



AGENDA MENSUAL DE ACTIVIDADES

Julio 2018

LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
						1
2	3	4 Interprofesional DGPM	5	6	7	8
9	10	11 DGPA Junta de Andalucia	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25 JD Interprof	26	27	28	29
30	31					



Nuevas normas sobre declaraciones obligatorias en aceite de oliva y aceituna de mesa

14 de julio de 2018 | Actualizado el 14 de julio de 2018

El **Gobierno ha aprobado un Real Decreto por el que se modifica la normativa relativa a las declaraciones obligatorias de los operadores en los sectores de aceite de oliva y aceituna de mesa. El objetivo es afianzar y actualizar el sistema vigente y complementarlo con un registro de instalaciones oleícolas obligadas a declarar.**

De acuerdo con esta disposición, estarán obligados a presentar una declaración con el **resumen mensual de su actividad las almazaras, envasadoras de aceite de oliva, tenedores de aceite de oliva a granel, refinerías, extractoras de aceite de orujo, empresas** que operen en el sector del aceite de oliva sin instalaciones propias, transformadores de aceituna de mesa y envasadores de aceituna de mesa. **El incumplimiento de la obligación de declarar será objeto de sanciones.** De acuerdo con la normativa comunitaria, los Estados miembros deben presentar a la Comisión Europea esas declaraciones, con las notificaciones sobre precios y producciones, para aportar transparencia a los mercados.

Además, la nueva norma **anula algunos aspectos de la Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria y adjudica a las Comunidades Autónomas el régimen de control acerca de los sistemas de información de los mercados**, entre ellos los oleícolas, en lugar de a la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), como se recogía en la Ley.

De esta forma se da respuesta a la sentencia del Tribunal Constitucional por la que se resuelve el recurso presentado por Cataluña sobre las funciones de la AICA en relación con estos controles.

Buena cifra de comercialización en junio

Por otro lado, los **datos provisionales sobre comercialización de aceite de oliva** correspondientes al **mes de junio**, que la Agencia de Información y Control Alimentarios avanza al sector, dan cuenta de unas ventas en ese mes de unas **120.000 toneladas** (contando la exportación y el mercado nacional). Con ellas, el total comercializado **desde el comienzo de la campaña se sitúa en unas 972.000 toneladas**, un 11% menos que en el mismo período de la campaña anterior (1,1 millones de toneladas). **Las existencias a finales de junio, de acuerdo con esos datos provisionales, serían de unas 700.000 toneladas.**

https://www.cope.es/noticias/agropopular/nuevas-normas-sobre-declaraciones-obligatorias-aceite-oliva-aceituna-mesa_239060



FINANCIACIÓN 2018

Obtenga su crédito de forma ágil y flexible

 **AgroBank**



Los precios del aceite de oliva ratifican las previsiones estivales y siguen sin grandes variaciones

Los precios en origen del aceite de oliva han ratificado las previsiones estivales que se ha n conocido esta semana y han logrado mantener la estabilidad a lo largo de la semana de la misma forma que lo ha venido haciendo [a lo largo de todo el mes](#), manteniendo las cotizaciones sin grandes variaciones. Según Oleoestepa, han prevalecido las repeticiones en todas las calidades salvo en extra que baja ligeramente hasta 2.950 euros, frente a los 3.000 euros por tonelada de la semana anterior.

Cabe recordar que el [balance de la evolución de la campaña](#) de aceite de oliva en el mercado estival es bastante positivo, en especial en materia de precios, a partir de los datos extraídos del último informe emitido por la AICA sobre la evolución del mercado del aceite de oliva y el de aceituna de mesa.

En lo que llevamos de campaña hasta el mes de junio, la comercialización ha tenido un magnífico comportamiento en este último mes en el que se ha dado salida a un volumen de 117.000 t de aceite.

Asimismo, cabe destacar que el sistema [Poolred](#) de la Fundación del Olivar anotó ligeras variaciones al alza en extra donde fijó un precio medio de 2.844 euros (frente a los 2.823 de la semana anterior) y en virgen de 2.539 euros (2.528 euros, la semana anterior), mientras que el aceite lampante bajo hasta los 2.407 euros por tonelada (2.427 euros, la anterior).

Por su parte, el último Informe semanal de Coyuntura del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para la última semana se anotaron incrementos generalizados en los precios medios de los aceites, excepto en aceite de orujo refinado que desciende un (-0,37%). Aceite de orujo crudo 2,07%, aceite virgen extra 1,11%, aceite de oliva refinado 0,96%, aceite de oliva lampante 0,93% y aceite de oliva virgen 0,78%. Los precios del aceite de girasol refinado mantuvieron la misma tónica y permanecieron estables sin grandes variaciones.

<http://www.agroinformacion.com/los-precios-del-aceite-de-oliva-ratifican-las-previsiones-estivales-y-siguen-sin-grandes-variaciones/>

Mercado estable con altibajos en los precios del aceite de oliva

Los precios en origen del aceite de oliva se mantuvieron estables a lo largo de la semana, [sin variaciones significativas](#), según fuentes de **Oleoestepa**, que indican repeticiones en todas las calidades salvo en extra que baja ligeramente hasta 2.950 euros, frente a los 3.000 euros por tonelada de la semana anterior.

En la **Lonja de Extremadura** también predominaron las repeticiones, en su mesa de precios celebrada el viernes 13 de julio, salvo en lampante, donde se anotó un aumento del 25 euros por tonelada en relación a la semana anterior, cotizando entre 2.400 y 2.450 euros por tonelada.

Por su parte, el sistema Poolred de la **Fundación del Olivar** anotó ligeras subidas en extra donde fijó un precio medio de 2.844 euros (frente a los 2.823 de la semana anterior) y en virgen de 2.539 euros (2.528 euros, la semana anterior), mientras que el aceite lampante bajo hasta los 2.407 euros por tonelada (2.427 euros, la anterior).

Precios Medios Nacionales

En el último **Informe semanal de Coyuntura** del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para la semana 27, que va del 2 al 8 de julio, se anotaron incrementos generalizados en los precios medios de los aceites, excepto en aceite de orujo refinado que desciende un (-0,37%). Aceite de



orujo crudo 2,07%, aceite virgen extra 1,11%, aceite de oliva refinado 0,96%, aceite de oliva lampante 0,93% y aceite de oliva virgen 0,78%.

El aceite de girasol refinado permanece estable

<https://www.agroportal.pt/mercado-estable-con-altibajos-en-los-precios-del-aceite-de-oliva/>



La nueva era del batido se llama
Protoreattore® PIERALISI

Alta Calidad • Máxima Eficiencia
Mínima Inversión

GRUPPO
PIERALISI
INNOVADORES POR PASIÓN

www.pieralisi.com

Una cosecha de aceite de oliva con buenas perspectivas

El sector oleícola tiene buenas perspectivas respecto a la próxima cosecha de aceite de oliva que ya se está conformando para la campaña 2018/2019, que presenta mejores credenciales y un aspecto superior en términos productivos a la actual, que está en su recta final.

Los representantes del sector vaticinan que se mejorará la producción obtenida en esta campaña, contabilizada en 1.254.000 toneladas de aceite de oliva, por lo que presagian que podemos estar en la órbita del millón y medio, lejos aún del récord de casi 1,8 millones de toneladas conseguido en la campaña 2013/2014.

El secretario de la UPA en Jaén, Crstóbal Cano, ha expuesto sus “buenas sensaciones, pero sin caer en la euforia”, ya que ha constatado una gran mejoría en el olivar de secano que podría amortiguar y compensar una hipotética bajada en la producción del olivar de regadío tras unos años a pleno rendimiento por el estrés hídrico sufrido por el olivo.

Aunque ha admitido que no habrá una “súper cosecha”, Crstóbal Cano sí apuesta por que supere a la pasada “con una cifra razonable que puede estar en el entorno del millón y medio de toneladas en España”.

El delegado de Agricultura en Jaén, Juan Balbín, también cree que la próxima cosecha de aceite de oliva “pinta bien” y vaticina que la producción superará a la de la presente campaña 2017/2018. Aunque es “pronto y prematuro” para estimar con solvencia si la próxima campaña será de categoría “media-alta”, ha reconocido que las perspectivas son buenas, lo que tendrá que ser ratificado en el avance de cosecha que hace público la Junta en octubre.

Ha subrayado los “efectos positivos” de las lluvias registradas desde finales de febrero sobre el olivar, principalmente en el de secano, lo que ha motivado la gran recuperación del árbol y de los embalses para el mantenimiento de las dotaciones de regadíos.

También se muestra optimista el gerente de la Denominación de Origen Protegida de la Sierra de Segura, Francisco Moreno, quien entiende que estas lluvias han mejorado sustancialmente un cultivo mayoritariamente de secano en esta comarca, donde la producción de aceite de oliva en la pasada cosecha ha sido baja.



Jesús Sutil, el gerente de la DOP de Sierra Mágina, tiene “una visión positiva” respecto a la cosecha en ciernes y, aunque reconoce con todas las cautelas y reservas posibles que hay margen de mejora de la producción, ha anticipado que en su zona de influencia no será muy elevada dicha subida en relación con la actual.

Mientras tanto, en el décimo mes de la actual campaña oleícola, sólo 382.000 toneladas de la producción de aceite de oliva en España se ha obtenido en Jaén, provincia que en campañas procedentes produjo más de medio millón de toneladas y que registró hace cinco años un récord de 752.000 toneladas. EFE

<https://www.lavanguardia.com/vida/20180715/45918426643/una-cosecha-de-aceite-de-oliva-con-buenas-perspectivas.html>



IMMS
PESAJE INDUSTRIAL
Instalación, Mantenimiento y
Sistemas de Pesaje S.L.

- Fabricación, instalación, mantenimiento y calibración de básculas puente
- Conversión básculas puente mecánicas a electrónicas
- Pesadoras continuas, pesaje dinámico y básculas de plataforma

Pol. Ind. "Los Cerros" C/Herrería Nave 57 · C.P. 23400 · Úbeda(Jaén)
Tif.: 953 754 981 Web: www.imspesaje.es

El aceite de oliva quiere comerse el mundo con una nueva campaña mundial

La campaña, que lleva por nombre "Hagamos un mundo más sabroso", se dio a conocer en el Instituto Cervantes de Nueva York

El gremio del aceite de oliva español presentó hoy en Nueva York su nueva campaña para conquistar América, Asia y Europa: durará tres años, tiene un presupuesto de seis millones de euros y se financia con fondos de la Unión Europea.

La campaña, que lleva por nombre "Hagamos un mundo más sabroso", se dio a conocer en el Instituto Cervantes de Nueva York, ya que el mercado estadounidense es uno de los más importantes en este momento para el gremio.

No se parte desde cero, y es que hace dos años el tenista Rafael Nadal ya puso cara a la primera gran campaña de este tipo, y ahora, con los resultados en la mano, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español quiere seguir cosechando adeptos.

El aceite de oliva continúa siendo un nicho: su consumo global representa apenas el 1,50%, muy lejos del 15% del aceite de colza, el 29% del de soja o el 35% del de palma.

Aún así, la popularidad creciente de la dieta mediterránea y la mala fama de otros aceites, como el de palma, han abonado el terreno para el aceite de oliva, que en Estados Unidos no para de crecer.



"Diez años atrás, en España consumíamos el 60% de nuestro aceite de oliva y exportábamos el 40%. Ahora esta tendencia se ha invertido, y exportamos el 70% y consumimos el 30%", resumió a Efe el presidente de la Interprofesional, Pedro Barato.

Hace una década, el mercado estadounidense no destacaba por su consumo en aceite de oliva pero hoy en día es el tercer consumidor mundial, todo un "mérito" teniendo en cuenta que los dos primeros, Italia y España, son países productores. EEUU ha pasado de consumir apenas 30 toneladas de aceite de oliva a gastar hasta 310.000 en solo una década. Para conseguirlo ha hecho falta la "complicidad" de varios actores, desde los médicos que certifican sus beneficios para la salud, al gobierno estadounidense, que en su última guía con consejos para una vida saludable de 2015 recomendó el uso de este tipo de aceite.

También tiene algo que ver el éxito de la gastronomía española en EEUU, y por ello el estreno de la campaña contó con Seamus Mullen, un cocinero neoyorquino que, tras trabajar en un bar de Burgos, abrió en 2013 "El Colmado", uno de los restaurantes de tapas más populares de la ciudad. La campaña, que contará con más de 3.000.000 de impactos, estará presente en puertos, aeropuertos y estaciones de tren, ya que según sostiene Barato, "aquellos que viajan tienen una especial consideración para probar nuevas experiencias, también en la cocina".

El aceite de oliva estará presente en los aeropuertos de Chicago, San Francisco, Los Ángeles y Nueva York, donde ya se han abierto algunos "lounges", o zonas de descanso, donde los viajeros pueden probar el aceite de oliva al tiempo que escuchan música o cargan sus dispositivos.

"El futuro se nos muestra halagüeño. El consumo de aceite de oliva en EEUU no llega a un quilo por persona y año, mientras en España es de 13", enfatizó el presidente del gremio, que desgranó que el consumo está "concentrado" en la costa este y oeste del país, por lo que aún quedan muchos estados "por conquistar".

<http://www.eluniversal.com/gastronomia/15007/el-aceite-de-oliva-quiere-comerse-el-mundo-con-una-nueva-campana-mundial>



El aceite de oliva, «sin preocupación» por los aranceles de Trump

Esta semana, EE.UU. ha confirmado el arancel del 34,7% contra la aceituna de mesa española, tras la decisión de su Comisión de Comercio Internacional (ITC, en sus siglas en inglés) de que, según su investigación, sus importaciones causan un daño importante al sector local y de que las



aceitunas españolas «están subsidiadas y vendidas a precios inferiores al valor razonable». España protestó este miércoles contra la decisión, que debe confirmarse en otra reunión del ITC, prevista para el 24 de julio. «El Gobierno español se muestra contrariado por este resultado ya que, durante la investigación, ni los denunciados ni la propia autoridad investigadora han aportado las **evidencias suficientes**» que justifiquen los aranceles, aseguró el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en un comunicado. En él, se muestra dispuesto a utilizar «las posibles vías de acción para reaccionar en defensa del sector de la aceituna de mesa» y afirmó que «no descarta la posibilidad de llevar el caso a la Organización Mundial del Comercio».

La medida de la Administración Trump coincide esta semana con el lanzamiento de una gran campaña para promocionar el aceite de oliva español en EE.UU., presentada este jueves en el Instituto Cervantes de Nueva York. En la presentación participó **el cocinero Seamus Mullen**, uno de los abanderados en la Gran Manzana de la gastronomía española, que inspira a su restaurante del West Village, Tertulia.

Pedro Barato, presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, aseguró a ABC que «de momento, no hay motivo de preocupación» en el sector ante la posibilidad de que este producto sufra una suerte similar a la de la aceituna de mesa, en plenas tensiones comerciales de la Administración Trump con la Unión Europea. «No hay correlación, porque no hay motivo para ello. Y las alarmas no son buenas», dijo. «El mercado estadounidense es abierto y funciona muy bien», dijo sobre el sector del aceite de oliva.

Ello a pesar de que la secretaria general de UGT en Andalucía, **Carmen Castilla**, advirtió esta semana que el arancel a la aceituna de mesa «puede ser la punta del iceberg» en las barreras comerciales al campo española y que en el futuro otros productos estratégicos, como el aceite de oliva, podrían verse afectados.

EE.UU. importó el año pasado cerca de 115.000 toneladas de aceite español, mientras que su producción doméstica está alrededor de las 15.000 toneladas. Se trata de uno de los sectores estratégicos para el aceite español, que en los últimos años ha disparado su exportación al exterior. Si hace diez años, el consumo interno del aceite de oliva era del 60%, ahora España exporta cerca del 75% de su producción.

El objetivo de la campaña, según Barato, es que el público estadounidense conozca mejor el producto y contribuir a su promoción en zonas donde todavía no es muy conocido. El aceite de oliva español tiene una amplia implantación en los principales mercados de las dos costas estadounidenses -como California o Nueva York-, pero tiene mucho margen de crecimiento en el interior del país.

La campaña, bajo el paraguas de la Unión Europea, está centrada en **aeropuertos, estaciones de tres y puertos de cruceros de EE.UU.**, en los que se instalarán puntos de información sobre el aceite de oliva.

<http://www.finanzas.com/noticias-001/todos/20180713/aceite-oliva-preocupacion-aranceles-3875071.html>



Andalucía prevé más sanciones contra las prácticas comerciales desleales

Y podría publicar el nombre de la empresa y el producto

Olimerca.- Andalucía quiere evitar las prácticas desleales y proteger los intereses de los consumidores a toda costa. Para ello, a través de la nueva Ley de Agricultura, la Junta prevé sanciones con un marcado carácter disuasorio, y en los casos más graves se podrá hacer pública la empresa sancionada y el producto. Así lo ha destacado el consejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Rodrigo Sánchez Haro, en el desayuno-coloquio de la Fundación Cámara de Comercio de Sevilla, en una ponencia titulada 'La Ley de Agricultura. Equilibrio y sostenibilidad en la cadena alimentaria'.

Durante su intervención Sánchez Haro ha destacado los aspectos más importantes que introduce dicha ley, que además de la lucha contra las prácticas comerciales desleales pretende apoyar a la internacionalización, la promoción y la innovación, así como medidas para mejorar el equilibrio de valor y sostenibilidad de la cadena alimentaria", a lo que ha unido una reclamación permanente de agricultores y ganaderos: la simplificación administrativa. Esto, a su juicio, permitirá agilizar todo el sector agroalimentario, lo que a su vez redundará en mejorar su competitividad.

Durante su intervención el consejero ha señalado también que se activarán mecanismos como el sistema de información de la cadena alimentaria, que integrará la relación entre el beneficiario y la Administración, y "el establecimiento de trámites de comunicación previa que agilizará la operativa". De esta manera, para iniciar un nuevo proyecto industrial bastará con una comunicación previa del inicio de su actividad, realizándose más adelante los controles pertinentes. Además, "la información que ya se haya aportado estará integrada en el mismo sistema, sin tener que aportarla de nuevo".

Simplificación administrativa

Asimismo, otro de los desafíos que afronta la Ley de Agricultura es la simplificación administrativa, que también "potenciará la innovación tecnológica y la digitalización, así como la internacionalización y la promoción del sector". Para el representante del Gobierno andaluz, "dada la importancia estratégica de nuestro sector agroalimentario y para que siga siendo un motor de crecimiento en el futuro es necesario impulsarlo con el establecimiento de un marco normativo como éste, que aporta ventajas y garantías a productores, transformadores y comercializadores, y defiende los intereses de los consumidores y la sociedad andaluza en su conjunto".



Y con el objetivo de impulsar las ventas al exterior, el consejero ha explicado que se creará la Comisión para la Internacionalización del sector agroalimentario para "seguir avanzando en el camino de éxito de las exportaciones y aumentar el número de empresas que exportan regularmente, ya que de las más de 3.500 firmas andaluzas que venden al extranjero alimentos y bebidas solo el 45% lo hacen regularmente". En este sentido, se prevén actuaciones coordinadas para mejorar la implantación en el exterior, mejorar la formación y asesoramiento o posicionar mejor los productos andaluces.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/andalucia-preve-mas-sanciones-contras-las-practicas-comerciales-desleales/b30966f247bca653940230df68be0d47>

Israel amplia la supresión de aranceles a 1.700 toneladas de aceite de oliva

Israel ha ampliado recientemente la cuota de aceite de oliva exento de aranceles con la supresión de tarifas para importar 1.700 toneladas de este producto, una medida que beneficia al sector aceitunero español, dijo hoy a Efe José María Blasco, jefe de la Oficina Económica y Comercial de España en Tel Aviv.

"España es el principal exportador de aceite de oliva a Israel, con 14,5 millones de euros enviados en 2016", declaró Blasco, que valora la medida aprobada por el Gobierno israelí como "interesante y con cierto impacto en España para los exportadores", ya que "podrán incrementar aún más las cifras".

Otros proveedores relevantes de aceite de oliva para Israel "son Turquía, Jordania y Túnez, aunque con cifras bastante inferiores a las españolas", destacó Blasco.

Israel se plantea ampliar la supresión de aranceles para el aceite de oliva a la cantidad de 2.000 toneladas para 2020, adelantó la Oficina Económica y Comercial española.

Actualmente, los aranceles suponen un tercio del precio final del aceite en Israel y la mayoría de las importaciones españolas se comercializan tanto embotelladas como a granel.

"El importador israelí etiqueta parte del aceite a granel a marca propia, pero indica que ha sido producido en España", señala Blasco, que destaca que casi el 100% del producto español exportado reúne las condiciones aptas para judíos para el consumo según los preceptos religiosos.

Varias empresas israelíes dedicadas al comercio de aceite de oliva como Saba Habib, Super-Sol, Rami Levy, Shemen Industries o Eliad han recibido asignaciones libres de impuestos este año y representan el 90% del aceite comercializado por minoristas, indicó la oficina de comercio española. EFE

<https://www.lavanguardia.com/vida/20180713/45867688040/israel-amplia-la-supresion-de-aranceles-a-1700-toneladas-de-aceite-de-oliva.html>