

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

10 de abril de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Las razones de la pronunciada caída de los precios de los aceites de oliva: qué va a pasar en las próximas semanas.

El precio del aceite se desinfla un 20% en origen desde su máximo a principios de año.

Producción de aceite de oliva de Castilla-La Mancha de esta campaña rondará la media de los últimos diez años.

El oleoturismo en Italia, un punto de inflexión con más de 300 experiencias.

El país que ha convertido el aceite de oliva en su petróleo para independizarse del FMI.



Las razones de la pronunciada caída de los precios de los aceites de oliva: qué va a pasar en las próximas semanas

Los mercados han registrado un cambio rotundo en los últimos días al producirse una drástica bajada de los precios en origen de los aceites de oliva. Para arrojar luz sobre esta coyuntura y ofrecer respuestas al sector, desde Mercacei hemos querido conocer qué opinan productores, industriales, expertos y operadores del sector oleícola, y qué escenario prevén para las próximas semanas.

Para ello les hemos preguntado:

1. ¿Crees que está justificada la pronunciada caída de precios registrada en los últimos días? ¿Cuáles han sido las razones que han provocado esta situación?
2. ¿Cómo valoras las fluctuaciones al alza y a la baja que se producen en el sector?
3. ¿Cómo crees que evolucionarán los precios en las próximas semanas?

Cristóbal Gallego

Presidente de Jaencoop

“La bajada no está justificada si tenemos en cuenta el stock previsto de campaña”

1. La única razón es que ha llovido en marzo y eso afecta a las expectativas futuras de algunos productores que deciden forzar la venta creando un exceso de oferta. Son los problemas de un sector productor muy atomizado. La bajada no está justificada si tenemos en cuenta que el stock previsto de campaña, a 1 de octubre próximo, se establece en 200.000 t., muy ajustado.
2. Dificulta mucho un desarrollo normal y estable del mercado para todos los eslabones de la cadena.
3. Sigo pensando, que las disponibilidades son muy ajustadas para el conjunto de los mercados, de las más bajas de los últimos años. Al final dependerá de las salidas y el consumo que tengamos en los próximos meses, lo que terminará condicionando el precio.

Antonio Luque

Presidente de Dcoop

“Lo que está claro es que caminamos hacia un fin de campaña oleícola con existencias agotadas, lo cual va a influir en el mercado”

1. La campaña está finalizada y llevamos un buen ritmo de salidas, es decir, aceite hay el que hay; a partir de ahí, cada operador tiene que definir su estrategia. Lo que está claro es que caminamos hacia un fin de campaña oleícola con existencias agotadas, lo cual va a influir en el mercado. Creo que el afortunado episodio de lluvias que hemos tenido en Semana Santa ha impactado en este



mercado, que se mueve por impulsos muchas veces. Ante pocos compradores, el hecho de que exista una gran atomización en la oferta, acuciada con miles de agricultores que operan en el mercado decidiendo cuándo vender, provoca que muchísimos salgan a vender sin que haya compra, lo que provoca la bajada. Y todo porque ha llovido.

2. En cualquier contexto y mercado, las fluctuaciones no son buenas, pero en el aceite de oliva dependemos mucho de las producciones frente a una demanda más o menos estable. Por ello, hay que tratar de poner remedio con agua, sobre todo, para cuando haya episodios de sequía porque al final esto nos afecta a todos: productores, distribución, consumidores... Lo ideal es un precio que sea rentable y asumible para todos.

3. Habrá que ir viendo cómo va evolucionando según cómo se vayan comportando las necesidades de la demanda.

Pedro J. Garrido

Agente Comercial Garrido Hermanos, C.B.

“Las condiciones climatológicas favorables para el campo con vistas a la próxima cosecha y una mayor oferta que demanda podrían ser algunas de las razones”

1. Atendiendo a la disponibilidad de aceite de oliva que hay hasta llegar a la próxima campaña y los datos de salidas mensuales que se vienen registrando, que de continuar en la misma línea se llegaría a un enlace entre campañas demasiado justo, resulta complicado encontrar una justificación para esta bajada de precios tan drástica en estos momentos.

Las condiciones climatológicas favorables para el campo con vistas a la próxima cosecha y una mayor oferta que demanda podrían ser algunas de las razones que han provocado la caída de precios.

2. Entiendo las fluctuaciones como herramienta necesaria para regular el precio y evitar el desabastecimiento de cualquier producto que esté expuesto a reducir o aumentar su producción por factores externos en busca de un equilibrio entre oferta y demanda, pero unas fluctuaciones bruscas, al alza o a la baja en un corto espacio de tiempo no son deseables para el buen funcionamiento del mercado.

3. Si bien la demanda apenas hace acto de presencia, la oferta ante esta situación y una vez satisfecha la necesidad de vender por parte de fabricantes particulares para liquidar a cosecheros se ve reducida, por lo que debería de parar la caída de precios y tender a estabilizarse. Los próximos datos de salidas, que se conocerán esta semana, podrían hacer que la tendencia tome una dirección u otra.

Gonzalo Guillén

Consejero Delegado y Director General de Acesur

“Desde el punto de vista de disponibilidad real de aceite, no tiene sentido ahora una oscilación brusca de precios”

1. Está justificada si lo analizamos desde dos puntos de vista. Muchos agricultores, ante la llegada de las lluvias y una previsible cosecha media-alta en la campaña 2024/25, han decidido liquidar sus



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

les.kubota-es.com / @kubotaspain / #kubota

aceites a los precios actuales; y la necesidad financiera de parte de la producción/almazaras para atender las demandas de agricultores particulares que han decidido liquidar sus aceites.

Si analizamos el mercado desde el punto de vista de disponibilidad real de aceite, no tiene sentido ahora una oscilación brusca de precios, ya que, con las salidas medias que mantenemos, vamos a un escenario de “stock técnico” al final de la campaña. El aceite que hay se venderá al precio que se demande y la demanda parece que está garantizada.

2. Siempre negativas cuando son bruscas, ya que dificultan el desarrollo de una política comercial coherente y encaminada a fidelizar consumidores, sobre todo en el terreno internacional.

3. Dependerán del nivel de salidas. Nosotros esperamos unas salidas en línea con la media del periodo octubre-febrero, lo que nos llevará a un enlace mínimo histórico y por tanto entendemos que el mercado debe mantenerse en los niveles de la media que hemos tenido en enero-marzo hasta nueva campaña. Pero aquí todo es imprevisible.

Álvaro Olavarría

Director gerente de Oleoestepa

“Lo único que ha habido son buenas expectativas de lluvias”

1. No está justificada. Las expectativas de la cosecha 2024/25 a causa de las magníficas lluvias han provocado que haya mucha oferta en el mercado. Lo único que ha habido son buenas expectativas de lluvias.

2. Muy mal. Desde hace unos años la oferta está muy desordenada.

3. Quisiera pensar que se van a ajustar y no descarto un rebote para las altas calidades de virgen extra.

José María Penco

Director de AEMO

“Llegaron las lluvias, mejoraron las expectativas de la nueva cosecha y por tanto comenzaron a descender los precios”

1. Partiendo de los niveles históricos de precios que alcanzamos en enero, sin duda el reajuste tenía que llegar antes o después, lo que dependía de cómo evolucionara la meteorología. Y visto que la primavera está siendo húmeda en general, era lógico que comenzara una bajada de precios. La razón es la señalada, llegaron las lluvias, mejoraron las expectativas de la nueva cosecha y por tanto comenzaron a descender los precios. Otra cuestión es la velocidad con la que lo hacen.

2. Fluctuaciones siempre hubo, hay y habrá, otro asunto es la brusquedad o aceleración de estas subidas y bajadas, lo que merece una reflexión. En mi opinión, estos reajustes tan violentos, en tan poco tiempo, no favorecen a nadie, entre otras cosas porque todos tienen más o menos aceite (productores, almazaras, envasadores y lineales) y su activo baja mucho en poco tiempo, con los riesgos financieros que esto conlleva.

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

Nuestro sector debe ser consciente de que el consumidor nos ha demostrado estas dos últimas campañas que es muy fiel al aceite de oliva, lo que se traduce en la fortaleza de las salidas a pesar del precio, por tanto la lección es que no bajemos el precio más de lo debido, porque si es así todos perderemos renta, desde el olivarero hasta el distribuidor. Mantengamos siempre unos precios dignos que permitan remunerar a todos los eslabones de la cadena de valor. Tenemos un tesoro entre las manos, nos lo está diciendo a voces el consumidor, y por tanto no lo devaluemos temerariamente nosotros mismos cuando lleguen buenas cosechas. Marquemos una franja sensata para todos.

3. Todo dependerá de dos episodios que todavía quedan por dilucidar. Por un lado, la floración que viene adelantada y que para que se dé bien requiere que no tengamos temperaturas extremas. Por otro lado, la fase de lipogénesis, o formación de aceite, que será desde final de agosto hasta noviembre donde el olivo requiere humedad en el suelo. Según como vengan estos dos periodos críticos, el reajuste a la baja de precios se dará con mayor o menor intensidad... si tenemos algún “accidente” meteorológico en estas dos fases puede ocurrir cualquier cosa, como así fue esta campaña. Luego habrá que considerar también cómo sigue evolucionando el ritmo de salidas de aceite en los próximos meses, lo que condicionará el muy corto enlace de campaña en nuestro país.

Miguel Ángel Rodríguez

Director de Operaciones de Aceites García de la Cruz

"Estas fluctuaciones provocan mucha inseguridad tanto a los operadores del mercado como a los consumidores"

1. Sí que está justificada. La bajada de precios se ha producido principalmente tras las lluvias registradas durante la Semana Santa, habiendo caído principalmente en las zonas productoras, preparando al olivar para una posible próxima cosecha muy buena.

2. Negativamente. Estas fluctuaciones provocan mucha inseguridad tanto a los operadores del mercado como a los consumidores, frenando el mercado en cuanto a cantidad de operaciones que se realizan de forma habitual.

3. Durante las últimas semanas se está produciendo una bajada continuada, con una inercia hacia abajo que se irá manteniendo, aunque de forma puntual pueden producirse momentos de estabilidad. Todo ello dependerá de la adaptación del consumo a los precios.

Lucía Serrano

Presidenta de Infaoliva

“Hasta que la aceituna no esté molturada y el aceite se encuentre en la bodega, la lección que debemos haber aprendido y debemos tener en cuenta es que la prudencia debe ser nuestra mejor consejera”

1. Nadie esperábamos una bajada de precios tan rápida y en tan poco tiempo. No existe justificación para este giro que ha dado el mercado, ya que las salidas mensuales están yendo bien a pesar de los precios alcanzados. Por mucho que se diga que el consumo ha caído, está demostrado que el



descenso del mismo ha sido mucho menor al porcentaje de subida en precios, lo que significa que nuestros consumidores estarán recortando en otros productos, pero el aceite de oliva lo siguen consumiendo. Con estas salidas, con el aceite de oliva que se ha producido y habiendo el poquito enlace de aquí a principios de octubre, no es razonable lo que está pasando con los precios.

La razón más evidente, que por ahora puedo ver, son las precipitaciones que han caído en estos últimos días. Eso nos puede llevar a tener una visión más optimista que la del año pasado en estas fechas, pero sinceramente creo que todavía es demasiado pronto para augurar la campaña del año que viene. Ojalá que sea una media cosecha y todo se normalice. No obstante, hasta que la aceituna no esté molturada y el aceite se encuentre en la bodega, la lección que debemos haber aprendido y debemos tener en cuenta es que la prudencia debe ser nuestra mejor consejera.

2. Esta situación de mercado tan inestable no nos viene bien a nadie, de principio a fin de la cadena. El éxito reside en el equilibrio para poder mantener una estabilidad en precios, en producción, en costes, etc.

3. Dependerá mucho de los próximos dos meses, de la floración, de las temperaturas que nos acompañen en esos días, de que haya un cuaje correcto y que el consumidor siga siéndonos fiel y el consumo no descienda bajo ningún concepto. Si todos estos factores se suman, puede que todo vuelva a esa normalidad tan deseada.

Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Mercacei](#)

El precio del aceite se desinfla un 20% en origen desde su máximo a principios de año

El precio del aceite de oliva se ha desinflado en torno a un 20% en origen desde que registrara su máximo histórico a principios de año debido, entre otros factores, al aumento de la producción por encima de lo esperado en España.

Según el observatorio de precios Infaoliva, el aceite de oliva virgen extra de la variedad picual ha cotizado este martes a 7,12 euros por litro, lo que supone el 20,7 % menos respecto a mediados de enero pasado, cuando alcanzó un precio récord de 8,98 euros por litro.

El aceite de oliva virgen de esa variedad se ha abaratado el 22,1 % desde entonces y este martes se ha vendido a 6,51 euros por litro, mientras que el aceite lampante ha bajado de precio el 23,9 % y actualmente está en 6,51 euros por litro.

Los descensos de precio en esos tres tipos de aceite han rondado el 18 % en comparación con la última semana, según se desprende de los datos de Infaoliva.



 **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](#)

Mientras, el sistema de información de precios en origen Poolred ha reflejado que el aceite de oliva se ha vendido este martes a 7 euros por litro en general.

Los últimos datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), correspondientes a la semana 13 de 2024 (del 25 al 31 de marzo), confirman una bajada progresiva en todas las categorías de aceite de oliva en las últimas cinco semanas.

Frente a las cotizaciones máximas de la actual campaña, que estuvieron en torno a los 9 euros por litro para el virgen extra y los 8,5 euros para el virgen a inicios de 2024, los precios habían bajado a 8,21 euros por litro en el virgen extra y a 7,79 euros por litro de virgen a finales de marzo.

No obstante, el precio medio del aceite de oliva ha subido de media un 61,7 % respecto a la campaña pasada, según el MAPA.

La caída de los precios en los últimos meses se produce en un contexto en el que la producción de aceite de oliva ha superado en los primeros cuatro meses de campaña (de octubre a enero) las expectativas iniciales de cosecha para toda la campaña 2023-2024 y ha ascendido a 831.000 toneladas en el acumulado hasta febrero.

El Ministerio estima que la producción de aceite de oliva ascenderá finalmente a 845.000 toneladas esta temporada, lo que representa un aumento del 27 % respecto a la anterior.

El consumo interior rondará las 400.000 toneladas, por encima de las 363.579 toneladas de la anterior campaña, cuando los precios experimentaron una marcada tendencia al alza por la caída de la producción como consecuencia de la sequía.

En Andalucía, donde se concentra la mayor superficie de olivar en España, las precipitaciones de marzo han traído un cierto alivio a la grave situación de sequía que atravesaba la región, aunque se mantiene la escasez hídrica y las diferencias por zonas.

Fuente: [Agrodiario](#)

Producción de aceite de oliva de Castilla-La Mancha de esta campaña rondará la media de los últimos diez años

La producción de aceite de oliva de Castilla-La Mancha ascenderá esta campaña a 107.400 toneladas, un 60 por ciento más que el pasado año y un 4 % inferior a la media de los diez últimos años, que se sitúa en las 111.000.



Este dato supone el 13% del total del aceite producido en España, que asciende a 829.515 toneladas, según ha avanzado la directora general de Producción Agroalimentaria y Cooperativas del Gobierno regional, Elena Escobar.

En cuanto a los precios, ha destacado que son “buenos, tanto para la aceituna pagada a agricultores, como la venta actual del aceite”.

80.000 olivicultores y 450.000 hectáreas de superficie.

Escobar ha destacado que Castilla-La Mancha se ha convertido en la segunda comunidad autónoma en superficie y producción de España, y también una de las más importantes a nivel europeo”, añadiendo que en la región hay 80.000 olivicultores y 450.000 hectáreas de superficie, similar a la del viñedo.

También ha valorado que Castilla-La Mancha cuenta con cuatro Denominaciones de Origen oleícolas: Campo de Calatrava; Campo de Montiel; Alcarria y Montes de Toledo.

Fuente: [Agroclm](#)

El oleoturismo en Italia, un punto de inflexión con más de 300 experiencias

El sector del **oleoturismo** en Italia está experimentando un punto de inflexión significativo con el lanzamiento de un think tank dedicado a promover esta forma de turismo gastronómico. Este esfuerzo conjunto entre las asociaciones **Città dell'Olio** y **Unaprol-Coldiretti**, junto con la colaboración de la profesora universitaria Roberta Garibaldi, ha culminado en la creación de un informe anual y el lanzamiento de un portal web dedicado exclusivamente al oleoturismo.

Turismo dell'olio

El informe anual sobre oleoturismo, presentado en el marco del concurso nacional Ercole Olivario, proporciona datos valiosos sobre el atractivo del sector y las mejores prácticas identificadas entre las empresas italianas que han incursionado en el turismo relacionado con el aceite de oliva virgen extra (AEVO). Además, el nuevo portal web ofrece más de 300 experiencias seleccionadas, con la posibilidad de adquirir paquetes turísticos de empresas destacadas en este ámbito.

Los datos del informe revelan un fuerte interés por parte de los turistas en participar en experiencias relacionadas con el aceite de oliva virgen extra, desde visitas a almazaras hasta cenas entre olivares.



Sin embargo, también señalan que existe un amplio margen de crecimiento para este tipo de turismo, especialmente entre los segmentos más jóvenes de la población.

Roberta Garibaldi, autora del informe, destaca la importancia de diversificar la oferta turística y promover experiencias enogastronómicas centradas en el aceite de oliva virgen extra. Por su parte, Michele Sonnessa, presidente de Città dell'Olio, subraya el potencial del oleoturismo para revitalizar comunidades y preservar el patrimonio histórico y cultural de Italia.

Nicola Di Noia, director de Unaprol y administrador único de la Fundación Evooschool, destaca la necesidad de formar nuevos profesionales en el sector del oleoturismo para aprovechar al máximo estas oportunidades de crecimiento.

Sin duda alguna, el informe anual y el lanzamiento del portal web marcan un hito importante en el desarrollo del oleoturismo en Italia, ofreciendo a los turistas una amplia gama de experiencias relacionadas con el aceite de oliva virgen extra y promoviendo la sostenibilidad, la cultura y el patrimonio del país.

Fuente: [Oleorevista](#)

El país que ha convertido el aceite de oliva en su petróleo para independizarse del FMI

A falta de pan, buenas son tortas, dice el refranero español. Pese a tener frontera con Libia (gran productor de petróleo) y Argelia (gran productor de gas), Túnez no ha sido bendecido con grandes cantidades de hidrocarburos bajo su suelo. Sin embargo, la economía de este país ha encontrado un sustituto que no tiene el mismo margen ni capacidad para generar ingresos, pero que está siendo suficiente para reducir el fuerte desequilibrio de su balanza comercial: el aceite de oliva.

Túnez es uno de los mayores productores del mundo de aceite de oliva. Aunque su producción no llega a hacer sombra a la de España, su impacto en la economía es mayor por dos factores clave: la producción per cápita de aceite en Túnez es mayor (solo tiene 12 millones de habitantes y produce unas 200.000 toneladas anuales, frente a los 46 millones de habitantes de España y 750.000 toneladas) y la renta de los tunecinos es muy inferior a la de España. De este modo, mientras que las exportaciones de aceite de oliva en España son casi imperceptibles en la balanza comercial española, en la de Túnez tienen un impacto más que notable que está ayudando al país africano a reducir su déficit comercial.



Tras registrar un amplio déficit en cuenta corriente, equivalente al 8,6% del PIB en 2022, en 2023 se ha producido una mejora importante que dejará este déficit en alrededor del 2,6% del PIB el año pasado (la previsión del FMI era que se quedara todavía por encima del 5%), lo que permitió a Túnez presentar un panorama externo sólido a pesar de que el apoyo del FMI no llegó nunca a materializarse.

Los inversores vuelven a mirar a Túnez

Sin embargo, la reducción del déficit por cuenta corriente ha permitido a Túnez ganarse la confianza de inversores privados que han financiado ese déficit, logrando un incremento de las reservas oficiales, que aumentaron en 1.200 millones de dólares, gracias a la ayuda de varios acuerdos bilaterales y multilaterales con otros países, según explican desde JP Morgan.

¿Cómo ha conseguido Túnez este milagro? Por un lado, está el fuerte superávit de los servicios gracias a los ingresos por turismo, que alcanzaron los 2.300 millones de dólares en 2023, un aumento de casi 1.000 millones de dólares en comparación con 2022. Esto fue posible gracias a un fuerte retorno de turistas de las vecinas Libia y Argelia y de los países occidentales.

Túnez está a punto de cerrar su déficit por cuenta corriente

Sin embargo, los expertos de JP Morgan explican que con diferencia, el mayor cambio entre 2022 y 2023 se produjo en la balanza comercial, donde el déficit comercial de bienes se redujo en más de 2.600 millones de dólares (5,4% del PIB). Esto se logró gracias a un gran repunte de las exportaciones (+8%), mientras que las importaciones disminuyeron un 5%. Una oscilación positiva de los términos de intercambio, un apoyo externo y una débil demanda interna desempeñaron un papel clave, y es probable que algunos de estos factores se mantengan en 2024.

Petróleo y aceite de oliva

¿Cuál ha sido la clave de esta reducción? Los economistas de JP Morgan lo explican con un juego de palabras que solo tiene sentido en inglés, que vamos a intentar explicar: "El petróleo (oil en inglés) baja, el aceite de oliva (olive oil) sube", se titula el epígrafe donde se expone el principal factor que ha permitido este milagro comercial.

"Para comprender mejor cómo la balanza comercial mejoró tan considerablemente y qué significa esto para las perspectivas, analizamos de cerca los componentes. Por un lado, el deterioro en 2022 se debió en gran medida a las elevadas importaciones de hidrocarburos y alimentos impulsadas por los altos precios internacionales. En el mismo sentido, la mejora de la balanza comercial de 2.600 millones de dólares en 2023 se debió en gran medida a una reversión de esta dinámica junto con una mejora de las exportaciones", apostillan los economistas de JP Morgan.

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



Para explicar el crecimiento de las exportaciones de bienes cabe destacar que hubo "una ayuda sustancial de las exportaciones de artículos eléctricos y del aceite de oliva... el aumento notable en el precio del aceite de oliva significó que las exportaciones aumentaron en más de 400 millones de dólares (+50%), a pesar de que la producción fue menor en el año", comentan desde JP Morgan. Arabia Saudí, España o EEUU son los grandes compradores del aceite de oliva de Túnez.

Túnez no quiere depender del FMI

Ahora, con esta mejor, Túnez ha ganado algo de margen sin necesidad de apresurar las reformas que le exige el Fondo Monetario Internacional para recibir un préstamo de 1.900 millones de dólares. Según revelaron a finales del año pasado fuentes de Reuters, el Gobierno de Túnez se niega a implementar las duras reformas que pide el FMI, lo que está retrasando la llegada de este préstamo.

El retraso de más un año para entregar el préstamo es de récord, según datos públicos sobre más de 80 casos recopilados por Reuters. Por ejemplo, los préstamos del FMI a otros países tardan de media 55 días. "La falta de voluntad política en el gobierno de Túnez para abordar una larga lista de reformas necesarias es el principal obstáculo", aseguraba a Reuters James Swanston, economista senior de Capital Economics en Londres.

Si el precio del aceite de oliva sigue en niveles relativamente elevados, Túnez podría seguir sorteando esa bala de las reformas. A pesar de que se está produciendo una recuperación parcial en los dos principales productores de aceite de oliva del mundo (España e Italia), parece probable que los niveles se mantendrán por debajo de los de la temporada 2021/22. Además, las malas cosechas en el tercer (Turquía) y el quinto (Grecia) mayores productores probablemente dejarán la producción mundial general por debajo de la ya mala temporada 2022/23.

Con todo, "se espera que Túnez recupere parte de su producción perdida, por lo que su participación global debería aumentar alrededor del 8%. Esta dinámica debería traducirse en otro año fuerte en términos de ingresos del aceite de oliva. Los precios internacionales se encuentran actualmente en máximos históricos y es poco probable que bajen significativamente hasta el verano, cuando comenzarán a formarse indicios de la cosecha de la próxima temporada", sentencian los expertos de JP Morgan.

Fuente: [El Economista](#)

