

# Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

6 de junio de 2023



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Alcampo y Carrefour suben un 21% los precios del aceite de oliva en un mes.

Una aproximación a la venidera cosecha, “¿de Guatemala a Guatepeor?”

Aceites Maeva galardonada con el Premio “San Isidro” en Granada a la Excelencia Agroalimentaria 2023.

Premios Alimentos de España 2023.

La comercialización como producto Premium, una oportunidad para el aceite de oliva español en Taiwán.



### Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en [CaixaBank.es/agrobank](https://www.caixabank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



AgroBank

# Alcampo y Carrefour suben un 21% los precios del aceite de oliva en un mes

A pesar de las reticencias que la gran distribución ha mostrado en esta campaña para trasladar la subida de precios del aceite de oliva al lineal, al final los altos costos en origen no han dejado margen de maniobra a las centrales de compra y un mes más han vuelto a revisar al alza los precios en el lineal.

Así, en el mes de mayo, los PVP de las principales enseñas han trasladado al precio de la botella de aceite de oliva suave e intenso subidas de precios que van desde un incremento del 4% en el caso de DIA hasta el 21% en los lineales de Carrefour y Alcampo, al haber pasado de los 5,99€/litro a los 6,45€/litro en un mes. Por detrás se ha situado Hipercor con aumento de precios del 16% y Lidl con un 10%. En menor medida han trasladado el incremento de costes los supermercados Mercadona y Ahorramás que han subido sus PVP en un 8%.

Si hablamos de la categoría Aceite de oliva virgen extra el aumento de los PVP ha sido mucho más comedido e incluso por debajo de la categoría de suave e intenso. Según se puede ver en la tabla de nuestra [sección Precios](#), los aumentos se han movido de los 6,1% de la cadena de supermercados DIA y el 7,6% en Alcampo, Carrefour y Lidl. Mercadona y Ahorramás han mantenido la misma estrategia con una subida del 6,6%.

Con la escasez de aceite virgen extra en esta campaña y a los niveles de precios que se consolidan en el lineal, desde Olimerca hemos podido comprobar en diferentes puntos de venta un menor número de marcas premium y extras dado que su demanda viene mostrando signos negativos mes a mes.

Este comportamiento no es de extrañar dado que en estos momentos la caída del consumo en el mercado interior es evidente y la gran distribución no quiere lineales con escasa rotación y menores márgenes de beneficios.

Fuente: [Olimerca](#)



# Una aproximación a la venidera cosecha, “¿de Guatemala a Guatepeor?”

Con las debidas reservas y la prudente cautela que conviene tener ante un escenario tan prematuro y tan complicado aún para hacer pronósticos fiables y avances con cierto rigor y solvencia sobre la próxima cosecha de aceituna y de aceite de oliva para la campaña 2023-2024, una primera aproximación nos deja unas sensaciones y unas primeras impresiones a priori nada buenas después de pulsar la opinión de parte del sector oleícola a través de un muestreo entre representantes del sector oleícola de la provincia de Jaén.

Todo lo contrario, podríamos estar ante una situación inédita, nunca vista, sin precedentes, dos cosechas consecutivas bajas, cortas y con tintes de drama y de desastre en algunas zonas, lo que considero “de Guatemala a Guatepeor”, o como vengo sosteniendo desde hace meses ante una venidera cosecha gemela o prima hermana de la anterior, que ya fue mala sin paliativos (661.600 toneladas de aceites de oliva en España, la segunda peor del siglo XXI en términos cuantitativos de producción).

Un presagio que tendrán que confirmar, en cualquier caso, los aforos oficiales conforme avancen las semanas, así como los datos de la producción final allá por el mes de marzo. Queda claro, por consiguiente, que estamos ante un ejercicio de estimaciones, de vaticinios y de predicciones oficiosas, sin cifras probatorias ni sostén argumental acreditado en datos objetivos, son simplemente apreciaciones y percepciones personales sobre cómo valoran la cosecha en ciernes.

Esta próxima campaña tampoco es ajena a las adversas condiciones meteorológicas, sobre todo por las altas temperaturas que se han unido a la pertinaz sequía, circunstancias climatológicas que han configurado otra bomba de relojería que ha tenido una incidencia directa y más que negativa en todo el proceso de floración, polinización y cuajado del fruto en la provincia de Jaén, el territorio mundial más productor de aceites de oliva, en el que las lluvias de mayo han llegado tarde para tener una influencia decisiva en la conformación de dicho fruto, aunque servirán para aliviar y consolidar su desarrollo vegetativo.

Por ello, el presumible poco aceite que se producirá hará que inevitablemente el consumo baje y no se descarta que se puedan desencadenar tensiones como consecuencia de la escasa oferta en un mercado con precios de los aceites de oliva en máximos históricos por ese desequilibrio entre la oferta y la demanda, un escenario que invita a pensar en un enlace cortísimo para abastecer a los mercados a partir del próximo mes de octubre cuando se empiecen a producir los aceites premium de la recolección temprana en un mercado que se tendrá que autorregular de forma inexcusable.

**El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar**

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life. Kubota

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



Aunque es pronto para dar cifras, la gran mayoría del sector oleícola consultado por Oleum Xauen tiene claro que la venidera cosecha estará muy por debajo del millón de toneladas y otros muchos creen que será peor que la actual, sobre todo en Jaén, provincia en la que se obtuvieron poco más de 179.000 toneladas de aceites de oliva y casi 511.000 en Andalucía en esta campaña 2022-2023 por la que aún transitamos y que en algunas zonas podría retrotraernos a la catastrófica 1995-1996 de infausto recuerdo, con sólo 336.000 toneladas en España y casi 97.000 en la provincia de Jaén, eso sí con una superficie productiva mucho menor que la actual.

El director de la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO), José María Penco, considera que la situación es de “mucha incertidumbre, el año con más incertidumbre que yo he vivido en el sector. No sabemos qué va a pasar. El calor de abril afectó a la flor del picual, luego las lluvias ayudaron en parte al cuajado. Me parece un atrevimiento a día de hoy dar una cifra, podríamos estar entre las 600.000 y el millón de toneladas de aceites de oliva, pero eso dependerá de las lluvias y de que la lipogénesis vaya bien; pero no lo sé, aunque el árbol sorprende siempre”. Francisco García, de Aceites Fertínez de Ibros, cree que las lluvias y el tiempo “están arreglando un poco el camino de desastre que llevábamos. Por esta zona si llegamos a las cifras del pasado año estaría bien, pero queda mucho verano y los pantanos siguen sin agua. Volvemos a tener un año duro”.

Entre tanto, el gerente de la cooperativa El Alcázar de Baeza, Francisco Aldarias, subraya las malas perspectivas para la comarca de Baeza y parte de La Loma. “No sé si llegaremos a un 10 ó 15 por ciento de una cosecha media. La zona alta de Baeza es la que tiene algo, pero en las del río y la campiña no se ve ni una aceituna, algo que en mis 32 años en la cooperativa no había visto, quizás la del 95”. Asimismo, el coordinador del proyecto Olivares Vivos, José Eugenio Gutiérrez, cuantifica en un treinta por ciento la cosecha en el secano respecto a esta campaña.

El gerente y portavoz de ASAJA-Jaén, Luis Carlos Valero, no oculta la sensación de “cosecha muy mala, incluso peor que la pasada”, y asegura que habrá que estar pendiente de la influencia que pueda tener el agua caída estos días, sobre todo en las zonas más tardías. “La cosecha que hay que debe consolidarse al tener menos aceituna el olivo”, sostiene. Mientras, el secretario general de la UPA en Andalucía, Cristóbal Cano, alude a la mucha incertidumbre existente. “Ya está a la vista el tremendo daño que el calor de abril y de los primeros días de mayo ha hecho en muchas zonas, sobre todo en el secano de las campiñas. Y las lluvias han sido irregulares, aunque siempre vienen bien. Ahora habrá que ver la evolución de estos meses y de cómo viene el otoño. En el mejor de los escenarios tendremos una cosecha media-baja, aunque no variará mucho de la pasada”.

Por su parte, el secretario de la COAG en Jaén, Juan Luis Ávila, asegura que después de hablar con mucha gente tiene la impresión de que la cosecha será similar a la pasada, “más heterogénea incluso. Hay muchos olivos con cero aceituna y puntualmente gente con buena cosecha. Muchas zonas están vacías, como en La Loma, El Condado y la práctica totalidad de los secanos. Los que han regado en

**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



febrero y en marzo tienen una “cosecha decentita”, precisa. Y agrega: “Estamos ante un gran problema para Jaén porque el que dice que tiene aceituna es de 15 ó 20 kilos por árbol cuando en un año tendrían 60 de media. En lo que yo he vivido no tiene precedentes”.

José Gilabert, el presidente de la cooperativa San Vicente de Mogón, estima que la próxima cosecha puede ser igual que la pasada, “o quizás menos”. Mientras, el presidente del Grupo Jaencoop y responsable de la cooperativa El Pilar de Villacarrillo, Cristóbal Gallego, elude de momento hacer una aproximación por considerar que es muy pronto y hay zonas más tardías que no sabe lo que va a pasar. “Hay que esperar pasado San Juan. En las zonas tempranas la incidencia ha sido negativa y los olivos están muy dispersos”, puntualiza.

El gerente de la SCA Perpetuo Socorro de Alcaudete, Jesús López, habla sin edulcorar la situación. “La pinta es de desastre en nuestra zona. Apunta a desastrosa, un 10-15 por ciento de una buena campaña, con una merma de un 85-90 por ciento. Las lluvias han llegado demasiado tarde”, apostilla. El gerente de la DOP Sierra de Segura, Francisco Moreno, cree que en esta zona, que es más tardía en la conformación de fruto, se ha pasado del pesimismo a tener una sensación no tan mala, aunque hay pesimismo en algunas zonas”. Miguel Soto, el secretario de la IGP Aceite de Jaén, redundante en que la próxima campaña será “muy complicada por la cosecha”, que espera que sea un poco superior a la pasada, “pero aún queda mucho para comenzar a molturar”. Mientras, el secretario de la DOP Sierra Mágina, Jesús Sutil, alude a las consecuencias de las altas temperaturas en el olivar. “Se ha quedado mucha flor en el camino. Zonas de Bedmar, Jimena y Jódar van a estar por debajo del año pasado”, y cree que las lluvias han llegado tarde para tener efectos sobre esta cosecha. No obstante, emplaza a lo largo de este mes para hacer una evaluación más completa.

Igualmente, Baltasar Alarcón, de la DOP Sierra de Cazorla, profundiza en la valoración de la campaña de esta forma: “En el punto que estamos ya te digo con seguridad que la actual cosecha va a ser peor que la anterior en nuestra comarca. ¿Hasta qué punto? Pues aún está por ver, lo que sí es seguro, es que nuestros olivares más adelantados en las zonas de menor altitud y con más campiña están prácticamente sin cosecha. La sequía y el funesto mes de abril, en cuanto a temperaturas, aniquilaron las posibilidades de cosecha en los mismos”. Y añade: “Los olivares de montaña o más tardíos fenológicamente han podido sortear mejor las inclemencias meteorológicas y el cuajado de fruto, que es muy incipiente aún, parece que va a ser mejor. Un dato más sólido lo tendremos a finales de junio, cuando la “caída de San Juan” (desechado de fruto por causas fisiológicas del olivar) se materialice en nuestros campos y esta merma podría ser importante con la trayectoria de sequía que tenemos, aunque con las últimas lluvias se está paliando algo, aunque sea tarde. Por complementar con números lo que estoy comentando, el número de flores por brote de media en nuestros olivares era superior a la del año pasado 8.52 frente a las 5.64 del año anterior, pero la fertilidad de las mismas ha sido muy inferior con un paupérrimo 15% frente al 59% del año pasado”.



**NUTRI NAV**

# ¿Sacas hasta la última gota a tu software de gestión?

Nosotros te decimos cómo

[Solicita una demo](#)

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

Asimismo, el consultor estratégico Juan Vilar entiende que “si la climatología es la adecuada, se permite un riego adecuado y no nos exponemos a un verano seco y muy cálido, la cosecha podría estar entre las 800.000 y 1.200.000 toneladas de aceite de oliva. Si cambia, la cosecha podría decrecer. A nivel mundial las lluvias han bendecido a todos los grandes productores, luego la cosecha internacional futura será mejor que ésta”. Manuel Ogallar, el presidente de la SCA Cristo de la Misericordia de Jódar, enfatiza que su cooperativa tendrá un veinte por ciento menos que los de la pasada “siendo prudentes”.

Así las cosas, el presidente de la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazara (Aemoda), Manuel Caravaca, traslada el sentir general de que habrá menos cosecha que en la pasada. “En zonas más tardías se ve algo, pero muy dispersa. En general, igual o menos que el año pasado”. Bernardo Moya, el director técnico de la cooperativa Nuestra Señora de los Remedios de Jimena, considera que en principio es pronto para hacer una valoración, pero “la sensación es que va a ser bastante mala, peor que la del pasado año. Creo que podemos estar al 50% de la pasada. Los riegos deficitarios y los secanos están a cero, y los riegos con más posibilidades tienen algunas zonas más frescas que pueden tener algo, pero en general se ve poca aceituna. En resumen, creo que va a ser desastrosa, por lo menos por la zona de Mágina norte”.

Antonio Quel, el presidente de la cooperativa San Felipe de Baeza, tilda de “muy desastrosa” su impresión sobre la próxima cosecha, que llega a cifrar en un 30 por ciento de la pasada en Baeza. “Las escasas precipitaciones y las altas temperaturas de la segunda quincena de abril y los primeros días de mayo han malogrado una abundante floración, por lo que estamos analizando la posibilidad de unirnos las tres cooperativas para recepcionar la aceituna y ahorrar costes”.

Finalmente, Juan Antonio Tello, de Laboratorios Tello, considera que es pronto para evaluar lo aportado por estas lluvias, pero “serán más beneficiosas para el olivo de lo que ahora decimos”, Por lo demás, hace una valoración más optimista: “Encuentro zonas, y no pocas, en las que se habla de que algo mejor que la anterior cosecha, por lo que si el verano y el arranque del otoño son más generosos en agua, sin duda que estaremos por encima de las 800.000 toneladas. ¿Por qué no?, se pregunta. Y concluye: “Estamos todos tan pesimistas y tan llenos de opiniones apuntando a una campaña incluso peor que ésta que pronunciarse en contra de esta opinión parece descabellado”.

Fuente: [Oleum Xauen](#)



**Coragro**  
Correduría de Seguros S.L.

**Especialistas en  
Seguros Agroalimentarios**

[www.coragro.es](http://www.coragro.es)

# Aceites Maeva galardonada con el Premio “San Isidro” en Granada a la Excelencia Agroalimentaria 2023

La delegación de Granada del [Colegio Oficial de Ingenieros Agrónomos de Andalucía](#), ha otorgado a petición propia y ratificada por la Junta de Gobierno, el Premio “San Isidro” a la Excelencia Agroalimentaria en Granada 2023, a [Aceites Maeva](#).

Con este premio se quiere reconocer la trayectoria, años de experiencia y tradición de la empresa, siendo referente del sector oleícola mundial, y en su apuesta por la calidad, la innovación y la internacionalización. Es reseñable además el dinamismo de su industria, su promoción y su contribución a la mejora de la imagen nacional e internacional de las empresas agroalimentarias en la provincia de Granada y Andalucía.

Una empresa que desde su nacimiento en Jaén en 1930 con un pequeño molino de aceite y el posterior traslado de su sede en Albolote (Granada), ha destacado por su gran inquietud comercial. El éxito en todo su entorno, unido a su visión innovadora, ha hecho que Aceites Maeva, se convierta en un referente a nivel mundial como empresa exportadora y distribuidora. Cuenta con revolucionarios formatos y con dos plantas de envasado ubicadas en Escuzar (Granada) y en Monterrey (México), además de oficinas comerciales en Tokyo (Japón), Pekin (China) , Aix en Provence (Francia) y Philadelphia (EEUU).

Según el delegado del COIAA en Granada, Francisco Javier Fernández Dougnac, “con el Premio a la Excelencia Agroalimentaria en Granada, queremos reconocer la labor que como empresa agroalimentaria está llevando a cabo, afianzado como un modelo de negocio consolidado, de reconocido prestigio y que apuesta por la innovación y la modernización. Además, siempre ha sabido estar a la vanguardia en sus procesos para adaptarse a mercados muy diferentes, sin perder su esencia y siendo clave en el sector agroalimentario andaluz”.

Fuente: [Oleorevista](#)

## Premios Alimentos de España 2023

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha convocado los Premios Alimentos de España 2023. Estos galardones, que cuentan con una trayectoria de XXXV ediciones, pretenden ser un mecanismo de apoyo, promoción y reconocimiento del sector agroalimentario. Como resultado de la publicación de las nuevas bases reguladoras el pasado mes de abril, cuenta con las siguientes modalidades:



- Premio “Alimentos de España a la Industria Alimentaria”
- Premio “Alimentos de España a la Innovación”
- Premio “Alimentos de España a la Iniciativa Emprendedora”
- Premio “Alimentos de España a la Producción Ecológica”
- Premio “Alimentos de España a la Internacionalización Alimentaria”
- Premio “Alimentos de España a la Producción de la Pesca y de la Acuicultura”
- Premio “Alimentos de España a la Comunicación”
- Premio “Alimentos de España a la Promoción”
- Premio “Alimentos de España a la Restauración”
- Premio “Alimentos de España a la Iniciativa para la reducción del desperdicio alimentario”
- Premio “Extraordinario Alimentos de España”

Los candidatos que deseen optar a alguno de estos premios deberán presentar sus solicitudes a través del registro electrónico de este Ministerio en su sede electrónica asociada, accesible desde este [enlace](#), en el que existe un modelo normalizado de solicitud que deberá cumplimentarse y acompañarse de una memoria y documentación complementaria.

Podéis ampliar información sobre los Premios Alimentos de España [aquí](#).

La fecha límite de presentación de solicitudes es el 29 de junio, incluido.

En el caso del Premio Extraordinario, la candidatura será exclusivamente a propuesta de la Presidencia del jurado, fuera del periodo de presentación de candidaturas.

Fuente: [MAPA](#)

## La comercialización como producto Premium, una oportunidad para el aceite de oliva español en Taiwán

La oportunidad que presenta el aceite de oliva español en Taiwán es la comercialización como producto Premium orientado a segmentos altos, situando el producto en un paradigma de pequeños formatos, elevados precios y puntos de venta más exclusivos, según un estudio de [ICEX España Exportación e Inversiones](#).

Este informe destaca que el mercado del aceite de oliva en Taiwán puede resultar de interés para las empresas españolas, puesto que el consumidor está cambiando sus preferencias de aceites como





el de palma a otros más saludables como el de oliva y debido a la escasez de producción local obliga a esta región a cubrir la demanda mediante la importación.

Aunque el mercado es pequeño y el consumo no está extendido, las importaciones de aceite de oliva virgen han mostrado una tendencia positiva en los últimos años como consecuencia del mayor conocimiento que tiene la población del producto tras las primeras décadas de comercialización en la isla.

En cuanto a la procedencia de estas importaciones, los datos de los últimos años muestran que los claros líderes del mercado en Taiwán son España, Italia y Grecia. Estos tres países juntos representaron el pasado año el 93,24 % de las importaciones totales de aceite de oliven virgen y el 83,07 % de las importaciones de aceite de oliva.

Según ICEX, si bien la percepción del aceite de oliva español ha mejorado en los últimos años, la mayoría de los consumidores taiwaneses siguen asociando este producto con Italia. Este desconocimiento del papel de líder que ostenta España en la producción mundial de aceite de oliva se debe, en parte, al hecho de que el producto italiano fue el primero en comercializarse en la región. Asimismo, el elevado número de restaurantes italianos presentes en la isla favorece al posicionamiento del artículo italiano, que se percibe como característico de la gastronomía mediterránea.

El estudio subraya el incremento de cuota de mercado de España hasta llegar a un 51,42% frente a un 30,85 % en el año 2018. En cuanto a los precios medios de venta de los últimos años, el crecimiento paulatino de los precios en general apunta a una premiumización del producto a largo plazo.

Respecto a los puntos de venta, los supermercados han logrado posicionarse como los destinos favoritos de los consumidores taiwaneses para adquirir los productos de cocina de compra regular. Los hipermercados, por su lado, se están viendo amenazados por la rápida expansión de los supermercados y han crecido en menor medida durante los últimos años. Destaca el aumento que se ha producido en las ventas de los supermercados, pasando de un 40,8% en 2018 a un 51,7% en 2021.

El canal de venta on line también se ha visto favorecido como consecuencia de la pandemia aumentando considerablemente su presencia entre los canales de distribución. Asimismo, los consumidores incrementaron sus ventas por Internet, optimizando más sus viajes, comprando al por mayor y haciendo listas para realizar menores viajes a los supermercados.



**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**

En relación con el envase del producto, la mayoría de la oferta se basa en aceite envasado en botellas de vidrio. Debido al bajo consumo por persona y el hecho de que no se emplee para actividades intensivas en cantidad, como freír, ICEX recomienda comercializar el producto en formatos pequeños, de entre 0,5 l. y 1 l..

Respecto a las perspectivas de crecimiento del mercado del aceite de oliva en Taiwán, según prevé Euromonitor International, se mantendrá la tendencia positiva en los próximos años, ligeramente mayor en términos de volumen (9%) que en valor (3,7%). Según este estudio, más allá de las predicciones numéricas, el mercado no muestra signos de un elevado nivel de madurez, ni de un crecimiento que vaya a llevar a ello. El aceite de oliva continúa siendo un producto de nicho, ajeno en la mayoría de las cocinas taiwanesas y que en restauración tiene muchas veces un valor más ornamental que culinario. "La madurez en general de la economía y sociedad taiwanesa induce a desestimar posibles cambios bruscos en los hábitos de consumo", añade.

El desarrollo del mercado de aceite de oliva, si bien seguirá creciendo hacia una progresiva premiumización, colocando el aceite como un producto gourmet, de nicho, de alto precio y demanda y comercialización selecta. Sin embargo, a su juicio, esto no tiene por qué impedir su comercialización en grandes superficies y su uso general.

Fuente: [Mercacei](#)