

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*23 de noviembre de 2021*



## HOY ES NOTICIA:

El Senado aprueba la ley de la cadena alimentaria

Nueva edición de jornada de puertas abiertas "Fiesta de los aceites" del Centro de Interpretación "Olivar y Aceite"

El diferencial del virgen extra frente al lampante en origen alcanza los 0,70 céntimos por kilo

Llegar a los más jóvenes: el gran reto del aceite de oliva

La OMC dictamina que los aranceles de EEUU a las aceitunas negras españolas son "inconsistentes"

Los Aceites de Oliva de España los mejores embajadores de nuestra gastronomía en Estados Unidos

FINANCIACIÓN  
**SER LOS PRIMEROS  
EN APOYARTE**

Con soluciones de financiación para impulsar tu explotación



NRI: 3887-2021/09681



Facebook.com/infaoliva



@Infaoliva



953.24.40.91  
607.012.752



infaoliva@infaoliva.com

## El Senado aprueba la ley de la cadena alimentaria

El pleno del Senado ha dado luz verde al proyecto de ley de la cadena alimentaria, que prohíbe la venta a pérdidas, y ha introducido varios cambios antes de devolver el texto al Congreso para su aprobación definitiva.

En total se habían presentado 210 enmiendas en la Cámara alta y, de las votadas en el pleno por separado, sólo dos han sido aceptadas: una del Grupo Popular, que recoge las condiciones de los pactos entre proveedores y compradores sobre actividades promocionales, y de otra de Compromís sobre el plazo de seis meses para la entrada en vigor de determinadas obligaciones de las cooperativas y otras asociaciones.

En la Comisión de Agricultura, Pesca y Alimentación, los grupos habían incorporado en el informe de la ponencia otras enmiendas, muchas de ellas destinadas a mejorar aspectos técnicos del texto, que finalmente han sido aprobadas en bloque en el pleno por 125 síes, 18 noes y 13 abstenciones.

Los senadores han dado su visto bueno al resto del proyecto de ley por 120 votos a favor, 19 en contra y 117 abstenciones.

Fuente: [Olimerca](#).

## Nueva edición de jornada de puertas abiertas “Fiesta de los aceites” del Centro de Interpretación “Olivar y Aceite”

Iniciativa en la que colaboran 17 socios y que cuenta con el respaldo de Diputación, Peralisi y la Interprofesional del Aceite.

Habitualmente el Centro de Interpretación suele celebrar una Jornada de Puertas Abiertas para festejar los AOVES de nueva cosecha, iniciativa que tiene una gran aceptación entre la población, tanto local como visitante, pero que desde que la pandemia apareció en nuestras vidas, la entidad no había podido impulsar, y ahora que parece que los contagios nos dan un respiro, desde “Olivar y Aceite” se apuesta por llevarla a cabo.



Una apuesta sectorial por la calidad  
DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO



Así, como ha explicado el presidente de la entidad, Javier Gámez, el próximo 5 de diciembre, coincidiendo con el puente de la Constitución/Inmaculada—fechas en las que se espera un incremento de visitantes en la ciudad patrimonial—las instalaciones del Centro de Interpretación acogerán una nueva Jornada de Puertas Abiertas, actividad que se desarrollará de 10:00 a 14:00 horas y desde las 17:00 a las 19:30 horas, ha aclarado Gámez.

Actividad en la que se pretende poner en valor el trabajo de todo el año de los productores, que están al pie del cañón a diario en el campo, cuidando y mimando sus olivares, recogiendo la aceituna para después elaborar algunos de los mejores aceites del mundo.

Iniciativa que no se podría llevar a cabo sin el apoyo de nuestros socios, que trabajan codo con codo, para contribuir a la promoción y difusión de la cultura del aceite y del olivar. En concreto, ha continuado el presidente de Olivar y Aceite, en esta edición de la *Fiesta de los Aceites de Nueva Cosecha* participarán 17 socios, entre los que se encuentran: O.LIVE, Yo verde, Cooperativa de La Carrera, Dolorcitas, Uno, Finca Las Manillas, Aceitex, Pagos de Toral, Aove Leyenda, OleoRincón, Tierras de Canena, Cortijo La Torre, Oleícola Jaén, Gloríe y Puerta de las Villas. Además de otros dos expositores que no son aceiteros como son: Notaliv—productos de cosmética elaborados con aceite de oliva virgen—y Salinas Don Diego.

La tarde también estará amenizada a cargo del guitarrista ubetense Julio Romero, para poner en valor el arte flamenco de nuestra tierra.

Asimismo, Gámez no ha querido dejar pasar la oportunidad de agradecer el apoyo recibido por parte de la Diputación Provincial de Jaén, nuestro principal patrocinador Perialisi y la Interprofesional del Aceite de Oliva.

### **CARTEL ANUNCIADOR**

El Centro de Interpretación colabora con otras empresas que apuestan por la promoción del sector, aunque no sean socias de “Olivar y Aceite”, ha explicado el presidente de la entidad. Así en esta ocasión hemos contado con la colaboración de Yellow Love Agencia que ha diseñado el cartel de la Jornada de Puertas Abiertas, que ha sido explicado por Conxy Jiménez. La copa de cata representa el Centro de Interpretación, en la que hay una puerta, que hace alusión a la Jornada de Puertas Abiertas, a la que se dirigen los miembros de una familia, y de la cabeza de todos ellos, hay una copa



de cata de las que salen ramas de olivo, en referencia a todas aquellas personas que llevan el aceite de oliva virgen extra tanto en la cabeza como en el corazón.

Jiménez, para finalizar su intervención, animó a la ciudadanía a pasar por el Centro de Interpretación y conocerlo y en especial durante la celebración de la Jornada de Puertas Abiertas para disfrutar de los aceites de nueva campaña.

Pueden obtener más información acerca de las actividades que impulsa el Centro de Interpretación “Olivar y Aceite” al teléfono 953.75.58.89—de martes a domingos por la mañana de 10:00 a 14:00 horas y los viernes y sábados, también, en horario de tarde de 17:00 a 19:30 horas—. Asimismo pueden obtener más información en la web [www.centroolivaryaceite.com](http://www.centroolivaryaceite.com) o en el propio centro ubicado en Corredera de San Fernando, número 32, donde nuestros técnicos le atenderán muy gustosamente.

Fuente: [Centro de Interpretación “Olivar y Aceite”](#)

## El diferencial del virgen extra frente al lampante en origen alcanza los 0,70 céntimos por kilo

Con la nueva campaña con un ojo puesto en el olivo para ver el estado de maduración de la aceituna y otro en el cielo por ver si llueve o no, los precios se mantienen firmes en origen en las últimas semanas pero gracias sobre todo a las cotizaciones de los vírgenes extra. Una de las críticas que los productores siempre han repetido en las últimas campañas es que el diferencial de precios entre los virgen extra estándar y los lampantes en origen era tan exiguo que no incentivaba a muchos productos a adelantar la recogida ni a intensificar la separación de vuelo y suelo que debería ser ya una práctica obligatoria.

Sin embargo, en las últimas semanas se ha venido observando en los precios marcados en el PoolRed de Jaén como el diferencial de precios entre categorías ha cogido soporte. A mediados de Noviembre, esta diferencia entre los aceites de oliva virgen extra y los lampante era de 0,69 céntimos de euro, cuando en otras campañas apenas llegaba a los 0,30/0,35 céntimos de euro. Mientras el diferencial de los virgen extra con los virgen se situaba en los 0,44 céntimos de euro. Gracias a la fortaleza mostrada por los virgen extra en su cotización, en el entorno de los 3,25 euros, la categoría de los aceites de oliva ha logrado mantenerse en las últimas semanas por encima de los 3,10 euros.

**Somos conscientes del valor de las materias primas  
Aprovechando al máximo los recursos, sin desperdiciar recursos.**





Sin embargo, los productos de muchas comarcas de olivar tradicional españolas siguen sin conocer cuando se acerca el mes de diciembre el precio al que van a poder cobrar sus aceitunas. En muchas cooperativas incluso está previsto comenzar la recolección sin un precio definido mientras que en muchos puestos los precios ofertados al inicio de noviembre han tirado para atrás a muchos productores, con precios en el entorno de los 0,40 céntimos/kilo ya con IVA. Muy poco por encima de los ofrecidos a inicios de la pasada campaña cuando en la actual el precio del aceite en origen está casi un euro más caro que entonces.

Habrà que esperar las primeras semanas de Diciembre para vislumbrar si los aforos iniciales de campaña se van cumpliendo y toda la cadena de valor del producto –desde producción y cooperativas hasta almazaras industriales, grandes envasadoras y distribución– mueva ficha. Para ver no solo la cantidad de producto que va entrando en las bodegas sino también la calidad diferenciada de los aceites por distintas categorías.

La subida de los precios agroalimentarios que ya se está notando en los lineales de súper e híper en productos básicos de consumo es un elemento más a tener en cuenta en el puzzle de los precios del aceite de oliva, tanto a nivel del mercado interior como de exportación.

Fuente: [Revista Almaceite](#).

## Llegar a los más jóvenes: el gran reto del aceite de oliva

Después de dos años sin poder llevarse a cabo debido a las restricciones impuestas por la pandemia, el 8 y 9 de marzo de 2022 volverá a celebrarse la World Olive Oil Exhibition, la mayor feria monográfica del mundo dedicada al aceite de oliva. Como pistoletazo de salida, hace unos días tuvo lugar la mesa de debate que reunió a expertos oleícolas bajo el lema “Análisis de atributos del producto y perfil del consumidor de aceites de oliva”. Convocados por Juan Villar, consultor estratégico y asesor de la WOOE se dieron cita siete expertos del sector oleícola, además de Juan Peñamil, CEO del grupo Mercacei y moderador del acto, Otilia Romero de Condés y José Luis Murcia, CEO y director ejecutivo de la WOOE, respectivamente.

A la hora de analizar qué atributos desencadenan la compra del aceite de oliva, Juan Vilar puso sobre la mesa el hecho de que *“a nivel mundial hay 198 países consumidores y 66 productores por lo que el perfil de cada uno de ellos es diferente: los que provienen de países estrictamente consumidores son clientes más exigentes porque tienen que hacer un esfuerzo para conseguir el aceite, cosa que no tenemos que hacer los que vivimos en un país productor.”* En este sentido, Ricardo Alcón, Client Development Manager de Nielsen IQ España señaló que en *“España el nivel de penetración del aceite de oliva es muy alto respecto al aceite*



proveniente de otras semillas, pero esto hace que el aceite de oliva conviva en los hogares con otro tipo de aceites. Entender esa convivencia, es clave para determinar qué es lo que hace a un consumidor decantarse por el aceite de oliva”.

Juan Graña, CEO de Neurological Science and Marketing también vio importante señalar que en España “el aceite de oliva es algo prioritario porque pertenece a nuestra cultura, en otros países es necesario construir argumentos para provocar esa venta y es la parte sensorial la que fideliza al consumidor”. “Efectivamente la experiencia de compra es fundamental. En el punto de venta hay que ofrecer diseño, imagen, cocina de calidad, salud, etc... todo eso es lo que va a construir la decisión emocional que haga que el cliente se decante en su compra por el aceite de oliva. Por supuesto también hay una decisión racional que viene marcada por el uso culinario, la fidelidad de marca, el precio... pero donde hay que trabajar más es en el plano emocional”, comenta Juan Carlos Marín, responsable de mercados de alimentación de Alcampo.

Para Luis del Real, ex director de Análisis de Mercados y Comportamiento del Consumidor de Lactalis, son muy diferentes las decisiones de compra dependiendo de la procedencia del consumidor “los países de la cuenca mediterránea donde se consume el 80% del aceite de oliva del mundo, es el uso del producto el principal atributo lo que determina la compra. Si nos vamos al resto de Europa y Norteamérica, los estudios nos dicen que cada vez más, la sostenibilidad determina ese proceso de compra y para el resto del mundo el aceite de oliva es un producto muy accesorio, lo ven más como un delicatessen o un producto para regalar, por lo que no es su uso lo que determina la compra”. Siguiendo esta línea, Antonio Guerreiro, International Sales Manager de IFFCO asegura que en el marco internacional “tres son los factores capaces de abrir nuevos mercados: la salud, el hecho de que se trate de una grasa saludable, que sea la protagonista de la dieta mediterránea; la parte emocional que viene marcada por la aspiración, por la utilización de un producto premium y el precio”.

## Sector de la restauración: clave a la hora de introducir el aceite de oliva en los más jóvenes

El hecho de que los jóvenes y hasta personas menores de 49 años no consuman aceite de oliva en igual medida que generaciones anteriores fue otro de los puntos a debatir en la mesa. Sebastián Moreno, socio fundador de La Casa del Aceite y Pópulo opina que “falta información para llegar al cliente más joven. Hay muchos blogueros que hablan sobre lo saludable que es el aceite de oliva y ahí es donde tenemos que estar para llegar al público más joven, pero nos falta información, tecnología, manejo de las redes sociales...” En este sentido, Soledad Román, Gerente del centro de Interpretación Olivar y Aceite de Úbeda apunta: “independientemente que los jóvenes comen más fuera de casa, no nos estamos enfocando en sus canales (youtube, instatgram, twitch)”. “Tenemos que ayudar que esas generaciones prueben, experimenten más con el aceite de oliva”, señala Ricardo Alcón. “Los jóvenes no rechazan el aceite de oliva, se trata de un

The banner is divided into four sections:

- ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA**: Con acreditación ENAC y reconocimiento del COI. Image of olive oil being poured.
- ANÁLISIS DE ACEITUNA**: Único laboratorio con acreditación ENAC para la técnica NIR. Image of olives.
- ANÁLISIS AGRONÓMICOS**: Suelos: Caracterización y fertilidad. Hojas: Diagnóstico nutricional. Aguas: Aptitud para el riego. Image of an olive grove.
- OLIVARUM** logo and **LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO**. Includes logos for ENAC, EMC, and COI. Text: Laboratorio reconocido por el Consejo Oleoalimentario (COO) para el análisis físico-químico de aceites de oliva y aceites de grupo (Tipo AOC) (para período vigente).



tema de hábitos: comen más fuera y quizá habría que hacer hincapié en que lo usen cuando cocinan porque sí que lo usan en frío, como condimento” comentó Luis del Real.

Todos los ponentes señalaron el hecho de que el sector de la restauración es clave a la hora de introducir el aceite de oliva, sobre todo en el consumidor más joven, ya que es él el que come más fuera de casa. “El gran reto es ir a ese sector y hacerle entender que el aceite de oliva es un valor añadido. Al margen de la parte funcional, hay que buscar otros valores para conseguir la emoción”, comenta Juan Graña. “Efectivamente al arraigo de los menores de 49 años al campo, a la cultura del aceite, a las tradiciones, es menor por lo que hay que crear esa historia. Trabajar en el etiquetado, en la manera de exponer en los lineales, mucho más segmentado como hacen en el sector del vino, sería muy efectivo”, señaló Juan Carlos Marín.

Para finalizar Antonio Guerreiro señaló que “son los nuevos consumidores y mercados, los que no saben qué es el AOVE, ni han visto nunca un olivo, nuestro objetivo. Son como bebés que absorben todo”. A lo que Sebastián Moreno añadió: “Hay que trabajar en la educación, igual que en Jaén enseñamos a los niños cómo se produce el aceite, tendríamos que acercarnos a territorios más alejados. Y, aunque efectivamente el canal Horeca ha cambiado mucho y ya hay restaurantes muy sensibles con el aceite de oliva, todavía hay una gran cantidad que, a pesar de ser de alto nivel, utilizan, por precio, un aceite de oliva básico, lo cual deja mucho que desear”.

## WOOE

La World Olive Oil Exhibition es el encuentro internacional de referencia para productores y compradores del sector olivarero celebrado en España. La novena edición tendrá lugar los próximos 8 y 9 de marzo de 2022 en el pabellón 2 del recinto ferial de IFEMA MADRID. El evento está coorganizado por POMONA KEEPERS e IFEMA MADRID.

### Más información:

María Orriols

[morriols@oliveoil exhibition.com](mailto:morriols@oliveoil exhibition.com)

Tlf: 608 720 486

Fuente: [WOOE](#)



# La OMC dictamina que los aranceles de EEUU a las aceitunas negras españolas son "inconsistentes"

La Organización Mundial del Comercio (OMC) ha hecho público el informe definitivo del Panel constituido por la demanda de la Comisión Europea -promovida por el Gobierno de España- contra las medidas de defensa comercial aplicadas en EEUU a las aceitunas negras españolas. Dicho informe dictamina "inconsistencias" en esta materia y, por tanto, insta a eliminar la imposición de gravámenes contra la aceituna negra española como medidas antidumping y anti-subsunción.

Desde la Comisión Europea, el vicepresidente ejecutivo y comisario de Comercio, Valdis Dombrovskis, ha subrayado que "la OMC ha confirmado nuestras alegaciones de que los derechos antisubsunciones no están justificados y vulneran las normas de este organismo. Esperamos que EEUU adopte las medidas adecuadas para aplicar el dictamen, de modo que puedan reanudarse en condiciones normales las exportaciones de aceitunas negras de España a ese país".

Para la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, esta decisión "es una excelente noticia ya que siempre hemos defendido que las medidas anti-subsunción a la aceituna negra española están totalmente injustificadas y así lo ha ratificado la propia OMC".

Además, Maroto ha señalado que es "un gran paso para llegar a una solución definitiva con el Gobierno estadounidense para que elimine estas medidas que tanto daño están haciendo a la exportación de aceituna negra española. Vamos a seguir trabajando con la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa (Asemesa) y el resto de asociaciones para defender los intereses de los productores españoles de aceituna y vamos a utilizar todos los medios a nuestro alcance para poner fin a estos aranceles".

Por su parte, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha considerado "muy positivo" este dictamen para el sector de la aceituna negra española, además de "muy buena noticia" para el conjunto del sector agroalimentario" y espera que las exportaciones recuperen el nivel previo a la imposición de los gravámenes.

Planas ha expresado su confianza en que el país norteamericano -que se ha caracterizado por la vuelta al comercio basado en reglas y al multilateralismo-, adopte las medidas necesarias para cumplir con las recomendaciones del panel.





Además, ha puesto el acento en que es especialmente relevante que el informe haya determinado que las ayudas de la Política Agraria Común (PAC) no deben cuestionarse, por estar desvinculadas a la producción.

El informe concluye que las medidas de EEUU son inconsistentes con las normas de la OMC y, por lo tanto, recomienda que se pongan en conformidad con las obligaciones de este país bajo el acuerdo GATT 1994 y los acuerdos antidumping y de subvenciones y medidas compensatorias del organismo internacional.

Este dictamen respalda los argumentos de la UE que interpuso ante el Grupo Especial de la OMC, a lo que habría que añadir que el procedimiento ha sido también cuestionado por el propio Tribunal de Comercio Internacional de EEUU ante la demanda que presentaron los exportadores españoles ante este organismo.

### **Máxima presión diplomática**

A su vez, el secretario general de Asemesa, Antonio de Mora, ha resaltado que “se trata de una gran noticia, ya que el informe de la OMC concluye que las medidas de EEUU son inconsistentes con sus normas e insta a la Administración norteamericana a eliminarlos para adecuarse a su normativa”.

“Este dictamen se suma, además, a las victorias judiciales conseguidas con anterioridad por nuestra asociación en el Tribunal de Comercio Internacional de EEUU, que le ha dado la razón a Asemesa en dos ocasiones –una en enero de 2020 y otra en junio de este mismo año- en la batalla legal que iniciamos los exportadores españoles contra los aranceles a la aceituna negra”, ha añadido De Mora.

A su juicio, ahora “es el momento de acelerar las gestiones diplomáticas y políticas para poner fin a esta pesadilla arancelaria que tanto daño está causando a las exportaciones españolas”. Por ello, la asociación ha instado a la Comisión y al Gobierno de España “a ejercer la máxima presión diplomática para que esta victoria se plasme en unos resultados prácticos que no pueden ser otros que la eliminación inmediata de los aranceles”.

Fuente: [Mercacei](#).



LABORATORIO  
**unaproliva**

LABORATORIOS UNAPROLIVA SOCIEDAD ANONIMA  
NIF/CIF A-23319619  
Domicilio: Pol.Ind.Los Olivares C/Mancha Real Parc 38 23009 JAEN  
Telefono 953 240 530 Movil 601 430 255  
Correo Electronico: Lab@laboratoriounaproliva.com  
www.laboratoriounaproliva.com

Especializados  
en el análisis  
físico químico y  
organoléptico  
del Aceite de  
Oliva

NUESTRO COMPROMISO  
EFICACIA Y RAPIDEZ

# Los Aceites de Oliva de España los mejores embajadores de nuestra gastronomía en Estados Unidos

Worlds of Flavor International Conference & Festival, el principal escaparate profesional volcado en las cocinas del mundo en Estados Unidos recupera la normalidad este año. Ciudades de las Américas: paisajes de sabor. Intervención y renovación culinaria de Estados Unidos y Canadá a América Latina. Esta es la iniciativa que el Culinary Institute of América presenta este año en una edición que vuelve a ser presencial tras la del pasado año celebrada online por las limitaciones impuestas por la pandemia.

Lo que no ha cambiado es la enorme expectación entre los profesionales de la restauración y la alimentación de ese país reunidos durante tres días en Napa Valley, ávidos por conocer las últimas tendencias mundiales en gastronomía y como adaptarlas a los gustos de los norteamericanos. Tampoco podía faltar la cocina española que está logrando una importante penetración en los gustos de los consumidores. Y con ella, los Aceites de Oliva de España. El programa mostró un continente igualmente rico en comidas autóctonas y extranjeras, y las ciudades de la América como focos culinarios vibrantes, llenos de restaurantes grandes y pequeños, instituciones venerables y pop-ups, mercados y puestos de comida callejera. La medianoche en ese continente puede significar comer un taco en una calle aún bulliciosa de la Ciudad de México o de Los Ángeles; encontrar un restaurante en Chicago, una cantina en Santiago de Chile o un carrito de comida en Panamá; o degustar el menú nocturno de un restaurante con estrella Michelin en São Paulo o Nueva York.

Todos estos platos podrían estar cocinados con Aceites de Oliva de España, esa versatilidad en la cocina y maridaje natural con cualquier producto, fue unos de los mensajes que transmitió el chef afincado en Texas, Daniel Olivella y la chef norteamericana.

Aisha Ibrahim en el seminario que Aceites de Oliva de España ofreció, titulado “Inspiración culinaria de España en América, con una saludable dosis de aceite de oliva”. En el encuentro también participó Cathy Nash Holley, editora de la revista Flavor & The Menu. Los chefs destacaron también la pujanza de la cocina española en Estados Unidos, impulsada, en buena medida por la búsqueda de pautas alimentarias cada vez más saludables. Ahí, la dieta mediterránea se muestra imbatible. Asimismo, destacaron que los norteamericanos también aprecian un recetario que cuida el producto y es, sobre todo, muy variado.

En ese sentido, Olivella hizo hincapié en que los aceites de oliva se adaptan a la perfección a cualquier técnica de cocina, lo que explica su omnipresencia en todos los platos, desde las tapas a los postres.

Daniel Olivella y Aisha Ibrahim han ido más allá y prepararon varias recetas que pudieron seguir los participantes. Platos que pudieron probar los profesionales que acudieron al Festival Internacional Worlds of Flavor. Igualmente, pudieron degustar una selección de nuestros aceites de oliva virgen extra.

Fuente: [Oleorevista](#).

