



Fiesta del
aceite temprano
en Baeza

aceite: del año récord a menos de media cosecha

Jaén: Tabla salarial de
los jornales de la aceituna
para la campaña 14/15

España producirá 784.00 toneladas, casi un millón
menos que el pasado año; Andalucía 643.000, -56%,
y Jaén, que sufre la mayor caída, 270.000, -64%

*Los primeros financiando
tus operaciones agrarias*



**CAJA RURAL
JAÉN**

www.ruralvia.com

Más de 150 oficinas a su servicio

tema del mes

5/30

Aceite: una Campaña a la baja



Récord de exportaciones de aceite, 1.110.000 Tm, pero menos precio

balance/2013-2014

18/22

Una campaña repleta de récords



A final de septiembre cerraba una campaña, la 13/14 que será

recordada por las cifras históricas arrojadas tanto en producción como en ventas. Las existencias en almazaras apenas llegaban a 300.000 Tm.

4 Mercado del aceite de oliva. Precios del MFAO.

22 Tabla salarial de los jornales de la aceituna para esta campaña en la provincia de Jaén.

25 Éxito de la primera fiesta del aceite temprano en Baeza (Jaén).

26/27 A falta de cinco meses, la Expoliva 2015 tiene el 90% de su espacio vendido.



Fruit Attraction 37

Andalucía, presente en la muestra hortofrutícola



Amplia presencia del sector de las frutas y hortalizas de Andalucía en la muestra de Madrid, donde la comunidad se reivindicó como primera productora y exportadora de todo el país. El sector hortofrutícola andaluz facturó el pasado 2013 casi 2.000 millones de euros.

ANUARIO

PROVINCIA DE JAÉN 2015 MULTIPRESS

5

agrandanda

agrandanda@multipressjaen.es. **DIRECTOR:** Antonio Martínez. **EDITA:** MULTIPRESS, SL. Joaquín Nogueras, 3 bajo. 23007-Jaén. **PUBLICIDAD:** Tlf. 953 295 067. **REDACCION JAEN:** Carmen Martín, Edu Cruz, Ana B Sola. Tlf. 953 295 067 Fax: 953 226 373. e-mail: **CORRESPONSAL ALMERIA:** Eunete Serrano. Tlf. 635 715 752 e-mail: **FOTOGRAFÍAS:** Manuel Miró, Multipress, Enrique y Agencias. **ASESOR EDITORIAL:** Enrique Antón. **MAQUETACION y DISEÑO:** GM&P. **Depósito Legal:** J/631/04. **TIRADA:** 8.000 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.noticiasdjaen.es

**LA BOLSA
DEL ACEITE**

**MF**
AO

**MFAO, Sociedad Rectora
del Mercado de Futuros
del Aceite de Oliva, S.A.**

PRECIOS DE OFERTA Y DEMANDA
Última sesión: 17 Noviembre 2014

(Sesión del 12/11/14)

Vencimiento	Precio de COMPRA	Precio de VENTA
Nov/2014	2.550 €/t(424 ptas/kg)	2.580 €/t (429 ptas/kg)

Sesión	Precio	Var.%	Vol.	P.A.
17/11/2014	2.600	1,96%	1.728	1.376
14/11/2014	2.550	-0,35%	555	1.726
13/11/2014	2.559	1,55%	140	2.256

EL MFAO DEJÓ DE NEGOCIAR A FUTUROS A MEDIADOS DE NOVIEMBRE

Tras el cierre del vencimiento de noviembre de 2014, a partir del día 18, MFAO cesó la actividad de negociación de los contratos de futuros sobre el aceite de oliva negociados en el Mercado Secundario Oficial. El proceso de entrega de este vencimiento se realizará según el calendario previsto entre el 18 de noviembre y 9 de diciembre de 2014.

MFAO, Sociedad Rectora del Mercado de Futuros, está promoviendo en la actualidad la creación de

un sistema multilateral de negociación, de los regulados en el Título XI de la Ley del Mercado de Valores, sobre futuros del aceite de oliva y la constitución de la Agencia de Valores que los gestionará.

El inicio de la negociación de contratos de futuros en el Sistema Multilateral de Negociación se producirá una vez obtenidas las autorizaciones oficiales que se están tramitando ante las autoridades competentes. La entidad informará a

través de los miembros del mercado, de la web www.mfao.es y medios de comunicación.

Última sesión

Durante la última semana de negociación, se han realizado en MFAO operaciones por un volumen total de 2.423 Tm de aceite de oliva. El día 17 de noviembre se negociaron un total de 1.728 Tm, de las cuales han llegado a entrega física 1.376 contratos, con un precio de cierre de 2.600 €/t. De las 1.376 Tm llegadas a vencimiento, 1.009 se han ido a entrega al margen y el resto se entregarán por Cámara. La posición abierta acumulada ha ido disminuyendo durante todas las sesiones de esta semana.



MFAO, Sociedad Rectora del Mercado de Futuros del Aceite de Oliva, S.A.



Seguridad, Transparencia, Cobertura de riesgos

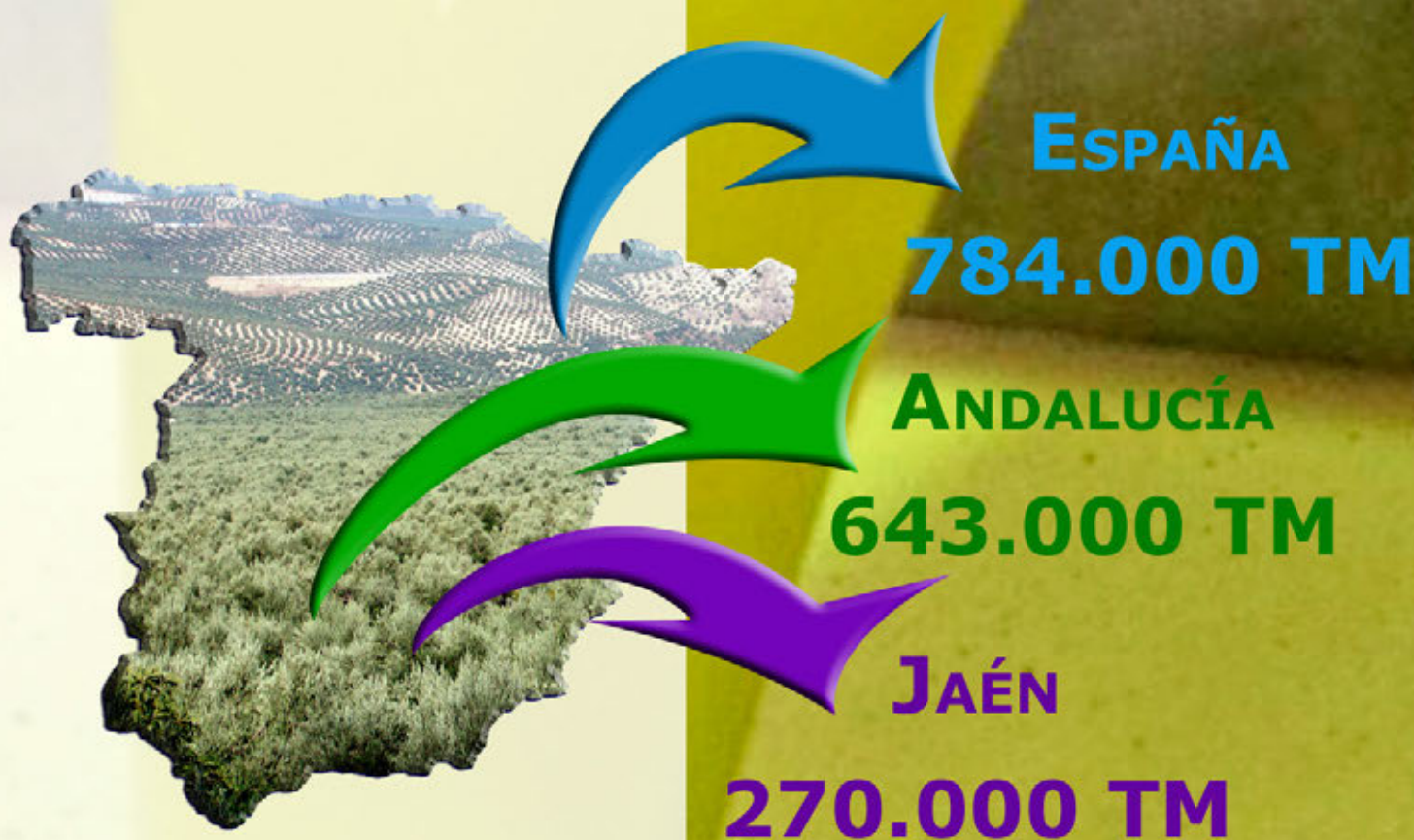
Teléfono: 953 24 52 50 | Fax: 953 23 13 43

✉ mfao@mfao.es 🏠 www.mfao.es

campaña 2014/2015

la producción aceitera
de Andalucía
se reduce
más de la

MITAD





opinión

EL ACEITE ANDALUZ CONSTRUYE SU FUTURO A TRAVÉS DE LA CALIDAD Y LAS EXPORTACIONES



Elena Vitoras, Consejera de
Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural

Con la llegada de los meses de octubre y noviembre, los olivares andaluces se van llenando de actividad con la campaña de recolección de la aceituna. Cada vez son más los olivereros que optan por una cosecha temprana de aceituna en árbol, que permite extraer aceites de gran calidad, con un mayor contenido en polifenoles, fragancia, color y, por supuesto, sabor.

La actual campaña 2014-2015 se prevé escasa en cuanto a producción, con unas 643.000 toneladas de aceite en toda Andalucía, según el aforo de olivar que presentamos en octubre, lo que supone menos de la mitad que la obtenida en la campaña anterior. No obstante, tenemos por delante unas interesantes expectativas de comercialización, con mejores precios, un aumento del consumo en el primer semestre de este año, en el mercado interior, y una clara tendencia al alza de las exportaciones.

En términos de empleo, las perspectivas de la nueva campaña no son tan buenas, con aproximadamente la mitad de jornales en las labores de recolección y molturación. Por esta razón hemos solicitado al Gobierno central que tenga en cuenta esta circunstancia y adopte medidas excepcionales de apoyo al empleo. Por nuestra parte, hemos destinado una partida de casi 20 millones de euros para nuevas obras de mejora de caminos, que además de renovar las infraestructuras, van a generar empleo en el medio rural.

En cuanto a las ayudas directas de la PAC, de las cuales el olivar es uno de los mayores beneficiarios, en 2015 los agricultores tendrán que presentar por primera vez su solicitud de ayudas con el nuevo régimen de ayudas. Desde la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, hemos trabajado intensamente en colaboración con el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, para buscar un modelo de reparto de ayudas que permita, en lo posible, mantener la intensidad de ayuda percibida por el olivar. Además, el olivar accederá directamente al llamado pago verde, por los beneficios ambientales que tiene como cultivo permanente.

Por otro lado, de cara al futuro, a medio y largo plazo, es necesario seguir renovando las explotaciones y las industrias, mejorando las técnicas agrícolas y de extracción, envasando y ampliando el mercado exterior. Se trata de contribuir a aumentar el valor añadido y el prestigio de este producto a través de la calidad, la innovación y la promoción. Para ello es necesario unir nuestros esfuerzos, con una mayor integración del sector productor, que permita mejorar la capacidad de inversión y una mejor posición negociadora, para ganar márgenes comerciales.

El desafío, por lo tanto, es conseguir añadir valor y equilibrar la cadena de comercialización del aceite de oliva, siguiendo la buena orientación asumida por el sector de potenciar la calidad, elevar la excelencia y multiplicar el reconocimiento internacional del aceite de oliva como alimento básico y saludable de la dieta mediterránea.

PRODUCCIÓN DE ACEITE DE OLIVA ESPAÑA, ANDALUCÍA Y JAÉN

COMPARATIVA CAMPAÑAS 05/06 A 14/15. Datos en miles de toneladas. FUENTE: AICA.

CAMPAÑA	14/15 (*)	13/14	12/13	11/12	10/11	09/10	08/09	07/08	06/07	05/06
España	784	1.780	616	1.611	1.390	1.398	1.030	1.111	1.236	826
Andalucía	643	1.474	477	1.360	1.126	1.170	832	991	941	615
Jaén	270	751	141	681	589	568	433	496	504	266

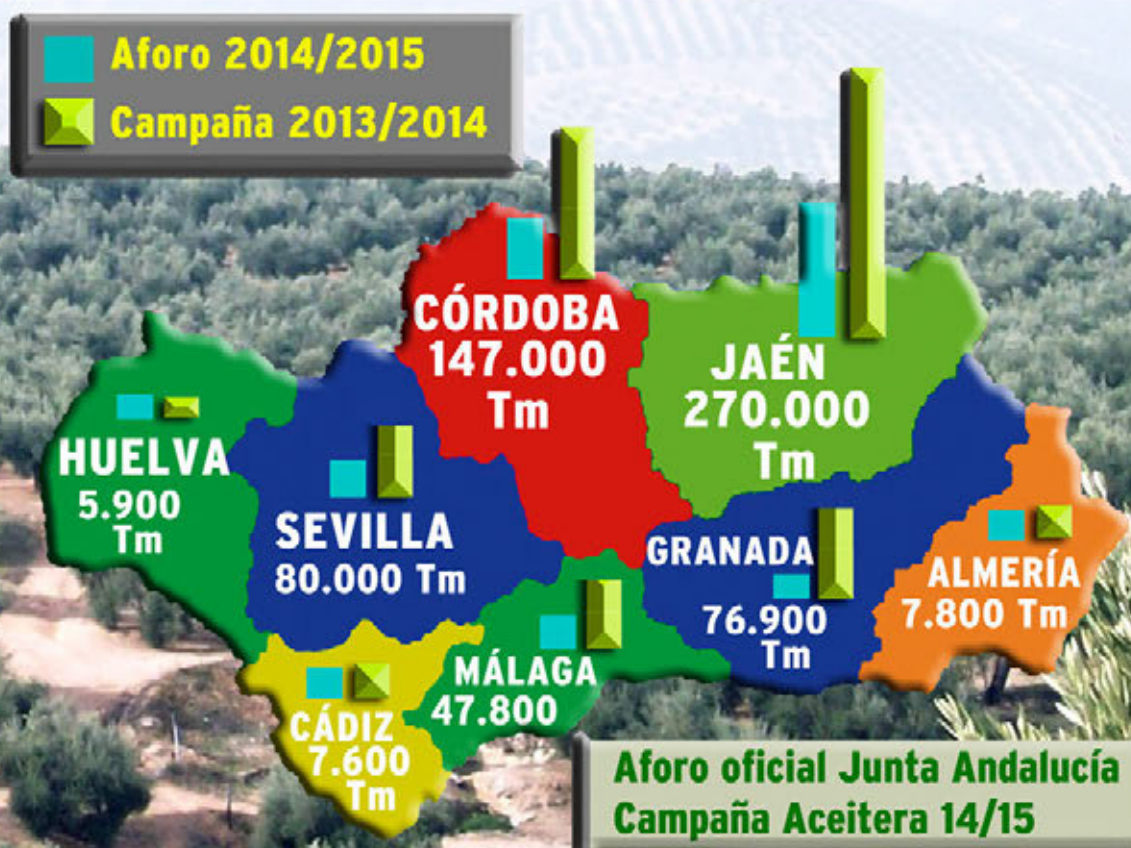
(*) Estimaciones del primer Aforo de la Junta de Andalucía . Octubre de 2014

Casi un
millón de
toneladas
menos de
aceite

Arranca estos días la mayor campaña agrícola de Andalucía con unas perspectivas a la baja (más de un 50%), como no podía ser de otra forma, respecto al récord del año pasado.

Frente al 1.780.000 Tm producidas en todo el país, este año se prevén sólo 784.000.

Andalucía, como primera comunidad productora, aportará 643.000 Tm, un 56% menos, y Jaén, la provincia más productora, cae hasta un 64%, con solo 270.000 toneladas.



¿El regreso a la vecería?

De campañas récord a bajas producciones

El aforo oficial de la Junta de Andalucía, presentado a final de octubre en Jaén, prevé para la campaña 2014-2015 una producción de aceite de 643.000 toneladas en toda Andalucía; 784.000 toneladas en todo el país. Eso supone caídas respecto a la pasada campaña del 56% en el caso andaluz y del 55,9% en el caso de España. En el caso de Jaén, la caída es del 64%, pasando de las 784.000 Tm de la pasada campaña a las 270.000 previstas para ésta.

Producción española de aceite en las últimas 4 campañas: 2011/12: 1.611.000 toneladas; campaña 2012/13: 616.000 toneladas; 2013/14: 1.780.000 toneladas; previsiones del aforo 2014/15: 784.000 toneladas. Técnicamente no se puede hablar de vecería, aunque mucho de eso hay cuando los más viejos del lugar, en Jaén, comentan aquello de que «los olivares no pueden aguantar las superproducciones que se están recogiendo en los últimos años», por mucho que se hayan mejorado y ampliado los regadíos, el abonado y cuidado de las plantas.

Así ocurre si observamos los datos los datos en su conjunto a nivel nacional, donde estamos hablando que, de cumplirse las previsiones del aforo, sería casi un millón menos de toneladas lo que España produciría en la recién iniciada campaña aceitera. En términos contantes, muchos millones de euros que dejarán de entrar a las cuentas del sector.

Primer aforo

La consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Elena Víboras, fue la encargada de presentar en Jaén, a finales de octubre, las primeras estimaciones de cosecha de aceituna de mesa para almazara y producción de aceite de oliva, así como las previsiones de aceituna de mesa para la campaña 2014-2015. En total, se prevé una producción de aceituna de almazara de 3.121.300 toneladas y,

según los rendimientos estimados, esto dará lugar a una producción de aceite de oliva de 643.000 toneladas, «lo que supone un 42% menos que la media de las últimas cinco campañas y un 56% menos que la pasada campaña, que fue excepcionalmente buena», ha asegurado Víboras.

Durante la presentación del aforo del olivar 2014-2015, Víboras insistió en que se trata de una primera estimación que se ha realizado a partir de «un trabajo exhaustivo», si bien son muchas las circunstancias que pueden hacer variar el resultado final a lo largo de la campaña de recolección. Así, «si tuviéramos que describir la actual campaña, podríamos decir que se espera una producción sensiblemente inferior a la anterior», ha reiterado.

En líneas generales, «lo primero que debemos tener en cuenta para estimar la producción de esta campaña es que la anterior fue muy buena en producción», explicó. Además, durante este año 2014, la climatología no ha sido favorable para el olivar ya que, por un lado, las altas temperaturas primaverales han perjudicado la floración y el posterior cuajado del fruto y, por otro lado, se han producido tormentas de granizo y pedrisco en algunas zonas de la comarca de Mágina (Jaén) y en el valle medio del Guadalquivir, en la provincia de Córdoba. «La única provincia que no se ha visto afectada por la mala climatología ha sido Huelva y, por ello, su previsión de cosecha es mejor», resaltó.





La consejera Elena Víboras, en la presentación del primer aforo del olivar andaluz en Jaén. /ag

Por provincias, Jaén es la que marca el descenso en la producción. Con algo más de 1.220.000 toneladas de aceituna para almazara, se espera obtener 270.000 toneladas de aceite, una producción que supone un 50% menos que la media de las últimas cinco campañas y un 64% menos que la pasada campaña.

España y en el mundo

Andalucía suele aportar en torno al 82% de la producción nacional de aceite de oliva. «Si extrapolamos el resultado de nuestro aforo, teniendo en cuenta el peso de Andalucía sobre el total nacional, arroja una previsión de 784.000 toneladas para toda España», ha detallado Elena Víboras.

Asimismo, según las estimaciones del Consejo Oleícola Internacional (COI), se prevé una producción mundial de 2.560.000 toneladas de aceite de oliva, lo que supone un 19% menos que la campaña 2013-2014. Para España prevén un descenso del 50%, que contrasta con el importante incremento previsto para Grecia (+122% hasta las 300.000 toneladas), mientras que en Portugal se espera una ligera disminución del 1,5%.

En los países extracomunitarios también prevén, en general, mayores cosechas. Es el caso de Túnez (206.000 toneladas) o al mismo nivel que la pasada campaña, como Turquía (190.000 toneladas). Bajan, sin

embargo, en Siria (- 70%) por la sequía y en Argentina (-80%) por heladas y vientos.



Consumo y comercio exterior del aceite de oliva

Según los datos del Panel de Consumo del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, el consumo de aceite de oliva se incrementó en un 4,44% en el primer semestre del año 2014.

En este sentido, la consejera apuntó que, aunque el aceite de oliva es el aceite vegetal más consumido en España (cerca del 70% del total), «aún nos queda margen para seguir

(Pasa a la pag. siguiente)



opinión

Unión, regulación y precio para garantizar el futuro



Agustín Rodríguez,
Secretario UPA-A

Los agricultores y ganaderos andaluces afrontan un futuro lleno de retos, en los que la unión, la regulación y los precios tienen que ser las bases sobre las que debemos asentar todo el trabajo de unas organizaciones agrarias, como UPA, que serán más importantes que nunca. La unidad de acción es la demostración de la fuerza que tenemos organizaciones y cooperativas para defender la agricultura profesional, la que está compuesta mayoritariamente por un sector familiar, de pequeñas explotaciones, generador de empleo y riqueza y unido inexorablemente al territorio. Desde hace mucho tiempo venimos apostando firmemente por la unión. Hemos insistido una y otra vez en la necesidad de dejar atrás posturas y mentalidades del pasado para que los olivereros, sobre todo, se centren en crecer desde una única vía de viabilidad: la concentración.

Y así seguimos creyendo que agrupándose en empresas de entidad y con peso en el mercado, las cooperativas y almazaras andaluzas dejarán de estar atomizadas, de pelear por unos precios justos para nuestros productos. Con empresas que tengan dimensión conseguiremos hablar de tú a tú a la gran distribución, que es la que nos marca los precios en origen de forma abusiva y con su política de venta a pérdidas.

Pero no podemos olvidarnos de la gran oportunidad perdida por el Gobierno de España de plantear un reparto de las ayudas PAC acorde con la defensa de los intereses de los agricultores y ganaderos profesionales y no en favor de la actividad especulativa. El Ministerio de Agricultura ha maniobrado de espaldas al sector. No ha refrendado la unidad de acción que todas las organizaciones agrarias y la Consejería de Agricultura de Andalucía y el resto de comunidades autónomas le dimos en un frente común sin precedentes para que consiguiera más presupuesto de Bruselas y la oportunidad de decidir, aquí, en nuestro país, la forma de repartir las ayudas. En contra de todo lo esperado, el Ministerio ha penalizado a Andalucía, a nuestros agricultores y ganaderos profesionales, en favor de una agricultura especulativa que su única razón de ser es obtener las subvenciones que no necesitan ni revierten en el sector.

Por ese motivo, UPA-Andalucía no puede aceptar una reforma de la PAC que dañe al agricultor profesional, al que genera empleo y mantiene a la población en el territorio. Y tampoco puede aceptar una reforma de la PAC que nos deja en manos de la gran distribución, que es la que tiene regulado e intervenido el mercado con sus políticas abusivas de precios bajos y banalización de los productos utilizándolos como gancho para el resto de la cesta de la compra. Por eso, los próximos años volverán a ser los de la lucha por la unión, por la regulación y por los precios justos para nuestros productos. En definitiva, la lucha por los agricultores y los ganaderos.

(Viene de la pag. anterior)

creciendo en los aceites de mayor calidad». De hecho, ha concretado, «sólo el 26,5 % de todo el aceite de oliva que se consume en España es virgen extra, mientras que en Andalucía llegamos hasta el 35,75%».

Aunque, sin duda, «donde tenemos mayor potencial es en el mercado internacional, donde este aceite, con cualidades saludables demostradas científicamente, sigue ganando cuota de mercado», resaltó. Al respecto, ha recordado que, según los datos del COI, el consumo mundial de aceite de oliva ha aumentado más de un 25% durante las últimas 15 campañas.

En cuanto al mercado internacional, Andalucía lidera las exportaciones en el ámbito nacional, con el 73%. Así, según los datos de la última campaña 2013-2014, Andalucía exportó 776.400 toneladas de aceite de oliva por un valor de 1.782 millones de euros. «Una clara muestra de que se está haciendo un gran esfuerzo por conquistar nuevos mercados», ha destacado la consejera.

El precio del aceite es una de las variables que «mejor toman el pulso al sector», ha resaltado la consejera, que ha recordado que esta campaña 2014-2015 «se inicia con unos precios algo mejores que la pasada campaña», con 2,70 euros el kilo en septiembre de 2014 frente a los 2,56 euros el kilo de septiembre de 2013, lo que supone un incremento del 5,8%.

En este sentido, Elena Víboras consideró que «hay margen para que todos los eslabones de la cadena de valor puedan obtener beneficio de forma equilibrada»; por ello, ha asegurado, hay que seguir trabajando en concentrar la oferta y mejorar la posición negociadora, ganar en eficiencia y competitividad, tanto en el campo como en la transformación y comercialización; y adoptar buenas prácticas comerciales evitando abusos y guerras de precios que, «a la larga, no benefician a nadie».

Reacciones

Desde la UPA-Andalucía, Agustín Rodríguez aseguraba al conocerse los datos «que el aforo confirma lo que se sabía de antemano, que la 2014-2015 será una cosecha muy baja, teniendo en cuenta el peso que tiene el aceite de oliva en esta provincia y en Andalucía».



Elena Víboras. /ag

No obstante, Rodríguez hacía una reflexión en voz alta. «Produciendo cada vez más, tenemos cada vez menos precio. El precio medio por kilo de aceite producido en los últimos diez años asciende a 2,225 euros, mientras que el precio medio en la campaña 2013-2014 es de 2,039 euros. Por lo tanto, estamos produciendo a pérdidas», afirmó.



Víboras, presentando los datos del aforo a los responsables de las organizaciones agrarias. /ag

El responsable andaluz de UPA manifestó que «no obtendremos más precio si no organizamos nuestras ventas, que actualmente están desorganizadas, dispersas, y con las cooperativas y almazaras haciéndose la competencia entre ellas. Esta es la reflexión que quiero hacer, si tenemos en cuenta, además, que el precio medio de 2,03 euros viene de una cosecha histórica de 1.775.000 toneladas. De qué nos sirve producir tanto si tenemos menos precio y menos valor. Así no se puede seguir».

Para UPA-Andalucía, «estos datos nos vuelven a dar la razón al demostrar que la ley de la oferta y la demanda no funciona desde hace muchos años», por lo que Rodríguez insistía en que «la concentración de la oferta sigue siendo el camino más

¿De qué nos sirve producir más aceite y más calidad si los precios bajan directamente proporcional a la mayor producción?, se pregunta el sector.

rápido para contrarrestar las políticas abusivas de la gran distribución, que son los que siguen decidiendo los precios en el futuro inmediato, no obedeciendo a las cifras de aceite en el mercado y sí a sus políticas comerciales con un producto que siguen utilizando como reclamo».

Para el responsable de COAG, Juan Luis Ávila, si comparamos los datos del aforo de la Junta con la campaña anterior, «que fue excepcional, las diferencias son aún mayores (56% menos en Andalucía, 59% en la provincia de Córdoba y 64% en la de Jaén)». Las cifras, aseguró Ávila, son «una mala noticia para un sector tocado, ya que con la situación actual nos enfrentamos a uno de los enlaces de campaña más justos de los últimos años».

(Pasa a la pag. siguiente)



opinión

¿Hasta cuándo aguantará este sector?



Juan Luis Ávila,
secretario COAG Jaén

Los datos del aforo para la próxima cosecha de olivar 2014-2015 ya son públicos y vienen a confirmar que nos volvemos a enfrentar a un año de 24 meses, situación no poco común para el sector porque, con riego y todo, el olivo es un árbol vecero.

Analizando la evolución de la pluviometría de los últimos años, comprobamos que acabamos de atravesar uno de los periodos húmedos más largos de los últimos 100 años, y en esta tierra detrás de un ciclo húmedo viene por la puerta uno seco. No pretendo ser catastrofista, sino recordar que estas son nuestras reglas del juego y los que estamos a pie de campo lo sabemos. La diferencia, y muy grande, de nuestra situación actual respecto al pasado, es que hace años, si la cosecha era larga, el precio bajaba,

pero cuando la cosecha era corta el precio subía, compensando en parte nuestra renta.

El problema al que nos venimos enfrentando en los últimos años es que esa norma ya no funciona. En este ciclo especialmente húmedo, con años de buena producción, hemos sido capaces de aumentar las exportaciones por encima del aumento de la capacidad productiva. Pero el problema es que este mercado no se ajusta a las leyes de la oferta y la demanda, y si lo hace de forma puntual es siempre con precios por debajo de los costes de producción. Así lo denunciarnos hace meses ante las autoridades de Competencia, obteniendo la llamada por respuesta.

En esta situación, desde COAG estamos haciendo una revisión profunda para saber qué está fallando en el lado del productor, porque hay otros a los que les va mejor. Con ese prisma, el del olivarero, estamos analizando los mecanismos y estructuras que hemos creado en este sector en los últimos tiempos para ver por qué no funcionan: ¿Cómo es posible que en un sector que no deja de crecer en cuanto a consumo y exportaciones estemos cobrando el kilo de aceituna al precio que lo cobraban nuestros abuelos?

Hace unos días pedimos a nuestra Consejera de Agricultura que Andalucía impulse una iniciativa ante el Ministerio y en Bruselas, con el fin de que el resto de países productores tengan un aforo de cosecha oficial, al menos los que forman parte de la Unión Europea. Y si esto no es posible, que nos sentemos a pensar si estos datos están beneficiando a los más de 200.000 olivareros que hay en Andalucía. Porque en un mercado donde no se están cumpliendo las leyes de la oferta y la demanda, siendo nuestra situación netamente exportadora, estamos enseñando nuestras cartas a nivel mundial, cuando el resto de países productores (pero, sobre todo, importadores de nuestro aceite), sólo ofrecen sus datos tras conocer los nuestros, y dan el que les interesa, que no suele tener nada que ver con la realidad.

Por eso, este sector tiene que hacer lo que se hace en toda empresa que está en quiebra: una revisión profunda y valiente. Porque nos estamos jugando mucho. Diariamente escuchamos oleadas de propuestas políticas que parecen que van a sacar a nuestra provincia del triste honor de tener la tasa de desempleo más alta de toda Europa. La realidad aplastante es que cuando el sector olivarero se activa, crece el empleo, y cuando se para, lo hace la provincia. Pero este sector se agota un poco más tras cada año de precios bajos, y ese agotamiento se traslada a cada punto de nuestra geografía. Va siendo hora de arremangarse, dejarse de paños calientes y centrar nuestros esfuerzos políticos, económicos y sociales en buscar una salida al mismo. Porque nos jugamos nuestro único motor económico, el futuro de nuestros jóvenes y el futuro de nuestra provincia.

La importancia del olivar en Andalucía

El olivar es el principal cultivo de Andalucía, con cerca de 1,5 millones de hectáreas y uno de los que más valor aportan a la producción agraria andaluza (en torno a 2.000 millones de euros de media en los últimos años).

Cuenta con 169.459 explotaciones, de las cuáles más de 60.000 están en Jaén, y se caracteriza por una clara vocación exportadora. Además, el aceite de oliva y la aceituna de mesa suman más del 26% de las exportaciones agroalimentarias andaluzas. Igualmente, el olivar es el mayor perceptor de ayudas de Pago único de la Política Agraria Común (PAC), con unos 815 millones de euros (cerca del 50% del total andaluz).

Los datos

- El cultivo que más superficie ocupa: en torno a 1,5 millones de hectáreas
- 30% de la superficie agraria útil de Andalucía.



- Jaén y Córdoba concentran el 60% de la superficie.
- 169.459 explotaciones, de las cuales más de 60.000 están en Jaén.
- Más del 75% de las explotaciones oliveras son menores de 10 hectáreas.

Tenemos por lo tanto numerosas

últimos 5 años (Fuente: Macromagnitudes Agrarias CAPDER).

- Vocación exportadora: el aceite de oliva y aceituna de mesa se encuentran entre nuestros productos más exportados.

En conjunto suman más del 26% de todas nuestras exportaciones agroalimentarias. (Datos ICEX ene-dic 2013).

- El olivar es el mayor perceptor de ayudas de Pago Único de la PAC, con unos 815 M• (alrededor del 50% del total andaluz).

- En Jaén, el 92% del pago único lo ha generado el olivar.



La campaña da millones de jornales a miles de familias. /ag

explotaciones de pequeño tamaño y un marcado carácter familiar.

- Uno de los sectores que más valor aportan a nuestra producción agraria (23%), unos 2.000 M• de media en los

ACEITUNA DE MESA

En cuanto a la producción de aceituna de mesa, también se prevé un descenso, aunque menos acusado. Según las estimaciones, se recogerán un total de 373.865 toneladas, lo que supone un 15% menos que la campaña anterior y un 12% menos que la media de las últimas cinco campañas.

Por provincias, en todas ellas se espera menor cosecha que la pasada campaña. Así, en Sevilla, la principal productora, se calcula que apenas baje un 5% respecto a la pasada campaña, mientras que en Córdoba se espera recoger unas 50.000 toneladas de la variedad Hojiblanca, un 30% menos que la pasada campaña, aunque esta cifra puede variar al final, ya que se trata de una variedad de doble aptitud, ha explicado la consejera.

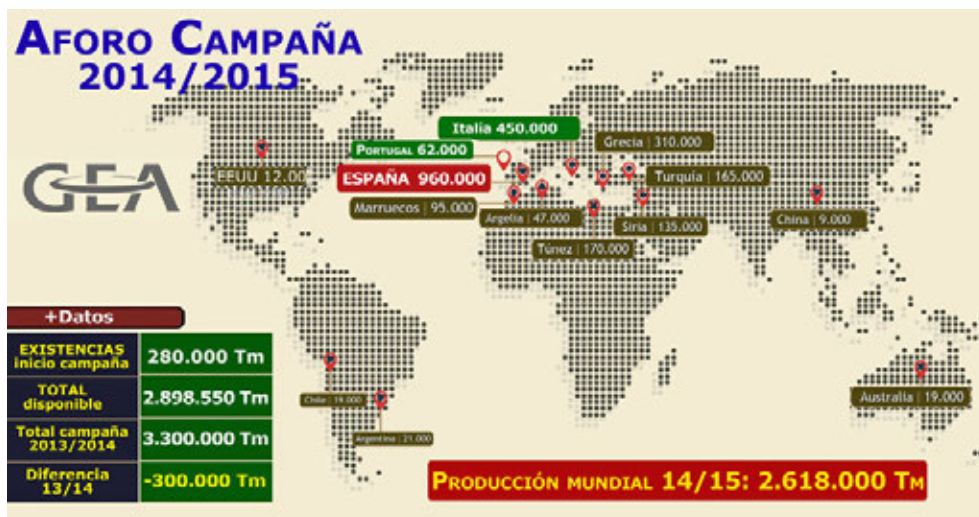
En Málaga, el descenso ronda el 44% respecto a la pasada campaña debido, especialmente, a la climatología adversa en la zona de producción de aceituna Aloreña.

la producción mundial de aceite rondará los 2,6 millones de toneladas

Mientras se prevé que en España descienda la producción un 47%, países como Italia, con 450.000 Tm, incrementará un 15% la suya.

La campaña oleícola mundial alcanzará una producción de 2.618.000 toneladas en la presente campaña 2014/2015, según el informe elaborado por el Centro Internacional de Excelencia para Aceite de Oliva de GEA Westfalia. España registrará una caída de la producción del 47% respecto a la anterior campaña, ya que producirá unas 960.000 toneladas, lo que supondrá el 36% de la oferta internacional de aceite de oliva. La campaña pasada, el olivar español supuso el 55% del total de la producción mundial de aceite de oliva con un total de 1,8 millones. Estos datos se deben al importante descenso de la producción previsto en zonas como la provincia de Jaén.

Este completo informe tiene una gran importancia para el sector debido a sus amplias fuentes de información, ya que han colaborado en el mismo más de 50 asociaciones oleícolas, universidades y grupos de investigación de los cinco continentes.



Según las previsiones de GEA Westfalia, algo similar sucederá en Grecia que, tras varios ejercicios de caídas, mejorará sus cifras gracias a las buenas previsiones de cosecha en regiones como Lakonia, Creta y Kalamata. El incremento de producción respecto al pasado año rondará el 18 por ciento.

Sin embargo, las previsiones apuntan a una tendencia a la baja en países como Marruecos, donde se prevé un descenso de la producción superior al 25%, sobre todo por la pérdida de parte de la cosecha a causa de la pertinaz sequía en las áreas de Marrakech y Beni Metal. Algo similar sucede en Estados Unidos, Nueva Zelanda, y Chile, donde se producirán descensos en la producción de 19, 25 y 12 por ciento, respectivamente. La causa en todos los casos son los factores climatológicos, como la falta de lluvias en el Sur de California, la severa sequía que ha reinado en la isla Sur de Nueva Zelanda, o la ausencia de lluvias al Norte de Santiago de Chile. Además, Túnez y Turquía mantienen producciones en línea con la última campaña y, sin embargo, Portugal mejorará su producción por la situación de plena expansión de cultivo que experimenta, con un incremento del 5%.

Existencias

En cuanto a las existencias, dado que la campaña en Portugal se ha adelantado a mediados de octubre por la ausencia de lluvias, se espera que rondan las 200.000 ó 300.000 toneladas. Juan Vilar Hernández, presidente de GEA Westfalia, explica que es una cifra considerablemente baja comparada con otros ejercicios debido principalmente a la evolución de las exportaciones que, con una media de 150.000 toneladas por mes, superarán por primera vez en la historia el millón de toneladas.

En lo relativo a los precios en origen, Vilar deja claro que «los precios en origen seguirán una tendencia alcista hasta el comienzo de la campaña en Portugal, lo que sucederá en unas dos semanas. A partir de ahí, si la tendencia de la oferta se ratifica, se deberían mantener los precios, tras caer entre un 5 y un 15%, entre los 2,2 y 2,5 euros por kilo», indica.

En términos generales, la oferta se verá afectada con respecto a la pasada campaña en un 21%. Sucede lo mismo si se suma tanto la oferta previsible como las existencias que previsiblemente estarán disponibles a mediados de octubre. De esta forma, durante la campaña 2014/15, habrá una oferta disponible global de aceite de oliva en el mundo, un 20% inferior a la anterior.



Una de las novedades más significativas de este estudio es el importante incremento de producción de Italia, que alcanzará las 450.000 toneladas gracias al buen estado de los cultivos en las zonas de Puglia, Abruzzo, Umbria y Campania. De esta forma, Italia aumentaría su producción de aceite de oliva en un 15% respecto a la anterior campaña, que no alcanzó cifras muy elevadas en este país.

jaén

Sólo producirá 270.000 toneladas de aceite

En la provincia más productora de aceite de oliva del mundo, el primer aforo arroja una producción de 1.220.600 toneladas de aceituna, cuya recolección ofrecerá 4 millones menos de jornales respecto a la pasada campaña.

La campaña 2014/2015 que acaba de comenzar tendrá, como se esperaba, unos resultados muy inferiores a los de la anterior, que fue récord. La producción oleícola se reduce un 64% entre ambas campañas, de modo que, si hasta septiembre de 2014 las almazaras elaboraron 751.000 toneladas de aceite, el aforo de la actual campaña estima una cantidad de tan sólo 270.000 toneladas en nuestra provincia. Haciendo una comparativa con la media de los últimos cinco años, el descenso se tasa en un 50%.

Jaén tiene 585.512 hectáreas de olivar, que según las estimaciones de los técnicos de la consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía van a dar mucho menos fruto que un año atrás a consecuencia de las condiciones meteorológicas de los últimos meses. La consejera, Elena Víboras, informaba de que se recogerán 1.220.600 toneladas de aceituna, en una campaña «sensiblemente inferior a la anterior, que fue muy buena, extraordinaria en producción».

La actual campaña va a estar condicionada por la elevada producción de los meses anteriores, que ha dejado extenuados a buena parte de los olivos, pero sobre todo por unas condiciones climáticas desfavorables. En el mes de mayo, durante la floración, se alcanzaron unas temperaturas muy altas que han mermado el cuajado del fruto, y en junio hubo tormentas de granizo y pedrisco que afectaron a olivares de la comarca de Mágina. El rendimiento estimado que se ha tenido en cuenta a la hora de elaborar estos datos se cifra en un 22,12%.

Empleo

La caída de la cosecha incidirá directamente en el mercado laboral. La



Esta campaña, la recolección de la aceituna genera unos 3 millones de jornales en Jaén. /ag

consejera explicaba que según estos datos del aforo, se prevén casi 4,19 millones de jornales menos en la provincia de Jaén respecto a la anterior campaña. Por tanto si en la de 2013/2014 rondaron los 7 millones de jornales, podríamos adelantar que sólo se generarán en torno a los 2,9 millones de jornales en nuestra tierra. Ante este panorama, Elena Víboras hacía un llamamiento para que se empiecen a tomar

de manera inminente medidas. «Estamos dando unas cifras duras, con la suficiente entidad, como para plantear esas medidas, y por supuesto el Ministerio de Agricultura tiene que suprimir ya el requisito de las 35 peonadas para acceder al subsidio agrario».

Mercado

La consejera de Agricultura ha incidido en la necesidad de mejorar la calidad de nuestro aceite para lograr una mayor rentabilidad, señalando que sólo el 26,5% del aceite que se consume en España es Virgen Extra, aunque en Andalucía ese porcentaje sube hasta el 35,75%. En cuanto a los precios, ha indicado que en el umbral del inicio de la campaña, en septiembre, el precio medio mensual del AOVE fue de 2,7 euros/kg, ligeramente más alto que en ese mes de 2013. «Nuestro actual liderazgo productivo tiene que mantenerse ganando en competitividad a través de la calidad, nuestro principal elemento de diferenciación. Hay buenas perspectivas para los mercados, en los que hay que trabajar para implantar buenas prácticas comerciales, mayor equilibrio en la cadena de valor del aceite de oliva, e impulsar la concentración de la oferta.»



la **campaña 13/14** cierra con un último récord, **las exportaciones**, con un máximo histórico de **1.110.800 toneladas**

A la hora del balance de la pasada campaña todo son récords, como no podía ser de otra forma empezando por el subidón de la producción registrada en todo el país, según datos oficiales de la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA): 1.780.200 toneladas, de las que 1.774.000 se generaron en los olivares andaluces y de ellas, 751.000 se produjeron en Jaén, la provincia mayor productora del mundo.

A partir de esos datos todas las cifras suben como la espuma: la producción crece un 188% más que la obtenida en la campaña pasada y un 42% superior a la media de las cuatro últimas, y las exportaciones suben un 76% sobre la campaña anterior y un 43% respecto a la media de las cuatro precedentes, una cantidad supone un nuevo récord histórico, con 235.000 toneladas más que en el anterior récord registrado en la campaña 2011/2012.

Los datos oficiales. Según la Agencia de Información y Control

A su ya récord histórico de producción de 1.780.000 toneladas en todo el país, la campaña aceitera 2013/2014, cerraba a finales de septiembre pasado con un último dato histórico, el de las ventas de aceite al exterior, con más de 1.100.000 toneladas, un 43% más que la media de las cuatro campañas anteriores.

Alimentarios (AICA) del final de la campaña oleícola 2013/2014, en esta campaña, la producción se ha situado en 1.780.200 toneladas, superando en casi 165.000 toneladas la producción de la anterior campaña récord 2011/2012, una cifra a la que, gracias al elevado volumen absorbido por las ventas al exterior, se ha podido dar salida con normalidad a unos elevados recursos del mercado a precios más remuneradores para los productores, además de favorecer el sostenimiento del mercado.

Al finalizar la campaña el 30 de septiembre pasado, de la producción nacional de 1.780.200 Tm, se habían



vendido casi 1.680.000 toneladas, restando unas existencias de enlace de campaña de 323.188 toneladas. En Andalucía, la comunidad autónoma más aceitera, de la producción de las

(Pasa a la pag. siguiente)

BALANCE DE LA CAMPAÑA ACEITERA 2013/2014

Datos en toneladas a 30 de Septiembre de 2014. Fuente: AICA

	Existencias iniciales	Aceite producido	Aceite importado	Ventas	Existencias finales
ESPAÑA	184.576	1.780.241	37.566	1.679.195	323.188
ANDALUCIA	153.962	1.474.079	28.464	1.369.696	286.810
ALMERIA	546	9.992	168	10.026	680
CADIZ	1.228	9.457	158	9.580	1.264
CORDOBA	32.226	362.105	6.871	346.448	54.755
GRANADA	20.337	149.261	5.128	134.349	40.377
HUELVA	672	4.991	50	5.144	570
JAEN	77.176	751.610	12.788	667.285	174.290
MALAGA	10.168	80.088	115	81.899	8.472
SEVILLA	11.607	106.570	3.183	114.962	6.399

(Viene de la pag. anterior)

1.474.000 toneladas (a las que hay que sumar el enlace de la campaña anterior, que fue de 153.960 Tm), se habían vendido casi 1.370.000 toneladas, restando un enlace de 286.810 Tm.

Comercialización

En este escenario, la comercialización total del país se ha situado en 1.641.300 toneladas, un 45% más que el año pasado y un 24% por encima de la media de las cuatro últimas. Asimismo, el consumo interior se mantiene equilibrado, con un ligero incremento del 6 por ciento respecto a la campaña precedente.

Coincidiendo con el final de campaña, se ha realizado un exhaustivo análisis de la temporada y de la situación actual del mercado, que se enfrentará a una situación distinta a la actual.

Desde la AICA se resalta que las previsiones de cosecha para la campaña 2014/2015 se deben analizar con prudencia, y estar muy atentos a su evolución en los próximos meses. Para el conjunto del sector, el objetivo es conseguir una estabilidad de los precios en unos niveles que garanticen la rentabilidad de todos los eslabones de la cadena.

Exportaciones

Respecto a las ventas aceiteras en el exterior, con datos todavía

EXPORTACIONES DE ACEITE. COMPARATIVA 5 CAMPAÑAS					
Datos en miles de toneladas. Fuente AICA. 30/Sept/14					
MES	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
OCTUBRE	49.9	79.3	82.8	68.6	78.5
NOVIEMBRE	51.1	75.1	77.3	62.3	78.6
DICIEMBRE	48.0	60.9	68.6	47.4	78.7
ENERO	58.8	56.9	59.3	43.6	85.6
FEBRERO	65.3	63.1	63.1	38.6	103.4
MARZO	69.1	69.0	74.5	38.0	99.4
ABRIL	68.1	60.3	59.5	41.0	86.6
MAYO	67.1	76.8	80.5	43.9	104.5
JUNIO	74.6	66.7	75.0	52.0	103.4
JULIO	82.2	71.7	80.0	59.6	116.5
AGOSTO	67.5	69.3	75.3	64.1	85.6
SEPTIEMBRE	78.4	78.8	79.6	70.9	90.0
TOTAL	780.1	827.9	875.5	630.0	1110.8

provisionales para el mes de septiembre, se cuantifican en 1.110.800 toneladas, con un aumento del 76 por ciento respecto a la campaña anterior y del 43 por ciento en relación a la media de las cuatro últimas campañas. La media mensual de salidas de este periodo ha sido de 92.600 toneladas. Mientras, las importaciones, con datos provisionales para el mes de septiembre, se estiman en 58.200 toneladas.

Por otro lado, el mercado interior aparente ha alcanzado la cifra de 530.500 toneladas, cantidad que asciende un 6% respecto a la cifra de la campaña pasada y es prácticamente igual a la media de las cuatro precedentes. La media mensual de salidas en este apartado ha sido de 44.200 toneladas.

Asimismo, la comercialización total (mercado interior aparente más

(Pasa a la pag. siguiente)

CONSUMO INTERNO DE ACEITE					
Comparativa 5 últimas campaña. Datos en miles a 30 Sept/14. AICA					
MES	09/10	10/11	11/12	12/13	13/14
OCTUBRE	33.7	40.4	36.1	39.1	42.9
NOVIEMBRE	41.6	40.3	43.7	38.5	33.2
DICIEMBRE	47.1	52.0	53.2	42.7	54.3
ENERO	42.2	59.8	58.2	43.0	70.9
FEBRERO	46.7	47.0	57.2	45.8	47.8
MARZO	60.4	47.8	48.2	27.6	46.3
ABRIL	48.6	52.3	46.7	44.4	48.2
MAYO	50.2	44.6	49.0	45.4	46.1
JUNIO	39.6	46.2	42.3	45.2	37.2
JULIO	44.4	47.2	46.6	55.9	38.8
AGOSTO	38.7	36.7	48.6	37.6	33.6
SEPTIEMBRE	40.2	39.8	51.1	34.0	31.2
TOTAL	533.4	554.1	580.9	499.2	530.5

(Viene de la pag. anterior)

exportaciones) ha llegado hasta las 1.641.300 toneladas, lo que supone un ascenso del 45% con respecto a la campaña anterior y del 24% en relación a la media de las cuatro últimas. La media mensual de salidas ha sido de 136.800 toneladas.

En cuanto a las existencias, su volumen total es de 497.800 toneladas, un 5 por ciento más respecto a la media de las cuatro campañas anteriores. En las almazaras se almacenan 340.500 toneladas, lo que supone un descenso del uno por ciento respecto a la media de las cuatro precedentes. Mientras, en las envasadoras, refinerías y operadores se sitúan otras 157.300 toneladas, un 17% superior a la media.

UPA, descenso de precios en origen

Pese a ese excelente balance de la campaña aceitera, que según la UPA-Andalucía pone de relieve que «este sector es uno de los que mejor marcha dentro de la agricultura como



La campaña 13/14 se cierra con 497.000 Tm de existencias. /ag

consecuencia del crecimiento permanente en la producción, en el consumo y en las exportaciones», y al igual que producción, consumo y exportaciones han incrementado sus datos, «el precio que reciben los olivereros ha sufrido un importante descenso. Lo contrario ha pasado con el precio, porque tenemos menos valor de la producción en la factura global. Mientras que la media en los últimos diez años se sitúa en 2,2 euros por kilo de aceite, el precio que hemos recibido en una cosecha histórica está muy por debajo de esa media, colocándose en los 2,03 euros. Por lo tanto, seguimos con el mismo problema de los precios», afirmaba Agustín Rodríguez.

Aceituna de mesa

En relación con la aceituna de mesa, la campaña 2014/2015 ha comenzado con unas existencias, a 1 de septiembre, de 350.240 toneladas, lo que representa un 12% más que la campaña anterior. La producción del primer mes de campaña ha sido de 152.220 toneladas, lo que supone un incremento del 82% respecto a la campaña pasada.

Respecto a la comercialización (mercado interior más exportaciones), se han comercializado 48.100 toneladas, de las que 31.050 han ido con destino a la exportación y 17.050 al mercado interior. En conjunto, la comercialización se ha incrementado un 12 por ciento con respecto a la de la campaña anterior.

En este apartado, se ha observado el mantenimiento del mercado interior junto con un incremento significativo de las exportaciones. Por último, las existencias, a 30 de septiembre, se cuantifican en 451.490 toneladas, un 29 por ciento más que en la campaña anterior.



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ACEITERA EN JAÉN CAMPAÑAS 97/98 A 2013/14

CAMPAÑA	ALMAZARAS	EXISTENCIAS INICIALES	ACEITE PRODUCIDO	VENTAS	EXISTENCIAS FINALES
13/14	323	77.176	751.610	667.285	174.290 (*)
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
00/01	322	59.470	465.273	490.397	34.346
99/00	326	185.392	221.551	347.656	59.286
98/99	321	36.160	372.368	223.302	185.226
97/98	316	65.743	431.885	459.509	38.119

(*) Datos de la Agencia del Aceite de Oliva a 30 de Septiembre de 2014

FIRMADO EL CONVENIO DEL CAMPO DE JAÉN PARA 4 AÑOS Y UNA SUBIDA DE 30 CÉNTIMOS EN LOS JORNALES DE LA ACEITUNA

El acuerdo de subida en la tabla salarial de los jornales de la aceituna alcanzado el pasado 28 de noviembre se ha plasmado hoy en papel que han rubricado sindicatos y patronal agraria, con la novedad de extender su vigencia a una campaña más sobre las tres inicialmente acordadas.

Con la ausencia de COAG, que reclama a la Delegación de Empleo que impida la aplicación de un acuerdo sin representatividad garantizada, el convenio del campo se firmó a finales de noviembre en Jaén por parte de UGT y CCOO, de un lado, y de la patronal UPA, Asaja y Udoe, de otro. Se firmó con una vigencia de 4 años, y por tanto estará vigente en las campañas de aceituna 2014-2015; 2015-2016; 2016-2017 y 2017-2018.

La subida salarial es de un 0,6% para la campaña 2014-2015, lo que supone una media de unos 30 céntimos por jornal. En las dos campañas sucesivas se ha establecido un techo del suelo del 0,4% y un techo del 1%. Por tanto, si el IPC del año que viene sube entre un 0,4% y un 1%, se aplicará como subida el IPC. En caso de que suba por encima del 1%, se aplicará una subida del 1%. Por último, y en el caso de que el IPC se sitúe por debajo del 0,4% se aplicará un incremento del

0,4%. En cuanto a la cuarta campaña regulada en el convenio, la de 2017-2018, se ha acordado un suelo del 0,5% y un techo del 1,4%. Desde Asaja se considera que el nuevo convenio, que se aplicará con carácter retroactivo a fecha 1 de octubre, garantiza la paz social en el campo y dinamiza la economía de la provincia, en un año complicado por la escasez de cosecha.

Igualdad de trato

Por su parte, Antonio Marcos Parra, secretario general de la Federación de Industria y Trabajadores Agrarios de UGT Jaén, incidía en la importancia de este acuerdo que se había quedado sin vigencia desde el 30 de septiembre de 2014. Inicialmente, el sindicato pretendía un incremento salarial, así como la introducción de un artículo en el que se garantizara una igualdad de trato en el acceso de las mujeres al trabajo en el campo en la provincia de Jaén. Con respecto a la



igualdad de trato se introduce en el artículo 33 Igualdad de Género, el siguiente apartado: «Se garantizará el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el acceso al empleo, en la formación y promoción profesional».

Para UGT, esta subida salarial garantizará el poder adquisitivo de los trabajadores de este sector, porque al estar el IPC actualmente en el -0,2, realmente el incremento del poder adquisitivo sería del 0,8%.

TABLA DE SALARIOS DE LA ACEITUNA. CAMPAÑA 2014/2015

Convenio del Campo Provincia de Jaén. Vigencia para 3 campañas: 14/15, 15/16 y 16/17. Firmado en Dic/2014



JORNADA CATEGORÍA	6:15 horas SIN DESCANSO	6:30 horas SIN DESCANSO	7 horas CON DESCANSO	7 horas EFECTIVAS	HORA EXTRA
Trabajador Agropecuario	49,60	53,01	56,51	59,95	13,86
Vareador/a	50,67	54,22	57,77	61,36	14,18
Recogedor/a	50,67	54,22	57,77	61,36	14,18
Tractorista	53,68	57,43	61,20	64,96	15,03
Auxiliar vibradora autopropulsada	52,93	56,63	61,20	64,96	14,81
Vareador con vara mecánica	52,93	56,63	60,36	64,01	14,81

el Plan Director del Olivar promoverá la modernización y competitividad del sector

Elena Víboras presentó al Consejo Andaluz del Olivar este instrumento, que contará con un presupuesto inicial de 304 millones de euros

La consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Elena Víboras, destaca que el Plan Director del Olivar «promoverá la competitividad y la sostenibilidad de los territorios olivareros y del sector oleícola», para lo que recoge más de un centenar de actuaciones. El plan tendrá respaldo financiero en un Subprograma Temático para el Olivar, que se incluirá en el nuevo Programa de Desarrollo Rural (PDR) para 2014-2020 y que está dotado, inicialmente, con un presupuesto de 304 millones de euros.

El documento, que se presentó al Consejo Andaluz del Olivar, «supone el cumplimiento del compromiso adquirido tras la aprobación de la Ley del Olivar de Andalucía, un marco normativo específico para el mantenimiento y la mejora de este sector estratégico para la Comunidad», afirmó Víboras. Una vez que este órgano asesor emita su informe preceptivo, el Plan deberá ser aprobado como decreto por el Consejo de Gobierno.

«La Ley del Olivar supone un espaldarazo para todo el olivar de nuestra región, sin excepción, ya que todas las provincias se van a beneficiar de ella de una u otra forma», manifestó la consejera, que ha



recordado que se trata de «un sector en el que Andalucía es líder mundial, que aporta más de la quinta parte de todo el valor de nuestra producción agraria. Además, emplea al 40% de la mano de obra agrícola de Andalucía, genera más de 19 millones de jornales al año y es esencial para las economías familiares de más de 300 municipios».

El Plan

En cuanto al Plan Director, la titular de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural señaló que «se trata del principal instrumento estratégico, a seis años vista, que nos permitirá, no sólo incentivar las inversiones necesarias, sino también desarrollar las actuaciones normativas que defiendan y promuevan la calidad de nuestros aceites».

Asimismo, añadió, «ha supuesto una oportunidad para aglutinar esfuerzos y buscar sinergias entre distintas políticas, programas e instrumentos financieros que se definen con la nueva Política Agrícola Común (PAC) y, por ello, su elaboración ha tenido que ir acompañada a la elaboración del

Programa de Desarrollo Rural de Andalucía (PDR) para el periodo 2014-2020».

Desarrollo

Por esta razón, explicó Víboras «hemos incluido en nuestro PDR un Subprograma Temático para el Olivar, que será el principal soporte financiero del Plan Director, con un presupuesto inicial de 304 millones de euros de gasto público total para 16 operaciones (o actuaciones que se derivan de ocho medidas del PDR) destinadas, exclusivamente, al sector del olivar».

Para la elaboración de este Plan Director, se ha partido de un diagnóstico de la situación del olivar andaluz y un análisis de las necesidades para, posteriormente, definir las estrategias que se van a aplicar; «que incluirán medidas estructurales, mejora de la productividad, de la cadena de valor y de la sostenibilidad, fomento de la I+D+i, así como la formación y transferencia al sector», ha detallado. De igual forma, «se buscará mantener el patrimonio olivarero, tan arraigado en nuestra comunidad».



Elena Víboras, consejera de Agricultura. /ag

Más de 5.000 participantes respaldan en Baeza el éxito de la Fiesta del Primer Aceite de Jaén

La Diputación provincial de Jaén organizó por primera vez este evento, en el que participaron el 9 de noviembre pasado, desde el propio sector productor como la hostelería, con el objetivo de mostrar la calidad de los aceites tempranos jienenses y dar el pistoletazo de salida a la campaña oleícola.

Más de 5.000 personas se dieron cita el domingo 9 de noviembre en la Fiesta Anual del Primer Aceite de Jaén, celebrada en el Antiguo Picadero de Sementales de Baeza, unos datos que acreditan esta cita como «el mejor escaparate para el aceite de oliva virgen extra de mayor calidad y la cultura olivarera jiennense en general». Así lo aseguró Francisco Reyes, el presidente de la Diputación provincial de Jaén, que fue la institución impulsora de esta iniciativa que se realizaba este año por primera vez. Una Fiesta que «tiene vocación de consolidarse en el tiempo», según subrayó Reyes, y de ser un elemento que contribuya «a la proyección de la calidad de nuestros primeros aceites de oliva virgen extra, que son únicos en el mundo».



Luisa (Restaurante Juanito) recibe su distinción. /ag

El presidente de la Administración provincial puso el acento en que «Baeza tiene suerte de ser la primera sede de este evento», un escenario que «no podía ser mejor, esta ciudad Patrimonio de la Humanidad ubicada en el corazón de una comarca, la de La Loma, tan olivarera como bella». Además de promocionar la cultura del olivar que impregna a toda la provincia de Jaén y difundir las bondades de los aceites tempranos

jienenses, esta Fiesta «supone también la celebración del arranque de la campaña de la aceituna», apostilló Reyes. La excelencia de los primeros aceites de la campaña «se puede comprobar en las degustaciones y catas que forman parte del medio centenar de actividades incluidas en el programa de esta Fiesta Anual del Primer Aceite de Jaén», indicó Reyes.

Participación

Para dar a conocer este patrimonio a través de esta actividad lúdica y festiva, el presidente de la Corporación provincial quiso poner el foco en la colaboración de muchas entidades, por lo que agradeció a los representantes de los sectores turístico y oleícola su «implicación activa» en esta primera Fiesta. «Vuestra apuesta es directamente proporcional al éxito que obtengamos, y sus buenos resultados repercutirán en toda la provincia», enfatizó antes de agradecer también la asistencia de las personas que se dieron cita en el Baeza para ser partícipes de las distintas actividades que componían el programa de este evento.

Tras su agradecimiento a las almazaras, empresas oleícolas, denominaciones de origen, restaurantes, bares, a Asostel, a los panaderos de Baeza y a los restauradores, entre otros colectivos y personas, por su contribución al éxito de este singular festej, se concedió por primera vez el título de Embajadora del Aceite de Oliva de Jaén a Luisa Martínez, creadora junto a su marido, Juan



Francisco Reyes se dirige a los asistentes en la apertura de la Fiesta en Baeza. /ag

Salcedo, del emblemático Restaurante Juanito, del que fuera cocinera -labor que hoy siguen desempeñando sus hijos-. Este establecimiento, ubicado en Baeza, es una referencia de la gastronomía jiennense dentro y fuera de la provincia, pionero en la unión entre el aceite de oliva virgen extra y la cocina de primera calidad. .

Reyes se detuvo en enumerar algunas de las propuestas que conformaron el programa de esta Fiesta, «medio centenar de actividades en las que el oro líquido y nuestra cultura olivarera son los protagonistas», para resaltar una calidad extra del producto estrella de Jaén, que es además, «sinónimo de la salud que nos aporta la Dieta Mediterránea, declarada por la Unesco Patrimonio Inmaterial de la Humanidad».



El público degustó una tostada gigante de 200 metros. /ag



la mayor feria del aceite de oliva del mundo tiene ya vendido el 85% de su espacio expositivo



expo

Jaén | 6-9 Mayo XVII Feria
Jaén (Spain) | May 6-9 Aceite
2015 XVII Intern

EXPOLIVA 2015 se celebra en el recinto de IFEJA, en Jaén, del 6 al 9 de mayo y, a cinco meses de su apertura, cuenta ya con el 85% de ocupación.

Sigue abierto el plazo para participar como expositor en la próxima edición de Expoliva, aunque si bien es cierto, las perspectivas no podrían ser más alentadoras para la organización de la feria, y es que a falta de apenas medio año para su celebración, el espacio expositivo alcanza una ocupación del 85% y un dato a destacar es que hay pabellones completos casi al cien por cien. Estas cifras avalan la importancia de un evento, que ha conseguido consolidarse como la cita más importante del sector en el ámbito internacional, además de convertirse en la primera feria mono producto del sector de la alimentación a nivel mundial.

Expoliva, la Feria Internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, constituye por lo tanto para expositores, compradores y visitantes una única y esencial oportunidad para cumplir sus objetivos, que este año se centrarán en candidatura del Paisaje del Olivar, como Paisaje Cultural Patrimonio de la Humanidad, además



Catas y degustaciones en el Salón Internacional del Aceite Oliva Virgen Extra. /ag

de los temas tratados en ediciones anteriores y que siguen estando de actualidad, como la reforma de la PAC, la vinculación del aceite de oliva y la salud, los aspectos medioambientales del olivar, la comercialización, la exportación, las buenas prácticas y el aceite de oliva en la gastronomía, entre otras.

Consumidores

Para los organizadores, es fundamental que Expoliva fomente los verdaderos prescriptores en el consumo del aceite de oliva que no son otros que las empresas y agricultores

que trabajan con el producto y conocen las verdaderas excelencias del aceite de oliva, tanto desde el punto de vista gastronómico como en los beneficios para la salud y hábitos de vida saludables.

El Recinto Provincial de Ferias y Congresos de Jaén volverá así, de nuevo a ser el epicentro mundial del sector del olivar, estando presentes durante los cuatro días de la feria, todos los sectores del mundo del aceite, el olivo y sus industrias afines como pueden ser, maquinaria oleícola, cooperativas, abonos y fertilizantes, envasadoras, distribuidoras, almazaras, etc.



oliva

Feria Internacional del
Aceite de Oliva e Industrias Afines
International Fair of the Olive Oil and Allied Industries

Un alto porcentaje de los expositores que estuvieron en la pasada edición repetirán en la del próximo 2015

Conviene destacar que uno de los datos que avala el éxito de esta feria es que un alto porcentaje de expositores repiten su presencia con respecto a la edición anterior, mostrándose así la satisfacción de las empresas que en ediciones anteriores acudieron a la muestra. Además de la consolidación de empresas que llevan años apostando por Expoliva, este año



De izda. a dcha., Fdez de Moya, Cañete, Grán y Planas, en la pasada edición de Expoliva. /ag

también contamos con un alto porcentaje de empresas nuevas con lo que la feria tendrá un espíritu renovado. Y es que los productores y comercializadores se están poniendo las pilas, Expoliva no sólo es una feria

de maquinaria y se renuevan las temáticas y se incluyen nuevas empresas de nuevos sectores vinculados con el olivar.

Tras la reciente incorporación de Armenia y Namibia, ya son 47 los países productores de aceite de oliva, repartidos por los cinco continentes, y este dato, hace que Expoliva, la mayor feria internacional del Aceite de Oliva e Industrias Afines, cobre aún más protagonismo, si cabe, ya que todos los países, empresas, productores, comercializadores... que quieran estar al día de las últimas novedades y tendencias del sector, tienen que estar presentes y participar en Expoliva de una u otra manera.



Los datos provisionales de la Expoliva'15

-Ocupación:

* Pabellón Interior: 98%

*Pabellón Exterior Cubierto: 75%

*Pabellón Exterior Total: 80%

* Carpa: 80%

-Expositores confirmados:

*188 Expositores nacionales.

*21 Expositores internacionales.

-Países: Túnez, Argentina, Alemania, Italia, Francia, Holanda, Eslovenia, Portugal, Turquía, China.

-En la Expoliva'13: Más de 30.000 metros cuadrados en 4 pabellones, con más de 320 empresas expositoras procedentes prácticamente de todas las provincias españolas y de 12 países extranjeros, más de 500 marcas representadas y 36.000 visitas profesionales, de ellos 2.500 provenían de fuera de España.



Autoridades visitando el pabellón exterior de la edición 2013 de la muestra aceitera. /ag

Tres vías para cubrir los riesgos climáticos no controlables en tu explotación

20
COSECHA
15/16 **A**groseguro presenta su Seguro para Explotaciones

Olivareras, mediante el que a través de 3 módulos el olivarero cubre los daños de sequía, pedrisco...y otros riesgos climáticos no controlables.

¿Qué riesgos y daños me cubre?

Cubre:

En producción: los daños en cantidad ocasionados por los riesgos de pedrisco, riesgos excepcionales (fauna silvestre, incendio, inundación-lluvia torrencial, lluvia persistente y viento huracanado) y resto de adversidades climáticas.

Además, en el caso del riesgo de pedrisco, cubre también los daños en calidad para el cultivo de aceituna de mesa.

En plantación: los daños ocasionados por los mismos riesgos cubiertos en producción, excepto la sequía.

En instalaciones: los daños ocasionados por cualquier riesgo climático no controlable por el agricultor.

¿Qué opciones de aseguramiento tengo?

Módulo 1

Cubre todos los riesgos garantizados por explotación. Con la posibilidad de escoger capital garantizado, según productor.

Módulo 2

Cubre:

-Pedrisco y riesgos excepcionales, por parcela.
-Resto de adversidades climáticas, por explotación.

Con la posibilidad de escoger capital garantizado, según productor.

Módulo P

Cubre los daños ocasionados por pedrisco y riesgos excepcionales por parcela.

Todos los módulos cubren los daños en instalaciones por parcela

¿Cuándo puedo contratar el seguro?

MÓDULOS 1 y 2:

Ambos módulos se pueden contratar desde el 1 de octubre hasta el 15 de diciembre de 2014.

MÓDULO P:

Desde el 15 de marzo hasta el 30 de junio de 2015.

¿Qué bonificación tiene este seguro?

El seguro establece hasta un 25% de bonificación sobre la prima del seguro para el módulo P.

Se mantiene el 5% de bonificación para aquellos que renueven los módulos 1 y 2.

¿Qué subvención tiene este seguro?

La subvención que concede el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente a través de ENESA para estos seguros puede llegar hasta:



TIPO DE SUBVENCIÓN	POR MÓDULOS		
	1	2	P
Base	38	21	9
Contratación Colectiva	5	5	5
Características Asegurado	14	10	8
Renovación	5	5	5
Reducción riesgo y condiciones productivas	3	-	-
TOTAL SUBVENCIÓN MÁXIMA	65%	41%	27%

Consulte con su mediador la subvención que le corresponde en función de las características de su explotación; así como la subvención que pueda conceder su Comunidad Autónoma.

la firma presenta su nuevo esparcidor de estiércol, abonos y compost



Se trata de un producto que permite realizar la tarea de esparcido tanto a izquierda como a derecha o a ambos lados a la vez, e incluso por la zona trasera, altamente adaptable.

Herculano Alfaías Agrícolas S.A. (Grupo Ferpinta) presenta a los agricultores, distribuidores y a los clientes finales el nuevo esparcidor de estiércol H2RSP, un producto capaz de dar respuesta a las necesidades del sector en materia de abonado de plantaciones de oliva, pero también de viñas y otros frutales.

Este producto amplía la extensa gama de esparcidores que el fabricante portugués ya tiene en

aspectos como la carga o el espacio donde deseamos que caiga el producto.

Así, el esparcidor cuenta con una caja bañera cónica, con una capacidad de 3 metros cúbicos que es ampliable hasta los 5 metros con sobrelaterales. Está dotado también con una cinta transportadora hidráulica con cadenas de alta resistencia (cadenas marítimas) y puerta frontal hidráulica.



ambos lados a la vez, e incluso por la zona trasera, un aspecto que hacen de este esparcidor de Herculano ser un equipo altamente adaptable a cualquier necesidad y/o cultivos.

el mercado (desde 4 hasta 18 metros cúbicos). Este equipo responde a las necesidades de distribución de estiércoles, abonos y compost en las plantaciones de olivar fundamentalmente, viña y frutales ya que es capaz de localizar el material cerca de los troncos de los árboles y plantas.

Para dar esa respuesta a las necesidades del agricultor, este esparcidor cuenta con unas características técnicas que cubren

La lanza del esparcidor es totalmente orientable hidráulicamente, para dar poder llegar al espacio justo que deseamos con el producto, y es también rebatible.

Dotado también con freno hidráulico y vía del eje regulable, el esparcidor de estiércol H2RSP, ofrece nuevas ventajas de esparcido respecto a otros productos similares, ya que permite realizar la tarea de esparcido tanto a izquierda como a derecha o a



Una vez más, la compañía Herculano pone en el mercado un producto capaz de satisfacer las demandas de los agricultores más exigentes y resolver las necesidades del sector.

MARIO PORCEL Y MERCEDES CAMPOS GANAN EL II PREMIO DE INVESTIGACIÓN EN OLIVAR DE LA FUNDACIÓN CAJA RURAL DE JAÉN

La sede en Geolit de la caja jiennense acogió a finales de octubre la entrega de este reconocimiento así como una conferencia ofrecida por Luis Folqué.

El jurado del premio convocado por la Fundación Caja Rural de Jaén concedió el máximo galardón del II Premio de Investigación Científica en Olivar y Aceite de Oliva a Mario Porcel Vilches y Mercedes Campos Aranda por el trabajo titulado «Bioecological Study of the Chrysopidae Family (Insecta: Neuroptera) in Olive Orchards and Population Growth and Conservation Perspective».

Cobertura Vegetal en el Olivar Jiennense».

Se trata de la segunda edición de un premio que ya goza de un reconocido prestigio y que en el mes de marzo, la Fundación Caja Rural de Jaén puso en marcha. La Fundación busca con esta iniciativa reconocer los trabajos realizados por investigadores en el ámbito científico, que contribuyan al avance en el conocimiento del olivar

en todas sus facetas, así como de todos los procesos de elaboración del aceite de oliva que puedan contribuir a la mejora social, económica y medioambiental del medio rural.

Los trabajos recibidos para optar a la segunda edición de este premio versan sobre el olivar en cualquiera de sus aspectos susceptibles de estudio, como pueden ser el biológico, agronómico, legal y socio-

económico, centrándose en los procesos de elaboración de este producto y que supongan una mejora de la calidad del producto o eficiencia del proceso.

Aspectos

A la hora de adjudicar los premios el jurado ha valorado aspectos como la adecuación y calidad de la

metodología empleada en el trabajo para obtener resultados válidos; la relevancia de los resultados para la población; la originalidad; la utilidad, aplicabilidad de los resultados a la población; etc.

La decisión sobre los galardonados se cerraba en la reunión mantenida el pasado 9 de octubre cuando se llevaba a cabo el fallo del jurado formado por personalidades de reconocido



El presidente de la Fundación Caja Rural se dirige a . /ag



Foto de familia de los premiados con el presidente de la Fundación Caja Rural. /ag

Así mismo el segundo premio ha recaído sobre Javier Sanz Cañada, Manuel David García Brenes y Manuel Barneo Alcántara por el trabajo «El Aceite de Oliva de Montaña en Jaén: Calidad y Cadena de Valor». El primero de ellos está dotado con 5.000 euros y el segundo con 2.000 euros.

Mención

Así mismo se decidió por unanimidad del jurado otorgar una mención especial consistente en reconocimiento y placa al grupo de investigación formado por Susana Rams Sánchez, Milagros Saavedra Saavedra y Cristina Alcántara Braña por el trabajo con título «Prospección, Estudio y Evaluación de Musgos para su Implantación como



Público asistente al acto de entrega de los premios. /ag

prestigio como Manuel Parras, rector de la Universidad de Jaén y que ha ejercido de presidente; Francisco Molina, patrono de Fundación Caja Rural de Jaén y secretario del Jurado; Mercedes Fernández, jefa de la Unidad de Química Oleícola y Normalización del Consejo Oleícola Internacional; Gabriel Beltrán, responsable de Investigación de Olivicultura y Elaiotécnica del IFAPA; y Carlos Pinilla, profesor titular de la Universidad de Jaén en el área de Ingeniería Cartográfica, Geodésica y Fotogrametría y Delegado en Jaén del Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Andalucía.

Durante el acto de entrega, los asistentes han participado de una conferencia impartida por Luis Folqué, presidente del Comité Consultivo del Consejo Oleícola Internacional, que ha hablado sobre el «Aceite de Oliva de Jaén y el Grupo Sovena: Liderando el Presente y Construyendo el Futuro».



Mercedes Campos posa con el galardón. /ag

la Denominación de Origen Sierra Mágina premia la calidad de sus aceites

La institución jienense entregó un año más sus premios de la campaña 2013-2014 en la XV Fiesta del Olivar y del Aceite de Oliva Virgen Extra de Sierra Mágina, que se celebró en Jódar y que estuvo presidida por la consejera de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía, María Jesús Serrano.



Foto de familia de premiados y autoridades en el acto de Jódar. /ag

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina celebró en Jódar la entrega de los 'Premios a la Calidad 2014'. El acto, que tuvo lugar durante la XV Fiesta del Olivar y del Aceite de Oliva Virgen Extra de Sierra Mágina, estuvo presidido por la consejera de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Junta de Andalucía, María Jesús Serrano, el presidente de la Diputación de Jaén, Francisco Reyes, la delegada de la Junta en Jaén, Purificación Gálvez, el presidente de la Denominación de Origen Sierra Mágina, Rafael de la Cruz, el delegado territorial de Agricultura y Medio Ambiente, Julio Millán, el alcalde de Jódar, José Luis Hidalgo, y los presidentes de la S.C.A. Ntra. Sra. Pilar del Andaraje (Jódar) y la S.C.A. Santísimo Cristo de la Misericordia (Jódar). El acto estuvo



Rafael de la Cruz, presidente de la DO Mágina. /ag

Javier López, colaboraron también la Caja Rural de Jaén y la ADR Sierra Mágina.

Los galardones de esta campaña, que entregaron las diferentes autoridades y recogieron representantes de las empresas premiadas, fueron:

Premio Lechuza, a las almazaras que han conseguido una bodega con un mayor porcentaje de aceite virgen extra certificado por la denominación. Este premio contó con dos categorías:

-Bodegas pequeñas (menos de 800.000 kg)

Premio Lechuza: SAT Nuestra Sra. de la Esperanza (Mancha Real)

Primer accésit: SCA Trujal de Mágina (Cambil)

Segundo accésit: Monva, S.L. (Mancha Real)

-Bodegas grandes más de 800.000 kg)

Premio Lechuza: SCA Nuestra Sra. de los Remedios (Jimena)

Primer accésit: SCA. Santísimo Cristo de la Misericordia (Jódar)

Segundo accésit: SCA. San Isidro (Huelma)

Premio Pregonero, a la envasadora que ha

comercializado un mayor cantidad con DO fuera de la provincia de Jaén: Entidad premiada: Aceites Andaluces Sierra Mágina, S.L. (Bedmar) que envasa con la marca Magnasur.

Reconocimientos 100% Virgen Extra

Por otro lado, el Consejo Regular de la DO acordó entregar el reconocimiento persona '100% Virgen Extra' a la periodista de Canal Sur y Directora del programa radiofónico 'Entreolivos', Marga Reig, por su labor de promoción y defensa del virgen extra en general, y del de la DO Sierra Mágina, en particular.

Premios Alcuza (al mejor aceite de oliva virgen extra de la campaña 2013-2014) fallados el pasado 31 de enero por un jurado de expertos en valoración organoléptica.

Premio Alcuza: Aceites Perales, con su aceite envasado bajo la marca 'Pradulivo Supreme'.

-Primer Accésit: SCA Nuestra Sra. de los Remedios con su marca Oro de Cánava.

-Segundo Accésit: Monva, S.L. de Mancha Real con su marca Dominus Cosecha Temprana.

Antes de la celebración de la Fiesta del Aceite, las autoridades inauguraron la remodelación de la Cooperativa Nuestra Señora del Pilar del Andaraje en Jódar.



El presidente de la Diputación, entregó un premio. /ag



La consejera, inaugurando la cooperativa. /ag

OFICINA DE
PRENSA

PUBLICA
CIONES

AGENCIA
NOTICIAS

IMAGEN
CORPO
RATIVA

CONTE
NIDOS
WEB



multi**press**

servicios integrales

en comunicación

www.multipressjaen.es

El PDR 2014/2020 fomentará la diversificación económica de los municipios andaluces

El gasto público total para desarrollo rural en Andalucía para los próximos seis años rondará los 2.450 millones de euros.

El nuevo Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Andalucía para el periodo 2014-2020 destinará más de 1.800 millones de euros para «mejorar la sostenibilidad económica, social y ambiental del campo andaluz y hace una clara apuesta por el relevo generacional», según la consejera Elena Víboras. «Un PDR diseñado por la Junta de Andalucía de manera estratégica para un nuevo escenario con el que se pretende ofrecer las soluciones adecuadas y las propuestas necesarias a los agricultores y ganaderos de nuestra Comunidad», resaltó.



Los núcleos rurales, beneficiarios de la acción de los grupos de desarrollo. /ag

El gasto público total para desarrollo rural en Andalucía para los próximos seis años rondará los 2.450 millones de euros. El Programa presentado por Víboras contiene las 15 medidas que gestionará la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, con un presupuesto de más de 1.800 millones de euros. El resto, lo gestionarán otras consejerías de la Junta de Andalucía. De los 1.800 millones de euros que gestionará la

Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, 1.418 proceden del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader).

Recorte del 10%

La consejera recuerda que este Programa nace con un presupuesto menor que el del marco anterior porque «Andalucía ha sido la única Comunidad Autónoma a la que se le ha reducido la asignación del Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (Feader), concretamente 211 millones de euros, un 10% menos que en el anterior marco». A ello se suma la reducción de la cofinanciación del Ministerio, lo que significa que el medio rural andaluz dispondrá de 47 millones de euros menos procedentes del Estado para apoyar sus inversiones.

Teniendo en cuenta esta situación, «desde Andalucía hemos hecho un esfuerzo por ofrecer un PDR acorde con las necesidades del sector, optimizando los fondos europeos, maximizando las inversiones y la generación de empleo», ha subrayado.

De los 1.800 millones de euros, que gestionará la Consejería, se destinarán 893 millones de euros para lograr un sector agroalimentario más competitivo a través de inversiones en explotaciones, industrias e infraestructuras; y 625 millones de euros para seguir mejorando la sostenibilidad del campo andaluz a través de las ayudas agroambientales, la agricultura ecoló-



Presentación del nuevo PDR de Andalucía. /ag

gica o el bienestar animal.

Grupos de desarrollo

A ello se suman 248 millones de euros para el desarrollo territorial, a través del enfoque Leader, que desarrollan los Grupos de Desarrollo Rural; y 37,5 millones de euros de asistencia técnica, para una mejor gestión. Para la concesión de financiación pública a los proyectos que se presenten, se tendrá una consideración prioritaria a aquellos que tengan un componente innovador, cuenten con jóvenes y mujeres en las entidades promotoras, pertenezcan a entidades asociativas y tengan una orientación ecológica, que es un elemento diferenciador de la producción andaluza.

Este nuevo PDR cuenta, también, con un subprograma específico para el Olivar, con 16 actuaciones presupuestadas en 304 millones de euros, que dotará de contenido financiero al Plan Director del Olivar. De igual forma, el nuevo PDR permitirá dotar de presupuesto al Plan Director de la Dehesa y al III Plan Andaluz de Agricultura Ecológica, que actualmente se están elaborando.

Una vez presentado el nuevo PDR ante la Comisión Europea, se abre un periodo de seis meses de negociación con la Comisión, hasta que se aprueben los documentos definitivos.

LA PRODUCCIÓN ACEITERA IMPULSA LA RENTA AGRARIA ANDALUZA, QUE ALCANZÓ LOS 6.876 MILLONES EN 2013

Según el informe anual del sector primario elaborado por Unicaja, en 2013, la renta agraria en Andalucía ha alcanzado los 6.876,5 millones de euros, lo que supone un aumento del 1,7% con respecto al año anterior, si bien, en términos reales, se ha producido un descenso cercano al 6,5%. Este incremento ha sido más moderado que el registrado en España (7,7%), y contrasta con la caída observada en el conjunto de la UE-28 (-1,6%). La renta agraria andaluza representó el 28,5% del total nacional en ese período.

Tanto la renta agraria por ocupado como la renta por activo han mostrado un mejor comportamiento que en el año anterior, ya que el incremento de la renta agraria ha venido acompañado de una caída de la ocupación (-3,2%) y de la población activa (-1,5%). De este modo, la renta agraria por ocupado en Andalucía ha aumentado en términos anuales en torno a un 5,0%, alcanzando los 35.187,4 euros.

Provincias

Por provincias, las estimaciones reflejan diferencias significativas, resultando determinante la evolución de la producción agrícola, ya que ésta representa más de tres cuartas partes de su producción agraria. Así, en 2013, la renta agraria

Por su parte, la producción agraria aumentó un 1,8% con respecto a 2012, alcanzado los 9.297,5 millones de euros, representando la región andaluza el 21,0% de la producción total de España.



Las frutas y hortalizas supusieron más del 40% de la producción agraria de Andalucía. /ag

ha aumentado en seis de las ocho provincias andaluzas, en mayor magnitud en las provincias de Sevilla (23,0%), Almería (22,7%) y Córdoba (10,6%). Por el contrario, ha disminuido en Jaén (-42,3%) y Huelva (-12,7%).

Producción agraria

Por componentes, el valor de la producción agraria andaluza ha registrado una tasa de variación anual del 1,8%, en términos nominales, alcanzando los 9.297,5 millones de euros, lo que representa el 21% del total nacional. Este incremento, inferior al registrado por el conjunto de España, se ha debido, exclusivamente, al crecimiento registrado por los precios, en torno al 6,0%, ya que la producción ha descendido, en términos reales, alrededor de un 4,0%.

Este comporta-

miento responde, fundamentalmente, a la evolución de la producción agrícola, que representa el 84,4% de la producción agraria andaluza. En 2013, la producción agrícola se ha situado en 7.849,0 millones de euros, un 2,0% superior a la del año anterior. En este caso, el incremento de los precios agrícolas (7%) consigue compensar la caída de la producción, cercana al 5%.

En términos nominales, el valor de la producción ha crecido en la mayor parte de los cultivos, destacando los correspondientes a la aceituna (aceituna de mesa y aceituna de almazara que elabora la industria) superior al 100%, y por encima del 30% para los cereales, la flor cortada, los tubérculos y las leguminas. Del mismo modo, la producción de hortalizas, que representa casi el 41% del valor de la producción agrícola andaluza, ha registrado un crecimiento significativo (6,3%). Por el contrario, ha descendido el valor de producción del vino (-6,4%) y del aceite de oliva (-54,4%). Para esta última no hay que olvidar que se valora la campaña 2012/2013, cuya producción fue excepcionalmente reducida con respecto a la media de años anteriores.



INFORME ANUAL DEL SECTOR AGRARIO EN ANDALUCÍA 2013

reclaman que el relevo generacional en el campo sea **prioridad** el nuevo PDR

Coag-Andalucía ha pedido presupuesto suficiente, estabilidad en los criterios de baremación de las solicitudes para la incorporación de los jóvenes, coherencia con respecto a otras comunidades autónomas y mayor coordinación y agilidad en las resoluciones.

Coag Andalucía ha reclamado a la Consejería de Agricultura que haga una apuesta por la modernización de explotaciones y el relevo generacional, como claves para el futuro de la actividad agraria en Andalucía y pilares del nuevo PDR.

El objetivo, como señaló en octubre pasado el secretario general de COAG Andalucía, Miguel López, es que ningún joven que quiera incorporarse a la actividad y que cumpla los requisitos quede excluido de los apoyos públicos. «Si viniera una empresa a contratar a esos jóvenes se pararía el mundo».

Esta organización agraria ha denunciado en numerosas ocasiones que la política de incorporación de jóvenes en Andalucía, siendo estratégica, se ha caracterizado en los últimos tiempos por una gestión inadecuada, con años en los que no se abrió la ventanilla, retrasos en la tramitación, falta de coordinación entre departamentos implicados, reducciones del presupuesto inicialmente destinado a esta medida en el PDR... En 2012, cuando las solicitudes de incorporación crecían un 80% en España, Andalucía no abrió ventanilla. Y en la convocatoria de 2013, de los 600 solicitantes que cumplían los requisitos, inicialmente sólo se atendió a 94, y posteriormente se incrementó el presupuesto, pero apenas se atenderá a la mitad.

Sólo 37 jóvenes

Esta organización agraria recuerda que en el marco anterior, de los 5.900 jóvenes que accedieron a la Reserva Nacional en España, sólo 137 fueron andaluces, que disfrutaron de menos de 1,6 millones de euros (el 4,6% de un total de casi 35M•). Este dato contrasta con los de Aragón, donde



accedieron 633 jóvenes; Castilla la Mancha, con 714, o Castilla y León, con 875 (entre las tres superaron los 22 M• para jóvenes).

Estas comunidades autónomas enfocan de manera más adecuada su política de incorporación de jóvenes, por ejemplo no aplicando el principio de concurrencia competitiva, sino dando la ayuda a todos los solicitantes que cumplen los requisitos, o incluyendo en las convocatorias el arrendamiento y la compra de tierras como inversión auxiliar.

Nueva convocatoria

Así, para el próximo marco, nuestra comunidad contribuye con casi 200 millones de euros (45M• en 2015 (3% del sobre andaluz) y 29M•/año (correspondientes al 2% que les destina la nueva PAC)). Por eso, COAG Andalucía reclama a la Consejería de Agricultura que abra una nueva convocatoria para incorporación de jóvenes y que la resuelva a tiempo para que todos los beneficiarios puedan acceder a la Reserva Nacional, de manera que Andalucía tenga opciones

de disfrutar de una mayor parte del dinero que aporta para este fin.

No podemos olvidar que según Eurostat, por cada agricultor profesional que se incorpora se generan entre 8 y 10 empleos asociados. Además, el apoyo a la incorporación es un incentivo a la iniciativa empresarial, que trae consigo un compromiso de inversión del agricultor que se incorpora, a lo que habría que sumar su aportación a la seguridad social y a la agencia tributaria, por la incorporación de los nuevos cotizantes. Es una oportunidad que Andalucía no puede perder.

El relevo generacional es fundamental en una región como la nuestra, donde el sector agrario, con una PFA de más de 10.000 M•, aporta el 20% del PIB y equilibra la balanza comercial con un superávit de más de 3.000 M•. Sin embargo, en estos momentos sólo el 6,4% de las más de 246.000 explotaciones andaluzas está en manos de menores de 35 años, mientras más del 55% de los titulares está por encima de los 55 años, y más del 31% supera los 65.

Fruit Attraction, escaparate para un sector que el año pasado **facturó** casi **2.000 millones** en Andalucía

Durante tres jornadas, del 15 al 18 de octubre, una treintena de cooperativas andaluzas promocionaron sus productos en la VI edición de Fruit Attraction, en Madrid. Las principales provincias productoras, Almería, Granada y Huelva, son las que cuentan con una mayor presencia física en la muestra, no obstante, cooperativas de Sevilla, Córdoba, Málaga y Cádiz, también ocuparon su lugar en esta feria, que contó también con la presencia de la Junta, Susana Díaz.

El consejero delegado de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, Agustín González, destacó durante su visita en la jornada inaugural «la gran variedad de las frutas y hortalizas andaluzas promocionadas, así como el potencial de todas estas cooperativas, muchas de ellas líderes en su ramo a nivel nacional e incluso internacional». Asimismo, subrayó que las cooperativas hortofrutícolas facturaron 1.929 millones de euros en 2013, un dato realmente a resaltar teniendo en cuenta que el valor de la producción andaluza en el sector rozó, en el mismo ejercicio, los 4.600 millones de euros.

Veto ruso

En la apertura de la muestra, la presidenta de la Junta de Andalucía, Susana Díaz, inauguró el espacio expositivo de la Junta, con más de 3.200 metros cuadrados que dio cabida a un

Las frutas y hortalizas andaluzas estuvieron en esta muestra que se desarrolló en Madrid el pasado mes de octubre. Una treintena de cooperativas andaluzas promocionaron sus productos en la VI edición de la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas, Fruit Attraction.



Susana Díaz y Elena Vitoras, en el stand de los productos andaluces. /ag

total de 67 entidades andaluzas del sector. Díaz aprovechó su para pedir que se aligeren gastos energéticos injustos para los agricultores y que se solucionen algunos problemas concretos del sector hortofrutícola como el veto ruso, cuestión sobre la que dijo confiar en la capacidad de Andalucía de "exportación y de encontrar nuevos mercados" para aliviar en cierta medida una decisión como ésta. La presidenta aseguró que en la actualidad Andalucía "representa el 35% de las exportaciones de fruta y hortalizas de España, casi un 7% de Europa", siendo más de 8 millones de toneladas las exportadas por Andalucía en 2013.

Presencia de Andalucía

Procedentes de Almería, asistieron las cooperativas Casi, Coprohníjar, Ejidomar, Hortichuelas, Indasol, Unica Group, Vicasol y Dunamar SAT. Por parte de Granada, fueron también ocho las cooperativas que se desplazaron al centro neurálgico del comercio hortofrutícola

estos días. Concretamente, Centro Sur, Cosafra, El Grupo, Granada La Palma, Hortovilla, Los Gallombares, Los Fresnos y Procam



Presencia de la fresa de huelva. /ag

Si Almería y Granada llevaron hasta Madrid una variada oferta, principalmente de hortalizas, Huelva centró su promoción en las fresas y berries a través de cooperativas como Cuna de Platero, Fresón de Palos y Grufesa SAT, las cuales asistieron de la mano de Freshuelva.



Tejerina, Díaz y Vitoras, en la muestra. /ag

AGUSTÍN RODRÍGUEZ, REELEGIDO OTROS CUATRO AÑOS AL FRENTE DE LA UPA JAÉN

Agustín Rodríguez Sánchez fue reelegido secretario general de UPA-Jaén con el 98,38 por ciento del apoyo del 8º Congreso de la organización, celebrado a primeros de noviembre en Jaén. La nueva ejecutiva estará compuesta por dieciséis miembros, por lo que se amplía en tres el número de personas que trabajarán por defender los intereses de los agricultores y ganaderos de Jaén en los próximos cuatro años.

El reelegido afirmó que «si no existiera nuestra organización cosas como la PAC serían diferentes o el peso que tiene el regadío en esta provincia no sería el mismo, pero sobre todo no se centraría tanto la atención en un modelo de agricultura que defendemos, la explotación familiar agraria».

Por ese motivo, para los próximos cuatro años, Rodríguez avanzó que el objetivo de esta ejecutiva es «precisamente, de una vez por todas, conseguir que en este país haya reglas que garanticen un reequilibrio de los precios en la cadena alimentaria. En el balance final de la campaña pasada se ha comprobado que no por producir más esta provincia recibe más renta, por lo que tenemos que organizar nuestras ventas, tenemos que aprender a

vender y dimensionar nuestras empresas para conseguir más renta y valor añadido para esta provincia».

Al respecto, el secretario de UPA-Jaén ofreció un dato muy significativo: «El peso de la producción asciende a 1.500 millones de euros. Si lo comparamos con el precio final de venta al público, entre las exportaciones y el consumo interior, que se sitúa en los 4,5 euros, frente a los 2 euros que recibimos los agricultores, estamos hablando de 3.400 millones. Hay un trecho muy importante y, por supuesto, margen para que este olivar, que es el más competitivo del mundo, pueda sacar mayor renta para esta provincia».

Igualmente, Agustín Rodríguez avanzó que los próximos cuatro años UPA-Jaén reforzará su trabajo en la concentración de la oferta, que es «nuestro talón de Aquiles», pero también exigir el funcionamiento de la cadena alimentaria. «Hay que desterrar a quienes utilizan prácticas abusivas en el aceite de oliva y profundizar en el reequilibrio de los precios».

La Ejecutiva de UPA-Jaén

-Agustín Rodríguez (Secretario General), Luis Miguel Martínez (Vicesecretario General de Agricultura y Mercados), Yolanda Ramírez (Secretaria de Organización y Finanzas), José Antonio Torres (Secretario de Ganadería), José Luis Olivares (Secretario de Regadíos y Medio Ambiente), Adolfo Sánchez (Secretario de Producciones Ecológicas), María Inés Casado (Secretaria de Igualdad), Rafael de la Cruz (Secretario de Desarrollo Rural) y Montserrat Moyano (Secretaria de Innovación y Ciencia). El resto de los miembros de la Ejecutiva son Ana Dolores Rubia, Cristóbal Cano, José Antonio Martos, Francisca Gutiérrez, Antonio María Rubio, Emilio de la Torre y Manuel Risoto (Secretarios Ejecutivos).



Foto de familia de la ejecutiva de UPA-Jaén, tras el congreso. /ag



SUSCRIPTORES

Súscríbete y recibe en casa la primera revista de información sobre el sector agroganadero andaluz.

Un año de suscripción (6 números)

España: 20 euros. Otros países: 25 euros

Solicítala por fax: 953 226 373
o al e-mail: agranda@multipressjaen.es



agranda
Andalucía Agraria

*Toda la información sobre
el olivar y el aceite*

datos de la campaña, producción,
comercio, precios, consumo,
exportaciones

www.noticiasdejaen.es



Ahora en un solo click

