

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

7 de enero de 2025



HOY ES NOTICIA:

El nuevo precio del aceite de oliva virgen extra desde este lunes 6 de enero.

Los 3 factores que marcan la tendencia de los precios del aceite de oliva.

Productos y subproductos del olivar: economía circular y sostenibilidad.

Curso online de Aduanas. Andalucía TRADE.

Un envase para aceite de oliva, el más sostenible de 2024.



El nuevo precio del aceite de oliva virgen extra desde este lunes 6 de enero

El oro líquido ha empezado el 2025 con una mala noticia para los consumidores. Es más, se podría decir que es una doble mala noticia. Primero porque los primeros registros del año son al alza; segundo, continúa la tendencia de finales de 2024. Así que el incremento empezado hace semanas no parece detenerse. Todo andaba encaminado a que el precio del AOVE se encaminara hacia los 3 euros el kilo en el punto más importante de la cadena, pero los cinco organismos que actualizan periódicamente el coste del aceite de oliva virgen extra alejan ese escenario triunfalista. La situación en el campo se está complicando.

Para que el oro líquido pueda aprovecharse en cualquier plato o cocción, debe haber una persona encargada de recoger la oliva en el momento preciso para que su calidad sea excelsa. En el campo empieza la cadena que acaba en cualquier casa o cocina. Tras el trabajo del agricultor se van sumando todos los elementos que hacen posible ese viaje del árbol a casa, como son transportistas, trabajadores en las fábricas y, obviamente, el coste dentro de las cadenas de supermercados. El precio del oro líquido en los lineales viene condicionado por el que haya tenido en el punto de origen.

El aceite de oliva virgen extra es un producto que, si bien durante los últimos seis meses ha ido descendiendo periódicamente de precio, aún se vende con sistema de alarma en los supermercados. Rompió cualquier barrera inimaginable con costes de más de 10 euros el litro. Los costes de producción, la sequía en el campo y los vaivenes económicos acaban influyendo en el precio del lineal, una sucesión de variables que pocas veces se tienen en cuenta.

Existen cinco organismos que registran periódicamente el precio del oro líquido en sus puntos de origen, que indican cuánto ha costado el kilo de aceite de oliva virgen extra, así como el aceite de oliva virgen y el aceite lampante, en la salida al primer punto de venta. En los datos actuales, que al ser festivo el 6 de enero son los del viernes 3 de enero, constatan un incremento sostenido desde hace semanas en los tres tipos de aceite anteriormente descritos. Hasta el lampante asciende, en algún caso, hasta 20 céntimos en una semana, ya que la anterior fecha de control fue el 30 de diciembre. La situación parece empeorar en pleno inicio de la temida cuesta de enero y justo después de que todos los supermercados hayan tenido que sumar el nuevo IVA recuperado para el AOVE.



La referencia en el control de costes en origen es Pool Red, el Sistema de Información de Precios en Origen del Aceite de Oliva. Este indicador actualizó sus datos por última vez el pasado 3 de enero, reflejando un incremento en todos los tipos, aunque llama la atención como el aceite de oliva virgen sube 47 céntimos en la misma semana. El AOVE tiene un coste de 4,25 céntimos, cuatro céntimos más que el anterior registros, el aceite de oliva virgen pasa de venderse por 3,51 euros a hacerse por 3,98 euros, mientras que el lampante sube 22 céntimos de golpe hasta los 3,78 euros.

INFAOLIVA, la Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva, tampoco trae buenos datos. El aceite de oliva virgen extra sube de los 4 euros a los 4,08 euros el kilo, mientras que el aceite de oliva virgen sube 6 céntimos hasta los 3,91 euros por kilo. El aceite lampante también sube, 10 céntimos de golpe hasta los 3,68 euros por kilo.

Oleísta, portal de compraventa de aceite de oliva, aporta un dato muy llamativo y que ilustra completamente la situación actual de la venta del oro líquido en origen. Desde el 17 de diciembre se han registrado subidas del coste prácticamente todos los días. El AOVE ha subido un 1,61% en los últimos 10 días hasta alcanzar un coste de venta por kilo de 5,40 euros; el aceite de oliva virgen presenta ahora un precio de 4,34 euros por kilo y el aceite lampante tampoco varía y se mantiene en los 3,95 euros.

Después están los organismos públicos, que ante las fiestas navideñas andan con cierto retraso en el control de precios y actualización de los datos publicados. La Junta de Andalucía ha emitido los costes registrados y acumulados entre el 23 y el 29 de diciembre de 2024, dando la gran noticia de una bajada. La única de este primer control de costes de 2025. El AOVE se vendió antes de Navidad por 4,35 euros, mientras que en el informe actual dice que en plenas fiestas bajo hasta los 4,30 euros. En el caso del aceite de oliva virgen y del aceite lampante, no se indica variación: 3,71 euros y 3,30 euros respectivamente.

El Ministerio de Agricultura mantiene a día de hoy como último informe el que compete a la semana del 9 al 18 de diciembre, días en los que el AOVE acumuló costes de venta en origen de 4,98 euros, por los 4,54 euros por kilo del aceite de oliva virgen y los 4,27 euros del aceite lampante.

¿Y en el supermercado? Pues los lineales continúan haciéndose al nuevo IVA que llegó el 1 de enero de 2025. Es por ello que prácticamente todas las grandes superficies, menos una, incrementaron los precios. Si hace una semana se podía comprar oro líquido por cerca de 6,50 euros por litro,



ahora más barato de 6,60 es prácticamente imposible. Mercadona tiene su litro más barato de AOVE en el envase de 3 litros, que se vende por 19,93 euros (6,64 euros por litro). Consum presenta el

mismo coste: 19,93 euros por el envase de 3 litros (6,64 euros por litro). En el caso del Supermercado de El Corte Inglés el litro más barato de AOVE se encuentra en el envase de 5 litros, que tiene un coste de 33,63 euros /6,73 euros por litro). Carrefour también vende el oro líquido a 6,64 euros el litro en el envase de 5 litros, que se vende por 33,20 euros. DIA es la única cadena que no aumentó los precios del aceite de oliva virgen extra el 1 de enero, por lo que su AOVE más barato se encuentra en el envase de 3 litros de la marca La Almazara del Olivar, que se vende por 20,10 euros (6,70 euros por litro).

Fuente: [Las Provincias](#)

Los 3 factores que marcan la tendencia de los precios del aceite de oliva

Acabamos de empezar el nuevo año y en el mercado del aceite de oliva en origen apenas si se observan diferencias respecto a lo que se ha vivido en los últimos quince días de 2024. De hecho, se puede afirmar que los ligeros incrementos de precios en origen en las últimas semanas son una consecuencia de tres factores que se repiten año tras año:

- 1) La oferta ha conseguido unificar posiciones, sobre todo las cooperativas, de no vender a cualquier precio y eso tiene una repercusión inmediata en la evolución de las cotizaciones en origen.
- 2) La ausencia de lluvias durante los meses de noviembre y diciembre ha generado un cierto clima de intranquilidad por los efectos negativos en el olivar y de cara a la cosecha 2025/26
- 3) Y por otra parte, los rendimientos este año no están siendo los deseables, en torno al 16/17%, debido a la alta humedad con la que ha llegado la aceituna a la almazara, con lo que, a pesar de que hay más aceituna, se estima rebajas en la producción final de aceite de oliva.



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@grupoleicolajaen.com

A estos tres factores se añade que este año el sector refinador va a tener problemas para abastecerse de aceites de oliva lampantes, ante la baja acidez con la que se están obteniendo este año los nuevos aceites de oliva virgen y en consecuencia es muy probable que tengan que tirar de las producciones de aceites de más calidad o tener que importarlos de Italia o Túnez, donde la oferta es en estos momentos mucho más atractiva.

En estos momentos el conjunto del sector olivarero está muy pendiente de conocer cómo ha sido el comportamiento de la recogida y la molturación de la aceituna en diciembre, para así poder evaluar la potencial disponibilidad de aceite de oliva en esta campaña.

La ausencia de lluvias en diciembre ha ayudado a que la recolección se haya realizado a gran velocidad. Ahora hace falta saber los números que nos determinarán si estamos en un 1,2 o 1,4 millones de toneladas de aceite de oliva.

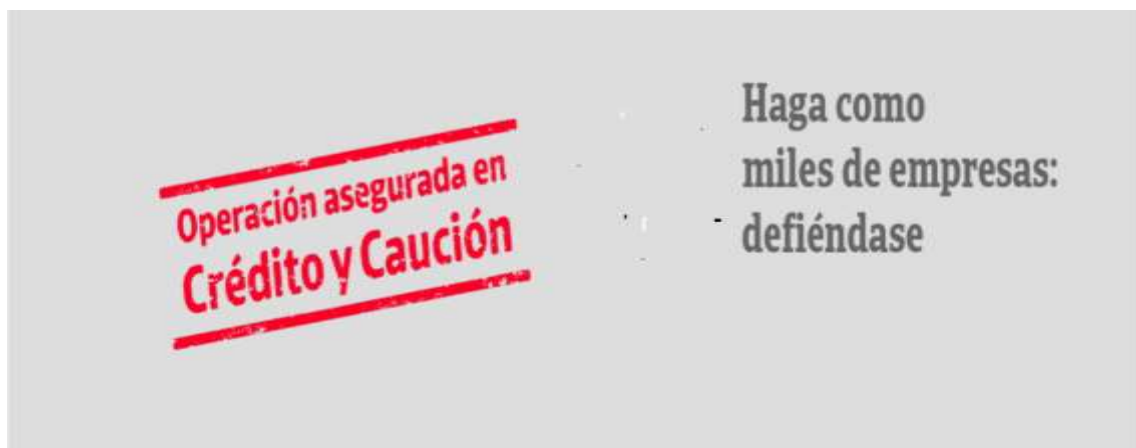
Por último, la mejor noticia de la semana viene de la mano de que se aproximan lluvias por una buena parte de Andalucía, lo que ayudará a aliviar la tensión en el campo y en el mercado. Si caen en torno a los 50 litros en Sevilla y zonas limítrofes será una buena noticia para este comienzo de año.

Fuente: [Olimerca](#)

Productos y subproductos del olivar: economía circular y sostenibilidad

La economía circular está transformando la industria oleícola, presentando nuevas oportunidades para avanzar hacia un modelo más eficiente y sostenible. En este contexto, la gestión de subproductos del olivar emerge como un área clave para fomentar la innovación, optimizar recursos y generar empleo en el sector.

Conscientes de esta necesidad, ORIVA patrocina el curso “Productos y Subproductos del Olivar. Medioambiente y Salud”, una iniciativa pionera organizada por el Instituto de la Grasa (IG-CSIC), dependiente del Consejo Superior de Investigaciones Científicas. Este programa formativo, respaldado por una entidad de referencia en investigación y desarrollo, garantiza una enseñanza de alta calidad impartida por expertos líderes en el sector.



**Operación asegurada en
Crédito y Caución**

Haga como
miles de empresas:
defiéndase



Un curso para impulsar la sostenibilidad y la innovación

Con un enfoque innovador, el curso está diseñado para abordar estrategias avanzadas y prácticas responsables en la industria oleícola. Se presta especial atención al Aceite de Orujo de Oliva, destacando sus beneficios tanto desde el punto de vista nutricional como ambiental.

El temario incluye:

- Producción sostenible de aceites del olivar.
- Ciclo de vida de los productos oleícolas.
- Beneficios medioambientales y de salud asociados a los subproductos del olivar.

El curso está dirigido a estudiantes, investigadores y profesionales de sectores relacionados con la oleicultura, alimentación, nutrición y medioambiente. Su objetivo es profundizar en el papel que los productos y subproductos del olivar desempeñan en la economía circular y el bienestar humano.

Metodología y duración

El programa combina teoría y práctica mediante un modelo presencial que fomenta la interacción directa con líderes del sector oleícola. Esta dinámica permite a los participantes adquirir conocimientos aplicables y explorar los últimos avances en sostenibilidad e innovación dentro de la industria.

El curso tendrá una duración de 200 horas, equivalentes a 8 Créditos ECTS (European Credit Transfer System), y se desarrollará del 27 de enero al 14 de febrero.

Compromiso con el futuro del olivar

ORIVA refuerza con esta iniciativa su compromiso con la formación y capacitación profesional en el ámbito oleícola, destacando la importancia de los subproductos en la transformación hacia un sector más sostenible. La colaboración con el Instituto de la Grasa asegura que los participantes recibirán una formación sólida y actualizada, orientada a los desafíos y oportunidades del futuro.

Fuente: [Oleorevista](#)



Curso online de Aduanas. Andalucía TRADE

La internacionalización es una oportunidad para el crecimiento, la mejora de la competitividad y la consolidación de las empresas andaluzas que inician esta senda llevando aparejada, además, la creación de empleo de calidad. En este contexto, resulta vital que las empresas cuenten en sus plantillas con personal con formación específica en aduanas, dado que existe un conjunto de normas que rige las operaciones de entrada y salida de mercancías de un determinado territorio aduanero, que toda empresa exportadora debe conocer. El objetivo del curso es comprender de forma práctica el sistema de aduanas, así como todos los procesos y condicionantes que hay que tener en cuenta a la hora de exportar.

Desde Andalucía TRADE, ponemos a disposición de las empresas andaluzas internacionalizadas, o en proceso de internacionalización, formación específica en esta materia, para la posterior implementación en las empresas y que éstas puedan seguir siendo competitivas internacionalmente.

El plazo de presentación de solicitudes estará abierto desde la publicación de esta convocatoria hasta el 8 de enero 2025, incluido. El curso se desarrollará desde febrero a mayo de 2025.

Para cualquier duda sobre este curso, pueden contactar con Luis González, formacion@andaluciatrade.es con copia luis.gonzalez.r@andaluciatrade.es, teléfono 954 28 02 27.

INSCRIPCIÓN

Fuente: [Andalucía TRADE](#)

Un envase para aceite de oliva, el más sostenible de 2024

Ecodiseño, el concurso organizado por Ecovalia, tiene como objetivos dar a conocer la importancia de la imagen sostenible, un envasado respetuoso con el medio ambiente y la utilización de materiales reciclados o reutilizables por parte de las empresas ecológicas, ha contado con un gran nivel en las muestras presentadas.



En su cuarta edición, tras recibir casi 100 muestras de productos, ya tiene ganadores, y uno de ellos es un envase para aceite de oliva, que ha recibido el Premio Especial del público, encargado de elegir el envase más sostenible de 2024 a través de una votación online.

Así, en esta categoría, la empresa galardonada ha sido Webotanix por su aceite CBD 30% Full Spectrum BIO.

Otras empresas premiadas han sido La Abuela Carmen, Uvas Frescas, Biogran y Perseus.

Diego Granado, secretario general de Ecovalia, ha destacado “la calidad de las muestras presentadas. Las empresas cada vez son más conscientes de la importancia de la imagen y la sostenibilidad de los envases”.

Asimismo, ha añadido que “es muy importante que los productos sean elaborados con técnicas que respeten el medio ambiente y el entorno porque, además, es algo cada vez más demandado por los consumidores”.

Fuente: [Olimerca](#)

