

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

16 de octubre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Las ventas de aceite de orujo crecen un 19% por los altos precios del virgen extra.

¿Qué pueden hacer las almazaras ante la actual situación del sector?

Almería alcanzará las 13.000 toneladas de aceite de oliva.

El cocinero de Linares Álvaro Salazar, con dos estrellas Michelin, será el embajador de la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén.

La segunda campaña corta del aceite de oliva ahonda la brecha entre regadío y secano.

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

Las ventas de aceite de orujo crecen un 19% por los altos precios del virgen extra

Los consumidores optan por este tipo de aceite cada vez más, en lugar de hacerlo por otros aceites vegetales como el de girasol.

Las ventas de aceite de oliva de orujo se han disparado un 19 por ciento entre mayo y agosto de este año, coincidiendo con la subida de precios en los aceites de oliva, según datos de la Asociación de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac).

El hecho de que el precio de venta al público de los aceites de oliva se haya incrementado un 56 por ciento hasta el pasado mes de julio ha conllevado que los consumidores opten por el de orujo, cuyo precio es la mitad respecto a los de oliva, aseguran desde la asociación.

El director de la Asociación Nacional de Empresas de Aceite de Orujo, Joaquín López, ha indicado a Europa Press, que para el aceite de orujo la presente campaña comenzó en lo que respecta a las ventas «en claro descenso con respecto a la campaña anterior», pero «a partir del mes de mayo se dio la vuelta y empezó a comercializarse bastante más el aceite de orujo que lo que se hizo en la campaña anterior y lo que se hizo en la media de las últimas cinco campañas».

De hecho, si se hace una media de mayo-agosto, y se compara con el mismo período del año anterior, se ha producido un incremento de ventas de un 19 por ciento, y si se hace respecto a la media de los cinco años anteriores, ese incremento llega hasta el 30 por ciento.

Subida de precios de un euro

«La subida del precio del aceite de oliva, se está viendo reflejado un aumento de ventas del aceite de orujo. También es verdad que el precio del aceite de orujo es el 50 por ciento con respecto a un diseño extra», ha apuntado el director de ANEO. La campaña comenzó para el aceite de orujo con precios de venta al público de entre 3,80 euros a 4,20 euros, ahora, el precio se mueve entre los 4,5 y los 5,5 euros por litro, «lo que supone una subida que ronda el euro», frente al incremento que se ha dado en el aceite de oliva donde el litro de virgen extra se marca ya en el entorno de los diez euros.



A ello, se le suma que «a la gente le gusta los aceites que vienen de la oliva porque le gusta ese sabor. Entonces, en vez de pasarse a un girasol o algo así, la gente lo que está haciendo es consumir más el aceite de orujo». «Poquito a poco, ese trabajo continuo que hemos ido haciendo para recuperar el prestigio del aceite de orujo, parece que se está notando», ha señalado López.

«Somos los mayores refinadores del mundo de aceite de orujo», ha apuntado López, que ha añadido que «prácticamente toda la producción de la cuenca mediterránea la refinamos aquí en España». «Somos de los pocos productos agroalimentarios donde el valor industrial se queda en nuestro país y eso es importante, hay que sentirse orgulloso de ser tan fuerte en un producto agrícola», ha subrayado el director de ANEO.

La media de producción de aceite de orujo es de 130.000 toneladas. La campaña 2022/2023 la producción bajó en torno a 96.000 toneladas y para la campaña que viene se espera producir entre 80.000 y 85.000 toneladas. En lo que sí se confía es en las importaciones, “tanto de Italia como de Grecia como de Portugal, que sí van a tener unas campañas más normales”.

Fuente: [Sevilla ABC](#)

¿Qué pueden hacer las almazaras ante la actual situación del sector?

Preparación y visibilidad son claves para mantener un buen posicionamiento y asegurar la supervivencia de las empresas, según el análisis ¿Qué pueden hacer las almazaras ante la actual situación del sector? Y respondido por Juan Vilar en su propuesta **¿Pero que está sucediendo?**

Jamás en la historia del sector de elaboración de aceite de oliva se había producido una situación similar. Una mala cosecha que ha llevado a todos los eslabones de la cadena de valor a perder dinero. Dicha pérdida se ha complementado con el incremento de precio de los fertilizantes, combustibles, energía, así como el incremento de los tipos financieros. Esta campaña y su entorno, están poniendo en situación de vulnerabilidad extrema a los integrantes de la cadena del sector oleícola.

Contar con ayuda se hace necesario en situaciones de debilidad para afrontarlas con garantías y superarlas. La promoción, previsión, preparación y la acción son las vías para tener éxito en estos difíciles momentos. Esperar al último momento puede ser devastador.

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life Kubota

Las expectativas de cosecha para la próxima campaña no son mejores. Nos encontraremos con un enlace casi nulo de esta y una cosecha similar o incluso peor. Esto hace que la oferta para el próximo año agrícola vaya a ser inferior a la demanda potencial. El único mecanismo que regula una potencial situación de desabastecimiento es el precio. Luego los precios no dejarán de subir. Esta autorregulación del mercado provoca un descenso irremediable del consumo, para que esté, por vía del precio, se ajuste a la oferta real. Por tanto, las subidas de precio irán deteriorando el consumo de forma gradual, llevando a las familias a un desabastecimiento parcial provocado por las altas cotizaciones en el lineal.

¿Y el futuro?

El cambio del ciclo actual, que llegará, invertirá la situación de oferta y precios de forma abrupta, provocará unos efectos devastadores en el sector, por cuanto los costes de producción seguirán elevados y el consumo deteriorado, en un escenario de exceso de oferta, por lo que los precios caerán batiendo igualmente récords, pero a la baja.

Dicho cambio de tendencias se dará por la combinación producida entre los vectores: clima, superficie y producción, con un consumo resentido.

¿Cómo nos preparamos ante esta situación?

En este caso la promoción, divulgación, acciones orientadas a la promoción de nuestro producto, la asistencia a eventos, ferias, etc. resulta vital para potenciar nuestro negocio, evitando que dichas situaciones excepcionales nos resten solidez, poniéndonos en situación de riesgo.

Teniendo en cuenta el año tan difícil y decisivo que estamos viviendo, la WOOE se encuentra trabajando más que nunca para ofrecer la mejor plataforma de negocio para el sector, centrándonos en lo que necesitan los profesionales del aceite, ofreciendo herramientas a la medida de cada uno de ellos.

Una mayor apuesta trayendo a compradores internacionales garantizados. Buscar ser el gran escaparate del aceite de oliva español, centrándonos en el negocio como la clave, y hay que cuidarlo incluso cuando no se tiene aceite para vender. Por eso busca ser el gran escaparate en el que podáis posicionar vuestra marca, ampliar vuestra red de contactos y mantener vuestro posicionamiento en el mercado.



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

Además, crear sinergias atrayendo a influencers, restauradores, distribuidores, tiendas gourmet y medios que buscan nuevos enfoques y puntos de vista. Es el encuentro en el que encontrar nuevas ideas y posibilidades de negocio. Y ampliar las posibilidades del universo oleícola: oleoturismo, maridajes, nuevas tecnologías, productos alternativos... el futuro del aceite de oliva también será protagonista de la WOOE 2024.

Fuente: [Oleorevista](#)

Almería alcanzará las 13.000 toneladas de aceite de oliva

La producción total de aceituna que se espera para esta campaña, ronda las 69.000 toneladas en la provincia de Almería, de las que se espera obtener 13.000 toneladas de aceite de oliva, teniendo en cuenta un rendimiento medio de 18,8%. “La producción será irregular en nuestra provincia, por algunos productores no podrán compensar los altos costes de producción” señala Adoracion Blanque, Presidenta de ASAJA-Almería.

En [ASAJA-Almería](#) hemos analizado la situación provincial y pese que los datos estiman un incremento cercano 20% en producción de aceite de oliva, este aumento se ha producido de manera irregular en cuanto a su localización. Las zonas altas como el Almanzora o la Comarca del Rio Nacimiento si se espera un incremento, sin embargo, en la zona de Tabernas este no se va a producir ya que la falta de agua ha sido más acusada que en las zonas del interior.

Actualmente en la provincia, tenemos una superficie estable de olivar y esta roda las 22.000 hectáreas según los últimos datos de la PAC, a nivel de variedades, la Picual sigue siendo la mayoritaria con 4.000 hectáreas de superficie seguida de la variedad Arbequina con 2.000 hectáreas.

El aceite de oliva lleva todo el mes de septiembre recorriendo todos los noticiarios nacionales por el incremento de su precio, pero como con el resto de las producciones agropecuarias, este incremento se motiva por la falta de oferta prevista en esta campaña, así como por el incremento de los costes que están soportando los productores. La provincia de Jaén que es la que tiene mayor peso en el aceite (un 38% del total Andaluz), disminuirá su producción en mas de un 50% con respecto a las 5 ultimas campañas, lo que supondrá que los precios del aceite no bajen a los de campaña pasadas.

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



Recientemente la [Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural](#) de la Junta de Andalucía presentó el Aforo de Producción de Olivar en Andalucía, siendo Almería una de las provincias en las que se incrementa la producción.

Fuente: [Ecomercio Agrario](#)

El cocinero de Linares Álvaro Salazar, con dos estrellas Michelin, será el embajador de la X Fiesta del Primer Aceite de Jaén

Como ya avanzó Oleum Xauen, el reconocido actor Javier Gutiérrez y el prestigioso restaurador linarense Álvaro Salazar, con dos estrellas Michelin, serán este año el pregonero y el embajador, respectivamente, de la Fiesta del Primer Aceite de Jaén que en su décima edición se va a desarrollar los días 4 y 5 de noviembre en la ciudad de Linares. Este evento –que organiza la Diputación jiennense con la colaboración de la Junta de Andalucía y el Ayuntamiento minero– contará este año, como subraya el presidente de la Administración provincial, Francisco Reyes, con “un pregonero de excepción, como es el intérprete Javier Gutiérrez, conocido por sus papeles en series como “Águila roja” o películas como “Campeones”, entre otras muchas, que está vinculado a Jaén tras protagonizar recientemente la película ‘La hija’, que se rodó en varias localizaciones de nuestra tierra y que fue un gran instrumento de promoción del parque natural de las Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas”; y también con un embajador como Álvaro Salazar, “conocedor de lo que supone el AOVE y un gran defensor de este producto de calidad que no puede faltar en ninguna provincia que se precie, y que está triunfando en el mundo de los fogones en Mallorca, donde ya ha conseguido dos estrellas para el restaurante ‘Voro’”.

Gutiérrez y Salazar serán dos de los principales protagonistas de la décima edición de esta fiesta, que vuelve por segunda vez a la ciudad linarense después de que en 2017 también acogiera esta cita con la que “un año más pondremos el foco en los maravillosos aceites de oliva virgen extra tempranos que se producen en la provincia jiennense y en que nuestra tierra es el principal referente cuando se habla de AOVEs de calidad en el mundo”, enfatiza Francisco Reyes.

Además de la presencia de este intérprete asturiano y este cocinero, en esta X Fiesta del Primer Aceite de Jaén tendrán un papel destacado las tradicionales tapas de Linares, elaboradas con AOVE, que formarán parte de una programación que está ultimando la Diputación y que se dará a conocer

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



en los próximos días. Una cita que, como enfatiza Reyes, “se ha convertido por méritos propios y por la decidida implicación del sector oleícola, y también del sector turístico jiennense, en una fecha muy señalada en el calendario provincial ya que no solo permite celebrar el inicio de la campaña de recogida de la aceituna, sino que también es un acontecimiento que atrae a muchos visitantes hasta nuestra tierra, es un escaparate perfecto para difundir las grandes cualidades de este producto y contribuye a promocionar Jaén como destino idóneo para la práctica del oleoturismo”.

El Paseo de Linarejos albergará este año la zona de expositores de la feria, en la que las empresas oleícolas mostrarán sus primeros vírgenes extra de esta cosecha al público, que podrá degustarlos y adquirirlos. Además, en esta zona expositiva se desarrollarán como otros años numerosas y variadas actividades que girarán en torno al aceite de oliva y el oleoturismo.

La Fiesta del Primer Aceite de Jaén se trasladará el fin de semana siguiente, entre los días 10 y 12 de noviembre, hasta la céntrica Plaza de los Fueros de Vitoria. Es la segunda vez que este evento viaja hasta el País Vasco para dar a conocer el aceite de oliva virgen extra temprano jiennense, que se promocionó entre el público de Bilbao en el año 2017. La celebración de esta fiesta en la capital alavesa “nos permitirá –como apunta el presidente de la Diputación– seguir promocionando la oferta oleoturística de la provincia de Jaén en esta comunidad autónoma y buscar nuevos consumidores de un producto de calidad máxima como es el aceite de oliva virgen extra jiennense entre la población del País Vasco, que se caracteriza especialmente por apreciar la buena gastronomía”.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

La segunda campaña corta del aceite de oliva ahonda la brecha entre regadío y secano

Por segunda campaña consecutiva se espera una producción baja de aceite de oliva, un nuevo varapalo para los agricultores familiares de olivar de secano que contrasta con la rentabilidad que ofrece el regadío a los fondos de inversión, en un contexto de precios máximos históricos.

Según el primer aforo nacional de la campaña que acaba de comenzar en octubre, la producción rondará las 765.300 toneladas, un 15 % más que en la campaña anterior, pero aún muy por debajo de la media de las cuatro anteriores debido al impacto de la sequía.

Coragro
Correduría de Seguros S.L.

**Especialistas en
Seguros Agroalimentarios**

www.coragro.es



El inicio de la campaña 2023-2024, que da entrada a más producto, ha permitido que los precios en origen se moderen ligeramente, bajando de los 8 euros por kilo de principios de mes a los 7,4 euros por kilo registrados este martes, de acuerdo al sistema de información Poolred.

El observatorio Infaoliva refleja que el aceite de oliva virgen extra se pagaba ayer a 8,1 euros por kilo y el virgen, a 7,2 euros.

Pese a esos descensos puntuales, el sector da por hecho que los precios se mantendrán en niveles altos para un producto básico que, solo en el último año, se ha encarecido un 50 % en España.

Aunque las existencias de enlace se han reducido un 40 % esta campaña, hasta 257.000 toneladas, faltan por ver las importaciones y una posible mejora de la cosecha si finalmente llueve en las próximas semanas, como está previsto.

Además, la caída de las ventas a unas 75.000 toneladas mensuales muestra que "el mercado ha encontrado cierto equilibrio y en principio no tiene que haber problemas de abastecimiento", afirma a Efeagro el director de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac), Primitivo Fernández.

Olivareros en crisis

En el campo, las organizaciones COAG y UPA han advertido del desastre que se avecina para miles de explotaciones familiares que no van a tener aceituna para recoger ni pueden asumir los costes, por lo que han reclamado ayudas directas e inyección de liquidez.

En los últimos meses, el Gobierno ha subvencionado hasta un 70 % del coste de las pólizas de seguros de los cultivos más afectados por la sequía, incluido el olivar, y ha animado a los olivareros a acogerse a la ayuda asociada y a los ecorregímenes de la nueva Política Agraria Común (PAC), entre otras opciones.

En las cooperativas, el presidente de su sector del aceite, Rafael Sánchez de Puerta, señala que llevan tiempo trabajando en una mayor integración, pero es "complicado porque cada una tiene su casuística, con deudas y amortizaciones que deben afrontar".

En el futuro, asegura que la presencia de fondos de inversión "va a ser muy natural en el regadío, pero el gran problema está en el secano, con mucha superficie y una rentabilidad tremendamente dañada, no solo por la menor producción, sino también por los costes".



La caída del consumo y de los márgenes también ha pasado factura a una gran empresa como Deoleo, líder mundial en aceite de oliva con marcas como Carbonell, Bertolli y Carapelli, que perdió 9,7 millones de euros en el primer semestre de 2023.

La aceitera ha reconocido que está sondeando el mercado para su posible venta, en medio de los rumores de negociación de su socio mayoritario, el fondo de inversión CVC, con empresas del sector nacionales e internacionales.

Fondos de inversión interesados

El consultor del sector oleícola Juan Vilar apunta que, en una situación "inédita" marcada por la alta incertidumbre y la crisis de la oferta, los inversores ya se preparan para una mayor producción.

Un detalle es que el precio de la tierra no está bajando y se está encareciendo en los terrenos con disponibilidad de agua.

"España, con 900 fondos de inversión agrícolas inscritos, y Portugal son dos países con un nivel de paz social y económica que les permite ser dos de los mayores abastecedores de productos agrícolas en Europa", según Vilar.

A su juicio, se tiende a buscar la eficiencia mediante la transformación del olivar tradicional en seto o la plantación directa en nuevas tierras, aunque cuando esto no es posible cabe la diferenciación del tradicional mediante el producto ecológico.

"La transmisión de fincas seguirá existiendo en los próximos años. Los fondos de inversión buscan una rentabilidad de dos dígitos y, en la mayor parte de las explotaciones de leñosos permanentes con regadío, esta supera el 10 %", destaca el consultor.

Recientemente, el fondo canadiense Fiera Capital compró por 300 millones de euros Innoliva, con 8.000 hectáreas de olivar en España y Portugal, a Cibus Capital, que antes había adquirido cientos de hectáreas de olivos a la familia Del Pino.

En 2022, el grupo De Prado se hizo con unas 9.000 hectáreas de olivo intensivo y almendro del fondo Atitlan, mientras que la gestora SLM Partners pagó 250 millones de euros por 300 hectáreas para la producción de almendras, pistachos y olivas en Murcia, entre otras operaciones.



El fondo de capital riesgo en agronegocios de la península Ibérica Beka & Bolschare, actualmente con 1.100 hectáreas de olivar, resaltó el pasado septiembre que sus perspectivas de rentabilidad habían mejorado con los precios del aceite de oliva virgen extra en máximos.

Fuente: [Agrodiario](#)

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