según el estudio, las empresas de restauración colectiva consumieron en 2019 37.817 toneladas de aceites de oliva, por valor de 60,9 millones de euros. Pero más allá de estas cifras, lo verdaderamente sorprendente es que estos aceites representan una parte minoritaria del total de grasas vegetales adquiridas por estas empresas, como explicó Ricardo Rodríguez, senior manager de **aWp Services**: “El consumo de aceites de oliva en la restauración colectiva se ha ido reduciendo en los últimos años, tanto el valor absoluto, como en valor relativo. En valor relativo, ha pasado de un 31% hace tres años a un 25% en 2019. En valores absolutos ha bajado el consumo en prácticamente un millón de litros en los últimos tres años. Sin embargo, el mercado de la restauración colectiva ha crecido, pero ese crecimiento lo han captado otros aceites, no los de oliva”.

El segmento que más aceites de oliva consume es el de salud y socio-sanitario, con 5.000 toneladas, por un valor de 11,5 millones de euros en 2019. Le siguen los comedores escolares que suman 2.500 toneladas por valor de 5,7 millones de euros y por último el de comedores de empresa, que aporta 1.800 toneladas, por un valor de 4,2 millones de euros. En estos



últimos únicamente suele hacerse la comida principal del día; mientras que en el segmento socio –sanitario se cubren todas las comidas del día.

En cuanto a los usos declarados de los aceites son muy similares en todos los segmentos de la restauración colectiva: el de girasol se utiliza fundamentalmente para la elaboración de fritos (un solo uso) mientras que el Aceite de Oliva se emplea principalmente para la elaboración de salsas, guisos y para aliñar ensaladas. El único elemento diferencial para el sector sociosanitario, antes de la pandemia, es que ya entonces recurrían de forma habitual a las monodosis, que se sirven en las bandejas de las habitaciones de hospitales.

Lógicamente, el informe permite constatar a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español unos datos muy bajos de consumo, como manifestó la gerente de la Organización durante la presentación: “Es paradójico que en el país que es líder mundial en producción de aceites de oliva, su presencia sea anecdótica en hospitales, colegios, residencias y restauración colectiva en general”, algo que se comprende aún menos, si comprobamos que los aceites de oliva lideran el consumo de grasas vegetales en el hogar, con un 66% del volumen total. Parece un contrasentido, pero no lo es para los técnicos que han trabajado en este estudio con Ricardo Rodríguez a la cabeza: “La explicación es sencilla: estos sectores otorgan los servicios por concursos y en los concursos el precio es uno de los elementos que más pesa a la hora de la adjudicación.

Por esa razón optan por aceites más baratos y con un precio más estable en el tiempo”. Algo que ha podido constatar la presidenta del Colegio Oficial de Dietistas y Nutricionistas de la Comunidad Valenciana, Paula Crespo, que forma parte del Comité de Innovación en Alimentación y Dieta Hospitalaria, un órgano creado para mejorar los menús de los hospitales de la Comunidad Valenciana: “En la restauración colectiva en el ámbito hospitalario puntúa mucho más el precio, en la oferta económica, que la calidad.

Por lo tanto, con precios tan ajustados, las empresas, aunque quieran aportar alimentos de calidad, con esos precios es imposible. Así, en un entorno donde hay que dar ejemplo con la alimentación, estaríamos limitando el consumo de un alimento tan importante como el aceite de oliva”.

¿Cuánto costaría emplear más aceites de oliva en la restauración colectiva?

Del análisis realizado a partir del Estudio se desprende que incrementar el peso del Aceite de Oliva en los menús supondría un incremento muy modesto del coste. De hecho, los analistas han simulado tres escenarios partiendo de los datos de 2019 en los supuestos de que los aceites de oliva representasen el 50%, el 70% y el 95% del total de aceites utilizados en el canal en volumen.

1.- En el primer escenario, en el que los aceites de oliva llegaran a suponer hasta el 50%, del volumen total de aceites empleados en este sector, el incremento del coste unitario del menú escolar rondaría los 0,23 euros por mes y alumno de media; 0,46 euros por mes en las empresas y 0,97 euros/mes y cama en el ámbito socio-sanitario.



2.- Si el peso del aceite de oliva se elevara al 70 %, el incremento de costes unitarios por persona y mes se situaría en 0,4 euros al mes por alumno en educación y 0,8 euros/mes por menú en los comedores de las empresas, y 1,7 euros/mes para el sector sociosanitario.

3.- En el caso de que el uso de Aceite de Oliva rondara el 95 %, el incremento de coste unitario en el menú sería de 0,65 euros por mes y alumno en la escuela; 1,3 euros al mes por menú en empresas y 2,7 euros por mes y cama en el socio-sanitario.

“Hemos verificado que por pocos céntimos de euro más, podría garantizarse la preparación de menús con aceites de oliva ¿Qué familia no estaría dispuesta a hacer ese pequeño esfuerzo económico para garantizar la mejor adhesión a la dieta mediterránea de sus hijos? Para su salud, la mejor prevención comienza por una buena alimentación”, manifestó Teresa Pérez.

Finalmente, el informe, que se empezó a elaborar en 2019 y que se ha cerrado en los últimos meses, también hace un análisis de los efectos que la crisis sanitaria ha tenido para este sector. Las medidas sanitarias decretadas contra el avance de la COVID desde el 14 de marzo de 2020 han golpeado a la restauración en todas sus modalidades y la colectiva no es una excepción, hasta el punto de que las previsiones iniciales estiman que el sector podría retroceder a las cifras del año 2015. En consecuencia, el impacto o pérdidas en el segmento del aceite de oliva podrían rondar los 1,2 millones de euros sólo en el sector de la enseñanza y de 0,4 millones de euros en el de las empresas (en total, cerca de 2 millones de euros).

Algunas conclusiones

Entre las conclusiones del Estudio los expertos apuntan que la presencia del aceite de oliva en la restauración colectiva es poco significativa y en clara reducción en los últimos años; los precios de prestación de servicio suelen estar fijados en concursos públicos, por lo que la competencia se centra en optimización de costes; no existe normativa general respecto a que aceites que deberían emplearse en la elaboración de los menús; y, también, que el uso de Aceite de Oliva en la elaboración de los menús debería de ser un elemento a considerar en la valoración de ofertas en la asignación de concursos o a la hora de determinar los precios por menú de las convocatorias.

A partir del análisis de los resultados del estudio se concluye que el empleo de aceites de oliva en mayor proporción en restauración colectiva tendría un impacto mínimo en el coste por menú, si bien afectaría a la rentabilidad de las empresas de restauración colectiva, por lo que debería trasladarse una parte, en todo caso, mínima, al usuario.

Los expertos consideran que, en estos momentos, más que nunca, es fundamental promover la alimentación saludable entre la población, y especialmente en los segmentos más sensibles (niños y enfermos), en el ámbito de la educación y el sociosanitario. Una labor que han de potenciar las distintas administraciones, para propiciar una población favorecida por los **beneficios antioxidantes** y **cardiosaludables** que aportan los aceites de oliva a la dieta (por su composición en **ácidos grasos monoinsaturados** y su contenido en **polifenoles** y **vitamina D -tocoferol-**).

<http://agrodiariohuelva.es/2020/11/24/el-ahorro-de-costes-expulsa-a-los-aceites-de-oliva-de-los-menus-de-hospitales-residencias-y-colegios-de-espana/>



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

Sevilla duplica la producción de aceite de Jaén en el primer mes de la nueva campaña

En octubre se producen 10.200 toneladas de aceite sevillano frente a 4.800 toneladas de Jaén. En el primer mes de la campaña oleícola 2020-2021, la **provincia de Sevilla ha llegado a duplicar** la cantidad de **aceites de oliva producidos** en la provincia de Jaén. Así, según datos (todavía provisionales) de la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) correspondientes al cierre del mes de octubre, **Sevilla ha liderado la producción oleícola en el arranque de la campaña**, con un total de **10.200 toneladas**, el doble de las 5.500 toneladas producidas en Córdoba y de las 4.800 de Jaén.

Esto demuestra que cada vez son más los olivereros sevillanos que se animan a recoger la aceituna en octubre **apostando por la producción de aceites de oliva virgen extra tempranos, primando la calidad sobre la cantidad**, ya que el rendimiento graso de los aceites de oliva de cosecha temprana es inferior a los elaborados tras la cosecha tradicional, cuando las aceitunas han alcanzado un mayor grado de maduración.

Se da la circunstancia, además, de que como **actualmente no hay aceites vírgenes extra en stock**, estos primeros aceites, que cada vez son más demandados por el consumidor, están «mejor pagados».

Existencias en almazaras

No obstante, **en cuanto a las existencias, Jaén es la provincia que más cantidad de aceite de oliva tiene en sus bodegas**, con 69.118 toneladas, siendo también la que arrancó la campaña con mayor volumen oleícola, 112.151 toneladas.

La segunda provincia con más existencias en almazaras es **Córdoba**, que almacena 25.089 toneladas y que arrancó la campaña con 32.681 toneladas de aceite. **Sevilla** ocuparía el



cuarto lugar (tras las provincias de Jaén, Córdoba y Granada), con un total 11.109 toneladas almacenadas y con un volumen inicial de 7.531 toneladas.

En el cómputo de las almazaras andaluzas, **la producción de aceites nuevos ha alcanzado las 25.492 toneladas** y las 36.700 toneladas en España. En términos generales, se puede decir que **la campaña oleícola ha comenzado de manera bastante optimista**, a tenor del comportamiento del mercado del aceite de oliva durante el mes de octubre.

En cuanto a la comercialización, se ha dado **salida a un volumen en torno a las 148.000 toneladas** de aceite, considerando unas importaciones, según Asoliva, de 15.000 toneladas y unas exportaciones estimadas en 98.000 toneladas.

Así, el total de las existencias se eleva a 394.439 toneladas, de las que la mayor parte, 203.245 toneladas estarían en manos de los envasadores, **157.812 en manos de las almazaras** y 33.382 en las dependencias del Patrimonio Comunal Olivarero.

Diferencias en los aforos

Respecto a la **oferta de aceite de oliva que producirá Andalucía** en esta campaña **hay diferencias** sustanciales entre el aforo de la Consejería de Agricultura y el estimado por Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, que agrupa a los grandes grupos productores. Así, el Gobierno andaluz prevé más de 6,5 millones de toneladas de aceituna para molturar y **1,3 millones de toneladas de aceite de oliva andaluz**. Esta cantidad supone, según la titular de Agricultura, Carmen Crespo, «un 50,2% más que la pasada campaña, teniendo en cuenta que la anterior fue media-baja», y un «22,5% más que la media de las últimas cinco campañas».

Por provincias, **Jaén concentra el mayor volumen de aceituna y aceite**, ya que, según las previsiones, en 2020-2021 alcanzará los tres millones de aceitunas para almazara y las **670.000 toneladas de aceite de oliva**. Estos datos suponen, respectivamente, el 47% y 50% de los registros que se esperan a nivel regional.

Por su parte, en la provincia de **Córdoba** se espera una producción de 1,6 millones de toneladas de estas aceitunas y de **317.000 toneladas de aceite**; y en **Sevilla**, de 750.000 toneladas de aceitunas y **135.000 toneladas de aceite**.

Estas estimaciones son muy superiores a las previstas por el Consejo Sectorial de Aceite de Oliva de la federación de Cooperativas, que considera que en el caso concreto de Jaén, y por segundo año consecutivo, **la Junta se excede en su aforo**. Y es que, según Cooperativas, «**el estrés hídrico que sufre el cultivo hace inviable esta producción récord, con 670.000 toneladas**», por lo que según la federación, la oferta de aceites en Jaén «no superará las 530.000 toneladas». Córdoba y Sevilla también apuntan a la baja, con **270.000 y 115.000 toneladas de aceite**, respectivamente.

Así, si la **Junta estima una cosecha en Andalucía de 1.348.200 toneladas de aceite de oliva**, Cooperativas la rebaja a **1.151.978 toneladas** del conocido como «oro verde». Respecto a la posible cosecha nacional, también hay baile de cifras. Así, frente a **1.550.000 toneladas que apunta el aforo de Agricultura** según las previsiones de la Comisión Europea, **Cooperativas la sitúa por debajo de 1.450.000 toneladas**.

<https://sevilla.abc.es/agronoma/noticias/cultivos/aceites-de-oliva/sevilla-duplica-aceite-jaen/>



Alerta: Nutri-Score equiparará el AOVE con el aceite de colza

Las DOP alertan del fraude al consumidor

Olimerca.- La sectorial nacional que agrupa a las denominaciones de origen del aceite oliva virgen de España ha mostrado hoy, en una reunión mantenida en Madrid con el secretario general de Consumo y Juego, su rechazo rotundo a la implantación del sistema Nutri Score para el aceite de oliva, al constatarse que esto supondría admitir en el etiquetado una información nutricional incompleta, tendenciosa y, por tanto, falsa, no solo para el consumidor español sino también para el Europeo.

El actual método de clasificación equipara el aceite de Oliva Virgen, Virgen Extra y oliva, entre otros, a los aceites de colza, y no tiene en cuenta las más que demostradas propiedades saludables y beneficiosas para la salud del aceite de oliva.

La sectorial, representada en la reunión por Enric Dalmau, su presidente, y el secretario de la misma, José Manuel Bajo, entiende que "el Gobierno de España no puede ser cómplice en momento alguno de un atropello que dañará irremediablemente la imagen y la reputación de uno de los productos agroalimentarios más prestigiosos del país, base de la dieta mediterránea, y demostradamente la grasa más saludable que se puede consumir.

"El Gobierno de España no puede ser cómplice en momento alguno de un atropello que dañará irremediablemente la imagen y la reputación de uno de los productos agroalimentarios más prestigiosos del país"

Este sistema de Nutri Score, impulsado desde Francia, persigue clarificar qué alimentos son más o menos saludables mediante un sistema semafórico de cinco registros, que van desde el verde (el más saludable) al rojo (el menos saludable), que sitúa, hoy por hoy, al aceite de oliva al mismo nivel que el aceite de semilla pese a que los aceites de oliva virgen y virgen extra ya tienen una calificación de máximo nivel otorgada por la Agencia Europea de



Seguridad Alimentaria por su papel en la prevención de enfermedades coronarias, anti inflamatorias y determinadas tipologías de cáncer, entre muchas otras.

La sectorial ha reclamado además a la Presidencia de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, dependiente del Ministerio de consumo, que se trabaje de forma incansable para proteger los intereses del consumidor en la implantación del nutri score al aceite de oliva, y que lo haga no solo a nivel español sino a nivel europeo.

Al respecto, José Manuel Bajo, considera que "identificar en el punto de venta el aceite de oliva y de semilla, entre ellos el aceite de colza, es un fraude rotundo al consumidor". España exporta dos tercios de su producción de aceite de oliva virgen y virgen extra y aproximadamente un tercio de esa cantidad se comercializa en los países de la Unión Europea. "Es mucho lo que nos jugamos porque estamos poniendo en riesgo una seña de identidad como país; en peligro la Marca España, y en tela de juicio nuestra influencia internacional. Todo esto sumado al fraude a los consumidores", afirma José Manuel Bajo.

"Identificar en el punto de venta el aceite de oliva y de semilla, entre ellos el aceite de colza, es un fraude rotundo al consumidor"

Si todos los consumidores de la UE no perciben la diferencia entre el aceite de oliva y otros aceites, si no es identificado por su alto valor saludable, no sabemos qué parte del consumo europeo va a caer. Es un riesgo que no estamos dispuestos a correr", subrayó.

La posición del Ministerio de Consumo

En una carta remitida a las autoridades de la Sectorial de las DOP de aceite de oliva en España, por parte del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, el pasado 11 de noviembre, la administración afirma que "el Nutri-Score facilitará a las personas consumidoras la comprensión de la información nutricional expresada de forma obligatoria en las etiquetas. Además permite identificar entre productos alimenticios de la misma categoría las opciones más saludables, así como comparar entre productos que son alternativas de consumo".

"Por tanto, Nutri-Score no guarda relación con las declaraciones nutricionales, puesto que estas son una información adicional y complementaria para el consumidor que se sustentan en evidencias científicas y que son sustentadas y aprobadas por la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA)".

Por último, desde el Ministerio de Sanidad y Consumo se ve muy positiva la última modificación del algoritmo del Nutri-Score, a instancias de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria, para poner en valor el aceite de oliva por su perfil de ácidos grasos monoinsaturados, lo que supone una oportunidad para el aceite de oliva, tanto en España como en el resto de países europeos que apliquen este semáforo nutricional.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/alerta-nutri-score-equiparara-el-aove-con-el-aceite-de-colza/74e2f83c316815d35f3b0adc02fd7e2f>

Convenio para potenciar los aceites del sur de la provincia

Entre la Diputación Provincial y la Asociación de Productores Olivareros del Sur de Ávila. En la mañana de este lunes, en las instalaciones de la **Almazara La Moraleda de la Cooperativa San Pedro Bautista**, en la localidad abulense de **San Esteban del Valle**, ha tenido lugar la firma del convenio entre la **Diputación Provincial** y la **Asociación de Productores Olivareros del Sur de Ávila**.



Tanto el presidente de la Diputación, **Carlos García**, como el máximo responsable de la Asociación de Productores Olivareros del sur de Ávila, **Pedro Gómez**, han destacado la importancia de este acuerdo para *"potenciar el aceite de oliva virgen extra"* del Valle del Tiétar. Acompañados por el diputado de Desarrollo Rural, **Jesús Martín**, y miembros de esta asociación, **Carlos García** ha resaltado la *"calidad"* de los **productos** y el compromiso de las administraciones con las **pymes y autónomos** de la provincia abulense, en el caso de la Diputación a través de la marca colectiva gastronómica **Ávila Auténtica**.

Por su parte, **Pedro Gómez** ha agradecido el *"apoyo incondicional"* mostrado por la Diputación de Ávila en este asunto, tras **firmar un convenio** que ha calificado como *"importantísimo"*, ya que *"supone un empujón a la hora de darnos a conocer y aumentar la venta de nuestros productos"*.

<https://www.tribunaavila.com/noticias/convenio-para-potenciar-los-aceites-del-sur-de-la-provincia/1606157209>

The infographic is divided into four vertical panels. The first panel, titled 'ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA', shows a stream of olive oil being poured and mentions ENAC accreditation. The second panel, 'ANÁLISIS DE ACEITUNA', shows olives in a basket and mentions NIR technique accreditation. The third panel, 'ANÁLISIS AGRONÓMICOS', shows an olive grove and lists soil, leaf, and water analysis services. The fourth panel features the OLIVARUM logo, the text 'LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO', and various accreditation logos including ENAC and COI.

La aceituna marroquí desbanca la española en el mercado americano

Marruecos ha aprovechado los aranceles de protección contra la aceituna negra para hacerse con cuotas del mercado americano.

Según las Cooperativas agroalimentarias de España las exportaciones de la aceituna negra han caído un 60%, debido a las medidas de protección decretadas por la administración Trump contra la aceituna negra española, informa *Bolsamanía*.

Las exportaciones de aceitunas de España han pasado de 30 000 toneladas a 11 000 toneladas. Una caída que se justifica por el proteccionismo norteamericano, y sobre todo por la férrea competencia de Marruecos que ha llegado a tener cuotas importantes del mercado estadounidense, y posteriormente imponerse como líder de la aceituna negra en el país del tío Sam, concluye el mismo medio de comunicación.

<https://www.bladi.es/aceituna-negra-consumo-exportaciones-competencia-marruecos-aranceles.7545.html>



COAG alerta de que los bajos rendimientos de la aceituna conlleva la paralización de la recogida en algunos tajos

La organización agraria COAG ha alertado de que se está paralizando la recogida de la aceituna en algunos tajos de la provincia de Jaén debido a los "anormalmente bajos rendimientos grasos" que se están encontrando los agricultores para estas fechas.

Según ha explicado en un comunicado el secretario general de COAG Jaén y responsable regional de Olivar de COAG Andalucía, Juan Luis Ávila, esto se está produciendo en zonas de secanos y en regadíos muy abundantes.

Los técnicos están detectando que después de comenzar la recogida en algunos lugares están teniendo que paralizar el trabajo por rendimientos de alrededor de un 13-14 por ciento, muy por debajo de lo normal, para esta fecha e incluso después de haber tenido un otoño seco.

Como consecuencia de estos rendimientos tan bajos y al precio en el que se encuentra el aceite no interesa la recogida de la aceituna, por lo que algunos, según esta organización agraria, optan por esperar a que suba el rendimiento del fruto, con lo que conlleva el retrasar una campaña ya comenzada, con trabajadores contratados, o se plantean si les es rentable recoger la aceituna.

La ausencia de precipitaciones en la provincia de Jaén, donde prácticamente no ha llovido nada desde el mes de mayo, ha afectado especialmente al olivar de secano, y ha hecho temer desde hace semanas que la cosecha se pudiera ver seriamente afectada cuando en un principio la situación del olivar era buena y todo hacía vaticinar que podría haber una cosecha media.

<https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20201124/49674801972/coag-alerta-de-que-los-bajos-rendimientos-de-la-aceituna-conlleva-la-paralizacion-de-la-recogida-en-algunos-tajos.html>

CONTIGO

Financiación
para seguir creciendo

Nº: 3492-202009681



AgroBank



Asaja no confía en que la llegada de Biden dé una rápida solución a los aranceles de Estados Unidos

Estudia denunciar al ministro de Consumo, Alberto Garzón, por la campaña de 'El azúcar mata' El presidente de Asaja, Pedro Barato, no es optimista respecto a que la llegada de Joe Biden a la presidencia estadounidense en sustitución de Donald Trump a corto plazo vaya a eliminar los aranceles impuestos a determinados productos agroalimentarios españoles, mientras que confía en que impere la cordura en las negociaciones entre la Unión Europea y el Reino Unido por el 'Brexit'.

"Tengo poca fe en el cambio de Trump por Biden, porque el 'lobby' americano funciona muy bien, ya lo hemos visto con el aceite, el vino o el queso, pero a corto plazo no veo solución. El tema de los aranceles es una aberración contra el sector agrario español, ¿qué culpa tiene el aceite y el vino español en un conflicto aeronáutico?", ha asegurado Barato en su participación en el foro de Nueva Economía Forum.

De esta forma, el directivo manchego ha reiterado la necesidad de sacar a la "agricultura de los paneles de la Organización Mundial del Comercio (OMC)" para evitar este tipo de conflictos.

Otro asunto del que está pendiente el sector agrario español son las negociaciones de la UE con Reino Unido por el 'Brexit', donde está en juego los 4.000 millones de euros que exporta España al país británico, que tiene una balanza comercial positiva de más de 2.500 millones de euros.

"Reino Unido es importantísimo que no se rompa el acuerdo para España, porque exportamos vino, aceite, frutas y hortalizas y que no haya una mala negociación porque estas producciones se verían muy afectadas. Esperemos que impere la cordura, porque si es abrupta tendríamos mucho que perder porque es un mercado muy importante", ha advertido.

Por otro lado, Barato ha lamentado las "desigualdades" a la hora de ayudar al sector agrario por el impacto del coronavirus. "La Administración europea ha puesto 85 millones de euros para el sector agrario, mientras que Estados Unidos ha destinado 16.000 millones de euros. Francia y Alemania han ayudado mucho, y aquí en España ha habido más voluntad que éxito con excaso presupuesto", ha precisado.

PIDE AYUDAS A LA HOSTELERÍA Y TURISMO

Respecto a los fondos de las ayudas europeas, el presidente de Asaja ha reconocido que le hubiera gustado recibir una noticia como la de ayer para el automóvil con fondos para la recuperación del sector de 10.000 millones de euros.

"Tendremos unos 900 millones de euros, pero me gustaría que tuviera un importe más decidido del que conocemos, por lo menos que fueran para sectores que están vinculados con el sector agrario como la restauración o el turismo, porque no olvidemos que en esta etapa el vino, aceite, queso, ibéricos al no funcionar la restauración estamos teniendo bastantes problemas, gracias a la exportación, que sino, no sé lo que sería de nosotros", ha recordado, sobre el impacto que está teniendo el Covid-19 en el sector.

Barato también ha abordado la dotación de la nueva Política Agrícola Común (PAC), que considera "muy verde" y que cuenta "con el mismo dinero para hacer más cosas", por lo que asegura que "no está de acuerdo", mientras que lamenta que la descentralización puede provocar problemas de desigualdades entre los Estados miembros.



Respecto a la Ley de la Cadena Alimentaria, el presidente de Asaja considera que "va en la buena dirección". "Pero hay que tener unos precios de referencia, por lo que todavía está incompleta y pretendemos que el agricultor tenga un precio por lo que paga y le cuesta producir", ha indicado.

Por otro lado, Barato ha lamentado el impuesto sobre la subida del IVA a las bebidas azucaradas y edulcoradas, que puede afectar a 6.000 trabajadores de Castilla y León, y que se ha puesto "para recaudar". "Se quieren gravar hasta los zumos", ha recordado.

De esta forma, el presidente de Asaja ha avanzado que está estudiando demandar al ministro de Consumo, Alberto Garzón, por la campaña 'El azúcar mata' del Gobierno. "Estamos locos, pero no tanto, porque en todas nuestras casas hay azúcar. ¿Cómo que el azúcar mata? Matan otras cosas que consumen otros", ha recalcado.

DIGITALIZACIÓN

Por otro lado, Pedro Barato ha reiterado la necesidad de que la digitalización llegue al mundo rural. "La digitalización empieza por dar cobertura y soporte a toda la España rural. El agricultor está preparado y mejor que nunca, pero no podemos ir a la guerra con una lanza", ha subrayado.

"Ahora estamos inmersos en un proyecto para que el campo sea protagonista activo a la hora de poner en marcha estos proyectos, pero si no tenemos cobertura ¿qué digitalización vamos a tener?. Primero la cobertura para poner en marcha lo demás. Estamos preparados, pero necesitamos los medios", ha indicado.

De la misma opinión es el presidente de la Cooperativa del Valle de los Pedroches (Covap), Ricardo Delgado, que ha reconocido que el coronavirus ha provocado que se aceleren una serie de cambios como la digitalización. "Lo hemos experimentado con los crecimientos que hemos tenido en la venta 'online', pero también hay que buscar otros mercados internacionales e innovar", ha recalcado.

<https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/ultima-hora/asaja-confia-llegada-biden-rapida-solucion-aranceles-estados-unidos/20201124100202188772.html>

IMS
PESAJE INDUSTRIAL

Líderes en instalación y mantenimiento de sistemas de pesaje industrial

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



EIT food validará las tecnologías de cystium-k® y ficosagro® en olivar

Y lo hará en los ensayos en olivar intensivo que darán comienzo el próximo mes de marzo de 2021 en Campo Maior (Portugal)

EIT Food es un organismo de innovación alimentaria, dependiente del [Instituto Europeo de Innovación y Tecnología de la Unión Europea](#).

Su misión es promover y acompañar las mejores iniciativas que fomenten sistemas más sostenibles de obtención de alimentos para acercarlos a clientes e inversores que apuesten por la transformación tecnológica en la agricultura europea.

Para ello cuentan con distintos programas de actuación entre los que destacan los denominados [«Test farms»](#) en los que los **ficosterra** ha sido seleccionada para participar la próxima campaña con un ensayo en olivar intensivo.

¿En qué consisten los Test Farms?

Los [Test Farms](#) son programas específicos de **EITfood** que ponen en contacto a nuevas empresas agrícolas con agricultores y consultores que dan seguimiento y validación a ensayos de campo que oporten nuevas soluciones tecnológicas.

Todos estos ensayos están financiados por [EIT Food](#) y, en esta ocasión, contarán con el apoyo y supervisión técnica la prestigiosa consultora agrícola internacional [TEPRO](#).

9.250 olivos sometidos a ensayo en Portugal

El ensayo incluye el **tratamiento de un total de 37ha (9.250 olivos)** de olivar intensivo de variedades **Picual, Cobrancosa y Arbequina frente a 100ha de superficie de Testigo**.

Se estudiará, por un lado, la acción de [ficosagro®](#), el biofertilizante de suelo de **ficosterra** que, gracias a la [tecnología BCB](#) digerida y optimiza la aplicación de fertilizantes y moviliza los nutrientes que puedan estar bloqueados.

Por otro se estudiará la acción del bioestimulante [cystium-k®](#), un extracto puro de alga [macrocytis pyrifera](#) que, gracias a la [tecnología cystium](#) la planta recibe un alto contenido en fitohormonas y oligosacáridos de origen natural.

El primero se aplicará al suelo, mediante fertirrigación y el segundo se hará mediante pulverización foliar.

La duración del ensayo comprenderá una campaña productiva completa, empezando en la primavera de 2021 y se prolongará hasta el momento de la cosecha.

Se han programado varias analíticas de suelo: antes, durante y después del tratamiento del bioestimulante [ficosagro®](#) para medir parámetros como el Nitrógeno, Fósforo, Potasio, Calcio, Magnesio, etc.

De forma paralela se realizarán mediciones de crecimiento y desarrollo de brotes, longitud y calibre del fruto.

Para completar el estudio, al finalizar se medirá también el rendimiento productivo.

Objetivos del ensayo

Este ensayo tiene unos objetivos muy concretos, en línea con los que se han perseguido en otros cultivos:

- I. **Aumento de la cosecha:** se busca obtener con un incremento productivo
- II. **Incremento en el rendimiento graso en almazara:** se pretende conseguir una mejora en el rendimiento graso, que nos permita mejorar los resultados productivos



III. **Estudio de calidad del aceite obtenido:** para comprobar el grado de afectación sobre la calidad del aceite

IV. **Estudio de la movilización de nutrientes en el complejo arcillo-húmico**

No queremos finalizar estas líneas sin agradecer públicamente a [EIT food](#) haber elegido a **ficosterra** para realizar este ensayo en un cultivo tan relevante para la economía europea y para la nuestra en particular.

De obtener los objetivos perseguidos, los beneficios serán buenos para para el agricultor, buenos para la agricultura y el medio ambiente y buenos, en consecuencia, para nuestra sociedad.

<https://www.ficosterra.com/eit-food-validara-las-tecnologias-de-cystium-k-y-ficosagro/>

Demuestran que los suelos con cubierta vegetal favorecen la diversidad de las mariposas en el olivar en pendiente

Un equipo de investigación del Instituto de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica (IFAPA) confirma que el manejo del suelo con cubiertas vegetales en los olivares en pendiente propicia la diversidad de lepidópteros utilizados como bioindicadores de la salud del ecosistema. El objetivo de este trabajo es aportar datos que ayuden a tomar decisiones para preservar la riqueza biológica de estos entornos en proceso de abandono, por su escasa rentabilidad económica.

Un grupo de investigadores del [Instituto de Investigación y Formación Agraria, Pesquera, Alimentaria y de la Producción Ecológica \(IFAPA\) en Camino de Purchil \(Granada\)](#) ha demostrado que los olivares en pendiente con cubierta vegetal y abandonados benefician la diversidad de las comunidades de mariposas. Además, el estudio apunta que la riqueza paisajística y, en especial, la presencia de áreas de matorral cercanos a los olivares favorecen la biodiversidad de estas especies. El objetivo es aportar datos que ayuden a tomar decisiones para preservar la riqueza biológica y favorecer los sistemas ecosistémicos, es decir, mejorar los beneficios que aportan a la sociedad estos entornos en proceso de abandono por su escasa rentabilidad económica.

Los investigadores han analizado la diversidad de las comunidades de mariposas en olivares en pendientes superiores al 20% bajo sistemas de cultivo convencionales, ecológicos y abandonados. Además, el estudio también ha tenido en cuenta el tipo de manejo que se hace del suelo en estos olivares: laboreo del suelo o su cobertura con especies vegetales. Destacan que este factor influyó en las comunidades de *Lepidoptera rhopalocera* revelando que aquellas parcelas de olivar en pendiente manejadas con cubierta vegetal presentaban mayor diversidad de estas especies. "Es necesario tener en cuenta el tipo de especies vegetales existentes y el sistema de cultivo. Se puede tener un sistema agrícola ecológico pero si se labra el suelo, esto afecta de forma negativa a la biodiversidad" comentan a la Fundación Descubre los investigadores, Francisco Bruno Navarro y Juan Castro.

Investigaciones anteriores avalan el uso de mariposas como método eficaz para determinar la biodiversidad en una variedad de hábitats diferentes, además de ser un grupo de especies fácil de reconocer en el campo y sencillo de muestrear. En este caso, el estudio trata de conocer más sobre la diversidad de la *Lepidoptera rhopalocera* en olivares en pendiente con riesgo de abandono y evaluar los efectos del sistema agrícola y manejo del suelo empleado.



Para evaluar dichos efectos, el equipo investigador utilizó especies de *Lepidoptera rhopalocera*, sensibles a los cambios en los ecosistemas. En este estudio, titulado '[Farming system and soil management affect butterfly diversity in sloping olive groves](#)' y publicado en la revista [Insect Conservation and Diversity](#), los investigadores seleccionaron 18 localizaciones en zonas de olivar con pendiente superior al 20% y, durante los años 2017 y 2018, analizaron 54 parcelas con diferentes sistemas de cultivo: ecológico, convencional y abandonado. El grupo de expertos utilizó transectos para determinar la abundancia de mariposas. Se trata de un método de muestreo que consiste en recorrer la parcela siguiendo una línea definida y durante un tiempo determinado. En este caso, recorrieron el olivar en zig zag durante periodos de 10 minutos. El objetivo de esta estrategia era definir un inventario, por lo que los investigadores observaron las especies a una distancia determinada y algunas se capturaron con cazamariposas para su posterior identificación en laboratorio.

En total, se registraron 41 especies diferentes, 7 identificadas en todos los hábitats, aunque en diferentes niveles de abundancia, mientras que otras 6 se observaron exclusivamente en olivares abandonados. Las comunidades muestreadas estaban compuestas en su totalidad por especies comunes y los investigadores no registraron protegidas o en peligro de extinción. Con esta metodología observaron que las parcelas abandonadas hace mucho tiempo en paisajes heterogéneos y con áreas de matorrales cercanos fueron las que presentaban mayor variedad de especies de mariposas, seguidas de las parcelas con cubiertas vegetales. En cambio, los olivares con suelo desnudo o labrado presentaron menor riqueza y abundancia de lepidópteros.

Los investigadores advierten que el laboreo del suelo afecta a la erosión del terreno y repercute directamente en una pérdida de biodiversidad. "El olivar en pendiente debería manejarse con cubierta vegetal o abandonarse. Desde una perspectiva ambiental, el abandono no supone un problema, todo lo contrario, aunque sí afectaría al ámbito social y económico", comentan los investigadores. En ese sentido, el grupo de expertos apuesta por un sistema de agricultura ecológico y el uso de cubiertas vegetales para preservar la biodiversidad del olivar en pendiente y sus servicios ecosistémicos.

Riesgo de abandono

En Andalucía, el olivar con pendiente superior al 20% representa el 26,8% de la superficie total de cultivo de olivos en la región. El estudio señala que se trata de tierras de escasa utilidad debido a la combinación de factores como la gran altitud y el desnivel pronunciado, lo que dificulta su manejo. "Este tipo de cultivo sufre riesgo de abandono frente a olivares de campiña intensivos cada vez más competitivos, lo que provoca que los situados en terrenos en pendiente no sean rentables. Esto tiene consecuencias sociales y económicas, pero también ambientales" indican los investigadores.

Este estudio deriva del proyecto de investigación Valoración ambiental y socioeconómica del olivar en pendiente en riesgo de abandono como proveedor de servicios ecosistémicos, que analiza el impacto que supondría el abandono del olivar en pendiente. Además, es el primero de una serie de investigaciones que abordarán la biodiversidad de las plantas y el efecto del manejo y usos del suelo en este tipo de olivar.

La investigación, que ha tenido una duración de cuatro años, ha sido financiada con el Programa Estatal de I+D+I Orientada a los Retos de la Sociedad (Reto de Seguridad y Calidad Alimentaria, Actividad Agraria Productiva y Sostenible, Sostenibilidad de los Recursos Naturales e Investigación Marina y Marítima) del Plan Estatal de Investigación Científica y



Técnica y de Innovación, 2013-2016 concedido por el Instituto Nacional de Investigación y Tecnología Agraria y Alimentaria (INIA).

<https://fundaciondescubre.es/noticias/demuestran-que-los-suelos-con-cubierta-vegetal-favorecen-la-diversidad-de-las-mariposas-en-el-olivar-en-pendiente-2/>



Aceite de oliva, valor como motor de cambio

PAULA LOPES DIRECTORA DE CALIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO DE DEOLEO

- La autora propone al sector una reflexión sobre el camino a seguir: volumen o valor. Dispuesta a comenzar a escribir este artículo sobre la necesidad de revalorizar la categoría del aceite de oliva a través de la calidad y la sostenibilidad, decidí por casualidad buscar en el diccionario de la **Real Academia Española** la definición de la palabra calidad.

Me alegré de ver que en la primera acepción –“propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”– se introduce un término clave en nuestra industria: el valor. Pero mi mayor sorpresa vino cuando vi que el ejemplo de la segunda acepción – “buena calidad, superioridad o **excelencia**”– hace referencia al aceite y dice así: “La calidad de ese aceite ha conquistado los mercados”. ¡Qué oportuno y qué acertado!

El aumento de la plantación de olivares modernos, que han llegado a representar ya casi la mitad del aceite producido en el mundo, ha causado un desequilibrio marcado por la **sobreproducción**, lo que ha desembocado a su vez en una crisis de valor del producto y de precios. Ha llegado el momento de reflexionar seriamente sobre el camino a seguir para promover el progreso de nuestro sector: volumen o valor.

Si elegimos la primera alternativa probablemente nos llevará a un escenario de precios bajos, un modelo que ya ha demostrado ser ineficiente debido a la [caída de precios en origen](#) y a la pérdida de valor en toda la cadena. El actual sistema de producción y comercialización ya no es sostenible.

Banalización del producto

Además, el inconveniente de la actual situación no radica únicamente en el exceso de producción existente, sino también en la banalización del producto mediante exportaciones de bajo precio y de calidad dudosa. Igualmente tenemos que hacer frente a categorizaciones



de **tipologías de aceite de oliva** cuestionables, que han generado una gran falta de entendimiento entre los consumidores.

Ante esta situación, todos los “players” del sector hemos de asumir una responsabilidad compartida: revalorizar la categoría a través de la calidad. A través de ella favorecemos la **creación de valor sostenido** para los productores, la industria, para el medioambiente y para la sociedad andaluza y española en su conjunto.

Todos unidos debemos ofrecer productos de excelencia que cumplan con unos criterios de calidad altos e implicarnos con la **olivicultura** y el cliente final al preservar indemnes y de forma plena las características propias del aceite de oliva, desde el campo hasta los hogares de los consumidores.

“EL ACTUAL SISTEMA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN YA NO ES SOSTENIBLE”

Este cambio en el sector es fundamental si queremos reivindicar el **liderazgo mundial que a España** le corresponde como productor. En este sentido, tenemos la oportunidad de volver a vincular el aceite de oliva español con los máximos estándares de calidad que siempre lo han representado.

¿Por dónde podemos empezar entonces? ¿Por qué no incorporando buenas prácticas en toda la cadena de valor del aceite de oliva, desde la recogida de la aceituna, hasta la distribución del producto?

Aplicar mecanismos para identificar y seleccionar las aceitunas en su momento óptimo de cosecha, elegir la cosecha temprana, filtrar el aceite de oliva virgen extra antes de pasar a los depósitos, los cuales deben ser de acero inoxidable y siempre en una atmósfera inerte o realizar muestreos constantes para que el producto llegue al **consumidor final** con todas sus propiedades, son solo algunas de ellas.

Soy consciente de que todo esto no se logra de manera inmediata ni con un esfuerzo menor, sino que requiere de un cambio de mentalidad en el sector que nazca de la certeza de que aunar **calidad y sostenibilidad** es la única manera de alcanzar una posición tan exigente.

Conseguirlo requiere una **visión a largo plazo** y la coordinación de todos los actores de la cadena de valor para actuar de manera conjunta, honesta y ejemplar.

Bajo esta premisa, desde Deoleo queremos impulsar desde nuestro liderazgo un cambio positivo que aporte ese concepto tan apreciado: valor. Búsquenlo en el diccionario.

https://www.diariodesevilla.es/agr_andalucia/agropecuario/Aceite-oliva-valor-motor-cambio-Deoleo_0_1522347952.html



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



Los diez proyectos del olivar para asegurar un futuro rentable

Iniciativas de carácter legislativo, comercial y de I+D+i para mejorar el precio del aceite. El olivar se encuentra en una encrucijada debido, entre otras cuestiones, al aumento exponencial de la superficie del cultivo, al alto rendimiento de los nuevos sistemas de plantación y a un **consumo moderado, que no crece al mismo nivel que la oferta**. De hecho, a nivel mundial, cada año se plantan 160.000 nuevas hectáreas de olivos y en la última década se han incorporado al cultivo 16 nuevos países.

Andalucía es líder en la producción oleícola a nivel mundial, con el 80% de la cosecha nacional. Solo en la comunidad autónoma, la superficie de olivar para almazara ha crecido más de 100.000 hectáreas en diez años, **superando actualmente 1,5 millones de hectáreas de olivos plantadas**. El valor de la producción en 2019 ascendió a 2.173 millones de euros, un 18% más que el año anterior, siendo uno de los sectores productivos más importantes para la economía regional y nacional.

Sin embargo, pese a este liderazgo, **el sector oleícola atraviesa una importante crisis de precios** debido a «un desajuste entre la oferta y la demanda». **La campaña oleícola ha comenzado con buen pie** y manteniendo un buen ritmo de salidas en el mes de octubre.

Pero esta **buena cadencia en la comercialización tiene que ir acompañada de unos precios** que tiren al alza, asegurando unas cotizaciones buenas y estables, que permitan la sostenibilidad del cultivo a largo plazo.

La **modificación de la Ley de la Cadena Alimentaria**, el artículo **167 bis** de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la nueva **Norma de Calidad** traen importantes cambios a la forma de producir y comercializar aceite de oliva, pero **¿cómo influirán en los precios** los siguientes proyectos en los que trabaja el sector oleícola?

1. Polémicos contratos

La reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria trae importantes **novedades a los contratos** entre los olivareros y las industrias oleícolas, **incluidas las cooperativas**. Entre ellos, la obligación de formalizar un contrato con la indicación expresa de que **el precio pactado cubre el coste efectivo de producción**. El problema es que hay tantos costes como tipologías de explotación de olivar, y hasta la fecha no se ha aclarado cómo se deben calcular los costes productivos.

Por otro lado, **se obliga a las almazaras a pagar la aceituna a los agricultores en un plazo máximo de 30 días desde la entrega de la mercancía**, y no, como se estaba haciendo hasta ahora, desde el momento en el que se fijaba el precio del producto. Las almazaras denuncian que la obligación de pagar a 30 días, dado que las principales entregas se hacen en los meses de diciembre y enero, obliga al sector industrial a **poner a disposición del mercado el 40% de la producción nacional de aceite de oliva** en apenas dos meses (enero y febrero).

Al concentrarse la venta en tan corto periodo de tiempo, **«los precios se hundirían hasta incluso por debajo de los costes de producción**, lo que arrastraría a la quiebra a la mayoría de las explotaciones olivareras».

2. Autorregulación

La Comisión Europea ha dado **luz verde a la propuesta presentada por Cooperativas Agro-alimentarias de España para autorregularse** y que sus socios puedan retirar aceite



de oliva del mercado de forma voluntaria cuando los precios bajen como consecuencia de un exceso de oferta.

El plan de Cooperativas abre una puerta a poder reducir la cantidad de aceite disponible en el mercado en momentos puntuales almacenándolo hasta que la situación se equilibre, y se basa en el **artículo 209 de la Organización Mundial del Comercio (OMC)**.

No obstante, el objetivo de Cooperativas va un paso más allá, ya que la federación está trabajando para **lograr la autorregulación pero con carácter obligatorio**. Se basará en el nuevo artículo 167 bis que incorporará la OMC una vez sea publicado el Reglamento de transición de la Política Agrícola Común (PAC). El sector cree que la retirada obligatoria de parte de los aceites producidos en España conllevará una menor oferta y una subida de los precios.

3. Norma de Calidad

El Real Decreto de la Norma de Calidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva recoge que «para evitar posibles prácticas fraudulentas» se propone **separar almazaras, refinerías y extractoras de orujo**, disponiendo de tres años para hacer los cambios.

Además, se **prohíbe a partir de enero del año 2023** la comercialización de los **aceites de oliva virgen extra destinados al consumidor final en recipientes de plástico**, salvo las monodosas. Con esta medida, según el sector, se encarecerían los aceites vírgenes extras y, con ello, caería su consumo. Además, se quiere regular la mención de «suave» e «intenso» en los aceites de oliva refinados.

4. Clasificación

La clasificación de los aceites de oliva en sus categorías constituye aún hoy un reto difícil de abordar, ya que el método oficial incluye análisis fisicoquímicos y sensoriales mediante un **panel de cata muchas veces polémico y bajo la sospecha de fraude**.

La Universidad de Córdoba ha logrado validar **un nuevo método más rápido y fiable para clasificar los aceites** de oliva Virgen Extra (AOVE), Virgen (AOV) o Lampante (AOL), demostrando las posibilidades de la cromatografía de gases acoplada a la espectrometría de movilidad iónica. Se trabaja ya para implementarlo en las empresas.

5. Precios transparentes

El sector del aceite de oliva necesita «de un **mercado de futuros** para la promoción, distribución y crecimiento mundial». Así lo afirma el profesor y doctor en Finanzas de la Universidad de Sevilla y CEO de Olivachain I+D+I, Ismael Santiago, impulsor de **un mercado de derivados sintéticos sobre el aceite de oliva virgen extra que se basa en la tecnología blockchain** y que pretende «proporcionar transparencia de precios y contribuir a la recuperación de las cotizaciones en origen». Se ha estrenado en esta campaña oleícola.

6. Aranceles comerciales

El aceite de oliva tiene una vocación netamente exportadora. Un producto que ha resultado muy afectado por el **arancel impuesto por Estados Unidos al aceite de oliva envasado de origen español** por el caso Airbus.

El contraataque de la Unión Europea tras la resolución favorable en el caso de las ayudas ilegales de la empresa Boeing, imponiendo aranceles a los productos de origen estadounidense y el cambio de Gobierno, tras la **victoria de Joe Biden como nuevo presidente de los Estados Unidos**, invitan a pensar en el fin de este conflicto comercial. El tiempo dirá.



7. Venta a granel

Otro de los proyectos que se está impulsando con el fin de recuperar los precios en el olivar es **unificar la comercialización del aceite de oliva a granel** bajo un mismo paraguas. Tras esta iniciativa está Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, aunque el proyecto tendrá carácter nacional. Grupos como Dcoop ya han dado su visto bueno.

8. Mecanización

La rentabilidad del **olivar tradicional**, que supone más del 75% de la superficie, pasa por una **mayor mecanización**. Con este objetivo nace el proyecto «**Innolivar**» que dirige la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes (ETSIAM) de la Universidad de Córdoba (UCO). Está dotado con más de 13 millones de euros y se está desarrollando mediante la colaboración público-privada entre la UCO y las empresas del sector. Ya hay un **prototipo desarrollado de una nueva cosechadora** basada en la vibración del tronco del olivo y en la sacudida de la copa simultánea.

9. Garantizar el agua

La rentabilidad en el olivar también va asociada a **garantizar el suministro del agua**, un recurso cada vez más escaso. En este sentido, destaca el proyecto «**Reutivar**», pionero en Andalucía, que ha acreditado la viabilidad y el potencial de la **aplicación de aguas regeneradas** (aguas residuales depuradas) en el cultivo del olivar.

10. Promoción

La llave para aumentar el consumo mundial del aceite de oliva es la promoción. El sector entiende que es necesario **invertir más en promociones a largo plazo** para consolidar la buena imagen del aceite de oliva español a nivel mundial. Para ello, se tiene a la **Interprofesional del Aceite de Oliva**, una asociación que ningún otro país productor ha sabido componer.

<https://sevilla.abc.es/agronoma/noticias/cultivos/aceites-de-oliva/proyectos-olivar-futuro/>

