



Noviembre 2020

Domingo	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado
	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	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					



Fallece Gennaro Pieralisi

Pieralisi acaba de anunciar la muerte de D. Gennaro Pieralisi, debido a un empeoramiento de sus condiciones físicas.

Gracias a su reconocida pasión, tenacidad y competencia, D. Gennaro Pieralisi ha sido capaz de guiar el desarrollo internacional de la compañía hasta un nivel de empresa líder en su sector y ha sido capaz de encarnar las mejores cualidades de la historia industrial italiana.

Todos los empleados de la compañía, después de haber compartido muchos desafíos y éxitos que han caracterizado la historia de la multinacional italiana, extienden sus más sinceras y sinceras condolencias a la familia.



bioland
ENERGY

queremos ser
tu orujera...

GRUP oleícola jaén

PLANTA DE RECEPCIÓN DE ALPEORUJO - Ctra. Víches, Km 3.5 - LA CAROLINA (JAÉN) - Tel. 953 68 08 15 / 609 775 563



El COI deja fuera al sector industrial del aceite de oliva español

Anierac, Asoliva, Infaoliva y Aneo ya no podrán participar en el Comité Consultivo **Olimerca**. - Indignación y malestar general es lo que está generando en todo el sector industrial del aceite de oliva español la decisión del Consejo Oleícola Internacional (COI) de dejar fuera del Comité Consultivo a los representantes de las principales asociaciones: Asoliva, Infaoliva y Anierac; además de la asociación italiana Assitol, para el periodo 2021 al 2023.

Fuentes consultadas por Olimerca han informado que desde el COI no se ha dado ninguna respuesta coherente que justifique la adopción de esta decisión, y se limitan a justificar la misma afirmando que las instancias comunitarias estaban informadas y de acuerdo. Curiosamente en este Comité Consultivo si estarán representados miembros del sector cooperativo a través de su organización Copa-Cogeca, miembros de Fedeoilive y otras organizaciones.

Desde la organización Infaoliva han dirigido una carta al Director Ejecutivo del COI en el que muestra su preocupación por esta medida adoptada y denuncian el desprecio hacia la industria oleícola española. En esta misiva se recuerda que “España es el primer productor de aceite de oliva, con mucha diferencia con respecto al resto de los países del mundo y por supuesto la industria española, por ende, es la más importante del mundo en cuanto a transformación, envasado y comercialización, no solo a nivel europeo, sino a nivel mundial.

De hecho, el sector industrial representa el 35% del total del mercado del aceite de oliva.
<https://www.olimerca.com/noticiadet/el-coi-deja-fuera-al-sector-industrial-del-aceite-de-oliva-espanol/c986e545bd72fef20529ad83e68c5c3d>

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



Siguen bajando los precios en origen del aceite virgen extra

Los precios en origen del aceite no siguieron una tendencia clara a lo largo de la semana. Según fuentes de Oleoestepea, continúa la tendencia a la baja en extra que se inició la anterior semana, que se sitúa a partir de 2.800 hasta 3.200 euros por tonelada.

Mientras que, el resto de calidades repitieron cerrándose operaciones en virgen entre 2.000 y 2.400 euros, dependiendo de la calidad; y en lampante a 1.950 euros por tonelada.

Asimismo, en la Lonja de Extremadura predominaron las repeticiones y solo bajó 100 euros el extra, que se sitúa entre 2.600 y 2.900 euros por tonelada.

Mientras que, el Sistema de Información de precios en origen del aceite de oliva, Poolred, recoge bajadas generalizadas.

Los precios medios que se fijaron para el período comprendido entre el 31 de octubre y el 6 de noviembre fueron de 2.525 euros en extra (2.545, la semana anterior), de 2.011 euros en virgen (frente a los 2.080 euros de la anterior) y de 1.934 euros por tonelada en lampante (1.972 euros, la anterior).

Precios medios nacionales

Según el último Informe semanal de Coyuntura del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en la semana 44, que va del 26 de octubre al 1 de noviembre, los aceites de oliva continúan con la tendencia al alza de las últimas semanas, pero en esta las subidas no llegan al 1%. Los de orujo también siguen con tendencia al alza, más marcada en el orujo de oliva crudo. En cuanto al aceite de girasol refinado prácticamente repite precios, siguiendo con la tendencia de la semana previa.

Se generaliza la campaña en Córdoba

Por otra parte, Asaja Córdoba ha informado de que, con algunas zonas puntuales todavía verdeando, se ha generalizado en Córdoba la campaña de almazara. Por tanto, en estos primeros días de noviembre la mayoría de las cooperativas y almazaras de la provincia abren la recepción de aceituna para molino, si bien todavía mantendrán por unos días la recepción de aceituna de verdeo, pero con un mayor aumento del ritmo de entrada de aceituna para aceite.

La meteorología y la situación económica del sector están adelantando la recolección. De hecho, cada campaña se observa un adelanto en la fecha de inicio de la recolección para la obtención de aceites tempranos que suelen ser más apreciados por su calidad, y por los que normalmente se reciben mejores precios. La situación del olivar en la provincia es buena, si bien en algunas zonas la aceituna está bastante arrugada por el déficit hídrico que acumula, según las mismas fuentes.

<https://www.agropopular.com/aceite-virgen-extra-08112020/>

El sector de la alimentación se mueve hacia la venta "online"

El confinamiento obligó a las empresas a diversificar sus ingresos a través del comercio por Internet

La caída de las ventas por los canales tradicionales llevó a muchas empresas agroalimentarias a invertir en comercio electrónico y "marketing digital" para llegar a un público más amplio,



aunque el éxito no esté garantizado. Hay quien no tenía una página web y la ha creado, o quien necesitaba un portal de venta "online" y lo ha puesto en marcha para dar salida a los productos que se quedaron sin vender durante la pandemia. Para los principiantes en el mundo del comercio por internet, los expertos recomiendan también desarrollar estrategias de promoción para darse a conocer en medio de tanta competencia.

El sector del vino está viviendo esa transformación en primera persona, especialmente en el caso de las bodegas que se vieron obligadas a cerrar en el confinamiento y que ahora tratan de diversificar sus ingresos a través de la red, sin tener que depender tanto de canales de restauración y tiendas especializadas. "Muchas bodegas son pequeñas y no pueden apostar por la estrategia digital; prefieren dar viabilidad a la comercialización de sus vinos desde la denominación de origen", detalla la presidenta de la DO Montsant, Pilar Just.

Aprovechando el tirón actual de las ventas "online", dicha denominación acaba de lanzar su tienda digital, donde los consumidores pueden elegir entre más de 200 referencias de vinos Montsant de una treintena de bodegas. Contrataron a una empresa que se dedica a gestionar los pedidos, mientras que el control de la página recae en la DO, que se propuso potenciar la difusión de vídeos de catas, concursos de vinos y artículos en su blog.

Catas virtuales

Desde hace tiempo, la Fundación para la Promoción y el Desarrollo del Olivar y del Aceite de Oliva apuesta por las campañas de promoción, las plataformas de comercio electrónico y las catas virtuales para fomentar la calidad. Su gerente, José Carlos Marzal, constata la "aceleración" que experimentaron los programas de "marketing digital", que van de la mano de unas mayores ventas de los productores por internet.

Los aceite de oliva extra virgen o "premium", más ligados a pequeñas producciones y de mayor precio, notaron especialmente el incremento, "porque no pueden encontrarse fácilmente y en internet los compradores se pueden acercar más" a esos productos "gourmet". Otras organizaciones como la Federación de Asociaciones de Mujeres Rurales (Fademur) convocó cursos para crear tiendas digitales específicas para las zonas rurales, a lo que se suman ayudas de emprendimiento para los jóvenes.

El responsable de Marketing digital de la empresa informática Gregal, José Martínez, señala que notaron un aumento de la demanda de esos servicios por parte de empresas agroalimentarias y recuerda: "La web es como una tarjeta de visita". Como en otros sectores, el posicionamiento en Google y en las redes sociales es "esencial" para aumentar la visibilidad y ahorrar en publicidad.

La creación de marca y de una página "escaparate" que a la vez sea tienda y la presencia en redes sociales son otras de las estrategias que pueden aprovechar las empresas agroalimentarias, comenta Yamina Rodríguez, de la agencia Ciento80grados <https://www.atlantico.net/articulo/economia/sector-alimentacion-mueve-venta-online/20201108010352804686.html>



CONTIGO

Financiación
para seguir creciendo

NR: 3492-202009681



Primeras líneas rojas ante la PAC: Defensa del agricultor activo y pluriactivo, el actual régimen de ayudas y rechazo a la tasa plana

Aunque aún queda mucho por hablar en Europa para cerrar la PAC, todo el mundo asume que la próxima batalla va a ser el debate del Plan Estratégico Nacional. Y aunque Andalucía está cediendo en su pulso con el Gobierno, ha sido la primera CCAA que ha marcado las primeras líneas rojas de cara a ese debate: No está dispuesta a ceder en el mantenimiento del agricultor activo y pluriactivo y al actual régimen de pequeños agricultores, así como no aceptarán la tasa plana.

Así lo ha dejado claro la consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, que ha mostrado en el Parlamento de Andalucía su apoyo al mantenimiento del agricultor activo y pluriactivo y al actual régimen de pequeños agricultores, que considera compatible con el de los agricultores profesionales. La consejera ha recordado que gracias a estos agricultores y las ayudas de la PAC en Andalucía hay un modelo de desarrollo rural que evita el despoblamiento que sí se da en otras regiones.

INSISTE EN SU RECHAZO A LOS RIESGOS DE UNA TASA PLANA A TRAVÉS DE UNA REDUCCIÓN DEL NÚMERO DE REGIONES PRODUCTIVAS

Crespo, que se ha referido a la reciente reunión entre el presidente de la Junta y el ministro de Agricultura para abordar la nueva PAC, ha señalado que se va a buscar «las cosas que nos unen y no las que nos separan» pero ha querido dejar claro que existen líneas rojas para el Gobierno andaluz.

En este sentido, ha advertido sobre los riesgos de una tasa plana a través de una reducción del número de regiones productivas porque «afectará sobre todo a los pequeños agricultores



de Andalucía, y en especial al sector del olivar tradicional». Junto a ello ha querido mostrar su negativa a una convergencia rápida apostando porque ésta sea paulatina.

Finalmente Carmen Crespo se ha referido a la necesidad de mantener el sistema de derechos garantizando la incorporación de los jóvenes agricultores. En este sentido la consejera ha afirmado que «la eliminación de derechos supondría un trasvase de recursos y Europa está diciendo que esto no se debe hacer».

La intervención de la titular de Agricultura ha concluido apelando a que en Andalucía «no haya ninguna flaqueza» en la defensa de los intereses, al respecto de lo cual ha vuelto a reclamar unidad, también de los distintos grupos políticos «de la misma manera que lo están los agricultores, las organizaciones agrarias y las cooperativas». Ya en su intervención Crespo había enfatizado en la unidad gracias a la cual se llevó a cabo la declaración institucional, que es «el resultado del diálogo con el sector».

<https://agroinformacion.com/primeras-lineas-rojas-ante-la-pac-defensa-del-agricultor-activo-y-pluriactivo-el-actual-regimen-de-ayudas-y-rechazo-a-la-tasa-plana/>



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

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

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

OLIVARUM
Fundación de Estudios de Oliva
acreditación | análisis | investigación | producción | servicios

LABORATORIO
CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

LABORATORIO RECONOCIDO POR EL CONSEJO OLEICOLA INTERNACIONAL (COI) PARA EL ANÁLISIS FÍSICO-QUÍMICO DE ACEITES DE OLIVA Y ACEITES DE ORUJO (Tipo A/B/C) (para periodo vigente)

Contratos y la Ley de la Cadena Alimentaria

IDEAL y Bankia organizan una mesa de trabajo con algunos de los máximos representantes del sector olivarero para debatir sobre la situación actual y el futuro del mismo

Los contratos y la Ley de la Cadena Alimentaria en el sector olivarero fue el tema protagonista de la nueva mesa de trabajo organizada por IDEAL y Bankia. Todo ello junto a un elenco de expertos y representantes del sector que analizaron la actualidad del mismo y lo que esperan de cara al futuro. Montserrat Godoy fue la moderadora del encuentro al que asistieron Primitivo Fernández, Director General de ANIERAC; Juan Vilar, consultor internacional; José Gilabert, Presidente de Puertas Las Villas; Gustavo Ródenas, Presidente de la D. O. Montes Orientales; Juan Gadeo, Presidente de Interoleo; y José Luis Palma, abogado especialista en contratos y Ley de Cadena Alimentaria.



El primer tema tratado fue el coste de producción, lo que desató bastante polémica entre los participantes. José Luis Palma comenzó asegurando que el coste efectivo de producción «no afecta a las cooperativas», algo ante lo que mostró su desacuerdo Juan Vilar, que consideraba que «sí que hay coste de producción». Medió Gustavo Ródenas, que interpretó que ambos estaban en lo cierto y apostilló que «la ley permite que cada cooperativa calcule sus costes de producción como entienda oportuno aunque lo que no está escrito es cómo se calculan esos costes». Para Primitivo Fernández el problema reside en que «muchas cooperativas no saben cómo calcular el coste de producción y si no se tiene claro el precio al que vender, existe un problema en el sector».

«La Ley de la Cadena Alimentaria es papel mojado»

«No es que las cooperativas no sepamos a qué precio vender», le contestó Juan Gadeo, «el problema es que tenemos que recurrir a interpretaciones», añadió. En este sentido, Vilar lo tenía bastante claro: «No hay una solución, nos obligan a tener un análisis de coste que solo sirve para que no te sancionen». Algo en lo que el abogado Palma coincidió al afirmar que, en ese sentido, la ley es «un acto de fe». Por su parte, Gilabert, Presidente de Puertas Las Villas, fue tajante al afirmar que «la Ley de la Cadena Alimentaria no concreta y no se hace aplicar», de hecho, no dudó en definirla como «papel mojado». «Al final la ley es un fiasco, si se hace una normativa que a la hora de la verdad no se puede aplicar, no sirve de nada», aseveró. En este sentido, Primitivo Fernández aclaró que esta normativa expone las «debilidades y desequilibrio» del sector: «nos han metido en una situación que nos da problemas en vez de ofrecer soluciones». «El motivo de toda esta nueva normativa es ese, las prácticas comerciales desleales y el desequilibrio», añadía Gadeo, que reflexionó sobre la limitación de



producción que se experimenta si los competidores «venden sin criterios competitivos». Y es que, mientras Juan Vilar aseguraba que el precio «es común» para todas las categorías, también exponía que «los costes no».

Llegados a este punto, Gustavo Ródenas se cuestionaba sobre el por qué de esta ley y lamentaba que «lo que no puede ser es que la mayoría cada vez gane menos y una minoría cada vez cuente con más fuerza y poder». Una cuestión a la que únicamente se le puede poner solución, según Juan Gadeo, a través de la autorregulación o mediante soluciones estructurales que permitan equilibrar todo, algo para lo que se debe «trabajar duro» ya que «se ha apostado por lo fácil en vez de favorecer un equilibrio entre distribución, productores e industriales».

Las conclusiones de los expertos

Para finalizar el encuentro organizado en conjunto por Bankia e IDEAL, los participantes en la mesa de trabajo sobre contratos y la Ley de la Cadena Alimentaria ofrecieron sus conclusiones sobre el momento que atraviesa el sector en ese sentido. «Se nos está haciendo creer que hay un problema de excedentes y yo creo que es algo puntual», dijo José Gilabert, que añadió como clave para el futuro la «integración de estrategias» para poner en valor al olivar tradicional: «creo más en la gestión que en la dimensión, el libre mercado está fracasando». Por su parte, Primitivo dejó clara su opinión sobre esta ley, que considera que necesita una revisión a fondo: «los problemas están fundamentalmente en las novedades de esta normativa, que no han ayudado a nada».

«Una ley no puede solventar la falta de eficiencia de un tipo u otro de olivar, si no somos más eficientes el problema se irá agravando y afectará a los olivares menos competitivos», opinó Juan Vilar. Mientras que Gustavo Ródenas admitió que la ley de la Cadena Alimentaria es necesaria «pero no es suficiente por ella sola», ante lo que José Luis Palma añadió que estos nuevos cambios en la normativa «se les han ido de las manos» a quienes los promovieron. Algo en lo que Juan Gadeo estuvo de acuerdo y que, para finalizar, advirtió de que la solución está en las propias manos del sector ya que «no se puede pretender que una ley lo arregle todo».

Durante los próximos días tendrán lugar nuevos encuentros de expertos organizados por IDEAL y Bankia para hablar sobre los mercados internacionales del aceite de oliva y principales tendencias en los hábitos de consumo. Mesas de trabajo en las que tendrán lugar nuevos debates con los principales representantes de cada sector.

<https://www.ideal.es/granada/contratos-cadena-alimentaria-20201106202647-nt.html>

Las relaciones comerciales con EEUU, en el punto de mira de los ministros de la UE

Los ministros de Comercio de la Unión Europea abordarán mañana en una videoconferencia las relaciones en ese ámbito con Estados Unidos tras las elecciones presidenciales, con la incógnita todavía de si la UE responderá a su mayor socio comercial con la misma medicina de aranceles por el caso Boeing.

"La UE está actualmente finalizando su proceso para utilizar su derecho a tomar represalias en caso de que no alcancemos una solución mutuamente acordada con EEUU, incluyendo la



inmediata suspensión de las contramedidas actualmente en vigor", indicaron fuentes comunitarias.

La Organización Mundial del Comercio (OMC) falló recientemente que la UE tiene derecho a imponer aranceles de hasta 4.000 millones de dólares (unos 3.360 millones de euros) a importaciones de EEUU por sus ayudas ilegales al gigante aeronáutico Boeing.

Anteriormente, ya había permitido a Washington tasar con aranceles de hasta 7.500 millones de dólares (unos 6.300 millones de euros) productos europeos por ayudas ilegales de la UE al rival Airbus, lo que le llevó a castigar importaciones como el aceite de oliva, la aceituna de mesa o el vino.

"Espero que haya algo el 9 o el 10 (de noviembre), claridad sobre cómo la UE va a actuar" en el caso Boeing, indicaron por su parte fuentes comunitarias.

La Comisión Europea, institución que lleva las riendas de las negociaciones comerciales en nombre de los Veintisiete, ha dejado claro que su preferencia no es devolver el golpe sino negociar con EEUU y lograr un acuerdo para que ese país levante los aranceles ya impuestos, ya que a su juicio la introducción de represalias no beneficia a ninguna parte.

Países como España, que han visto sus exportaciones perjudicadas por los aranceles estadounidenses, ya han pedido firmeza a la Comisión si EEUU no los retira.

En la lista de productos españoles afectados se encuentran el aceite de oliva, el vino, la aceituna, los quesos, los embutidos de cerdo, zumos, licores, moluscos y las frutas en conserva.

En todo caso, los ministros de la UE tendrán mañana una oportunidad para "hacer balance" de la situación de las relaciones comerciales con EEUU tras las elecciones del pasado 3 de noviembre después de cuatro años complicados en ese ámbito bajo la Administración presidida por Donald Trump, indicaron fuentes comunitarias.

"Hemos tenido problemas. Tienen que abordarse. Cuestiones clave como cómo facilitar el comercio entre ambos, cómo resolver disputas comerciales", comentaron.

El debate figuraba ya en la agenda antes de que el demócrata Joe Biden se proclamase presidente electo de EEUU este sábado, un cambio que debería permitir suavizar las tensiones generadas por la política proteccionista de Trump.

China

El otro gran asunto que tratarán en su reunión telemática los ministros comunitarios será las relaciones comerciales con China y, más en particular, los progresos en la negociación de un tratado integral de inversiones que las dos partes llevan buscando desde 2014.

El objetivo sigue siendo intentar cerrarlo antes de que concluya el año, aunque desde la Comisión Europea insisten en que esto solo ocurrirá si el resultado merece suficientemente la pena.

"Tenemos que discutir qué condiciones tiene que cumplir China para lograr un acuerdo", comentaron fuentes comunitarias, que destacaron que ha habido avances por su parte en áreas como la igualdad de oportunidades.

Consideraron además que "ahora las negociaciones han entrado en una etapa crucial, hablando de acceso a mercados y desarrollo sostenible. China tendrá ahí que tener más ambición. No solo prometer, sino dar resultados".

Así, consideraron que a falta de ver qué progresos se pueden lograr también en el ámbito de acceso a mercados, hay aproximadamente un 50 % de posibilidades de concluir la negociación todavía en 2020.



La UE considera a China un "socio estratégico" aunque también un "rival sistémico", y quiere cooperar con ese país asiático en todos los ámbitos donde sea posible pero, al mismo tiempo, defendiendo "con firmeza" sus intereses, tal y como recordaron fuentes comunitarias con ocasión de la última cumbre entre las dos partes, celebrada por teleconferencia el 14 de septiembre.

Por último, los ministros tienen previsto hablar de la situación de las importaciones de acero, la revisión de la estrategia comercial de la UE y la reforma de la OMC.

<https://www.expansion.com/economia/politica/2020/11/08/5fa7d289468aeb185c8b465f.html?intcmp=NOT002>



El Covid 19 frena la recogida de aceituna en Italia

Assitol valora la nueva campaña con sus luces y sombras

Olimerca. - Tras un mes desde el inicio de la nueva campaña olivarera la organización italiana ASSITOL acaba de hacer un balance de la situación actual en el aceite de oliva recogiendo que "El descenso de cosecha en el sur está teniendo un impacto significativo en la cantidad total de aceite producido en Italia pero que gracias al clima que se ha mantenido suave, se ha reducido los riesgos asociados con la mosca del olivo, por lo que la calidad será de buen nivel", afirma Anna Cane, presidenta del Olive Oil Group.

No obstante, el coronavirus sí que está afectando en gran medida los pronósticos. "Los temas críticos de circulación y las restricciones a la movilidad han provocado grandes dificultades para encontrar mano de obra - subraya Cane -. Esto ha provocado retrasos y ralentizaciones en la organización del trabajo".

La buena noticia es que finalmente se ve la luz en la larga historia de Xylella en Puglia, gracias al inicio de la producción de cultivares como Favolosa, capaz de resistir el parásito que provoca la desecación de los olivos. "Un objetivo que se debe a la investigación científica - comenta Anna Cane - y a la innovación en agronomía. De hecho, centrar todo en la tradición



ha significado, durante demasiado tiempo, marginar la ciencia y las buenas prácticas agrícolas, que pueden hacer mucho no solo contra Xylella, sino para ayudar al sector a producir más, con costos razonables y una mayor rentabilidad para todo, sin descuidar la atención al medio ambiente”.

Los temas críticos de circulación y las restricciones a la movilidad han provocado grandes dificultades para encontrar mano de obra, subraya Canne

Es la propia cadena de suministro la que reconoce que las plantas actuales necesitan urgentemente una renovación y expansión. Solo así se podrá incrementar la producción de aceite de oliva que, incluso en los mejores campos, apenas supera las 350 mil toneladas y, por tanto, es completamente insuficiente en comparación con las necesidades nacionales y extranjeras, equivalente a casi un millón de toneladas en total.

“La respuesta de la industria italiana al déficit de producción es mezclar - subraya el presidente de los empresarios - las empresas, combinando aceites de diferente origen y sabor, han creado productos únicos, constantes en el tiempo y apreciados por los consumidores italianos y extranjeros. Pero para remunerar adecuadamente al sector es necesario modernizar los procesos productivos”. Un esfuerzo que para ASSITOL “debe preocupar a todos los actores de la cadena de suministro”.

La crisis Horeca por la emergencia sanitaria también pesa sobre el sector del aceite de oliva. “Hasta ahora, el consumo interno y la buena tendencia exportadora nos han permitido sostener la ralentización de las ventas en la restauración, que vale alrededor de un tercio del mercado nacional -enfatisa el presidente del grupo oleícola ASSITOL-. Una parada más nos hace temer nuevas repercusiones negativas en el sector que, a pesar de las dificultades, ha seguido creando valor en estos meses complejos”.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/el-covid-19-frena-la-recogida-de-aceituna-en-italia/ed29ca70e121a4c92e1681e6fc795d13>

Elaia Zait finaliza su proyecto para proteger el AOVE envasado

Ahora busca fabricante y comercializador

Olimerca.- La firma jiennense Elaia Zait y Centro Tecnológico Metalmecánico y del Transporte, Cetemet, han trabajado de forma conjunta durante cerca de dos años en un sistema para extraer el aire de los envases del aceite de oliva virgen extra cuando lo tengamos en casa o en el restaurante, tal y como publicábamos en este newsletter (ver noticia aquí).

Actualmente, ha finalizado la fase de prototipado y sus responsables se encuentran en búsqueda de empresas que les ayuden con la fabricación y la comercialización del producto, tal y como explica Daniel Millán, socio de Elaia Zait a Olimerca. Su presentación está prevista para la próxima edición de Expoliva.

El oxígeno, la luz, la temperatura y las trazas metálicas son los principales enemigos del aceite de oliva, y contribuyen a su oxidación. De este modo, a través de este trabajo de investigación, han considerado todos estos elementos que afectan al deterioro de este producto. Y para ello, el material utilizado en la fabricación de este sistema será crítico, ya que deberá evitar la luz, conservar la temperatura y no permitir las trazas metálicas en el aceite, principalmente, de hierro y cobre.



Pero, sobre todo, se ha hecho un trabajo minucioso en la erradicación del oxígeno en los objetos donde conservamos el aceite de oliva. Ya sean en los propios envases de las marcas comerciales o en otros que utilizamos, específicamente, para ello.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/elaia-zait-finaliza-su-proyecto-para-proteger-el-aove-ensado/d4eb800c5c2a78f0bbff1ca98dc63ce1>



Un libro caracteriza y refleja la diversidad de los olivares españoles

Un libro discurre por "los diferentes paisajes y zonas del olivar en España a través de un recorrido que nos ha llevado a una propuesta de clasificación pero teniendo en cuenta su morfología actual a partir de cómo se han creado".

'Olivares de España' (Almuzara, 2020) expresa cómo "los olivares actuales son producto de toda una historia secular, de cómo los seres humanos hemos incorporado a este cultivo a nuestro quehacer", en palabras de uno de sus cuatro autores, José Ramón Guzmán Álvarez, portavoz de esta obra coral de la que también forman parte José Alfonso Gómez, Ángel Lora González y Pilar Hernández Rodríguez.

Precisamente, la obra parte del trabajo fin de carrera hace una década como ingeniería agrónoma de Pilar Hernández en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes de la Universidad de Córdoba, que hizo una primera categorización del olivar español bajo la dirección y tutorización de los otros tres coautores.

José Ramón Guzmán señala en una conversación con Efe que "la idea del libro, aparte de presentar una caracterización de los olivares de España, es ayudar a interpretar cómo son los olivares que nos han venido desde el pasado".

Porque el paisaje del olivo en España es tan plural como el país mismo. De hecho, "olivos que se exploten productivamente hay en todas las Comunidades Autónomas, salvo en Asturias y Cantabria, en que también hay olivos".



Para Guzmán, que ejerce de portavoz de sus compañeros de edición, "teniendo en cuenta lo diverso que es nuestro país, también es comprensible la diversidad de olivares que hay tanto por el substrato de suelos y de material geológico sobre el que se encuentran, como por la diferente topografía".

Por eso, "tenemos olivares en llanura, colinas, montañas, que corresponden a la variedad de paisajes que tenemos en España", una variedad que se recoge en la forma en la que se integran en el paisaje, esa "diferencia en cuanto a zonas geográficas distintas en cuanto al medio físico", aunque "sin entrar a valorar su capacidad productiva, ni su posible nivel de productividad, ni sus características organolépticas del aceite que se pueda producir".

La publicación tiene dos partes. La inicial, explica José Ramón Guzmán, trata de "aportar información de cómo son nuestros olivares y cómo se han creado y la segunda hay un recorrido por los diferentes tipos de olivares en los que hemos propuesto en que se podría subdividir todo el conjunto del olivar español".

Por ello cree que 'Olivares de España', que lleva como subtítulo 'Recorrido por la biografía del olivar, su memoria y sus paisajes' es un trabajo que "acerca a todo el mundo a la gran variedad de olivar que tiene España, con gran soporte fotográfico y de imagen, y por otro, ofrece una propuesta de caracterización geográfica de los olivares que sí es una novedad desde el punto de vista de los estudiosos del olivar".

A él mismo le ha correspondido dentro del trabajo coral la parte "de visitas de campo y fotográficos" y de recorrido histórico. Ya tenía experiencia en el estudio de los olivares andaluces en esta línea a través de investigaciones en los aspectos geográfico, histórico, agronómico y medioambiental.

Pilar Hernández, que es especialista en sistemas de información geográficos, fue la encargada de interpretar los olivares españoles traduciendo su gran diversidad en parámetros representativos y en cartografía temática que permita mejorar su conocimiento.

José Alfonso Gómez Calero, investigador del Instituto de Agricultura Sostenible del Consejo Superior de Investigaciones Científicas en Córdoba, abordó el recurso más frágil del sistema productivo, el suelo, mientras que Ángel Lora González, profesor titular del Departamento de Ingeniería Forestal de la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y de Montes de la Universidad de Córdoba, analiza la biodiversidad en los olivares.

Para Almuzara, la editorial que ha asumido el reto de poner en el mercado el trabajo, que comenzó a concretarse en 2011, "vivimos un momento de ruptura en la historia del olivar", aunque no desde un hito temporal concreto sino en el marco de "un proceso temporal cuyo comienzo está enraizado en la crisis del olivar tradicional y el desarrollo de una olivicultura con base científica que avanzó durante la segunda mitad del siglo XX".

En todo caso, en esta evolución "los olivares que se están creando de nueva plantación son distintos a los olivares del pasado, llevan siendo diferentes desde hace unas décadas, y el grado de divergencia no ha hecho sino incrementarse a medida que han madurado los nuevos métodos de plantación", por lo que la obra de Guzmán, Hernández, Gómez y Lora "es una memoria de los olivares heredados del pasado y de aquellos lugares donde han hundido sus raíces". EFE

<https://www.lavanguardia.com/vida/20201107/49290294372/un-libro-caracteriza-y-refleja-la-diversidad-de-los-olivares-espanoles.html>



La Fiesta de la Aceituna de Martos se queda sin su tradicional reparto de hoyos

El Ayuntamiento pide a Diputación que el evento se incluya como actividad paralela de la Fiesta del Primer Aceite

La Fiesta de la Aceituna de Martos, declarada de Interés Turísticos de Andalucía, y con la se rinde homenaje a las personas que trabajan en el campo, no podrá celebrar este año su tradicional reparto de hoyos aceituneros con el que se daban cita unas 10.000 personas en el recinto ferial de Martos.

Durante el pasado año se repartieron de forma gratuita más de 9.000 hoyos aceituneros, plato típico consistente en pan, aceite, aceitunas y bacalao.

El alcalde de Martos, Víctor Torres, junto con el concejal de Turismo, Emilio Torres, se han reunido por videoconferencia con el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, para abordar puntos de encuentro y posibilidades en la programación de la Fiesta de la Aceituna, reunión en la que ha aprovechado para pedirle que la celebración marteña sea incluida como actividad paralela en la Fiesta del Primer Aceite, que organiza la Diputación de Jaén y que este año se celebrará de forma virtual el 28 y 29 de noviembre.

Torres ha analizado que, este año, debido a las circunstancias sanitarias por la Covid-19 no se podrá celebrar como se ha venido haciendo en las últimas décadas, toda vez que no podrá disfrutarse del típico hoyo marteño.

«Tenemos que adaptarnos a las circunstancias con una fiesta con contenido online, con actividades con un aforo más reducido, pero lo claro es que desde el Ayuntamiento vamos a seguir poniendo en valor y aprovechando la fiesta para poner en valor nuestros aceites, su calidad, el sector del aceite del olivar y la fiesta como elemento de promoción de la ciudad de Martos», ha defendido el primer edil de la localidad.

Precisamente por ello le ha planteado a Lozano la posibilidad de que la Fiesta del Primer Aceite, que Diputación está organizando online para el último fin de semana de noviembre, incluya como actividad paralela la programación de la Fiesta de la Aceituna que está preparando el Ayuntamiento de Martos en colaboración con Diputación.



El alcalde ha detallado que «se está trabajando de forma intensa para que Martos, a través de su Fiesta de la Aceituna, siga potenciándose a pesar de que este año no pueda celebrarse el tradicional hoyo marteño».

<https://www.ideal.es/jaen/provincia-jaen/fiesta-aceituna-martos-20201106173336-nt.html>

140 mil toneladas de aceite tunecino para la campaña 2020/2021

Recientemente la **Oficina Nacional del Aceite en Túnez** organizó un jornada informativa sobre la campaña 2019/2020 en el sector de la aceituna y el aceite de oliva, analizando los logros alcanzados, y las perspectivas para la próxima campaña 2020/2021. Dicha jornada ha contado con la participación del Ministerio de Agricultura, Recursos Hídricos y Pesca de Túnez, y de la Unión tunecina para la agricultura y la pesca, así como la cámara sindical de exportadores de aceite de oliva de la Federación de Industria, Comercio y Artesanía de Túnez y otros representantes.

Durante la jornada, el presidente y el director general de la OHN, hizo referencia a los logros de la campaña 2019/2020 y las perspectivas para la campaña 2020/2021, en el cual [se destacó la mejora de los datos de producción y exportación](#) con un aumento de la superficie de cultivo del olivar de 22 mil hectáreas anuales, que permitirá una producción nacional de **270 mil toneladas de aceite de oliva para el año 2030**. A su vez, señaló la importancia de mejoras a medio plazo en cuanto a la regulación y gestión del aceite de oliva, con vistas a la exportación del aceite tunecino.

En cuanto a los datos correspondientes a la campaña 2019/2020, se destacó el récord de producción de **400 mil toneladas de aceite de oliva, con una exportación 360 mil toneladas**. La puesta en marcha de medidas de control por parte del Negociado Nacional del Petróleo para almacenar parte de la producción nacional, especialmente en plena época de cosecha y transferencia, [así como la puesta en marcha por parte del gobierno tunecino](#), de un programa excepcional de almacenamiento de 100.000 toneladas de aceite para particulares, han dado sus frutos con unos resultados efectivos que han permitido salvar la campaña y ajustar precios a la hora de producir y exportar.

Las previsiones para la próxima campaña 2020/2021, señalan una disminución de la producción a aproximadamente **140 mil toneladas**, datos globales de mercado que permitirán un equilibrio entre la oferta y demanda.

<https://www.oleorevista.com/?p=381695>

Almansa cuenta con un nuevo proyecto de almazara industrial

A través de las ayudas para el Fomento de la Calidad Agroalimentaria (FOCAL) en su convocatoria 2018, el Gobierno regional de Castilla-La Mancha ha subvencionado la ampliación de la nueva almazara del proyecto agroindustrial “Hacienda El Espino”, empresa situada en Almansa (Albacete).



El delegado provincial de Agricultura, Agua y Desarrollo Rural, Ramón Sáez acompañado del alcalde de Almansa, Javier Sánchez Roselló, han visitado las instalaciones para conocer diferentes mejoras y nuevo equipamiento realizados en esta almazara, gracias a una inversión privada, cercana al millón de euros.

Las obras realizadas han consistido en la adecuación y ampliación de un edificio de 1.327 metros cuadrados, adquisición de maquinaria y bienes de equipo: tolva receptora, lavadora-limpiadora, línea de elaboración de 2.500 kg/h (molino, batidora, decánter, centrífuga vertical, etc.), depósitos de almacenamiento, decantadores, dos bombas, filtro de aceite, analizador de grasa, envasadora de aceite, carretilla eléctrica y software de control. El importe concedido para estas mejoras ha sido 204.000 euros por parte del Gobierno Regional.

La almazara "Hacienda El Espino" es una empresa familiar que comenzó su andadura en los años 90 y que desde 2002 también cuenta con una bodega que produce vinos de la Denominación de Origen "Almansa", con una producción media de 6.000 hectolitros anuales. Ahora, esta agroindustria almanseña ha ampliado su actividad agroindustrial también al sector del aceite. Disponen de 55 hectáreas de olivar y la nueva almazara tiene capacidad para producir 500.000 kilos de aceite.

<https://www.oleorevista.com/?p=381652>



Aceite de oliva: el mercado se reactiva pero sigue bajando el virgen extra

El Observatorio de Precios y Mercados registra un precio en origen de 2,33 euros/kilogramo para el aceite de oliva virgen extra

La **recolección temprana**, que se está llevando a cabo en gran parte de los olivares de Andalucía, ha activado el mercado oleícola, que ha visto cómo ha crecido la oferta en las últimas semanas.



Además, el Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía ha destacado que, en la última semana, del 26 de octubre al 1 de noviembre, ha continuado la tendencia a la baja del **aceite de oliva virgen extra**, iniciada «hace un par de semanas», mientras que los aceites vírgenes y lampantes se mantienen a precios similares a los registrados anteriormente, con oscilaciones leves.

En concreto, y por categorías, **el aceite de oliva virgen extra se ha vendido a un precio medio en origen de 2,33 euros/kilogramo** en Andalucía, frente a los 2,6 euros/kilogramo de la semana pasada. El aceite de oliva virgen lo ha hecho a 2,08 euros/kilogramo y el aceite de oliva lampante se ha comercializado a 2 euros/kilogramo.

Puedes acceder al histórico de precios de las tres categorías de aceite de oliva, virgen extra, virgen y lampante, [aquí](#).

Cantidades comercializadas

Por cantidades, se han registrado **606 toneladas en ventas de aceite de oliva a granel en Andalucía**, 100 toneladas más que la semana pasada. De ellas, 126 han sido de la categoría virgen extra, 405 de aceite de oliva virgen y 75 de aceite lampante.

A nivel provincial, durante la semana 44 de 2020 las entidades que colaboran con el Observatorio de Precios y Mercados realizaron operaciones en origen en las provincias de **Córdoba, Jaén y Sevilla**.

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



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

¿QUÉ TAL POR... MÉXICO?

el olivo fuera de su zona de origen Mediterráneo

En 1492, España inicio la difusión del olivo en América. Desde el puerto de Sanlúcar de Barrameda, cerca de Sevilla, partieron las primeras estacas hacia las Antillas y después al continente americano. Desde Veracruz (Méjico) entre los siglos XVI y XVII se distribuyeron por México llegando hasta California y hoy es posible encontrar el olivo cultivado en distintas regiones del continente americano como Estados Unidos, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Perú y Uruguay.



El olivo fue traído a México en 1531 por Fray Martín de Valencia, en la época de la presencia de Hernán Cortés, siendo Tulyehualco el primer lugar en toda América donde se cultivó y de ahí se diseminó por Texcoco, Chalco, Amecameca, Jalisco y Baja California que presentaban las condiciones propicias y los árboles se desarrollaron exitosamente, llegando a formarse una franja de olivos de varios kilómetros en la ribera del Lago de Xochimilco.

La zona conocida como “Valle de México” comprende las 16 delegaciones del Distrito Federal, 59 municipios del estado de México y un municipio del estado de Hidalgo. Tanto Tulyehualco, como Xochimilco, están situadas en el Distrito Federal. El municipio de Chimalhuacán en el estado de México es el único en la zona Metropolitana que cultiva olivos y extrae aceite. Los olivos fueron traídos a este municipio por monjes franciscanos hace 400 años y los plantaban en los patios de las iglesias y gracias a las cualidades del suelo y el clima favorables lograron adaptarse y sobrevivir.

A partir de estos árboles los vecinos del municipio comenzaron a cultivar el olivo. Doscientos años después pobladores de los barrios de Xochiaca, San Lorenzo, Xochitenco, San Juan y San Agustín, y comunidades asentadas al pie del Cerro del Chimalhuache se dedicaron a la producción de aceitunas y aceite de oliva transmitiendo sus conocimientos de cultivo, cuidado, curtido y tratamiento de la aceituna de generación en generación. La urbanización del municipio ha sido un gran problema para los Olivos Centenarios que ha provocado la destrucción de estos monumentos vivientes.

La familia Buendía-Peralta originaria del barrio de San Juan, es una de las que adoptó esos conocimientos durante cinco generaciones. A partir de la experiencia acumulada se adaptaron a las nuevas exigencias del mercado para preservar su medio de vida innovando con nuevos productos.

En los pequeños huertos familiares y patios, crecen muchos que los olivos a los que la familia Buendía le compra la producción. Van a sus casas cosechan las aceitunas y luego las procesan.

Los olivos tricentenarios tienen entre 13-15 metros de altura, circunferencia de 2,5 a 7 metros promedialmente. La cosecha es totalmente a mano, por ordeño, una por una, sin ningún tipo de máquina lo cual ha llevado a que adopten técnicas especiales de cosecha con utensillos tales como un lazo para amarrar y cerrar el árbol y luego para bajar el canasto, gancho y cubetas. Los ganchos tienen un metro de largo para acercarse a las ramas y subir los canastos que tienen una capacidad para 20 kg de aceitunas.

Los grupos de siete personas por olivo, llegan a obtener 400-700 kg de fruta/árbol. En una jornada pueden llegar a cosecharse 6 árboles.

Los propietarios de los olivos no gustan de la poda de sus árboles por lo que solamente se recurre a mantenimiento mayormente con fines fitosanitarios y la madera obtenida se emplea para la fabricación de utensillos en base a este valioso material. La época de cosecha está marcada por el tamaño y color de la fruta; generalmente verde pinta o negra total para posteriormente ser conservadas en barriles con salmuera pura. La fecha varía según las variedades siendo Julio para Manzanilla, Agosto para Picual. Otras variedades como “Menuda”, Empeltre y Kalamata se cosechan entre Noviembre y Enero.

La demanda del mercado ha llevado a que la familia desarrolle su propia marca, “Kasbah”, con la cual han logrado aumentar la demanda comercial y hacerse conocer en otros países.



El nombre de origen árabe hace referencia al “lugar donde se mantienen sus culturas y tradiciones”.

Nace como un proyecto del gobierno municipal y es el sostén de muchas familias del municipio. Están tratando de aumentar la superficie cultivada de olivos para satisfacer las necesidades crecientes del mercado del aceite por sus cualidades saludables y nutritivas.

La mayoría de las aceitunas verdes (50%) es venta directa, cruda a las comunidades judías y libaneses para quienes es un alimento apreciado en México para elaboración de platos tradicionales. El otro 40% enbarrilado para venta en Tulyehualco y ciudad de México y el 10% venta local ignorando todos los plus que se le pueda dar al olivo.

La venta local es empleada en la elaboración de comida típica, principalmente en la cuaresma: bacalao, tamales con aceituna, arroz y frijoles, ensalada tabule, aceitunas rellenas que se comercializan a granel en plazas pública.

Otras actividades que desarrolla la empresa es la venta de esquejes para la diseminación del cultivo. También se elabora en pequeña magnitud, aceite de oliva extra virgen con líneas de producción modernas y eficientes.

Las demandas del mercado han llevado a la elaboración de productos secundarios como crema corporal a base de miel de abeja, aceite de oliva y sábila. Champú de tallos tiernos del olivo y barras de jabón de aceite de oliva completan la línea de derivados.

Los restos de madera y carozo son la materia prima de elaboración de artesanías como pulseras, aretes collares y gargantillas. La forma en la que se vende o distribuyen es local, venta directa en exposiciones, ferias y conferencias.

México sólo produce el 20% de su consumo, por lo que se necesita una promoción del cultivo del olivo necesitando un incremento de productores aunque el consumo sigue incrementando debido a la difusión de las cualidades de este producto. La empresa distribuye plantas para nuevos huertos tomando el rol de propulsores al avance de la actividad y a nivel de país.

Las variedades que se encuentran en esta zona son : Mision, “Menuda”, Picual, Arbequina y Empeltre. La más productiva es Picual (8k/1 lt aceite), y las menores “Menuda” Empeltre, que se necesitan 30 kg de aceituna para elaborar un litro de aceite.

Esta mirada es de una zona donde predominan los olivos tri y cuatricentenarios, lo que significa un hecho casi único en el mundo, donde las técnicas tradicionales de cultivo y procesamiento se combinan con las más modernas. Las otras zonas que son más productoras son las de desierto: Chihuahua, Zacatecas, Aguas Calientes, Hidalgo y Baja California

Uno de los intereses de la empresa es el mejoramiento general del cultivo, por ejemplo el marco de plantación que actualmente es de 3x3m, proponiéndose cambiar a 8x3 para prevenir enfermedades.

Por las características geográficas del área plantada, 2300 metros sobre el nivel del mar, el aceite tiene alto contenido de polifenoles.

El consumo país es muy bajo, 70gramos/persona/año, totalizando en una población de 130 millones de personas, 9.100 toneladas, el 80% del cual es importado. El consumo de aceitunas es también muy bajo a nivel nacional, aunque tenga sitios de mayor tradición culinaria, principalmente de las variedades Nevadillo y Mision, siendo de 200 gramos/persona año, 2600 toneladas anuales las cuales se producen casi totalmente en el país, en los estados de Sonora (60%) y Baja California (40%). El precio promedio es de 20 dólares el litro de aceite.

<https://www.juanvilar.com/que-tal-por-mexico/>