

Febrero 2021



instalaciones
Autoconsumo Fotovoltaico
Industrial, Agropecuario y Bombeo Solar



Instalaciones Proyecto y
Obra "llave en mano"



Diseño de Soluciones
Personalizadas



Rentabilidad de la
Inversión

Descubre más

CERTIFICACIÓN
AGROALIMENTARIA

SHC SOHISCERT

SERVICIOS INTEGRALES



WWW.SOHISCERT.COM

Consumo cede a las demandas del sector y sacará el aceite de oliva del semáforo nutricional

- El Ministerio ya ha planteado "formalmente" su exclusión ante los órganos de gobierno de Nutriscore, de los que España formará parte pronto

El Ministerio de Consumo sacará al aceite de oliva de Nutriscore, el semáforo nutricional que pretende implantar en los próximos meses. Según han informado fuentes del departamento dirigido por Alberto Garzón a elDiario.es, España "ya ha planteado formalmente ante los órganos de gobierno de Nutriscore" la exclusión de este producto del sistema, planteamiento que ha sido recibido "positivamente" por el resto de países. En España, una vez se implante Nutriscore y antes de la exclusión oficial del aceite, los supermercados no exigirán a las productoras aceiteras este etiquetado, tal y como han acordado el Ministerio y el sector de la distribución. La adhesión a Nutriscore será, en cualquier caso, voluntaria.

Consumo responde así a las demandas del sector, que ha mostrado en los últimos meses su "rotundo rechazo" a un sistema con el que saca mala nota. El aceite de oliva estaba calificado con la letra D (poco favorable), pero [España peleó para mejorar su puntuación](#) y logró elevarla a C en 2018. No es suficiente para la interprofesional del aceite. En una carta enviada al ministro el pasado 4 de febrero, la organización alertaba de que "muchos consumidores asumirán" dicha nota "como una advertencia para limitar su consumo". Se da la circunstancia de que los aceites de semillas —entre ellos, el de colza, del que Francia es productor— también subieron un escalón en 2018 y ahora tienen la C.

El semáforo nutricional Nutriscore otorga una C al aceite de oliva

Nutriscore es un sistema frontal de etiquetado de alimentos —en inglés, *front-of-pack labelling*, o FOP— que califica cada producto con una letra y color, siendo la A (verde oscuro) la más saludable y la E (rojo) la peor. Fue desarrollado por científicos franceses y está implantado en Francia, Bélgica, Holanda y Alemania, pero no es obligatorio. La regulación europea sobre información alimentaria de 2008 introdujo el concepto de FOP y permitió que fuera voluntario al no haber un sistema "comprensible y aceptable" para todos los consumidores europeos. La idea era recoger experiencias en varios países para una futura armonización. Han pasado trece años y la Comisión Europea aún no ha legislado sobre ello, aunque ha anunciado su intención de hacerlo [a finales de 2022](#).

En su pacto de Gobierno, el PSOE y Unidas Podemos se comprometieron a "reducir el impacto de la comida basura" mediante la adopción de un sistema de etiquetado frontal. Ya antes de que se formara Gobierno, el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social en funciones —entonces dirigido por María Luisa Carcedo y no partido en tres, como ahora—

anunció la futura implantación de Nutriscore y desató la polémica con el aceite de oliva y [el jamón ibérico](#).

El Ministerio dijo entonces que excluiría a alimentos de un solo ingrediente, como el aceite, la leche, la miel o los huevos. El manual de Nutriscore lo permite: concretamente, permite excluir a productos no procesados de un único ingrediente (como la miel) y a productos procesados cuyo único ingrediente haya sometido a maduración. Pero Sanidad nunca lo llegó a implantar.

Ahora, el departamento de Garzón prepara su implantación en España y maniobra para sacar el aceite de oliva del todo, de forma que no solo quede excluido aquí sino en el resto de países con Nutriscore. "Tiene características de monoingrediente que nos permitirían sacarlo. Para hacerlo efectivo, primero hay que formar parte de los comités de Nutriscore", aseguran fuentes del Ministerio. Como es muy posible que este etiquetado sea obligatorio en el futuro, Consumo entiende que "es imprescindible agilizar los trámites de la exclusión del aceite de oliva ahora para que no pueda generar un impacto negativo en la industria española en el futuro".

En Italia también están preocupados por el impacto que podría tener en el queso grana padano, el parmesano y el jamón de Parma. En el sector español circula la idea de que Nutriscore hizo "ajustes" en sus cálculos para favorecer a los quesos franceses, [una información matizada \(junto a otras "fake news"\) por un equipo de científicos de la Sorbona](#): se reconoció una "inconsistencia en el algoritmo" que no tenía en cuenta que el queso es una fuente de calcio y se subió de E a D a la mayoría.

Desde Consumo aseguran que la entrada de nuestro país en el sistema de Nutriscore será clave para defender los intereses de la industria. "El ministro siempre ha defendido que el sistema era el mejor posible, pero que aun así era imperfecto", subrayan. "Hay que tener en cuenta que Nutriscore ya se está implantando en países como Francia, Holanda y Alemania, con lo que estar dentro de los comités (de gobierno y científico) es la única forma de defender el aceite en otros países".

https://www.eldiario.es/economia/consumo-cede-demandas-sector-sacara-aceite-oliva-semaforo-nutricional_1_7200764.html

El COVID-19 impulsa el oliva: gana 28 millones de litros en 2020 mientras el girasol pierde 29 millones por la crisis de los bares

Publicado por [Revista Almaceite](#)

El análisis de las ventas de aceites de oliva en sus diferentes categorías y del resto de aceites vegetales en el año 2020 está muy mediatizado por la llegada de la pandemia del COVID-19, y todo lo que ha supuesto en los cambios de hábitos de consumo. Confinamiento

incluido. En cuestión de ventas en el mercado español, los últimos años de cierre del 2020 de ANIERAC muestran como la pandemia ha ayudado al aceite de oliva a crecer en consumo, en algunas categorías por encima de los dos dígitos. Aumenta el consumo en los hogares, y disminuye con fuerza el de Canal Horeca y colectividades.

Según ANIERAC, el aceite de oliva en su conjunto ha experimentado un ascenso en este 2020 con unas ventas de 349 millones de litros durante este año frente a los 321,37 millones de litros del año pasado, es decir se ha producido un aumento del 8,59% en el 2020. El virgen extra ha alcanzado en el año 2020 los 146,92 millones de litros, cantidad un 11,69% superior a la del año pasado. Las cifras acumuladas del "suave" y del "intenso" ascienden a 123,13 y 54,05 millones de litros, lo que supone un aumento de un 5% y un 10,81% respectivamente frente al 2019. Mientras, el aceite de oliva virgen, con 24,88 millones de litros, presenta una cantidad un 4,38% superior a la del año anterior.

Aunque la categoría del virgen extra es la que más crece en el año 2020, la suma de las ventas de oliva suave e intenso refinado alcanzan los 177,1 millones de litros frente a los 171,7 millones de litros que suman los virgen extra y los virgen en su conjunto. Es decir, entre los grandes envasadoras aún es mayor el número de litros de oliva refinado que de virgen extra y virgen que se comercializada, aunque ha habido algunos meses en el año en el que la situación ha sido a la inversa por primera vez en muchos años.

El análisis de los datos de ventas de aceites comestibles de ANIERAC en este complejo año 2020 muestra un dato sorprendente y que explica en gran parte los cambios de hábitos de consumo producidos. Mientras las ventas de los aceites de oliva en su conjunto han crecido más de 28 millones de litros, las ventas de aceites de girasol -su mayor competidor en el mercado- han caído en 29 millones de litros -un 12%- ante la fuerte caída del negocio de bares, restaurantes y colectividades. Asimismo, las ventas de aceites refinados de semillas - muy usados también en el Canal Horeca de restauración- lo han hecho en 12 millones de euros. Es decir, la caída global de los aceites de semillas ha sido mucho mayor -42,50 millones de litros- que el alza conseguida por los aceites de oliva, 28 millones.

Otra categoría que ha sufrido mucho los estragos de la crisis del canal Horeca ha sido el orujo de oliva, con 14,2 millones de litros menos vendidos en el año 2020. Es decir, los aceites que más venden en el canal Horeca se han dejado en el camino en el año 2020 un total de 57 millones de litros. Que el aceite de oliva, en sus diferentes categorías, ha recogido por el camino hacia casa.

<https://revistaalmaceite.com/2021/02/08/el-covid-19-impulsa-el-oliva-gana-28-millones-de-litros-en-2020-mientras-el-girasol-pierde-29-millones-por-la-crisis-de-los-bares/>

Cataluña reclama medidas urgentes para recuperar los olivares

Afectados por Filomena

Olimerca.- Ante la falta de propuestas concretas del Departamento de Agricultura de la Generalitat Catalana para el sector del aceite, tras los daños que causó el temporal

Filomena, Unió de Pagesos, la FCAC y las DOP Terra Alta, Siurana, las Garrigues y Baix Ebre-Montsià reclaman un plan de recuperación, con una ayuda que priorice agricultores profesionales y jóvenes.

Las entidades, que han expresado su preocupación por esta cuestión en la reunión de la Mesa sectorial agraria del aceite de oliva, en la que han analizado los daños de la nevada, consideran que casi cuatro semanas después del temporal, los productores necesitan realizar urgentemente las tareas de recuperación de las fincas afectadas.

En este sentido, las entidades, que habían pedido la convocatoria de la Mesa sectorial del aceite de oliva, exigieron a Agricultura celeridad en la valoración de daños, ya que, como habían expuesto, las primeras actuaciones en las fincas evidencian que la afectación es mucho más importante de lo que parecía inicialmente.

Las hectáreas afectadas suman más de 40.000, especialmente en las explotaciones de la Terra Alta, la Ribera Ebro, Priorat, Garrigues, el Segrià, el Pla d'Urgell, Urgell, municipios de la Conca de Barberà y el municipio del Perelló (Baix Ebre).

Tres medidas urgentes

Las entidades han propuesto al Departamento tres medidas urgentes:

- Un Plan de recuperación del potencial productivo que se lleve a cabo en cuatro años y que incluya una ayuda para 2021, un plan de choque para cubrir los costes de recuperación de este primer año de las parcelas afectadas.
- Que esta ayuda se destine a todas las personas titulares de explotaciones agrarias de olivar afectadas por el temporal que hayan sufrido daños en el potencial productivo de sus explotaciones, priorizando, a través de un sistema de puntos, a jóvenes agricultores y agricultores profesionales.
- Una ayuda a las cooperativas / almazaras para compensar la pérdida de producción, así como empezar a trabajar urgentemente para la mejora del seguro agrario del olivo.

En este sentido, consideran urgente la convocatoria de una reunión del Grupo de trabajo de seguros agrarios de Agricultura para modificar las condiciones del seguro con el objetivo de que se ajuste a la realidad y la necesidad del sector.

También indican que, si es necesario, que hay que establecer un nuevo modelo de seguro para el sector. La petición de esta última medida quedó justificada ante la presentación que hizo Agroseguro, y que pone de manifiesto que tal como está articulada ahora el seguro no cumple las expectativas de cobertura en nevada y, por tanto, serán pocos los asegurados que tendrán cobertura.

El Departamento informó que ha creado un formulario, un documento de responsabilidad, que los afectados pueden llenar y devolver a las oficinas de Agricultura. Este formulario no da derecho al posible ayuda que se planteara, pero debe servir para tener datos sobre el grado de afectación. Las entidades entienden que, aunque el Departamento se ha comprometido a buscar soluciones para esta situación, el campesinado afectada necesita que se apliquen medidas urgentes para resolverla lo antes posible.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/cataluna-reclama-medidas-urgentes-para-recuperar-los-olivares-/7fca92c32b5031adf7de9b6f3622dfb5>

Satisfacción de la Interprofesional con decisión de Consumo

De excluir a los aceites de oliva de NutriScore

Olimerca.- La Interprofesional del Aceite de Oliva Español ha acogido con satisfacción el anuncio del Ministerio de Consumo de excluir a los aceites de oliva de NutriScore. “Este anuncio nos satisface doblemente, ya que apunta a la intención del Gobierno de España de trabajar en la modificación del algoritmo para que el sistema de etiquetado frontal, NutriScore y aquel que finalmente se adopte a nivel europeo, refleje correctamente los beneficios saludables de los aceites de oliva”, aseguran.

Porque, desde que se habló por primera vez de esta iniciativa, el sector se ha mostrado a favor de la implantación de un sistema de información que permita al consumidor conocer mejor que alimentos han de estar presentes en una dieta equilibrada. Esto sin duda requiere de la reevaluación de la clasificación que ahora mismo obtienen los aceites de oliva (letra “C” con color amarillo), de manera que una adecuada reevaluación se haga extensiva a todos los países que se han adherido a este sistema.

Este sería un paso importante para la futura implantación de un etiquetado armonizado en toda la Unión Europea. No hay que olvidar que casi el 70% de los aceites que comercializa España se exportan a más de 175 países de todo el mundo, especialmente a la Unión Europea, donde los consumidores todavía no conocen suficientemente las bondades del producto. Por esa razón, este cambio es crucial para el sector, como explica el presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Pedro Barato, “para nosotros es fundamental que cualquier sistema de etiquetado recoja las evidencias científicas que los investigadores han aportado, en las últimas décadas, sobre sus beneficios saludables. Por eso es tan importante que NutriScore reevalúe la “nota” que reciben los aceites de oliva”.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/satisfaccion-de-la-interprofesional-con-decision-de-consumo/223e4641f22f7cfe55880fcc4e055758>



PLAN DE MANTENIMIENTOS PROGRAMADOS
ANTICÍPESE Y AHORRE DINERO

20% DESCUENTO
ENTRE ENERO Y ABRIL

15% DESCUENTO
ENTRE MAYO Y JUNIO

EN SERVICIO DE REPARACIONES EN TALLER Y REVISIÓN TÉCNICA DE ALMAZARAS

976 466 020
953 284 023

@ posventa@pialisi.com
info.spain@pialisi.com

GRUPPO
PIERALISI
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pialisi.com

El MAPA presenta a las CC.AA. nueve propuestas de ecoesquemas a aplicar en nuestro país en la PAC 2023-27

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) presentó este martes 2 de febrero a las CC.AA. una propuesta preliminar para debatir sobre los ecoesquemas a aplicar en España, una vez que la misma ha sido actualizada, a partir de la última información facilitada por la Comisión Europea y definida con un mayor grado de detalle.

La relación, abierta al análisis y debate con las CC.AA., pues se cerrará en la Conferencia Sectorial monográfica que se celebrará en primavera sobre el modelo de aplicación de la Política Agraria Común (PAC), incluye un total de nueve ecoesquemas, que pueden diferenciarse entre aquéllos cuyo importe puede ser calculado como incentivo y aquéllos, cuyo importe debe ser calculado como compensación.

Entre los propuestos está:

- 1.-La mejora de la sostenibilidad de los pastos, aumento de la capacidad de sumidero de carbono y prevención de incendios mediante el impulso del pastoreo extensivo.**
- 2.-El manejo apropiado de los pastos: siega de prados y márgenes sin segar.**
- 3.-Las prácticas para la mejora del carbono orgánico, la calidad y la fertilidad del suelo en tierra arable: fomento de la rotación de cultivos con especies mejorantes.**
- 4.-La agricultura de precisión. Plan de gestión de nutrientes.**
- 5.- Las prácticas alternativas a la quema al aire libre de restos de cosecha y poda”, como las cubiertas vegetales inertes; la valorización energética de biomasa vegetal, y el compostaje.**
- 6.- La práctica en materia de uso sostenible de fitosanitarios.**
- 7.- Las prácticas para la mejora de la conservación del suelo mediante cubiertas vegetales vivas en cultivos leñosos.**
- 8.- Las prácticas para prevenir la erosión del suelo y mejorar su contenido en carbono y materia orgánica: agricultura de conservación-siembra directa.**
- 9.- Las prácticas para la mejora de la biodiversidad, como los márgenes multifuncionales e islas de biodiversidad, y las zonas de no cosechado y mantenimiento del cultivo.**

Como es conocido, los ecoesquemas son una de las principales novedades de la PAC que se empezará a aplicar en 2023.

Cada Estado miembro debe incluir en su plan estratégico un catálogo de prácticas voluntarias encaminadas a incrementar la sostenibilidad de las explotaciones, en aspectos tan importantes como la protección de los suelos, el incremento de su capacidad como sumidero de carbono, la preservación de la biodiversidad o la reducción de emisiones.

Según el acuerdo del Consejo de Ministros de la UE de octubre de 2020, los Estados miembros deben destinar al menos el 20 % de los pagos directos a esta finalidad. A

Al respecto, el Ministerio de Agricultura considera necesario tener en cuenta que las negociaciones trilaterales entre el Consejo, la Comisión y el Parlamento Europeo y, por tanto, los resultados de las mismas, todavía no han concluido.

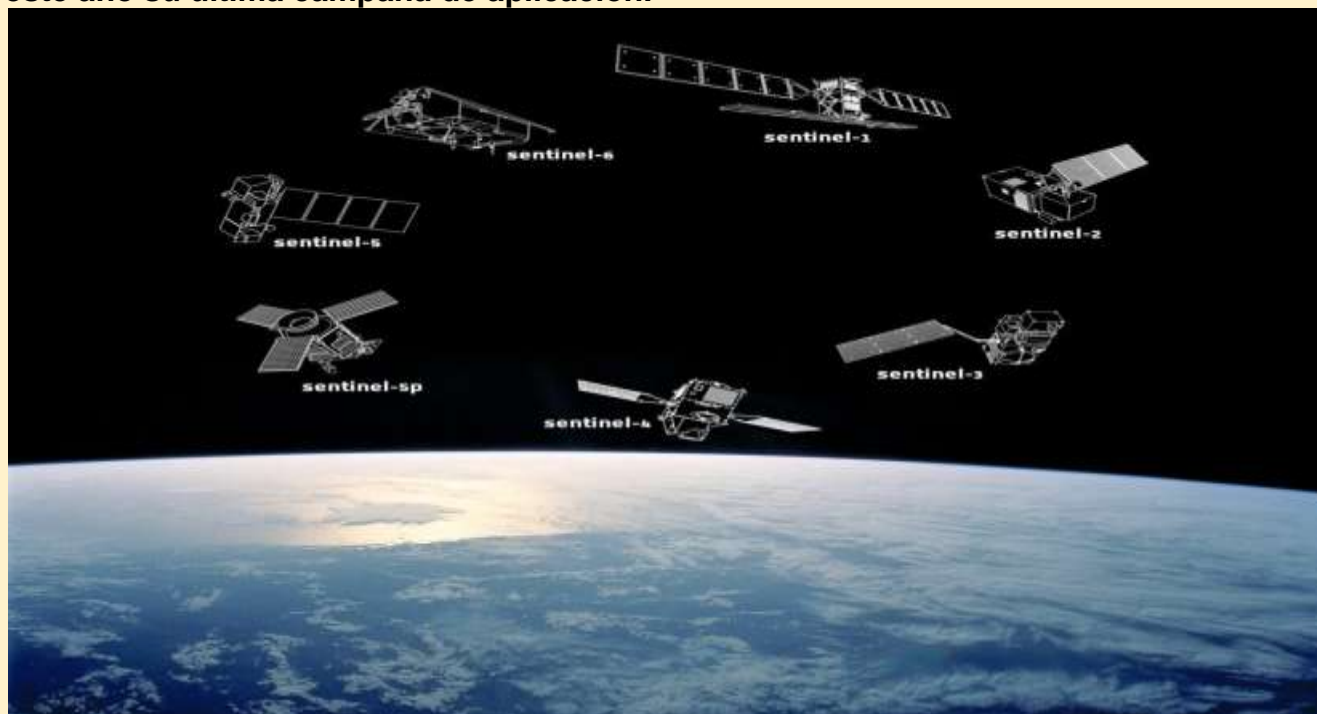
La lista de eco esquemas que finalmente se establezca entrará en vigor con la nueva PAC a partir de 2023.

Previamente, se realizará el desarrollo normativo, así como todas las labores de formación e información durante 2021 y 2022 para que agricultores y ganaderos puedan acceder con más facilidad a la realización de estos ecoesquemas en la práctica

<https://www.agronegocios.es/el-mapa-presenta-a-las-cc-aa-nueve-propuestas-de-ecoesquemas-a-aplicar-en-nuestro-pais-en-la-pac-2023-27/>

El FEGA prevé completar la monitorización vía satélite de todas las superficies PAC en la campaña 2022

El Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA) prevé que los controles por monitorización vía satélite de las superficies susceptibles de ayudas de la PAC se apliquen en la totalidad del territorio nacional en la campaña del próximo año 2022, constituyéndose como la principal metodología de control que se aplicará durante el periodo de la nueva reforma a las intervenciones por superficie, al sustituir a los controles clásicos sobre el terreno y a los controles por teledetección, que tendrán este año su última campaña de aplicación.



Los controles por monitorización son un procedimiento de observación periódica y sistemática de la Tierra, basado fundamentalmente en la utilización de imágenes de los satélites Sentinel del Programa Copernicus. Son controles que tienen una naturaleza

preventiva y su objetivo es la verificación periódica y continua de la compatibilidad entre la actividad agraria, declarada por el agricultor, y la observada en la serie temporal de imágenes Sentinel. Esta información, procesada con sistemas de inteligencia artificial y complementada por otras tecnologías, como el uso de drones y de aplicaciones móviles (apps) para la captura de fotografías geoetiquetadas, permiten la comprobación, en gran medida automática, de los criterios de admisibilidad de las ayudas.

Según el FEGA, la utilización de estos controles, en sustitución de los controles sobre el terreno actuales (tanto clásicos como por teledetección), supone un cambio de paradigma, al pasar de unos controles sobre el terreno puntuales, realizados de forma manual y basados en el muestreo del 5% de los beneficiarios a la realización de controles automatizados continuos al 100% de los mismos.

Aunque pueda resultar paradójico, indica el FEGA, la automatización de los procesos reduce la carga administrativa y el coste de realización de controles de las ayudas de la PAC con lo que la tramitación de las solicitudes y los pagos es más ágil.

Este nuevo sistema de controles acarrea también una nueva forma de entender las relaciones entre los beneficiarios de ayudas de la PAC, de forma que la comunicación entre ambos actores es fundamental. Así, haciendo uso de los canales habilitados al efecto, los pocos casos de expedientes dudosos o con incumplimientos detectados son comunicados a los beneficiarios por parte de las CC.AA., requiriendo el aporte de información o evidencias adicionales en forma de fotografías geoetiquetadas o bien la modificación de la Solicitud Única con objeto de corregir los posibles errores detectados en los plazos habilitados al efecto.

Durante la campaña 2021, añade el FEGA, en consonancia con las observaciones del Tribunal de Cuentas Europeo y la Comisión, la aplicación de los controles por monitorización a las medidas de Desarrollo Rural del II Pilar de la PAC recibirá un notable impulso, al ampliarse el ámbito territorial (superficies) y también el número de medidas y operaciones a las que se aplicará esta metodología de control.

En la campaña 2021, que supone el tercer año de implementación gradual (“phasing-in”) previsto por la normativa comunitaria, se incorpora la Comunidad autónoma de Cantabria y se amplía sustancialmente la base territorial de aplicación de estos controles, de forma que en 8 CC.AA. se monitorizará la totalidad de la superficie. En consecuencia, en esta campaña 2021, se realizarán controles por monitorización en zonas geográficas específicas de un total de 16 comunidades autónomas.

Informe monitorización FEGA campaña 2021: [20210123 Noticia Monitorizacion 2021](https://www.agronegocios.es/el-fega-preve-completar-la-monitorizacion-via-satelite-de-todas-las-superficies-pac-en-la-campana-2022/)
<https://www.agronegocios.es/el-fega-preve-completar-la-monitorizacion-via-satelite-de-todas-las-superficies-pac-en-la-campana-2022/>



exp oliva
←events←
ESTRATEGIAS DE REFERENCIA EN INVESTIGACIÓN,
DESARROLLO, INNOVACIÓN Y DIVULGACIÓN
DEL SECTOR DEL OLIVAR

COLOQUIO

“ LA SITUACIÓN ARANCELARIA
EN ESPAÑA. LOS CONTINGENTES
DE TÚNEZ Y LOS MERCADOS
EXTERIORES ”

JUEVES 25 FEBRERO 2021
17:30 H. VÍA ZOOM

PARTICIPAN

Jorge Pena	CEO de Innoliva
Carlos Jiménez	COO de Grupo Acesur
Juan Vilar	Consultor Estratégico Internacional

**INSCRÍBETE AQUÍ A LA JORNADA
A TRAVÉS DE ZOOM**

Organiza: IFEJA, Fundación del Olivar
Patrocina: Junta de Andalucía
Colabora: Gobierno de España, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, CAL BORNAL
Sponsors: agroisa, cbh, GEA

El manejo de las redes sociales y el comercio electrónico también llega al sector oleícola

La UNIA lanza un curso online para aprender a manejar las herramientas digitales encaminado a las empresas dedicadas al aceite de oliva

La Universidad Internacional de Andalucía ([UNIA](#)) realizará un **curso de experto en redes sociales y comercio electrónico aplicado al sector oleícola**, dirigido por Enrique Bernal y Juan Antonio Parrilla, de la Universidad de Jaén ([UJA](#)).

El objetivo de este curso, que **se imparte vía online del 1 de marzo al 23 de abril**, es «facilitar la formación y la inserción laboral de personas interesadas en la gestión de la venta

por comercio electrónico y las herramientas del marketing digital y las redes sociales disponibles», según ha explicado la UNIA en un comunicado.

Plazo de matriculación hasta el 15 de febrero

«De modo que **el alumnado pueda diagnosticar, implantar, desarrollar y gestionar todas las estrategias** que tienen que ver con este nuevo escenario en el ámbito de la venta electrónica y la gestión social media, así como conocer el uso de las herramientas Google, parte muy activa del proceso de digitalización empresarial», afirman.

El curso, cuyo **plazo de matrícula está abierto hasta el 15 de febrero**, se estructura en torno a tres ejes: el comercio electrónico en el sector de los aceites de oliva, la gestión de redes sociales y la utilización de las herramientas Google para la digitalización de la empresa oleícola.

Está dirigido a profesionales del sector oleícola, en particular, responsables comerciales y personal de los departamentos de comunicación y administración, profesionales de la agroindustria y miembros de la administración pública con competencias en la materia y estudiantes y egresados de especialidades relacionadas con la temática del experto como derecho, economía, administración de empresas, agronomía, etc.

Ponentes y formación online

Junto a los dos directores, participarán como ponentes **expertos del ámbito universitario y profesionales del sector** como Adoración Mozas, Trinidad Vázquez, Ángel Martínez, Cristóbal Carmona Raquel Barreda, Pablo Juan Cárdenas, Manuel Lucena López Domingo Fernández, Víctor Manuel Rivas y Francisco Roca, **de la UJA**, entre otros.

Asimismo, tomarán partida en el asunto Miguel Medina, de la **Universidad de Córdoba** (UCO); Francisco Carpio, de DHL Parcel Spain; Enrique Moreno, de Cabello & Mure; Víctor Rodríguez, de BeBanjo; M^a Angustias Velasco, de Farmaove; Concepción Jiménez, de YellowLove, y Gonzalo Romero, director de Educación de Google.

De esta forma, la UNIA trata «de responder a las **necesidades formativas del sector agroalimentario**, y en particular, del sector oleícola, consolidando su compromiso con el entorno más cercano y contribuyendo al desarrollo económico y social, en este caso, con un sector como el del aceite de oliva, predominante en la provincia de Jaén».

A la vez, apuesta por el impulso de la docencia online, debido a la situación de emergencia provocada por el Covid-19, con un **formato virtual que favorece la participación de alumnado de otros territorios**, no solo de Andalucía y España, sino también de otros países donde la UNIA desarrolla su labor como en el Magreb o Hispanoamérica.

Una negociación inteligente

«No nos equivocamos si vaticinamos un resultado negativo para Andalucía, pero ante esta situación caben alternativas para las estrategias negociadoras»

Isaías Pérez Saldaña, posiblemente uno de los mejores **consejeros de agricultura de la Junta de Andalucía** en opinión generalizada del propio sector, bautizó como una «**negociación inteligente**» la que realizamos con Bruselas en el **2007/2008 en el sector algodonero** y que permitió la consolidación del sector en un nuevo escenario y con una

aplicación y regulación diferente en algunos aspectos con respecto a Grecia, el otro y principal país productor de la Unión Europea (UE).

El estado actual de las negociaciones de Andalucía con Madrid de la aplicación de la **próxima reforma de la PAC**, presenta una **situación poco esperanzadora en cuanto a resultados positivos para nosotros**. En efecto, casi todas las Comunidades Autónomas, con mayor o menor entusiasmo, están de acuerdo con una **convergencia y reducción de regiones de aplicación acelerada** frente a la posición andaluza que no puede aceptar la rapidez con la que estos mecanismos, creados por el propio Ministerio en su día, pretenden instalarse por directrices de la UE.

No nos equivocamos si **vaticinamos un resultado negativo para Andalucía**, pero ante esta situación **caben alternativas** para las estrategias negociadoras. Una, **aceptar lo irremediable** con el consiguiente disgusto y ruido político que nada va a solucionar ni ayudar al sector agrario andaluz.

Dos, **aceptar a cambio de compensaciones** o dossiers pendientes o nuevos que pueden ser necesarios o útiles. En todas la reformas tanto generales como sectoriales de la PAC, siempre ha habido un capítulo de excepciones o **concesiones individualizadas** para tal o cual caso o país.

La principal región agraria

Hay un principio básico siempre respetado y por otra parte lógico y es que **nunca se legisla ni se ha legislado contra la principal potencia agraria a nivel de la UE** y esto es de aplicación a nivel autonómico en España. No se puede legislar contra los intereses de la principal región agraria de nuestro país y de la UE.

Cómo evitar esto sería la tercera opción y, en mi opinión, la mejor o al menos la más razonable: **Una reforma de dos velocidades. La Unión Europea ha utilizado este recurso o mecanismo cada vez que le ha hecho falta**. Existen infinidad de ejemplos. En la gran ampliación comunitaria de los 12 PECOS (países de la Europa del Este), 10 entraron simultáneamente y Bulgaria y Rumanía después porque se retrasaron en alcanzar las exigencias mínimas necesarias.

En la Unión Monetaria exactamente igual a **la hora de autorizar el uso del euro como moneda única europea** y en reformas sectoriales se ha aplicado en varias ocasiones. Por tanto, **si Andalucía necesita ir más despacio** por su diversidad y características estructurales que la hacen muy diferente del resto de comunidades autónomas, **negóciense y aplíquesele una velocidad menor, tanto en el proceso de convergencia**, haciéndola más asumible, **como en la reducción de regiones**, segmentándolas en el tiempo, escalonándolas progresivamente.

Hay que dejar claro que **no existe temor ni oposición a las reducciones regionales ni al proceso de convergencia** lo que se intenta es evitar o **suavizar los desequilibrios** que producirán ambos procesos si se hacen de manera brusca.

Sería **otro claro ejemplo de negociación inteligente**.

<https://sevilla.abc.es/agronoma/noticias/analistas/negociacion-inteligente-pac/>

LOS MÚLTIPLES BENEFICIOS DEL ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA (AOVE) ¿QUÉ LE DIFERENCIA DEL RESTO?

Actualmente, la dieta mediterránea se considera como una de las más saludables y equilibradas de toda Europa. Y si por algo puede destacar, es por el gran uso que se da al aceite de oliva virgen extra (**AOVE**).

Existen una gran cantidad de aceites de oliva, que se diferencian por la forma de elaboración y su grado de acidez, así como la cantidad de antioxidantes y otros componentes. La concentración de los diferentes componentes dependerá de varios factores, como el tipo de aceituna empleada, el grado de maduración de esta y la tecnología utilizada para el presado y la extracción del aceite. Podríamos decir que el **AOVE**, es dentro de los aceites de oliva vírgenes, **el que mayor calidad posee**, pero ¿Qué le diferencian del aceite de oliva virgen y aceite de oliva?

Si tienes ese punto gourmet seguro te has preocupado por saber identificar que tipo de aceite emplear para así hacer uso de un aceite de calidad.

El AOVE, es un aceite sin refinar y se distingue del resto, sobre todo debido a su elaboración y conserva, posee un color más verdoso y su nivel de ácido oleico es el más bajo de los aceites de oliva. Además, contiene una mayor cantidad de vitaminas y minerales que resto de aceites.

Otra diferencia que le destacan del resto es su pureza, ya que no se emplean productos químicos ni es alterado por la temperatura y contiene menos de un 1% de ácido oleico, otorgando le un sabor completamente diferente del resto de los aceites.

En cuanto al aceite de oliva virgen, al igual que el AOVE se trata de un aceite sin refinar. Aunque, por el contrario, los métodos empleados durante su elaboración no son tan estrictos. Una de sus principales diferencias con el AOVE, es que posee un mayor grado de ácido oleico, dando lugar un sabor menos intenso. Además, cabe destacar que las propiedades beneficiosas para la salud no son comparables con las del AOVE, siendo estas mucho menores.

Siguiendo con el aceite de oliva corriente, consiste en una mezcla entre aceite de oliva virgen y aceite refinado. Es un aceite de menor calidad que AOVE, con un sabor mucho más neutro y color claro. Además, el nivel de ácido oleico es mucho mayor.

Teniendo en cuenta todos estos factores, se puede observar que el AOVE se trata de un aceite de una calidad excepcional, el cual, si es combinado con una dieta saludable libre de ultra procesados, presenta una gran cantidad de beneficios para la salud como los siguientes:

- Ayuda a prevenir enfermedades degenerativas
- Ayuda a la digestión y combate el estreñimiento
- Posee propiedades anticancerígenas
- Contiene beneficios para la piel, cutícula y cabello
- Previene enfermedades cardiovasculares
- Fortalece el estado de los huesos
- Reduce el riesgo de padecer diabetes tipo 2

<https://exquisitoo.com/blog/post/aove-multiples-beneficios.html>



Las aceitunas más desconocidas con las que también se hace oro líquido en Málaga

Ocal, pico limón, nevadillo o koroneiki son algunas de las variedades menos conocidas, pero de las que salen excelentes AOVEs

Ni son tan abundantes ni mucho menos tan conocidas como la hojiblanca, la verdial, la picual, la arbequina o la manzanilla alorense. Pero, **hay una importante lista de variedades de aceitunas con las que también se hacen excelentes aceites de oliva virgen extra (AOVE) en la provincia de Málaga.** Muchas de ellas responden a nombres tan exóticos como la 'koroneiki' o la ocal.

Hoy se hacen con ellas monovarietales o 'coupages' de gran calidad gracias al empeño de muchos empresarios que sienten pasión por el AOVE. **Muchos de ellos buscan con estas aceitunas minoritarias y poco conocidas dar un paso hacia la diferenciación en el mercado,** pero también quieren que el público pueda ver los matices distintos que se pueden encontrar en cada uno de ellos.

En Bobadilla Estación, en el término municipal de Antequera, hay una plantación de unas 16 hectáreas plantadas con olivos de 'koroneiki', una variedad oriunda de Grecia

que se ha adaptado perfectamente al terruño. Desde hace seis campañas, **lo comercializa 'Cortijo El Solano'**.

«Se plantó esa variedad hace ya catorce años porque mi abuelo vio en una revista de gastronomía que en el mundo de la restauración había una cierta predilección por sus características», explica Gonzalo Ramírez, gerente de la empresa. Este AOVE, que se elabora única y exclusivamente con estas aceitunas, se caracteriza, según Ramírez, por ser ligero inicialmente, con toques afrutados, pero **«con un retrogusto largo y con un punto amargo que la hacen única y especial»**.

Hoy el monovarietal de 'koroneiki' se puede encontrar en muchos establecimientos de restauración no sólo de Málaga sino también de Madrid.

También en tierras antequeranas se encuentra un atípico olivar de ocal, una variedad traída desde La Rambla (Córdoba), que es autóctona de Castilla León y cuya aceituna, aliñada, tiene mucha aceptación en Valencia. Así lo cuenta Justo Lorente, propietario de Gotas de Gloria, que decidió hace unos años sustituir unos almendros por algo más de trescientos olivos ocales. **Aunque su fruto es idóneo sobre todo como aceituna de mesa, Lorente decidió probar a hacer AOVE**. El resultado fue tan satisfactorio que se ha convertido en el único productor malagueño que lo elabora.

Aceites 'Nevaílo', de Torrox. Abajo, AOVE Koroneiki de Cortijo El Solano y AOVE Ocal de Gotas de Gloria.

Este aceite de oliva virgen extra ocal 'Gotas de Gloria', que hoy se vende en países centroeuropeos o incluso en Lituania, es, según explica Justo Lorente, «muy diferente a otros por esa entrada suave en boca con un picor y amargor que son progresivos». Estos olivos, que ya están en un estado productivo óptimo, son, eso sí, más delicados en cuanto a enfermedades. «Tenemos que cuidarlos mucho», sentencia el propietario de 'Gotas de Gloria'.

Gordal de Archidona

En Mollina, **en el cortijo La Capuchina, conocido por su prestigiosa bodega, se hacen también aceites de oliva virgen extra monovarietales muy diferentes y minoritarios**. De hecho, en la finca hay actualmente más de una veintena de variedades distintas que van más allá de las más tradicionales y arraigadas al territorio. Para ello **esta empresa familiar decidió hace unos años su particular apuesta en valor por hacer aceites muy singulares**, para lo que tuvo que catalogar previamente cada una de los olivos que tienen.

Con esta original apuesta cada año, suelen rotar esos monovarietales. Así, **este año cuentan con dos aceites de oliva virgen extra muy atípicos en tierras malagueñas, un negrillo de Estepa y un gordal de Archidona**. Esta última se parece más a una manzanilla que a una gordal típica para aceituna de mesa. En cualquier caso, tanto una como otra han propiciado dos excelentes AOVes, que están amparados bajo la marca de prestigio de La Capuchina.

A estos dos aceites **hay que añadir un lechín de Sevilla** que han vuelto a elaborar este año por la gran aceptación que ha tenido sus clientes. Susana García, copropietaria de La Capuchina, explica que «la idea es ir rotando cada año dos de estas variedades para hacer algo diferente en la iniciativa de hacer aceites singulares de Andalucía».

Picudos

En Casabermeja, la almazara Molino del Hortelano lleva desde sus inicios elaborando un aceite de oliva virgen extra con la poca conocida variedad picudo. Según explica el propietario de esta empresa, Juan Cabello, se trata de «la variedad más antiguas de esta zona». Respecto a su nombre, advierte que es más conocido por los lugareños como el olivo 'picuillo' de los Montes.

Entre las características de estos aceites, Cabello destaca especialmente «un toque a pimienta que no se encuentra en otras variedades». En la actualidad, **esta almazara suele trabajar con dos hectáreas de picudo, con la que se suelen elaborar en torno a tres mil litros de AOVE.** Buena parte de esa cantidad se vende directamente en el propio molino o a través de su propia tienda on line.

También cuenta con un monovarietal picudo, la reputada almazara de Finca La Torre, en Bobadilla (Antequera), si bien en este caso se asemeja más a la variedad que se cosecha en la Subbética (Córdoba), según explica Víctor Pérez, gerente de esta empresa.

Éste es uno de los cuatro aceites de oliva virgen extra de cosecha temprana y ecológicos con los que trabajan. Dos de ellos, son el hojiblanca, el más laureado en los últimos años, y el arbequina, ambos con dos tipos de aceitunas más conocidas en Málaga. Pero, hay un cuarto monovarietal mucho más raro de encontrar, un cornicabra. «Tiene un altísimo contenido en polifenoles y en ácido oleico, que en cosechas tempranas suele prevalecer su amargor», comenta Pérez.

Lechín de Sevilla

En Fuente de Piedra, una de las almazaras con más historia de la provincia de Málaga, sabe bien lo que es trabajar desde hace años con variedades poco conocidas, pero muy singulares. Se trata de la empresa familiar El Labrador, que desde hace más de tres décadas **elabora cuidados aceites de oliva virgen extra con la marca La Laguna de Fuente de Piedra.** Entre ellos, destacan monovarietales tan singulares como son los de vidueña, pico limón, manzanilla, gordalilla o frantoio.

Eso sí, según explica Rosario López, gerente de esta empresa, el punto de partida es la lechín de Sevilla, que «es el padre de la vidueña». De esta forma, **alude a las primeras plantaciones que se hicieron hace ya dos siglos por parte de la familia.** A partir de ellos, se hicieron injertos que dieron lugar a la vidueña.

«Siempre digo que la vidueña más que una variedad es una 'raza de la tierra', porque es algo muy particular y no es fácil de explicar», aclara López. **Respecto al lechín, asegura que es un tipo de olivo muy rústico, con menos cantidad de frutas que otros,** pero con excelente resultado como aceite de oliva virgen extra.

Otras variedades con las que elaboran monovarietales en El Labrador son la gordalilla, la pico limón y la manzanilla. **Las tres aceitunas estaban ya en su finca cuando empezaron como almazara y se usaban para aceitunas de mesa.** Sin embargo, por la filosofía de este molino decidieron sacarles partidos también como 'oro líquido', con resultados óptimos desde entonces.

En los últimos años, también han incorporado un olivar frantoio, de origen italiana, con el que producen otro monovarietal. Aunque no todos los años lo hacen, sí está disponible el de la presente campaña.

Pero, más allá de la variedad, que puede dar unos matices u otros, **Rosario López advierte que «es más importante la calidad del olivo y de la aceituna, así como el trato que se le da a ésta en la almazara; eso es más determinante que ningún otro factor».**

En la Axarquía, también son conocidas, más allá de la verdial de Vélez, la nevadillo blanco (en algunas zonas denominadas como lechín) con la que **se hacen zumos de aceituna con mucha aceptación en los municipios de Torrox o Frigiliana.**

Además de las mencionadas variedades atípicas con las que se hacen aceites virgen extra, **se encuentra el de acebuchina u oliva silvestre, que elaboran desde hace años una almazara de Monda, Aceite Mudéjar, y el antes mencionado Molino del Hortelano, en Casabermeja.**

A lo largo de los últimos años, también se han empleado otras aceitunas locales, como la carcache o la redondilla, que se pueden encontrar en algunos 'coupage'.

***Hay otras denominaciones** de aceitunas como zorzaleñas, marteñas o forasteras, que, en realidad, se corresponden con términos locales para denominaciones más conocidas, como son, respectivamente, lechín de Sevilla, picual u hojiblanca.

<https://www.diariosur.es/malagaenlamesa/aceitunas-aceite-artesanal-malaga-20210205192803-nt.html?ref=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

Carrefour: el aviso al sector agroalimentario

El Gobierno francés ha vetado el intento de compra de la multinacional alimentaria

El Gobierno francés ha vetado el intento de compra de Carrefour por parte del grupo canadiense Couche-Tard alegando razones de soberanía alimentaria. El grupo Couche-Tard es un gigante del sector de la distribución con más de 14.000 tiendas en todo el mundo, una capitalización de 29.000 millones de euros y una plantilla de más de cien mil personas. Si se hubiera fusionado con Carrefour se habría creado un grupo valorado en más de 40.000 millones de euros. Su oferta de compra de Carrefour fue fortísima; un 30% por encima del valor de cotización del día anterior a la oferta.

Carrefour es un eslabón esencial de la soberanía alimentaria de Francia, que es lo que se ponía en juego con la operación. La acción del Gobierno francés ha sido abiertamente proteccionista, se ha realizado mediante la persuasión personal a los accionistas principales del grupo de alimentación francés y ha recibido en la prensa internacional unos comentarios globalmente favorables y muy diferentes a la decisión de Donald Trump de establecer en julio de 2018 un arancel del 25% sobre un conjunto de productos procedentes de China por un valor de 50.000 millones de dólares ¿Por qué ese diferente trato? El sector agroalimentario español es el que mejor se ha comportado durante lo que llevamos de pandemia, también es uno de los que ha registrado una menor caída en su aportación al PIB. Sin miedo a equivocarnos podemos suscribir la opinión del profesor Fernando Faces del Instituto San Telmo cuando afirma que el sector agroalimentario ha salido «ideológicamente» reforzado de la pandemia. Junto con el colectivo sanitario y el de las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, el sector agroalimentario goza de una muy alta

consideración social que se extiende desde el labrador, ganadero y pescador a quien está en la línea de caja del supermercado.

Desde 1990 hasta la crisis financiera de 2008, las cadenas de valor mundiales (CVM) se impusieron en buena parte de la actividad económica del Planeta. Las CVM dividen el proceso de producción de los productos entre distintos países. Las empresas en cada país se especializan en sólo una fase del proceso productivo de manera que ninguna elabora todo el producto. El sector agroalimentario es uno de los menos expuestos a las CVM pero cuanto mayor es el grado de elaboración, mayor probabilidad existe de que parte del mismo haya sido fabricado a miles de kilómetros de distancia de nuestro supermercado habitual. El Mundo ha aprendido bien el problema que supone romper las CVM y quedarse sin suministro. Los economistas llamamos a esto crisis de oferta y para saber en qué consiste nos basta recordar lo que tardaban en llegar los aviones cargados de mascarillas y equipos de protección para los médicos procedentes de China. Ahora las mascarillas usadas llenan las papeleras pero durante más de un mes los médicos y enfermeros tenían que entrar en los quirófanos vestidos con bolsas de basura. Los supermercados, en cambio, nunca quedaron desabastecidos y ahí radica el origen de la consideración social del sector agroalimentario español y de otros países.

El sector tiene ahora una ventana de tiempo para dar un impulso a sus reivindicaciones – ¿cómo se hubiese negociado la Política Agrícola Común de haber coincidido con la pandemia?– pero también para adaptarse a nuevos retos. De entre ellos hay dos que sobresalen. El primero es incorporar la tecnología «block chain» para facilitar la trazabilidad del producto desde la tierra o el mar hasta la mesa. Esto facilitaría, por ejemplo, la aplicación del ajuste de carbono en frontera que está en la hoja de ruta de la Comisión Europea y en lo que he tenido la oportunidad de trabajar recientemente. Aunque existe bastante incertidumbre sobre su aplicación al sector agroalimentario, su utilización se va a generalizar en casi todos los intercambios comerciales. Véase por ejemplo su aplicación a la energía producida para ver las emisiones contaminantes asociadas a cada kilovatio. El segundo reto que el sector agroalimentario debe afrontar es el de insertarse ventajosamente en la denominada economía de plataformas; particularmente de plataformas digitales.

Francia ha dejado claro que no está dispuesta a exponerse al desabastecimiento de alimentos como consecuencia de nuevas rupturas de las CVM. El proteccionismo del país vecino es tal que durante la pandemia se aprobó un decreto para evitar que grupos extranjeros aprovecharan la difícil coyuntura económica para entrar en alguna empresa gala en dificultades. Este decreto le daba al Ejecutivo derecho a veto ante una posible compra. El Gobierno español también lo hizo en la Disposición adicional decimoctava del primer decreto ley de medidas anticrisis aprobado el 17 de marzo de 2020. La explicación para este tipo de medidas está en la capacidad de grandes inversionistas como los fondos de inversión o «fondos buitres» para hacerse con el control de empresas en crisis. El profesor de la Universidad Europea de Madrid Guillermo Rocafort es, sin duda, en principal experto español en la lucha contra este tipo de prácticas. Por último, ojo con los elogios a las CVM. El informe de desarrollo del Banco Mundial para 2020 señala que sus beneficios no se distribuyen de manera equitativa entre países ni tampoco dentro de ellos. La reducción de costes que muchas empresas han logrado externalizando parte de los procesos productivos a terceros países han redundado mucho más en sus beneficios que en reducciones de

precios para sus clientes finales. A eso debe unirse que las empresas que controlan las plataformas de comercio digital tienen un extraordinario poder de mercado que está condicionando la distribución de beneficios del comercio internacional. En definitiva, no nos enfrentamos sólo a perder la soberanía alimentaria sino al desabastecimiento sistémico si gigantes como Google o Amazon colapsan. En la misma línea, ¿qué ocurriría si emulando al comportamiento de Twitter una de estos grandes operadores decidiera que los ciudadanos de un determinado país no merecen ser abastecidos?

<https://www.larazon.es/andalucia/20210118/buzzqlz32bhbnetkwp3s6darsa.html>



Emiliano Sotomayor

Director Técnico

IMPERBROKER, Correduría de Seguros - Grupo Centerbrok

C/ Diputación, 3 45004 TOLEDO

C/ Pradillo, 18-1º 28002 MADRID

Tlf. 925 22 36 15 / 629 42 43 90

Tlf. 91 415 68 16 / 629 42 43 90

El olivar tradicional cierra una campaña “ruinosa” con una caída de la producción del 35%

Al igual que el año pasado, el olivar tradicional extremeño ha sufrido una campaña “ruinosa” en cuanto a rentabilidad debido a la situación de precios, a lo que se ha unido la baja producción, un 35 por ciento inferior a la del año pasado.

El presidente de Coag Extremadura, Juan Moreno, ha informado de que la campaña que ahora acaba ha experimentado cifras de producción “muy bajas” con “muchas miles de hectáreas incluso sin recolectar”, lo que ha provocado unas “pérdidas enormes” en el sector. Así, los datos apuntan a que se han cumplido las previsiones y que la producción ha sido en torno a un 35 por ciento inferior respecto a hace un año.

Aunque los precios han repuntado algo en relación a la campaña 2019-20, esta circunstancia “no ha sido suficiente”, pues hace un año, donde sí se lograron buenas cifras

de producción, las cotizaciones descendieron un 30 por ciento en relación a la campaña 2018-19.

En los dos últimos ejercicios los agricultores por tanto no han podido cubrir costes de producción, lo que deja al sector en una situación “muy difícil”.

"EN SERIO PELIGRO"

La organización agraria ha advertido de que el olivar tradicional está "en serio peligro", hasta el punto de que si la nueva reforma de la Política Agraria Comunitaria (PAC) no tiene en cuenta esta circunstancia “en vez de venderse aceitunas y aceite de oliva, los agricultores se verán obligados en el futuro a vender leña”.

Esta situación no se da sin embargo en las explotaciones de olivar superintensivo, donde la producción ha alcanzado mejores cifras este año, lo que permite alcanzar una buena rentabilidad, lo que lleva por ejemplo a que grandes fondos de inversión “apuesten por este cultivo”, ha indicado Moreno.

El hecho de que estas explotaciones, con agua abundante pues muchas de ellas se encuentran en las Vegas del Guadiana, consigan estos niveles de producción y a menor coste, es una de las razones que explica precisamente la situación de precios que sufre el sector tradicional.

“El precio del aceite cotiza igual en el olivar tradicional que en el superintensivo, eso lo dice todo”, ha subrayado.

A todo ello se une el escenario actual de precios a la baja en general en el campo, como consecuencia de que no se han resuelto las reivindicaciones del sector.

<https://www.agrodiario.com/texto-diario/mostrar/2584768/olivar-tradicional-cierra-campana-ruinosa-caida-produccion-35>

