

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

13 de diciembre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Los precios de los alimentos crecen menos del 10 % por primera vez desde marzo de 2022.

Caen un 34% las exportaciones españolas de aceite de oliva.

Tierras de Tavera, Chorro de Oro y Sierra de Génave, ganadores de los Premios Ardilla 2024.

El COI publica la lista de laboratorios de análisis sensorial reconocidos.

Nueva edición de Azeitech, el evento que reúne a la cadena olivícola de Brasil.

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

Los precios de los alimentos crecen menos del 10 % por primera vez desde marzo de 2022

La inflación se frena en octubre con el menor incremento del precio de los alimentos en 18 meses. Circana presenta su barómetro de consumo correspondiente al mes de octubre de 2023. Se trata del informe mensual que muestra la evolución de los principales indicadores del Gran Consumo en España.

El Índice de Precios al Consumo (IPC) se estabiliza en la tasa que marcó el mes pasado, +3,5%, y rompe con su aumento sostenido desde que tocase suelo en junio, gracias a un mejor comportamiento de los alimentos y las bajadas de los combustibles que han contenido las subidas de precios. El encarecimiento de los alimentos se modera, aunque sigue en un elevado 9,5%.

En octubre se registra un nuevo descenso en la confianza de los consumidores, con una bajada de 5,9 puntos respecto a septiembre, situándose en octubre en los 70,5 puntos. A pesar de que el indicador se encuentra todavía lejos de llegar a los 100 puntos, a partir de los que se considera que la percepción de los consumidores es positiva, supera los 54,7 puntos que marcaba hace un año.

Gran Consumo

Datos mensuales, en octubre continúa la tendencia registrada en los últimos meses: una demanda en volumen positiva y una ralentización del incremento de precios. A pesar de ello, el precio de la cesta de la compra es un +6,3 % más elevado, un alto incremento teniendo en cuenta que el año pasado ya se encareció en +13,1%. El consumo continúa la evolución positiva y este mes ve un incremento de un +3,2% frente al año pasado. El buen resultado registrado los últimos meses hace que la demanda se recupere y que el acumulado YTD y TAM muestren un resultado positivo de +0,9% y +0,7% respectivamente frente al año pasado.

Como ya empezó a mostrar septiembre, el buen resultado del mes de octubre hace que la demanda se recupere, que el acumulado móvil del año mejore sus cifras, +0,7% respecto del año pasado y que la evolución de estos primeros 10 meses sea positiva, +0,9%.

El departamento de Alimentación, que es el que representa un mayor porcentaje de gasto para las familias españolas, sigue registrando el mayor incremento en precios (+12%) y también la mayor



caída en consumo (-0,5%) respecto de 2022, aunque la situación sigue mejorando ligeramente respecto de los datos registrados el mes anterior.

El aceite de oliva continúa siendo el producto que más se encarece en el mes de octubre, +78,9% vs YA, provocando una caída de demanda del -59,7 % y el crecimiento de otros tipos de aceite como, por ejemplo, el aceite de girasol (+8,2% en volumen vs YA). Otros productos que siguen incrementando su precio con la leche no líquida (+40,2%) y verduras y hortalizas (19,3%).

A nivel YTD (enero-octubre), las top 5 familias en incremento de precio son: leche no líquida (+46,3%), aceite de oliva (+45,7%), azúcar (+42,2%), verduras y hortalizas congeladas (+23,0%) y arroces (+19,7%).

Al igual que en el mes anterior, solo verduras y hortalizas congeladas tienen una demanda positiva de +3,4 % por el mayor consumo de patatas congeladas (+11 %); el resto de Verduras aumenta un +0,7%.

En cuanto a los mayores incrementos en consumo, al comparar con la demanda en volumen del año anterior, Perfumería sigue siendo el departamento protagonista (+10,8 % en general). Viéndolo en detalle, destaca el incremento en cosmética facial (+16,9 %) y cosmética decorativa (+11,4 %), seguida de colonias y perfumes (+10,2 %). Fuera de esta área, sigue destacando el incremento de demanda en huevos (+12,3 %) y se suma el incremento de +46,4 % de horchatas y el +35,3% que registran los helados.

Por canales, el canal especialista de Perfumería e Higiene Moderna y el Súper Grande son los presentan mejor evolución en volumen con crecimientos positivos de +6,5 % y +3,0 % respectivamente. Por el contrario, los que peor comportamiento han tenido son los Híper y Súpers Pequeños con caídas de demanda del -4,2 % y -3,8 %.

Algunos de los productos que más han incrementado su volumen vs año anterior siguen asociados al buen tiempo, como las horchatas y helados, que aumentan su consumo en +46% y +29%. A pesar de tener los productos navideños ya desplegados en los lineales, todavía no se ha animado la compra, un -9 % respecto a octubre del año pasado.

Fuente: [Oleorevista](#)



Caen un 34% las exportaciones españolas de aceite de oliva

El Ministerio de Agricultura acaba de publicar el boletín de comercio exterior de aceite de oliva correspondiente a la campaña 2022/23, con datos de octubre de 2022 a septiembre de 2023, el que se muestra que las exportaciones se han visto reducidas tanto en volumen como en valor.

Tanto es así que, con un total de 719.808 toneladas exportadas, el volumen se ha visto reducido un 34% frente al mismo periodo de la campaña anterior, cuando se exportaron 1.089.159 toneladas.

Asimismo, en términos de valor, la caída no ha sido tan acusada, y con 3.814 millones de euros la reducción es del 4% respecto a los 3.976 millones de euros facturados en 2021/22.

Desde el Ministerio destacan una tendencia creciente a lo largo de la campaña y un importante aumento de los valores unitarios de exportación, que se sitúan por encima de la campaña anterior y de la media en todos los meses. En concreto, en septiembre de 2023 este valor se situaba en su punto más alto con 681 euros/100kg, frente a los 399 del mismo mes de la campaña anterior, lo que supone un aumento del 70,67%, y si lo comparamos con el mes de inicio de campaña (octubre de 2022), cuando el precio estaba en 421 euros/100 kg, el aumento es del 61,75%.

Asimismo, la distribución de la exportación por calidades se mantiene similar a la de campañas anteriores, con un ligero crecimiento en el aceite de oliva refinado que supone el 69% del total exportado, el virgen y virgen extra supone el 29% de las exportaciones y el lampante el 2%.

En cuanto a la distribución de las exportaciones, promedio mensual se sitúa en 59.984 toneladas, esto es un 33% menos respecto a los niveles de la pasada campaña. Destaca el MAPA que el volumen total de exportaciones se sitúa por debajo de la media y la campaña pasada, a excepción del mes de octubre que supera ligeramente a la campaña anterior, con 84.285 toneladas frente a las 83.566 toneladas del mismo mes de 2021/22.

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

Posición Ránking	Ránking países Campaña 2022/23 Top 20	Valor Exportaciones (Millones €)	Variación valor vs. 2021/22	Variación posición vs. 2021/22	Valor Unitario (€/t)	Variación (%) sobre Promedio	Variación Valor Unitario (%) vs. 2021/22
1	Italia	913,6	-15,9%	→ 0	5.402,28	0,7%	61,0%
2	Estados Unidos	569,2	-9,5%	→ 0	5.517,00	2,9%	40,3%
3	Portugal	433,3	25,3%	→ 0	4.841,65	-9,7%	48,7%
4	Francia	424,6	31,9%	→ 0	4.948,19	-7,7%	40,8%
5	Reino Unido	181,9	27,5%	↑ 1	5.100,00	-4,9%	33,0%
6	Japón	141,6	4,2%	↑ 1	5.580,62	4,1%	38,8%
7	Alemania	109,5	12,7%	↑ 1	4.979,16	-7,2%	45,6%
8	Australia	90,3	-1,6%	↑ 1	5.422,62	1,1%	37,5%
9	China	90,0	-46,2%	↓ -4	5.153,20	-3,9%	34,4%
10	México	84,2	13,3%	↑ 2	5.871,83	9,5%	34,0%
11	Brasil	82,9	-1,1%	→ 0	6.089,56	13,6%	36,0%
12	Países Bajos	75,6	40,5%	↑ 1	4.834,86	-9,8%	41,6%
13	Corea del Sur (Rep. de Co	52,5	-37,5%	↓ -3	5.462,47	1,9%	41,7%
14	Bélgica	41,7	41,2%	↑ 3	4.061,52	-24,3%	20,5%
15	Canadá	40,8	-3,4%	↓ -1	5.427,54	1,2%	24,2%
16	Colombia	38,5	6,6%	↓ -1	5.465,56	1,9%	35,4%
17	India	35,3	8,5%	↓ -1	6.006,28	12,0%	22,8%
18	Suiza	25,2	43,9%	↑ 6	5.343,40	-0,4%	38,8%
19	Rusia	25,1	31,0%	↑ 1	5.772,16	7,6%	33,4%
20	Polonia	22,4	25,6%	↑ 2	5.975,90	11,4%	61,0%
	TOTAL Top 20	3.478	-1,2%		Promedio Top 20	5.363	37,0%

Tabla: Principales Destinos en Valor de las Exportaciones de Aceite de Oliva. TOP 20. Fuente: MAPA.

Destinos

Respecto a los destinos a los que va a parar el aceite de oliva producido en nuestro país, ninguno aumenta su volumen exportado respecto a la campaña anterior, encontrando fuertes caídas en países como Italia (-52%, -175.282 tn), EE.UU (-22%, - 56.770 tn), China (-60%, -26.218 tn), Corea del Sur (-56%, -12.1261 tn) y Portugal (-19%, -20.687 tn).

En este caso, el valor unitario de las exportaciones asciende considerablemente en todos los destinos, aumentando en conjunto un 45% respecto a la campaña anterior y situándose en una media de 530 euros/100 kg.

Exportaciones intra y extra comunitarias

El volumen de las exportaciones a los países de la Unión Europea suponen el 56% del volumen total exportado, con un total de 553.114 tn y en términos de valor, esto supone 1.581 millones de euros, el 54% del total, con un valor unitario promedio 2,995 €/kg.



NUTRI NAV

¿Sacas hasta la última gota
a tu software de gestión?
Nosotros te decimos cómo

[Solicita una demo](#)

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



Italia es el primer destino al que va a parar nuestro aceite de oliva, tanto en volumen como en valor. A lo largo de la campaña pasada se exportaron un total de 329.279 toneladas, el 35% del total exportado por nuestro país y el 60% de las exportaciones a nivel comunitario, con un valor de 905 millones de euros, que representa el 23% del total y el 42% del valor intracomunitario. Su valor unitario promedio es inferior en 1% respecto al del promedio del total de exportaciones.

Y a Portugal fueron a parar 103.245 tn de aceite de oliva español, el 11% del total y el 22% de las exportaciones intracomunitarias. En valor, suponen 278 millones de euros, que representan el 11% del total y el 21% a nivel intracomunitario. El país luso es el tercer destino en volumen de las exportaciones españolas de aceite de oliva y registra el valor unitario promedio más bajo de los principales destinos con un 15% por debajo de la media.

A los países de fuera de la Unión Europea se han exportado 376.765 tn por un valor de 1.270 millones de euros, que representa 44% del volumen total y el 46% del valor total de las exportaciones españolas. En este caso el valor unitario promedio 3,441 €/kg, un 15% superior al intracomunitario.

En concreto a Estados Unidos han ido a parar 105.307 tn, el 12% del total exportado por España y 33% de las exportaciones extracomunitarias. En valor supone 363 millones de euros, representando el 32% a nivel extra comunitario y 15% del Total. Se trata del segundo destino en volumen y en valor, y el primero de fuera de la Unión Europea.

A Reino Unido se han exportado 42.155 tn, el 5% del total y 11% de las exportaciones extracomunitarias. En valor, se han alcanzado los 127 millones de euros, que representa el 5% del total y el 10% fuera de la Unión Europea.

En la campaña 2022/23 se ha exportado a un total de 152 países distintos. El 90% del valor de las exportaciones totales de aceite de oliva se dirigen a los 20 principales destinos, dirigiéndose a los 10 primeros (Italia, Estados Unidos, Portugal, Francia, Reino Unido, Japón, Alemania, Australia, China, y México) el 78% del valor de las mismas.

Fuente: [Olimerca](#)

Tierras de Tavera, Chorro de Oro y Sierra de Génave, ganadores de los Premios Ardilla 2024

Los AOVES 'Tierras de Tavera Premium' de Oleofer, de La Puerta de Segura; 'Chorro de Oro ECO Recolección Temprana' de la S.C.A. Virgen del Campo de Torres, de Albanchez; y 'Sierra de

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



Génave Selección' de la S.C.A. 'Sierra de Génave' del municipio de Génave, han sido los aceites que mayor puntuación han logrado en el fallo del jurado de los Premios Ardilla 2024.

Sebastian Sánchez, catedrático de Ingeniería Química y director del Título de Experto en Cata de aceites de oliva vírgenes de la Universidad de Jaén, en representación del jurado ha destacado que “los ocho aceites que hemos catado este año han presentado una gran intensidad tanto en nariz como en boca, alcanzando puntuaciones muy altas, por encima de los 90 puntos, comparables a los que se obtienen en los premios más prestigiosos del mundo”.

Sobre Tierras de Tavera Premium' ha explicado que “se presenta con matices de fruta verde, aceituna, tomate, manzana y plátano. De notas vegetales, siendo la alcachofa su seña de identidad. En boca es intenso, frutado, amargo y picante, siendo esta última propiedad progresiva. La hoja de olivo, la cáscara de plátano y la astringencia le dan un toque que hace que permanezca en nuestros sentidos”.

Por su parte, 'Chorro de Oro ECO Recolección Temprana' ha sido seleccionado porque “en nariz aparece con notas verdes salpicadas de notas maduras. Se reconocen la planta del tomate, la hierbabuena y los frutos secos crudos, coma la nuez. En boca es verde, y predomina la hoja de olivo, la nuez y la almendra verde. Se puede decir que tiene amargos y picantes equilibrados”.

Igualmente, de 'Sierra de Génave' ha resaltado “su frutado de aceituna verde intenso en su máxima expresión, sus matices se desglosan en planta de tomate, hoja de olivo, y piel de plátano que cierran en hierbas silvestres, reflejando frescura en todos los sentidos. Entra en boca con suavidad, pero rápidamente conviven el amargo y el picante que equilibran su armonía. Las sensaciones en nariz se confirman en boca, siendo la almendra alloza protagonista. Destaca por ser rotundo y elegante y deja un retrogusto que expresa plenitud”.

Los premios Ardilla 2024 se entregarán en un evento que se celebrará en la próxima primavera en un lugar aún por designar. La cata, que ha patrocinado Caja Rural de Jaén, ha contado con un jurado compuesto, además de Sebastián Sánchez, por Francisco Carrillo, jefe del Panel de Cata del Laboratorio de Granada de la Junta de Andalucía; Plácido Pascual, jefe del Panel de Cata del Laboratorio de Córdoba de la Junta de Andalucía; Inmaculada Olivares, profesora del Título de Experto en Cata de Aceites de oliva vírgenes de la Universidad de Jaén; Mari Paz Aguilera, investigadora del IFAPA y profesora del Título de Experto en Cata de Aceites de Oliva Vírgenes de la Universidad de Jaén y Pedro Vilches, jefe del Panel de Cata del laboratorio CM Europa.

Fuente: [Interempresas](#)

Coragro
Correduría de Seguros S.L.

**Especialistas en
Seguros Agroalimentarios**

www.coragro.es



El COI publica la lista de laboratorios de análisis sensorial reconocidos

El Consejo Oleícola Internacional (COI) ha hecho público su listado de laboratorios de análisis sensorial reconocidos para el periodo del 1 de diciembre de 2023 al 30 de noviembre de 2024, y entre ellos se encuentran el panel de cata de Citoliva y el de la DOP Montes de Toledo.

En el caso de Citoliva, es el segundo año en obtener este reconocimiento y es la única entidad privada tanto en la provincia de Jaén como en Andalucía en recibir esta importante distinción.

Esta mención permite a Citoliva desempeñar un papel clave en el control oficial de la calidad de los aceites de oliva del mundo. En este sentido y en el último año, el centro ha ampliado su alcance internacional con clientes procedentes de Italia, República Checa, Brasil, entre otros.

Con este reconocimiento, el Panel de Cata de Citoliva reafirma su compromiso continuo con la excelencia en la evaluación de la calidad de los aceites de oliva vírgenes, cumpliendo con los estándares más rigurosos establecidos por el COI. Asimismo, se destaca la significativa contribución del centro al mantenimiento de la calidad y autenticidad de los aceites de oliva a nivel global, consolidando su reputación como referente internacional en el sector.

El presidente de Citoliva, Esteban Momblán, ha señalado que este reconocimiento del COI reafirma el papel crucial de Citoliva en la promoción y garantía de la calidad de los aceites de oliva a nivel mundial. “Este logro fortalece la posición de Citoliva como un líder indiscutible en el ámbito internacional y subraya nuestra dedicación a la innovación y la excelencia”, ha aseverado.

DOP Montes de Toledo

En el listado del COI también está el laboratorio de análisis sensorial de la Denominación de Origen Montes de Toledo, que ha apostado desde su creación por el máximo rigor en la vigilancia del cumplimiento de su pliego de condiciones, siendo pionera en la aplicación de normas internacionales como la UNE-EN ISO/IEC 17025 bajo la que se encuentra acreditado este laboratorio, o la UNE-EN ISO/IEC 17065 bajo cuyos criterios se acreditó su servicio de certificación ya en el año 2003, cuando se convirtió en el primer Consejo Regulador español en conseguirlo.

“Gracias una vez más a los expertos catadores que dirigidos por Ana Belén componen este panel, sin los cuales esto no habría sido posible y un recuerdo especial a M^a Teresa, que este año nos dejó inesperadamente”, señalan desde el Consejo Regulador de la DOP.



La lista de los laboratorios de análisis sensorial de los aceites de oliva vírgenes reconocidos está disponible en la [web del COI](#).

Fuente: [Olimerca](#)

Nueva edición de Azeitech, el evento que reúne a la cadena olivícola de Brasil

La [Empresa de Investigación Agropecuaria de Minas Gerais \(EPAMIG\)](#) ha anunciado que el próximo 2 de febrero se celebrará [Azeitech 2024](#), el evento en el que se debaten diversos temas relacionados con la cadena olivícola de Brasil. Durante esa jornada, el Campo Experimental Maria da Fé acogerá las actividades del 19º Día de Campo de la Olivicultura y la 9ª Exposición Tecnológica, que incluirán una programación centrada en aspectos agronómicos, insumos e información sobre la cosecha y la extracción de aceites de oliva.

En esa ocasión, EPAMIG reinaugurará su “Agroindustria de Extracción de Aceite de Oliva”, la cual ha sido renovada y modernizada a lo largo de 2023. La almazara ha sido reestructurada con nueva maquinaria -extractora, lavadoras, etiquetadoras y depósitos de acero inoxidable, adquiridos recientemente-.

“La modernización de la almazara beneficiará a toda la cadena productiva, apoyando los servicios que presta EPAMIG a los productores y permitiendo el desarrollo de nuevas investigaciones y tecnologías para la producción de aceite de oliva de calidad”, ha afirmado el investigador y coordinador del Programa de Investigación en Olivicultura de este organismo, Luiz Fernando de Oliveira, quien también es coordinador del comité organizador de Azeitech 2024.

Según ha precisado, este evento se celebrará a comienzos del mes de febrero porque coincide con el inicio de la recolección de aceituna. “Será un momento en el que los participantes podrán ver las etapas iniciales de la elaboración de nuevos aceites de oliva, observando el proceso in situ”, ha remarcado.

Tras el acto de inauguración y reapertura de la almazara, se realizará una conferencia sobre el efecto del clima en la producción oleícola. “Este año, nuestra cosecha se vio perjudicada por las fuertes lluvias que azotaron la región de Maria da Fé en 2022. Por ello, decidimos abrir el programa técnico del evento con una presentación sobre la influencia de las condiciones climáticas en el cultivo del olivo”, ha explicado el investigador.



Posteriormente, los participantes podrán visitar tres estaciones de campo que se instalarán en los olivares de EPAMIG en Maria da Fé y que conforman la 19ª edición del tradicional Día de Campo de la Olivicultura. Los organizadores han seleccionado diversos temas demandados por los productores de Serra da Mantiqueira.

“En una de las estaciones abordaremos la gestión de enfermedades fúngicas en el olivar, mientras que en otra de ellas el tema central será la cigarrilla como vector de la *Xylella fastidiosa* en el olivo”, ha precisado el investigador de EPAMIG y miembro de la organización del evento, Pedro Henrique Moura, quien ha señalado que “se presentarán las medidas de prevención y precauciones que se deben tomar para evitar estas plagas, y qué hacer si están presentes en una explotación”.

En una tercera estación los participantes podrán conocer más sobre buenas prácticas para el cultivo del olivo. “Nuestro objetivo es abordar temas relacionados con las dificultades a las que se están enfrentando los productores de la región. También intentaremos atraer a un nuevo público interesado en introducirse en la olivicultura”, ha remarcado Luiz Fernando de Oliveira.

A lo largo de la jornada también tendrá lugar la IX Exposición Tecnológica con empresas de la cadena oleícola que presentarán sus últimas novedades en servicios y productos. También habrá stands con diversos productos elaborados a partir de aceite de oliva u orujo de oliva.

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