

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

12 de abril de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



El enlace de la campaña oleícola será «muy corto» y a duras penas alcanzará las 200.000 toneladas.

Córdoba ha vendido a estas alturas más de la mitad de su cosecha de aceite de oliva.

Más de 60 profesionales del sector turístico y de almazaras se han dado cita en el Encuentro B2B Oleoturismo del Cortijo El Madroño.

El organismo de control del consumidor de Alemania advierte que la calidad del aceite de oliva está cayendo.

Turquía puede ser un buen país exportador de aceites de oliva a España, con los acuerdos oportunos.



El enlace de la campaña oleícola será «muy corto» y a duras penas alcanzará las 200.000 toneladas

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos de mercado del sector del aceite de oliva correspondientes al mes de marzo, donde destacan unas salidas de 69.292 toneladas, a las que hay que sumar unas 15.000 de importaciones.

«Teniendo en cuenta que nos encontramos a mitad de la campaña de comercialización, y si continúa este ritmo de salidas de 79.000 toneladas y de 15.000 de importaciones de media, nos encontraríamos al final de campaña con un enlace entre las 170.000 y las 200.000 toneladas, siendo un enlace muy corto en comparación a otros años», ha explicado el gerente y portavoz de Asaja Jaén, Luis Carlos Valero.

Con respecto a la producción en marzo, ha sido de 14.281 toneladas, lo que hace un acumulado de 846.178, con lo que se cumple el aforo nacional, y en el caso de la provincia de Jaén queda muy cerca, con 205.332 toneladas frente a las 215.000 inicialmente previstas.

Existencias actuales

En el caso de las existencias, en la actualidad contamos con 658.796 toneladas, de las que 184.382 están en envasadoras; 470.913 en almazaras y 3.501 en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Por otra parte, desde UPA Andalucía aseguran que «no hay razones lógicas ni objetivas para la bajada del precio en origen del aceite de oliva», más después de conocer el magnífico dato de comercialización, un nuevo mes, con otras 91.000 toneladas (incluyendo importaciones) vendidas en marzo. Una cifra que demuestra la fortaleza del aceite de oliva.

Fuente: [Sevilla ABC](#)



Córdoba ha vendido a estas alturas más de la mitad de su cosecha de aceite de oliva

Las almazaras y envasadoras de la provincia de Córdoba han vendido a estas alturas del año más de la mitad de la cosecha de aceite de oliva que se ha producido, según los datos difundidos por el Ministerio de Agricultura en el avance sobre el estado actual del sector, a fecha de 31 de marzo. El ritmo de venta de aceite de oliva, especialmente las exportaciones, sigue gozando de buena salud a pesar de los altos precios que se pagan en origen y de que se ha tratado de una de las campañas más cortas de los últimos años. De hecho, con el ritmo actual de venta, quedarían existencias para algo más de seis meses. Es decir, se llegaría con los almacenes prácticamente vacíos al inicio de la próxima campaña, algo inaudito.

Según los datos del Ministerio, las 189 almazaras de la provincia de Córdoba han producido 150.084 toneladas de aceite de oliva durante esta campaña. El enlace con la campaña anterior era de 16.748 toneladas de aceite, uno de los más cortos de los últimos años. Desde octubre y hasta el 31 de marzo se han vendido 83.056 toneladas de aceite de oliva producido en la provincia cordobesa. Contando con la llegada de otras 6.500 toneladas más (principalmente importadas desde otros países productores), en Córdoba quedan 90.261 toneladas aún. Pero al ritmo de salidas actual, ese producto estará vendido en poco más de seis meses.

Cada campaña, las almazaras dejan una cierta cantidad de aceite como enlace. Lo hacen con la imprevisión agrícola de que nunca se sabe cuándo empezará la recogida de la aceituna, que depende de si las lluvias de otoño se adelantan o no, de si las temperaturas son más altas o más bajas. El objetivo es disponer de un margen para seguir vendiendo. Pero el enlace cada vez es más corto, especialmente tras dos años de una producción históricamente corta. Una provincia como Córdoba suele producir una media de 300.000 toneladas cada año y no la mitad como ocurrió el año pasado y como ha pasado en este ejercicio.

Los datos son muy similares con lo que está ocurriendo en el resto de Andalucía y también en España. En Andalucía se han producido 574.000 toneladas y se han vendido ya 311.000. En las almazaras quedan 354.000 toneladas. La situación es algo más preocupante a nivel nacional. En esta campaña se han producido en España 846.000 toneladas (la media es un millón y medio en años normales) y se han vendido ya 477.500. Ahora mismo, en los almacenes quedan 470.000 toneladas, un margen muy estrecho. Cada mes, en España se vende una media de 91.000 toneladas de aceite.



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

5 AÑOS DE GARANTÍA

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

Kubota

For Earth, For Life
Kubota

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



Es decir, quedaría producto para atender a los mercados durante cinco meses más según el ritmo actual de salidas. En este caso, los almacenes se vaciarían para final del verano.

UPA dice que no hay una “explicación lógica” al descenso de los precios

“No hay razones lógicas ni objetivas para la bajada del precio en origen del aceite de oliva”. Es la conclusión a la que ha llegado UPA después de conocer el magnífico dato de comercialización, un nuevo mes, con otras 91.000 toneladas (incluyendo importaciones) vendidas en marzo. Una cifra que demuestra la fortaleza del aceite de oliva y la ilógica y acusada caída de precios en origen sufrido en las últimas semanas. Marzo cierra con una producción acumulada de 846.178 toneladas a nivel nacional, de las que 574.075 son de Andalucía; y unas existencias de 659.285 toneladas.

Ante este escenario, el secretario general de UPA Andalucía y responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA, Cristóbal Cano, analiza la situación. “A la luz de los magníficos datos de marzo, no es lógico ni razonable la acusada disminución de los precios en origen del aceite de oliva, motivado sobre todo por un cambio de ánimo en el sector olivarero. El consumo se mantiene firme. Eso es lo que nos dicen las ventas de otras 91.000 toneladas más de aceite justo a la mitad de la campaña de comercialización. Por eso debemos ser consecuentes con los datos, que nos muestran que tenemos una baja disponibilidad de aceite, que las lluvias registradas han sido buenas pero no nos aclaran el futuro porque, en el mejor de los escenarios, nos encaminamos a una cosecha media. Y si la demanda se mantiene fuerte como hasta ahora nos podremos encontrar con tensiones en los mercados debido a la poca disponibilidad de aceite en España y el resto del mundo, y al inesperado cambio en los precios”, afirma.

Cristóbal Cano confía en que las lluvias continúen en la primavera, aunque para este mes de abril, a medio plazo, no se atisban precipitaciones, y, sobre todo, que las elevadas temperaturas no causen daño en la floración como ocurriera el año pasado. “Según vayan pasando los meses, antes o después, ese nivel de comercialización será necesariamente menor porque hay poco aceite y podría darse un escenario de desajustes en los mercados que no son buenos para nadie. Por todo lo expuesto, la situación de precios en origen para los próximos meses debe pasar por una reversión de esta ilógica bajada actual y volver a la estabilidad que teníamos, pues sobran los motivos para ello”, concluye el secretario general de UPA Andalucía.

Fuente: [Cordópolis](#)

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



Más de 60 profesionales del sector turístico y de almazaras se han dado cita en el Encuentro B2B Oleoturismo del Cortijo El Madroño

Más de 60 profesionales del sector turístico, así como responsables de almazaras y de otras empresas vinculadas al sector oleícola han participado en el I Encuentro B2B Oleoturismo, que se ha celebrado en el Cortijo El Madroño de Martos, una iniciativa que tenía como fin debatir sobre las ventajas que ofrece el oleoturismo, intercambiar experiencias y establecer nuevos nexos de unión para el impulso y promoción de este producto turístico. Encuentro al que han asistido las autoridades, entre ellas el alcalde Martos, Emilio Torres; el diputado provincial de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, y el diputado de Turismo, José Ayala.

Un foro que ha contado con la mesa redonda sobre turismo gastronómico: enoturismo, turismo agrícola y oleoturismo, moderada por Ana Belén Molina, la presidenta de la Asociación Empresarial Marteña (ASEM), a la que han seguido sesiones de encuentros B2B y la ponencia final de la escritora y psiquiatra Marián Rojas Estapé.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

El organismo de control del consumidor de Alemania advierte que la calidad del aceite de oliva está cayendo

Los resultados de las pruebas aleatorias realizadas por el organismo nacional de vigilancia del consumidor de Alemania han generado dudas sobre la calidad del aceite de oliva virgen extra que se envía a la economía más grande de Europa.

Stiftung Warentest recopiló 19 marcas etiquetadas como aceite de oliva virgen extra de los principales minoristas y las sometió a pruebas fisicoquímicas y organolépticas.



El organismo de control descubrió que seis muestras no cumplían con los estándares para ser etiquetadas como virgen extra, presentando una media de defectos superior a cero.

"Esos aceites de oliva no deberían haberse vendido como virgen extra", escribieron los evaluadores en sus conclusiones, publicadas por Der Spiegel. "Las notas rancias se deben al contacto con el oxígeno y, en algunos casos, a materias primas dañadas, como aceitunas dañadas".

Otras 11 muestras presentaban propiedades fisicoquímicas y organolépticas apenas por encima del umbral que separa el aceite de oliva virgen del virgen extra. Sólo dos muestras estaban dentro de los parámetros que definen el aceite de oliva virgen extra.

"Estos resultados no son sorprendentes y se ajustan a mis expectativas", afirmó Korbinian Ehrenberger, propietario de Protos Mediterrane Spezialitäten, un importador de alimentos en Oberpfammern, cerca de Múnich.

Entre los productos analizados se encontraban marcas conocidas exportadas a nivel mundial y botellas de marcas privadas de Lidl, Aldi, Rewe y Edeka. Tras la prueba, Edeka y Kaufland, dos grandes cadenas minoristas, retiraron del mercado varios de los productos.

Comparando los resultados con las pruebas de calidad realizadas en años anteriores, Stiftung Warentes afirmó que la calidad del aceite de oliva ha empeorado mientras que los precios minoristas se han disparado. Los evaluadores creen que el cambio climático es el principal culpable del descenso.

Alemania es el tercer mayor importador de aceite de oliva de Europa y el quinto a nivel mundial después de Brasil, Italia, España y Estados Unidos.

"Creo que en los últimos años ha sido bastante visible que la calidad se ve afectada por factores externos, como el cambio climático", afirmó Ehrenberger.

"Con el tiempo, hemos observado una disminución gradual de la calidad; por ejemplo, los niveles de acidez libre en el aceite de oliva han ido aumentando, aunque se mantienen dentro de los umbrales requeridos para clasificarlo como virgen extra", añadió.



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

Las normas comerciales del COI, adoptadas y reconocidas por la normativa de la Unión Europea, definen el aceite de oliva virgen extra como aquel que tiene un contenido de ácidos grasos libres expresado como ácido oleico inferior a 0,8 gramos por 100 gramos y una mediana de cero defectos.

Según Stiftung Warentest, las malas cosechas consecutivas en España y en otros lugares de la cuenca mediterránea dieron lugar a aumentos significativos de los precios de todos los grados de aceite de oliva, pero también redujeron la diferencia de precios entre el grado más bajo, el lampante y el virgen extra .

"Es importante entender que cuanto más aceite de oliva necesitemos, menos atención se prestará a la calidad, ya que no hay posibilidad de producir la cantidad adecuada, con la calidad requerida y en la cantidad requerida", dijo Ehrenberger.

"Cuando España se enfrenta a retos, toda la industria siente el impacto, especialmente en términos de calidad", añadió. " Esto se debe a que los productores españoles, sujetos a contratos de entrega que especifican cantidades precisas con los importadores alemanes, se encuentran en una situación difícil".

Ehrenberger dijo que los productores a menudo compran aceite de oliva de terceros para cumplir con los requisitos del contrato y es posible que no prueben exhaustivamente la calidad.

Los precios altos también pueden afectar la calidad de las marcas privadas, que son muy sensibles al precio." Para satisfacer la demanda, compran el producto de múltiples fuentes, siendo el precio la principal prioridad, no la calidad", dijo Ehrenberger.

Sin embargo, Ehrenberger y Stiftung Warentest señalaron las limitaciones del muestreo, que fue de escala relativamente pequeña y se centró en marcas privadas procedentes de España y Grecia.

"No son muchos; la encuesta no es muy grande", dijo Ehrenberger. "Además, solo estamos hablando del aceite de oliva virgen extra que se vende en los grandes supermercados".

"Los productos de alta calidad no están presentes en esos estantes", añadió. "El aceite de oliva que importamos, por ejemplo, no está a la venta en esos grandes minoristas".



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



Como muchos otros vendedores boutique en Alemania, Ehrenberger compra pequeñas cantidades directamente a agricultores y molineros. Sin embargo, la mayoría de los consumidores alemanes todavía compran aceite de oliva en los grandes minoristas.

“En términos generales, como país no tenemos un mecanismo de control de calidad suficiente”, afirmó Ehrenberger.

Añadió que su tienda solicita a los productores un análisis certificado de cada lote de aceite enviado y prueba los aceites de forma independiente.

"Al permanecer en contacto con nuestros productores durante toda la temporada, somos conscientes de lo que sucede", afirma Ehrenberger. "Por ejemplo, tenemos un productor griego que lucha con el rendimiento. Como la calidad es lo primero, nuestro socio nos dice ahora que los volúmenes no cumplirán las expectativas".

Si bien el consumo de aceite de oliva en Alemania sigue aumentando, Ehrenberger afirmó que la educación sobre la calidad aún está en su infancia.

"No espero una gran reacción ante la prueba", afirmó. "La razón es que los aceites de oliva que se probaron son productos baratos en el extremo inferior del rango de precios. Los consumidores que compran este tipo de productos probablemente estén más preocupados por el precio que por la calidad. O bien, no son conscientes de cómo se relaciona la calidad con el precio".

"Estos informes ejercen una presión considerable sobre los productores, especialmente cuando los grandes minoristas de descuento retiran productos debido a una calidad inadecuada", añadió Ehrenberger. "Este escenario exige un cambio significativo en la forma en que las comunidades, instituciones y productores cultivan y procesan el aceite de oliva".

Fuente: [Olive Oil Times](#)



Turquía puede ser un buen país exportador de aceites de oliva a España, con los acuerdos oportunos

Birsen Can Pehlivan, Experta oleícola turca.

Birsen Can Pehlivan es una experta turca en aceite de oliva que trabaja como jefa del laboratorio físico químico y sensorial de la más importante empresa exportadora de aceite de Turquía. Un mercado clave en esta campaña oleícola a nivel mundial gracias a una cosecha récord que contrasta con el resto de grandes países productores. Can Pehlivan es también directora del Anatolian IOOC, el concurso más importante se celebra en Turquía, que en 2023 celebró su tercera edición.

Tras importantes inversiones y mejora de la calidad y aumento del envasado de sus aceites, ¿qué grandes retos tiene pendientes el sector oleícola en Turquía?

Con el incremento de la concienciación sobre los efectos saludables del aceite de oliva en todo el mundo y el aumento de la calidad de los aceites producidos en todos los países productores, los elaboradores de aceite de oliva turcos no han querido quedarse atrás y han invertido mucho en cumplir con estos requisitos.

La diferencia entre el aceite de oliva virgen extra y otros aceites de oliva son los componentes fenólicos y sus cantidades. Los productores turcos de aceite de oliva gourmet quieren producir aceites de alta calidad con estos componentes menores y mantener esta calidad, y esto conlleva un aumento de los costes que el fabricante turco se ha obligado a asumir para entrar en un mercado tan competitivo.

En países como España y Portugal, el peso del olivar superintensivo y en seto, e incluso intensivo con regadío, cada vez es mayor en relación a su producción. ¿En Turquía se ha aportado también por estos nuevos modelos o el olivar sigue siendo básicamente tradicional, familiar y minifundista?



En los últimos años, nuestros esfuerzos para aumentar el número de árboles han progresado bastante bien. El olivo es una parte de la naturaleza en Turquía. En su mayoría tenemos olivares tradicionales, los productores turcos sienten el olivo como una parte de sí mismos. Si bien nuestro olivar ha sido eminentemente tradicional hasta años recientes, durante los últimos 15 años, aunque no existe un programa gubernamental de plantación de olivos, sí que intentamos crear nuevas grandes extensiones de olivar cada año. Turquía es uno de los países mediterráneos más benignos para el cultivo del olivo, pero todavía no tenemos tantos olivos como merecemos. Teniendo en cuenta que el 3% de la población mundial puede consumir aceite de oliva y que todo el mundo debería consumir este magnífico producto, necesitamos olivares más grandes y producciones de mayor calidad.

En los últimos años, Túnez se ha convertido en un país que exporta de forma regular un importante volumen a España, gracias en parte a los acuerdos de aranceles con la UE. En el caso de Turquía, ¿España puede llegar a ser un buen cliente de los aceites turcos?

Sí, por supuesto que queremos exportar aceite de oliva a España. Sin embargo, la cuota aplicada por los países de la UE reduce la competitividad del aceite de oliva turco. Turquía puede y debe ser un buen país exportador para España, pero hacen falta los acuerdos oportunos.

Fuente: [Revista Almaceite](#)



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