

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

15 de enero de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



IPC: los precios de los aceites y grasas subieron en diciembre un 36% respecto a 2022.

El rendimiento medio graso alcanza un acumulado del 16,85% en Jaén, por lo que lleva camino de ser el peor de la historia, establecido en la campaña 2020-2021, con un 18,93%.

La exportación de aceite de oliva español a Francia, Reino Unido y Alemania suma más en valor que la de EE.UU.

El INUO muestra sus líneas de investigación y sinergias en el sector oleícola.

Ford experimenta con ramas y hojas de olivo para fabricar piezas de vehículos sostenibles.

Andalucía TRADE impulsa la presencia de las empresas alimentarias andaluzas en Vietnam y Tailandia.

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

IPC: los precios de los aceites y grasas subieron en diciembre un 36% respecto a 2022

El Índice de Precios al Consumo (IPC) de alimentos y bebidas no alcohólicas subió en diciembre un 7,3% en comparación con el mismo mes de 2022, según los últimos datos publicados por el [Instituto Nacional de Estadística \(INE\)](#). El IPC general subió un 3,1% interanual.

En comparación con el mes de diciembre de 2022, todas las categorías de alimentación se encarecieron excepto la leche.

Las mayores subidas de los **precios** anuales correspondieron a los aceites y grasas (36,3%), seguido de las legumbres y las hortalizas frescas (13,2%), la carne de porcino (12,3%), las frutas frescas (11,8%) y la carne de ovino (9,7%).

En comparación con el mes de noviembre, los precios de alimentos y bebidas no alcohólicas se mantuvieron estables en diciembre. Los grupos de productos de alimentación con mayor repercusión positiva en el IPC fueron la carne, con un incremento del 0,4%, y el pescado y el marisco, con un 0,7% más.

Destacó la subida mensual de la carne de ovino en un 4,4% y del pescado fresco y congelado en un 1,2%, frente a la caída de los precios de las frutas frescas en un 2,9% y de las frutas en conserva en un 1,5%.

Los aceites y grasas, que fueron los alimentos que más subieron de precio en comparación con diciembre de 2022 al encarecerse el 36,3 %, apenas registraron un incremento del 0,3% respecto a noviembre.

La mayoría de los alimentos a los que se suprimió o rebajó el IVA en 2023 acabó el año con una subida de precios.

Los datos del Instituto Nacional de Estadística también recogen que la mayoría de los alimentos a los que se suprimió o rebajó el IVA en 2023 acabó el año con una subida de precios, liderados por el aceite de oliva, que se encareció el 54,6% anual en diciembre.



Frente a los nueve tipos de productos que se encarecieron en diciembre pasado en comparación con el mismo mes de 2022, solo cinco categorías bajaron de precio en ese periodo, entre los que destacaron los otros aceites comestibles distintos al de oliva, con una caída del 29,1%.

Los otros productos que se abarataron en el acumulado de 2023 fueron la leche desnatada (-2,1%), las harinas y otros cereales (-2%), las pastas (-1,6%) y la leche entera (-0,1%).

Fuente: [Agropopular](#)

El rendimiento medio graso alcanza un acumulado del 16,85% en Jaén, por lo que lleva camino de ser el peor de la historia, establecido en la campaña 2020-2021, con un 18,93%

El rendimiento medio graso (el aceite que lleva la aceituna) alcanzó un acumulado en los tres primeros meses de la campaña oleícola 2023-2024 en la provincia de Jaén de tan sólo el 16,85 por ciento, por lo que lleva camino de ser el peor de la serie histórica, establecido en la campaña 2020-2021, con un 18,93%, la única vez que ha bajado del 19 por ciento.

Según ha podido saber Oleum Xauen, el acumulado medio del 16,85% de la provincia de Jaén es superior al de Andalucía (16,48%) entre octubre y diciembre. En el pasado mes de diciembre el rendimiento medio en Jaén fue del 17,65 por ciento y del 17,30% 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 12,50 por ciento en la provincia de Jaén frente al 15,10 conseguido en Andalucía, mientras que en noviembre fue del 15,42 por ciento en el territorio jiennense y el 15,60 en el andaluz. Unas cifras que presumiblemente subirán una vez que se computen los datos del rendimiento medio de este mes de enero.

Dicho indicador del rendimiento medio sólo ha bajado del veinte por ciento en cinco campañas en la provincia de Jaén, a la que se podría sumar la actual. Entre ellas, la pasada, en la que se consiguió

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA · SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life. Kubota

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



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.

A tenor de estos rendimientos se han obtenido unas cifras de producción que en la provincia de Jaén acumulan hasta el 31 de diciembre casi 126.000 toneladas de aceites de oliva, distribuidas por mensualidades de la siguiente manera: octubre (3.050); noviembre (32.463) y diciembre, con 90.198. Frente a ello, en Andalucía se han producido casi 385.000 toneladas, desglosadas así: casi 27.000 toneladas en octubre; unas 141.000 en noviembre y cerca de 217.000 en diciembre.

Las cifras aún están lejos de las estimaciones oficiales. El Ministerio de Agricultura pronosticó una producción en España de 765.000 toneladas de aceites de oliva. Mientras, la Consejería de Agricultura de la Junta de Andalucía auguró en su avance de cosecha (aforo) 550.000 toneladas en Andalucía, con una previsión de rendimiento del 19,7%, y 215.000 en la provincia de Jaén, con un 21,2 de rendimiento medio graso.

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 campaña, de las que se excluye la mayor y la peor en términos productivos en cuanto a la previsión de dicho rendimiento.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

La exportación de aceite de oliva español a Francia, Reino Unido y Alemania suma más en valor que la de EE.UU.

Las exportaciones de aceite de oliva español en sus diferentes categorías se han expandido de forma espectacular en los últimos llegando, llegando a cientos de mercados de los cinco continentes. Una labor ingente llevada a cabo por empresas, cooperativas, la Interprofesional y las distintas administraciones y sus entes de fomento de la exportación. Sin embargo, los mercados de la Unión



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



Europea siguen siendo la piedra angular de estas exportaciones, como lo demuestran los datos de la pasada campaña 2022/2023. Se trata de la primera campaña en la que fuerte caída de la producción se ha dejado notar en las cifras de exportaciones que han quedado en el entorno de las 720.000 toneladas, muy lejos del millón de toneladas que venía siendo habitual en las últimas campañas oleícolas.

Entre los diez mayores mercados de exportación de aceite de oliva en valor para España, en dicha campaña seis de ellos fueron países de la Unión Europea: Italia, Portugal, Francia, Reino Unido y Alemania. Entre estos cinco mercados suponen el 69% de las exportaciones en valor de los diez mayores mercados exportadores del olivar español. De los 3.038 millones de euros que supusieron las ventas de aceite de oliva español en el Top 10 exportador, 2.063 millones de euros procedían de estos cinco mercados.

Italia sigue siendo el principal destino de las exportaciones españolas de aceite de oliva con unas ventas de 913 millones de euros en la campaña 2022/2023, seguido de Portugal con 433 millones, Francia con 424 millones, Reino Unido con 181 y Alemania con 109 millones de euros en valor. Hay que destacar el importante crecimiento que han tenido en los últimos años mercados como Francia, Reino Unido o Alemania, que sin hacer ruido y con menos foco que otros mercados de ultramar, se han convertido en indispensables para la exportación oleícola española. Entre los tres sumaron en la campaña 2022/2023 más de 710 millones de euros en ventas en valor, más por ejemplo que Estados Unidos (570 millones de euros).

Las exportaciones europeas a estos mercados más maduros como Francia, Reino Unido y Alemania suelen ser más marquistas. Aunque también se apoyan en las ventas con marca de distribuidor de las grandes cadenas de súper e hipermercados francesas y alemanas, muy asentadas en el mercado español, y que trabajan allí con los mismos proveedores. En el caso de los mercados de Italia y Portugal, que lideran las ventas en la UE de aceite de español, suele ser más protagonista la exportación a granel para uso doméstico y también para su reexportación a terceros mercados con aceites locales.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

El INUO muestra sus líneas de investigación y sinergias en el sector oleícola

El Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO) de la Universidad de Jaén celebró las 'I Jornadas de Investigadores del INUO', con objeto de crear nuevas sinergias o reforzar aquellas ya establecidas entre las distintas unidades que lo componen.



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@navnet.es basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central www.nutrinav.es



Éstas arrancaron con la intervención del director del INUO, Juan Bautista Barroso Albarracín, que expuso la misión y visión estratégica del Instituto basadas en la transferencia de conocimiento a la cadena de valor del aceite de oliva. A continuación, las ocho unidades con las que cuenta el INUO hizo una breve intervención para dar a conocer las líneas de investigación que están llevando a cabo en torno al olivar y a los aceites de oliva, proponiendo además ideas para poder colaborar con las unidades del INUO, a fin de encontrar sinergias y encauzar proyectos conjuntos para conseguir financiación, tanto nacional como europea.

En primer lugar, la **Unidad de Bioquímica y Estrés Celular**, a través de Juan Carlos Begara Morales, expuso las líneas de investigación que desarrolla basadas, fundamentalmente, en el estudio de la adaptación del olivo al cambio climático y sus múltiples estreses asociados, desarrollando tecnologías para mejorar la respuesta del olivo a estas condiciones desfavorables.

El responsable de la **Unidad de Ecología**, Roberto García Ruiz, indicó que tienen el objetivo de la sostenibilidad en el olivar, innovando en prácticas de manejo, técnica y económicamente viables, así como el reciclaje y aprovechamiento de los residuos de la aceituna en las almazaras.

La **Unidad de Genómica y Mejora Genética** a través de su responsable, Francisco Luque Vázquez, explicó sus estudios desarrollados sobre la genética del olivo para poder obtener olivares más eficientes y sostenibles. Afirmó que esto se lleva a cabo entre diferentes variedades de olivo donde se mide el calibre de la aceituna y las condiciones meteorológicas de cada una, entre otras técnicas.

Para finalizar el primer bloque de la jornada, Sebastián Sánchez Villasclaras, responsable de la **Unidad de Ingeniería de Procesos**, explicó la importancia de la bioeconomía circular, por ejemplo, a través del aprovechamiento del hueso de la aceituna y de la poda del olivar para producir biocombustibles. Una de las integrantes de esta Unidad, María Dolores La Rubia García, intervino indicando que en el marco del proyecto europeo LIFE Comp0live se han diseñado piezas de vehículos Ford mejoradas con poda de olivar.

El objetivo de estas jornadas era crear nuevas sinergias o reforzar aquellas ya establecidas entre las distintas unidades que componen el INUO.

Estudios

En el segundo bloque de las jornadas, la Unidad de Marketing y Economía, donde su responsable y subdirector del INUO, Francisco José Torres Ruiz, analizó los estudios llevados a cabo sobre el comportamiento del consumidor o los sistemas de clasificación de alimentos como envases, etiquetados, etc., entre otros. En su intervención, indicó que “hay que hacer una divulgación del

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

aceite de oliva como saludable con información simple y sencilla para captar la atención del consumidor, es decir, emplear mecanismos lo más sencillos posible y que sean ciertos para que la población pueda elegir un aceite con criterio”.

En segundo lugar, intervino el responsable de la Unidad de Química Analítica, Juan Francisco García Reyes, quien declaró que sus investigaciones se han centrado en detectar la presencia de contaminantes orgánicos y otros compuestos presentes en el aceite de oliva, por un lado, para obtener un análisis de la calidad y seguridad alimentaria y, por otro lado, para cumplir la normativa europea sobre residuos contaminantes de los alimentos.

Por su parte, Pablo Cano Marchal, secretario del INUO y responsable de la Unidad de Robótica y Automatización, explicó las innovaciones que se están llevando a cabo desde la misma en lo que a la automatización avanzada se refiere. Especialmente, se dedican a diseñar sistemas más avanzados para permitir controlar de forma fácil el proceso de producción de los Aceites de Oliva Vírgenes.

Por último, fue el turno de la Unidad de Salud y Epidemiología, que, ante la ausencia de sus integrantes por causas justificadas, tomó la palabra el propio director del INUO para describir la labor que realizan en la misma relativa a la detección de propiedades saludables en el aceite de oliva.

Desde esta perspectiva, analizan las posibles aplicaciones del AOVE en la medicina preventiva y la salud pública, ya que se ha comprobado que muchos de sus componentes tienen carácter preventivo y mejoran la evolución de ciertos tipos de cáncer y otras enfermedades.

Las jornadas concluyeron con la celebración de una mesa redonda moderada por Bienvenida Gilbert López, integrante de la Unidad de Química Analítica y coordinadora de la Comisión de Investigación y Transferencia del INUO. Todas las unidades mostraron estar dispuestas al desarrollo de futuras líneas de investigación y posibles proyectos, tanto como con los diferentes integrantes del INUO y sus unidades, como con otros investigadores, empresas e instituciones que hagan factible el estudio conjunto de futuros proyectos.

Fuente: [Olimerca](#)



Ford experimenta con ramas y hojas de olivo para fabricar piezas de vehículos sostenibles

Ford ha experimentado con el uso de ramas y hojas de olivo que se desechan durante la cosecha de la aceituna para usarlas en la fabricación de piezas de vehículos más sostenibles. El ensayo se ha realizado bajo el proyecto COMPOLive, comprometido con buscar mejoras medioambientales en la producción de aceitunas, con el uso de biocompuestos en lugar de plásticos y con el apoyo a la economía circular.

El uso de residuos de olivo para fabricar piezas de vehículos podría reducir la cantidad de plástico empleada para producir dichas piezas y contribuir a la limpieza del aire en la zona de cosecha, al evitar la quema como método de eliminación de desechos. Los ingenieros han desarrollado prototipos de reposapiés y partes del maletero con los residuos de olivos. Los test han demostrado que las piezas son robustas y duraderas, y Ford está evaluando su uso masivo con el fin de ayudar a fabricar la próxima oleada de vehículos eléctricos.

Para los ensayos, los materiales de desecho se obtuvieron de olivares de Andalucía, la región con mayor producción de aceite de oliva del mundo. Primero, ingenieros en la sede europea de Ford

en Colonia (Alemania) utilizaron tecnología de simulación avanzada para evaluar la aplicabilidad de los olivos en términos de durabilidad, resistencia y maleabilidad. Luego, pudieron proceder con la fabricación de prototipos. El material, compuesto por un 40% de fibras y un 60% de plástico de polipropileno reciclado, fue calentado e inyectado en moldes para dar forma a la pieza seleccionada.

Ford, junto a sus socios de todo el mundo, está logrando avances cuantitativos respecto a sus ambiciosos objetivos de sostenibilidad medioambiental. The Road to Better es el compromiso de Ford para construir un futuro del transporte más sostenible, inclusivo y equitativo, en el que cada persona sea libre de moverse y perseguir sus sueños.

El proyecto COMPOLive, que se desarrolló entre 2020 y 2023, tuvo que adaptarse a las restricciones de viajes y movilidad impuestas en todo el mundo durante la pandemia. Los socios del proyecto no se reunieron en persona hasta pasados dos años y medio.

Fuente: [Oleorevista](#)



Andalucía TRADE impulsa la presencia de las empresas alimentarias andaluzas en Vietnam y Tailandia

Andalucía TRADE, la Agencia Pública Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico, organizará la participación de empresas del sector agroalimentario y bebidas en la Misión Directa Roadshow Alimentos y Bebidas de Andalucía Vietnam, que tendrá lugar el 12 de marzo en Ho Chi Minh; y en la Misión Directa Roadshow Alimentos y Bebidas de Andalucía Tailandia, que se celebrará el 14 de marzo en Bangkok.

La industria de alimentos y bebidas en Vietnam está experimentando un crecimiento notable. Esta industria registró ingresos totales que superaron los 25,152 millones de dólares en 2022, lo que representó un aumento del 39% en comparación con el año anterior del país. Este sólido crecimiento se sustenta en varios factores, incluyendo las perspectivas favorables de la economía, el aumento en el ingreso per cápita en 2022 y el florecimiento de la clase alta y media. Vietnam cuenta con una población mayoritariamente joven, con el 68% de la fuerza laboral, que demuestra un profundo interés en alimentos y bebidas de alta calidad, saludables y occidentalizados, según este organismo.

Por su parte, Tailandia, según Andalucía TRADE, es conocida por su economía vibrante, estratégica ubicación en el sudeste asiático y una fuerte industria turística. Los sectores agrícola y de servicios han impulsado la recuperación económica desde principios de 2022, lo que resultó en un aumento del consumo privado. Se espera que el crecimiento en 2023 sea del 3,7%. El mercado presenta muchas oportunidades para los productos andaluces, ya que los consumidores tailandeses han aumentado su poder adquisitivo y presentan un mayor interés por productos saludables e importados. Por otro lado, la recuperación del turismo también es un elemento clave en el aumento de la demanda de estos productos.

Los objetivos de ambas misiones -cuya convocatoria permanece abierta hasta el 16 de enero- son fomentar la internacionalización de las empresas andaluzas del sector; buscar oportunidades y ampliar el conocimiento de los mercados de Vietnam y Tailandia en Andalucía; facilitar la comercialización de productos andaluces en ambos países; introducir nuevos productos con demanda creciente en dichos mercados; y consolidar la presencia de productos ya presentes.

En cada uno de los mercados de ambas misiones está previsto un showroom de productos andaluces presentes y no presentes en los mercados, con opción de cata de los mismos, a los que serán



invitados profesionales del sector de la alimentación y bebidas vietnamitas y tailandeses. En ambas misiones se cerrarán reuniones concretas entre los participantes y los invitados asistentes (B2B con importadores, distribuidores, retail, Horeca, etc.).

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