

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

02 de enero de 2026



HOY ES NOTICIA:

2025: los hechos más relevantes del sector del olivar y el aceite de oliva

El comercio agroalimentario crece pero el aceite de oliva cae un 17% en valor

Nuevas oportunidades de financiación europea para impulsar soluciones digitales en la agricultura

El aceite de oliva de Túnez, en el centro de una estrategia nacional

Oleoturismo: fusión entre gastronomía tradicional y sostenibilidad en el sector del olivar

El IMIDRA y la UNED impartirán un curso sobre análisis sensorial de aceite de oliva virgen

El sector del aceite de oliva de China alivia la pobreza pero tiene dificultades para competir



2025: los hechos más relevantes del sector del olivar y el aceite de oliva

El año 2025 pasará a la historia del sector del aceite de oliva como un periodo muy activo, marcado por reformas regulatorias, avances científicos clave, decisiones comerciales estratégicas y un refuerzo institucional sin precedentes. En medio de tensiones internacionales, debates sobre sostenibilidad y una creciente sensibilidad hacia la salud del consumidor, el olivar y el aceite de oliva español se ha situado en el centro de la agenda agroalimentaria global. Estos han sido los hitos que definieron el año que, agrupados por grandes ejes de transformación, hemos querido destacar en Olinerca.

2025 comenzó con un impulso relevante desde Estados Unidos, donde la FDA actualizó la definición de “declaración saludable”, abriendo la puerta a que el aceite de oliva pueda utilizar voluntariamente esta mención gracias a su perfil graso y probados beneficios para la salud cardiovascular.

En paralelo, el debate científico y regulatorio se intensificó en Europa. La Unión Europea daba un varapalo a la solicitud presentada tres años antes por la Asociación QvExtra! para la consecución de la primera alegación saludable del AOVE. La Comisión Europea solicitaba entonces más estudios sobre los efectos cardiosaludables del AOVE para seguir avanzando en posibles alegaciones, mientras que entidades como QvExtra e IAOE sumaban esfuerzos para reforzar el respaldo científico necesario. El proceso avanzó durante el año hasta situarse ya en los últimos trámites de aprobación de una alegación que supondría un antes y un después para la comunicación del producto ante el consumidor.

A nivel territorial, Andalucía volvió a demostrar por qué es el corazón del olivar mundial. La comunidad puso en marcha su primera gran estrategia de agroindustria, con una visión integral del sector, y confirmó una inversión histórica de 1.000 millones de euros destinados al olivar y al aceite de oliva, orientados a competitividad, transformación industrial y fortalecimiento de mercado.

El comercio internacional fue uno de los grandes frentes del año. Mientras Brasil eliminaba los aranceles sobre las importaciones de 9 alimentos básicos, entre ellos, el aceite de oliva virgen extra, en pleno mes de agosto, la Administración Trump hacía lo contrario gravando las importaciones de productos agroalimentarios de Europa con un 15%, algo que no gustó a la agricultura europea.

Seguir leyendo... Fuente: Olinerca



El comercio agroalimentario crece pero el aceite de oliva cae un 17% en valor

Las exportaciones agroalimentarias de la Unión Europea alcanzaron en octubre de 2025 un máximo histórico de 21.7 mil millones de euros, lo que supone un incremento del 7% respecto al mes anterior y un 1% más que en octubre de 2024, según el último Informe Monitoring EU Agri-Food Trade – October 2025, publicado en diciembre de 2025. En el acumulado de enero a octubre, las ventas externas sumaron 199.4 mil millones de euros, un 2% más interanual, impulsadas principalmente por los elevados precios de los productos derivados del cacao y del café. Paralelamente, el superávit agroalimentario mensual ascendió a 6.4 mil millones de euros, el nivel más alto en más de un año, consolidando la posición de la UE como actor clave en el comercio global de alimentos.

Más exportaciones de aceite de oliva, menos precio

El sector oleícola europeo continúa mostrando un comportamiento dual. Entre enero y octubre de 2025, las exportaciones de aceite de oliva crecieron un 17% en volumen, reflejando la recuperación productiva tras las campañas de baja disponibilidad. Sin embargo, esta mejora no se trasladó al valor exportado debido a una caída del 29% en los precios respecto al pico registrado en 2024. Como consecuencia, el capítulo de “olivas y aceite de oliva” registró un descenso de 1.032 millones de euros (–17%) en el valor exportado.

El informe destaca además que las exportaciones agroalimentarias hacia Estados Unidos —uno de los principales destinos del aceite de oliva europeo— disminuyeron en 830 millones de euros, afectadas en parte por la reducción de precios del aceite de oliva y por la contracción de las ventas de vino y espirituosos desde julio.

Aceitunas de mesa, retroceso en el valor exportado

El capítulo de preparaciones de frutas, frutos secos y hortalizas, que incluye las aceitunas de mesa y sus derivados, registró una caída de 514 millones de euros (–5%) en el periodo enero–octubre. Aunque el informe no desglosa específicamente las aceitunas de mesa, la contracción del capítulo confirma un retroceso en el valor exportado, influido por la normalización de precios tras las tensiones de campañas anteriores y por una mayor competencia en mercados mediterráneos y de Oriente Medio.

Seguir leyendo... Fuente: Revista Óleo



Nuevas oportunidades de financiación europea para impulsar soluciones digitales en la agricultura

La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de Andalucía participa activamente en el partenariado europeo "Agricultura de Datos" (AgData), que ha comenzado su andadura en el último trimestre de 2025. Se trata de una iniciativa de cooperación internacional que forma parte del Programa Marco de Investigación e Innovación Horizonte Europa. El objetivo de AgData es coordinar a nivel comunitario la inversión, la investigación, la integración de datos y la creación de soluciones digitales avanzadas destinadas a la agricultura.

En concreto, busca aplicar el uso de datos para avanzar en la adaptación climática de la actividad agrícola, la sostenibilidad de la producción del campo, el monitoreo ambiental y la toma de decisiones basadas en evidencias objetivas.

En el ámbito financiero, el presupuesto para los dos primeros años de trabajo de AgData (octubre 2025-septiembre 2027) asciende a 100 millones de euros. En total, la inversión se eleva hasta los 300 millones de euros para los siete años de duración de esta iniciativa de cooperación europea en la que están integradas organizaciones de más de 20 países como la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía, la Agencia Estatal de Investigación, CDTI, Universidad de Málaga y CSIC, entre los socios españoles.

Con su implicación en un proyecto de este tipo, la Junta de Andalucía ha destacado que esta Comunidad se beneficia de un mejor posicionamiento ante las políticas europeas basadas en datos y mayores facilidades para la cooperación con los principales agentes internacionales en esta temática. Además, gracias a AgData el sector puede beneficiarse de una fuente de financiación adicional, a través de las convocatorias abiertas de financiación que ofrece este partenariado.

A su juicio, se trata de una oportunidad para los andaluces que buscan participar en proyectos de Investigación e Innovación a nivel transnacional y desarrollar soluciones basadas en datos para acelerar la adopción de tecnologías digitales tanto en el sector público como privado a nivel europeo.

Plazo para presentar proyectos

Hasta el 21 de enero está abierta la primera de las siete convocatorias internacionales competitivas de esta tipología de proyectos. Los interesados en presentar una iniciativa pueden llevar a cabo los trámites a través de la web oficial de este partenariado internacional.

Seguir leyendo... Fuente: Mercacei



**HIGH
TECHNOLOGY
FOR SMART
INDUSTRY**



El aceite de oliva de Túnez, en el centro de una estrategia nacional

Definir nuevas vías para desarrollar el turismo agrícola y reforzar la promoción del aceite de oliva tunecino fue el objetivo en torno al que giró el encuentro celebrado entre los ministerios de Agricultura, Recursos Hídricos y Pesca, y el de Turismo con organismos profesionales, representantes del sector turístico y autoridades agrícolas de Túnez.

Esta reunión conjunta tuvo lugar el pasado 26 de diciembre y, durante la misma, los participantes coincidieron en la necesidad de integrar de forma efectiva los sectores agrícola y turístico, destacando el potencial del turismo rural para diversificar la oferta del país, mejorar ingresos agrícolas, visibilizar el patrimonio alimentario nacional y reforzar la imagen del país como destino de calidad. El encuentro subrayó el valor simbólico y económico del aceite de oliva —producto estratégico y un pilar esencial del desarrollo sostenible—, recordando que Túnez es uno de los principales productores mundiales y que los olivares representan cerca del 40% de la superficie agrícola nacional.

No en vano, los participantes destacaron la importancia de consolidar este alimento como embajador del país, capaz de generar empleo, dinamizar regiones rurales y reforzar la imagen exterior de Túnez.

Comité permanente y hoja de ruta para 2026

Entre las decisiones adoptadas destaca la creación de un comité de trabajo permanente encargado de diseñar acciones de promoción y garantizar su ejecución a lo largo del año, así como la elaboración de un programa común para 2026 orientado al desarrollo del turismo agrícola sostenible basado en:

- La integración del aceite de oliva en circuitos turísticos.
- Eventos promocionales conjuntos.
- Rutas temáticas que resalten la identidad regional y la calidad del producto.
- Inversión en proyectos locales y apoyo a iniciativas rurales.

Se pusieron como ejemplo las experiencias piloto de Chaâl, Enfidha y Bizerta, donde turistas han participado en actividades de recolección y transformación de aceituna, con alto nivel de aceptación.

Seguir leyendo... Fuente: Olimerca

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleícolajaén

Av. Vilches, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupooleicolajaen.com



Oleoturismo: fusión entre gastronomía tradicional y sostenibilidad en el sector del olivar

El oleoturismo engloba desde el cultivo del olivar a la almazara donde se extrae el aceite. Este ha experimentado un importante crecimiento en los países con gran presencia del olivar, como es el caso de España. Aquí, este cultivo ocupa 2,75 millones de hectáreas. Y es, además, una herramienta para multiplicar la oferta turística de interior y desestacionalizarla.

¿Qué es el oleoturismo?

“Se trata de una forma de turismo experiencial y cultural que gira en torno a los valores del paisaje olivarero, de las almazaras, de la tradición agrícola y de la excelencia gastronómica del aceite de oliva virgen extra (AOVE) y de la aceituna”, explica José María Penco, director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), formada por más de 130 municipios y diputaciones españolas ligadas a este cultivo.

“El oleoturismo pone el foco en el olivo como elemento vertebrador del territorio, y en todo lo que lo rodea: desde almazaras que pueden visitarse, hoteles y restaurantes temáticos, hasta miradores de olivares, olivos monumentales, oleotecas, ‘spas’ con tratamientos a base de aceite o eventos como catas y recolecciones participativas”, añade Penco. “Así, no es solo turismo gastronómico, sino también patrimonial, paisajístico, sensorial y cultural. Es una inmersión en una cultura milenaria que hoy representa una seña de identidad para muchos territorios rurales”.

La AEMO, en colaboración nueve diputaciones provinciales, acaba de lanzar el proyecto Oleoturismo España, una web desde la que centralizar más de 100 experiencias vinculadas al olivar y al aceite de oliva, experiencias que por ahora ofrecen más de 300 empresas distribuidas en las provincias de Badajoz, Cáceres, Sevilla, Huelva, Córdoba, Jaén, Ciudad Real, Tarragona y Granada, y que buscan atender las necesidades de todos los tipos de oleoturistas.

“El perfil del turista oleícola es diverso, aunque en general tiene una motivación clara: conocer de cerca el mundo del aceite de oliva. Entre los turistas internacionales hay una gran fascinación por nuestro aceite de oliva virgen extra, mientras el turista nacional busca más actividades en familia para disfrutar del campo y de la autenticidad de nuestros pueblos”, resalta el director de la AEMO.

Seguir leyendo... Fuente: BBVA



RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA
EXTRACCIÓN DE PRODUCTO
CONTROL INDUSTRIAL
SOFTWARE INTEGRAL DE PROCESOS
OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS
ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO FINAL

IMS
CONTROL INDUSTRIAL

APLICAMOS
INTELIGENCIA ARTIFICIAL

CONSEGUIMOS
INDEPENDENCIA DIGITAL 5.0



El IMIDRA y la UNED impartirán un curso sobre análisis sensorial de aceite de oliva virgen

La UNED, con la colaboración del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA), impartirá un curso on line (microcredencial) del 20 de enero al 20 de marzo sobre análisis sensorial de aceite de oliva virgen.

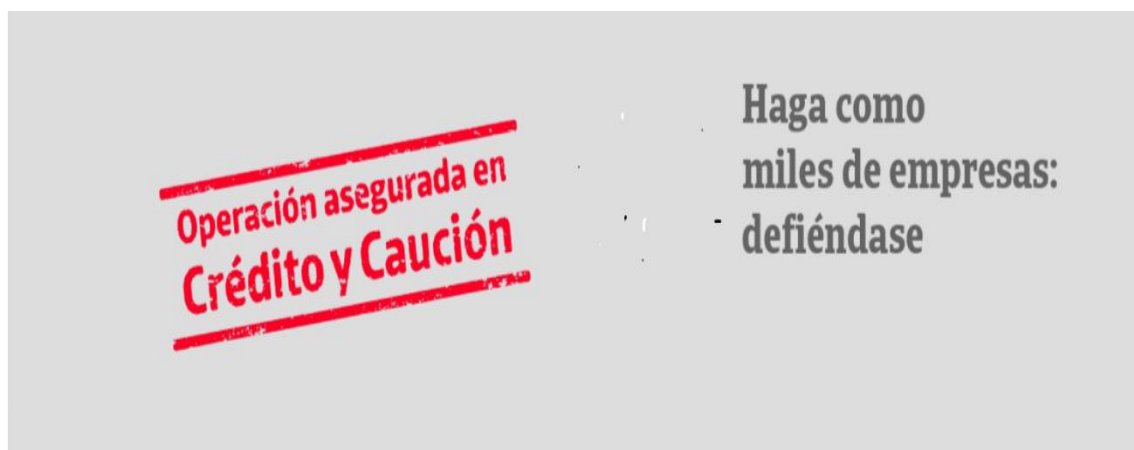
El objetivo de esta actividad formativa es dotar a los participantes de una formación práctica en el campo del cultivo del olivo y en la obtención de sus productos derivados, con énfasis especial en la calidad, así como formarles en el análisis sensorial de aceite de oliva virgen, además de en la identificación de los principales atributos positivos y posibles defectos.

Además, según sus organizadores, también persigue formar a profesionales del sector, dotándoles de conocimientos, destrezas y capacidades que les permitan contribuir a la mejora tecnológica de la calidad de los aceites producidos y desarrollarse competentemente en su comercialización en el mundo del oleoturismo y la gastronomía.

En cuanto a los contenidos, el primer bloque se centrará en la cultura del olivo, el aceite y la aceituna; las variedades, cuidado del olivo, problemática; ecología de los parajes olivareros y ecosistema; técnicas y tecnologías del cultivo del olivo; recogida de la aceituna, tecnología y problemática; proceso de elaboración del aceite de oliva virgen; envasado y conservación; calidad del aceite de oliva virgen (parámetros de calidad, categorías...); e industria del aceite, salud y equilibrio vital integral.

En el segundo bloque se abordará la introducción al análisis sensorial, la metodología de cata de AOV y normativa aplicable; los atributos sensoriales del AOV (atributos positivos y defectos); el análisis sensorial de aceites de oliva virgen extra de diferentes variedades; la familiarización en el uso de fichas de cata y vocabulario específico; identificación de descriptores positivos y negativos en muestras aceite de oliva virgen; relación entre las características organolépticas y las técnicas de cultivo y elaboración; aplicaciones del análisis sensorial de AOV: comercialización, gastronomía y oleoturismo; y cata de muestras de aceite de oliva virgen de diferentes calidades y procedencias.

Seguir leyendo... Fuente: *Mercacei*



El sector del aceite de oliva de China alivia la pobreza pero tiene dificultades para competir

El sector del aceite de oliva de China ha recorrido un largo camino desde que se plantaron los primeros olivos del país en 1964, cuando los regímenes comunistas de Albania y China buscaban fortalecer los lazos al tiempo que criticaban a la Unión Soviética, con la que ambos países estaban en conflicto político e ideológico.

Si bien la muerte de Enver Hoxha marcó el comienzo de una nueva era de democracia en Albania y permitió que las fuerzas del mercado remodelaran su industria del aceite de oliva, todos los niveles del gobierno chino han reforzado su control sobre el sector durante las últimas cinco décadas.

Hoy en día, decenas de miles de hectáreas de olivares se extienden por aproximadamente media docena de provincias chinas. Sin embargo, la economía dirigida de China ha distorsionado el mercado del aceite de oliva, dejando la industria prácticamente inviable sin un apoyo estatal sustancial.

Un exfuncionario del Ministerio de Finanzas dijo Olive Oil Times que la creación de empleo rural en zonas marginales para aliviar la pobreza es el objetivo principal del cultivo del olivo, y la productividad y la rentabilidad ocupan un lugar más bajo entre las prioridades políticas.

Los datos gubernamentales ilustran este enfoque. En el distrito de Longnan, provincia de Gansu, La respuesta de China a Jaén, se estima que la industria del aceite de oliva genera un valor de 4 millones de renminbi (485 millones de euros), beneficiando directamente a unos 400,000 residentes.

En el distrito de Shiyan de la provincia de Hubei, el olivar Crecer era un salvavidas para los residentes de Yunyang después de que la ciudad fue reubicada para dar paso a represas e infraestructura hídrica que abastecen a Beijing.

A pesar de estos logros, los expertos internacionales coinciden en que el sector del aceite de oliva de China sigue siendo ineficiente y poco rentable, y que muchas plantaciones están mal gestionadas.

Seguir leyendo... Fuente: Olive Oil Times

