

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

8 de septiembre de 2025



Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva



HOY ES NOTICIA:

La producción de aceite de oliva debe aumentar un 15% para poder retirar 'stock' en la próxima campaña

Los lampantes marcan tendencia en el mercado del aceite de oliva

Preferencias del consumidor por aceite de oliva virgen extra: origen local vs. producción ecológica

Vicente Mateos (Areté): “La cosecha 2025/26 podría sufrir los efectos de campañas de descarga en países como España, Túnez, Turquía, Grecia y Portugal”

Aceite de Orujo de Oliva: el máximo exponente del aprovechamiento de la industria olivarera

El comercio agroalimentario de la UE se mantiene estable en mayo de 2025

Aragón: más de 18,5 M€ en ayudas a las empresas agroalimentarias en 2026

Te acompañamos tramitando
y anticipando tus ayudas de la PAC

Tú y yo. Nosotros.

AgroBank

La producción de aceite de oliva debe aumentar un 15% para poder retirar 'stock' en la próxima campaña

Cada vez se conocen más datos sobre el proyecto de Orden que prepara el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para establecer la norma de comercialización del aceite de oliva para la campaña 2025/2026. Según los datos aportados en el documento público de la propia web de la institución, en el próximo año se necesitarían producir 1.630.188,2 toneladas de oro líquido, más del 15% respecto a los datos provisionales de esta campaña (1.415.000 toneladas).

Según se detalla en el documento, «para la retirada de producto hasta la campaña siguiente y/o el destino a uso no alimentario» será necesario «un nivel de existencias iniciales más estimaciones de producción igual o superior al 120% del nivel medio de este sumatorio de las seis campañas anteriores».

La media de producción más enlace de los últimos seis años (si se toman como definitivos los provisionales de mayo de esta campaña), es de 1.584.214,33 toneladas, que aplicándole el porcentaje del 120% asciende a más de 1,9 millones de toneladas. Restándole el enlace previsto para la próxima campaña (270.869) da como resultado los 1,63 millones mencionados, 215.000 toneladas más que en esta campaña.

El objetivo de esta medida es «regular la oferta para mejorar la estabilidad y funcionamiento del mercado del sector del aceite de oliva», es decir, que los precios no se desplomen. Aún así, es más que dudoso que este mecanismo vaya a tener que ser utilizado en la próxima campaña, pues tanto desde la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA) como desde la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG) han reiterado que la producción será igual o menor a la de 2024/2025.

Desde ambas organizaciones agrarias ha señalado las altas temperaturas, con una ola de calor de 16 días, la vecería (después de una cosecha cargada la siguiente es menor) y las plagas como el algodoncillo la razón para estas malas perspectivas. Aun así, el documento apunta a una producción mayor que la media de los últimos años por «las temperaturas suaves y precipitaciones muy abundantes, que han favorecido una buena floración y un buen cuajado del fruto».

Seguir leyendo... Fuente: *Ideal*



Los lampantes marcan tendencia en el mercado del aceite de oliva

De vuelta de las tradicionales vacaciones de julio - agosto, el mercado del aceite de oliva en origen en esta primera semana del mes de septiembre ha recuperado su cierto tono de actividad, aunque eso sí, con una importante escasez de ofertas de aceites de calidad, una demanda corta y precios muy firmes.

La potencial oferta, muy concentrada en la provincia de Jaén, se mantiene muy contenida debido al deseo de poder arañar algún último céntimo en la venta de sus aceites y, mientras tanto, los compradores, sabedores de que la nueva cosecha está llegando, no piensan en acopios de aceite importante, van poco a poco y con el convencimiento de comprar solo lo necesario.

Por otra parte, a estas alturas de la campaña los aceites de oliva almacenados en las bodegas están ya muy afectados por los niveles de ésteres etílicos, y se hace muy difícil encontrar aceites para refinar con buenas características físicas y químicas. Y es en este contexto donde los precios se mueven entre los 3,35€/kg para los de peor calidad, y los 3,40€/kg para aquellos con bajos niveles de etílicos.

Y si hablamos de la categoría de aceite de oliva virgen extra, nos encontramos una importante escasez de aceites de calidad por lo que la horquilla de la oferta puede ir desde los 4,40€/kg a los 5,00€/kg (el precio que están pagando los operadores italianos que están entrando en nuestro país).

No obstante, los industriales envasadores se mueven con cautela porque aquellos que hicieron sus deberes antes del verano, ahora se encuentran que tienen cubiertas sus necesidades para septiembre y octubre y no se quieren precipitar para no generar nuevas subidas de precios.

Por último, además de cómo se mueve la oferta y la demanda, el factor lluvia sigue siendo muy determinante para pronosticar el comportamiento del mercado en las próximas semanas. A estas alturas de la campaña y con las sucesivas olas de calor de este mes de julio y agosto, los olivares de secano se encuentran muy dañados y con alto estrés hídrico, salvándose solo aquellos olivares que se han visto ayudados con riegos puntuales y que presentan una buena carga de aceituna.

Seguir leyendo... Fuente: *Olimerca*



Preferencias del consumidor por aceite de oliva virgen extra: origen local vs. producción ecológica

Un reciente estudio conjunto de la Universidad de Murcia y la Universidad Rey Juan Carlos, publicado en la revista *Agriculture*, analiza cómo los sistemas de producción agrícola y las certificaciones de origen influyen en las decisiones de compra de los consumidores de aceite de oliva virgen extra (AOVE) en España. Este trabajo combina por primera vez estos dos atributos de calidad, tradicionalmente estudiados por separado, mediante un experimento de elección realizado en una zona protegida del sureste español. En esta región se aplican tanto sistemas de producción ecológica y de gestión integrada de plagas como etiquetas de origen, incluyendo la Denominación de Origen Protegida (DOP) y la marca local ‘Territorio Sierra Espuña’.

Lo ecológico primero

Los resultados muestran que el tipo de sistema de producción es el factor más influyente en la decisión de compra. Los consumidores demostraron una clara preferencia por los sistemas ecológicos, con una disposición a pagar (DAP) más del doble que por el aceite convencional. Aunque la gestión integrada de plagas también fue valorada, la producción ecológica se posiciona como el atributo que más peso tiene en la decisión de compra. Este hallazgo coincide con la percepción de mercado: la palabra ecológico transmite sostenibilidad ambiental y también salud y calidad percibida, consolidando la relevancia de este atributo en el mercado actual de AOVE.

El valor de lo local

Las etiquetas de certificación también impactan en la demanda, aunque con menor prioridad que el sistema de producción. La marca local ‘Territorio Sierra Espuña’ registró una DAP hasta un 75% superior al aceite convencional sin etiqueta, mientras que la DOP nacional incrementó la demanda, pero en menor medida. Los investigadores identificaron efectos de sustitución entre certificados: combinar varias etiquetas no genera un aumento lineal en la disposición a pagar. Esto demuestra que los consumidores valoran especialmente la autenticidad y proximidad geográfica, lo que refuerza la importancia de estrategias de marketing centradas en la territorialidad.

Implicaciones para productores y políticas

Integrar información sobre sistemas de producción y certificados de origen puede aumentar significativamente el valor percibido de los productos agroalimentarios.

Seguir leyendo... Fuente: *Revista Óleo*



**HIGH
TECHNOLOGY
FOR SMART
INDUSTRY**



Vicente Mateos (Areté): “La cosecha 2025/26 podría sufrir los efectos de campañas de descarga en países como España, Túnez, Turquía, Grecia y Portugal”

Vicente Mateos es el Delegado en España de la empresa Areté The Agri-food Intelligence Company que proporciona previsiones de precios en los principales mercados agroalimentarios, entre ellos el de aceites vegetales.

¿Qué servicios ofrece Areté y qué beneficios aporta a las empresas?

En un panorama de alta volatilidad que hace que los mercados agroalimentarios sean cada vez más complejos y difíciles de gestionar, en Areté – The Agri-Food Intelligence Company – nos dedicamos a ayudar a nuestros clientes a construir una estrategia adecuada de compra/venta. Proporcionamos información basada en previsiones de precios para los mercados de interés en el sector agroalimentario, como aceites y semillas: oliva, girasol, palma, soja, colza, etc. Los mercados están interconectados y es fundamental tener una visión global que permita comprender situaciones complejas, considerando factores climáticos, geopolíticos, energéticos y de productos sustitutivos.

¿Tendrá la variable climática un impacto cada vez mayor en los precios?

Desde 2022, la sequía persistente y las temperaturas por encima de la media en las principales áreas productoras han reducido la disponibilidad mundial de aceite de oliva, provocando en dos años un aumento del 152% en los precios del aceite de oliva virgen extra comunitario. En España, donde se produce un tercio del aceite de oliva mundial y es el principal exportador, los precios crecieron casi un 170%, impulsados por olas de calor que llevaron a las dos peores producciones españolas (campañas 2022/23 y 2023/24) de los últimos 10 años.

En 2024, lluvias primaverales favorables en Andalucía permitieron una importante recuperación productiva en España para la campaña actual, con una producción estimada de 1,3 millones de toneladas (+51% respecto a 2023/24). Esto provocó una caída de los precios desde los picos de principios de 2024, reduciendo a la mitad las cotizaciones del aceite de oliva virgen extra español. Las limitadas reservas mundiales y la creciente frecuencia de eventos extremos, como sequías, granizadas e inundaciones, representan un riesgo significativo para la estabilidad de los precios.

Seguir leyendo... Fuente: Revista Almaceite



Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO oleícola jaén

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



Aceite de Orujo de Oliva: el máximo exponente del aprovechamiento de la industria olivarera

Un año más, la Interprofesional de Aceite de Orujo de Oliva (ORIVA) organizó su viaje prospectivo para la prensa. Su objetivo principal fue divulgar las bondades del Aceite de Orujo de Oliva a distintos niveles, no solo el nutricional, sino también ecológico y de economía circular.

Las cosas claras desde el principio: el consumidor final conoce muy poco el Aceite de Orujo de Oliva. Puede sonar seco y contundente, pero es la realidad que reflejan los datos disponibles. En España, la notoriedad del Aceite de Orujo de Oliva fue del 9% en 2024, el doble que en 2016, año en que se creó la Interprofesional, según un estudio de GfK. Otro dato interesante: los consumidores más familiarizados con el producto tienen más de 50 años.

Sin embargo, esta radiografía está incompleta si no se incluye la exportación, clave para tener una visión global. De todo el aceite de orujo que se produce, el 80% se exporta a más de 130 países. Solo en la campaña 2023/2024, se exportaron 104 millones de toneladas, con un valor que superó los 425 millones de euros, un 32% más que en la campaña anterior, según datos de Oriva.

La Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo de Oliva (ANEJO) señala que Italia es el principal destino de exportación, con un 22%, seguido por Estados Unidos (14%), México (9%), Portugal y Reino Unido (ambos con un 5%), Emiratos Árabes (3%), China (2%) e India (1%). El resto del mundo aglutina el 39%.

En cuanto al mercado interno, las ventas en España alcanzaron los 27,9 millones de litros en el periodo 2023/2024, según Anierac. Eso supone un aumento del 45,8% respecto al año anterior, cuando se vendieron 19,18 millones.

La extractora: quitar humedad y separar la biomasa

El viaje arrancó con la visita a la planta extractora de Puente Genil. La mañana era lluviosa y fresca. Primero, una explicación sobre qué es el Aceite de orujo de oliva. A continuación, una vista panorámica del proceso de extracción.

Seguir leyendo... Fuente: Interempresas



RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA

EXTRACCIÓN DE PRODUCTO

CONTROL INDUSTRIAL

SOFTWARE INTEGRAL DE PROCESOS

ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO FINAL

OPTIMIZACIÓN DE PROCESOS

IMS
CONTROL INDUSTRIAL

APLICAMOS INTELIGENCIA ARTIFICIAL

CONSEGUIMOS INDEPENDENCIA DIGITAL 5.0



El comercio agroalimentario de la UE se mantiene estable en mayo de 2025

Las exportaciones agroalimentarias de la Unión Europea se mantuvieron firmes en mayo, confirmando la resiliencia del sector frente a un contexto comercial complejo marcado por la volatilidad de los precios y los cambios en la demanda global. El superávit comercial del bloque se mantiene positivo, a pesar del aumento del valor de varias importaciones clave.

Exportaciones: estabilidad pese a ligeras fluctuaciones

En mayo, las exportaciones agroalimentarias de la UE alcanzaron 19.900 millones de euros, una ligera caída del 1% respecto a abril, pero aún un 1% por encima de mayo de 2024. Entre enero y mayo, las exportaciones acumuladas totalizaron 99.600 millones de euros, un incremento de 2.300 millones de euros (+2%) frente al mismo periodo del año anterior.

El Reino Unido se mantuvo como principal mercado, con 23.000 millones de euros (+4%), impulsadas principalmente por los precios del cacao. Las exportaciones a EE. UU. alcanzaron 12.700 millones de euros (+6%), gracias a la demanda de cacao, bebidas espirituosas, lácteos y vino. Suiza se situó en tercer lugar con 5.700 millones de euros (+11%), nuevamente con el cacao como motor principal. En cambio, las exportaciones a China cayeron 619 millones de euros (-11%), principalmente por la disminución en el volumen de cereales.

Entre los productos que impulsan el valor de las exportaciones destacan cacao, café y especias, que crecieron 1.600 millones de euros (+39%), reflejando la duplicación de los precios de la pasta, manteca y cacao en polvo, así como un aumento del 30% en el precio del café. El chocolate y la confitería aumentaron un 20% (+831 millones de euros) y los productos lácteos un 7% (+574 millones de euros), a pesar de la caída de volúmenes.

En cambio, las exportaciones de cereales retrocedieron un 22% (-1.300 millones de euros) debido a la fuerte caída de volúmenes. Destaca también la disminución en las exportaciones de aceitunas de mesa y aceite de oliva, que bajaron un 14% (-459 millones de euros), debido a que la caída de los precios compensó el incremento del 17% en los volúmenes enviados.

Seguir leyendo... Fuente: Revista Óleo

**Operación asegurada en
Crédito y Caución**

**Haga como
miles de empresas:
defiéndase**



Aragón: más de 18,5 M€ en ayudas a las empresas agroalimentarias en 2026

El Departamento de Agricultura, Ganadería y Alimentación ha aprobado hoy en el Boletín Oficial de Aragón (BOA) la [Orden AGA/1118/2025 de 26 de agosto](#), que convoca ayudas para la transformación, comercialización y desarrollo de las empresas agroalimentarias durante 2026. La Orden está dotada con 18,57 millones de euros, en el marco del Plan Estratégico de la Política Agraria Común (PEPAC) 2023-2027. Estas subvenciones tienen como objetivo seguir fortaleciendo la competitividad del sector agroalimentario aragonés, un motor estratégico para la economía y la vertebración del territorio, apoyando proyectos de innovación, digitalización, internacionalización y sostenibilidad.

El consejero de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Javier Rincón, insistió en que “con estas ayudas apoyamos a quienes transforman lo que producimos en Aragón y lo llevan a mercados nacionales e internacionales con el sello de calidad de la Comunidad.” La financiación se reparte en tres anualidades y procede de fondos del propio Gobierno de Aragón (7,9 millones de euros), además de fondos europeos FEADER (otros 7,9 millones de euros) y del Ministerio de Agricultura (2,6 millones de euros). “De los 18 millones que moviliza este plan, casi 8 millones proceden directamente de fondos propios del Gobierno de Aragón. Esto demuestra con hechos que creemos en nuestra agroindustria y que estamos dispuestos a respaldarla con recursos propios, más allá de los fondos europeos o del Ministerio”.

Principales novedades y condiciones de la convocatoria

- Presupuesto total: 18,57 millones € (2026-2028).
- Beneficiarios: titulares de industrias agroalimentarias ubicadas en Aragón.
- Ámbitos subvencionables: inversiones en transformación y comercialización, mejora de procesos, digitalización, marketing, apertura de mercados, calidad diferenciada, sostenibilidad ambiental y social, e incorporación de energías renovables.
- Cuantía máxima por proyecto: 1 millón €.

La convocatoria contempla también la posibilidad de pagos anticipados de hasta el 50% de la ayuda concedida, con el fin de facilitar la financiación de las inversiones.

Seguir leyendo... Fuente: *Qcom*



LABORATORIO unaproliva

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

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

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ

