



ANDALUCÍA otra campaña de **ruina**



**Arranca
con novedades
el nuevo
periodo de las ayudas
que llegan de Europa**



opinión

Carmen Crespo
Consejera de Agricultura

Francisco Reyes
Presidente Diputación Jaén

Cristóbal Cano
Secretario de UPA Andalucía

Juan Luis Ávila
Secretario de COAG Jaén

**Andalucía producirá unas 550.000 toneladas,
Jaén apenas 215.000 Tm y España sumará unas
765.300 Tm esta campaña 23/24**

SIEMPRE **OLIVAR**
JUNTO AL NUESTRA RAÍZ

MÁS DE 170 OFICINAS A TU SERVICIO



**CAJA RURAL
JAÉN**

www.cajaruraldejaen.com



La gama completa de trituradoras para su olivar!



TMA-S



TRE-PRO



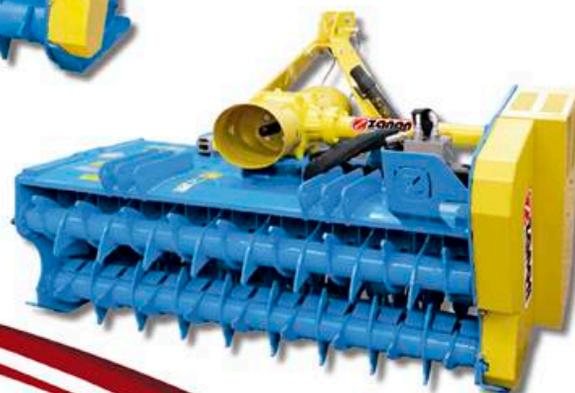
TMU



TMK



TCK



TLK

¡ Visitenos en los
STAND 21-25!



via Madonnetta, 30 - 35011 Campodarsego (PD) - IT
tel. +39 049 9200433 / +34 696 348891
mail: info2@zanon.it / jzanello@zanon.it

 | zanon.it

tema del mes **5/25**

Segunda campaña de ruina

Opinión



Carmen Crespo,
Consejera
Agricultura

Francisco Reyes,
Presidente
Diputación
Jaén



Cristóbal Cano,
secretario
UPA-A

J. Luis Ávila,
secretario
COAG Jaén



Andalucía y Jaén afrontan una segunda campaña consecutiva de ruina, según los datos del aforo oficial, cuyas cifras ya se han pedido que se actualicen a la baja, a tenor de los rendimientos que se están registrando, que arrojan una producción aceitera de 550.000 tm en la comunidad autónoma, ligeramente superior (7,4%) a la de la campaña 22/23 cuando registró 512.000 tm, pero un 46,5% menos sobre la media de las últimas cinco campañas. De cumplirse esos datos, estaríamos hablando de la tercera peor campaña de la historia en Andalucía, solo por detrás de la campaña 12/13 (477.000 tm) y la del año pasado 22/23 con las citadas 512.000 tm. Respecto a Jaén, se producirán 215.000 tm de aceite, un 19% más sobre las 179.864 tm del año pasado y un 52,8% menos que la media de los últimos 5 años.

agranda
Nº 57
Dic 23
andalucía agraria

2023

ANDALUCÍA otra campaña de ruina

opini3n

Carmen Crespo
Consejera de Agricultura

Francisco Reyes
Presidente Diputaci3n Ja3n

Crist3bal Cano
Secretario de UPA Andaluca

Juan Luis 3vila
Secretario de COAG Ja3n

Arranca con novedades el nuevo periodo de las ayudas que llegan de Europa

[Andaluc3a producir3 una s 550.000 toneladas, Ja3n apenas 215.000 Tm y Espa3a sumará una s 765.300 Tm esta campaa 23/24]

SIEMPRE JUNTO AL OLIVAR NUESTRA RAIZ
MÁS DE 170 OFICINAS A TU SERVICIO

CAJA RURAL JAÉN
www.cajaruraljaen.com

Balance campaña 22/23 Más de 90.000 toneladas mensuales

En los doce meses de campaña de comercialización se han vendido 1.085.000 toneladas de aceite de oliva, lo que deja una media mensual de 90.000 toneladas. Además, el enlace con la actual campaña, que ha comenzado el 1 de octubre, es de 247.000 tm. A finales de septiembre, cooperativas y almazaras tenían 134.793 toneladas; 27.0944 estaban en poder de los envasadores y 4.973 toneladas en el Patrimonio Comunal.

OFICINA DE
PRENSA

PUBLICA
CIONES

AGENCIA
NOTICIAS

IMAGEN
CORPO
RATIVA

CONTE
NIDOS
WEB



multipress

servicios integrales

en comunicaci3n

www.multipressjaen.es

agranda

DIRECTOR: Antonio Mart3nez. EDITA: MULTIPRESS, SL. Mill3n de Priego, 3. 23007-Ja3n. PUBLICIDAD: Tif. 953 295 067. REDACCION JA3N: Carmen Mart3n, Ana B Sola, A. Garc3a. Tif. 953 295 067 Fax: 953 226 373. e-mail: agranda@multipressjaen.es. FOTOGRAF3AS: Manuel Mir3, Multipress, Enrique y Agencias. ASESOR EDITORIAL: Enrique Ant3n. MAQUETACION y DISE3O: GM&P. Dep3sito Legal: J/631/04. TIRADA: 5.000 ejemplares.

© MULTIPRESS, SL. Prohibida la reproducci3n total o parcial, por ninguna v3a, de los contenidos de esta revista, sin autorizaci3n previa por escrito del editor.

www.multipressjaen.es - www.noticiasdejaen.es

aceite de oliva

aforos campaña 23/24

España

765.300 t + 15%

sobre campaña 22/23

Andalucía

550.600 t + 7,4%

sobre campaña 22/23

Jaén 215.000 t

+ 19,5%

sobre la 22/23

Producción de Aceite de Oliva en España, Andalucía y Jaén

COMPARATIVA CAMPAÑAS 12/13 A 23/24. Datos en miles de toneladas. FUENTE: AICA

CAMPAÑA	23/24*	22/23	21/22	20/21	19/20	18/19	17/18	16/17	15/16	14/15	13/14	12/13
España	765	664	1.491	1.389	1.125	1.789●	1.260	1.286	1.401	841	1.780	616●
Andalucía	550	512	1.154	1.111	900	1.461	957	1.055	1.122	675	1.474●	477●
Jaén	215	179	501	524	398	665	391	505	531	231	751●	141●

(*) Datos del Aforo oficial Junta de Andalucía. Octubre /23.

● Récord producción

● Menor producción



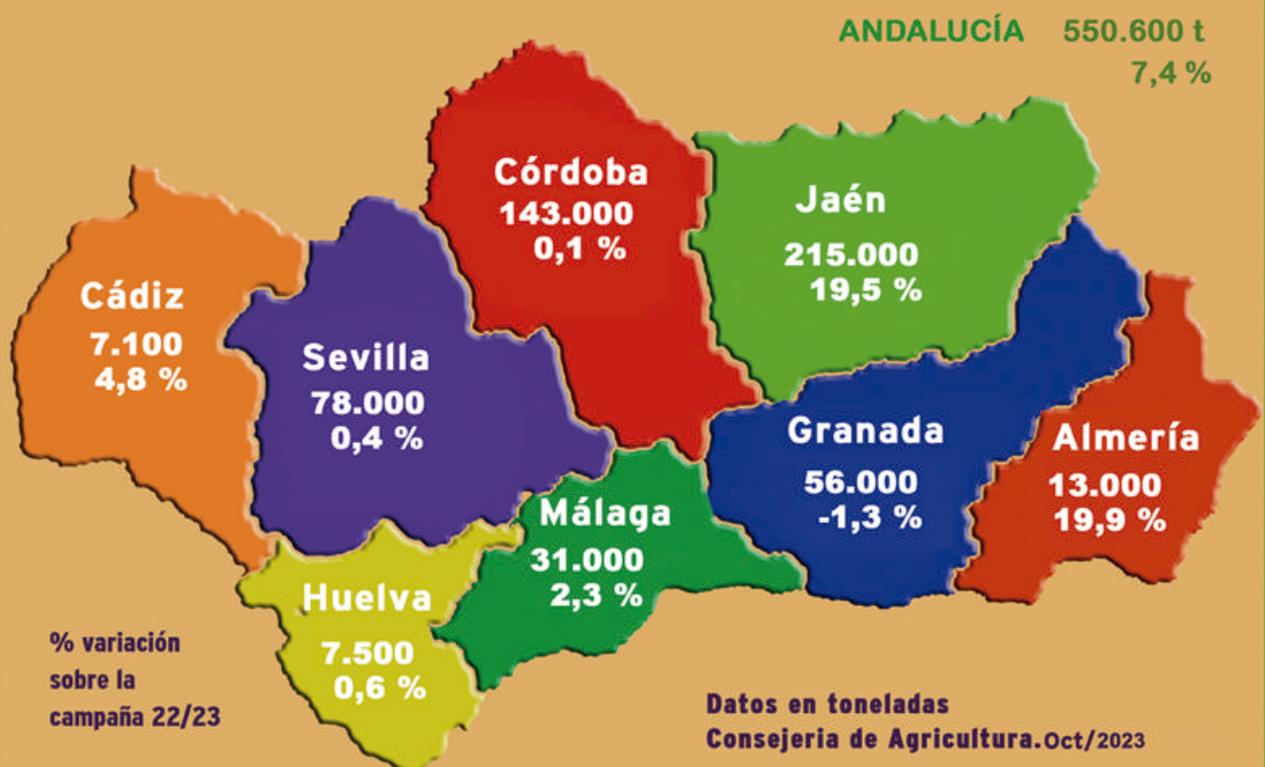
La sorpresa es que no hay sorpresa. El mismo día que se presentaba el aforo oficial de la Junta de Andalucía a principios de octubre en Jaén, las organizaciones agrarias aseguraban que el olivar andaluz no estaba para esas cifras, ni los olivares jienenses estaban para arrojar esta campaña las 215.000 toneladas de caldo que el aforo le asignaba, un 19,5% más sobre las 179.864 de la recién terminada campaña 22/23, ni los olivares andaluces estaban para soltar las 550.000 toneladas que los datos del aforo oficial le asignaban, esto es, un 7,4% más sobre las 512.400 de la campaña pasada.

Dos meses después de ese 3 de octubre del aforo, a principios de este mes de diciembre, con los datos ya escrutados de noviembre, el propio sector alza la voz solicitando que se revise el aforo oficial porque los kilos de aceituna que se están recogiendo y los rendimientos medios que se obtienen para nada confirmarían esas cifras oficiales de la Junta. Por el contrario, lo que sí parece confirmarse es que Andalucía y España afrontan **la que será la tercera peor campaña de este siglo después 12/13 y de la pasada 22/23** cuando nuestro país ha comercializado algo más de un millón de kilos de aceite entre octubre de 2022 y final de septiembre de 2023 pero no precisamente por su producción, que apenas llegó a 664.000 t, sino merced a esa producción de algo más de 400.000 t que restaban en existencias de la campaña 21/22 y merced también a las poco más de 200.000 toneladas importadas de terceros países.

El mercado aceitero español, con 1.080.000 t comercializadas durante los últimos doce meses: 715.000 t exportadas (a la baja), 367.400 t consumidas (a la baja) en España y 257.000 que han restado de existencias para empezar las ventas en octubre. Efectivamente, el mercado del aceite no ha sentido el desabastecimiento durante este año, por esas cifras descritas y merced a esas caídas del 38,2% del consumo interno y el de las exportaciones, con 715.000 t, un 33,8% menos sobre el 1.075.000 t exportadas en la anterior campaña 21/22.

Respecto a la evolución de los precios en estos últimos 12 meses, la cotización del kilo de AOVE se ha elevado este año un 73% respecto a la campaña anterior, superando los 8 €/kg en origen, pero en los dos últimos meses el precio ha caído una media de 1 €/kg.

Aforo Oficial de la 'Campaña Aceitera 2023/2024 en Andalucía



ANDALUCÍA RONDARÁ LAS 550.000 t ESTA CAMPAÑA 23/24, UN 7,4% MÁS QUE LA ANTERIOR

España prevé una producción de 765.000 t, un 15% más que el año pasado mientras que Jaén espera 215.000 t +19,5 % que campaña anterior, aunque un 52,8% menos sobre la media de las 5 últimas.

Tal y como el sector preveía, Andalucía y Jaén afrontan una segunda campaña consecutiva de ruina, según los datos del aforo oficial ofrecidos por la consejera Carmen Crespo en Jaén que arrojaban una producción aceitera de 550.000 toneladas en la comunidad autónoma, ligeramente superior (7,4%) que la pasada campaña 22/23 cuando registró 512.000 tm, pero un 46,5% menos sobre la media de las últimas cinco campañas.

De cumplirse esos datos, estaríamos hablando de la tercera peor campaña de la historia en Andalucía, solo por detrás de la campaña 12/13 (477.000 tm) y la del año pasado 22/23 con las citadas 512.000 tm.

Respecto a Jaén, la provincia mayor productora del país y que aporta casi el 40% del caldo andaluz de esta campa, las estimaciones del aforo oficial son de producir 1.012.000 toneladas de aceituna de almazara, que con un rendimiento medio estimado del 21%, arroja una producción de 215.000 toneladas de aceite. Se trata de un 19% más sobre las 179.864 tm y un 52,8% menos sobre la media de las últimas 5 campañas. Como ocurría en Andalucía, también para Jaén ésta sería la tercera peor campa-



La consejera de Agricultura, Carmen Crespo, en la presentación del Aforo aceitero en Jaén.

ña de sus historia tras la campaña 12/13 cuando registró 141.000 tm y la del año pasado 22/23 con 179.864 tm.

Respecto al empleo generado en el olivar y en la campaña aceitera, en la campaña 23-24 se estima que en Andalucía se registren más de 14,2 millones de jornales en todas las labores de campo asociadas al olivar de aceituna de almazara. De esa cifra, las labores de recolección supondrán el 33 % de todas las labores de campo (unos 4,7 millones de jornales).

En la provincia de Jaén la estimación de jornales en conjunto son de 5,7 millones (un 38%) del total andaluz, y de esa cifra, un 36% 1,8 millones de jornales serán en la recolección, un 39,3 % del total de Andalucía. Adicionalmente se espera alcanzar 88.021 jornales en labores de molturación.

Los datos aforo

La consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Carmen Crespo, presentaba a primeros de octubre en Jaén este

primer aforo del olivar de Andalucía para 2023-2024, que registra la previsión de una leve subida del aceite de oliva respecto a la campaña anterior. En concreto, se espera recoger alrededor de 2,8 millones de t de aceituna para molturar de las que, con un rendimiento estimado del 19,6% se obtendrían unas 550.600 toneladas de aceite de oliva.

(Pasa a la pág. siguiente)



Carmen Crespo se reunió con los responsables de las organizaciones agrarias antes de dar el aforo.

(Viene de la pág. anterior)

Carmen Crespo apuntaba que se trata de una estimación “ligeramente superior en relación a la última campaña”, un 7,4% más sobre las 512.400 tm de la pasada. La consejera se ha detenido también en el enlace de campaña con el que se espera contar para 2023-2024, concretando que se estima que la región podría contar con 232.745 toneladas de aceite de oliva, por lo que aseguraba que “Andalucía podría acercarse a las 800.000 toneladas de aceite de oliva (783.345 tm) sumando la producción estimada y el enlace de campaña”, ha comentado.

En su intervención, la responsable de Agricultura se ha referido al impacto de la “sequía pertinaz” que afecta a Andalucía y se ha convertido en “un problema estructural que está impactando en todos los sectores productivos”. Crespo concretaba que el “déficit hídrico del 33% y las temperaturas superiores a la media” marcan esta campaña en la que, afortunadamente, algunas zonas de Andalucía han contado con lluvias en el mes de mayo que “han aliviado en parte la situación del olivar ayudando a la floración y al engorde de los frutos”.

Provincias

En cuanto al reparto por provincias, para 2023-2024, se espera que en Almería se obtengan 13.000 toneladas (+19,9% respecto a la última campaña); en Cádiz, 7.100 toneladas (+4,8%); en Córdoba, 143.000 toneladas (+0,1%); en Granada, 56.000 toneladas (-1,3%); en Huelva, 7.500 toneladas (+0,6%); en Málaga, 31.000 toneladas (+2,3%); y en Sevilla, 78.000 toneladas (+0,4%). Crespo ha resaltado el aumento de la producción de aceite de oliva que se espera en Jaén, principal productora de aceite de oliva en Andalucía y España que, con un 19,5% más que el año pasado, se espera que llegue hasta las 215.000 toneladas para 2023-2024, mientras que “la campaña anterior acabó con cerca de 180.000 toneladas”, resaltaba la consejera de Agricultura.

(Pasa a la pag. siguiente)



OLIVAR, EJE VERTEBRAL DE LA ECONOMÍA ANDALUZA

Carmen Crespo
Consejera de Agricultura,
Pesca, Agua y Desarrollo Rural
de la Junta de Andalucía



El olivar es el motor económico de muchos pueblos de nuestra querida Andalucía, Jaén el epicentro del aceite de oliva del mundo y el sector olivarero un eje vertebral de la economía andaluza. El aceite de oliva andaluz llega a 129 países, con Italia, Estados Unidos y Portugal como principales destinos extranjeros de la producción andaluza, que sigue abriendo nuevos mercados como Indonesia o Malasia. Es para sentirse orgullosos, así lo estamos, los productores, los andaluces y el Gobierno autónomo.

Esta realidad toma fuerza con los datos del primer aforo del olivar de Andalucía para 2023-2024 que presentamos hace un mes y medio aproximadamente y que no puede más que darnos esperanza, pues pese a la sequía que entorpece la producción agrícola, podemos esperar una leve subida de la producción de aceite de oliva respecto a la campaña anterior.

Esperamos recoger alrededor de 2,8 millones de aceitunas para molturar, de las que se obtendrían unas 550.600 toneladas de aceite de oliva, lo que supone una estimación ligeramente superior, exactamente de un 7,4%, en relación a la última campaña. Además debemos tener en cuenta las 232.745 toneladas de enlace, con lo que Andalucía podría acercarse a las 800.000 toneladas de aceite de oliva, exactamente 783.345 toneladas que vamos a obtener sumando la producción estimada y el enlace de campaña.

Es cierto que Andalucía padece una sequía pertinaz y la falta de agua es ya un problema estructural que está impactando en todos los sectores productivos; de hecho la campaña ha estado marcada por un déficit hídrico del 33% y se han registrado temperaturas superiores a la media. Afortunadamente, algunas zonas de Andalucía han contado con lluvias en el mes de mayo que han aliviado en parte la situación del olivar, ayudando a la floración y al engorde de los frutos.

Pero, como no me canso de repetir, la sequía nos coge trabajando, afortunadamente, y vamos a seguir en la línea de ganar posibilidades hídricas para hacer frente a la sequía. De hecho, en su apoyo al sector, el Gobierno andaluz ha flexibilizado criterios para acceder a las ayudas de la PAC que afectan al olivar como la reducción de las cubiertas vegetales, que pasan de cuatro meses a solo dos, y la consideración de la agricultura ecológica como ecoesquema 'per se'.

Además, estamos dispuestos a ofrecer nuestra colaboración al Gobierno central, responsable de la cuenca hidrográfica del Guadalquivir, para evitar que el olivar se quede fuera de las aguas regeneradas que se están incorporando en Andalucía, por ello es preciso que el Ministerio tramite las concesiones definitivas para los regantes, que actualmente las tienen en precario, para que, posteriormente, desde el Gobierno andaluz podamos contribuir con los tratamientos terciarios de las depuradoras ubicadas en demarcaciones que no son de su competencia.

Estamos luchando por el olivar y su futuro, y no nos vamos a cansar. Muestra de ello es que a petición de esta consejera, el Comisario Europeo de Agricultura y Desarrollo Rural se ha mostrado dispuesto a estudiar la prórroga de la Medida 22 de Programa de Desarrollo Rural (PDR), una línea fundamental para el sector del olivar, porque permite una mayor liquidez a nuestros agricultores en un momento tan dificultoso de elevados costes de producción y sequía y también seguimos avanzando en el borrador definitivo de la estrategia que persigue la modernidad del olivar de Andalucía.

Estamos al lado del olivar, porque es la mejor manera de estar al lado de los andaluces, no en vano el 97% de los 800 pueblos de esta región cuentan con alguna superficie destinada al olivar, la economía y el empleo de más de 300 pueblos están ligados directamente a la producción de aceite de oliva, una actividad que tiene asociado un tejido agroindustrial fundamental con 1.700 empresas, de hecho, en 2022-2023 estaban registradas alrededor de 770 almazaras y 162 entamadoras en Andalucía.

Y para terminar, quiero referirme al empleo en la próxima campaña, puesto que se prevé la generación de 15,7 millones de jornales derivados de labores ligadas a la producción de aceite de oliva, de los que el 36%, es decir 5,7 millones, se corresponderían con la recolección de aceituna. Y en el caso de la aceituna de mesa, se espera que pueda generar alrededor de 1,8 millones de jornales en labores de campo en esta campaña, incluyendo la recolección.

El olivar andaluz es empleo, es vida y es futuro y el Gobierno andaluz apuesta por él.

ESPAÑA PRODUCIRÁ UNAS 765.300 TONELADAS ESTA CAMPAÑA 23/24, UN 15 % MÁS QUE LA PASADA

La cifra está un 34 % por debajo de la media de las últimas cuatro campañas, y según el Ministerio la producción aumenta en las principales comunidades autónomas productoras como Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura.

La producción de aceite de oliva en España se situará en 765.300 t de aceite de oliva en la campaña 2023/2024, lo que supone un 15 % por encima de la baja cosecha de la temporada anterior (664.000 t) y un 34 % por debajo de la media de las últimas cuatro, según las estimaciones de producción publicadas hoy por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y que expone el ministro en funciones, Luis Planas, en un vídeo disponible en este enlace.

En la campaña, que ha comenzado este 1 de octubre, se estiman además unas existencias de enlace de 257.000 toneladas, un 43 % y un 52 % menores a las existencias iniciales de la campaña anterior y a las cuatro últimas campañas, respectivamente. El próximo miércoles, 11 de octubre, el ministerio publicará el “Avance de la Situación del mercado con datos de cierre de la campaña 2022/23”.

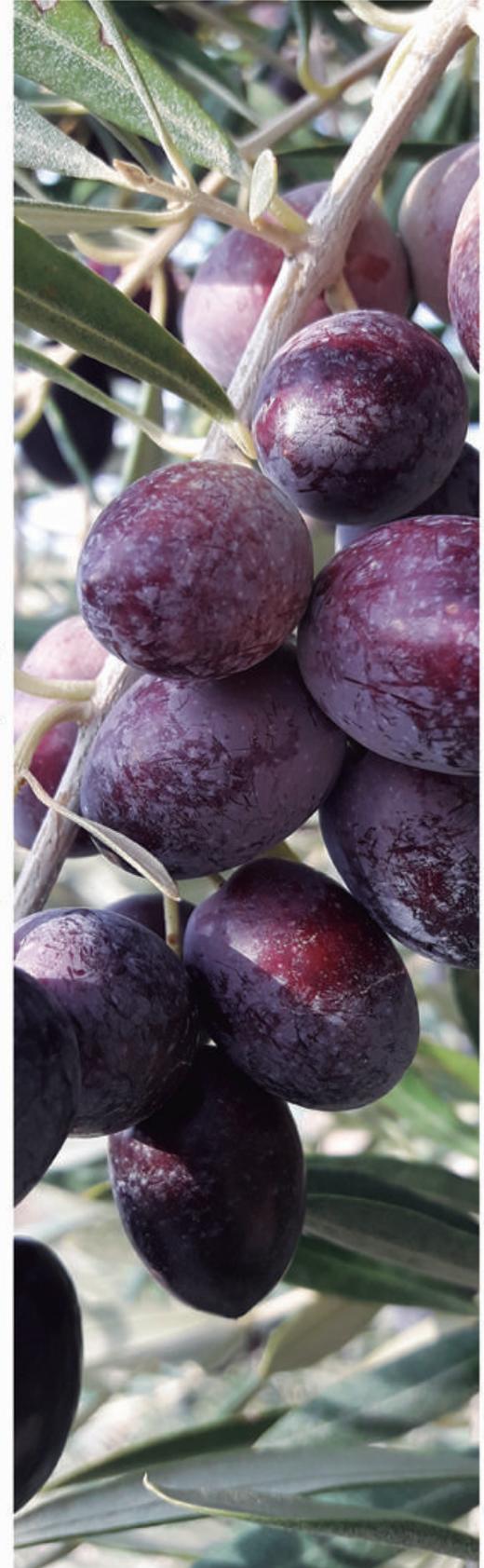
El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación difundía a primeros de octubre los datos, tras haber recibido las estimaciones de producción de las comunidades autónomas en cumplimiento del artículo 5 del real Decreto 84/21, que compila las normas de comercialización del aceite de oliva, con el objetivo de contar con previsiones de cosecha al inicio de cada campaña porque constituyen una herramienta clave para la transparencia del mercado y para facilitar la toma de decisiones al conjunto de los operadores del sector.

Comunidades

El análisis por comunidades autónomas muestra un incremento de la producción respecto de la campaña pasada en Andalucía (+7 %), en Extremadura (+101 %) y en Castilla-La Mancha (+29 %).

No obstante, en Andalucía, principal región productora, con un 70 % de la producción española, la cosecha se estima un 40 % por debajo de la media, especialmente por la baja producción prevista en las provincias de Jaén -primera provincial productora de España-, Córdoba y Granada. La situación climática de los últimos meses es el principal condicionante de la producción prevista. Los episodios de elevadas temperaturas en plena floración provocaron pérdidas de flor y una merma en el cuajado del fruto. Sin embargo, los árboles han presentado condiciones heterogéneas en las diferentes zonas productivas. Este aspecto ha dificultado la realización del aforo en algunas regiones.

Estas previsiones de producción son datos preliminares que se ajustarán en función de la evolución de las condiciones de la recolección y de los datos de rendimientos obtenidos a lo largo de la campaña, ya que la cosecha del fruto no se inicia hasta noviembre, según las zonas de producción.



LA ESCASA COSECHA INCIDE EN LA FALTA DE EMPLEO AGRARIO

Francisco Reyes
Presidente de la
Diputación
de Jaén



El campo andaluz y jiennense sufre, por segundo año consecutivo, las consecuencias de una sequía que encuentra en el cambio climático su justificación. El aforo de producción de olivar en Andalucía para esta cosecha 2023-2024 confirmaba lo que un paseo por cualquier finca de nuestra provincia hacía prever, una campaña corta aunque ligeramente superior a la pasada, que representa un 52,8% menos de aceituna que la media de los últimos cinco. Aunque todavía hay quien niega la crisis climática, afrontamos un ciclo de escasez de lluvias y altas temperaturas que pone al límite un cultivo de secano, el olivar, duro y agradecido, capaz de sacar el máximo rendimiento a cada gota de agua.

Uno de los efectos más negativos de una cosecha escasa la encontramos en el empleo agrario. La previsión es que esta campaña de recolección se generen en la provincia 1,8 millones de jornales, poco trabajo que supone un varapalo para la economía de miles de familias de nuestros pueblos y ciudades, y frente al que la Diputación de Jaén ha vuelto a hacer un esfuerzo presupuestario para aprobar un Plan Especial de Empleo dotado con 10 millones de euros. Por segundo año ponemos en marcha esta medida extraordinaria que permitirá repartir entre los 97 ayuntamientos de nuestra provincia una cantidad que oscila entre los 58.000 euros y 160.000 euros en función de la población. Así, los propios consistorios contratarán a estos trabajadores eventuales del campo para la realización de obras y la prestación de servicios públicos, y las peonadas que se realicen en ejecución de este plan servirán para el cobro del subsidio por desempleo a favor de los trabajadores eventuales incluidos en el régimen especial agrario de la Seguridad Social.

Sin embargo, a pesar de las dificultades que conlleva una cosecha corta, el sector oleícola jiennense ha vuelto a demostrar su apuesta decidida y convencida por la calidad, fruto del esfuerzo y profesionalidad desde el campo hasta el envasado. En la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén, acción promocional que organiza la Diputación de Jaén con la colaboración de la Junta de Andalucía que este año hemos celebrado en Linares y en Vitoria-Gasteiz, hemos comprobado como prácticamente todas las almazaras y cooperativas de nuestra provincia producen y comercializan su aceite de cosecha temprana, auténtico zumo de aceituna recién exprimido, de color verde intenso y un sabor cargado de matices y aromas. Son, sin lugar a dudas, los virgen extra premium, extraídos de aceitunas recogidas en el mes de octubre, que vuelven a poner de manifiesto que la provincia de Jaén es el mayor productor de aceite de oliva de calidad del mundo, tal y como volverán a corroborar los premios nacionales e internacionales que, año tras año, cuentan con AOVE de Jaén su palmarés.

En Linares se pudieron degustar un centenar de virgen extra de cosecha temprana, y en la capital alavesa se vendieron más de 10.000 botellas de nuestro oro líquido, un producto que cada vez es más conocido y valorado por un consumidor que es fiel a pesar de la subida del precio. Fidelidad que se sustenta en las bondades de su consumo para la salud, y porque cualquier plato o receta alcanza la excelencia si el aceite de oliva virgen extra de Jaén forma parte de sus ingredientes.

ESPAÑA ARRANCA LA CAMPAÑA 23/24 CON UNAS EXISTENCIAS DE 247.284 T DE ACEITE

Este volumen, junto con el caldo que se importe, asegura el abastecimiento de los mercados durante los primeros meses de la actual campaña, que comenzó el 1 de octubre.

La campaña 2022/23 que ha venido marcada por los bajos niveles de producción, ha mantenido un ritmo de comercialización de unas 83.000 toneladas mensuales, lo que ha permitido cerrar los doce meses con 1.080.000 t comercializadas, un mercado al que se hizo frente hace un año con el enlace de la anterior (216.000 t), una corta producción (665.000 t), y algo más de 220.000 t de aceite importado de terceros países. Ello también teniendo muy en cuenta la caída sufrida en esos 12 meses octubre/22 a septiembre/23 tanto por el consumo interno de aceite de oliva en nuestro país que, con 367,4 t baja un 38,2% respecto al consumo de la campaña anterior (21/22) cuando fueron 594,6 toneladas, como en las exportaciones de aceite de oliva a terceros países, tanto intracomunitarios como extracomunitarios, que se han elevado a 720.000 t, un -33,8% sobre el 1.080,002 t de la campaña 21/22.

Andalucía ha seguido liderando esta campaña las exportaciones de aceite con el 75 % del volumen total nacional. Hasta julio pasado Andalucía exportó un total de 462.014 toneladas de aceite de oliva (2.294 millones de €), lo que supuso el 40% de la producción. Y por otro lado, nuestra comunidad autónoma importó en el mismo

periodo un total de 130.220 toneladas de aceite de oliva (556 millones de €), equivalente al 11,3 % de la producción.

Ahora, las existencias finales de aceite de oliva tras el cierre de campaña 2022/23 se han situado en 247.284 toneladas, según el último Avance de la situación del mercado oleícola del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Este volumen de existencias, junto con las importaciones, permitirá atender las necesidades de los mercados durante los primeros meses de la nueva campaña 2023/24 -que comenzó el pasado 1 de octubre- y hasta que se generalice la nueva cosecha.

De 3,5 €/kg en 21/22 a 8,44 €/k en 22/23

Respecto a la evolución del precio del aceite de oliva virgen extra en Andalucía esta campaña 2022/2023 destaca por un ascenso muy acusado de los precios respecto a la media de las campañas anteriores, con un valor medio ponderado del virgen extra de 5,82 €/kg frente a 3,47 €/kg en la 2021/2022. En septiembre de 2023 se alcanzó un precio medio del aceite de oliva virgen extra de 8,44 €/kg, siendo un 115 % mayor que en septiembre del año pasado.



LA SUBIDA DE PRECIOS Y LA ESCASEZ DE RECURSOS QUE VENDER MARCAN UNA CAMPAÑA ATÍPICA

Se ha comercializado algo más de un millón de toneladas sin llegar al desabastecimiento gracias a la caída de las exportaciones (-33,8%), la bajada del consumo interior (-38,2%) respecto a la campaña anterior, y la adquisición de 220.000 toneladas de caldo en terceros países.



La campaña 22/23 finalizaba el 30 de septiembre en medio de la euforia de los altos precios del aceite virvida desde la mitad de la campaña, prácticamente cuando los datos nacionales y europeos confirmaban una más que importante caída de la producción y, sobre todo, cuando llegado mayo/junio la floración del olivar presagiaba ya una campaña casi igual de mala o peor que la que se había acabado. A partir de ahí, el ascenso es imparable hasta septiembre, en un recorrido que nos lleva de los 3,4 €/kg que cotizaba el AOVE en 2022, hasta los 8,5 €/kg que valía en origen en la recta final de la campaña, cuando se estabilizan las cotizaciones y en dos meses se registra la primera caída del precio en un año. Ese mismo AOVE que se vendía a los 8,5 €/kg en septiembre, da finales de noviembre pasado había bajado un euro.

(Pasa a la pág. siguiente)

BALANCE DE LA CAMPAÑA ACEITERA 2022/2023

Datos en toneladas a 30 Septiembre/2023 Fuente: AICA Elaboración propia

	Existencias iniciales	Aceite producido	Aceite importado	Venta	Existencias finales
ESPAÑA	216.957	665.581	40.750	844.097	79.192
ANDALUCÍA	190.477	513.770	37.566	672.436	69.378
ALMERÍA	621	10.849	00	11.122	348
CÁDIZ	846	6.779	00	7.447	178
CÓRDOBA	41.505	143.085	12.119	180.061	16.648
GRANADA	22.210	56.716	719	70.763	8.882
HUELVA	1.043	7.516	657	8.209	1.007
JAÉN	101.164	180.501	20.915	266.246	36.334
MÁLAGA	9.073	30.474	00	38.591	956
SEVILLA	14.012	77.848	3.154	89.993	5.021

(Viene de la pág. anterior)

Según los datos de la AICA, en los doce meses de campaña de comercialización se han vendido 1.085.000 toneladas de aceite de oliva, lo que deja una media mensual de 90.000 t una cifra más que satisfactoria a tenor de la baja producción que hemos tenido. Además, el enlace con la siguiente campaña, que ha comenzado el 1 de octubre, es de 247.000 toneladas. A finales de septiembre, cooperativas y almazaras tenían 134.793 toneladas; 27.0944 estaban en poder de los envasadores y 4.973 toneladas se encontraban en las bodegas del Patrimonio Comunal Olivarero.

Con una menor disposición de recursos, los datos de producción solo llegan a 665.000 toneladas, muy por debajo de la media las cuatro últimas campañas y de la campaña anterior, obligan a una comercialización por debajo de la pasada campaña y a la media, con un promedio mensual de 90.200 t y necesitan de unas importaciones similares a la campaña pasada y ligeramente por encima de la media de las cuatro últimas campañas.

(Pasa a la pág. siguiente)

Aceite en Jaén todo siglo XXI		EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN desde la campaña 01/02 a la 22/23			
AICA. Elaboración propia. Miles de toneladas					
CAMPAÑA	ALMAZARAS	EXISTENCIAS INICIALES	ACEITE PRODUCIDO	VENTAS	EXISTENCIAS FINALES
22/23	311	22.210	180.501	266.246	36.334
21/22	330	101.725	501.684	534.962	102.291
20/21	325	115.459	524.191	501.396	173.372
19/20	325	284.601	398.335	596.088	115.123
18/19	325	87.365	667.846	497.961	284.197
17/18	326	79.151	391.971	405.757	87.041
16/17	327	78.338	505.779	523.192	78.576
15/16	328	18.848	531.578	484.298	78.290
14/15	324	177.118	231.296	400.634	19.225
13/14	323	77.176	751.610	667.285	177.290
12/13	322	253.071	141.491	327.624	77.266
11/12	326	173.468	681.728	629.477	254.380
10/11	326	150.015	589.729	583.579	173.543
09/10	327	63.388	570.097	559.108	150.015
08/09	326	13.114	433.862	499.277	63.207
07/08	327	65.326	496.669	464.376	113.065
06/07	327	53.714	504.988	520.120	65.295
05/06	337	58.312	266.398	271.360	53.350
04/05	335	132.922	424.198	498.834	58.285
03/04	333	12.565	611.000	490.504	133.061
02/03	327	127.310	375.053	489.286	13.076
01/02	326	34.376	613.425	520.496	127.304

CAEN UN 34,8% LAS EXPORTACIONES DE ACEITE, PERO EL MAYOR PRECIO COMPENSA EN PARTE LA CAÍDA DEL VALOR ECONÓMICO DE LO EXPORTADO

España ha vendido esta campaña 22/23 en 152 países casi 720.000 toneladas a un promedio de casi 6 €/kg, un 61% más sobre la campaña 21/22, con un valor económico de 3.814 millones de euros, un 4% menos sobre la anterior campaña.

Según los datos del Ministerio de Agricultura, el aceite de oliva exportado a terceros países en la campaña 2022/23, ha sumado 719.000 t, lo que supone una caída del 34,8% respecto a las de la campaña anterior (la 21/22) cuando se elevaron a 1.089.159 toneladas. No obstante, esa caída en el volumen de aceite exportado se ha visto compensada en parte en el valor económico recibido por los productores gracias a la subida del precio del aceite, que ha sido mayor que en las campañas anteriores.

En la campaña 2022/23 se han exportado 719.808 toneladas de aceite de oliva a un total de 152 países distintos. En volumen exportado, estos datos suponen los niveles más bajos desde la campaña 2012/13, mientras que en valor económico, se trata de la segunda campaña más alta, tras la 2016/2017 y 2021/2022. Co-

mo tónica general, hay un fuerte incremento del valor unitario respecto de la campaña anterior en todos los principales destinos, siendo mayor en los destinos comunitarios.

De esa forma, en términos de valor, la caída no ha sido tan acusada, y con 3.814 millones de euros la reducción es del 4% respecto a los 3.976 millones de euros facturados en 2021/22. El aceite de oliva exportado se vendió a un promedio de 5,97 €/kg (un 61% más que en 21/22) y el 90% del valor de esas exportaciones totales se obtiene solo de las ventas a los 20 principales destinos, unos 3.478 millones de euros, y profundizando más en los datos vemos que los 10 primeros países importadores dejan en España el 78% del valor total de las mismas, 2.045 millones de euros.

(Pasa a la pág. siguiente)

EXPORTACIONES DE ACEITE. COMPARATIVA ÚLTIMAS 5 CAMPAÑAS

Datos en miles de Toneladas. Fuente AICA. 30/Sept/2023

MES	18/19	19/20	20/21	21/22	22/23
OCTUBRE	80.5	106.1	95,7	79,1	84,3
NOVIEMBRE	71.4	71.4	95,7	84,0	65,3
DICIEMBRE	71.2	71.2	83,5	76,1	58,6
ENERO	81.9	81.6	82,5	73,7	55,8
FEBRERO	88.4	71.2	104,2	88,3	46,6
MARZO	89.9	98.3	106,8	78,3	63,5
ABRIL	78.7	94.4	99,4	107,3	49,9
MAYO	87.7	94.3	90,3	117,8	66,7
JUNIO	90.3	109.1	87,8	103,4	62,7
JULIO	103.4	111.1	81,9	90,4	56,7
AGOSTO	72.7	88.0	66,0	83,1	46,8
SEPTIEMBRE	99.0	101.2	90,1	92,0	58,1
TOTAL	1.015.1	1.016.1	1.083,9	1.073,5	715,0



Europa
invierte en las zonas rurales

*El Aceite de Jaén hace más
buena cualquier comida.*

www.igpaceitedejaen.com



Busca nuestro sello.
ACEITE
de Jaén.

Con el **ESFUERZO** de
nuestras 82.000 familias
dedicadas a la agricultura...



El **COMPROMISO** de
las 161 cooperativas
afincadas en el territorio...

Y la **CALIDAD** de
nuestras producciones.



cooperativas
agro-alimentarias

Andalucía

Jaén

Pasado Presente **Futuro**

Paseo de la Estación, 30. 4º. 23003, Jaén

(Viene de la pág. anterior)

El valor de las exportaciones registran ascensos significativos en numerosos mercados extracomunitarios: Australia, Reino Unido, Colombia y Suiza y a nivel intracomunitarios en Portugal, Francia y Países Bajos, mientras que desciende en algunos de los principales países destino, siendo más marcado en Italia, China y Corea del Sur.

En la campaña 2022/23 se han exportado 719.808 toneladas de aceite de oliva a un total de 152 países distintos. En volumen exportado, estos datos suponen los niveles más bajos desde la campaña 2012/13, mientras que en valor económico, se trata de la segunda campaña más alta, tras la 2016/2017 y 2021/2022. Como tónica general, hay un fuerte incremento del valor unitario respecto de la campaña anterior en todos los principales destinos, siendo mayor en los destinos comunitarios.

Por zonas geográficas, de las 719.808 toneladas de aceite exportado por España, en nuestro entorno más cercano, los países intracomunitarios, se llevaron unas 553.114 toneladas, el 56% del total de exportaciones, con un valor económico de 1.581 M€ (el 54% del valor total). En la zona intracomunitaria se vendió a un promedio unitario de 2,995 €/kg.

En zona extracomunitaria, se han vendido 376.765 toneladas, que representa 44% del volumen de aceite, con un valor de 1.270, que representa el 46% del valor total las de exportaciones. El valor unitario promedio ha sido de 3,441 €/kg, un 15% superior al intracomunitario.

Destino

Pero, dónde fueron a parar las 719.808 toneladas de aceite de oliva vendidas en el exterior la pasada campaña 22/23. Solo 6 principales países compradores se llevan la mayor parte del caldo exportado, 696.000 toneladas, tanto países intracomunitarios como extracomunitarios estos son los que más aceite compraron en nuestro país esta campaña 22/23: el primero fue Italia con 329.279 t; el segundo EE UU, con 105.307 t; el tercero Portugal, con 103.245 t; en cuarta posición está Francia con 86.718 t; en quinto lugar Reino Unido con 42.155 t y en sexta posición Japón, con 29.220 t.

Valor económico

Las exportaciones de aceite de oliva español de la campaña 22/23 llegaron a 152 países distintos, pero solo el caldo enviado a 20 de esos países supuso un valor de 3.478 millones de euros. Y si de esa veintena, seleccionamos los 10 primeros del ranking exportador, veremos que el aceite vendido alcanzó un valor de 2.954 millones de €. Encabeza Italia con 913,6 M€; en segundo lugar Estados Unidos, 569,2 M€; en tercera posición Portugal, con 433,3 M€; cuarto lugar Francia 424,6 M€ ; en quinto lugar Reino Unido, con 181,9 M€; la sexta posición para Japón, con 141,6 M€; séptimo lugar para Alemania, con 109,5 M€; octavo lugar Australia, con 90,3 M€; novena China, con 90,0 M€; y en décimo lugar está México, con 84,2 M€

CONSUMO INTERNO DE ACEITE DE OLIVA

Comparativa 5 últimas campañas. Datos en miles de Tm. AICA a 30 Sept/23

MES	18/19	19/20	20/21	21/22	23/24
OCTUBRE	36.8	49,5	53.0	43,6	46,4
NOVIEMBRE	46.5	44.2	50,5	45,4	41,0
DICIEMBRE	42.7	47.6	60,9	57,1	25,1
ENERO	53.3	38.6	42,3	53,2	44,4
FEBRERO	46.5	45.1	48,0	44,2	31,4
MARZO	50.2	60.8	52,5	70,7	31,6
ABRIL	53.5	27.1	44,4	55,9	24,9
MAYO	47.4	41.5	47,6	40,3	26,9
JUNIO	44.6	37.5	32,9	53,6	28,4
JULIO	39.7	43.7	37,8	33,5	35,5
AGOSTO	37.6	47.5	40,0	53,9	30,3
SEPTIEMBRE	39.2	35.8	41,1	49,1	33,3
TOTAL	538.0	518.9	551,0	600,6	367,4



sierra MÁGINA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN
ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA



olivares de montaña... como nimo



MEDIDAS PARA VALORIZAR EL AOVE DE OLIVAR TRADICIONAL

Cristóbal Cano
Secretario de
UPA-A



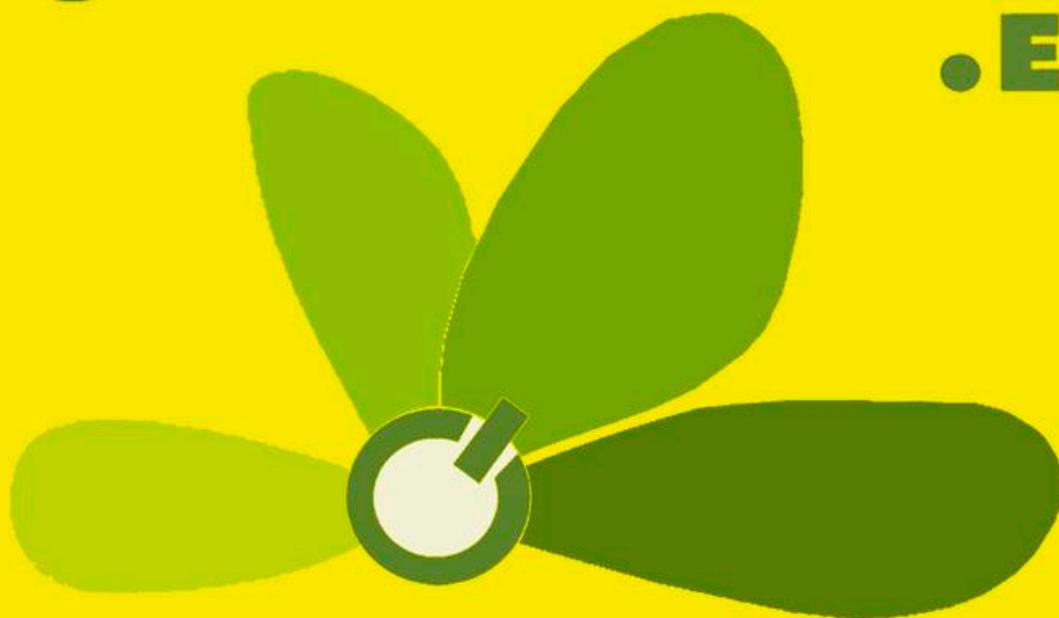
El sector olivarero está inmerso en la segunda mala cosecha de aceite de oliva consecutiva. Una circunstancia inédita, nunca vivida con anterioridad, que afrontamos siendo muy conscientes de que no hay aceitunas en nuestros olivos y eso nos llevará a una importante disminución productiva que se traducirá en una nula rentabilidad para nuestras explotaciones a pesar de la coyuntura actual de precios en origen y del buen inicio de la campaña de comercialización. La pertinaz sequía y, sobre todo, las elevadas temperaturas en momentos críticos como fue la floración, hará que muchas familias vayan a vivir un año de 36 meses. Por eso, ante ciertos discursos interesados de que baja el consumo porque los precios están muy altos, la realidad es clara: Todo lo que se produce se vende y no se puede comercializar lo que no existe.

Desde UPA siempre defendemos la valorización del aceite de oliva virgen extra procedente del olivar tradicional. Prueba de ello es nuestro empeño en fijar alianzas que generen valor, como el papel decisivo de UPA Jaén en la formación de Grupo Interóleo, así como nuestros acuerdos con Deoleo y con Lidl y Migasa. Y reforzamos esa unidad creando nuevas sinergias, con la inestimable colaboración de la Universidad de Jaén y de la empresa tecnológica Wealize para llevar el blockchain a la trazabilidad del aceite de oliva producido en olivares tradicionales al objeto de ofrecer una información más transparente y veraz al consumidor y aumentar, así, la comercialización y el valor.

En UPA llevamos ya muchos años trabajando en la diferenciación del olivar tradicional y los servicios económicos, sociales y medioambientales que aporta. Esto nos permite ejecutar un Grupo Operativo que se centra en el AOVE Tradicional, cuya producción anual representa el 70% del total. Desde el Ministerio se analizaron las últimas campañas y se observó que el AOVE Tradicional no había generado rentabilidad a los olivareros, sufriendo grandes pérdidas. Por eso insistimos en que hay que ponerlo en valor y, a través, del Proyecto "GO AOVE Tradicional" lo que pretendemos es ofrecer al consumidor un producto diferenciado, que genere confianza y aumente el valor añadido generado en la cadena de valor y mejore los resultados económicos del olivar tradicional.

Ese olivar tradicional que lleva muchos años diferenciando el aceite que produce es del que dependemos miles de familias y pueblos que, sin otro sustento económico, sin otra forma de vivir y entender la vida, se verían abocados a la desaparición. Pero esta valorización no puede hacerla solo el sector. Por eso desde UPA seguimos defendiendo la implementación de medidas valientes por parte de todas las administraciones, apostando por una olivicultura que sea considerada como un sector estratégico, como ha sido, aunque solo de palabra por lo que se ve, durante muchos momentos complicados para la economía de nuestro país, como fue en 2008 con la crisis del ladrillo, en 2020 con la pandemia o ahora, en 2022 y 2023 con la guerra en Ucrania.

NOTICIASDEJAÉN .ES



TODO SOBRE EL OLIVAR Y EL ACEITE EN EL
DIGITAL DE JAÉN CON SELLO DE CALIDAD
DE ANDALUCÍA



inscrito en el registro de
medios digitales de Andalucía
del Colegio Profesional de
Periodistas de Andalucía

ROMDA

con el número: **OTI0196RXF**



multipress

CON LA MIRADA PUESTA EN EL CIELO Y EN LA CAMPAÑA 24/25

Juan Luis Ávila
Secretario de
COAG Jaén



La situación no pinta nada bien: los olivereros se están encontrando menos kilos de los esperados en una cosecha que de por sí ya se preveía escasa, tanto oficialmente como a pie de campo. Con ello nos enfrentamos a una situación casi inédita, con dos malas cosechas consecutivas y lo que ello conlleva para un sector con muchas explotaciones al borde de la quiebra técnica y lo que podría ser un enlace casi nulo en 2024.

Aun así, este sector como su cultivo, el olivo, es duro. Las miradas están ya puestas, en salir como se pueda de la cosecha que se está recogiendo, porque no hay que olvidar que aunque el precio del aceite esté alto, si no hay nada que vender da igual por lo que se multiplique. Y los gastos para producir el aceite son los mismos haya o no cosecha, a lo que se añade que los gastos de producción son más elevados que en años anteriores por el encarecimiento de la energía, abonos...

Las esperanzas están ya puestas en la cosecha 2024/2025. Para ello es fundamental que llueva en los meses de diciembre a marzo y contar con el potencial de crecimiento de los olivos el año pasado, que ha sido limitado por la sequía, ya que el olivo florece en los crecimientos del año anterior.

Sin embargo, no podemos perder de vista que las políticas hidráulicas siguen siendo un reto para la provincia de Jaén y que nos enfrentamos a un escenario de cambio climático en el que los ciclos de sequía son cada vez más amplios y profundos.

Hay que afrontar el problema de cara, sin lamentaciones, aportar propuestas y luchar por el agua desde la provincia. Hasta ahora todas las medidas nos han llegado desde otros territorios, y a la vista está que nos han dejado con menos recursos. La defensa del agua pasa porque desde la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir se haga un uso más eficiente del agua, con un reparto en el que se tenga en cuenta los cultivos más rentables y sociales. Se trata de un recurso patrimonio de todos, social que hay que recibir de forma responsable.

En cuanto al mercado, las salidas siguen siendo buenas, lo que demuestra la fidelidad del consumidor a un producto que se ha convertido indispensable en muchos hogares, a pesar de la subida de los precios. Lo que es de agradecer.

De cualquier forma hay que poner de manifiesto que es necesaria una estabilidad de los precios, y para ello que se termine de perfilar por parte del Ministerio la autorregulación del sector. Es decir, que se concrete el Real Decreto que permite al Ministerio aprobar una retirada temporal de producto de manera obligatoria para todos los operadores hasta la campaña siguiente. Llevamos dos años esperando que se establezcan cifras y se concreten los casos en los que se puede producir esta intervención, porque tras dos malos años nos podemos encontrar en una situación totalmente contraria sin que se hayan hecho los deberes.

Aunque está claro que el aceite no puede volver a los precios de ruina de hace tres años, cuando se malvendía por menos de dos euros. A los informes me remito. En diciembre de 2022 desde COAG Jaén presentamos los datos que ponían de manifiesto los costes de producción del aceite, que podían llegar a los 8 euros (debido a la baja producción), y hace unos días la propia AEMO (Asociación de Municipios del Olivo) lo ha confirmado con un informe actualizado del que ya hiciese en 2020.

Finalmente hay otro reto al que hay que enfrentarse de forma urgente: Al relevo generacional, que conlleva además plantearnos qué modelo de agricultura y ganadería queremos. Es necesario, más que nunca, una profesionalización del campo. No es sólo una petición nuestra sino un requerimiento que llega desde Europa.

Hablamos de agricultores, con explotaciones que tengan una dimensión mínima lo suficientemente grande para poder dedicarse en exclusiva a la actividad. Sólo esto permitirá impulsar la modernización, la digitalización, el I+D+i en todos los eslabones del sector. Agricultores y ganaderos alejados de esos fondos de inversión que en estos tiempos cada vez más buscan solo la rentabilidad y que, de un día para otro, cuando nos le interese, dejarán atrás el sector agrícola en una política de tierra quemada. Para ello hay que conjugar dos graves problemas a los que se enfrenta el campo; por un lado facilitar el acceso de los jóvenes a la tierra, y por otro, buscar los mecanismos para que los más mayores, a los que les quedan pensiones irrisorias tras toda una vida de duro trabajo, puedan arrendar de forma segura sus terrenos pudiendo complementar sus rentas.

El objetivo es incentivar que la tierra llegue a gente joven que pueda iniciar la actividad de una forma totalmente profesional, generando empleo y riqueza estable en los pueblos, siguiendo de esta forma modelos de éxito de distintos sectores a nivel nacional.

No se puede terminar sin hablar de la PAC. El primer año de aplicación de la nueva reforma y especialmente del Plan Estratégico que el Ministerio de Agricultura Español realizó para su aplicación, redactado hablando mucho, pero sin diálogo, sin estudio de impacto previo y sin criterios técnicos o agronómicos, ha perjudicado especialmente al olivar. La burocracia ha aumentado hasta límites insostenibles y los recortes en las ayudas han perjudicado especialmente al olivar de la provincia en detrimento de otros territorios. A ese olivar más profesionalizado, del que viven miles de familias en Jaén, que genera más trabajo, y en el que más dinero se ha invertido, para que sea productivo, tal y como pedía Europa.



Gracias a clientes, empresas,
lectores y amigos que nos
acompañan en este viaje

servicios integrales

- ➔ oficina de prensa
- ➔ diseño, maquetación e impresión de todo tipo de publicaciones
- ➔ imagen corporativa
- ➔ contenidos web
- ➔ agencia noticias



www.multipressjaen.es * multipress@multipressjaen.es

LA FIESTA DEL PRIMER ACEITE DE JAÉN SIGUE SUMANDO ADEPTOS DESPUÉS DE UNA DÉCADA DE ANDADURA



Linares y Vitoria fueron los focos neurálgicos de esta celebración que cada vez reúne más almazaras y público participante y ofrece unos balances “muy positivos con elevadas ventas del producto presentado y con gran respaldo de los ciudadanos que la visitan”, señalaba el presidente de la Diputación, Francisco Reyes.

La X Fiesta del Primer Aceite de Jaén ha tenido este año como escenario la ciudad de Linares durante el primer fin de semana de noviembre, el 4 y 5, y la ciudad vasca de Vitoria durante los días 10,11 y 12 de noviembre. Después de una década de andadura esta celebración puesta en marcha por la Diputación de Jaén para difundir la calidad y las bondades gastronómicas y de salud del aceite temprano que se produce en Jaén sigue sumando adeptos tanto a nivel de participación de productores de almazaras y cooperativas como a nivel de participación del público en aquellas ciudades en las que se desarrolla.

A la conclusión de la Fiesta en Linares, el presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes, hacía un balance “muy positivo” de la celebración, un evento que ha sido “un gran éxito” tanto por los miles de visitantes que han pasado este fin de semana por el Paseo de Linarejos de Linares como por la asistencia a las numerosas actividades programadas, que “se han llenado”. En



El actor Javier Gutiérrez fue el pregonero de la Fista y el chef Álvaro Salazar, el embajador,

esa valoración también se incluían las “elevadas” ventas de botellas de AOVE, según los datos facilitados por las cerca de 100 empresas que han mostrado y vendido su oro líquido durante esos dos días, un producto que “es de la máxima calidad y cada vez atrae a más compradores, que cada día lo valoran más”, resaltó Reyes.

Un evento que en estos diez años “ha servido como acicate para que cada vez más cooperativas y almazaras produzcan estos AOVES tempranos, lo que ha colocado a la provincia jienense como referente indiscutible de la producción de aceite de oliva de la máxima calidad, y además ha contribuido a dinamizar el sector turístico, repercutiendo positivamente tanto en las pernoctaciones de los hoteles como en los establecimientos de restauración”, enfatizó Francisco Reyes en ese balance de la actividad promocional de nuestro aceite.



Reyes durante su intervención en la inauguración de la Fiesta de Aceite en Linares,

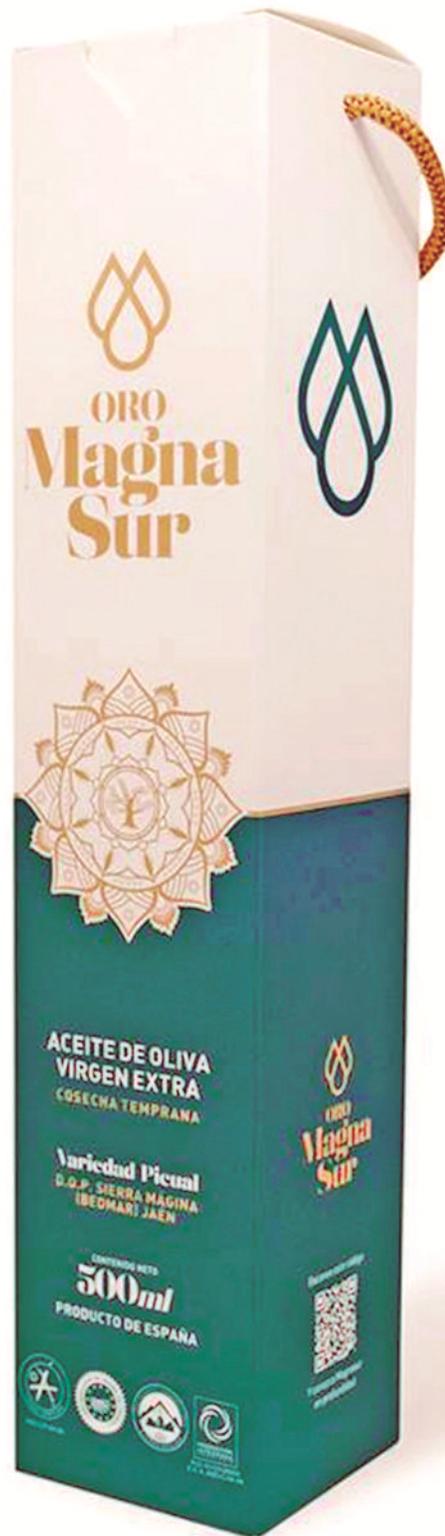
MÁS DE 10.000 BOTELLAS DE AOVE VENDIDAS EN VITORIA-GASTEIZ

Más de 10.000 botellas de aceite de oliva virgen extra de cosecha temprana se vendieron en la Fiesta del Primer Aceite celebrada en Vitoria-Gasteiz, una de las cinco comunidades autónomas de España donde más AOVE se consume por habitante. La Plaza de los Fueros de la capital alavesa se transformó durante todo el fin de semana en un gran escaparate donde se pudieron degustar y comprar algunos de los mejores aceites de oliva virgen extra tempranos que se han producido en la provincia jienense en este año. El presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes, aseguraba que ha sido “un éxito porque ha contado con una importante afluencia de público, que prácticamente ha llenado todas las actividades programadas en esta Fiesta del Primer Aceite de Jaén para conocer y catar auténtico zumo de aceituna verde. Un aceite de oliva virgen extra de máxima calidad que ha sorprendido a muchos por su sabor y color intenso”.

Reyes destacaba que “los empresarios y empresarias que se habían desplazado hasta Vitoria-Gasteiz han vendido mucho producto, más de 10.000 botellas de aceite de oliva virgen extra, y sobre todo, han podido abrir más su mercado y mostrar la gran excelencia y calidad de nuestro oro líquido”. Esta fiesta permitió a los vecinos y visitantes de esta ciudad vasca degustar estos tres días 32 virgen extra producidos por cooperativas y almazaras jienenses, participar en degustaciones gastronómicas de productos Degusta Jaén, además de conocer más en profundidad las características de los aceites de oliva y sus diferentes calidades.



Reyes, con la alcaldesa de Vitoria-Gasteiz, y el delegado territorial de Turismo, Cultura y Deporte.




**Magna
Sur**

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA



www.aceitedeolivavirgenextramagnasur.com

LOS ACEITES TEMPRANOS ARRANCAN UNA NUEVA CAMPAÑA COMPLICADA EN SIERRA MÁGINA

El 80% de las entidades inscritas en el Consejo Regulador ha elaborado aceite virgen extra de cosecha temprana en octubre a pesar de la escasez de campaña, adelantando la recolección.

La elaboración de los aceites de cosecha temprana ha marcado el inicio de la campaña 23/24 en el ámbito de la Denominación de Origen Sierra Mágina. A pesar de las dificultades del año, la mayoría de las almazaras y cooperativas inscritas en la DO han elaborado diferentes partidas de recolección temprana, que oscilan entre 2.000 y 20.000 kg para dar un total previsto superior a los 100.000 kg de este aceite.

Prácticamente todo este aceite se vendió envasado en la campaña pasada, por lo cual vuelven a apostar por su elaboración, consiguiendo así unos aceites con aromas completos e intensos con los que participaron en Premios como los Jaén Selección, Alimentos de España y Mario Solinas, donde los aceites de Sierra Mágina ya consiguieron importantes reconocimientos la pasada campaña. Además todas estas marcas se presentarán en la Fiesta del Primer Aceite de Jaén organizada por la Diputación de Jaén, y en sucesivos eventos posteriores con la Denominación de Origen Por otro lado,

y a pesar de las lluvias de los últimos días, la previsión de cosecha para esta campaña 23/24 es bastante negativa. La campaña 22/23 pasada ya marcó un mínimo histórico con 49.500 toneladas de aceituna y 10.780 toneladas de aceite, y nuestra previsión es que nos situaremos por debajo de esas cifras, por lo cual marcaremos un nuevo mínimo histórico de producción. La falta de lluvias en la pasada primavera junto con las altas temperaturas han vuelto a afectar notablemente al olivar de Mágina, especialmente por las zonas más llanas de la parte norte como Jódar, Bedmar y Jimena, mientras que en la zona más de sierra la producción podría ser similar a la del año pasado.

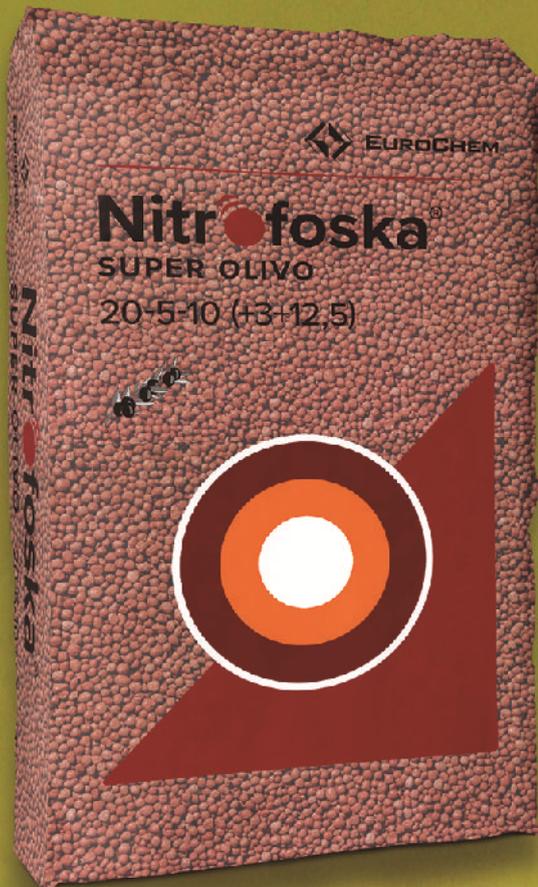
A pesar del incremento de los precios del aceite, la bajada de la cosecha y subida de costes hacen que la situación de los olivareros y cooperativas sea peor que en las cosechas más normales. Por tanto las esperanzas están puestas en que haya abundantes lluvias y climatología adecuada para volver a recuperar la cosecha en la siguiente campaña.

Las bajas cosechas además son una dificultad más para conseguir aceites de calidad, por eso desde el Consejo Regulador se está monitorizando el olivar de la comarca para determinar el momento óptimo de inicio de la recolección que permita conseguir el mayor porcentaje de aceite virgen extra posible.



ABÓNATE A LA CALIDAD

A.O.V.E



Nitrofoska®

SUPER OLIVO



EuroChem Agro Iberia, S.L.
www.eurochemiberia.com



EUROCHEM



A la izquierda, Reyes con los tres chefs galardonados con la estrella Michelin; a la derecha, García (Vandelvira), Mesa (Radis) y Jurado (Malk).

EL CHEF JUAN JOSÉ MESA GANA EL XX PREMIO DE COCINA CON AOVE DE LA DIPUTACIÓN DE JAÉN

Mesa ha sido galardonado también este año con una Estrella Michelin junto a Javier Jurado, cocinero del restaurante Malak de la capital jienense, y Juan Carlos García, del Vandelvira de Baeza.

El chef jienense Juan José Mesa, del restaurante Radis de Jaén, ha sido el ganador del XX Premio Internacional de Cocina con Aceite de Oliva Virgen Extra ‘Jaén, paraíso interior’ que organiza la Diputación provincial y cuya final se celebró en el Palacio Kursaal en la 25ª edición de San Sebastián Gastronomika. El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, hizo entrega del primer y único premio de este certamen, dotado con 8.000 euros y un trofeo a este restaurador por su receta titulada *“El pan, el aceite y el chocolate”*.



Mesa recoge su premio en la muestra gastronómica de San Sebastián.

En esta nueva edición del concurso se han inscrito cerca de 40 restauradores de diferentes comunidades autónomas españolas -Andalucía, Asturias, Islas Baleares, Cantabria, Castilla y León, Castilla La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid y Murcia-. Al respecto, Lozano subrayó que “este certamen de gran prestigio a nivel nacional e internacional está consolidado en el tiempo como una iniciativa de fomento de la gastronomía y de la inclusión y la utilización del aceite de oliva virgen extra como alimento importante en la misma, además de que posibilita trabajar con el sector de la hostelería y los grandes chefs de nuestro país para que sean prescriptores de opinión en la promoción del AOVE”.

Tres nuevas estrellas par Jaén

Desde luego, el aceite de oliva está contribuyendo al auge de la gastronomía jienense de la mano de jóvenes cocineros como puede ser el caso del ganador del certamen en la muestra Gastronomika de San Sebastián, Juan José Mesa.

Fruto de esa labor ha sido la concesión a la provincia de Jaén de tres nuevas estrellas Michelin en su última gala celebrada en Barcelona. Una gala donde se han promocionado los caldos jienenses del marchamo “Jaén Selección” y donde se han otorgado las estrellas Michelin a tres restaurantes jienenses: en Baeza al Vandelvira, regentado por Juan Carlos García; y en Jaén capital al referido Radis, dirigido Juan José Mesa, y al Malak que regenta Javier Jurado. La obtención de estos distintivos sitúa a la provincia de Jaén con 5 estrellas Michelin, lo que “certifica el prestigio de la gastronomía provincial y avala la magnífica labor que vienen desarrollando en los últimos años los chefs jienenses, que han realizado una fuerte apuesta por el recetario de nuestra tierra y por poner en valor sus productos de excelencia, en especial el aceite de oliva virgen extra, consiguiendo situar a la cocina jienense en lo más alto de la gastronomía nacional e internacional”, señalaba el presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes.

EL PRIMER CONGRESO MUNDIAL DEL ACEITE DE OLIVA (OOWC) SE DESARROLLARÁ A FINALES DE JUNIO DE 2024 EN MADRID



El Olive Oil World Congress (OOWC) ha organizado el pasado mes de noviembre en la sede de la FAO en Roma una jornada titulada “Día Mundial del Olivo FAO: Una mirada hacia el futuro”, una jornada con la que el OOWC prepara su primera edición del 26 al 28 de junio de 2024 en Madrid, reafirmando su compromiso con el sector del olivar y del aceite de oliva. Y es que, debido a la difícil situación que atraviesa el sector, es importante recordar el valor de este producto como motor de desarrollo económico en diversas regiones del mundo, además de su importancia para la biodiversidad, el medio ambiente y, por supuesto, la salud.

La jornada ha comenzado con la bienvenida e inauguración a cargo de Juan Prieto, Representante Permanente Adjunto de España ante la FAO; y de Manuel Barange, Subdirector General y Director de la División de Pesca y Acuicultura de la FAO.

En esta jornada de Roma, Manuel Barange, subdirector general y director de la División de Pesca y Acuicultura de la FAO aseguraba que “el mercado del aceite de oliva mundial alcanzó un valor de 14,2 mil millones de euros, siendo España el principal productor en el mundo, con un 25% del total, y produciendo en la media de los últimos cinco años un 50% del total, seguido de Italia, Marruecos y Túnez”.

Barange ha asegurado que “la industria olivarera en el Mediterráneo se enfrenta a múltiples desafíos, como la volatilidad de los precios, la competencia con otros aceites vegetales o los etiquetados fraudulentos. Pero sin duda, el principal problema es el cambio climático, ya que se prevé que con un incremento de las temperaturas de 1,5°C, la producción mundial podría caer un 20%”.

Durante el evento, también se ha presentado el OOWC a los miembros de la FAO y asistentes a la jornada. Un proyecto colaborativo que ofrece al sector la posibilidad de unir a todos los operadores a nivel internacional para trabajar juntos con el objetivo de ayudar a solucionar los problemas que existen y aprovechar mejor las oportunidades que se generan.

El Congreso que viene

El Congreso Mundial del Aceite de Oliva es un evento que congregará a los principales ponentes a nivel mundial en cada materia, generando conocimiento sobre las novedades e innovaciones existentes en cada eslabón de la cadena de valor. Convocará a todos los operadores del sector a nivel mundial, con el objetivo de aunar voluntades para seguir trabajando todos de forma conjunta. Teniendo en cuenta que España es el líder mundial en producción, comercialización y exportación de aceite de oliva, se ha decidido que la primera edición se celebraría en Madrid en 2024, pero el proyecto ha dado comienzo en el año 2023 con las acciones promocionales de “En ruta hacia el OOWC-2024”.

El OOWC es un proyecto colaborativo que aspira a posicionarse como una marca reconocida bajo la cual los distintos productores de todo el mundo puedan reunirse y trabajar por el objetivo común de todos los operadores de la cadena del olivar-aceite de oliva, que es fomentar la transferencia del conocimiento acerca de este producto en todos los eslabones de la cadena de producción y en todo el mundo.

En la actualidad, el Comité de Honor que presidirá el rey Felipe VI, también cuenta con personalidades destacadas como el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación de España, Luis Planas; Isabel Díaz Ayuso, presidenta de la Comunidad de Madrid; Julián Martínez Lizán, consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha y D^a. Carmen Crespo Díaz, consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía.

Expertos participantes en una jornada previa celebrada el pasado noviembre en la sede de la FAO en Roma ponen de relieve que “la producción mundial de aceite de oliva caería un 20% en los próximos años por el calentamiento global”.



Participantes en la jornada celebrada en la sede italiana de la FAO el pasado mes de noviembre.

Oro Cánava, Premio Alimentos de España/23

Los mejores AOVEs de España son de dos cooperativas andaluzas, la jimenata Nuestra Señora de los Remedios y la Subbética, Junto a la cooperativa Nuestra Señora de los Remedios, la organización de productores Trops y la Almazaras de la Subbética triunfan en estos galardones entregados el pasado octubre.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación entregó en octubre los Premios Alimentos de España, unos galardones en los que resultaron triunfadoras tres cooperativas andaluzas. En concreto, son la Organización de Productores Trops, la Cooperativa Andaluza Nuestra Señora de los Remedios y Almazaras de la Subbética, SCA. Estos premios reconocen la labor desarrollada por empresas y profesionales que se han distinguido por producir, ofrecer y divulgar los alimentos de calidad españoles y han contribuido al desarrollo del sector alimentario de forma sostenible y eficiente.

Los premiados en esta edición han sido elegidos entre más de 100 candidaturas. Para las deliberaciones, el Ministerio ha contado con un jurado compuesto por personalidades de dilatada experiencia y conocimiento del sector agroalimentario. En la suma de categorías de las distintas modalidades, este año se han otorgado 25 premios, 11 más que en la última edición.

Los mejores AOVEs han ido a parar a dos cooperativas andaluzas, por un lado, la Cooperativa An-



daluzas Nuestra Señora de los Remedios, de Jimena (Jaén), de la Denominación de Origen Protegida (DOP) Sierra Mágina, que ha recibido dos galardones. El AOVE Oro de Cánava brilló como Premio Alimentos de España al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra 2022-2023 en la categoría Frutados Verdes Dulce y Premio Especial 'Alimentos de España' Al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra 22-23.

Este doble reconocimiento para el aceite jienense de Sierra Mágina no solo es un testimonio del compromiso inquebrantable de la marca con la calidad y la excelencia, sino también una afirmación de su lugar destacado en el mundo del aceite de oliva. Por su parte, Almazaras de la Subbética, Sociedad Cooperativa Andaluza, de Carcabuey (Córdoba), de la Denominación de Origen Protegida (DOP) Priego de Córdoba, ha recibido el Premio Mejor Aceite frutado Verde Amargo: Aceite de producción ecológica.

El premio "Industria Alimentaria" se ha otorgado a la Organización de Productores Trops, de Vélez-Málaga.



Oro de Cánava recibió dos Premio Alimentos de España, uno al Mejor AOVE 22-23 en la categoría Frutados Verdes Dulce y Premio Especial 'Alimentos de España' Al Mejor Aceite de Oliva Virgen Extra 22-23.

¿Qué es la IGP del Aceite de Jaén?

Las siglas IGP son la abreviatura de Indicación Geográfica Protegida, encargadas de agrupar bajo un mismo distintivo de calidad todo el aceite de oliva virgen extra de la provincia de Jaén.

Tenemos el privilegio de ser la primera IGP de aceite de oliva virgen extra reconocida en España por parte de Bruselas, ampara la calidad diferenciada del producto. Un aval de la Unión Europea como símbolo de excelencia para nuestro “oro verde” a nivel nacional, europeo e internacional.

La Indicación Geográfica Protegida comprende los 97 municipios que conforman la provincia de Jaén. La variedad Picual representa el 90 % de la producción, pero también engloba el resto de variedades como la Arbequina, Picudo, Royal de Cazorla, Hojiblanca, Manzanillo de Jaén y Carrasqueño de Alcaudete.

El principal objetivo de la IGP es revalorizar la calidad del aceite de oliva de Jaén contribuyendo al prestigio de imagen de región en los mercados con un símbolo de calidad y excelencia.

Las características organolépticas de los aceites de la IGP de Jaén están marcadas por un aroma a aceituna sana y fresca, recolectada antes del 31 de diciembre, con un sabor amargo y picante marcado. Esto le confiere un carácter sensorial de gran personalidad, un auténtico placer para los sentidos. Además, permite al consumidor ser consciente de que está comprando un producto de calidad para enriquecer sus platos.

De Jaén al mundo

Nuestra provincia está considerada “la capital mundial del Aceite de Oliva” gracias a ser el territorio que más AOVE produce del mundo. El AOVE de Jaén protegido bajo las siglas se caracteriza por tener un aroma con matices a hortalizas u otros vegetales, como notas frutales o hierbas. En cuanto al gusto, presenta un amargor y picor moderadamente o claramente perceptible.

¿Por qué una IGP para el Aceite de Jaén?

Este sello diferenciador se creó para proteger a los consumidores del fraude, para reconocer la labor de los productores y almazaras, que respetan el origen de las materias primas y operan de acuerdo con estrictas regulaciones para obtener un AOVE de calidad. Es el inicio de una serie de acciones e iniciativas que fortalezcan la protección y promoción de nuestro producto en España y a nivel mundial. Tiene como objetivo que repercuta de forma positiva en la renta de los agricultores y empresas implicadas en el proceso de producción del aceite.

+info: igpaceitedejaen.com



¿Por qué comprar AOVE con el sello “Aceite de Jaén”

- Elevado nivel de trazabilidad para contribuir en el control del proceso de elaboración, almacenaje, envasado y comercialización del AOVE en todas sus etapas.
- Luchar contra el fraude, el sello de la IGP es un elemento de seguridad para los consumidores, pueden estar seguros de que van a adquirir un producto auténtico.
- Apertura de nuevos canales de comercialización y ayuda a las marcas inscritas a salir y/o consolidarse en mercados internacionales de importancia para el sector.
- Reforzamos las zonas rurales, como fuente de prestigio de la provincia, impulsando las economías locales de nuestros pueblos y ciudades.
- Nuestro sello IGP es sinónimo de esfuerzo, autenticidad, exclusividad y garantía de calidad y origen.





asigran
.com

**Innovación,
Calidad y Servicio**

**Maquinaria y Servicios para
la Aceituna y la Almendra**

ARRANCA EL RODAJE DE LA NUEVA PAC PARA EL PERIODO 23-27

Aunque se refuerzan las medidas de control para Estados y agricultores/ganaderos, la aplicación del sistema este primer año no ha provocado excesivos problemas, aunque no será hasta junio del 24 cuando se pueda hacer un balance más ajustado a la realidad.

Con la aplicación, por vez primera, del nuevo régimen de ayudas directas para el período 2023-2027 de la PAC hay importantes novedades, como la asignación de nuevas ayudas, por ejemplo, los ecorregímenes, el pago redistributivo y, por supuesto, la ayuda asociada al olivar.

Pese a las dificultades, cabe destacar que el sector agrario andaluz no ha presentado grandes problemas en estos inicios del período, es más, incluso “ha sido líder en la aplicación de los nuevos requisitos, que suponen más exigencias desde el punto de vista agrario y, muy especialmente, medioambiental. Así, por ejemplo, Andalucía destaca por ser la primera comunidad autónoma española en proporción de superficie que se ha acogido a las cubiertas en cultivos leñosos, evitando así la degradación del suelo y contribuyendo a la mejora de la calidad del agua y de la biodiversidad”, destacaba hace unas semanas la consejería de Agricultura de la Junta.



Hasta 2027

La PAC que vamos a tener vigente hasta 2027 tiene por objeto prestar un apoyo más específico a las explotaciones más pequeñas, mejorar la contribución de la agricultura a los objetivos medioambientales y climáticos de la UE, y mejorar la flexibilidad de los Estados miembros a la hora de adaptar las medidas a las condiciones locales.

Sus aspectos principales giran en torno a una nueva arquitectura verde basada en condiciones medioambientales que deberán cumplir los agricultores y ganaderos y en medidas voluntarias adicionales; pagos directos e intervenciones de desarrollo rural más selectivos y sujetos ambos a una planificación estratégica y un planteamiento basado en los resultados, según el cual los Estados miembros tienen que notificar sus logros cada año.

(Pasa a la pág. siguiente)



LA AYUDA AL OLIVAR TRADICIONAL SE HACE REALIDAD

Para las 10 primeras hectáreas pasa de los 40 euros previstos inicialmente a 52 euros, 2 euros más por hectárea. En cuanto al resto de hectáreas, a partir de la décima, el importe también mejora al pasar de 20 euros/ha a 26,15.

Es el resultado de la aplicación de la nueva PAC. La ayuda asociada al olivar con dificultades específicas y alto valor medioambiental se verá aumentada en su primer año de implantación de la nueva PAC. Tras muchos años de solicitarla, se hace realidad una medida que para el secretario general de la UPA-Andalucía, Cristóbal Cano, supone un considerable ingreso para las 420.000 hectáreas de nuestra región que la han solicitado en la nueva PAC y que representará cerca de 20 millones de euros extras que complementarán los conceptos que ahora se tienen en cuenta: la ayuda básica a la renta, el pago redistributivo y los ecorregímenes.

El Ministerio de Agricultura ha hecho públicos en noviembre los importes definitivos que percibirán los olivicultores tradicionales que, en la primera revisión de esta ayuda al olivar con dificultades específicas ya se mejoran los ingresos previstos. Así, la ayuda a las 10 primeras hectáreas pasa de los 40 euros previstos inicialmente a 52 euros. Son 12 euros más por hectárea. En cuanto al resto de hectáreas, a partir de la décima, el importe también mejora al pasar de 20 euros/ha a 26,15.



UPA Andalucía está “muy satisfecha” porque es una ayuda directa que recibirá “la parte del sector más desfavorecida y vulnerable que hasta el pasado año 2022 no se contemplaba en la PAC”. La organización había reivindicado desde 2016 la inclusión del olivar más desfavorecido en las ayudas asociadas “y ha sido este Gobierno el que las ha puesto en marcha”.

El Secretario General de UPA Andalucía subraya que “una vez conseguida la ayuda, el objetivo era mejorarla. Y ya en el primer año de aplicación de esta medida, que va en la línea de un reparto más justo y social de la PAC, hemos conseguido aumentar los importes para beneficiar, aún más, a los olivicultores tradicionales, los más vulnerables y que tan castigados han estado en el anterior marco de la PAC iniciado en 2014 y que hemos sufrido demasiados años”.

“El mayor importe con respecto al inicialmente previsto hará que los olivicultores andaluces perciban unos 20 millones de euros al año frente a los 16 establecidos al principio. Se trata de una cifra importante pues en el conjunto del marco 2023-2027 alcanzará los 100 millones de euros dirigidos específicamente al olivar tradicional andaluz, sobre todo porque hay que recordar que esta ayuda no estaba incluida en la PAC anterior y que se incluyó en la presente PAC 2023-2027 en la fase final de la negociación, justo antes de cerrar el Plan Estratégico Nacional.

LOS JORNALES DE LA ACEITUNA SUBEN UN 3,40% ESTA CAMPAÑA EN JAÉN, UNOS 2 € DIARIOS

La actualización de las tablas del convenio del campo, firmado el año pasado para 4 campañas, suponen un incremento en torno a los 2 € diarios, en base a la subida del IPC anual al 30 de septiembre pasado.

Estaba todo el pescado vendido y poco había que arañar, pues el incremento salarial del convenio del campo, que incluye la tabla de los jornales de la aceituna, venía ya marcado desde el año pasado, ya que el acuerdo laboral se firmó con una vigencia de 4 años y su subida salarial ligada al ICP provincial anual que se registre a finales de septiembre en Jaén.

Así, la actualización de las tablas salariales en las reuniones de sindicatos y patronal agraria solo debía aplicar el resultado del referido IPC para este segundo año de vigencia, la campaña 23/24, partiendo de ese IPC real (3,40%) dado que el convenio fijaba un techo del 3,5% y un suelo del 1%, tocaba aplicar a los salarios dicho incremento del IPC registrado del 3,40%. Cabe recordar que para el tercer año de vigencia de dicho convenio, que es la campaña 24-25, sobre el IPC real, el techo seguirá siendo del 3,5% y el suelo se sitúa en el 1,5% y para el cuarto año, campaña 25/26, se mantienen los mismos parámetros, subida máxima del 3,5% y un mínimo del 1,5% y se introduce un día de asuntos propios para el trabajador.

Con dicha subida de este año 23, los jornales más habituales de la aceituna han quedado en 59,36 € para el vareador/recogedor en una jornada de 6:15 hora de trabajo efectivo y 62 € el auxiliar de vibradora autopropulsada y vareador con vara mecánica para la citada jornada de 6:15 horas de trabajo efectivo. La hora extraordinaria ha pasado a 16,55 € para el vareador y recogedor.



Aunque este año la escasa cosecha de aceituna merma la ejecución de jornales, la importancia de este convenio del campo en la provincia de Jaén viene dada porque es el mayor acuerdo laboral de sector de los que se firman en la provincia de Jaén por número de trabajadores a los que afecta, que están en torno a los 100.000, sobre todo en la campaña aceitunera y por el empleo que genera, que en una campaña media en la provincia pueden ser en torno a los 4-5 millones de jornales, que este año no van a llegar ni a un millón y medio por la ausencia de producción.

Paz social

El hecho de que el acuerdo laboral se firmara en 2022 para 4 años, permite una cierta tranquilidad y paz social en el sector primario jienense que disfruta de unos de los convenios más altos de Andalucía. Por eso, tras la firma de esta revisión, las partes sindical y patronal se han felicitado por el acuerdo en cuanto que “a nivel general supondrá un importante movimiento económico durante los meses de la cosecha, a pesar de la significativa reducción de jornales motivada por la baja producción de aceite”, señalan desde UPA.



TABLA SALARIAL DE LA ACEITUNA Convenio del Campo Provincia de Jaén CAMPAÑA 23/24 Vigencia: 1/Oct/23 a 30/Sept/24



JORNADA CATEGORÍA	6:15 hs. sin descanso	6:30 hs. sin descanso	7 horas con descanso	7 horas efectivas	Horas extraordinaria
Trabajador Agropecuario	58,08	62,06	66,17	70,23	16,23
VAREADOR/A	59,36	63,51	67,74	71,86	16,55
RECOGEDOR/A	59,36	63,51	67,74	71,86	16,55
TRACTORISTA	62,87	67,25	71,69	76,10	17,57
Aux. Vibradora Autopropulsada	62,00	66,33	67,66	75,00	17,31
Vareador con Vara mecánica	62,00	66,33	70,86	75,00	17,31

evitar los robos de aceituna por tierra y aire

Un helicóptero con visión nocturna y varios drones silenciosos vigilan los olivares jienenses para evitar los robos de aceituna esta campaña. Todos los efectivos de la Comandancia de la Guardia Civil de Jaén participan en el operativo, incrementado la presencia en los tajos y reforzando la vigilancia en las almazaras y en los puestos de compra.

La subdelegada del Gobierno de España en Jaén, Catalina Madueño, ha presidido este lunes la reunión con las organizaciones agrarias y de productores para la organización y la coordinación de los dispositivos de seguridad y control laboral durante la campaña de recogida de la aceituna en la provincia. Han participado los máximos responsables de la Guardia Civil, del Cuerpo Nacional de Policía, del Área de Trabajo de Inmigración y de la Inspección de Trabajo, así como los representantes provinciales de la Unión de Pequeños Agricultores (UPA), la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (Coag), Asaja, Infaoliva y Cooperativas Agroalimentarias, y de la Junta de Andalucía. La Policía Nacional también ha diseñado un operativo específico para las cuatro ciudades en las que tiene competencias y realizará despliegues específicos en materia de extranjería por toda la provincia

Coordinación

Catalina Madueño ha puesto de manifiesto que la finalidad de esta reunión “es lograr una mayor coordinación que tenga como resultado incrementar el nivel de seguridad en el ámbito rural”. Así, la subdelegada ha especificado que el trabajo de la Guardia Civil y el de la Policía Nacional se centrará en el impulso de la presencia de agentes en las zonas rurales y en seguir consolidando el nivel de colaboración y participación alcanzado con todos los actores implicados en la campaña agrícola”, ha puntualizado la subdelegada para añadir: “El sector agrario es un pilar fundamental en el desarrollo socioeconómico de nuestra provincia, por ello es importante que estos trabajadores se sientan tranquilos en el desarrollo de su labor”.



Vigilancia de la Benemérita en un tajo de aceituna.

Madueño ha señalado que todos los efectivos de la Comandancia de la Guardia Civil de Jaén participan en el operativo, incrementando la presencia en los tajos y reforzando la vigilancia en las almazaras y en los puestos de compra.

Como novedad, en esta campaña, para el control desde el aire, la Guardia Civil incorpora un helicóptero dotado con tecnología de visión nocturna y cámara térmica, así como varios drones que, aparte de los referidos sistemas, disponen de vuelo silencioso y programación por coordenadas, que permitirá realizar barridos de grandes extensiones de terreno, así como de difícil acceso, y regresar a base con todas las imágenes recogidas.



Efectivos de la Guardia Civil en un control en un tajo de aceituna.



Reunión de coordinación en la Subdelegación del Gobierno de Jaén.



*El Aceite que
hace Historia
El Aceite
Solidario*

consíguelo en

Centro Paleomágina (Bedmar) o www.magnasur.com



OLEO
TOUR
JAÉN

VER +



www.oleotourjaen.es