

agr^onda
Nº 55
Día 21
andalucía agraria



producción aceitera a la baja

[Andalucía producirá 1.050.000 Tm]
[Jaén 400.000 y España 1.300.000 Tm]

*Los primeros financiando
tus operaciones agrarias*



**CAJA RURAL
JAÉN**

www.ruralvia.com

Más de 170 oficinas a su servicio



Degusta
Jaén[®]



www.degustajaen.com

tema del mes **5/27**

LA CLIMATOLOGÍA MERMA LA PRODUCCIÓN ACEITERA ANDALUZA

Opinión

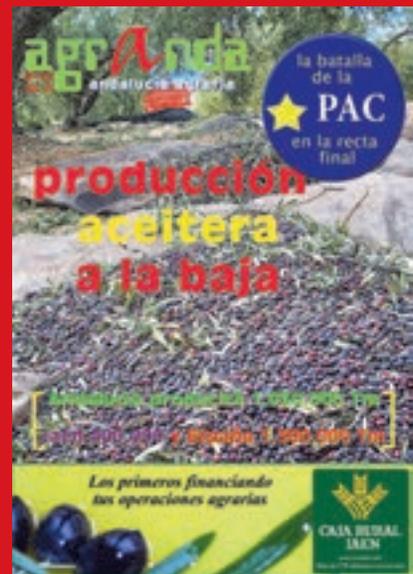


Cristóbal Cano
Secretario de
UPA-Jaén



Juan Luis Ávila
Secretario de
COAG-Jaén

El olivar andaluz está inmerso estos días en una campaña aceitunera que llega con unas previsiones de recorte que se sitúa entre el 4 y el 8% en las principales zonas productoras. Así, según los datos oficiales del Aforo de la Junta de Andalucía, presentado en septiembre, la Comunidad andaluza producirá en torno al millón de toneladas, un 6,4% menos que la pasada campaña. Para afrontar la recogida de la aceituna y su molturación se precisarán algo más de 19 millones de jornales. Por su parte, Jaén, producirá unas 480.000 Tm de aceite, un 8,4% menos que el año pasado.



balance campaña 20/21 **17**



La campaña 2020/2021 finalizaba el 30 de septiembre en España con una producción de 1.389.500 toneladas de aceite, unas ventas que están batiendo récords mes a mes (1.634.000 tm) y un enlace de los más bajos, el más reducido de lo que va de siglo (422.000 tm).



el primer AOVE de la campaña
en Sierra Mágina (Jaén)

VENTA ON LINE **RÁPIDA**
SEGURA

MUY PRONTO en
la alhacena.com

agranda

DIRECTOR: Antonio Martínez. EDITA: MULTIPRESS, SL. Joaquín Noguerras, 3 bajo. 23007-Jaén. PUBLICIDAD: Tlf. 953 295 067. REDACCION JAEN: Antonio G Martínez, Ana B Sola. Tlf. 953 295 067 Fax: 953 226 373. e-mail: agranda@multipressjaen.es. CORRESPONSAL ALMERIA: Eunat Serrano. Tlf. 635 715 752 e-mail: agrandalmeria@multipressjaen.es. FOTOGRAFÍAS: Manuel Miró, Multipress, Enrique y Agencias. ASESOR EDITORIAL: Enrique Antón. MAQUETACION y DISEÑO: GM&P. Depósito Legal: J/631/04. TIRADA: 5.000 ejemplares. © MULTIPRESS, SL. Prohibida la reproducción total o parcial, por ninguna vía, de los contenidos de esta revista, sin autorización previa por escrito del editor.

www.multipressjaen.es - www.noticiasdjaen.es

Producción de Aceite de Oliva España, Andalucía y Jaén

COMPARATIVA CAMPAÑAS 12/13 A 21/22 Datos en miles de toneladas. Fuente: AICA

CAMPAÑA	21/22*	20/21	19/20	18/19	17/18	16/17	15/16	14/15	13/14	12/13
España	1.300	1.389	1.125	1.789	1.260	1.286	1.401	841	1.780	616
Andalucía	1.050	1.111	900	1.461	957	1.055	1.122	675	1.474	477
Jaén	480	524	398	665	391	505	531	231	751	141

(*) Datos Aforo oficial Junta Andalucía. Septiembre/21 ● Récord producción ● Menor producción

PREVISIONES

campaña aceitera 21/22

España

1.300.000 tm
-6,4% sobre la
pasada

Jaén

480.000 tm
-8,4% sobre
la pasada

Andalucía

1.050.300 tm
-5,5% sobre la pasada

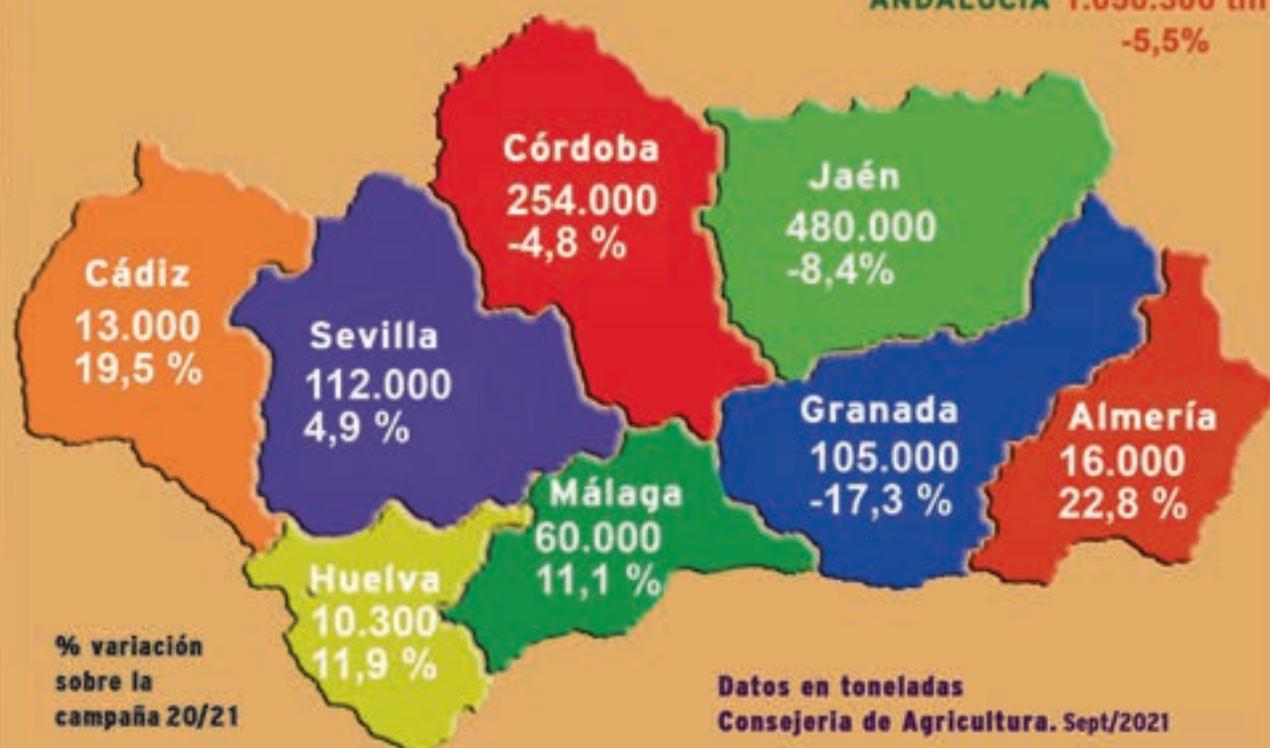
La sequía merma la producción en Andalucía

Andalucía producirá 1.050.300 toneladas de aceite de oliva en la campaña 21/22, un 5% menos que la pasada. Y eso, a pesar de las calamidades climatológicas vividas por el campo este último año, con tal escasez de lluvia que ha situado a la Comunidad Autónoma en estado de casi sequía oficial.

La consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, presentó en septiembre, en el marco de la Feria Internacional del Aceite de Oliva Virgen Extra e Industrias Afines, Expoliva, el aforo de producción del olivar de la próxima campaña, que prevé sobrepasar el millón de toneladas de aceite de oliva (1.050.300 Tm) y superar los 5,25 millones de toneladas de aceituna para molturar en 2021-2022. En el caso del aceite, esta cantidad supone una reducción del 5,5% respecto a 2020-2021 y un descenso del 4,5% en comparación con la media de las cinco últimas campañas.

Aforo Oficial de la 'Campaña Aceitera 2021/2022 en Andalucía

ANDALUCÍA 1.050.300 tm
-5,5%





La consejera de Agricultura, Carmen Crespo, en la presentación del Aforo del Oliva y el Aceite de la campaña 21/22, en el marco de la Expoliva. /ag

El aforo de la Junta estima que la Comunidad Autónoma andaluza alcanzará en la próxima campaña las 438.700 toneladas de aceituna de mesa, un dato que supone una bajada del 9,7% respecto al pasado año y del 7,6% en comparación con el promedio del último lustro.

Por provincias, Jaén concentra el mayor volumen de aceituna para almazara y aceite, ya que las previsiones apuntan a que este territorio alcanzará en la próxima campaña los 2,2 millones de estas aceitunas y las 480.000 toneladas de aceite de oliva.

Durante la presentación, la consejera Carmen Crespo calificó al olivar como «un cultivo fundamental» para la región, afirmando que es «Marca España y Marca Andalucía» porque el 97% de los pueblos andaluces cuentan con superficie dedicada a este cultivo y unos «300 pueblos de Andalucía viven del olivar». Asimismo, ha destacado también



la «fuerza tractora» del sector agroalimentario andaluz, que está «liderando en este momento el mercado mundial» con un crecimiento del 14% de las exportaciones de aceite de oliva en los siete primeros meses de 2021 con respecto al mismo período de 2020. En concreto, se han alcanzado los 1.500 millones de euros en ventas internacionales de este alimento andaluz y, como ha resaltado la consejera, las exportaciones de aceite de oliva virgen extra, en concreto, han ascendido un 12% hasta alcanzar los 943 millones de euros.

Además, Carmen Crespo señalaba que «Andalucía también

es líder en exportaciones de aceituna de mesa, que en 2020 rozaban las 280.000 toneladas

con un valor de 400 millones de euros».

Entre otras cuestiones, la titular de Agricultura apuntó que «estamos en un tiempo especialmente condicionado por la climatología» y se ha referido a que circunstancias como «la escasez de lluvia, especialmente en primavera, y tras un año agrícola con déficit hídrico apreciable», así como las altas temperaturas, «se reflejan en el olivar». La consejera se ha mostrado esperanzada en que las lluvias mejoren la situación y ha recordado que, entre otros factores externos, la evolución de la climatología durante los próximos meses «puede hacer variar las estimaciones de este aforo» cuyos datos se han obtenido mediante un método «objetivo y fiable».

Los datos del olivar

La presentación del aforo del olivar de Andalucía para la campaña 2021-2022, ha contado también con la presencia del presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes, y con representantes de organizaciones agrarias (Asaja, COAG, UPA y Cooperativas Agroalimentarias) y de entidades del

sector como la Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo (ANEOR), la Asociación de Exportadores de Aceitunas de Mesa (Asemesa), la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac), la Asociación Española de la Industria y el Comercio Exportador del Aceite de Oliva (Asoliva), la Federación Española de Industriales y Fabricantes de Aceite de Oliva (Infaoliva) y la Fundación del Olivar.



Foto de familia en la presentación del Aforo oficial del aceite en la Expoliva /21. /ag

por provincias Jaén, a la cabeza

Por provincias, Jaén concentra el mayor volumen de aceituna para almazara y aceite, ya que las previsiones apuntan a que este territorio alcanzará en la próxima campaña los 2,2 millones de estas aceitunas y las 480.000 toneladas de aceite de oliva.

Por otro lado, en Córdoba se espera una producción de 1,3 millones de toneladas de aceituna para almazara y de 254.000 toneladas de aceite; en Sevilla, 640.000 toneladas de aceitunas y 112.000 toneladas de aceite; en Granada, 514.000 toneladas de aceituna para molturar y 105.000 toneladas de aceite de oliva; y en Málaga, 315.000 toneladas de aceitunas y 60.000 toneladas de aceite.

En el caso de Almería, la estimación asciende a 84.000 toneladas de aceitunas dirigidas a almazara y 16.000 toneladas de aceite de oliva; en Cádiz, a 75.000 toneladas de aceitunas y 13.000 toneladas de aceite; y en Huelva, a 59.000 toneladas de aceituna

para molturar y 10.300 toneladas de aceite de oliva.

En cuanto al aceite de oliva ecológico, las estimaciones de la Junta apuntan a una producción de unas 21.500 toneladas para 2021-2022 repartidas entre las ocho provincias andaluzas. En este caso, Córdoba reúne el mayor volumen (8.900 toneladas) al concentrar el 41,4% del total de la producción regional. Le siguen Sevilla (4.100 toneladas) y Huelva (2.700 toneladas). En Granada se prevé una producción de 2.300 toneladas de aceite de oliva ecológico; en Jaén, 2.200 toneladas; en Almería, 700 toneladas; en Málaga, 400 toneladas; y en Cádiz, 200 toneladas. Al respecto de este sector, Carmen Crespo destacó la «apuesta decidida por un mercado cada vez más creciente que demanda un producto de máximo respeto al medio ambiente».

Aceituna mesa

Por su parte, las 438.700 toneladas de aceituna de mesa



Carmen Crespo y Francisco Reyes, en el acto. /ag

previstas para 2021-2022 se obtendrán, principalmente, en Sevilla (301.000 toneladas), Córdoba (80.000 toneladas) y Málaga (casi 51.000 toneladas). En Huelva se estima una producción de 5.400 toneladas de estos frutos; en Almería, 704 toneladas; en Granada, 118 toneladas; en Jaén, 516 toneladas; y en Cádiz, 55 toneladas.

En cuanto a las variedades de aceituna de mesa, en Andalucía destaca la Hojiblanca con el 56% de la producción global (cerca de 245.500 toneladas) y que se espera recoger, especialmente, en las provincias de Sevilla (121.000 toneladas), Córdoba (76.400 toneladas) y Málaga (45.700 toneladas).

Andalucía, más de 19 millones de jornales

«El olivar es ejemplo y eje vertebral de la economía de Andalucía», ha recalcado la consejera de Agricultura antes de referirse a los datos del aforo sobre el empleo que generará el olivar de almazara y aceituna de mesa en la próxima campaña. En total, se estima que pueda ascender a 19,2 millones de jornales.

Por un lado, el estudio elaborado por la Junta prevé que se generen 17,3 millones de jornales en Andalucía sumando la mano de obra relativa a las labores de cultivo y a la recolección de la aceituna para almazara. En concreto, 8,1 millones de estos jornales se corresponden con recolección (46,8% del total) y 9,2 millones con otros trabajos. En el caso de Jaén, se prevé 4 millones de jornales relativos a recolección (49% del total andaluz) a los que se suman más de 193.700 jornales en labores de molturación.

Por otro lado, atendiendo a las labores de campo para obtener aceituna de mesa, el número total de jornales previstos en Andalucía asciende a 1,96 millones. De ellos, 1,36 millones se corresponden con la recolección del fruto en el olivar. Destaca la provincia de Sevilla, donde se espera superar los 1,56 millones de jornadas que suponen más del 79% del total andaluz.

Consumo interno

El aforo apunta también que el consumo de aceite de oliva ha ascendido en España un 16% en 2020 al rozar las 412.680 toneladas valoradas en 1.215 millones de euros. En concreto, el aceite de oliva virgen extra ha registrado, como ha apuntado la consejera, «el aumento más señalado», ya que se ha incrementado en un 18,8% respecto a 2019. En el caso de Andalucía, las casi 73.800 toneladas de aceite de oliva (214 millones de euros) consumidas el pasado año han supuesto un incremento del 15,4% en comparación con 2019; y la compra de aceite de oliva virgen extra ha crecido un 16,5%.

En relación a la aceituna de mesa, el aforo recoge que su consumo ha crecido en 2020 un 18,5% en España al alcanzar las 132.775 toneladas (396 millones de euros); y se ha elevado en un 24% en Andalucía, ya que en este territorio se han consumido más de 50.840 tm valoradas en 58,8 millones de euros (15,7% del total nacional).

La superficie andaluza de olivar asciende a 1,6 millones de hectáreas y se dedica, principalmente, a la producción de aceituna de almazara (1,5 millones de hectáreas), ya que únicamente el 6% (98.700 hectáreas) tiene como finalidad la obtención de aceitunas de mesa. La provincia de Jaén concentra la mayor extensión de olivar cuyos frutos se destinan a molturación (588.000 hectáreas que suponen el 38% del total regional).



AGRICULTURA ESTIMA UNA PRODUCCIÓN DE 1,3 MILLONES DE TM ESTA CAMPAÑA 21/22

el dato

Las previsiones para España indican estabilidad en la producción y el mercado del aceite en la actual campaña 2021/22, en línea con la media de las 4 últimas.

Las estimaciones sitúan la campaña del aceite de oliva en torno a 1,3 millones de toneladas y 570.000 toneladas para la aceituna de mesa, cifra que indica estabilidad en la producción y el mercado del aceite de oliva en la campaña 2021/2022, en línea con la media de las últimas cuatro campañas y ligeramente por debajo de la campaña pasada.

Estas previsiones, confeccionadas a partir de los aforos comunicados por las comunidades autónomas y de los datos del propio sector, se han constatado hoy en la Mesa Sectorial del Aceite de Oliva y Aceituna de Mesa, que ha reunido a representantes del sector y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) para analizar el cierre de la campaña



anterior y las perspectivas de la actual 2021/2022.

La producción de aceite experimentará un ligero descenso en todas las comunidades autónomas, excepto en Extremadura, donde se podría llegar a obtener una cosecha récord. En el caso de la aceituna de mesa, que se encuentra en el ecuador de la recolección, la previsión de 570.000 toneladas implicaría un incremento del 5,7% respecto de la media de las últimas 4 campañas y un 4,3% respecto de la campaña pasada.

Asimismo, se han estudiado las previsiones de balance para el conjunto de la campaña, que supondrían un nivel de recursos suficiente para atender la demanda de

aceite de oliva del mercado nacional y las exportaciones, que no hacen prever grandes cambios en las cotizaciones.

Estos datos ponen de manifiesto que no será necesario activar el mecanismo de retirada de aceite de oliva (Artículo 167 bis del Reglamento comunitario), ya que no existen indicadores de posibles riesgos de desequilibrio en el mercado nacional.

De hecho, la escasez de precipitaciones en los últimos meses y la posibilidad de que esta situación influya a la baja en las previsiones de producción, refuerza aún más la idea de no recurrir al mecanismo de retirada que contemplan las normas de comercialización del aceite. Esta medida forma parte del decálogo que presentó el MAPA en junio del

(Pasa a la pag. siguiente)



(Viene de la pag. anterior)

año pasado para reequilibrar la oferta y la demanda.

Asimismo, se han analizado los datos de cierre de la campaña oleícola 2020/2021 en la que, con un total de 1.634.900 toneladas, se han alcanzado niveles de comercialización similares a la anterior y próximos al récord de la campaña 2013/14. La suspensión de los aranceles de Estados Unidos sobre productos agroalimentarios españoles, el pasado mes de marzo, ha tenido una inmediata repercusión en las exportaciones de aceite y aceitunas españolas al país norteamericano.

Destaca la recuperación del mercado interior que, con un total de 551.000 toneladas, alcanza la cifra más elevada en las últimas ocho campañas. Las exportaciones con 1.084.000 toneladas han superado la media en un +9 %, pero se han situado ligeramente por debajo de la campaña anterior en -3 %.

Los precios de aceite de oliva se mantienen, en la semana 41/2021, en niveles análogos a la media de las últimas campañas, superiores en un 52,4 % (+102,9 cént. •/kg.) a los registrados en la misma semana de la campaña anterior. En esa misma semana, las cotizaciones medias de aceituna de mesa cruda se sitúan en 68,35 •/100 kg. Según la variedad, los precios oscilan entre 120 •/100 kg. para la gordal y 57,87 •/100 kg. para la hojiblanca.






**Magna
Sur**

ACEITE DE OLIVA
VIRGEN EXTRA

EL NUEVO
ORO VERDE
PREMIUM

CAMPAÑA 20/21

www.aceitedeolivavirgenextramagnasur.com

EL SECTOR VALORA DE REALISTA UN AFORO QUE LLEGA UN MES ANTES DE LO HABITUAL

La UPA Andalucía lo califica de «realista siempre que se produzca un otoño lluvioso» y la COAG se pregunta por el excedente estructural tras dos campañas vendiéndose más que se produce.

Datos realistas que lanzan un mensaje de tranquilidad. Así valoraba el secretario general de UPA Andalucía, Cristóbal Cano, los datos del aforo de cosecha de aceite presentado por la consejera de Agricultura, Carmen Crespo, en el marco de Expoliva. El adelanto en su presentación (siempre se había hecho en octubre) venía motivado por la obligación de que la Junta entregase los datos al Ministerio antes del 1 de octubre debido a la entrada en vigor del mecanismo de autorregulación desde esta campaña. De ahí que, ante las dificultades que conlleva aforar los



olivares para la próxima campaña, UPA Andalucía destaca el esfuerzo de la Consejería y, sobre todo, que las cifras anunciadas son las que refleja el campo.

El secretario general de UPA Andalucía, Cristóbal Cano, destacaba dos datos por encima de

todos. El primero, que la producción de aceite de oliva en Andalucía será un 5,5% menos que la pasada campaña, hasta el 1.050.300 toneladas, y un 4,5% menos que la media de las últimas campañas. El segundo, que se está produciendo un importante crecimiento del consumo, tanto interno como en exportaciones. Sin embargo, considera que los rendimientos de un 21,5% que refleja el aforo son «peligrosos» porque están supeditados a la climatología. En Jaén, la producción estimada es de 480.000 toneladas, destacando el descenso de un 8,4% menos que la pasada campaña. También será menor la producción en Córdoba, un 4,8% y en Granada, un 18%, mientras que en el resto de provincias aumenta. En cuanto al enlace entre campañas, la Junta estima que habrá 432.000 toneladas.

Por su parte, El responsable de Olivar de COAG Andalucía, Juan Luis Ávila, se preguntaba dónde está el excedente estructural del aceite de oliva cuando, por dos años consecutivos, el consumo va a ser mayor que la producción y va a haber un enlace de campaña «muy justo», de los más bajos de la historia. Ávila señalaba que los datos de producción estiman unos rendimientos medios, que en el caso de la provincia de Jaén serían



del 21 %, por lo que si se produjera una situación como la de la anterior campaña, con rendimientos bajos, la producción sería mucho menor.

Para el responsable de UPA, «son datos realistas que lanzan un mensaje de tranquilidad a los mercados, lo que debe reflejarse en los precios en origen. Con este aforo presentado creemos que la estabilización de los precios tiene que mantenerse por encima de los costes de producción en el olivar tradicional, lo que supone una noticia muy importante para el sector. Sin embargo, el aforo, como viene siendo habitual todos los años, está supeditado a la climatología. Creemos peligroso el rendimiento previsto de un 21,5% porque todo va a depender de las lluvias que puedan producirse en otoño», concreta Cristóbal Cano.

Consumo

El notable incremento del consumo es una de las mejores noticias que puede recibir el sector en estos momentos, sobre todo después de estas dos últimas campañas de comercialización que

(Pasa a la pag. siguiente)

(Viene de la pag. anterior)

han batido récords. «Ahora más que nunca, el sector olivarero tiene en sus manos el futuro del aceite de oliva. Ya estamos viendo que los precios por encima de los costes de producción en el olivar tradicional no perjudican el consumo. Los ciudadanos, tanto en España como en terceros países, demandan un aceite de la máxima calidad y están dispuestos a pagar por él un precio justo. Durante dos años se ha demostrado que el consumo no se resiente a unos precios en origen que nos permitan vivir dignamente de nuestro trabajo a los olivareros. Ahora es el momento de dar estabilidad con la aplicación de las normativas que tenemos sobre la mesa, la Ley de la Cadena Alimentaria, el decreto de calidad o el mecanismo de autorregulación. Pero necesitamos que las administraciones sean valientes y terminen de erradicar la venta a pérdidas y el uso del aceite como

producto reclamo para que los especuladores», aseguraba Cano.

Según Juan Luis Ávila, los datos presentados «vienen a reflejar la realidad del sector, estamos muy cansados que desde el primer día de Expoliva, se estén metiendo mensajes con el objetivo de confundir a los agricultores, no nos van a confundir, qué dejen de hacer juegos que no nos van a llevar a ningún sitio, lo que tienen que hacer es buscar herramientas que permitan que el conjunto de la cadena gane dinero con este sector y nos podamos ganar la vida».

La situación para el sector desde el sentido de comercialización es «muy buena, se está incrementando el consumo como nunca, estamos incrementando las exportaciones como nunca, tenemos unos precios sensatos para el agricultor, y para el consumidor, que se pueden mantener muchos años si el sector es capaz de saber enlazar unas campañas con otras».



Agricultura mantiene de momento los datos del aforo aceitero de septiembre

«Las cifras no pueden modificarse sin tener nuevos datos», dice la delegada Soledad Aranda Martínez

Presé a que la entrega de los datos del aforo de la Junta se producía este año en septiembre, con un mes de antelación respecto a años anteriores por exigencias del Ministerio a las comunidades autónomas, y lógicamente ese extremo podría reaar mayores distorsiones que en otras campaña sobre las estimaciones y lo que la realidad va mostrando después, la evolución climatológica de octubre y la valoración de los datos de «bastante realistas» por parte de las organizaciones agrarias del sector ha hecho que a estas alturas de campaña el sector no tenga demasiado claro si las cifras de producción se van a acercar a las que se estimaron en los trabajos de campo de septiembre.

Así, no parece, como ocurriera el año pasado, que la consejería de Agricultura vaya a modificar a la baja, como tímidamente habían pedido hace unas semanas algunas organizaciones, sobre todo porque «a estas alturas, cuando aún no llevamos dos meses de recolección, no contamos con datos objetivos y reales de producción como para poder revisar las primeras cifras del aforo», señalaba la delegada territorial de la consejería en Jaén, Soledad Aranda Martínez, y eso, a pesar de que en la fecha de esta entrevista con Aranda, la producción estaba siendo menor de lo previsto, aunque «los rendimientos están situándose ya entre el 20-21% de media, y eso puede compensar una menor



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

entrada de aceituna en las almazaras», señalaba.

La delegada de Agricultura se felicitaba de otro factor que está actuando de estabilizador para el propio sector como está siendo la evolución de los precios en estos primeros tres meses de la actual campaña 20/21, por encima de los 3 euros el kilo de aceite. «Aunque hay otros factores como la incertidumbre del tiempo, podemos estar satisfechos, sin echar las campanas al vuelo, de al buena evolución de los precios en estos inicios de la campaña», resaltaba la delegada.

Al cierre del ejercicio, Soledad Aranda hacía balance de lo que están suponiendo las ayudas

de su consejería al sector olivarero a través de distintas líneas de apoyo a olivareros como a las almazaras, asegurando que «cuando llegamos al Gobierno la convocatoria de esas ayudas ascendían a 20 millones de euros», sobre todo para aspectos de modernización e innovación de instalaciones en almazaras, «y de ese crédito de 20 millones hemos pasado a 81 millones en tres años. En Jaén se han presentado 57 proyectos de los que 42 han sido aprobados, lo que da una idea de la apuesta que está realizando el sector por modernizarse para mejorar la calidad y la producción de su aceite», resaltaba la responsable de Agricultura en Jaén.

BEDMAR



CONGANA



SCA **COBED**

**Apoyando la
agronindustria
local**



Calidad desde el origen



www.bedmargarciez.es

 Ayuntamiento-de-Bedmar-y-Garciez
 @AytodeBedmar  Aytodebedmar

LA CAMPAÑA 20/21 TERMINA CON RÉCORD DE COMERCIALIZACIÓN Y UNO DE LOS ENLACES MÁS BAJOS

La campaña 2020/2021 finalizaba el 30 de septiembre en España con una producción de 1.389.500 toneladas de aceite, unas ventas que están batiendo récords mes a mes (1.634.000 tm) y un enlace de los más bajos, el más reducido del siglo (422.000 tm).

La cosecha de aceituna que se adelantó en 2020 en algunos tajos, incluso al mes de septiembre, para obtener los primeros aceites premium y comenzó con el miedo y las precauciones sanitarias propias de la pandemia, se vio después retrasada debido a las condiciones climáticas y las lluvias, y sobre todo, condicionada por unos bajos rendimientos grasos, aunque, por el contrario, la cantidad de fruto fue bastante abundante. El resultado ha sido una campaña con un 23,3 por ciento más de aceite que en la anterior 2019/2020 y un 1,4 por ciento por encima de la media de los últimos cinco años.

Jaén produjo un total de **524.191 toneladas de aceite, casi más aceite que Italia, Grecia y Portugal juntos, a pesar de registrar uno de los rendimientos grasos más bajos de la historia**

Andalucía con casi el 90% del aceite almacenado en las almazaras españolas se convierte en la despensa mundial de aceite hasta la próxima cosecha.



Una campaña en la que ha vuelto a tener una importancia vital Andalucía, con una producción de 1.111.760 toneladas (el 80,1 % de la producción nacional) y dentro de ella los olivares de Jaén, provincia mayor productora del mundo, de los que salieron 524.191 toneladas de aceite, una cifra que casi supera la producción conjunta de Italia, Grecia y Portugal.

Hay que tener en cuenta que esa producción se sumó a unas existencias que a 1 de octubre de 2020, inicio de la campaña, ascendían a 491.200 toneladas de aceite de oliva, que eran un 35% inferiores a los de un año antes, pero, y esto es importante, que quedaban un 11% por encima de la media de las cuatro campañas precedentes.

Comercialización

Unas existencias iniciales (491.000 tm) y una producción (1.389.000 tm) que podrían

(Pasa a la pag. siguiente)

BALANCE DE LA CAMPAÑA ACEITERA 2020/2021					
Datos en toneladas a 30 Septiembre/21 Fuente: AICA Elaboración propia					
	Existencias iniciales	Aceite producido	Aceite importado	Venta	Existencias finales
ESPAÑA	223.628	1.387.585	42.419	869.923	354.437
ANDALUCIA	189.642	1.111.759	57.192	1.049.022	309.572
ALMERIA	1.564	13.025	0,0	12.960	1.628
CADIZ	1.045	10.879	0,0	10.277	1.648
CORDOBA	32.931	266.678	17.802	249.422	67.989
GRANADA	25.046	127.004	2.298	122.448	31.901
HUELVA	640	9.204	0,0	7.989	1.855
JAEN	115.459	524.191	35.118	501.396	173.372
MALAGA	5.204	53.991	0,8	49.604	9.592
SEVILLA	7.750	106.712	1.972	94.923	21.584

(Viene de la pag. anterior)

quedarse cortas a tenor de las cifras records de comercialización que se han producido durante la campaña. Los datos oficiales de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) a 30 de septiembre, al cierre de la campaña, apuntan a que se superan con creces las ventas globales de 2020, lo que dará lugar al enlace de campañas «más bajo del siglo». Y aunque en los meses estivales, como es habitual, se ralentiza el ritmo de transacciones, durante los diez primeros meses de campaña la comercialización se ha situado a niveles máximos, con un ritmo medio de salidas mensuales de 139.888 toneladas de aceite.

El mes de agosto comenzó con un volumen total de salidas de 1.397.600 toneladas de aceite, superando ya en 10.100 toneladas la cantidad de aceite producido en España, todo ello a falta de dos meses para el cierre de campaña y teniendo en cuenta que nos encontramos en una situación económica mundial complicada marcada por la pandemia de la covid-19.

Mercado interior y exportación

En este buen escenario de comercialización ha tenido parte de culpa el mercado interior. Ya que, a pesar de la subida de los precios, situados en origen por encima de los 3 euros, ha aumentado en un 7 % el consumo de aceite dentro del país respecto a la última campaña y un 10 % respecto de la media, en total, a mes de julio 466,7 toneladas de aceite. En el balance de campaña del Ministerio de Agricultura actualizado en la misma fecha, se prevé que la campaña finalice con un consumo interno de 550 toneladas de aceite.

Respecto a las exportaciones, los niveles de exportación medios en el último trimestre y en el conjunto de la campaña se han situado por encima de la media en

CONSUMO INTERNO DE ACEITE DE OLIVA					
Comparativa 5 últimas campañas. Datos en miles de Tm. AICA a 30 Sept/21					
MES	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21
OCTUBRE	35.4	28.7	36.8	49,5	53.0
NOVIEMBRE	40.9	45.1	46.5	44.2	50,5
DICIEMBRE	47.1	47.2	42.7	47.6	60,9
ENERO	54.4	48.0	53.3	38.6	42,3
FEBRERO	39.9	38.5	46.5	45.1	48,0
MARZO	48.4	38.3	50.2	60.8	52,5
ABRIL	31.4	39.3	53.5	27.1	44,4
MAYO	37.8	43.2	47.4	41.5	47,6
JUNIO	26.7	30.6	44.6	37.5	32,9
JULIO	30.2	42.5	39.7	43.7	37,8
AGOSTO	37.0	39.7	37.6	47.5	40,0
SEPTIEMBRE	28.6	34.0	39.2	35.8	41,1
TOTAL	457.8	475.1	538.0	518.9	551,0

EXPORTACIONES DE ACEITE. COMPARATIVA ÚLTIMAS 5 CAMPAÑAS					
Datos en miles de Toneladas. Fuente AICA. 30/Sept/2021					
MES	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21
OCTUBRE	70.1	79.7	80.5	106.1	95,7
NOVIEMBRE	78.2	74.4	71.4	71.4	95,7
DICIEMBRE	74.2	55.4	71.2	71.2	83,5
ENERO	86.7	63.9	81.9	81.6	82,5
FEBRERO	96.4	56.5	88.4	71.2	104,2
MARZO	99.5	61.3	89.9	98.3	106,8
ABRIL	67.0	70.5	78.7	94.4	99,4
MAYO	88.9	79.9	87.7	94.3	90,3
JUNIO	80.9	93.5	90.3	109.1	87,8
JULIO	75.6	88.0	103.4	111.1	81,9
AGOSTO	61.8	71.3	72.7	88.0	66,0
SEPTIEMBRE	74.8	88.0	99.0	101.2	90,1
TOTAL	954.1	882.4	1015.1	1.016.1	1.083,9

un 13 %, y de la campaña anterior en un 3 % (un total de 1.084.000 tm). El Ministerio preveía que la campaña finalizara con alrededor de 1.130 toneladas de aceite exportadas, de las que 644,100 toneladas se habrían destinado a países comunitarios, y 485,900 toneladas a países de fuera de la Unión Europea. De hecho, a 31 de julio ya se habían vendido fuera de

las fronteras españolas un total de 930,9 toneladas de aceite.

Las exportaciones del aceite de oliva suponen un 67 % del total de las ventas del producto. España, exporta a más de 160 países por un valor de 2.800 millones de euros anuales y una balanza comercial positiva.

En Andalucía, con casi 7.000 millones de euros vendidos en el

(Pasa a la pag. siguiente)

mercado exterior, lidera las exportaciones agroalimentarias del primer semestre de este año con el 23,4% del total de España. Y uno de los factores que ha hecho posible lograr esa cifra récord en el valor de las exportaciones en este primer semestre a sido el incremento del 11,7 % experimentado en las ventas al mercado exterior del aceite de oliva virgen extra (AOVE) gracias a precios más equilibrados y a la eliminación de los aranceles de la administración estadounidense. En total, más de 812 millones de euros. De esta forma, el 72,2 % de todo el AOVE exportado por España tiene como origen Andalucía.

Importaciones

En el conjunto de la campaña han disminuido las entradas de aceite a España. A 31 de julio se habían importado un total de 159,7 toneladas de aceite, lo que representa un 25% menos respecto a la campaña 2019/2020, pero superan en un 15% la media de las cuatro anteriores. En este sentido,



hay que tener en cuenta que en la anterior campaña España batió records de importación de aceite y en las mismas fechas ya se había comprado fuera de las fronteras un total de 212,9 toneladas, que ascendieron a 243,6 toneladas al final de esa campaña.



El Ministerio prevé que cuando finalice la actual campaña se hayan importado alrededor de 180.000 toneladas de aceite, de las cuales, 81,000 toneladas habrían llegado de países pertenecientes a la Unión Europea, y 99,000 toneladas procedentes de países extracomunitarios.

Existencias

Con este escenario de cifras récord de comercialización, aumento de las exportaciones, del consumo interno y de descenso de las importaciones, es lógico que las existencias finales de aceite descendan a pasos agigantados y que hagan augurar que se produzca uno de los enlaces de campaña más bajos, si no el más bajo del siglo. El Ministerio en su último balance actualizado de la campaña prevé que el enlace final sea de 378,400 toneladas de aceite. Aunque lo cierto es que según los últimos datos oficiales confirmados, a 31 de julio, las existencias de aceite eran de 640,800 toneladas de aceite. De las cuales, 354,400 toneladas se encontraban en manos de los productores; 31,200 toneladas en el Patrimonio Comunal Olivarero, y

las 255,200 toneladas restantes en envasadoras y operadores.

Es llamativo que el 87,3 % de las existencias de aceite de oliva que hay en las almazaras españolas en esta fecha se encuentren en Andalucía, que alberga 309.297 toneladas de aceite. De ellas 173.372 toneladas están en almazaras de la provincia de Jaén, 67.990 toneladas en Córdoba, 31.626 toneladas en Granada, 21.585 toneladas en Sevilla, y el resto repartidas entre Málaga (9.593 toneladas), Huelva, Cádiz y Almería.

Por comunidades autónomas, después de Andalucía, las almazaras de Castilla la Mancha con un total de 28.094 toneladas son las que más aceite almacenan; seguida muy de lejos por Extremadura (4.849 toneladas), Cataluña (2.537 toneladas); Aragón (2.320 toneladas); Comunidad Valenciana (2.101 toneladas); Murcia (1.470 toneladas); o Madrid (1.143 toneladas).

El bajo enlace español, unido al minúsculo stock que prevé la Comisión Europea en el resto de países productores, señala a España como el único mercado con aceite de oliva suficiente para vender en los meses de septiembre y octubre, convirtiendo a España y más concretamente a Andalucía en la despensa mundial de aceite de oliva

(Pasa a la pag. siguiente)

ABONE SUS OLIVOS CON MAXICEN



RÉCORD DE PRODUCCIÓN:

- 415 Kg. DE ACEITUNAS POR ÁRBOL CON 46,13% RENDIMIENTO, MENOS 15% ACIDEZ, CON OMEGA 3
- 215.000 Kg. de TOMATE por Ha. con 8'9% Brix. Con Omega 3
- 80.000 Kg. de MANDARINAS por Ha. (80% extra, 19% 1º) con 9'8 Brix. Con Omega 3
- 22.000 Kg. de MAÍZ por Ha. con Omega 3
- 10.500 Kg. de TRIGO por Ha. con 86'3 peso específico. Con Omega 3
- 110.000 Kg. de PATATA por Ha. Con Omega 3
- 44.000 Kg. de UVA de vino por Ha. con 11'3º en riego. Con Omega 3
- 14.500 Kg. de ARROZ por Ha. y 2'1 mg/kg. Vitamina A. Con Omega 3

BERLIN EXPORT INTERNATIONAL, S.L.

Empresa pionera en Fertilizantes especiales específicos, obteniendo frutos y cosechas de alta calidad en los cultivos, con aumento de Vitaminas A, B, C, D y E, Proteínas, Aminoácidos, Brix, Resveratrol, Licopeno, Omega 3, etc., una vez más, REVOLUCIONA el mundo de la Agricultura Mundial con su Fertilizante MAXICEN.

MAXICEN Y EKOCÉN (Fertilizante para Agricultura Ecológica)

PRODUCEN UN AUMENTO CONSIDERABLE DE LA PRODUCCIÓN ADEMÁS DE LOS SIGUIENTES BENEFICIOS

- Aumento de proteína y peso específico.
- Aumento de nitrógeno, fósforo, potasio, microelementos, etc., y materia orgánica en el suelo.
- Mayor floración, seguridad en el cuajado, precocidad.
- Menos caída de flores.
- Frutos más duros, mayor conservación en el mercado y color más intenso.
- Menos caída de frutos.
- Resistencia a la sequía, al frío, al calor, enfermedades, a la salinidad, etc.
- Rejuvenecimiento de los árboles.
- Alargamiento del ciclo de producción.



BERLIN EXPORT INTERNATIONAL, S.L. – TUDELA (NAVARRA) ESPAÑA

Tel. 948 413 817 - Fax. 948 828 437 / E-mail: bioaga@bioaga.com - Web: www.berlinex.com

torrevigia

www.aceitestorrevigia.com

DE LA ANTIGÜEDAD HASTA NUESTROS DÍAS

ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

SCA. SAN ISIDRO CASTILLO



TRADICIÓN OLIVARERA

Cooperativa con más de 60 años de historia localizada en Castillo de Locubín (Jaén)



VARIEDAD PICUAL

Aceituna típica de la Sierra Sur de Jaén, variedad muy apreciada por sus propiedades saludables.



PRODUCTO ANDALUZ

Aceite de oliva procedente de la provincia de Jaén, el área de mayor producción de aceite del mundo.



SABOR INTENSO

Aceites de intenso color verde, sabor frutado y con un ligero amargor y picor en boca.



Torrevigia
aceite de oliva virgen extra
con caracter y
personalidad propia



Avda. Virgen del Rocío s/n Castillo de Locubín (Jaén) 953 59 15 60

(Viene de la pag. anterior)

hasta la llegada de los aceites de la próxima cosecha 2021/22.

Precios

Aunque en las últimas semanas del verano se han producido descensos generalizados del precio del aceite, lo cierto es que se encuentran por encima de la pasada campaña y de las cuatro campañas anteriores. Las cotizaciones superan las campañas anteriores y la media, a excepción de la campaña 2016/17.

Los precios medios mensuales de las diversas categorías de aceite de oliva, hasta la última semana del mes de agosto de 2021 alcanzaron los 3,22 €/kg para la categoría «virgen extra», 3,00 €/kg para «virgen» y 2,90 €/kg para «lampante». Valores inferiores a los registrados en el mes de julio en las categorías «virgen» y «virgen extra», y sin apenas variación en «lampante».

Si los comparamos con otros países, en la tercera semana del mes de agosto, el precio en origen del «virgen extra» italiano alcanzó los 4,90 €/kg, mientras el precio en origen del «virgen extra» en los mercados español, griego y tunecino, se mantuvo relativamente estable oscilando entre los 3,43 €/kg de Grecia y los 3,22 €/kg de España.

Andalucía

Según la AICA, la producción de aceite de oliva en la campaña 2020/21 en Andalucía ha ascendido a 1.111.760 toneladas (el 80,1 % de la producción nacional). A 31 de julio en las almazaras andaluzas, habían entrado un total de 1.168.952 toneladas de aceite, mientras que las salidas ascendieron a 1.049.298 toneladas. Considerando estas entradas y salidas de aceite de oliva, y teniendo en cuenta las existencias iniciales, se obtienen unas existencias de 309.297 toneladas, el 87,3% de las existencias de aceite



de oliva del total de las almazaras nacionales a la misma fecha.

JAÉN

Con más de 66 millones de olivos y un total de 324 almazaras, es la provincia mayor productora mundial de aceite. En la campaña que finaliza en este mes de septiembre ha producido un total de 524.191 toneladas de aceite que representa el 37,7 % de la producción nacional de aceite, y el 47,14 % de la producción andaluza. A 31 de julio en las almazaras de la provincia de Jaén habían entrado un total de 559.310 toneladas de aceite, mientras que las salidas ascendieron a 501.396 toneladas. Considerando estas entradas y salidas de aceite de oliva, y teniendo en cuenta las existencias iniciales, se obtienen unas existencias de 173.372 toneladas, el 48,9% de las existencias de aceite de oliva del total de las almazaras nacionales a la misma fecha.

Previsiones

En la provincia de Jaén, las tormentas producidas en el mes de julio y finales de agosto, han provocado la pérdida de cosecha en puntos muy concretos, especialmente en las zonas de la sierra de Cazorla.

En Jaén, Córdoba y Granada se arrastra también la vecería de la campaña anterior, que fue muy alta en cuanto a fruto, aunque baja en rendimiento. La reducción en la dotación de los regadíos en un 40% está pasando factura al cultivo, según las organizaciones agrarias, y muchos secanos a estas alturas se está viendo que ni siquiera se recogerán.

Por lo que la mayor productora de aceite del mundo podría tener pérdidas con respecto a la pasada campaña de entre un 30 y un 40% menos de

aceituna.

La situación que se traslada desde otros países europeos, y que se puso de manifiesto en las últimas reuniones en Bruselas, tampoco son muy halagüeñas. La situación comienza a ser especialmente alarmante en Italia y Grecia. Este último país ha pedido ayuda a la Unión Europea por su reducción de producción, que representa entre el 70 y el 80 % de la producción esperada. Las temperaturas excepcionalmente bajas de las heladas de primavera y las olas de calor de mayo y junio, con temperaturas cercanas a los 40 grados, han hecho reducir drásticamente la cantidad del fruto. En Italia, una de las organizaciones que aglutina a la mayoría de los productores de aceitunas nacionales, Italia Olivícola, ha reiterado la urgente necesidad de buscar una solución inmediata a los efectos negativos que sufre el cultivo.

Todo ello debido a la prolongada ausencia de lluvias y el calor abrasador de las últimas semanas, especialmente en las regiones del sur con fuertes vocación olivarera como Puglia, Calabria y Sicilia que han sufrido los incendios de verano.

Últimos 20 años

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ACEITERA
EN JAÉN. CAMPAÑAS 00/01 a la 19/20

JAÉN

CAMPAÑA	ALMAZARAS	EXISTENCIAS INICIALES	ACEITE PRODUCIDO	VENTAS	EXISTENCIAS FINALES
20/21	325	115.459	524.191	501.396	173.372
19/20	325	284.601	398.335	596.088	115.123
18/19	325	87.365	667.846	497.961	284.197
17/18	326	79.151	391.971	405.757	87.041
16/17	327	78.338	505.779	523.192	78.576
15/16	328	18.848	531.578	484.298	78.290
14/15	324	177.118	231.296	400.634	19.225
13/14	323	77.176	751.610	667.285	177.290
12/13	322	253.071	141.491	327.624	77.266
11/12	326	173.468	681.728	629.477	254.380
10/11	326	150.015	589.729	583.579	173.543
09/10	327	63.388	570.097	559.108	150.015
08/09	326	13.114	433.862	499.277	63.207
07/08	327	65.326	496.669	464.376	113.065
06/07	327	53.714	504.988	520.120	65.295
05/06	337	58.312	266.398	271.360	53.350
04/05	335	132.922	424.198	498.834	58.285
03/04	333	12.565	611.000	490.504	133.061
02/03	327	127.310	375.053	489.286	13.076
01/02	326	34.376	613.425	520.496	127.304

OFICINA DE
PRENSA

PUBLICA
CIONES

AGENCIA
NOTICIAS

IMAGEN
CORPO
RATIVA

CONTE
NIDOS
WEB



multipress

servicios integrales

en comunicación

www.multipressjaen.es

EVOLUCIÓN DE PRECIOS DEL ACEITE PRIMEROS DOS MESES DE ESTA CAMPAÑA

	Oct 18-24/10	Oct 25-31/10	Nov 1-7/11	Nov 8-14/11	Nov 15-21/11
AOVE	321,86	323,75	321,42	315,90	313,88
Aceite Virgen	298,39	296,82	288,85	295,60	287,09
Aceite Lampante	285,36	284,42	283,78	276,83	275,24
Aceite Refinado	294,02	294,02	293,93	293,93	287,77





LA PAC TIENE QUE PROTEGER EL MODELO MAYORITARIO DE ANDALUCÍA, LA EXPLOTACION FAMILIAR Y PROFESIONAL

Cristóbal Cano

Secretario General UPA-Andalucía

Andalucía tiene que salir beneficiada con la PAC 2023-2027. Es necesario que los fondos comunitarios, que hay que recordar que son dinero público, se repartan de una forma más social y más justa para proteger el modelo mayoritario de nuestra tierra: la agricultura familiar y profesional. Una PAC que haga honor a sus siglas, que sea una verdadera política agraria en consecuencia con la importancia y relevancia que tiene el sector primario andaluz en España. El Plan Estratégico Nacional (documento que ahora mismo se encuentra en exposición pública a la espera de alegaciones) debe contemplar elementos diferenciadores para los agricultores y ganaderos andaluces, centrándose fundamentalmente en las explotaciones familiares y en aquellos que trabajan y viven principalmente de la actividad agraria. Hemos conseguido hechos importantes para los intereses de los pequeños y medianos agricultores, pero también es cierto que echamos en falta medidas algo más valientes.

Por primera vez en la historia, España aplicará techos de ayudas, una medida que desde UPA hemos defendido siempre para que se aplicara ya en anteriores marcos de la PAC, sin éxito, y que por fin en el Plan Estratégico de la próxima PAC aparece. Aunque nuestra reivindicación era que a partir de los 60.000 • ya no se cobrara más ayuda PAC, al final parece que va a quedar en la cifra de 100.000 •. Incluso van a permitir llegar a un máximo de ayudas PAC de 200.000 • siempre que se justifique costes laborales. El objetivo de esta medida es evitar los repartos injustos de las ayudas públicas y, al mismo tiempo, obtener fondos para otras medidas prioritarias. Porque consideramos que no es nada ético que el 1,25% de los perceptores de ayudas se estén repartiendo el 27% del presupuesto; de forma

que actualmente en Andalucía 3.000 perceptores se reparten anualmente 370 millones de euros, y 171.000 perceptores se reparten 274 millones de euros. Otra medida importante incluida por el Ministerio, que hemos conseguido desde UPA Andalucía, es la degresividad de las ayudas en función de la dimensión económica de la explotación agraria o ganadera. A partir de ahora, no se cobrará la misma ayuda por las primeras hectáreas o cabezas de ganado que por la número 500.

También entendemos de justicia aplicar el pago redistributivo de forma decidida. Y aquí es donde vemos que el Ministerio no ha sido valiente del todo. Cierto es que, por primera vez, se adopta esta medida, pero consideramos que el Gobierno tiene que aplicar un 20% del presupuesto del primer pilar y no el 10% como está recogido en el Plan Estratégico. Se trata de destinar fondos a las primeras hectáreas o a las primeras cabezas de ganado de las explotaciones. Otra medida importante que hemos logrado que se adopte es la inclusión del agricultor pluriactivo dentro de la definición de agricultor genuino. Con todo, seguimos trabajando en cuestiones que consideramos clave para nosotros, como la inclusión del olivar de alta pendiente y baja producción en las ayudas asociadas; así como una adaptación de los ecoesquemas al número de regiones. En este sentido, es importante reconocer que los agricultores andaluces cumplimos más de una de las propuestas planteadas por el Ministerio como ecoesquemas y el coste de ponerlas en marcha depende en gran medida de potencial productivo de cada explotación. De ahí que entendamos que esos ecoesquemas deben estar adaptados a la realidad del campo andaluz para hacer frente a los desafíos medioambientales y convertir la transición ecológica en una oportunidad para la actividad agraria. Por último, se debe estimular el relevo generacional a través de la apuesta por la incorporación de jóvenes agricultores y la visibilización real de las mujeres rurales con medidas efectivas y eficaces.



LA APLICACIÓN DE LA NUEVA PAC PERJUDICA DIRECTAMENTE A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR

Juan Luis Ávila
Secretario COAG-Jaén

La versión inicial del Plan Estratégico de la PAC se encuentra en consulta pública hasta el próximo 4 de febrero. Un documento que nos preocupa, entre otros aspectos porque perjudica especialmente a los profesionales y más concretamente a los profesionales jóvenes que se incorporan y que tienen que garantizar el relevo generacional en un sector muy envejecido.

Un documento con el que se concluye haciendo el discurso fácil de agricultores buenos y malos. Unos son los que merecen las cosas y otros no. Y es que con el planteamiento actual de la reforma, a partir de las 8 hectáreas ya somos olivereros malos.

En esta última versión del Plan Estratégico se recoge que la ayuda redistributiva se limita a las primeras 9 hectáreas para el olivar en determinadas regiones, afectando a gran parte de la provincia de Jaén y parte de la Córdoba, y a partir de ahí irían perdiendo dinero.

Nosotros apostamos por los profesionales primero. Y eso no es cuestión de tamaño de explotación, sino de tener o no otras opciones. Somos los profesionales los que tenemos todos los huevos en la misma cesta, los que únicamente nos la jugamos en el campo.

Un agricultor por cuenta ajena puede ser tan bueno como uno por cuenta propia, no queremos dejar a nadie atrás, pero se trata de vivir mayoritariamente o no de esto. La aplicación del texto que el Ministerio de Agricultura pretende enviar en los próximos días a la Comisión Europea cae en la demagogia y se contradice con lo que Bruselas pide. No puede ser que desde Europa se nos insista en la situación de envejecimiento del campo español, donde más del 35 % son mayores de 65 años, que se nos pida aumentar la incorporación de jóvenes y que a los que lo han hecho en los últimos cuatro o cinco años, con este plan estratégico pierdan dinero. Eso no tiene pies ni cabeza.

Por un lado, a los jóvenes se les pide desde Bruselas que se incorporen con dos UTAS (entre 20 y 32 hectáreas) para recibir las máximas ayudas y con el actual planteamiento del Ministerio a partir de 8 hectáreas pierden dinero.

Estamos cansados de tanta demagogia, de que a todo el mundo se le llene la boca de incorporaciones de jóvenes a este sector tan necesitado de savia nueva y la realidad es que con el tratamiento que se quiere hacer, un joven haciendo lo que le dicen que tienen que hacer desde Bruselas, desde los planes de desarrollo en Andalucía pierde.

Considero vergonzoso ir en contra de todo lo que se ha hecho con anterioridad, y de lo que se está predicando, castigando especialmente al agricultor profesional, y especialmente al joven agricultor profesional.

Y nos preocupa tremendamente que desde el Ministerio se pretenda ir contra los que son la columna vertebral del campo, contra la gente que está diariamente trabajando sus explotaciones, los que no tienen otros ingresos de otra actividad y los que a futuro pueden dar recorrido a los pueblos y encargarse de esas tierras que están en manos de personas muy mayores.

Si no priorizamos a los profesionales que tengan empresas que puedan tener mayor recorrido que generen empleo de calidad durante todo el año, ¿a dónde llevamos esta profesión?

Por otro lado, es necesario que se mantengan las comarcas de la provincia de Jaén. No tiene sentido que haya comarcas de entre 10.000 y 15.000 hectáreas que se hayan respetado por parte del Ministerio en otras comunidades y que sin embargo, en la provincia de Jaén, donde la comarca más pequeña es de 99.000 hectáreas, como la de La Loma, se quiera reintegrar con otras.

Los ecoesquemas, es otro de los aspectos de este Plan Estratégico, que van a suponer una importante pérdida para el olivar jiennense, sobre todo para las explotaciones más productivas. Un punto que al final supondrá sacar dinero de los olivares que generan más riqueza y empleo y repartirlo entre los olivares más extensivos del resto de España.

Un reparto de política territorial por parte del Ministerio que va en contra de todo lo que hemos hecho en estos 40 últimos años y que supondrá una importante pérdida de empleo en nuestros pueblos.

(Pasa a la pag. siguiente)

UNA NUEVA PAC PARA RESPONDER

A LOS RETOS DEL FUTURO



España debe presentar, antes del 31 de diciembre, el Plan Estratégico de la PAC a la Comisión Europea

El pasado 14 de julio, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, presidió la Conferencia Sectorial de la Política Agraria Común (PAC), con las 17 comunidades autónomas, en la que se acordó proseguir los trabajos de elaboración del Plan Estratégico de la PAC en base al documento presentado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para presentar a la Comisión Europea a finales de diciembre. El ministro Luis Planas remarcó que el Plan Estratégico priorizará tanto la incorporación de los jóvenes como de las mujeres, con marcadas líneas de actuación para contribuir al medio ambiente y luchar contra el cambio climático (ecoesquemas), manteniendo el necesario equilibrio de la rentabilidad económica de las explotaciones.

Respecto a los ecoesquemas, el ministro señaló que se ha acordado convocar un grupo de trabajo que defina el modelo de aplicación de estas nuevas ayudas para su presentación a una nueva Conferencia Sectorial que se celebrará en otoño. Esta nueva reunión con las comunidades autónomas tendrá dos objetivos: validar la propuesta diseñada para la



Principio de acuerdo en la negociación de la PAC en Bruselas en junio pasado. /ag

de la propuesta del ministerio «vamos a perfilar un modelo que debe permitir un apoyo reforzado a nuestros agricultores y ganaderos». El objetivo principal es que los agricultores y ganaderos puedan hacer frente al desafío del cambio climático y del medio ambiente, manteniendo la rentabilidad de sus explotaciones, en un escenario de certidumbre hasta 2027.

Luis Planas resaltó que la nueva PAC tendrá un marcado enfoque medioambiental, ya que más del 40 % de su presupuesto, 47.724 millones de euros para el periodo 2021-2027 en el caso de España, se destinarán al desarrollo de una agricultura y ganadería más respetuosas con el clima y el medio ambiente, haciendo un uso sostenible de los recursos naturales.

El ministro resaltó que el Gobierno y las Comunidades Autónomas, «de manera coordinada y coherente, a través de las intervenciones de ambos pilares (ayudas directas y de desarrollo rural), darán respuesta a las necesidades

identificadas a lo largo de más de dos años de riguroso trabajo colectivo de preparación del plan».

Nadie se va a quedar atrás, incidió Planas, ya que los nuevos ecoesquemas deben ser accesibles para todos los agricultores y ganaderos. En sintonía con la nueva realidad social, esta PAC debe potenciar el necesario relevo generacional para afianzar, también, el papel de la mujer en la actividad agroganadera, a través de medidas para favorecer su incorporación al agro. Lograr que jóvenes y mujeres encuentren alternativas viables en el campo, permitirá la dinamización de los entornos rurales y que puedan plantear su proyecto de vida en los pueblos.

Para facilitar el relevo generacional, se destinará más de 140 millones de euros anuales. Cantidad equivalente al 3 % del presupuesto de las ayudas directas (primer pilar), entre ellas, al menos un 2 % irá a la ayuda complementaria a la renta para jóvenes agricultores (40 años o menos) y otro

(Pasa a la pag. siguiente)



aplicación de los ecoesquemas y examinar el estado de situación del Plan Estratégico.

El ministro destacó que la nueva PAC será «más justa, más social y más sostenible», y que sobre la base



1 % de ayudas procedentes de medidas de desarrollo rural.

¿Cuál será el reparto de las ayudas de la PAC?

Las ayudas directas desvinculadas de la producción se destinarán a la ayuda básica a la renta para la sostenibilidad (60 %), de las que una sexta parte (10 % del total de ayudas directas) se concederán a través de la ayuda complementaria redistributiva para la sostenibilidad (pago redistributivo), así como una ayuda complementaria a la renta para jóvenes agricultores (2 %), mientras que los ecoesquemas contarán con el 23 % (que unido al 2 % que España puede computarse por su mayor gasto medioambiental en desarrollo rural,



permitirá alcanzar el 25 % exigido por el Reglamento).

En el caso de las ayudas directas vinculadas a la producción (pagos asociados), se aplicarán a sectores vulnerables desde el punto de vista social y económico, como la ganadería, en especial, la extensiva o al de producción láctea, así como cultivos proteicos, entre otros.

El olivar tradicional se beneficiará, por primera vez, de una intervención sectorial que permitirán mejorar su gestión para reducir sus costes de producción.

¿Quién serán los beneficiarios?

Los beneficiarios de las ayudas directas de la PAC deberán cumplir con la condición de agricultor activo, que será aquel que esté afiliado a la Seguridad Social por cuenta propia o aquel que perciba al menos el 25 % de sus ingresos totales de la actividad agraria.

No obstante, dado que en algunas zonas la agricultura a tiempo parcial desempeña una función social y medioambiental significativa, los beneficiarios que reciban un importe anual en concepto de ayudas directas igual o inferior a 5.000 euros, se considerarán agricultores activos.

Reparto más equitativo y justo

El importe de la ayuda básica a la renta recibido por cada beneficiario, se reducirá progresivamente a partir de la cantidad percibida que supere el importe de 60.000 euros.

Además, el importe de la ayuda básica a la renta estará limitado a 100.000 euros al año por beneficiario. Si bien, el beneficiario, que perciba, a partir de 60.000 euros anuales, podrá también descontar los costes salariales directamente soportados y los costes laborales incluidos en la contratación de empresas de servicios agrícolas.

Por otro lado, se mantendrá en 300 euros el umbral mínimo para la percepción de ayudas directas.

El importe por hectárea de la ayuda básica a la renta se distinguirá por regiones, que se reducirán a un máximo de 20 regiones en las se diferenciarán las superficies de pastos permanentes, cultivos herbáceos de secano, cultivos herbáceos de regadío y cultivos permanentes.

Valoraciones

El sector agrario andaluz, representado por ASAJA, COAG, UPA y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, reconoce que la unidad de acción del sector agrario andaluz y de la Junta de Andalucía ha permitido que se respeten las tesis andaluzas en el planteamiento político nacional de la Política Agraria Común (PAC) que se alcanzó en la Conferencia Sectorial celebrada entre el Ministerio de Agricultura y las 17 comunidades autónomas.

Uno de los puntos vitales para el sector agrario andaluz es la fijación

del número de regiones productivas, factor que diferencia el importe por hectárea de la ayuda básica a la renta. El documento de partida establece un máximo de 20 regiones, y de los planteamientos del debate de la Conferencia Sectorial se desprende que el número de regiones se podría quedar finalmente en 20, cifra que penaliza la diversidad productiva de Andalucía, pero que augura un mejor panorama al planteado en los primeros borradores, cuando las 50 regiones establecidas en la actualidad se podrían reducir hasta sólo cuatro. De ser así, nos quedaría conocer la distribución comarcal de cada una de ellas, así como los importes medios, para poder valorar el impacto real que tendrá esta medida en los agricultores y ganaderos andaluces.

En definitiva, las organizaciones firmantes creen que el reconocimiento del peso del sector agrario andaluz por parte del Ministerio de Agricultura y el establecimiento de un calendario muestran la voluntad de trabajar en un Plan Estratégico nacional consensuado y beneficioso para todas las partes, antes de que se presente en diciembre a la Comisión Europea para su aprobación.

Como recuerdan las organizaciones agrarias y las cooperativas, una PAC beneficiosa para los agricultores y los ganaderos es una PAC beneficiosa para toda la comunidad autónoma. El complejo agroalimentario es un motor socioeconómico fundamental para la región, que dinamiza el medio rural, genera más del 10% del empleo de la región y supera los 18.000 millones de euros de negocio. Asimismo, equilibra la balanza comercial (con un saldo positivo cercano a los 6.500 millones de euros), contribuye a la conservación del medio ambiente y fija población al territorio.

Eso sí, la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) ha advertido que, con los términos planteados en el documento base de negociación, el agricultor profesional tiene «todas las papeletas» para ser el gran perdedor de la aplicación de la nueva PAC en España. De esta manera, cerca de 250.000 perceptores PAC, cuya actividad agraria es insignificante (menos del 10% de sus ingresos totales), además de la ayuda básica reconocida.

Crespo advierte que el 53% de los agricultores y ganaderos andaluces perderá fondos con la PAC del Ministerio

La consejera asegura que «no hay PAC buena para España si no lo es para Andalucía» y reclama que se tengan en cuenta las alegaciones

Carmen Crespo advierte de que el 53% de los agricultores y ganaderos andaluces perderá fondos con la PAC. La consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible, Carmen Crespo, ha advertido hoy en el Parlamento de Andalucía que «el 53 por ciento de los agricultores y ganaderos andaluces va a perder fondos con la Política Agraria Común (PAC) que plantea el Ministerio de Agricultura».

A una pregunta parlamentaria sobre las alegaciones presentadas por el Gobierno Andaluz al Plan Estratégico Nacional, la consejera ha dejado claro que «no hay PAC buena para España si no lo es para Andalucía».



Reunión del sector en Andalucía. /ag

Y es que, como ha recordado Carmen Crespo, «el 35 por ciento de los perceptores es andaluz».

Crespo ha hecho un repaso de las pérdidas que tendrá el campo



La consejera Carmen Crespo con el ministro Planas en Bruselas. /ag

andaluz con el Plan Estratégico Nacional propuesto por el Ministerio. Ha recordado, por ejemplo, que las 750.000 hectáreas de cultivos herbáceos de secano tendrían pérdidas de entre un 30% y un 45%, mientras que los cultivos herbáceos de regadío presentarían pérdidas de entre un 25% y un 50%. Además, con 700.000 hectáreas, zonas del olivar perderían también niveles de apoyo.

La consejera ha demandado que se tenga en cuenta la «gran diversidad productiva existente en Andalucía» y ha dejado claro que «una tasa plana encubierta no beneficia a nadie». Carmen Crespo ha insistido en la necesidad de que el Ministerio de Agricultura tenga en cuenta los 12 ecoesquemas que ha reclamado su Consejería y ha señalado que el ministerio «no tiene capacidad de negociación».

Las alegaciones presentadas por Andalucía al Plan Estratégico Nacional son aportaciones en positivo con las que se pretende lograr una mejor PAC que no perjudique al campo andaluz.

Andalucía defiende unos ecoesquemas que sean útiles para mejorar la sostenibilidad y «que no sean una tasa plana encubierta», como ha remarcado la consejera. Crespo ha asegurado que «tenemos que ser sensibles y no resignarnos» a mejorar los ecoesquemas propuestos por el Gobierno de España y recuerda que «ya conseguimos, junto al sector, darle un cambio al 75 por ciento de la PAC» que pretendía el Ejecutivo Central.

La consejera ha hecho referencia también a la manifestación de agricultores de Córdoba del pasado martes y ha recordado que el sector «ha dado el do de pecho abasteciendo los mercados de medio mundo durante la pandemia». Crespo ha destacado que, pese al Covid-19, las exportaciones agroalimentarias andaluzas «han superado por primera vez los 10.000 millones de euros en los primeros diez meses del año», lo que supone un 8,4% más que el dato registrado en el mismo período de 2020.

LOS SALARIOS DE LA ACEITUNA SUBEN UN 2% ESTA CAMPAÑA EN JAÉN

Una media de 1,15 euros suben los jornales de esta campaña de recogida de aceituna en la provincia de Jaén, según la revisión de las talas salariales firmadas por empresas y sindicatos del campo jienenses, un acuerdo que afectará a más de 100.000 trabajadores durante los próximos meses en la campaña de recolección de aceituna. Así, el jornal del vareador y recogedor para una jornada de 6.30 horas con 15 minutos de descanso, que el año pasado fue de 54,49 euros, con la subida del 20% este año va a ser de 55,59 euros.

El incremento del 2% en los jornales de la recolección de esta campaña 21/22 resulta de aplicarse

automáticamente la subida que ha registrado el IPC en la provincia de Jaén a finales de septiembre pasado, puesto que así se recoge en el Convenio provincial del Campo firmado a primeros de diciembre 2018 con una vigencia de cuatro años (o cuatro campañas aceiteras: la 18/19, la 19/20, 20/21 y la 21/22).

Según ese acuerdo cuatrienal, para el cuarto año de vigencia, que es el que se acaba de iniciar el uno de octubre pasado, la campaña 21/22, se establece una subida con un suelo del 1% como mínimo y un 2% como techo máximo, vinculados ambos al Índice de Precios al Consumo (IPC) interanual que la provincia de Jaén al terminar septiembre.

Como el IPC anual jienense de septiembre pasado terminaba con una variación anual del 5,5%, procede en este caso aplicar el máximo aprobado del 2%, porcentaje que aplicado a los salarios medios pagados la campaña

pasada, suponen un incremento monetario medio de entre 1,15 euros, dependiendo de la categoría laboral de la que se trate. Éste ya es el último año de vigencia del actual convenio.

Empleo

La importancia de este convenio laboral en Jaén viene dada por la cantidad de trabajadores a los que afecta, ya que con la cosecha olivarera prevista en el aforo de la Junta en Jaén (unas 480.000 Tm de aceite) precisarán de unos 4 millones de jornales en la recolección de aceituna. Los nuevos salarios deben aplicarse con carácter retroactivo desde el pasado 1 de octubre.

El Convenio del Campo es el mayor acuerdo laboral de sector de los que se firman en la provincia de Jaén por cuanto número de trabajadores a los que afecta, en torno a los 100.000, sobre todo en la campaña aceitunera, como por el empleo que genera.

Y el actual texto vigente es, a juicio de las partes firmantes, los sindicatos y las organizaciones patronales, uno de los mejores del sector agrario en Andalucía y en España, tanto por las retribuciones salariales como por los contenidos sociales que recoge para los trabajadores.



TABLA SALARIAL DE LA ACEITUNA

Convenio del Campo Provincia de Jaén
Campaña 21/22. Vigencia: 1 Oct/21 a 30 Sept/22



JORNADA CATEGORÍA	6:15 hs. sin descanso	6:30 hs. sin descanso	7 horas con descanso	7 horas efectivas	Horas extraordinaria
Trabajador Agropecuario	54,41	58,14	62,00	65,79	15,20
VAREADOR/A	55,59	59,50	63,46	67,32	15,55
RECOGEDOR/A	55,59	59,50	63,46	67,32	15,55
TRACTORISTA	58,90	63,00	67,16	71,28	16,48
Aux. Vibradora Autopropulsada	58,06	62,14	63,38	70,25	16,23
Vareador con Vara mecánica	58,06	62,14	66,38	70,25	16,23



PORQUE NO TODOS LOS ACEITES SON IGUALES



agrandada
Andalucía agraria

La primera revista gratuita del sector primario que llega a todas las almazaras de España y miles de profesionales y empresas agroalimentarias, de maquinaria agrícola, fitosanitarios,...

El mejor camino para llegar con su publicidad a todo el sector primario

Contacto: Tlf. 953 295 067 e-mail: agrandada@multipressjaen.es

Ahora también en internet con descarga gratuita en www.noticiasdejaen.es

LA FIESTA DEL PRIMER ACEITE DE CAMPAÑA EN JAÉN SE CONSOLIDA TRAS 8 AÑOS DE CELEBRACIÓN

Miles de visitantes refrendan con su asistencia el éxito de la 8ª Fiesta del Primer aceite celebrada este año en Baeza y Pamplona el pasado mes de noviembre.

La Fiesta cerraba con un gran éxito de público en su octava edición tanto en Baeza como en Pamplona, ciudades donde se ha celebrado este año. Miles de personas refrendaban con su presencia en el Paseo de la Constitución baezano y con su participación en las distintas actividades programadas la repercusión y proyección lograda por este evento promovido por la Diputación de Jaén con la colaboración de la Junta de Andalucía.

El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, señala al respecto que «tenemos que felicitarnos porque la Fiesta del Primer Aceite de la provincia de Jaén haya sido todo un éxito». En esta línea, apunta que «afortunadamente el tiempo ha



Autoridades e invitados en la inauguración de la Fiesta aceitera en la localidad de Baeza. /ag

acompañado a una oferta que era maravillosa e incluía multitud de actividades, y han estado al pie del cañón 81 empresas aceiteras, más casi una decena de cosméticos y artesanía de madera de olivo, que han mostrado lo mejor de sí mismas y han hecho posible que la gente haya podido disfrutar y que hayan sido miles de personas las que han pasado durante este fin de semana por Baeza».

El responsable turístico de la Diputación ha puesto el foco en dos datos que confirman los buenos resultados que arroja este evento. «Los principales protagonistas de la fiesta, las marcas de AOVE, han sido también las principales beneficiarias porque se estima que se han vendido más de 5.000 botellas de AOVE temprano». Además, Lozano resalta que «los visitantes han participado en todas y cada una de las actividades programadas, unas propuestas que no han dejado indiferente a nadie, que tenían que ver con el acervo cultural del aceite de olivo y que han dado otra visión a esta fiesta». Entre ellas cita las visitas al patrimonio, las actividades para menores o las

catas de aceite de oliva, «que se han llenado», según puntualiza Francisco Javier Lozano, quien calcula que «en total habremos llegado a unas 2.000 personas participantes en esta parte de la programación».

Este éxito de público ha sido también notable en actividades culturales «como el concierto de soul que ofreció ayer ‘Shirley Davis and the Silverbacks’ y que disfrutó mucho la gente», mientras que del programa de este domingo el diputado destaca «los mano a mano de seis cocineros de Baeza que han demostrado a través de estas exhibiciones culinarias en directo lo importantes que son los AOVEs en la cocina y que se pueden usar de distintas formas».

La satisfacción general que arroja esta octava edición de la Fiesta del Primer Aceite de Jaén también se ha dejado notar, a juicio de Lozano, «en la hostelería, los alojamientos y la restauración de Baeza». Además, añade, «hemos aprovechado su celebración para que agentes de viaje europeos que participan en un viaje de

(Pasa a la pag. siguiente)



(Viene de la pag. anterior)

familiarización por nuestra tierra pudieran visitar esta fiesta, y se han dado cuenta de la importancia que tiene esta cultura en nuestra provincia, donde es más bien una forma de vida».

Por todo lo anterior, el diputado de Promoción y Turismo considera que «debemos hacer un balance muy positivo de la fiesta, que supone también un impulso para esta campaña 21-22 de aceite de oliva». En este sentido, ha concluido anunciando que «vamos a seguir en noviembre y diciembre con las acciones de promoción y comercialización de nuestros aceites, e invitamos a la gente a que participe en las actividades que se llevarán a cabo y siga consumiendo y comprando nuestro oro líquido, que es muy importante para la provincia de Jaén».



Inauguración de la muestra en Pamplona. /ag



CIENTOS DE PAMPLONESES DEGUSTAN EL MEJOR AOVE JIENENSE EN PAMPLONA

La calle Bosquecillo, en el reconocido Parque de la Taconera de Pamplona, se convirtió durante tres días en el escenario para la puesta de largo de los mejores aceites de oliva virgen extra producidos en la provincia jienense en esta campaña. Cientos de pamploneses disfrutaron, a pesar de la lluvia, el frío y la nieve, de la Fiesta Anual del Primer Aceite de Jaén, que después de haber visitado en ediciones anteriores ciudades como Valencia, Vigo, Bilbao, Hospitalet de Llobregat y Gijón, ha recalado este año en la capital navarra.

Concluía una acción promocional del aceite de oliva de la provincia de Jaén, de la que, como remarcó el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, «estamos muy satisfechos por el desarrollo de esta acción que a pesar de las inclemencias meteorológicas nos ha permitido esta presentes con los pamploneses que han mostrado un interés máximo por nuestro AOVE. De hecho, han participado y llenado las distintas acciones que hemos celebrado como los showcooking, las degustaciones, la presentación de los productos Degusta Jaén, las catas que ha impartido la IGP Aceite de Jaén, e incluso el espectáculo flamenco».

El diputado de Promoción y Turismo recaló que «han sido muchos los que han podido degustar y comprar aceite de oliva virgen extra de Jaén. El objetivo principal era abrir más mercado y visibilizar la gran excelencia y calidad de nuestros productos, y creo que esto se ha conseguido gracias también a la colaboración del Ayuntamiento de Pamplona y del Gobierno de Navarra».

Ciudad de la Música
Ciudad de Semana Santa
Primavera Universitaria

Jódar

¡Tanto por descubrir!

www.jodar.es
www.saudar.com

'DEGUSTA JAÉN', SINÓNIMO DE CALIDAD Y ÉXITO

En 2013, la Diputación Provincial puso en marcha una estrategia para apoyar y promocionar la industria agroalimentaria jienense que, casi una década después, se puede asegurar que ha dado un gran resultado. 'Degusta Jaén' surgió como un certificado de calidad para los excelentes productos que el sector agroalimentario elabora en la provincia jiennense, pero más allá de difundir sus bondades ha contribuido a reforzar la pujanza de las empresas y establecimientos que en Jaén se dedican a esta actividad y a diversificar la economía provincial, ya que este sector genera mucha riqueza y empleo en nuestros pueblos y ciudades y ayuda a fijar la población al territorio.

Empresas

Más de 230 empresas de 61 municipios jiennenses han conseguido en este tiempo este sello que garantiza la calidad de los productos y empresas que la



Estas fechas navideñas está funcionando la venta *on line* de los productos de Degusta Jaén a través del Mercado Navidad. /ag



Imagen de la entrega de los VII Premios Degusta Jaén por parte de la Diputación. /ag

el dato

Más de 230 empresas de 61 municipios están integrados en esta iniciativa, de todos los sectores agroalimentarios de la provincia.

obtienen, pero Degusta Jaén ha supuesto mucho más. En esta estrategia, entre otras muchas propuestas, tienen cabida muestras de productos autóctonos, como las dedicadas a la cereza, la breva, la fresa o el pan; también ha permitido a las empresas jiennenses vender sus productos selectos en ferias nacionales e internacionales; ser protagonistas de jornadas gastronómicas en restaurantes jiennenses también adheridos a esta iniciativa; e incluso formar parte de un mercado navideño on line conformado solo por alimentos respaldado por esta marca.

El trabajo realizado por la Diputación ha favorecido que muchos consumidores, los jienenses los primeros, sean conscientes de la enorme variedad y la excelencia de muchos productos que se elaboran en la provincia de Jaén.

Ese ha sido el primer logro de Degusta Jaén, bajo cuyo paraguas muchas marcas han crecido hasta el punto de convertirse en referentes nacionales e internacionales. La empresa Quesos y Besos, cuyo queso Olavidia recibió hace unas semanas el galardón como Mejor Queso del Mundo, es el mejor ejemplo de que esta estrategia está funcionando.

Porque el éxito de esta firma radicada en Guarromán no es un hecho aislado. Los AOVEs jiennenses llevan años copando premios y reconocimientos por todo el mundo y algunos productos de nuestra tierra se han colado entre la selecta gama de alimentos que ofrece la red de Paradores Nacionales de España. Degusta Jaén se ha convertido así en la mejor carta de presentación de nuestra industria agroalimentaria, porque todos los productos y establecimientos que engloba son sinónimo de excelencia, calidad y éxito.

25 AÑOS DEFENDIENDO LA CALIDAD DEL ACEITE DE SIERRA MÁGINA

Este mes de diciembre se han cumplido los 25 años de la puesta en marcha del Consejo Regulador de la Denominación de Origen de los caldos de la comarca de Sierra Mágina. Coincidiendo con este 25 aniversario la entidad ha estrenado nueva imagen.

La Denominación de Origen Sierra Mágina está de enhorabuena ya que celebra su 25 aniversario habiendo logrado muchos de los objetivos con los que se creó. La entrada en vigor el 16 de diciembre de 1995 del primer Reglamento del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina supuso el primer reconocimiento oficial de la misma, siendo ratificado en 1999 por la Comisión Europea, dándole así la oficialidad definitiva de acuerdo a la normativa europea. Fue la segunda Denominación de Origen de la provincia de Jaén y la



Salvador Contreras, presidente de la DO Sierra Mágina, junto a la nueva imagen de la entidad. /ag

cuarta de Andalucía en obtener la protección geográfica del nombre para sus aceites.

Durante estos 25 años la calidad del aceite y el cuidado del olivar de Sierra Mágina ha sido la máxima de la Denominación de Origen Sierra Mágina. Así lo ha puesto de relieve su presidente, Salvador Contreras, durante la presentación

de actividades conmemorativas de este aniversario y de la nueva tienda virtual. «La diferenciación de nuestros aceites por la calidad y por el territorio está más que consolidada después de estos 25 años, gracias a la apuesta de los olivareros, almazaras y todos los que componen el Consejo Regulador» destacó Contreras.

Son varias las marcas protegidas por la Denominación de Origen que han obtenido reconocimientos del Consejo Oleícola Internacional, del Ministerio de Agricultura, Jaén Selección, etc, lo que demuestra la importante apuesta por la calidad en esta comarca. El esfuerzo de los olivareros, almazaras y cooperativas por seguir diferenciando sus aceites es imparable en Sierra Mágina, prueba de ello es que ya son 15 entidades, de las 24 inscritas al Consejo, las que elaboran un AOVE de cosecha temprana, alcanzando un volumen de



(Pasa a la pag. siguiente)



(Viene de la pag. anterior)

producción superior a los 200.000 kg.

Aunque este aniversario llega en un momento complicado por la situación de la pandemia del Covid-19 y el estado de alerta, el Consejo Regulador ha preparado un amplio programa de actuaciones y eventos que se han presentado esta tarde en la sede del Consejo Regulador. Entre ellas se encuentra la puesta en marcha de una tienda virtual, aove.sierramagina.org, para la comercialización exclusiva de aceites de nuestro Consejo Regulador. Esta plataforma de venta se ha puesto en marcha hoy y permite comprar AOVE de cosecha temprana, desde una botella, de diferentes marcas.

Otra de las actividades conmemorativas del 25 aniversario tendrá lugar mañana jueves 17. Se trata una cata virtual en la que

participarán 30 blogueros, cocineros y periodistas de toda España. La dirigirá la jefa de panel del Consejo Regulador, Pilar Colmenero, y se probarán varios AOVEs de la presente campaña que se han enviado a cada uno de los participantes.

Uno de los proyectos estrella para celebrar esta efeméride será la edición de un libro conmemorativo de la memoria de estos 25 años, que incidirá especialmente en el ámbito territorial, y donde se contará con la colaboración de universidades, científicos, fotógrafos, autoridades, y técnicos, en definitiva profesionales cualificados que compartirán su visión de la comarca y sus aceites, además de olivareros y representantes de cooperativas inscritas. Asimismo se desarrollarán otra serie de actividades como un programa de

conferencias y catas on-line dentro del programa Aula de Mágina, una nueva web e imagen corporativa o un club virtual de seguidores del aceite que se beneficiarán de sorteos y promociones exclusivas y que recibirán información sobre nuestro aceite y los 15 municipios de la comarca.

Además, como la situación de la pandemia lo ha permitido, la D.O. Sierra Mágina ha celebrado las Jornadas Técnicas de Origen España en su sede en noviembre pasado, con la asistencia de representantes de más de 60 DOP e IGP de todo el país.

Como retos para los próximos años, el Presidente del Consejo ha avanzado «la comercialización de un mayor porcentaje de AOVE calificado envasado por nuestras marcas, y principalmente en exportación». Salvador Contreras ha señalado asimismo como esencial aumentar el valor percibido por los olivareros por los aceites calificados, ya que éstos se están pagando más caros, tanto en el mercado de envasado como a granel.

En definitiva, la Denominación de Origen Sierra Mágina puede presumir de haber conseguido en 25 años que sus aceites se encuentren entre los mejores del mundo y lo celebrará trabajando para seguir dándolos a conocer.

CRDO SIERRA MÁGINA

El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina fue reconocido en 1995, y ampara una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, con unos 13.000 olivareros censados, en 15 términos municipales, siendo la variedad picual la principal.

Cuenta con 55 marcas de aceite de oliva 100% virgen extra amparadas por su certificación, que han obtenido los galardones más prestigiosos a la calidad de sus aceites, tanto nacionales como internacionales.

Sus aceites son muy frutados, con picor y amargor equilibrados, destacando notas de tomate, higuera y verde hierba.

La gama completa de trituradoras para su olivar!

para su olivar!



TMA-S



TRE-PRO



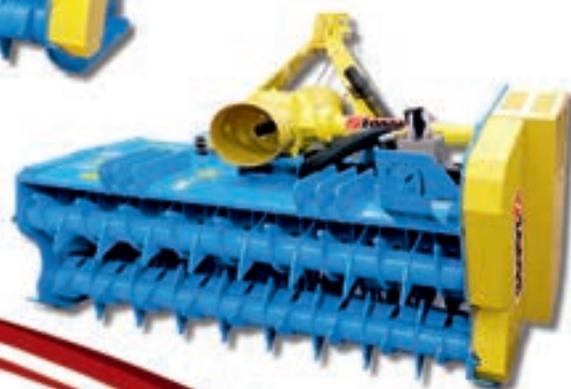
TMU



TCK



TMK



TLK

¡ Visitenos en los
STAND 21-25!



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

Instagram Facebook YouTube LinkedIn | zanon.it

A woman with long brown hair, wearing a vibrant magenta halter-neck dress, is captured in a dynamic dance pose. She is barefoot and has her arms extended, with her right arm reaching upwards and her left arm out to the side. Her dress is billowing out around her, suggesting movement and wind. The background is a vast, snowy mountain range under a clear blue sky. The snow is bright white, and the peaks are rugged and partially covered in snow. The overall mood is one of joy and freedom in a winter setting.

NO HAY
ALEGRÍA
PEQUEÑA

ESTAS NAVIDADES,
DATE UNA ALEGRÍA.
VEN A ANDALUCÍA

Andalucía



Junta de Andalucía