

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

9 de abril de 2025



HOY ES NOTICIA:

Siguen los ajustes de los PVP del aceite de oliva en la distribución

Andalucía anuncia un paquete de medidas para paliar los efectos de los aranceles de EEUU

Nuevo estudio analiza sostenibilidad del aceite de oliva en los acuerdos UE-Túnez

Fernández-Pacheco anuncia en Salón Gourmets de Madrid que esta semana se publica la resolución de la convocatoria dirigida a apoyar la modernización en el campo

El mercado del aceite de oliva, inmune de momento a Trump gracias al repunte en el consumo nacional

Más aceite de oliva exportado pero con una factura inferior en el primer tercio de 2024/25

Te acompañamos tramitando
y anticipando tus ayudas de la PAC

Tú y yo. Nosotros.

Siguen los ajustes de los PVP del aceite de oliva en la distribución

A medida que se van consolidando los ajustes de precios a la baja en origen para el aceite de oliva los responsables de compras de la gran distribución han vuelto a revisar un mes más los PVP de las marcas de la distribución (MDD) en los lineales, que curiosamente da la sensación de que han alcanzado un acuerdo para que apenas haya diferencias entre las distintas categorías y centros comerciales.

Con fecha de 7 de abril, tal y como se puede apreciar en la tabla adjunta, apenas hay diferencias en las 7 cadenas de distribución analizadas por Olinerca.

En el caso de la categoría de aceite de oliva virgen extra hay que destacar los 5,85€/litro que tiene la MDD de Lidl, frente a los 5,54€ de PVP del resto de las cadenas. Una estrategia diferenciadora que también Lidl mantiene para el resto de las categorías y centros de distribución.

Precios en origen frente a precios en destino

A estas alturas de la campaña lo que si se pone de manifiesto es el mayor diferencial existente entre el precio en origen y el que se fija para la botella en el lineal. Concretamente, si hablamos de la categoría virgen extra nos encontramos que en origen los precios se están moviendo en una horquilla de los 3,80 y los 4,20€/kg, frente a los 5,55€/litro, lo que se traduce en un margen diferencial de 1,50€/litro.

Algo similar ocurre con la categoría de aceite de oliva virgen que en origen cotiza en los 3.40€/kg, frente a los 4,75€/litro envasado en el lineal. Por último, mientras los aceites para refinar cotizan en origen en los 2.90€/kg, en el lineal el PVP se fija en los 4,45€/litro.

Seguir leyendo... Fuente: Olinerca



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota

For Earth, For Life
Kubota



Andalucía anuncia un paquete de medidas para paliar los efectos de los aranceles de EEUU

El presidente de la Junta de Andalucía, Juanma Moreno, ha anunciado un paquete de medidas para paliar los efectos de los aranceles en la Comunidad. Así, ha avanzado que antes de verano tendrá lugar una misión comercial a Japón para abrir mercados, realizar una promoción potente de productos andaluces y seguir identificando territorios potenciales en otros países.

El presidente andaluz ha presidido en el Palacio de San Telmo la Mesa de Diálogo Social integrada por la secretaria general de CCOO Andalucía, Nuria López; el secretario general de UGT Andalucía, Oskar Martín; y el presidente de la CEA, Javier González de Lara, para abordar el tema de los aranceles y su repercusión en Andalucía.

Moreno también ha informado de la preparación por parte de Andalucía TRADE de un paquete de incentivos a la internacionalización de las empresas andaluzas por 11 millones de euros en el que ya se está trabajando y ha añadido que se está estudiando, dado el impacto que tienen en la industria agroalimentaria los aranceles, crear un fondo extraordinario para aumentar la promoción de los productos agroalimentarios andaluces en mercados emergentes como India, China o Brasil.

Además, ha señalado que otra medida es la de invitar a grandes cadenas internacionales de supermercados a visitar Andalucía y sus producciones y elaborar un listado de productos que la UE pueda incluir en la aplicación de aranceles recíprocos.

De este modo, ha incidido en que sería bueno que el Gobierno central planteara rebajas fiscales para una situación que parece que no será coyuntural y ha considerado positivo que ésta y otras propuestas se aborden en los distintos ámbitos como en la Mesa de Diálogo y en la Mesa Sectorial para tratarlo con las distintas administraciones.

Seguir leyendo... Fuente: *Mercacei*



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



Nuevo estudio analiza sostenibilidad del aceite de oliva en los acuerdos UE-Túnez

Investigadores del centro SupAgro–MOISA de la Universidad de Montpellier (Francia) y del Consejo de Investigación y Economía Agrícola (CREA), con sede en Roma (Italia), han publicado un estudio en la revista científica *New Medit* que examina los efectos de las relaciones comerciales entre la Unión Europea (UE) y Túnez sobre la sostenibilidad del sector del aceite de oliva. El análisis cobra especial relevancia en el marco de las negociaciones en curso del acuerdo de Zona de Libre Comercio de Alcance Amplio y Profundo (ZLCAP), que busca ampliar la liberalización agrícola en la región.

Aceite de oliva tunecino: una cadena de valor bajo presión

El estudio se centra en el aceite de oliva tunecino como producto emblemático y estratégico tanto para la economía del país como para el comercio exterior hacia Europa. Mediante un enfoque metodológico cualitativo en dos etapas —un análisis teórico complementado por consultas directas a actores clave de la cadena de valor—, los autores evaluaron los impactos sociales, económicos y medioambientales tanto del actual Tratado de Libre Comercio (TLC) como de los posibles efectos del futuro acuerdo ZLCAP.

Los resultados revelan que los acuerdos comerciales, tal como están formulados, presentan importantes desequilibrios estructurales que limitan su capacidad de generar beneficios sostenibles en el territorio tunecino. La estructura actual de cuotas arancelarias impuestas por la UE, junto con limitaciones técnicas y logísticas del sector, contribuyen a una situación de asimetría comercial que impide a los pequeños y medianos productores tunecinos aprovechar plenamente las oportunidades de exportación.

Seguir leyendo... Fuente: *Revista Óleo*



Fernández-Pacheco anuncia en Salón Gourmets de Madrid que esta semana se publica la resolución de la convocatoria dirigida a apoyar la modernización en el campo

La Junta de Andalucía publica esta semana la resolución de las ayudas por 37,8 millones de euros para mejorar la competitividad y productividad del sector del olivar. Así lo ha anunciado el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Ramón Fernández-Pacheco, en la feria internacional Salón Gourmets que se celebra hasta el 10 de abril en Madrid.

“Estas ayudas son un ejemplo más de la apuesta del Gobierno de la Junta por el olivar andaluz, un sector especialmente afectado por la sequía y que es motor de nuestra economía”, ha señalado. En este sentido, Fernández-Pacheco ha destacado el “esfuerzo” realizado por el Gobierno Andaluz que ha “casi duplicado” el presupuesto inicial “para evitar que ningún proyecto se quede atrás”. En total, serán 120 las empresas beneficiarias de estas ayudas.

Andalucía consolida su liderazgo en el sector agroalimentario con una presencia “histórica” en la 38ª edición del Salón Gourmets de Madrid, la feria internacional de alimentación y bebidas de calidad más importante de Europa. Este año, la comunidad autónoma participa con 222 expositores, 55 más que en 2024, en un stand institucional de 2.250 metros cuadrados bajo la marca de calidad ‘Gusto del Sur’.

Fernández-Pacheco ha destacado durante su visita la importancia de este “récord de participación”, subrayando que “Andalucía es una referencia indiscutible de la alta gastronomía y los productos andaluces son sinónimo de calidad, innovación y tradición”.

Seguir leyendo... Fuente: *Oleum Xauen*



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 mercado del aceite de oliva, inmune de momento a Trump gracias al repunte en el consumo nacional

En Córdoba, el principal bien que se exporta a Estados Unidos es el aceite de oliva. La provincia vende en el mercado estadounidense unos 300 millones de euros en aceite de oliva, según los últimos datos. Es exactamente la mitad de todos los productos que la provincia exporta a Estados Unidos. Pero de momento, el sector aceitero parece contener el golpe de los aranceles anunciados por el presidente Donald Trump gracias a un doble combo.

Tras encadenar varios años de sequía, los olivares españoles han logrado acabar una campaña normal en cuanto a producción. Esto ha desencadenado en precios más bajos en origen que poco a poco han ido llegando a los supermercados. En las campañas anteriores, la falta de producción provocó que muchos consumidores se pasaran a otras grasas más asequibles, máxime en un contexto inflacionario. Y los envasadores acabaron colocando el producto en nuevos mercados, donde los clientes sí que lo podían pagar. Ese es el caso de Estados Unidos. Una provincia como Córdoba prácticamente duplicó sus exportaciones de aceite de oliva, a un precio excepcionalmente alto, más de nueve euros el kilo en origen.

En esta campaña, los precios han regresado a la normalidad y oscilan levemente por encima de los tres euros el kilo en origen. Esto ha provocado que el consumo nacional haya regresado y que gran parte de la producción ya no haya que venderla fuera (algo que siempre supone más costes, especialmente asociados al transporte).

De hecho, la consultora Nielsen señala que “febrero ha registrado como hito el hecho de que el aceite de oliva (en todas sus variedades) esté recuperando su senda de normalidad. Si ya llevábamos varios meses en los que su precio interanual ha ido descendiendo, en febrero lo ha hecho en un destacado 40%. Esto ha motivado que la demanda se eleve también por encima de las 4 decenas, un 48% más. Y así vemos como el litro (en los supermercados) pasa de media de 9,56 euros en febrero de 2024 a 5,78 euros en el mismo mes de este año”.

Seguir leyendo... Fuente: *Cordópolis*

**Operación asegurada en
Crédito y Caución**

**Haga como
miles de empresas:
defiéndase**



Más aceite de oliva exportado pero con una factura inferior en el primer tercio de 2024/25

En el primer cuatrimestre (octubre-enero) de la actual campaña 2024/25 las exportaciones españolas de aceite de oliva experimentaron un incremento apreciable del 15% y de 35.329 toneladas con respecto a la campaña anterior, hasta alcanzar las 273.173 toneladas.

Por el contrario, a pesar del aumento de la cantidad de aceite de oliva exportada, el valor acumulado de las exportaciones de este producto durante este periodo, debido principalmente a la caída paulatina de los precios unitarios (528 €/100 kg de media en enero de 2025, frente a los 798 €/100 kg de enero de 2024) se contrajo un 3% y en 57 millones de euros, quedando en 1.717 millones de euros, aproximándose a la media de las últimas cuatro campañas.

Un 73% de las ventas al exterior de aceite de oliva fueron virgen extra o virgen (AOVE/AOV), otro 25% aceite de oliva refinado (AOR) y apenas un 2%, aceite de oliva lampante (AOL) para refinado. Bajó ligeramente el AOR en favor del AOVE+AOV.

Según el informe del Ministerio de Agricultura, se produce un incremento del volumen de exportaciones en todos los meses de este primer tercio de campaña con respecto a 2023/24, superando ampliamente en el mes de enero a la campaña pasada y a la media, con 85.465 toneladas exportadas (la media mensual en el cuatrimestre se situó en 68.293 t de aceite de oliva español exportado), en parte quizás debido al adelanto de las ventas a Estados Unidos, el principal mercado de un país tercero, ante la amenaza que ya se cernía entonces de un incremento de los aranceles de importación por parte de la Administración Trump, que fueron anunciados y aprobados durante la pasada semana, con un incremento del 20%, y que encarecerá en principio el producto en el mercado norteamericano.

Por principales destinos, se produce un fuerte incremento de las ventas en este primer tercio de campaña 2024/25 a Italia, con 89.619 t (+48%), superando a la media del cuatrienio anterior, debido a la baja producción de este país en el periodo actual.

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

