

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

8 de enero de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Se revisan al alza las salidas de aceite de oliva en noviembre.

Crisis del aceite de oliva: las ventas se desploman un 33% y su precio sube un 164% desde 2021

España volverá a perder la senda del millón de toneladas exportadas por segundo año seguido

Preparado el jurado de la AOVE World Cup – Copa del Mundo del AOVE

Abdellatif Ghedira, director ejecutivo del COI, se despide de la Organización tras ocho años de grandes éxitos

La compra de aceite de orujo crece un 157%

Un proyecto desarrolla materiales biodegradables y sostenibles a partir de CO2 y residuos agrícolas

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

Se revisan al alza las salidas de aceite de oliva en noviembre

Buenas noticias para el conjunto del sector del aceite de oliva español. Según la última revisión de los datos facilitados a primeros de diciembre por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) en estos últimos días se ha actualizado un incremento de las importaciones de aceite de oliva, lo que se traduce en un mejor comportamiento de las salidas en noviembre, hasta llegar a las casi 90.000 ton.

Esta última revisión recoge que en noviembre se habrían importado un total de 22.000 toneladas, cuando las primeras estimaciones apuntaban a 12.000, lo que supone un volumen de salidas de 89.760 toneladas, frente a las 79.120 ton estimadas a finales de noviembre.

De nuevo sigue sorprendiendo el magnífico comportamiento que está teniendo el mercado español del aceite de oliva, a pesar de las imparables subidas de precios en origen. Habrá que estar ahora pendientes de los datos correspondientes al mes de diciembre para evaluar no sólo si se cumplirán las previsiones de cosecha de la Junta de Andalucía y el Ministerio, sino también hasta donde pueden llegar las cotizaciones en las próximas semanas, sobre todo si se confirman las importantes lluvias que pueden caer a lo largo de este mes.

Fuente: [Olimerca](#)

Crisis del aceite de oliva: las ventas se desploman un 33% y su precio sube un 164% desde 2021

El año 2023 se recordará por productores y consumidores como el año de la crisis del aceite. La sequía ha lastrado producción, que continúa en niveles mínimos, lo que ha provocado que los precios finales no paren de subir, con precios que superan de largo los 10 euros por litro, incluso en marcas blancas. Todos los eslabones de la cadena de producción buscan soluciones a corto plazo



para recuperar la normalidad en un mercado que ha hundido las ventas. Y las previsiones de los analistas es que la situación va a ir a peor.

Así, las ventas de aceite de oliva han caído el 32,6% en el acumulado de octubre y noviembre, los dos primeros meses de la campaña actual, con 36,79 millones de litros, según confirmó la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comerciales (Anierac), siendo el peor parado el aceite de oliva virgen extra, que apenas ha superado los 14 millones de litros, un 36,98% menos que en los dos primeros meses de la campaña anterior, mientras que el virgen sumó 4,34 millones de litros, un 8,66% menos.

Las ventas de aceites de oliva de 0,4 grados han descendido el 38,14%, con 13,07 millones de litros; y las de aceite de 1 grado han bajado el 17,40%, con 5,30 millones. En noviembre se comercializaron 53,04 millones de litros de aceite, de los que 18,18 millones han sido de aceite de oliva; 2,25 millones, de aceite de orujo; y 32,6 millones, de aceites vegetales. Las salidas al mercado de aceite de oliva virgen extra sumaron 6,93 millones de litros; las de la categoría "suave" fueron 6,56 millones; las de "intenso", 2,69 millones; y las de virgen, 1,98 millones.

Si las cuentas se hacen sobre los once primeros meses de 2023 -los últimos contabilizados-, las ventas acumuladas de aceite de oliva en el mercado español cayeron un 19% respecto al mismo periodo de 2022, para un total de 231,59 millones de litros.

En ese sentido, las salidas al mercado interior de virgen extra han bajado el 19,44% (con 96,14 millones de litros), las de "suave" han descendido el 25,69% (77,03 millones); las de "intenso" han retrocedido el 17,81% (31,09 millones); y las de virgen han aumentado el 7,85% (27,32 millones). El aceite de orujo ha registrado un aumento de las ventas del 13,42% en los once primeros meses de 2023, con 19,14 millones de litros, y del 44,67% en el acumulado de los dos primeros meses de la campaña, con 4,47 millones.

Los aceites vegetales han sido los grandes beneficiados gracias a sus precios más asequibles para los bolsillos de los hogares. Sus salidas han ascendido en noviembre a 32,60 millones de litros, entre las que han destacado los 24,27 millones de litros de aceite de girasol y los 7,95 millones de litros de refinado de semillas. Las ventas sumaron 336,53 millones de litros, un 9,49% más que en el mismo periodo de 2022. En total, entre enero y noviembre se han puesto en el mercado un total de 587,26 millones de litros de aceite, lo que supone una caída del 3,79% en comparación con el



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

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

mismo periodo del año anterior, por culpa de problemas similares al del aceite de oliva, por sequía y menor producción.

Fuente: [La Razón](#)

España volverá a perder la senda del millón de toneladas exportadas por segundo año seguido

Uno de los efectos más directos del aumento de los precios en origen del aceite de oliva durante las dos últimas campañas ha sido el fuerte impacto sobre las ventas en el exterior. No solo por el encarecimiento de las exportaciones, al que también influyó en su día la subida de los fletes marítimos y la guerra en Ucrania, sino por la propia falta de disponibilidad del producto. De esta forma, España perderá por segunda campaña consecutiva el millón de toneladas exportadas, a la que nos tenía acostumbrada el sector y que tanto esfuerzo e inversión empresarial, cooperativa y promocional había costado.

Según los datos del boletín de comercio exterior de aceite de oliva del Ministerio de Agricultura correspondiente a la campaña 2022/23, con datos de octubre de 2022 a septiembre de 2023, las ventas se han situado en las 719.808 toneladas. Esta cifra supone un 34% menos de volumen en relación a la campaña anterior, cuando se alcanzaron 1.089.159 toneladas. La exportación media mensual se queda por debajo de las 60.000 toneladas, en 59.984 toneladas, lo que supone un 33% menos respecto a los niveles de la pasada campaña

En la campaña actual 2023/2024, los operadores del sector consideran que el impacto de los precios en origen, sensiblemente más elevados que en la anterior, tendrán un impacto directo en las exportaciones. Por encima de otros condicionantes como el del precio de los fletes marítimos, que se ha reajustado en los últimos meses con el menor precio de los combustibles, aunque sigue muy



NUTRI NAV

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

Nosotros te decimos cómo

[Solicita una demo](#)

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

sensible a conflictos bélicos como el del Mar Rojo en la actualidad o acontecimientos climáticos que afectan al Canal de Panamá.

Si miramos a los precios finales de la exportación, la cifra de ventas sí ha aguantado mejor con 3.814 millones de euros, lo que supone solo un 4% menos que en la campaña anterior cuando se alcanzaron los 3.976 millones de euros. Por mercados, Italia sigue representando casi una cuarta parte del valor exportado del aceite de oliva español con 913,6 millones de euros, seguido de Estados Unidos con 569,2 millones, Portugal con 433,3 millones, Francia con 424,6 millones, Reino Unido con 181,9 millones, Japón con 141,6 millones, Alemania con 109,5 millones, Australia con 90,3 millones, China con 90 millones y México, el mercado que más crece en valor de los diez primeros, con 84,2 millones. Otros mercados importantes en valor de exportaciones para el aceite de oliva español serían Brasil, Países Bajos, Corea del Sur, Bélgica y Canadá, todos ellos por encima de los 40 millones de euros.

Este mayor peso monetario de las exportaciones tiene que ver con el aumento muy importante de valor unitario por kilo exportado, que ha pasado en solo un año desde los 3,99 euros/kilo hasta los 6,81 euros/kilo que se alcanzaron en septiembre pasado, sin haberse alcanzado aún los precios récord en origen del aceite de oliva. El aumento en el precio de las exportaciones en el último año supera el 70%.

En cuanto a las calidades del aceite exportado, crece el aceite de oliva refinado que supone en torno del 69% del total exportado, mientras que los virgen extra y virgen se quedan en el 29%, y un 2% los lampantes.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

Preparado el jurado de la AOVE World Cup – Copa del Mundo del AOVE

La firma 48 kilates Premium Quality, una empresa apasionada por la excelencia en el mundo del aceite de oliva virgen extra e impulsora de la primera edición de la AOVE WORLD CUP 48 Kilates



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

Premium Quality, (COPA DEL MULDO DEL AOVE) una competición internacional, que busca destacar y premiar la calidad y pureza excepcional de los AOVEs de todo el mundo, ya tiene conformado su panel de expertos que evaluarán las muestras que se presenten al concurso.

El prestigioso Panel Test estará compuesto por:

- Brígida Jiménez Herrera, Directora del centro IFAPA de Cabra (Córdoba)
- Anuncia Carpio Dueñas, Jefa de Panel de Iber Oleum (Jaén)
- María Paz Aguilera Herrera, Jefa de Panel y Responsable de Cocina Experimental con Aceite de Oliva en Citoliva. (Jaén)
- Macarena Díaz Ramos, Jefa de Panel y Directora del Laboratorio INDLAB. (Badajoz)
- Amparo Ruiz de Adana Moreno, Jefa de Panel de Cata Fundación Citoliva. (Jaén)
- Enrique García Tenorio, Director de la DOP Montes de Toledo. (Toledo)
- María Ángeles Calvo Fandos, Jefa de Cata de Aceites de Oliva Vírgenes de Cataluña
- Juan Baseda Torruella, Director Técnico de la DO Aceite del Bajo Aragón. (Teruel).
- Javier Sánchez Pedros, Panel de Cata de Aceite de Oliva Virgen de Aragón. (Teruel).
- María Luisa Ruiz Domínguez, Jefa de Panel de Cata de Aceites de Oliva Vírgenes de la Comunidad Valenciana.

Este magnífico conjunto de expertos en análisis sensorial garantiza un concurso de la más alta calidad, prestigio y transparencia. Y en breve este Panel Test se completará con otros 2 profesionales que están todavía pendientes por confirmar.

Por último, los organizadores de la AOVE WORLD CUP anuncian la ampliación del plazo de inscripción y recepción de muestras, hasta el 5 de febrero. ¡Es una oportunidad para todos los productores!

Se invita a los participantes a inscribirse y ser parte de esta competición inigualable. Con premios que ascienden a 7.500€ en consumo, más excelencia 48 Kilates, más reconocimiento mediático y



 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](#)

redes sociales internacional, más reportaje personalizado 48 Kilates, y formar parte del museo de la excelencia 48 Kilates.

Con una proyección de alcance que supera los 4 millones de personas, este concurso trasciende fronteras y se proclama como un evento de suma relevancia internacional. La entrega de premios será en Zaragoza, en un evento sin precedentes, en el que la ciudad se convertirá en la capital mundial del AOVE.

Para más información y detalles sobre cómo inscribirse, visite la página web oficial: <https://www.48kilates.com>

Fuente: [Olimerca](#)

Abdellatif Ghedira, director ejecutivo del COI, se despide de la Organización tras ocho años de grandes éxitos

El miércoles 20 de diciembre, el personal del COI y otros amigos de la institución se reunieron para despedir al director saliente, Abdellatif Ghedira, agradeciéndole su pasión y su arduo trabajo desde que asumió su cargo de director ejecutivo en 2016. Entre innumerables hitos, tanto el personal como los países miembros del COI coinciden en que su trabajo dedicado y su espíritu resiliente ayudaron a mejorar la reputación de la organización intergubernamental. Bajo su liderazgo, la familia del COI dio la bienvenida a veinte nuevos miembros que ahora se han adherido al Acuerdo Internacional de las Naciones Unidas sobre el Aceite de Oliva y las Aceitunas de Mesa.

Durante la ceremonia de despedida, el director Ghedira agradeció al personal por su trabajo perseverante y les recordó que un director sólo tiene éxito si el equipo que lo respalda trabaja como uno solo. Félix Madrid, jefe de la Unidad de Asuntos Financieros y Administrativos, reconoció la



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

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es

apasionada e inquieta devoción de Ghedira por el COI, agradeciéndole en nombre de todo el personal. Jaime Lillo, que asumirá el cargo de director ejecutivo dentro de una semana, también agradeció al dirigente tunecino su diligencia y su amistad, regalándole un mapa que representa las capitales de Madrid y Túnez en una sola. A su vez, Ghedira ofreció a todos los miembros del personal un olivo plateado con piedras duras de color oscuro para conmemorar su viaje juntos.

En una solemne ceremonia de clausura, el director saliente y el resto del personal del COI plantaron juntos un olivo en el Jardín de la Paz de la Organización, un testimonio simbólico de su inquebrantable dedicación a la organización intergubernamental y una encarnación viva de su legado perdurable.

Fuente: [Oleorevista](#)

La compra de aceite de orujo crece un 157%

La escasa producción y los altos precios han determinado el cambio de hábitos entre quienes compran en supermercados. En los lineales, el precio de los aceites vírgenes ha crecido un 33%, y un 17% el del aceite refinado de orujo, cuyas ventas se han incrementado en un 157%.

El aumento del precio del aceite de oliva no ha supuesto que el consumidor compre más aceite de girasol porque su demanda también ha caído en un 11%.

El estudio se ha llevado a cabo en 250 supermercados y 63 hipermercados, con una equivalencia en los hogares de 2,6 millones de consumidores. Lo ha realizado la Universidad Internacional de Andalucía, Universidad de Jaén y grupo Oleícola Jaén.

El consumidor fue menos generoso en el uso del aceite de oliva y compró menos y en envases más pequeños, pero con más frecuencia.

Fuente: [Canal Sur](#)



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 proyecto desarrolla materiales biodegradables y sostenibles a partir de CO2 y residuos agrícolas

El Gobierno regional ha financiado en la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) un proyecto de investigación para el desarrollo de materiales biodegradables y sostenibles a partir de CO2 y residuos agrícolas. Centrado en impulsar la economía circular, cuenta con un presupuesto de 120.000 euros.

Así lo ha dado a conocer el director de la Agencia de Investigación de Castilla-La Mancha, José Antonio Castro, quien ha explicado igualmente que el profesor Agustín Lara es el que dirige la iniciativa bajo el título "Diseño de nuevos materiales híbridos, biodegradables y sostenibles (MATHIBIOSOs)".

José Antonio Castro ha comentado que "hay que poner en valor la importancia de esta investigación, dado que los productos a partir de los cuales se prepararán los materiales se obtienen de la granilla de la uva o del hueso y residuos de la aceituna, y Castilla-La Mancha es la mayor productora de uva del mundo y la segunda productora de aceituna de España".

"El proyecto permite la valorización de estos recursos naturales, lo que contribuirá a una nueva industria sostenible y circular para luchar contra la despoblación de nuestra región, uno de sus mayores problemas que afecta sobre todo a las generaciones más jóvenes", ha añadido el director de la Agencia.

El objetivo principal del proyecto es utilizar fuentes renovables como el CO2 y productos derivados de residuos de la biomasa para preparar nuevos materiales biodegradables y más sostenibles de interés industrial mediante procesos catalíticos.

Muchos de estos residuos son generados en las zonas rurales de Castilla-La Mancha, con riesgos de despoblación, conocidas como zonas de Inversión Territorial Integrada (ITI) de Castilla-La Mancha, por lo que los investigadores del proyecto realizan reuniones con empresarios del sector agrícola, bodegas y almazaras, donde se generan algunos de estos residuos, para difundir los objetivos del proyecto y los resultados y fomentar la cultura innovadora.



Estos procesos, según ha explicado José Antonio Castro, permiten, por un lado, valorizar residuos agrícolas y, por otro lado, captar las emisiones de CO₂ para convertirlas en plásticos biodegradables a través de aplicaciones industriales.

Además, ha añadido que “el proyecto ha permitido también la contratación de un investigador predoctoral que se encuentra realizando su tesis en el desarrollo de complejos de metales abundantes como catalizadores para la preparación de materiales biodegradables”.

Fuente: [Mercacei](#)



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

