

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

13 de marzo de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Documentación referente al sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa.

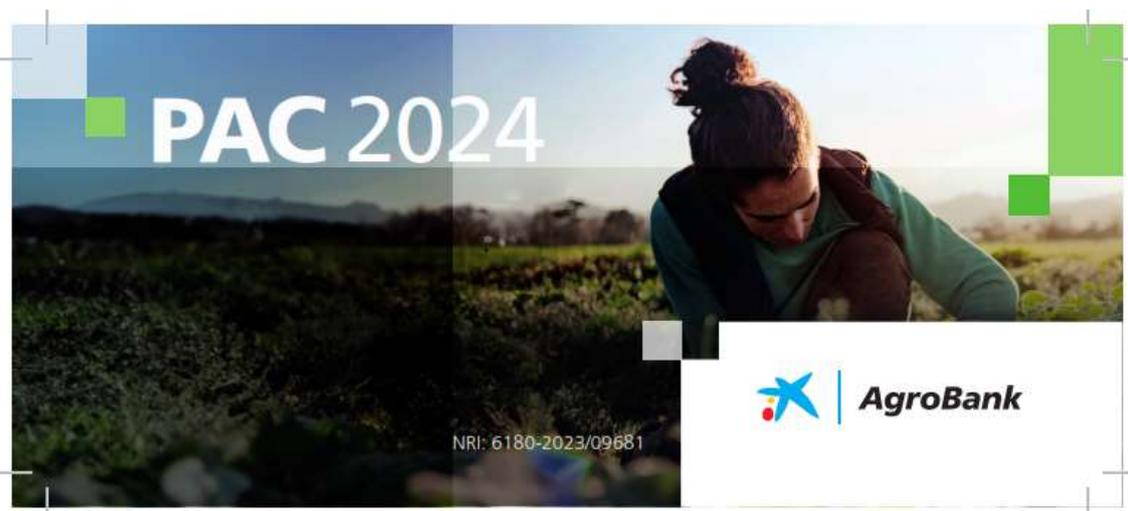
Siguen sin control las salidas de aceite de oliva, luces y sombras.

La provincia no alcanza la producción de aceite prevista en el aforo.

El rendimiento medio graso de esta campaña ha sido el peor de la historia en Jaén al situarse en mínimos históricos tras bajar por primera vez del 18% (17,78%).

OliveForum de FOSS: un punto de encuentro para el sector oleícola.

Andalucía TRADE impulsa el agro andaluz en el marco de Ahaar, la mayor feria del sector en India que visitan más de 100.000 profesionales.



Documentación referente al sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa

Se encuentra disponible documentación referente al sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa en la web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Podrán encontrar los documentos en los siguientes enlaces:

- Avance Mensual de Situación de Mercado del Sector del Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa (datos a 29 de febrero de 2024):

<https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/avances.aspx>

Fuente: MAPA

Siguen sin control las salidas de aceite de oliva, luces y sombras

Ya se conocen las primeras cifras acerca del comportamiento del mercado del aceite de oliva en el mes de febrero y el balance vuelve a poner sobre la mesa luces y sombras que sin duda nos va a generar una cierta tensión entre el conjunto de operadores.

Según los datos provisionales elaborados por la AICA y el Ministerio de Agricultura, al 29 de febrero se habían dado salida más de 76.000 toneladas de aceite de oliva, a las que habrá que incluir en torno a 14.000 ton de aceite de importación, en régimen de TPA, lo que de nuevo se traduce en un mercado muy dinámico que aguanta el tirón de los precios en origen y que supone una alegría para algunos, aunque también arroja sombras y dudas muy a tener en cuenta.

Una alegría pasajera si el análisis se hace con la mirada puesta en el enlace entre campañas al que nos tenemos que enfrentar el próximo mes de octubre.



Si hablamos del balance de la producción podemos afirmar que prácticamente la cosecha está finalizada con lo que el volumen a finales de febrero se situaba en las casi 830.000 ton, estimándose que en marzo la producción de aceite de oliva será marginal.

En este contexto, con una disponibilidad en España del orden de 712.000 toneladas de aceite de oliva, con unas importaciones estimadas de 14.000 ton al mes, nos encontraríamos con una disponibilidad total para los meses de marzo a septiembre de 810.000 + 10.000 ton de marzo, un volumen de 820.000 ton.

Si las salidas se mantienen en el entorno de las 95.000 ton en los próximos siete meses estamos hablando de un volumen de 665.000 ton, con lo que podríamos llegar al mes de octubre con unas existencias del orden de las 155.000 ton. Un volumen total prácticamente inimaginable en este mercado y que comprometería la estabilidad de los precios y del mercado

Principales datos de la campaña 2023/24

Producción acumulada Febrero – 829.515 ton

Producción Febrero – 54.215 ton

Existencias finales Totales – 712.372

Existencias Almazaras – 522.058

Existencias Patrimonio – 4.363 ton

Existencias Envasadores – 185.956 ton

Salidas en Febrero (sin importaciones) -- 76.272

Estimación de salidas con importaciones – 95.000 ton

Fuente: [Olimerca](#)

La provincia no alcanza la producción de aceite prevista en el aforo

La producción acumulada de aceite de oliva a nivel nacional es de 829.000 toneladas, mientras que en Jaén alcanza las 203.000, muy cerca de lo aforado



La Agencia de Información y Control Alimentarios ha hecho públicos los datos de mercado del sector del aceite de oliva del mes de febrero. Destaca que la producción fue de 53.445 toneladas y el acumulado en lo que va de campaña es de 829.516.

Con esta cifra se supera en casi 65.000 toneladas lo aforado inicialmente. En el caso de Jaén, también queda muy cerca, con una producción total de 203.102 toneladas frente a las 215.000 previstas inicialmente.

Con respecto a las ventas, son inferiores a las del mes anterior. Ascienden a 75.900 toneladas sin contar con las importaciones. Éstas se cifran en 14.000. Aun así, el dato es superior a la media de lo que va de campaña, que se calcula en 72.000 toneladas.

En total, las existencias de aceite son de 712.376 toneladas, de las cuales 522.058 se encuentran en almazaras; 185.956 en envasadoras y 4.362 en el Patrimonio Comunal Olivarero. Para hacerse una idea de la situación, marzo de 2023 comenzó con unas existencias totales de aceite de oliva de 796.827 toneladas, que se repararían en 462.550 en poder de las cooperativas y almazaras; 266.051 en manos de los envasadores y 10.208 toneladas en el Patrimonio Comunal Olivarero.

¿Qué pasa con los precios? Según los últimos datos del sistema Poolred a los que ha tenido acceso Asaja-Jaén, del 4 al 10 de marzo, el precio en origen del aceite de oliva virgen extra fue de 8,673 euros; el virgen de 8,180, y el lampante de 7,857.

El responsable de la Sectorial de Olivar y Aceite de UPA y secretario general de UPA Andalucía, Cristóbal Cano, confía en que las últimas lluvias que se han registrado entre el mes de febrero y los primeros días de marzo continúen de forma generalizada. No descarta que pueda darse un escenario de "tremenda escasez" en la disponibilidad de aceite de oliva en los mercados.

El sector necesita una primavera buena de lluvias y que las temperaturas respeten y no ocurra como el año pasado, cuando la floración se quemó por el anómalo y elevado calor que sufrimos y la debilidad que tenía el olivar. Augura que la situación de precios en origen para los próximos meses debe pasar por una estabilidad en los valores actuales.

Fuente: [La Contra de Jaén](#)



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

El rendimiento medio graso de esta campaña ha sido el peor de la historia en Jaén al situarse en mínimos históricos tras bajar por primera vez del 18% (17,78%)

El rendimiento medio graso del aceite de oliva (el aceite que lleva la aceituna) es el peor de la historia al alcanzar un acumulado en los cinco primeros meses de esta campaña oleícola 2023-2024 en la provincia de Jaén de tan sólo el 17,78 por ciento. De esta manera se ha batido el récord de la serie histórica al bajar por primera vez del 18 por ciento frente al de la campaña 2020-2021, en la que se obtuvo un 18,93%, la única vez que bajó hasta entonces del 19 por ciento, por lo que se sitúa en mínimos históricos en la provincia jiennense, el mayor territorio productor de aceites de oliva del mundo.

Según ha podido saber Oleum Xauen, el acumulado medio del 17,78% de la provincia de Jaén es superior al de Andalucía (17,21%) entre octubre y febrero. En el pasado mes febrero el rendimiento medio en Jaén fue del 20,45 por ciento y del 19,15 en Andalucía, mientras que en enero alcanzó el 19,28 por ciento y del 19,15% de promedio alcanzado en la comunidad andaluza. Estos bajísimos rendimientos son producto de las adversas condiciones climatológicas, que dieron como resultado un rendimiento medio en octubre del 12,47 por ciento en la provincia de Jaén frente al 15,04 conseguido en Andalucía, mientras que en noviembre fue del 15,43 por ciento en el territorio jiennense y el 15,58 en el andaluz, y en diciembre el rendimiento medio en Jaén fue del 17,69 y en Andalucía del 17,32.

Dicho indicador del rendimiento medio sólo ha bajado del veinte por ciento en cinco campañas en la provincia de Jaén, a la que se suma la actual. Entre ellas, la pasada, en la que se consiguió un 19,64 por ciento; la 1987-1988, con un 19,93%; la 1992-1993, con un 19,98; la 1997-1998, con un 19,93, además de la mencionada 2020-2021, con un 18,93 por ciento. Cifras que contrastan con las de la campaña 2005-2006, en la que se consiguió el récord de rendimiento, con un 25,24 por ciento; y de la 2001-2002, con un 23,61 por ciento. A este respecto es preciso remarcar que el rendimiento medio graso del último decenio fue del 21,15 por ciento; de un 20,55 en el último quinquenio y del 19,81 en el último trienio en la provincia de Jaén.



El dato del rendimiento medio graso tiene una incidencia directa sobre la producción final de aceite de oliva. A más rendimiento de la aceituna, mayor cantidad de aceite de oliva. De ahí que factores meteorológicos relacionados con el cambio climático, como la prolongada falta de lluvias y las reiteradas olas de calor, hayan tenido una influencia negativa en el cuajado y en el desarrollo del fruto por el estrés hídrico del olivar.

Conviene puntualizar que el avance de cosecha de la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía sólo afora aceituna y realiza una estimación del rendimiento medio graso atendiendo a los datos de las diez últimas campañas, de las que se excluye la mayor y la peor en términos productivos en cuanto a la previsión de dicho rendimiento. Y además tiene un margen de error del más/menos del diez por ciento, unas cifras que se cumplen para la aceituna aforada y para el aceite estimado.

Fuente: [Oleun Xauen](#)

OliveForum de FOSS: un punto de encuentro para el sector oleícola

El Instituto de la Grasa en Sevilla acogerá el próximo 11 de abril el OliveForum de FOSS, donde se analizarán los principales retos del sector oleícola de la mano de los grandes protagonistas.

Según ha destacado [FOSS](#), el sector del aceite de oliva se enfrenta a grandes desafíos que hacen tambalear su futuro: desde aspectos climáticos impredecibles hasta modificaciones en los hábitos del consumidor. A su juicio, disponer del conocimiento y de las herramientas correctas que permitan adaptarse de forma eficiente a estas cuestiones, se convierte en algo indispensable para garantizar la supervivencia del sector.

En este [punto de encuentro](#) para la comunidad olivarera se reunirá a destacados expertos y profesionales del sector con el objetivo de abordar estos retos y oportunidades.

La jornada organizada por FOSS contará con una agenda dividida en grandes bloques. En concreto, el catedrático de Hidráulica y Riegos de la Universidad de Córdoba (UCO) Emilio Camacho Poyato ofrecerá una perspectiva enriquecedora sobre la evolución climatológica y su impacto en la olivicultura.

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



Por su parte, Alfonso Montaña, responsable de Proyectos Elaiotécnicos en CTAEX; y Juan Vilar, consultor estratégico internacional, explorarán los modos de paliar los efectos climáticos en la calidad de los aceites de oliva.

Durante la primera mesa redonda, destacados expertos, entre ellos José Eugenio Gutiérrez (Olivares Vivos), Cristóbal Sánchez Ramírez (Agromillora), Manuel López (AGR-DePrado), Gabriel Beltrán (IFAPA) y Javier Hidalgo (IFAPA), debatirán sobre la sostenibilidad y los desafíos que se presentan en la competitividad futura del sector.

Asimismo, Antonio Roldán y Luis Manuel Barrera, especialistas de Negocio de Aceituna en FOSS, proporcionarán un análisis detallado de los resultados y tendencias obtenidos durante la campaña 2023/24.

Desde el Instituto de la Grasa, Fernando Martínez y Aránzazu García compartirán su conocimiento sobre los aceites verdes y la importancia de los biofenoles en su perfil de cata.

Para finalizar, la segunda mesa redonda abordará el impacto de las cotizaciones en el consumo futuro de aceites de oliva de la mano de algunos de los líderes de la industria, como Pedro Barato (Asaja), Antonio Luque (Dcoop), Antonio Gallego (Migasa), Gabriel Estévez (Sovena), Gonzalo Guillén (Acesur, Álvaro Olavarría (Oleoestepa) y Cristóbal Gallego (Jaencoop).

Tras el evento los asistentes podrán disfrutar de un agradable pica pica acompañado de un exquisito vino español, proporcionando un espacio adicional para la interacción y el networking.

La participación en esta jornada es gratuita, pero se requiere inscripción previa. Los interesados pueden registrarse en https://www.fossanalytics.com/es-es/LandingPages/F-IBE/Events/Olive-Forum?utm_source=np&utm_medium=np&utm_campaign=2024-fibe-oliveforum.

Fuente: [Mercacei](#)

Andalucía TRADE impulsa el agro andaluz en el marco de Ahaar, la mayor feria del sector en India que visitan más de 100.000 profesionales

La agencia pública organiza un encuentro comercial, con 50 reuniones de negocios en las ciudades de Mumbai y Delhi



Andalucía lidera las ventas de alimentos y bebidas de España a India, con la mitad de la factura y un crecimiento del 16% interanual en 2023

Andalucía TRADE ha impulsado el sector agroalimentario andaluz en India con una misión comercial organizada para firmas de Sevilla, Jaén y Almería que ha concluido con la visita a la feria Aahar International Food and Hospitality en Nueva Delhi, el mayor certamen del sector en India que recibe a más de 100.000 profesionales. El encuentro empresarial andaluz, que ha tenido lugar del 5 al 8 de marzo, se ha cerrado con la celebración de medio centenar reuniones de alto nivel en diferentes puntos de venta de compradores y distribuidores de Mumbai y Delhi.

Esta acción comercial tiene como objetivo introducir los productos de la cesta agroalimentaria andaluza en India, donde Andalucía se erigió como líder de ventas nacionales en el sector, con el 49% de la factura de España, 39 millones de euros, y un crecimiento del 16% interanual en 2023. El objetivo de Andalucía TRADE con esta actividad es diversificar las ventas del agroalimentario andaluz más allá de sus mercados tradicionales y hacia un destino de interés, ya que India es el país más poblado del mundo, con 1.429 millones de consumidores potenciales, superando a China.

Según los datos de la agencia pública andaluza, India, además, cuenta con una posición geográfica estratégica, y actúa como puerta de entrada hacia el continente asiático y como puente entre las potentes economías del Golfo Pérsico y el resto de los países del área de Asia Pacífico, un dato a tener cuenta dado que el área de influencia de India abarca prácticamente a dos tercios de la población mundial.

En ese sentido, cabe destacar que el consumidor indio aprecia cada vez más la calidad de los productos andaluces debido a un notorio cambio en sus hábitos alimenticios y al aumento del poder adquisitivo de una gran parte de la población.

Las empresas andaluzas participantes en el encuentro han sido Luxeapers (Almería), Migasa (Sevilla), Aceites del Sur (Jaén). La organización de esta acción por parte de Andalucía TRADE será cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea a través del P.O. FEDER de Andalucía 2021-2027, dotado con una contribución comunitaria del 80%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta acción.

AGENDA EMPRESARIAL

La Consejería de Economía y Fondos Europeos, a través de Andalucía TRADE, ha programado esta misión comercial donde las firmas han podido explorar las múltiples posibilidades comerciales que ofrece el mercado mediante reuniones individuales con importadores (canales retail, horeca e



industria) y la visita a diferentes puntos de venta, en las ciudades de Mumbai y Delhi. Finalmente, la delegación andaluza visitó la feria Aahar que se centra en alimentación, equipamiento para hostelería, así como a otros sectores afines a la industria agroalimentaria.

La agenda programada por Andalucía TRADE para desarrollar nuevas redes de contactos comerciales y estudiar futuras sinergias de negocio entre las firmas andaluzas y los prescriptores asiáticos más gourmet, se desarrolló los días 5 y 6 de marzo, con la celebración de múltiples reuniones con importadores indios en la ciudad de Mumbai. Asimismo, los días 7 y 8 de marzo, se llevaron a cabo las entrevistas de negocio con los prescriptores en Delhi y la visita posterior a la feria Ahaar.

La 38ª edición de Ahaar, que se ha celebrado del 7 al 11 de marzo, en el recinto ferial Pragati Maidan de Nueva Delhi, cuenta con un gran reconocimiento internacional y atrae, cada año, a los principales agentes del sector como productores, proveedores de maquinaria para hostelería y el canal de distribución, etc. La muestra recibe alrededor de 100.000 profesionales en cada edición y ha registrado más de 1.600 expositores, con la participación también de agentes internacionales procedentes de otros países como Austria, Bielorrusia, Canadá, Estonia, Francia, Italia, Perú, Emiratos Árabes, etc.

INDIA, UN MERCADO DE OPORTUNIDAD PARA EL AGRO ANDALUZ

Los informes de Andalucía TRADE indican que India se perfila como un destino de oportunidad donde hay mucho margen de crecimiento porque es considerando una de las diez economías más importantes del mundo ocupando el quinto puesto tras superar a Reino Unido. En particular, el sector de la alimentación en India está creciendo también con rapidez y se estima que en los próximos años supere al mercado chino, con una previsión de un incremento anual del sector de entorno al 7% hasta 2027.

De este modo, la agencia mantiene su objetivo de potenciar en los mercados internacionales a uno de los sectores más estratégicos para la comunidad andaluza, el agroalimentario, diversificando las ventas hacia un continente como el asiático, donde se han registrado en 2023 un total de 863 millones de euros en exportaciones de alimentos y bebidas.

ANDALUCÍA, LÍDER DE VENTAS AGRO Y RÉCORD EN INDIA

India, en particular, se erige como el séptimo mercado asiático de ventas del agro andaluz en 2023, con una factura récord que suma 39 millones de euros y un avance del 16%, donde también es la



comunidad líder, ya que concentra casi la mitad de las ventas nacionales (49%). Las exportaciones son lideradas por las ventas récord del aceite de oliva, con una factura de 34 millones, gracias a un crecimiento del 30%; que suponen el 87% del total de las ventas del sector a India. En segundo lugar están las preparaciones de hortalizas (2,7 millones) seguidas de las preparaciones alimenticias diversas (1,4 millones).

Córdoba es la responsable del 62% del total de las ventas del sector a India, con 24,2 millones de euros, y también es la que más crece de Andalucía, con un ascenso del 47%. Le sigue Sevilla, con 9,3 millones, el 23,7% del total; Jaén es la tercera, con 2,8 millones, y el 7,2% de la factura; y Granada, la cuarta, con 1,7 millones y el 4,3%. Con ventas menores, se van incorporando el resto de las provincias, Huelva, con 403.000 euros; Málaga, con 396.000 euros; Almería, 278.000 euros y Cádiz, con 212.000 euros.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)



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.