

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

13 de marzo de 2025



HOY ES NOTICIA:

El aceite de oliva fue el producto agroalimentario español exportado que más creció en valor en el año 2024

Italia reduce su stock de aceite de oliva un 18%

Aranceles, precios, consumo... ¿Qué opinan los gigantes del aceite de oliva?

La comercialización del aceite de oliva sigue a un buen ritmo

Úbeda acogerá en mayo la 64ª Sesión del Comité Consultivo del COI

Un catedrático de mercados desvela las claves para el aceite de oliva virgen extra tradicional



El aceite de oliva fue el producto agroalimentario español exportado que más creció en valor en el año 2024

La menor disponibilidad de aceite de oliva, tras dos campañas muy cortas en producción, que provocó una fuerte alza en los precios en origen tanto a nivel nacional como internacional ha provocado que fuera el producto agroalimentario español exportado que creciera más en valor en el año 2024.

Un análisis de la Plataforma Tierra de Cajamar sobre el balance agroalimentario exterior de España el pasado año muestra como las exportaciones de la categoría “Aceites”, que lidera el aceite de oliva, crecieron un 26% en valor frente a las cifras del 2023 hasta alcanzar los 8.690 millones de euros. Tras las frutas, productos cárnicos y hortalizas, el sector de aceites fue el cuarto con mayor valor de mercado en la exportación agroalimentaria española en el año 2024.

“Los aceites, especialmente el aceite de oliva, han sido el producto agroalimentario que ha registrado el mayor incremento en valor comercializado en 2024. Este crecimiento se debe principalmente a la reducción de la oferta del producto agroalimentario como consecuencia de los efectos de la sequía por segundo año consecutivo. A pesar de la baja disponibilidad de aceite, el volumen exportado se ha mantenido constante entre 2023 y 2024”, asegura el análisis de la Plataforma Tierra.

El comercio internacional de aceites de España no sólo se limita al aceite de oliva. Las importaciones de aceites vegetales también aumentaron, aunque en menor medida, hasta alcanzar los 5.622 millones de euros. Con los aceites de palma y girasol encabezando el volumen de compras. Durante el año 2024, España importó un total de 4.060 toneladas de aceites vegetales.

Según el análisis de Plataforma Tierra de Cajamar, “el año 2024 cierra como el mejor en la historia del comercio agroalimentario español, consolidando la posición de España como una potencia exportadora en el sector. El valor de las exportaciones de alimentos y bebidas experimentó un crecimiento del 6,0 % interanual, alcanzando la cifra récord de 73.776 millones de euros, impulsado por la competitividad del sector y la creciente demanda internacional. De manera paralela, el volumen de productos agroalimentarios exportados aumentó un 4,5 % interanual, situándose en 36.187 miles de toneladas, lo que refleja un incremento tanto en valor como en cantidad».

Seguir leyendo... Fuente: Revista Almaceite



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



Italia reduce su stock de aceite de oliva un 18%

A 28 de febrero de 2025 Italia cuenta en sus bodegas con unas existencias totales de 159.633 toneladas de aceite de oliva virgen y virgen extra, de las que la mayoría (157.472 tn) corresponden a la categoría virgen extra y tan solo 2.161 tn son virgen. Estas cantidades, sumadas al resto de calidades (lampante, refinado y orujo) suman un total de 216.840 toneladas, un 1,2% más respecto al 31 de diciembre, pero un 18,2% menos que en el mismo período del año pasado.

Así lo recoge el último Informe Frantoio presentado por el Ministerio de Agricultura del país, que revela también que el 72,6% del producto almacenado está representado por AOVE, de las que 89.307 toneladas (56,7%) son de origen italiano, y sólo el 1% de las existencias están representadas por aceite de oliva virgen.

Ubicación

Según este informe, el 51% de las existencias nacionales de aceite de oliva se encuentran en las regiones del sur de Italia, principalmente en las regiones de Puglia y Calabria (32% y 10,9%, respectivamente). A nivel provincial, el 14,1% de las existencias están en la provincia de Bari y el 10,3% en la provincia de Perugia.

En cuanto a las existencias de AOVE con IGP, hay almacenados 19 millones de litros de AOVE, una cifra un 13,3% inferior a la del 29 de febrero de 2024 (21,6 millones de litros). En conjunto, el aceite con DOP/IGP en stock equivale al 8,1% del total presente en Italia y representa el 11,1% del aceite virgen extra almacenado.

Asimismo, AOVE y AOV procedente de la agricultura ecológica se almacenan 27.872 toneladas (un 33,3% menos respecto al mismo periodo del año anterior), de los cuales el 99,6% es virgen extra.

Seguir leyendo... Fuente: *Olimerca*



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



Aranceles, precios, consumo... ¿Qué opinan los gigantes del aceite de oliva?

A pocos meses de la celebración de MUNDOLIVAR 2025, el III Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnía, rescatamos en exclusiva la visión, actualizada a día de hoy, de los gigantes del aceite de oliva -Deoleo, Dcoop, Grupo Migasa, Acesur, Sovena y Grupo De Prado- sobre cómo debe adaptarse el sector a tiempos tan convulsos como los actuales.

La mesa redonda titulada “Tiempos convulsos en el sector oleícola: cómo adaptarse” fue moderada por Juan A. Peñamil y en ella participaron Ignacio Silva, presidente no ejecutivo de Deoleo; Antonio Luque, presidente de Dcoop; Antonio Gallego, director general de Grupo Migasa; Gonzalo Guillén, CEO de Acesur; José Luis de Prado, presidente de Grupo De Prado; y Jorge de Melo, CEO de Sovena.

Tiempos de crisis

Todos ellos detallan cómo han afrontado sus empresas los desafíos de las dos campañas de menor producción (2022/23 y 2023/24) y las pronunciadas subidas de precios, “dos años que han supuesto todo un Máster”, apunta Gonzalo Guillén, al tiempo que Jorge de Melo se pregunta: “¿es que acaso no son todos los tiempos convulsos?”, si bien añade que en Sovena “hemos tenido capacidad de estar con los clientes, manejando la situación y cumpliendo los contratos y compromisos”. Eso sí, se muestra optimista: “El mercado volverá, hemos tenido un consumidor leal y fiel y lo vamos a conseguir”.

Los participantes coinciden en destacar la eficiencia y la previsión frente a las crisis. “Porque las crisis son súper oportunidades”, en palabras de José Luis de Prado, quien apuesta por “eficiencia, eficiencia y eficiencia para que cuando lleguen los malos tiempos, estemos preparados”.

En el caso de Deoleo, Silva remarca que “somos una compañía de marcas” que sitúa al consumidor en el centro, satisfaciendo sus necesidades; y que en el contexto de incertidumbre del pasado año - marcado tanto por la falta de calidad como de cantidad con precios elevados- la empresa ha sido fiel a su estrategia, que tiene como palancas la calidad, la sostenibilidad y la innovación.

Seguir leyendo... Fuente: Mercacei



La comercialización del aceite de oliva sigue a un buen ritmo

La campaña de recolección de aceituna está prácticamente terminada. Los últimos datos facilitados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ponen de manifiesto, un mes más, que las salidas de aceite al mercado continúan siendo “muy altas, extraordinarias incluso en meses como el de enero”, y que de continuar así el enlace de cosecha en septiembre de 2025, sería muy parecido al de 2024, con las “bodegas prácticamente vacías”, según afirma el secretario general de COAG Jaén, Juan Luis Ávila.

Por segundo mes consecutivo se alcanzan las 135.000 toneladas vendidas. La AICA refleja que la producción en febrero fue de 150.769 toneladas, y el acumulado en lo que va de campaña de 1.391.019. Con respecto a lo acumulado, el gerente y portavoz de Asaja-Jaén, Luis Carlos Valero, asevera que “pasarán de 1.400.000 toneladas”. Con respecto a las salidas, apunta a la importancia de que el ritmo se mantenga en los próximos meses por encima de las 100.000 toneladas mensuales.

“La campaña de recolección ya está prácticamente finalizada, con una producción que nos sitúa en una campaña media. Y las cifras de la AICA, lo que demuestran, es que la oferta va a cubrir de manera muy justa la creciente demanda nacional y mundial”, afirma el vicesecretario general de Agricultura de UPA Jaén, Jesús Cózar. “Esto, junto al hecho de que la comercialización siga fuerte, debe revertir la tendencia bajista de los precios en origen y situarlos en un umbral a partir de los 5 euros para las categorías más bajas y muy por encima para los excelentes vírgenes extra que producimos. Sólo así, los olivareros tendremos rentabilidad en nuestras explotaciones, sobre todo en el olivar tradicional”.

A fecha de 28 de febrero se habían recogido 1.391.019,54 toneladas de aceite, una cifra muy similar a la producción estimada por el Ministerio de Agricultura para esta campaña (1.380.000 toneladas). En la provincia de Jaén se habían recogido un total de 551.936 toneladas.

Seguir leyendo... Fuente: *Diario Jaén*

**Operación asegurada en
Crédito y Caución**

**Haga como
miles de empresas:
defiéndase**



Úbeda acogerá en mayo la 64ª Sesión del Comité Consultivo del COI

La Diputación Provincial de Jaén y el Consejo Oleícola Internacional (COI) han renovado su compromiso de colaboración para que la provincia jiennense vuelva a ser sede de un encuentro estratégico del sector oleícola. El presidente de la Diputación, Paco Reyes, y el director ejecutivo del COI, Jaime Lillo, firmaron un convenio que oficializa la celebración de la 64ª sesión del Comité Consultivo del COI en la ciudad de Úbeda, el próximo 13 de mayo.

El acuerdo se rubricó en el marco de la inauguración de la World Olive Oil Exhibition en Madrid. "Este convenio refleja la consolidada relación de colaboración entre la Diputación y el COI. Jaén ha acogido varias reuniones de este comité en los últimos años, incluyendo la reunión del Consejo de Miembros en 2022 y eventos de relevancia como la entrega de los Premios Mario Solinas", destacó Paco Reyes.

Un evento estratégico previo a Expoliva 2025

La celebración de esta sesión en Úbeda se producirá en la antesala de Expoliva 2025, uno de los principales encuentros internacionales del sector. "Este evento fortalecerá la posición de Jaén como referente mundial en el ámbito del aceite de oliva. Es una oportunidad para analizar los desafíos del sector, fomentar el oleoturismo y proyectar nuestra provincia como destino de calidad y hospitalidad", señaló Reyes.

Por su parte, Jaime Lillo destacó la importancia de este encuentro: "Nos permitirá reunir a los principales actores del sector oleícola en una región clave como Úbeda, para abordar conjuntamente los retos y oportunidades del cultivo que produce los aceites vegetales más saludables y sostenibles del mundo".

Seguir leyendo... Fuente: Revista Óleo



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



Un catedrático de mercados desvela las claves para el aceite de oliva virgen extra tradicional

El sector olivarero se distingue como uno de los más arraigados a las labores agrarias en España; sin embargo, el reemplazo del cultivo tradicional por el intensivo dificulta el estatus de los productores con mayor recorrido.

Los métodos intensivos ofrecen ventajas competitivas clave para estos empresarios, que gozan de mayor rentabilidad al conseguir elevar la eficiencia de sus árboles.

Este escenario debilita la posición de los productores tradicionales, cada vez más arrinconados por el intensivo y por ello más condicionados por las economías de escala difícilmente alcanzables por sus olivos, sobre todo en los terrenos más montañosos.

Manuel Parras Rosa, presidente del Consejo Regulador IGP Aceite de Jaén y catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén, en el marco de la mayor feria del mundo dedicada en exclusiva al aceite de oliva –la WOOE (World Olive Oil Exhibition)–, ha señalado cuál es el camino a seguir por los productores de aceite de oliva virgen extra para distinguirse en un mercado feroz.

«Es importante saber qué tipo de estrategias de diferenciación pueden seguir los aceites de oliva virgen extra, sobre todo procedentes de olivares tradicionales que evidentemente no pueden competir vía precio con otros excelentes aceites que proceden de olivares más intensificados», apunta en conversación con El Debate Parras, que destaca valores de los olivares tradicionales «que cada día son más estimados y considerados a la hora de la compra por una parte de los consumidores, no de todos, pero sí de unos segmentos de mercado importantes».

El catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados hace referencia a tres tipos de atributos: intrínsecos, como pueden ser el sabor, el aroma o el origen; extrínsecos, como marca, precio o envase; y ocultos, donde el olivar tradicional tiene su gran baza para vencer a sus competidores.

Seguir leyendo... Fuente: El Debate



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

