

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

2 de enero de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Las 20 noticias más leídas en 2023.

Las grandes superficies ya venden el virgen extra de primeras marcas a más de 14 euros/litro.

La DO Sierra Mágina prevé cerrar la campaña con mínimo histórico.

La Academia Sevillana de Gastronomía y Turismo dedicará el año 2024 al AOVE.

Andalucía TRADE, Mision directa multisectorial Puerto Rico.

PUBLICIDAD

Contigo desde el origen

En CaixaBank queremos ayudarte a impulsar tu proyecto desde las raíces, como tú lo haces. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agroalimentaria para ofrecerte soluciones integrales, digitales e innovadoras.

Descubre AgroBank en CaixaBank.es

paralimpicos

AgroBank

Las 20 noticias más leídas en 2023

Toca despedirse de 2023 y desde Mercacei hemos querido hacer un balance del año con las 20 noticias más leídas durante estos 365 días que, entre otros temas, abordan la campaña oleícola y los elevados precios de los aceites de oliva, los ganadores de los EVOOLEUM Awards, las claves de la nueva PAC en el olivar, la digitalización en la olivicultura, el interés por el aceite de oliva en Perú, la revolucionaria línea de café con AOVE de Starbucks o la celebración de MUNDOLIVAR. ¡Disfruten de la lectura y, sobre todo, feliz 2024!

1. ¿Qué ocurrirá con la producción de la próxima campaña y con los precios de los aceites de oliva si no llueve?

La preocupante y generalizada situación de sequía que se está registrando prácticamente en todo el país está comprometiendo en la actualidad diversos cultivos. El olivar español presenta un buen aspecto en este momento, pero necesita urgentemente que llueva en las próximas semanas. De no producirse estas precipitaciones, ¿qué podría ocurrir con la producción de la próxima campaña, así como con los precios de los aceites de oliva? Esta es la opinión de productores, industriales, expertos y operadores del sector oleícola.

2. Estos son los 100 Mejores AOVes del Mundo de la campaña 2022/23

EVOOLEUM Awards, el concurso privado que reconoce cada campaña a los 100 mejores aceites de oliva vírgenes extra del mundo, sigue haciendo historia. Si en 2022 hubo dos ganadores ex aequo, en esta octava edición el EVOOLEUM ABSOLUTE BEST es un AOVE sudafricano, De Rustica Estate Collection Coratina. España -con cinco representantes entre los 10 mejores AOVes del mundo y 61 de los 100-, Italia y Portugal confirman la hegemonía de los países mediterráneos en la edición más internacional del concurso, con zumos de hasta 13 países en el prestigioso TOP100 de EVOOLEUM.

3. ¿De verdad necesitamos las nuevas variedades de olivo?

Allá por los 90's comenzó su andadura el sistema de olivar en seto. Si bien al principio fue recibido con grandes dudas y no poca resistencia, poco a poco fue demostrando por sí mismo las grandes



ventajas que había venido a aportar: un ahorro sustancial en los costes de cosecha y la nula necesidad de mano de obra para la recolección. Además, se llevó a cabo con unas variedades, arbequina y arbosana, que demostraron ser constantes en producción y bastante adaptables a distintos edafoclimas. Así comienza este artículo elaborado por el Equipo Técnico de Agromillora y publicado en Mercacei Magazine 115.

4. La expansión del olivar de miel

El olivar de miel se está expandiendo gracias a la lavanda, aunque parezca increíble. De entre todas las aromáticas, es la única que tiene un potente efecto llamada sobre el público. Si un aceite de oliva tiene aroma de lavanda, atrae. Si un olivar tiene lavanda entre las hileras de olivos, llama la atención. Así comienza este artículo de Javier Domínguez, paisajista del Grupo Operativo Olivares de Miel.

5. Llega MUNDOLIVAR, el mayor congreso mundial sobre olivicultura y elaiotecnia

El sector del olivar vive una auténtica revolución. Asistimos a un cambio de paradigma que engloba a todos los niveles de la cadena productiva. Bajo esta premisa nace MUNDOLIVAR, el I Congreso Mundial de Olivicultura y Elaiotecnia, un evento único sin precedentes en el sector que reunirá los próximos 22 y 23 de junio en el Aula Magna de la Universidad de Córdoba a los principales actores de la cadena productiva y a los grandes referentes de la olivicultura internacional para dar forma a un encuentro pionero con un formato innovador que no va a dejar indiferente a nadie.

6. Desarrollan un sistema de predicción temprana de las cosechas de olivar para los municipios de Jaén, Córdoba y Granada

El Grupo Operativo Predic I está desarrollando un sistema de predicción temprana de las cosechas de olivar para los municipios de Jaén, Córdoba y Granada. El prototipo permite anticipar, desde finales de marzo, una estimación de producción de aceituna con un índice de precisión de entre el 80 y el 90%.

7. Las claves para la aplicación de la nueva PAC en el olivar

M^a Magdalena Gálvez Djouma, jefa del Área de Olivar y Aceite de Oliva de la Subdirección General de Cultivos Herbáceos e Industriales y Aceite de Oliva del Ministerio de Agricultura, Pesca y

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA 100 SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life Kubota



Alimentación (MAPA), desvela en este artículo en exclusiva para Mercacei las claves para la aplicación de la nueva Política Agraria Común (PAC) en el sector y asegura que desde las diferentes administraciones se está fomentando su difusión y el asesoramiento técnico, tanto por su importancia en la mejora de la gestión de las explotaciones como para conocer todas las posibilidades de apoyo existentes.

8. El precio del aceite de oliva: el vídeo que explica la verdad de lo que está pasando

Por fin todos los medios de comunicación de nuestro país hablan sobre aceite de oliva. Eso sí, para decir que los profesionales del sector están especulando y que los precios de venta en los supermercados son estratosféricos. Para desmentir estas informaciones, y poner en valor el trabajo diario de todo el sector, hemos querido arrojar luz de forma rigurosa y contundente sobre la cuestión que más preocupa en este momento a todos los eslabones de la cadena de valor del aceite de oliva... y también al consumidor.

9. Cómo mitigar el impacto del cambio climático en los olivos

Un equipo de investigación del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) en San Juan (Argentina) está estudiando nuevas estrategias de manejo en los olivares para hacer frente a las altas temperaturas y restricción hídrica en un contexto de alta variabilidad climática. En este sentido, los investigadores buscan generar información clave para la toma de decisiones que permita sostener los rendimientos del cultivo y la calidad del producto final.

10. Llega sultana, la nueva variedad de olivar lanzada por BALAM Agriculture

La apuesta por la investigación en la obtención de nuevas variedades de olivar por parte de la empresa BALAM Agriculture y la Universidad de Córdoba (UCO) ha conseguido su primer resultado comercial. Se trata de sultana, la nueva variedad "que va a revolucionar las plantaciones en alta densidad", según ha destacado el centro docente cordobés en un comunicado.

11. La lección magistral del consumidor

En un año muy complicado en el que los precios del aceite de oliva en origen están alcanzando cotas nunca vistas, desde la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) han realizado un



Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleicolajaén

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



análisis de la curva de elasticidad precio-demanda. Las conclusiones son, en su opinión, sorprendentes y reveladoras.

12. Los costes de producción del aceite de oliva se han incrementado más del doble en las últimas dos campañas

La reducida producción española de aceite de oliva en la pasada temporada 2022/23, que se repetirá en la actual campaña 2023/24, unida a la subida de precios de las labores de cultivo, han disparado los costes de producción, que se han incrementado más del doble. Esto implica que, a pesar de los altos precios del aceite de oliva, el olivarero no ve remunerada su actividad, según un informe de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).

13. El Gobierno prorroga la rebaja al 5% del IVA de los aceites de oliva

El Gobierno, a propuesta del Ministerio de Hacienda y Función Pública, ha aprobado la extensión de la reducción del IVA de una cesta de alimentos básicos hasta el 31 de diciembre. Cabe recordar que la rebaja del IVA de algunos alimentos entró en vigor el 1 de enero de este ejercicio y finalizaba el 30 de junio. En concreto, para los aceites de oliva y de semillas se aprobó el descenso del IVA del 10 al 5%.

14. Consecuencias de la locura de precios del aceite de oliva

Incertidumbre. Riesgo. Preocupación. Desequilibrio. Crisis. Impacto. Tensión. Volatilidad. Desencanto. Incógnita. Lección. Recuperar la normalidad. Terreno desconocido. Ruido mediático. Caída del consumo. Estas son las impresiones de los principales actores de nuestro sector ante la actual situación del mercado.

15. No es lugar para mujeres del AOVE... españolas

No tenemos suficientes mujeres preparadas en el sector oleícola español. No hay productoras válidas, ni catadoras reputadas, ni investigadoras pioneras, ni agricultoras luchadoras, ni maestras de almazara innovadoras, ni responsables de comunicación, marketing e instituciones a la altura. Eso, por lo menos, debe ser lo que piensan los responsables del Consejo Oleícola Internacional



NUTRI NAV

¿Sacas hasta la última gota
a tu software de gestión?
Nosotros te decimos cómo

Solicita una demo

Oficinas en: SEVILLA · ZARAGOZA · VALLADOLID Tel: 900 909 619 info@ayanet.es basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central www.nutrinav.es

(COI), que han organizado una jornada para celebrar el Día Mundial del Olivo titulada "Le rôle vital des femmes dans le secteur oléicole" ("El rol fundamental de las mujeres en el sector oleícola") en la que no hay ni una sola profesional representando al sector oleícola español.

16. Crece el interés por el aceite de oliva en Perú

Un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones apunta que el aceite de oliva genera cada vez mayor interés en Perú y tanto su demanda como su producción están en crecimiento. Este aumento se debe a la gran demanda del consumidor peruano de productos del sector agroindustrial de los que el aceite de oliva forma parte, como, por ejemplo, las conservas. Además, este informe subraya que la pandemia generó una mayor preocupación por la salud alimentaria por parte de la población peruana, la cual impulsó el consumo de productos saludables como el aceite de oliva.

17. Aforo: Andalucía prevé que su producción de aceite de oliva se sitúe en 550.600 t. esta campaña, un 7,4% más

La consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, Carmen Crespo, ha presentado hoy en Jaén los datos oficiales de aforo de la cosecha del olivar para la campaña 2023/24, en la que se espera una producción de aceituna de almazara en esta Comunidad de 2.801.000 toneladas de las que se obtendrán 550.600 t. de aceite de oliva -valorándose como una producción baja-, lo que supone un aumento del 7,4% respecto a la temporada anterior, pero un 46,5% menos que la media de las cinco últimas.

18. Sensores, drones y satélites: aplicaciones en olivicultura

Actualmente se está produciendo un desarrollo notable en la digitalización de la agricultura; existe una gran variedad de sensores que permiten el seguimiento de determinados procesos fisiológicos y pueden ayudar a los agricultores en la toma de decisiones sobre aspectos específicos del manejo. El primer paso para optimizar el uso de los sensores y adaptar su manejo a cada caso particular es entender cuáles son las tecnologías de las que se derivan, qué información generan y cuáles son sus limitaciones.



oliveCEPT®
Pulsos Eléctricos: más aceite y mejor calidad
Optimiza la extracción de aceite de oliva con la tecnología de pulsos eléctricos

- Mayor rendimiento de AOVE
- Calidad mejorada
- Mejor eficiencia

Infórmate sin compromiso

19. Acesur inaugura su nueva almazara de diseño en Jabalquinto (Jaén) con una inversión de 12 millones de euros

Acesur inauguró ayer en el municipio de Jabalquinto (Jaén) su nueva almazara de diseño que acoge también un distinguido centro de oleoturismo. Para la apertura de este proyecto, la compañía ha destinado una inversión de 12 millones de euros. "Todo con el objetivo de resaltar la importancia de Jaén como epicentro mundial de la producción de aceite de oliva y su papel fundamental en la historia del Grupo", resaltó la empresa.

20. Starbucks lanza una nueva y revolucionaria línea de café con AOVE

La cadena de cafeterías estadounidense Starbucks ha presentado Oleato, una nueva línea de bebidas de café que une el café arábica de Starbucks con el aceite de oliva virgen extra de la marca italiana Partanna. "El resultado es un café aterciopelado, delicadamente dulce y exuberante que eleva cada taza con un extraordinario sabor y textura", han destacado desde la compañía norteamericana.

Fuente: [Mercacei](#)

Las grandes superficies ya venden el virgen extra de primeras marcas a más de 14 euros/litro

Los precios con los que ha acabado el año en los lineales han desarmado cualquier previsión. Si hace dos o tres meses se hablaba en el sector como algo histórico que el aceite de oliva virgen extra llegara a costar 10 euros en híper y súper, la fotografía que ilustra este artículo da muestras de lo anticuado que se han quedado esas previsiones.

Muchas cadenas de súper e híper ya incluyen en sus lineales botellas de PET de litro de primeras marcas, tanto de envasadoras privadas como de importantes grupos cooperativos, por encima de los 14 euros el litro. Hace poco más de dos años, por un poco más, se podía comprar una garrafa de cinco litros. La segunda campaña consecutiva con una producción muy baja, se cumplan o no finalmente los aforos y que es más propia de la realidad del olivar español de décadas pasadas, ha tensionado los precios al alza del aceite de oliva como nunca había sucedido.



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

Especialistas en
Seguros Agroalimentarios

www.coragro.es



Ni la caída del consumo doméstico, que es previsible que se acentúe en estos primeros meses del año siempre complicados en el gasto de los hogares y hostelería tras las fiestas navideñas, ni el aumento del consumo de otros aceites vegetales parece probable que pueda contener los precios. Prueba de ello son los precios en origen que se están pagando al productor tanto en puestos privados que son intermediarios de grandes envasadoras como en las propias cooperativas. Un entorno de precio por encima de los 1,20 euros kilo de aceituna y sin rendimientos extraordinarios, que augura cotizaciones muy altas del aceite de oliva en los lineales en el próximo semestre como mínimo.

Los grandes grupos apostarán por defender al menos su margen de precios, aunque ello suponga una sensible merma en las ventas que en parte se puede compensar con las exportaciones en mercados de mayor valor diferencial. A la espera de las previsiones de la próxima campaña 2024/2025, en la que el sector oleícola en su conjunto se juega mucho al reducirse el stock ya a cifras irrisorias.

Otro de los datos que llama la atención en la actual coyuntura de precios del aceite de oliva es el gran diferencial de precios que sigue existiendo en el precio final del producto, dentro incluso de la misma categoría -como ocurre en le virgen extra. Incluso por encima de los cuatro euros por litros y en marcas conocidas que pueden responder a estrategias comerciales diferentes o a aprovisionamientos de aceites de otros precios y enlaces.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

La DO Sierra Mágina prevé cerrar la campaña con mínimo histórico

La Denominación de Origen (DO) Sierra Mágina prevé cerrar la campaña 2023-2024 con una producción de “en torno a 9.000 toneladas de aceite de oliva”. Esta cifra, barajando un 20% de rendimiento final, supondría “un nuevo mínimo histórico”, según han indicado a Europa Press desde la entidad. Al igual que en el resto del sector, en la organización se deja sentir la sequía y va camino de enlazar dos malas cosechas seguidas. En los municipios amparados por la DO, ya se ha superado el 65% de la recolección, con alrededor de 28.000 toneladas de aceituna recogidas. La expectativa de cierre se sitúa en torno a 45.000 toneladas de aceituna –una cifra inferior a la campaña 2022-2023, que cerró en 49.500 toneladas–, que se traducirían en los citados en torno a nueve millones de kilos de aceite.



Junto a ello, desde la Denominación de Origen Sierra Mágina se ha aludido a la elaboración de 100.000 kilos de aceites de cosecha temprana por parte del 80% de las entidades inscritas en el Consejo Regulador. Además, ha subrayado su “apuesta por la calidad a pesar de la complicada campaña”, algo que reafirmó en la reciente presentación de los primeros virgen extra (AOVE) en un acto celebrado en la Institución Ferial de Jaén (Ifeja). El presidente de la DO Sierra Mágina, Salvador Contreras, puso de relieve que “la calidad no se improvisa”, “requiere de mucho esfuerzo, desde los agricultores, almazaras, cooperativas y de los técnicos de la DO” y “en Mágina se sigue trabajando para su máxima consecución”.

A la espera de confirmar las previsiones sobre esta cosecha, apuntó que los datos de producción de la pasada fueron los más bajos de la historia de la Denominación. Por contra, valoró que durante 2022 se logró “la máxima comercialización de aceite virgen extra envasado con 2.780.000 litros”. El Consejo Regulador de la Denominación de Origen Sierra Mágina fue reconocido en 1995. Ampara una superficie de 60.000 hectáreas de olivar, con unos 13.000 olivareros censados, en 15 términos municipales y la variedad picual es la principal. Cuenta con 50 marcas de AOVE amparadas por su certificación. Sus aceites son muy frutados, con picor y amargor equilibrados, destacando notas de tomate, higuera y verde hierba.

Fuente: [Diario Jaén](#)

La Academia Sevillana de Gastronomía y Turismo dedicará el año 2024 al AOVE

Tras celebrar en 2023 el "Año del Arroz de las Marismas del Guadalquivir", la [Academia Sevillana de Gastronomía y Turismo](#) ha anunciado que el producto agroalimentario destacado para 2024 será el aceite de oliva virgen extra. Así, la [Denominación de Origen Protegida Estepa](#) ha informado de que, como única DOP oleícola de la provincia de Sevilla, tendrá un especial protagonismo en este simbólico año mediante un programa de actividades.

La capital hispalense ha acogido recientemente el acto de clausura del "Año del Arroz de las Marismas del Guadalquivir", que a lo largo de 2023 ha venido celebrando la Academia Sevillana de Gastronomía y Turismo.



Durante su intervención en este evento, el presidente de la DOP Estepa, José María Loring, ha animado a reflexionar sobre la “importancia real de la agricultura, ya que en el vaivén de la vida moderna, donde los destellos de la tecnología y la innovación nos deslumbran, a menudo olvidamos la raíz esencial que nutre nuestra existencia: la agricultura”.

“No ha sido un año fácil para el sector del aceite de oliva, que se enfrenta ahora mismo a muchísimos retos como la escasez de agua en nuestros olivares por el acusado cambio climático, que es ya una realidad. Pero a la vez quiero destacar la valentía y el trabajo duro de nuestros agricultores, que no se achantan ante incertidumbres o alarmas”, ha subrayado.

También ha dedicado unas palabras de agradecimiento y despedida para el que ha sido el protagonista de este año 2023, el arroz de las Marismas del Guadalquivir, un ingrediente, que según ha remarcado, “ha tejido, durante siglos, los sabores y aromas de nuestra cocina”.

Fuente: [Mercacei](#)

Andalucía TRADE, Misión directa multisectorial Puerto Rico

Lugar de celebración: SAN JUAN DE PUERTO RICO (PUERTO RICO)

Fecha de celebración: del 26/02/2024 al 01/03/2024

Sector: MULTISECTORIAL

Convocatoria: del 13/12/2023 al 05/01/2024

ANDALUCÍA TRADE, la Agencia Pública Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico, dedicada a apoyar a las empresas andaluzas, convoca la participación en la próxima Misión Directa Multisectorial a Puerto Rico, que tendrá lugar del 26 de febrero al 1 de marzo de 2024.

La misión será de carácter multisectorial y tiene el objetivo de fomentar las marcas andaluzas en este mercado y facilitar la comercialización de los productos, tecnología y/o servicios de las empresas participantes.

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



Esta misión contará con el apoyo de las oficinas de ANDALUCÍA TRADE en Miami y en Nueva York.

Sector agroalimentario: en Puerto Rico hay una gran presencia de productos agroalimentarios de origen español, siendo la isla uno de los principales importadores de vino español de calidad del mundo. Sin embargo, existe una cierta saturación en algunos productos tradicionales de la exportación española a Puerto Rico, como el vino o el aceite de oliva. En cualquier caso, dada la gran aceptación de los productos agroalimentarios de España en Puerto Rico, sigue habiendo oportunidades para nuevos productos (se han detectado oportunidades en marca blanca para supermercados). Existe una buena percepción de los alimentos de origen español por parte de los consumidores de la isla, y los productores españoles de aceite de oliva, por lo general, tienen buena consideración por parte de los importadores puertorriqueños y de las grandes cadenas de distribución norteamericanas.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)