agranda
Nº 58
May 24
Revista Andalucía Agraria

Del 7 al 9 de Mayo/24

olivicultura 4.0

montoro XXII Feria del OLIVO

opinión

Cristóbal Cano
UPA-Andalucía

Juan Luis Ávila
COAG Andalucía

Lola Amo, alcaldesa

"Quien quiera saber hacia dónde va el olivar y el aceite, tiene que venir a Montoro"

SIEMPRE JUNTO AL OLIVAR NUESTRA RAÍZ

MÁS DE **170 OFICINAS** A TU SERVICIO

CAJA RURAL JAÉN

www. cajaruraldejaen.com

Universidad de Jaén

Salud y Epidemiología

Ingeniería de Procesos

Química Analítica

Genómica

Marketing y Economía

Ecología

Robótica y Automatización

Transferir conocimiento para generar valor

Patrimonio y Cultura Oleícola

Legislación y Gestión Oleícola

Bioquímica

TIC

sumario

Numero 58 Mayo 2024

Opinión

Cristóbal Cano, secretario UPA-A

J. Luis Ávila, secretario COAG Jaén

olivomontoro 4.0

La localidad cordobesa está preprada para recibir a los visitantes y participantes en la XXII Feria del Olivo que se celebra del 7 al 9 de mayo con la olivicultura 4.0 como eje. Convocada bajo el lema 'Hacia la digitalización del sector oleícola', en la cita, los fabricantes de maquinaria y tecnología más innovadores mostrarán las nuevas técnicas aplicadas al olivo, como drones, tratamiento de imágenes satélite, monitorización telemática de riegos y tratamientos fitosanitarios, nuevos sistemas de recolección; avances aplicados en las almazaras como la trazabilidad 4.0, patios de recepción inteligentes; o la optimización automática del proceso de extracción, evidencias de la revolución que vive la olivicultura.

entrevista

Soledad Aranda
Delegada Agricultura

"El consumo de las familias ha permanecido fiel al aceite de oliva, pese a los precios"

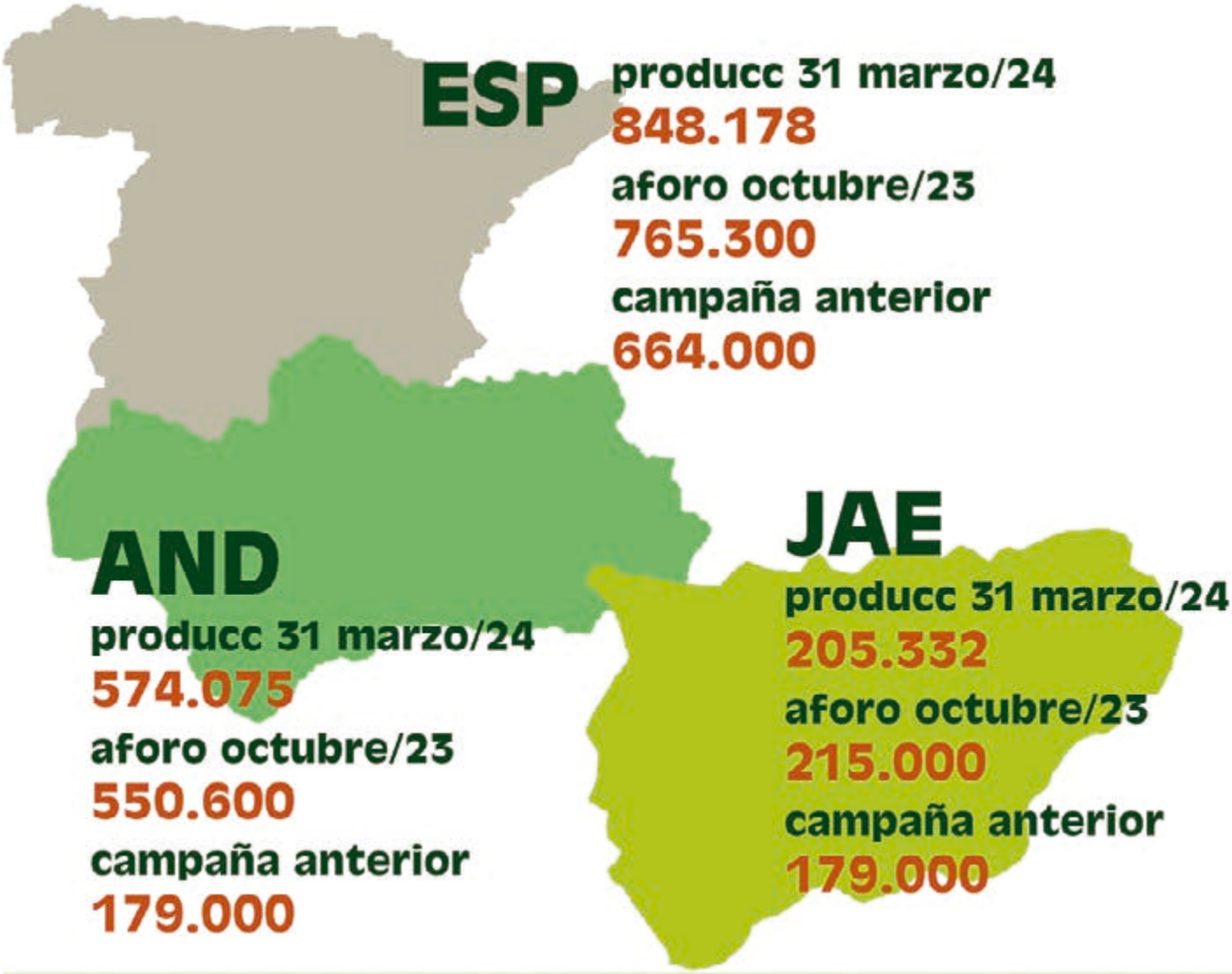
campaña aceitera 23/24

Pese a los malos augurios del inicio de la actual campaña, los últimos datos oficiales de la agencia AICA, sitúan la producción aceitera de la campaña 23/24 en España en 846-178 t, un 10% más sobre las previsiones del pasado mes de octubre que se fijaron en 765.300 t. Otro tanto ocurre con la producción en nuestra comunidad autónoma, 574.075 t a 31 de marzo pasdo, un 5% más de lo previsto.

Noble Leal Patriótica
Ayuntamiento de
MONTORO

agranda
DIRECTOR: Antonio Martínez. EDITA: MULTIPRESS, SL. Millán de Priego, 3. 23007-Jaén. PUBLICIDAD: Tlf. 953 295 067. REDACCION JAEN: Carmen Marín, Ana B Sola, A. Garcia. Tlf. 953 295 067 Fax: 953 226 373. e-mail: agranda@multipressjaen.es. FOTOGRAFÍAS: Manuel Miró, Multipress, Enrique y Agencias. ASESOR EDITORIAL: Enrique Antón. MAQUETACION y DISEÑO: GM&P. Depósito Legal: J/631/04. TIRADA: 5.000 ejemplares.
© MULTIPRESS, SL. Prohibida la reproducción total o parcial, por ninguna vía, de los contenidos de esta revista, sin autorización previa por escrito del editor.
www.multipressjaen.es - www.noticiasdejaen.es

producción aceite balance campaña 23/24



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	846	664	1.491	1.389	1.125	1.789 ●	1.260	1.286	1.401	841	1.780	616 ●
Andalucía	574	512	1.154	1.111	900	1.461	957	1.055	1.122	675	1.474 ●	477 ●
Jaén	205	179	501	524	398	665	391	505	531	231	751 ●	141 ●

(*) Datos de la AICA a 31 Marzo de 2024. ● Récord producción ● Menor producción

La producción aceitera de España sube a 846.000 t esta campaña, un 27% más que el año pasado

A 30 de marzo pasado, últimos datos que se tienen, la producción nacional de aceite se eleva a 846.178 t, la de Andalucía a 574.075, 62.000 más que la pasadea, un 12% más En el caso de la provincia mayor productora, Jaén, el rendimiento más bajo de los últimos 40 años, deja la producción en 205.333 toneladas, 26.000 más que la del apsado año un 14% más.

Los últimos datos oficiales facilitados por el Ministerio de Agricultura a través de la Agencia AICA, sitúan la producción aceitera de la campaña 23/24 en España en 846.178 toneladas, un 10% más sobre las previsiones del pasado mes de octubre que se fijaron en 765.300 t y un 27% más que la campaña pasada . Otro tanto ocurre con la producción en nuestra comunidad autónoma, 574.075 toneladas, un 5% más de lo previsto en el aforo de la Junta y un 26% más sobre las512.000 del año pasado..

Solo en el caso de la provincia mayor productora de aceite en el país, Jaén, se rompe esa tendencia de crecimiento respecto al año pasado, ya que los olivares jienenses arrojan a 30 de marzo una producción de 205.332 toneladas frente a las 215.000 t que asignaba el aforo la Junta en octubre. La explicación a esa situación de Jaén responde al escaso rendimiento medio obtenido en la campaña, un 17,8% frente al 21,3% que se había estimado en los trabajo del aforo realizado por la Junta. Aunque si se compara con la delaño pasado, la producción de Jaén crece en 26.000 t, un 14%

Balance de la Campaña Aceitera 23/24
Datos en toneladas a 30 de Marzo de 2024 Fuente: AICA Elaboración propia

	Existencias iniciales	Aceite producido	Aceite importado	Venta	Existencias finales
ESPAÑA	79.407	846.827	22.815	477.955	471.094
ANDALUCÍA	69.575	562.900	19.363	262.779	389.059
ALMERÍA	348	12.471	0,0	7.862	4.958
CÁDIZ	151	10.603	0,0	4.184	6.570
CÓRDOBA	16.748	144.609	5.525	69.048	97.834
GRANADA	8.833	52.723	369	24.814	37.112
HUELVA	1.006	8.962	125	4.622	5.472
JAÉN	36.528	204.370	12.424	90.809	162.513
MÁLAGA	939	28.930	123	13.956	16.036
SEVILLA	5.019	100.229	795	47.482	58.562

Proyección

Pese a los malos augurios que se palpaban en los mismos inicios de la reco-lección a primeros de noviembre, la presente campaña ha mejorado ligeramente los datos de la pasada, la 22/23, cuando las cifras la sitúan como la segunda peor campaña en el caso de España, Andalucía y Jaén, con 664.000 t en todo el país, 512.000 t en Andalucía y 179.000 t en la provincia de Jaén.

Así las cosas, la proyección/balance que realiza el Ministerio con datos cerrados a finales de marzo son los de llegar a una producción total de 846.000 t, a lo que hay que unir las 248.000 t de existencias iniciales, más unas 215.000 t de aceite importado, colocan el total de recursos de esta campaña en 1.308.172 toneladas.

Una situación en la que destacan unas salidas de 69.292 toneladas/mes marzo, a las que hay que sumar unas 15.000 de importaciones, por lo que "teniendo en cuenta que nos encontramos a mitad de la campaña de comercialización, y si continúa este ritmo de salidas de 79.000 toneladas y de 15.000 de importaciones de media, nos encontraríamos al final de campaña con un enlace entre las 170.000 y las 200.000 toneladas, siendo un enlace muy corto en comparación a otros años", explicaba el gerente y portavoz de ASAJA-Jaén, Luis Carlos Valero.

A finales de marzo, las existencias de aceite estaban en 658.796 toneladas, de las que 184.382 están en envasadoras; 470.913 en almazaras y 3.501 en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Consumo Interno de Aceite de Oliva

Comparativa 5 últimas campañas. Datos en miles de Tm. AICA a 30 Marzo/24

Mes	19/20	20/21	21/22	22/23	23/24
OCTUBRE	49,5	53.0	43,6	46,4	25,1
NOVIEMBRE	44.2	50,5	45,4	41,0	45,1
DICIEMBRE	47.6	60,9	57,1	25,1	35,8
ENERO	38.6	42,3	53,2	44,4	38,4
FEBRERO	45.1	48,0	44,2	31,4	31,3
MARZO	60.8	52,5	70,7	31,6	
ABRIL	27.1	44,4	55,9	24,9	
MAYO	41.5	47,6	40,3	26,9	
JUNIO	37.5	32,9	53,6	28,4	
JULIO	43.7	37,8	33,5	35,5	
AGOSTO	47.5	40,0	53,9	30,3	
SEPTIEMBRE	35.8	41,1	49,1	33,3	
TOTAL	518.9	551,0	600,6	367,4	175,7

Precios

En ese escenario y ante la caída de precios en origen en los últimos dos meses de marzo abril, la UPA Andalucía no ve razones objetivas para la caída del precio en origen del aceite de oliva a tenor de las magníficas cifras de comercialización

El responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA y secretario general de UPA Andalucía, Cristóbal Cano, aseguraba que "no hay razones lógicas ni objetivas para la bajada del precio en origen del aceite de oliva. Es la conclusión a la que llegamos después de conocer el magnífico dato de comercialización, un nuevo mes, con otras 91.000 toneladas (incluyendo importaciones) vendidas en marzo. Una cifra que demuestra la fortaleza del aceite de oliva y la ilógica y acusada caída de precios en origen sufrido en las últimas semanas. Marzo cierra con una producción acumulada de 846.178 toneladas a nivel nacional, de las que 574.075 son de Andalucía; y unas existencias de 659.285 toneladas".

Cano resaltaba que "a la luz de los magníficos datos de marzo, no es lógico ni razonable la acusada disminución de los precios en origen del aceite de oliva, motivado sobre todo por un cambio de ánimo en el sector olivarero" ya que "el consumo se mantiene firme. Eso es lo que nos dicen las ventas de otras 91.000 toneladas más de aceite justo a la mitad de la campaña de comercialización. Por eso debemos ser consecuentes con los datos, que nos muestran que tenemos una baja disponibilidad de aceite, que las lluvias registradas han sido buenas pero no nos aclaran el futuro porque, en el mejor de los escenarios, nos encaminamos a una cosecha media. Y si la demanda se mantiene fuerte como hasta ahora nos podremos encontrar con tensiones en los mercados debido a la poca disponibilidad de aceite en España y el resto del mundo, y al inesperado cambio en los precios", afirmaba.

Exportaciones de Aceite. Comparativa últimas 5 campañas

Datos en miles de Toneladas. Fuente AICA. 30/ Marzo 24

Mes	19/20	20/21	21/22	22/23	23/24
OCTUBRE	106.1	95,7	79,1	84,3	55,7
NOVIEMBRE	71.4	95,7	84,0	65,3	52,2
DICIEMBRE	71.2	83,5	76,1	58,6	58,5
ENERO	81.6	82,5	73,7	55,8	68,3
FEBRERO	71.2	104,2	88,3	46,6	62,1
MARZO	98.3	106,8	78,3	63,5	
ABRIL	94.4	99,4	107,3	49,9	
MAYO	94.3	90.3	117,8	66,7	
JUNIO	109.1	87,8	103,4	62,7	
JULIO	111.1	81,9	90,4	56,7	
AGOSTO	88.0	66,0	83,1	46,8	
SEPTIEMBRE	101.2	90,1	92,0	58,1	
TOTAL	1.114,5	1.097,6	1.089,2	719,8	296,8

El precio del aceite debe recuperar la estabilidad, no hay razones para la caída

Cristóbal Cano
Secretario de UPA Andalucía

El sector olivarero concluye la segunda mala cosecha de aceite de oliva consecutiva. Una circunstancia inédita, nunca vivida con anterioridad, que, pese a que el aforo prácticamente se ha cumplido, nos hace ser muy conscientes de que tenemos poco aceite en nuestras bodegas y de que esa escasez tensionará los mercados de seguir la comercialización con las cifras en las que se está moviendo hasta ahora. Por eso es ilógico lo que se ha producido en el mes de abril, cuando de forma incomprensible y sin razones, el precio en origen del aceite de oliva ha sufrido una importante caída. No hay razones para ello, sobre todo cuando las previsiones de la próxima campaña aún no están nada claras.

Las últimas lluvias registradas en el mes de marzo han supuesto un gran alivio para un olivar con demasiado estrés hídrico. Ahora mismo, los olivos se encuentran descansados por la baja cosecha que hemos tenido y esas precipitaciones hacen que las flores que están despuntando en las ramas sean considerables. Pero todavía tenemos que pasar un periodo complicado que marcará la próxima cosecha. La floración está a la vuelta de la esquina y como se produzcan los mismos golpes de calor con temperaturas anómalamente elevadas del pasado año, podríamos encontrarnos con una situación parecida a la que hemos vivido.

La cosecha que ha terminado concluye con 205.332 toneladas producidas en Jaén frente a las 215.000 aforadas por la Junta de Andalucía. Un buen dato si tenemos en cuenta los bajos rendimientos que se han registrado. En bodegas de las cooperativas, en manos de los industriales y en el Patrimonio Comunal Olivarero hay actualmente 846.178 toneladas. Pero al ritmo de ventas que llevamos, con 90.000 toneladas comercializadas de media en lo que va de campaña, nos encontraremos con un enlace muy reducido que no superará por mucho las 200.000 toneladas. De ahí que la floración vaya a marcar el camino de la próxima cosecha, no tanto las lluvias registradas en marzo.

A la luz de esos magníficos datos de comercialización no es lógico ni razonable la acusada disminución de los precios del aceite de oliva en origen, motivada sobre todo por un cambio de ánimo erróneo en el sector olivarero. El consumo se mantiene firme y por eso debemos ser conscientes de que los datos demuestran que tenemos una baja disponibilidad y un futuro incierto por delante. En el mejor de los casos, desde UPA entendemos que nos encaminamos hacia una cosecha media, siempre y cuando las temperaturas respeten la floración y no volvamos a tener episodios anómalos. Y si la demanda sigue igual podemos encontrarnos con tensiones en los mercados debido a la poca disponibilidad de aceite en España y en el resto del mundo. De ahí que los próximos meses deben traer una reversión de esta ilógica bajada de precios que, dicho sea de paso también, sólo sufrimos los productores, porque al consumidor no le ha llegado. Y la estabilidad es clave para todos.

de enero a octubre, menos exportaciones pero más valor económico

El aceite exportado de octubre/23 a enero/24 ha sido 234.000 t, lo que supone un 11% menos sobre las 264.000 t exportadas en el mismo período de la anterior campaña. Sin embargo, pese a vender menos oro líquido en el exterior, el sector ha ingresado unos 1.747 millones de euros, un 48% más que lo obtenido en las ventas del mismo periodo del año pasado, 1.183 millones de euros.

Por países, los cinco primeros del Top 20 de la importación del caldo español lo encabeza Italia, con 458 millones €, un 67% más que el año pasado; en segundo lugar Estados Unidos con, 301 millones, un 60% más que la pasada campaña; Portugal es el tercer destino del aceite español, con 191 millones, un 32% más que el pasado año; Francia es el cuarto destino, con 157 millones de €, un 53% más y Reino Unido es el quinto país con 102 millones de euros, un 122% más que la campaña anterior.

La característica global de las exportaciones aceiteras en esta campaña 23/24, pasan primer tercio de campaña con bajadas (-11% octubre/enero) en el volumen exportado un total de 234.000 t frente a las 264.000 del año pasado en los mismos meses, y un importante aumento del valor de las exportaciones un 48% de los 1.183 millones euros recibidos en el mismo período de la pasada campaña a los 1.747 de la actual.

(Pasa la pag. siguiente)

(Viene de la pag. anterior)

Bajada del volumen de las exportaciones respecto de la media y de la campaña pasada se produce de forma general, aunque es mayor en las ventas extracomunitarias, mientras que el valor de las exportaciones tanto intraUE, como extraUE aumenta respecto a la pasada campaña, y la media.

Los valores unitarios por encima de los niveles de las cuatro campañas anteriores y de la media. Los valores EXTRA UE se sitúan un +8% por encima de la INTRA UE

Aumenta el valor en los principales destinos. Italia supone el primer destino con el 26% del total de las exportaciones en valor, seguido de EEUU con el 17%. Estos aumentos predominan en los destinos comunitarios, especialmente en Italia, Bélgica y Países Bajos, así como en Reino Unido, México e India.

andalucía: crecen exportaciones

El valor económico de las exportaciones de aceite de oliva ha crecido un 80,6% durante el mes de enero de 2024

Las ventas internacionales del sector del aceite de oliva andaluz han alcanzado los 390 millones de euros durante el pasado mes de enero, cifras que suponen un crecimiento del 80,6 % con respecto a los datos de enero de 2023. Esta importante alza para el sector oleícola andaluz fija la senda de la recuperación tras unas campañas marcadas por los efectos de la sequía para el olivar de Andalucía.

En total, durante el mes de enero de 2024 se han exportado 54.443 toneladas de aceite de oliva, un 19% más con respecto al año anterior y que ha sido liderado por la provincia de Sevilla, con unas ventas exteriores de 190,64 millones (+60,5 %), seguida de Córdoba, con 84,65 millones euros (+74,1 %) y Málaga, con 48,85 millones de euros (+107,1 %). Jaén ha realizado ventas durante enero de 2024 por valor de 28,95 millones de euros (+132,4 %), Granada, 20,50 (+106,%), Cádiz, 8,53 millones de euros (+8.483,4 %), Huelva, 4,56 millones de euros (+119,4 %) y Almería cierra esta lista, con 3,34 millones de euros (+683,3 %).

Para la consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, estas cifras suponen "una bocanada de optimismo para nuestro sector olivarero y toda la industria transformadora que se encarga de la producción de nuestro preciado aceite de oliva, con un crecimiento de las ventas que casi duplica las cifras de hace un año y que augura un 2024 en positivo, en el que el aceite de oliva retomará su peso específico dentro de las exportaciones agroalimentarias de nuestra comunidad".

Por países, Italia se asienta como el principal destino del aceite de oliva andaluz, con ventas por 93 millones de euros en enero de 2024 y un crecimiento del 193 %.

Europa
invierte en las zonas rurales

sierra MÁGINA

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

UNIÓN EUROPEA

Junta de Andalucía

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

www.sierramagina.org

Tras las lluvias, el campo empieza a respirar

Juan Luis Ávila
Secretario de COAG Jaén

Hay que alegrarse de que después de dos meses de lluvias el campo respire de otra forma. Han sido años muy duros de sequía, y aunque no hay que lanzar las campanas al vuelo, parece que van cambiado las perspectivas. Esto, además de ser un motivo de alegria nos tiene que poner en alerta, especialmente en el sector del olivar.

Ya se está notando la bajada de precios del aceite como si con las lluvias se hubiera multiplicado el que hay en las bodegas, cuando a fin de cuentas, el aceite es el que hay hasta que vuelvan a llegar las primeras aceitunas en el otoño. Si todo va bien hasta octubre podremos tener una cosecha media, y si todo fuera mucho mejor en los siguientes años, volveriamos a cosechas normales como antes de la sequía. Es por ello, que es el momento de seguir reivindicando, con más fuerza si cabe, que se aborde en profundidad la autorregulación. Una medida aprobada en 2021, todo un logro tras años de reivindicaciones, pero que puede quedar en agua de borrajas si no termina de concretarse.

El Real Decreto aprobado en referencia a la autorregulación permite al Ministerio aprobar una retirada temporal de aceite de manera obligatoria para todos los operadores hasta la campaña siguiente, cuando hay grandes cosechas. El problema es que en el decreto no se establecen cifras ni se concretan los casos en los que se puede producir esta intervención, cuestión que debería haber definido ya el ministerio de Agricultura.

Con ello se podrá garantizar una estabilidad de precios a los agricultores y evitar fluctuaciones tan acusadas al alza para los consumidores, como las actuales, de hecho, si esta norma hubiese estado aprobada hace varios años, cuando se registró en España una cosecha de aceite histórica (2013-2014), no se habría producido la crisis de precios que vivió el sector durante tres largos años.

Por otro lado, hemos asistido durante los últimos meses a un calendario de movilizaciones, en todo el territorio nacional y europeo, al que no ha sido ajeno la provincia de Jaén. Un hecho para nada nuevo, ya que, a excepción del parón obligado de la pandemia, ha sido una constante, especialmente desde 2019 cuando comenzó en Jaén el llamado "espíritu de las batallas".

Lamentablemente no ha finalizado el tiempo de las movilizaciones. Aunque es verdad que hay un paquete de medidas encima de la mesa, que COAG no ha firmado, porque, sin poner en duda los avances, éstos son a todas luces insuficientes para responder a las demandas y necesidades de los agricultores y ganaderos profesionales.

En su gran mayoría solo representan una declaración de intenciones, lo que unido a las actuaciones del ministro de Agricultura que han supuesto una pérdida de confianza, nos hacen ser más exigentes a la hora de pedir concreción en las medidas. La experiencia nos ha demostrado que, lamentablemente, las intenciones no siempre pasan a convertirse en realidades.

Lo que no hay que negar es que con estas movilizaciones ha habido una toma de conciencia de lo que es la soberanía alimentaria, de que es necesario un mayor control de lo que entra por las fronteras. Se trata de un problema de salud pública. No se puede decir que hay un control cuando sólo se analiza el 1 % de lo que entra de fuera de España, y la trasparencia en los procedimientos brillan por su ausencia.

Es necesario, además, explorar vías para que se reconozca el esfuerzo que a todos los niveles se hace en la agricultura y ganadería española, para producir alimentos de calidad y con seguridad sanitaria. Un esfuerzo que se ve menoscabado por productos que llegan de terceros países donde se utilizan productos prohibidos desde hace años en el país y perjudiciales para la salud. Para ello es urgente en Europa una unidad aduanera.

Por no hablar de la PAC, ya que con la última reforma se ha complicado la vida a los agricultores y ganaderos hasta cotas insospechadas, aumentando como nunca la burocracia.

olivomontoro 4.0

La localidad cordobesa, preprada para la XXII Feria del Olivo que se celebra del 7 al 9 de mayo con la olivicultura 4.0 como eje

La XXII Feria del Olivo de Montoro pondrá al expositor en el centro de su nueva edición, que se celebrará entre el martes 7 y el jueves 9 de mayo de 2024 en el recinto del Patrimonio Comunal Olivarero de esta localidad. En la cita, los fabricantes de maquinaria y tecnología más innovadores mostrarán las nuevas técnicas aplicadas al olivo, como drones, tratamiento de imágenes satélite, monitorización telemática de riegos y tratamientos fitosanitarios, nuevos sistemas de recolección; avances aplicados en las almazaras como la trazabilidad 4.0, patios de recepción inteligentes; o la optimización automática del proceso de extracción, evidencias de la revolución que vive la olivicultura.

Imágenes de anteriores ediciones de la Feria del Olivo de Montoro.

Convocada bajo el lema 'Hacia la digitalización del sector oleícola', esta cita para profesionales del mundo del aceite identifica la transformación digital como "irreversible y transversal", aplicable tanto a los sistemas de cultivo –tradicionales, intensivos o en seto, de secano o regadío, de montaña o campiña–, como a los procesos de transformación en la agroindustria, ya sea en las almazaras cooperativas, industriales, pequeñas o grandes fábricas. Por ello, la feria estará enfocada a la olivicultura 4.0.

La celebración entre semana y con una apuesta por situar al expositor y a los profesionales en el centro del evento evidencian un deseo de refundación de la muestra, reforzando la atención continua y personalizada a los participantes y su adecuación a las nuevas tecnologías.

(Pasa a la pag. siguiente)

(Viene de la pag. anterior)

Vista de stands interiores en una psada edición de la muestra.

"Los expositores serán el auténtico objetivo de la feria", señala la alcaldesa de Montoro, Lola Amo; un cita ineludible para el sector donde hacer efectivas sus relaciones de negocio y personales identitarias de esta convocatoria que nació hace treinta años y que organiza el Ayuntamiento de Montoro, con la colaboración de la Asociación Española de Municipios del Olivo y el Club Recreativo Ilígora. Conscientes de la importancia de la exportación y la internacionalización del sector, durante la feria se fomentarán las relaciones comerciales con el exterior a través del desarrollo de visitas de empresarios oleícolas de distintos países del mediterráneo, a modo de misión inversa, que serán presentados a las empresas expositoras.

Jornadas técnicas

En paralelo al desarrollo de la muestra expositiva, se celebrarán unas jornadas técnicas enfocadas en la olivicultura y elaiotecnia 4.0. En consonancia con el objetivo de la Feria del Olivo 2024 de mostrar las principales innovaciones en el sector, esta cita profesional permitirá conocer en qué medida España lidera no solo la calidad y la producción sino también la eficiencia productiva gracias al conocimiento histórico del sector y al avance de la digitalización. Igualmente, las jornadas se convertirán en un foro de reflexión sobre hacia dónde se dirige el cultivo del olivo, la molturación y la excelencia alimentaria en los próximos años.

La implicación del municipio de Montoro será fundamental en la celebración del evento, simbolizada a través de una exposición floral que se desarrollará en distintos puntos de la localidad bajo el título 'La flor del Olivo'.

La Feria del Olivo de Montoro 2024 cita a expositores, expertos, olivareros, almazareros a celebrar juntos en mayo una nueva edición enfocada en los avances digitales. Para ello, la organización ha reforzado la comunicación dentro y fuera de Andalucía para maximizar el número de visitantes profesionales.

(Pasa a la pag. siguiente)

Programa Jornadas Técnicas

Miércoles, 8 de Mayo 2024
LA OLIVICULTURA 4.0.

09:00-09:30
Inauguración.
Ayuntamiento de Montoro, UCO, IFAPA, Ministerio de Agricultura, Consejo Oleícola Internacional y Patrimonio Comunal Olivarero.

09:30-10:30
Mesa 1: Las plantaciones del futuro: Densidades óptimas y nuevas variedades.
Introduce y modera: Javier Hidalgo Moya. IFAPA. Alameda del Obispo.
Participan:
- Teresa Carrillo. Balam.
- Felipe Oliva. Director Técnico. Todolivo.
- Manuel López. AGR-Prado.
- Alberto Obregón. Agromillora.

10:30-11:30
Mesa 2: Apoyo de la digitalización en las técnicas de cultivo: poda, riego, manejo del suelo, fitosanitarios y abonado.
Introduce y modera: Rosa Gallardo. Universidad de Córdoba.
Participan:
- Gregorio Blanco. Universidad Córdoba.
- José Antonio Jiménez Berni IAS. CSIC.
- Daniel Pérez. IFAPA. Alameda del Obispo.

11:30-12:00 Pausa y café.

12:00-13:00
Mesa 3: Aplicaciones digitales para la toma de decisión del momento óptimo de recolección: NIRs, RGS.
Introduce y modera:
Raúl de la Rosa Navarro. IAS-CSIC.
Participan:
- Carmen Capiscol. Citoliva-Proyecto Behtool
- Empresa Citoliva.
- Luis Serrano. Olimaker

13:00-14:00
Mesa 4: Modelos de predicción de cosecha y de establecimiento del precio del aceite de oliva en los equilibrios del mercado.
Introduce y modera:
José Mª Penco Valenzuela. AEMO.
Participan:
- Raúl de la Rosa IAS-CSIC,
- Ignacio Lorite. IFAPA. Alameda del Obispo.
- Ingeniería Informática. UCO

Jueves, 9 de Mayo 2024
LA ELAIOTÉCNIA 4.0.

09:00-10:00
Mesa 5: Automatización y clasificación en la recepción de la aceituna: Patios Inteligentes.
Introduce y modera:
Gabriel Beltrán. IFAPA-Venta del Llano.
Participan: Luis M. Barrera. Foss Iberia.
Pedro Martínez. IMS
Fernando Martínez. IA-CSIC

10:00-11:00
Mesa 6: Automatización y optimización de la extractabilidad y la calidad en el proceso de molturación: Procesado inteligente.
Modera: Fernando Martínez. IG-CSIC
Participan: • Francisco de la Torre. Centrifugación Alemana.
- Antonio López. GEA-Westfalia.
- Emilio Artero. Picualia.

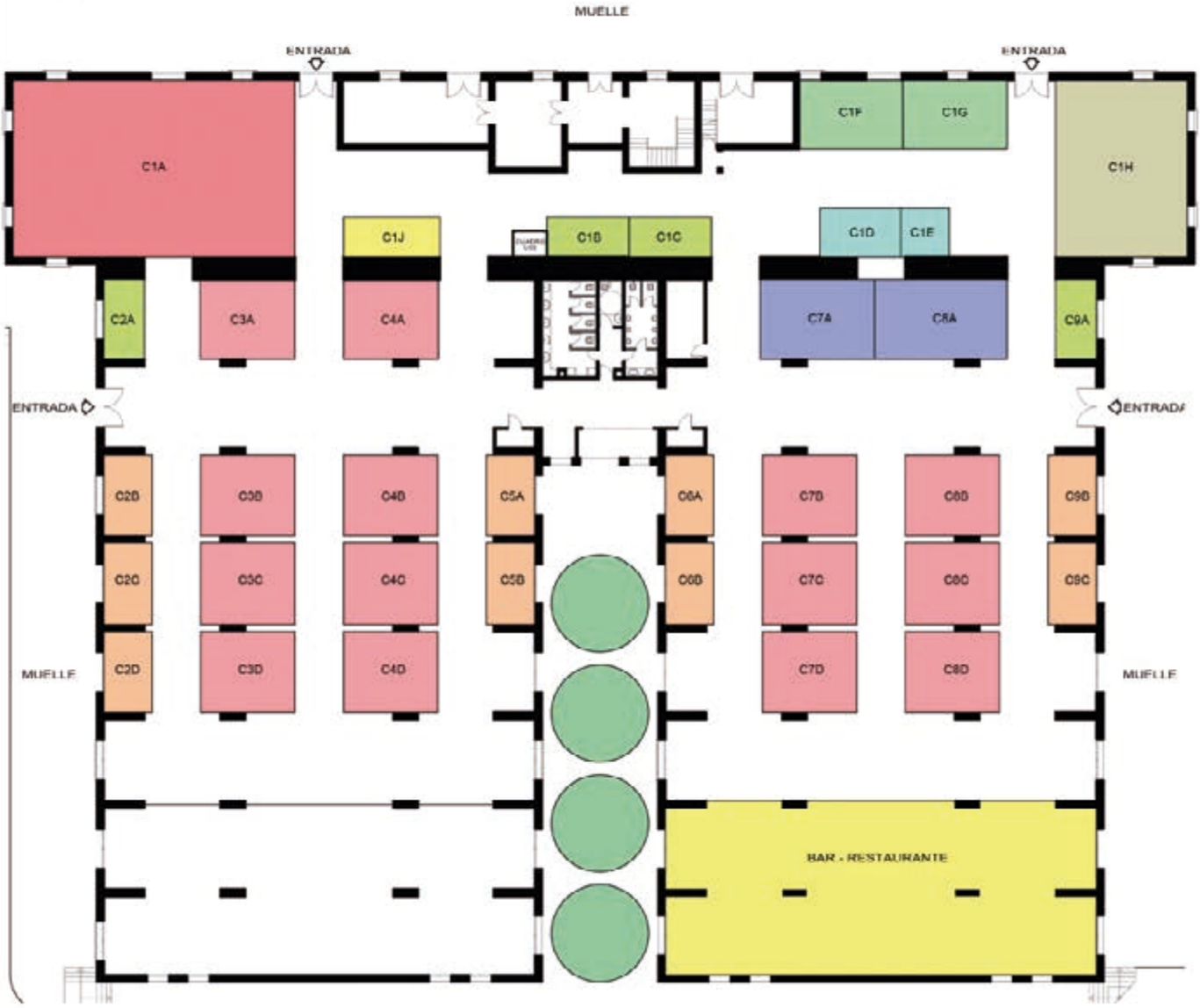
11:00-11:30 Pausa y café.

11:30-12:30
Mesa 7: Caracterización de la calidad del aceite antes de bodega a través de instrumentos y equipos rápidos: Clasificación inteligente.
Modera: Lola Pérez, UCO.
Participan:
- Carmelo Sánchez. Terranovus.
- Cecilia Riccioli. Perkin Elmer.

12:30-13:30
Mesa 8: Uso de nuevas tecnologías en la comunicacióny comercialización del aceite de oliva.
Modera: Juan Antonio Polo. COI
Participan:
- Adrián Castro. Aceites Renacer.
- Cruz Guijarro. Consultor.
- Juan Antonio Parrilla. Picualia.

13:30-14:30
Reflexión Final: La asombrosa reacción del consumidor en las campañas 23 y 24.
Modera: Juan Peñamil
Participan:
- Francisco de Mora. Coop.de Lucena.
- Soledad Serrano. QVExtra.
- Baldomero Hernández. Makro.
- José Mª Penco. AEMO.

FERIA DEL OLIVO DE MONTORO
PATRIMONIO COMUNAL OLIVARERO



EXPOSITORES DE INTERIOR

C1A	SALÓN DEL ACEITE
C1B	ASAJA
C1C	PUNTO DE INFORMACIÓN
C1D	SYNERGYA TECH
C1E	RIEGOS LA COLONIA
C1F	PRENSA
C1G	VALOVE
C1H	SALA DE REUNIONES
C1J	EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MONTORO
C2A	PLANTEA AGROEFICIENCIA
C2B	MENXIS
C2C	MACEFLOR
C3A	MERCACEI
C3B	BALAM Agriculture S.L.
C3C	GTS-HURAL
C3D	BANTRASUR
C4A	AUTOMATISMOS ITEA S.L.
C4B	JAR
C4C	JAR
C4D	DAYMSA
C5A	OMEGA PACK
C5B	BERLIN EXPORT
C6A	CALDERAS CABER S.L.
C6B	LEONARDITA DEL EBRO
C7A	OLMOS STERYFIL
C7B	IMS PESAJE S.L.
C7C	IMS PESAJE S.L.
C7D	TAMESUR S.A.
C8A	MANZANO FLOTTWEG
C8B	TODOLIVO S.L.
C8C	FOSS
C8D	FILTROS AOVIFIL
C9A	BIOSABOR NATURE
C9B	AUTELEC TECNOLOGÍA S.L.
C9C	GLIMAX & WEED-IT

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

EuroChem

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: OTI0I96RXF

multipress

"Si alguien quiere conocer hacia dónde va el olivar, tiene que venir a la Feria del Olivo de MonToro"

El Ayuntamiento se vuelca con la Feria para dar lo mejor a todos los participantes. Así lo asegura la alcaldesa de Montoro, Lola Amo Camino, cuando coment que "el Ayuntamiento de Montoro es el organizador de la feria, así que la implicación del Consistorio y el equipo de gobierno es total en esta cita. Hemos puesto todo nuestro trabajo y empeño en conseguir que los expositores y los visitantes de la feria encuentren utilidad en su participación en ella. Ese es el objetivo de esta XXII edición de la Feria del Olivo de Montoro: ofrecer una atención personalizada a los expositores y que el sector encuentre en la feria un reflejo de la revolución digital que vive el olivar".

Alcaldesa de Montoro, Lola Amo Camino. **/ag**

***P:* El esfuerzo económico ha sido notable del Ayuntamiento, pero ¿se ve también reflejado en el respaldo institucional a la muestra aceitera?**

R: No es solo una cuestión económica. El Ayuntamiento hace un esfuerzo económico notable para hacer la mejor feria, porque Montoro es el corazón del olivar en Andalucía. Nuestra feria siempre ha sido el lugar en el que los agricultores y transformadores del olivar han trabado sus relaciones personales y empresariales. A eso le sumanos nuestra clara vocación por ser una feria de vanguardia, que avanza tecnológicamente en paralelo a como lo hace el sector. Hemos sentido el apoyo oportuno de instituciones como la Universidad de Córdoba, Caja Rural Jaén, y la Junta de Andalucía a través de los Fondos FEADER de la Unión Europea, y evidentemente también la colaboración de AEMO, el Club Ilígora, el Consejo Oleícola Internacional y la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero.

Stand de la Denominación de Origen del aceite de Montoro Adamuz en una pasada edición de la Muestra. **/ag**

¿Cómo se están cerrando los ultimos datos de participacion en la Feria?

R. La feria está cerrándose justo ahora y, en un escenario de multitud de muestras en el sector, el número de empresas es cambiante en estos días. Pero sí es evidente que las empresas mantienen un fuerte vínculo con Montoro. Entre las que ya han confirmado su presencia están Balam Agriculture, Todolivo, Centrifugación Alemana, Tamesur, Calderería Manzano-Flottweg, Olmos-esteryfil, IMS Pesajes, CI, Agromillora, De Prado, NirOleo, Citoliva, Foss, Perkins Elmer, Behtool, Olimaker, GEA-Westfalia, Pieralisi, Sensorización, Renacer, Cruz Guijarro, Deoleo, Oleoestepa y QVExtra, entre otras.

Respecto a las ediciones anteriores a la pandemia, ¿qué novedades hay este año?

R. Gracias a la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero contamos con el espacio tradicional que adaptamos a las necesidades de los expositores. Habrá zonas interiores y exteriores, como en otras ediciones, y también contaremos con el Salón del Aceite de Oliva Virgen, donde los visitantes podrán catar los 100 mejores aceites de oliva virgen del mundo, que han sido elegidos recientemente en Evooleum. La principal novedad para los expositores será un servicio de atención continua que resuelva cualquier necesidad que tengan.

(Pasa a la pág siguiente)

¿Qué destacaría de esta edición de la Feria del Olivo 2024?

R. Más allá de lo que ya he explicado, la feria destaca también por sus jornadas técnicas. Si alguien quiere conocer hacia dónde va el olivar, tiene que venir a la Feria del Olivo de Montoro porque allí vamos a poder escuchar a los principales expertos sobre aplicaciones digitales que utilizan los agricultores en diversas fases del cultivo del olivar: poda, riego, manejo del suelo, fitosanitarios y abonado; o se expondrán las últimas investigaciones relacionadas con las plantaciones del futuro, y aquellas variedades que ofrecen una densidad óptima. También se abordarán cuestiones relacionadas con la transformación de la aceituna: la recepción, clasificación y procesado inteligentes y el uso de las nuevas tecnologías en la comunicación y comercialización del aceite de oliva. En una de las ponencias se hablará de los denominados "patios inteligentes", para la automatización y clasificación en la recepción de la aceituna; además, se presentarán sistemas de optimización de la extractabilidad y la calidad en el proceso de molturación, aplicaciones digitales para el olivar, herramientas, maquinarias. El futuro de la muestra lo irán marcando las necesidades del sector.

Detalle de la Segadora ante la torre parroquial de San Bartolomé - Folleto del Ayto. Montoro. Foto: J. Ortiz

El Aceite que hace Historia El Aceite Solidario

consíguelo en

Centro Paleomágina (Bedmar) o www.magnasur.com

Magna Sur
ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

HISPANIA NOSTRA
Patrimonio somos todos

PALEO ÁGINA
CENTRO DE INVESTIGACIONES PREHISTÓRICAS DE SIERRA MÁGINA

"El consumo interno de las familias ha sido fiel al aceite de oliva a pesar de los precios"

"Ahora mismo las expectivas para la próxima campaña son buenas, el árbol se ha recuperado bien con las lluvias caídas, aunque habrá que esperar a ver el cuajado y la lipogénesis".

Soledad Aranda, delegada territorial de la consejería de Agricultura en Jaén. /ag

La campaña aceitera 23/24 está prácticamente terminada y los datos se acercan mucho a los aforados el pasado octubre por la consejería de Agricultura. Los datos de producción de fruto en Jaén superan el 1.012.000 las toneladas de aceituna aforadas, aunque "la producción aceitera jienense ha sido de 205.333 t y no ha llegado a las 215.000 t aforadas, debido básicamente a que esta campaña hemos registrado el rendimiento más bajo de los últimos 39 años, pues no ha pasado del 17,8% frente al 21,3% que habíamos previsto en el aforo", señalaba la delegada territorial de Agricultura en Jaén, Soledad Aranda.

(Pasa a pag. siguiente)

Soledad Aranda, durante la entrevista con esta revista, en su despacho de la delegación de Agricultura de Jaén. /ag

(Viene de la pag. anterior))

Aranda confía en que de cara a la próxima campaña cambien la tendencia de producción del olivar jienense y andaluz aunque "llegaremos a final de campaña con un enlace de aceite corto y aunque el mercado está asumiendo una media de 80.000 t mensuales en lo que va de campaña, creo que no habrá problemas de abastecimiento".

Respecto a los precios con que el aceite se está comercializando en los últimos meses, la delegada de Agricultura reconoce que "hablar de precios en el sector del aceite es un tema complicado y hablar de precios es hablar de climatología", y algo de eso ha ocurrido ya en los últimos meses cuando después de las lluvias recibidas y los precios en origen han caído casi 2 euros el kilo del AOVE, de los 9 a los 7 €, aunque como han denunciado las organizaciones de consumidores la caída no se ha trasladado a los lineales de los supermercados.

Precios y consumo

"Sin lugar a dudas, la climatología es un aspecto clave en el mercado del aceite, pero lo que tenemos que intentar minimizar esos dientes de sierra y mirar a la próxima campaña y esperar a que haya una buena cosecha para que los precios sean capaces de mantenerse de modo que los la producción sea rentable para el agricultor", señala Aranda quien también reconocía que el ligero repunte del consumo del aceite de girasol registrado en los últimos meses aseguraba que "el consumo interno, especialmente el de las familias permanece fiel al aceite de oliva. No se ha resentido y eso es lo que tenemos que poner en valor, la fidelidad de las familias a nuestra grasa", comentaba.

Pese esa buena marcha del mercado, con la salida mensual de 80.000 t a nivel nacional, Soledad Aranda declaraba que "debemos trabajar mucho en la promoción, un aspecto fundamental. Además a esa fidelidad del consumo de las familias, tenemos que incidir en el canal horeca (restauración y hostelería) porque en ese canal sí que influyen mucho los precios que alcanza el aceite de oliva y en ese sector es fácil sustituir el aceite de oliva por otra grasa menos saludable".

Respecto a las expectativas que las lluvias acumuladas en la provincia de Jaén y Andalucía durante todo lo que va de año hidrológico han abierto en el olivar de cara a la próxima campaña, la delegada de Agricultura asegura que "ahora mismo las expectativas son buenas, el árbol se ha recuperado muy bien con el agua recibida, pero hay que esperar. Todavía es pronto para aventurar una previsión de producción, hay que esperar a ver lo que ocurre con el cuajado del fruto y después con la lipogénesis, procesos en los que son claves tanto la temperatura como el agua. No obstante tenemos que estar confiados en que la próxima campaña rompa la mala tendencia de los dos últimos años, porque las lluvias caídas, incluso de las de esta Semana Santa han venido muy bien".

(Pasa a pag. siguiente)

(Viene de la pag. anterior))

Plan Estratégico del Olivar

"Es fundamental no solo mirar el presente del olivar, sino también tener claro que el futuro de tierras como Andalucía y Jaén pasa por tener un sector oleícola fuerte, moderno y competitivo. Por eso se inicio en la Junta el trabajo para diseñar la que es la primera estrategia andaluza del olivar en el que se implican expertos de las universidades y del sector científico con el objetivo de sentar las bases de eses primer Plan Estratégico del Olivar de Andalucía.

El documento está prácticamente acabado y el principal objetivo es marcar las líneas de trabajo de la Junta para mejorar la competitividad del sector, promover el relevo generacional y la mayor profesionalización del sector.

¿Cómo considera que se ha cerrado la renovación de la nueva Política Agraria Común?

Creo que el diseño de la nueva PAC ha dejado a un lado el aspecto productivo y se ha centrado en aspectos como el de la agricultura verde, el pacto verde, pero el aspecto productivo se el fundamental. Los agricultores lo que realmente quieren de sus olivas. Entonces creo que desde un primer momento la nueva PAC ha fallado al no tener en cuenta esa gran diversidad productiva que existe en el sector olivarero".

Y en cuanto a la arquitectura verde –los ecorregímenes– con el nuevo modelo lo que se hace es el desacople de entre un 25/30 por ciento de lo que cobra el agricultor y establecer una serie de prácticas agroecológicas difícil de cumplir y respecto al tercer pilar de la PAC, el mercado, no se ha tocado.

¿Las protestas de los agricultores en este último año han servido para algo?

Desde la campaña 22 y 23 se vienen realizando cambios en la normativa de la nueva PAC y todavía seguimos cambiando normativa, lo que genera gran incertidumbre entre los agricultores y en la misma administración porque todas esas cuestiones no están claras. Andalucía fue la primera comunidad autónoma en establecer en 2022 su plan de flexibilidades, en 2023 probamos otro plan y ahora parece que esa normativa se va a modificar para que lo que eran medidas propuestas por las Comunidades Autónomas no sean excepcionales sino que sean estructurales.

Soledad Aranda, delegada territorial de la consejería de Agricultura en Jaén. /ag

Yo espero y deseo que la nueva PAC sea sensible con el campo, con esa diversidad produtiva que tenemos y que en sectores como el olivar, para el que preveíamos unas pérdidas de unos 60 millones de euros anuales en cada ejercicio del actual marco, ya podemos decir que, aunque no está terminado del todo el primer ejercicio, a 31 de diciembre de 2023, Jaén ha recibido 57 millones de € menos sobre la misma fecha de 2022, por lo que podemos decir que nuestra previsiones ya son una realidad.

¿Cómo se traduce el apoyo de la Consejería de Agricultura al aceite de oliva jinense?

El apoyo de la Junta al AOVE tiene un vehículo fundamental que son la denominaciones de origen y las indicaciones protegidas, que son en Jaén 4 tres DO –Cazorla, Segura y Mágina- y 1 IGP Aceite de Jaén. Desde 2019 a 2023 hemos aprobado más de 750.000 euros para los consejos reguladores, una parte para sufragar su funcionamiento y la mayor cantidad para la promoción de sus aceites.

También a nivel de promoción se ha atendido ese aspecto con la puesta en marcha de la marca de calidad agroalimentaria de Andalucía Gusto del Sur, a la que cada vez son más las empresas adheridas y es una marca avalada por Europa. Y finalmente, durante el año pasado hemos destinado una partida importante a la promoción del aceite en ferias como la Expoliva.

Agricultores durante las protestas contra la PAC el pasado mes de febrero

europa flexibiliza la PAC

El último pleno del Parlamento europeo aprueba una PAC más flexible y responde a uno de los motivos que originó las protestas de los agricultores

Publicado el proyecto de Real Decreto por el que se modifican determinadas normas de la llamada condicionalidad reforzada de la PAC. La flexibilización de los requisitos de la PAC fue una de las chispas que dieron comienzo a las movilizaciones al inicio de este 2024. La norma aprobada en el último pleno de legislatura del Parlamento de la UE antes de las próximas elecciones da cumplimiento a uno de los apartados más importantes del acuerdo firmado por UPA con el departamento que dirige Luis Planas sobre medidas de simplificación, reducción de la carga administrativa y flexibilización de los plazos en la normativa agrícola y ganadera.

El decreto se centra en modificar las llamadas Buenas Condiciones Agrarias y Medioambientales (BCAM) en la línea de lo reivindicado por el sector desde el inicio del proceso de las movilizaciones. Uno de los aspectos más importantes será la no obligación de dejar barbechos, uno de los aspectos más controvertidos de la reforma, pues obligaba a dejar un 4% de barbecho en tierras productivas, porcentaje que ahora no será obligatorio, lo que beneficiará especialmente a las zonas de regadío. El texto permitirá que las medidas se apliquen a la solicitud de la PAC que se está tramitando ahora y hasta el próximo 31 de mayo. Para UPA este es uno de los aspectos que motivó la firma del acuerdo con Agricultura: que las medidas fueran de aplicación en la solicitud de 2024. "Esperar más habría hecho imposible que los agricultores disfrutáramos de esta flexibilización en esta campaña", recuerdan.

¿Qué se flexibiliza en la PAC 2024?

El Parlamento europeo dio luz verde a una revisión parcial de la Política Agrícola Común (PAC) para reducir la carga administrativa y dar más flexibilidad a los agricultores. Aprobó la reforma del Reglamento sobre los planes estratégicos de la PAC y el Reglamento horizontal de la PAC con 425 votos a favor, 130 en contra y 33 abstenciones. El pleno respaldó el proyecto de ley con las modificaciones técnicas incorporadas por el Consejo, aprobado por la comisión de Agricultura del Parlamento el 15 de abril de 2024. Estos son los principales cambios:

BCAM 6: Se contempla que la práctica del abonado en verde es compatible con la Bcam 6. En relación con los barbechos, desaparece la anterior prohibición de realizar tratamientos agrícolas sobre estas tierras entre los meses de abril y junio.

BCAM 7: Rotación en tierras de cultivo, excepto en cultivos bajo agua. Los agricultores van a poder elegir aplicar en sus tierras de cultivo alguna de las dos siguientes prácticas para poder cumplir con esta BCAM: Rotación de cultivos tal y como está contemplada actualmente en el Plan Estratégico de la PAC consistente en dos obligaciones (rotación tras tres años y una diversificación anual de cultivos).

BCAM 8: Superficies y elementos no productivos. Se elimina la primera obligación de dedicar un porcentaje de la superficie de tierras de cultivo de la explotación a superficies/elementos no productivos.

Ecorrégimen de espacios de biodiversidad: Al suprimirse la primera obligación de la BCAM 8.1, el ecorrégimen de biodiversidad se cumplirá contando con la siguiente superficie: En tierras de cultivo, un 7% de la superficie de secano declarada bajo este ecorrégimen y un 4% de la superficie de regadío declarada bajo este ecorrégimen; en cultivos permanentes, un 4% de la superficie declarada bajo este ecorrégimen.

BCAM 5: Gestión de la labranza. Se añaden nuevas situaciones que quedan exceptuadas de la aplicación de esta BCAM. Quedan exentas del cumplimiento de la BCAM 5 las parcelas de superficie igual o inferior a una hectárea, así como las parcelas irregulares o alargadas cuya dimensión mínima en el sentido transversal a la pendiente sea inferior a 100 metros en cualquier punto de la parcela.

BCAM 7: Rotación en tierras de cultivo, excepto en cultivos bajo agua. El primer año a tener en cuenta para el cumplimiento de la rotación de cultivos en todas las parcelas de la explotación será 2023.

Adiós al expediente de los Paisajes del Olivar andaluz

La Comisión institucional decidió el pasado 29 de abril la retirada del expediente ante la Unesco por la oposición de miles de olivareros de Porcuna, Lopera y Arjona y la UPA apunta a "injerencias políticas".

Francisco Reyes, presidente de la Comisión y de Diputación de Jaén.

'Un día aciago". Así calificaba el responsable de UPA Andalucía la jornada del lunes 29 de abril cuando la Comisión institucional de los 'Paisajes del Olivar en Andalucía', aprobaba en Jaén retirar la candidatura a Patrimonio Mundial de la Unesco ante la oposición de miles de olivareros de la zona 14 que corresponde a la Campiña de Jaén, Porcuna, Lopera y Arjona, que han firmado contra esta declaración.

El presidente de la Diputación de Jaén, Paco Reyes, que ha presidió la nueva reunión de esta Comisión institucional, señalaba que "tras haber analizado los acontecimientos sucedidos desde la última vez que nos reunimos hace ahora dos semanas, hemos decidido ante la actitud y el pronunciamiento de agricultores, de cooperativas, y de alguna organización agraria, retirar el expediente de Paisajes del Olivar".

Desde UPA Andalucía, su secretario regional, Cristóbal Cano, afirmaba que "hoy es un día aciago para el olivar en Andalucía porque desinformaciones, bulos y fake news han generado una bola que ha hecho imposible que la candidatura de los Paisajes del Olivar como Patrimonio de la Humanidad siga adelante. Con el tiempo se verá el error histórico de una decisión que no compartimos, de una oportunidad que desechamos y que otros territorios con mayor altura de miras sí aprovecharán sin ninguna duda. Y llegado ese momento, quienes hoy se sienten satisfechos con esta decisión, echarán la vista atrás y seguramente se lamentarán de la ocasión perdida, otra más de muchas. Pero ya será tarde".

Oposición

En su intervención, Francisco Reyes señaló que en una de las 14 zonas que forman el expediente, concretamente en el componente 14 Campiñas de Jaén, "un grupo importante de agricultores y cooperativas de los municipios afectados se han manifestado en contra, y este expediente no se puede hacer contra la voluntad de los agricultores y de las agricultoras. Por eso, después de comentar el asunto y dar toda la información, la Comisión ha decidido a propuesta de este presidente retirar el expediente, lo que le comunicaremos tanto a la Junta de Andalucía como al Gobierno de España para que lo traslade a la Unesco", recordando que los Paisajes del Olivar era la candidatura que España llevaba a la Asamblea de la Unesco que se celebrará en el verano de 2025.

Por último, Reyes, que ha lamentado "el trabajo y esfuerzo realizado durante mucho tiempo por quienes componen esta comisión", ha reiterado que "esta candidatura la pusimos en marcha convencidos de que era una buena iniciativa, pero si los agricultores no quieren, el expediente no va a continuar".

Una de las reuniones de la Comisión Institucional del expediente en Jaén.

El expediente de la candidatura de los 'Paisajes del Olivar en Andalucía. Historia milenaria de un mar de olivos' a Patrimonio Mundial se remitió el pasado mes de enero a la UNESCO tras ser aprobado por unanimidad por la Comisión Institucional, despues de diez años de trabajo de dicha comisión que impulsó la Diptuación de Jaén.

Aceites de Jaén y Córdoba copan los premios de la Expoliva Award a la Calidad

Los consejeros de Salud, Catalina García, y de Industria, Jorge Paradela, han participado en la entrega los galardones, organizados por la Fundación del Olivar en el Museo Terraoleum.

Foto de familia de todos los galardonados con la autoridades que asistieron a la entrega de los Premios Expoliva Award a la Caliad 2024. /ag

La consejera de Salud y Consumo de la Junta de Andalucía, Catalina García, ha participado este miércoles junto al consejero de Industria, Energía y Minas, Jorge Paradela, en la entrega de los 'International Expoliva Awards', que se han celebrado en la sede de la Fundación del Olivar, sito en el municipio jiennense de Mengíbar. El acto, en el que se han entregado los galardones a los 20 AOVE ganadores, así como una mención honorífica a otros 16 del total de 137 presentados al concurso, ha contado con la presencia, además, de la presidenta ejecutiva de la Fundación del Olivar y delegada territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta en Jaén, Soledad Aranda; el delegado del Gobierno de la Junta de Andalucía en Jaén, Jesús Estrella; el rector de la Universidad de Jaén, Nicolás Ruiz; el alcalde de Mengíbar, Juan Bravo; el alcalde de Jaén, José Agustín González; delegados territoriales; José Antonio Toni Segarra, publicista y nuevo embajador de la Fundación del Olivar, y Antonia Capriotti, representante Premios AOVE Sol d'Oro de Verona, entre otras autoridades.

Catalina García, que ha destacado el "prestigio" internacional de estos galardones, los más antiguos del sector, avalado por un jurado de expertos en valoración sensorial de los centros de investigación del aceite más importantes de España, Italia y Portugal, y por su "exigencia y rigurosidad, porque cada paso se da bajo la supervisión de un notario", ha asegurado que "la promoción y proyección internacional de nuestros aceites contribuirá sin duda al despegue económico de nuestra tierra, que debe estar vinculado a nuestro aceite y a sus propiedades nutritivas y saludables". García recordó que el olivar es el principal cultivo de Andalucía, con 1,6 millones de hectáreas y que la comunidad concentra el 60% de toda la superficie de España y el 15% a nivel mundial. De hecho, la producción de aceite de Andalucía supone una media del 80% de la nación, 50% de media de la Unión Europea y un tercio de la producción mundial. Además, la economía y el empleo de más de 300 pueblos andaluces están ligados directamente a la producción del aceite de oliva, del que depende un tejido agroindustrial de más de 1.700 empresas, que este año ha producido 54.443 toneladas de aceite, lo que supone una subida de 19,4% con respecto a enero de 2023.

Premiados con acento de Jaén y Córdoba

En esta edición, de las más de 137 muestras de todo el mundo presentadas, han sido caldos de Jaén y Córdoba los que han copado el podio, Aceites de Jaén con premio han

(Pasa a pag. siguiente)

Entre los premiados, el aceite Magnasur, de Bedmar. /ag

(viene de la pag anterior)

sido en la categoría 'Mayor producción. Sistema de producción convencional o integrada', Premio Ligeros: Picualia de Bailén; en la categoría 'Mayor producción. Sistemas de producción ecológica', Premio Medios: Oro Bailén Bio de Villanueva de la Reina; en la categoría 'Producción Limitada. Sistemas de producción convencional o integrada', Premio Ligeros: Magnasur de Bedmar; en 'Producción Singular', Premio Medios: Phenomenal de la capital; en la categoría 'Gran Picual' el premio es para Picualia de Bailén; en 'Mejor Depósito. Sistemas de producción convencional e integrada', el premio es para Oro Bailén Picual de Villanueva de la Reina. Para los aceites de Córdoba fueron otros 5 de los galardones entegados: los de Monteoliva de Cabra, y Parqueoliva, Almaoliva y Rincon Subbetica (2) de Carcabuey.

Aceite y Salud

La titular de Salud y Consumo abundó durante su intervención especialmente en las propiedades saludables del consumo de AOVE, avaladas por estudios científicos como el de la Universidad de Harvard; el Estudio Predimed, de la Universidad de Jaén; el de los investigadores del Instituto Maimónides de Investigación Biomédica de Córdoba (Imibic), con el Hospital Universitario Reina Sofia y la Universidad de Córdoba; o la investigación del doctor Juan Francisco Alcalá, recientemente premiada por el Consejo Andaluz de Colegios de Médicos, entre otros.

En este sentido, ha subrayado que "está demostrado que el aceite de oliva virgen extra se encuentra entre las grasas saludables que debemos consumir a diario", en tanto que el contenido en ácidos grasos monoinsaturados (ácido oleico) le confiere al aceite de oliva virgen extra características cardioprotectoras, que contribuyen a reducir el colesterol LDL y ayuda a aumentar el colesterol saludable, el HDL.

Asimismo, ha incidido, "nuestro aceite también contiene ácidos grasos poliinsaturados omega3 y omega6, recomendados por los nutricionistas por sus propiedades antiinflamatorias que, unidas a las vitaminas que nos aportan, son potentes antioxidantes naturales". Estas propiedades otorgan al AOVE un efecto preventivo del envejecimiento celular retrasando el daño neuronal en enfermedades neurodegenerativas como el alzhéimer o la demencia senil.

Colaboración

Finalmente, Catalina García ha defendido la importancia de la "colaboración entre instituciones" para defender el olivar y promocionar la calidad del aceite, como está haciendo la Fundación para la Promoción y el Desarrollo del Olivar del Aceite de Oliva potenciando las tres áreas que posicionan a la industria olivarera como un actor clave en el mercado global: la ambiental (el olivar es el mayor sumidero de CO2 de España), la social (base de la Dieta Mediterránea, economía circular, consumo de cercanía y aprovechamiento de residuos) y la ecológica.

También el Consejo de Gobierno ha dado luz verde este mes a la activación de un paquete de medidas para el impulso de la agricultura, ganadería y pesca consensuado con las organizaciones agrarias, dotado con 500 millones de euros, y la Consejería de Agricultura está ultimando la I Estrategia Andaluza para el Sector del Olivar.

El alcalde de Jaén y el consejero de Industria entregaron algunos de los premios. /ag

Primer Premio en Frutados Verdes Ligeros de Producción Limitada

Expoliva Awards 2024

Mención especial en el Concurso

Sol D'Oro 2024

de Verona (Italia)

¡¡ Enhorabuena a los olivareros de la SCA Bedmarense !!

https://magnasur.com

facebook.com/magnasur.aove

@magnasurAOVE

instagram.com/magnasuraove

YO POR EL AGUA

ACTÚO

Muchos pequeños gestos suponen un gran ahorro.
Y tú, ¿qué vas a hacer por el agua?

Junta de Andalucía