

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*19 de enero de 2024*



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



La preocupante escalada del aceite de oliva: claves para entender qué está pasando y qué va a ocurrir este 2024.

Crecen las exportaciones andaluzas un 3,9% en noviembre de 2023, hasta los 3.492 millones.

La Estrategia Andaluza del Olivar impulsará la tecnificación del sector.

La Diputación Provincial entregará el próximo jueves en Fitur el distintivo Jaén Selección a los ocho mejores AOVes de la campaña en el stand del Ministerio de Agricultura.

Caracterización nutritiva de la pulpa de aceituna para elaboración de alimentación animal.



**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 AgriBank en CaixaBank.es

paralimpicos

PUBLICIDAD

AgroBank

# La preocupante escalada del aceite de oliva: claves para entender qué está pasando y qué va a ocurrir este 2024

Es un tema ya recurrente en el supermercado y fuera de él. El aceite de oliva, el producto 'marca España' por excelencia, lleva meses con los precios disparados. Si usted se acerca estos días a cualquier tienda de alimentación, encontrará la botella del litro de aceite a entre 8 y 14 euros, dependiendo de la marca y del tipo, lo que le sigue situando como el alimento que más aumenta su precio de todos los que componen la cesta de la compra.

No en vano, el también llamado oro líquido ha registrado subidas de precio en los últimos meses que han llegado a superar el 70%, como ocurrió en octubre, y que son síntoma de que este incremento constante tardará semanas en frenar. Pero, ¿cuántas?

Llegados a un punto en el que la presión de los costes (transporte, energía) ya no es tan alta en la cadena de producción -lo que está permitiendo a fabricantes y distribuidores poner en marcha promociones en varias categorías-, la razón para que el aceite siga disparado hay que buscarla directamente en su origen, en el campo.

La campaña de producción del aceite de oliva 2023/2024 comenzó hace apenas tres meses, en octubre. De su marcha dependerá de forma directa los precios de los próximos meses, por lo que agricultores y empresas fían la bajada de los precios a que llueva a partir de primavera. Hasta ahora, los episodios de sequía han condenado las últimas campañas del aceite de oliva: la producción en la de 2022/2023 se situó por primera vez por debajo del millón de toneladas, en 660.000 toneladas, menos de la mitad que en la precedente, y la previsión para la presente es que se sitúe en 765.300 toneladas de aceite de oliva, lo que supone un 15% por encima de la baja cosecha de la temporada anterior y un 34% por debajo de la media de las últimas cuatro.

## Segunda mitad de año

«El entorno de precios no cambiará hasta abril o mayo, donde si los agricultores ven primavera lluviosa de cara a la campaña de 2024/2025 se bajarán los precios. Por eso, esperamos una relajación de precios al consumidor a partir de junio. Si en mayo llueve, a los agricultores les da miedo que llegue una gran cantidad de producción que se quede en las almazaras y empiezan a bajar los precios», explicaba ya a finales de octubre el consejero delegado de Deoleo (Carbonell, Koipe), Ignacio Silva. Otro de los gigantes aceiteros, Dcoop, también mira en esa línea, apuntando directamente a la sequía: «La caída de la producción nos ha llevado a una situación de precios nunca vividos», describía su presidente, Antonio Luque.



Desde el Gobierno, el mensaje es parecido. La anunciada medida del IVA 0 sobre este alimento, anunciada por PSOE y Junts, está todavía a la espera de ser debatida. Y este martes, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, incidía en que el sector del aceite de oliva español «afrenta el extraordinario reto de mantener unos precios estables que permitan fidelizar a los consumidores de este producto, caracterizado por sus condiciones saludables, en un momento de baja producción debido a las condiciones climáticas adversas por la prolongada sequía y las altas temperaturas».

A la espera de la lluvia, desde el Ejecutivo aseguran que mantener el consumo del aceite es esencial y «la promoción es una prioridad para el Gobierno», dijo Planas, anunciando también que va a reforzar «su apoyo» a las campañas que se realizan tanto en España como en el exterior. La producción de aceite de oliva en nuestro país marcará no en vano los compases del oro líquido en todo el mundo. Dentro de nuestras fronteras se produce el 30% del aceite a nivel global.

Fuente: [ABC Economía](#)

## Crecen las exportaciones andaluzas un 3,9% en noviembre de 2023, hasta los 3.492 millones

Las exportaciones andaluzas crecieron el pasado mes de noviembre un 3,9% sobre el resultado del mismo mes de 2022, para alcanzar los 3.492 millones de euros. Un dato que supone retomar la senda del crecimiento tras nueve meses consecutivos de bajada interanual, registrando la mayor subida de las cinco comunidades más exportadoras y frente a la bajada del 6,7% que reflejaron las exportaciones nacionales en dicho mes (34.878 millones de euros).

Con el dato de noviembre, Andalucía suma unas exportaciones de 35.239 millones de euros en el acumulado de los 11 primeros meses de 2023, que supone el segundo mejor registro histórico para este periodo desde que se tienen datos homologables (1995), pese registrar una reducción del 10,1% interanual.

La evolución de las exportaciones de 2023 sigue estando muy afectada por el contexto internacional, marcado por los conflictos en Ucrania y Oriente Medio, con el descenso hasta noviembre de los productos energéticos y de las materias primas industriales, así como por un sector agroalimentario lastrado por la sequía en el campo. De esta forma, la balanza comercial andaluza está claramente influenciada por el componente energético, aunque con una tasa de cobertura del 93,3% se acerca

**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



más al equilibrio, y se coloca 2,8 puntos por encima que la media de España, que se queda en el 90,5% y sufre un déficit comercial de 37.158 millones.

Este desajuste se debe a que algunos puertos andaluces son la vía de acceso de gran parte de los productos energéticos que compra España en el exterior para consumo en todo el territorio nacional, pero que se imputan directamente a la balanza comercial andaluza. De esta forma, si se tiene en cuenta sólo las ventas no energéticas, Andalucía obtiene un superávit con el exterior de 7.073 millones de euros, con una tasa de cobertura del 131,9%, hasta 34 puntos más que la media de España, que sigue sufriendo un déficit de 6.412 millones de euros.

Según los últimos datos hechos públicos por Andalucía TRADE-Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico, las importaciones realizadas por Andalucía bajaron también durante los 11 primeros meses del año un 12,7%, hasta los 37.775 millones, y en el mes de noviembre, un 8,2%, hasta los 3.767 millones de euros.

La principal protagonista del buen comportamiento del mes de noviembre es la industria aeronáutica andaluza, que protagoniza el mayor capítulo exportador del mes, con 510 millones de euros, y el mayor crecimiento, un 165,9% sobre el mismo mes del año anterior, lo que le permiten alcanzar los 1.908 millones en el acumulado de los 11 meses contabilizados de 2023, con una subida de las ventas del 13,3% sobre el mismo periodo de 2022, lo que sitúa a la industria en volúmenes de negocio exterior superior al año anterior a la pandemia, 2019.

## SEVILLA Y ALEMANIA ORIGEN Y DESTINO LÍDER

Estas cifras del sector aeronáutico definen también los puntos de origen y destino que más destacan en el comercio exterior de Andalucía del pasado mes de noviembre, con Sevilla como la provincia que más creció y más exportó en dicho mes, un 51,6% más que en noviembre de 2022, hasta los 1.068 millones de euros, el 30,6% del total andaluz; y, por su parte, Francia y Alemania como los países que más crecieron, con un 59,9% y un 29,9%, respectivamente, situándose en primer lugar por ventas el mercado germano, con 593 millones en noviembre (17% del total) y 445 millones el mercado galo, con el 12,7%.

En el ámbito industrial, en noviembre crecieron también los aparatos y material eléctrico, con un ascenso del 10,4% hasta los 166 millones de euros; así como el capítulo de fundición, hierro y acero, que sube un 25,3% hasta los 100 millones de euros.

Los incrementos se extendieron igualmente en noviembre a los primeros productos y capítulos agroalimentarios, como el aceite de oliva, que alcanza la cifra récord de 300 millones de euros,

**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



gracias a un ascenso del 24,4% respecto a noviembre de 2022. Aun así, los 2.963 millones acumulados por el aceite de oliva en los 11 primeros meses de 2023, suponen una bajada del valor de sus exportaciones del 3,2% sobre el mismo periodo de 2022, debido a la baja cosecha derivada de la sequía. Por su parte, las hortalizas, tercer capítulo en ventas en el mes de noviembre, con 419 millones de euros, crecieron en sus ventas un 4% sobre noviembre de 2022 y también crecen un 4,5% en el acumulado del año, hasta los 3.675 millones de euros.

## FUERTES AVANCES EN MERCADOS EUROPEOS

Los tres primeros mercados de Andalucía en noviembre fueron europeos, donde registra importantes avances. Lidera las ventas Alemania, con una subida del 29,9% hasta los 593 millones de euros, el 17% del total; a la que siguen Francia, con 445 millones, el 12,7%, que crece un 59,9%; mientras que Portugal es tercero, con 316 millones de euros, el 9%, que registra un incremento del 12,4%. A ellos, se suma Reino Unido, en sexta posición, que suma un aumento del 12,4% hasta los 182 millones de euros (5,2%).

De estos ascensos, son responsables principalmente tres provincias, lideradas por Sevilla, que encabeza las exportaciones andaluzas con el 30,6% del total, al alcanzar la cifra récord de 1.068 millones de euros, gracias a un crecimiento del 51,6% sobre el mes de noviembre de 2022, y el mayor superávit, de 362 millones. Destacan también el ascenso de Córdoba, que sube un 15,7% hasta los 273 millones de euros, con 127 millones de superávit, el segundo más alto; mientras que Jaén también registra el mejor mes de noviembre de su historia, con 117 millones de euros, un alza del 8,7% y un superávit de 9,2 millones.

Otras dos provincias aportan superávit a las cuentas el mes de noviembre: Almería, con 520 millones en exportaciones, un 5,3% menos que en noviembre de 2022, pero con un saldo positivo de su balanza comercial de 122 millones, el tercero mejor de Andalucía; y Granada, con 135 millones en ventas, misma cantidad que en el anterior mes de noviembre, y un superávit de 2,9 millones de euros.

Por su parte, Málaga alcanzó los 243 millones de euros en noviembre, un 4,3% menos interanual; Huelva, 515 millones de euros, un 27,6% menos, y Cádiz registró ventas por valor de 623 millones, un 6,5% por debajo de noviembre de 2022. Granada sumó unas ventas de 135 millones, cifra igual a la alcanzada en el mismo mes del año pasado.

## MÁLAGA, LA QUE MÁS CRECE EN 2023, CÁDIZ, LÍDER

Respecto al acumulado del año, cinco provincias andaluzas alcanzaron superávit comercial entre enero y noviembre (Sevilla, Almería, Córdoba, Granada y Jaén) y Málaga es la que más crece, un

**NUTRI NAV**

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

**Solicita una demo**

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

12,9%, lo que le permite registrar un nuevo récord histórico, de 2.982 millones, el 8,5% del total andaluz, que la sitúa como quinta provincia exportadora, gracias al gran impulso del capítulo de barcos, que multiplica por 25 su factura hasta los 202 millones de euros.

Por su parte, Cádiz se mantiene como primera provincia exportadora de la comunidad, con 7.599 millones de euros, el 21,6% del total y una bajada del 20,3%, afectada por los productos energéticos. Igual le ocurre a Huelva, que baja un 19,6%, aunque se sitúa como tercera exportadora, con 6.792 millones, el 19,3% del total.

Sevilla es la segunda exportadora en el acumulado del año, con 7.525 millones de euros, el 21,4% del total, pese a un descenso del 4,1% interanual, y la que arroja el mayor superávit comercial de Andalucía, con 1.712 millones de euros. Como cuarta exportadora se sitúa Almería, con unas ventas de 5.060 millones, el 14,4% del total, y el tercer mayor superávit entre las provincias, de 940 millones de euros (-2,2%).

Otras tres provincias andaluzas logran superávit en su balanza comercial con el exterior, pese a que sus ventas están muy afectadas por la sequía: Córdoba (6º), con exportaciones por valor de 2.699 millones, el 7,7%, un 3,1% menos, aunque presenta una balanza comercial saneada, con un superávit de 1.142 millones, el segundo mejor; Granada (7º) suma unas ventas de 1.384 millones (3,9%) y un decrecimiento del 3,4%, si bien también registra un saldo comercial positivo de 102 millones; y Jaén (8º) alcanza los 1.199 millones en ventas (3,4% del total), con una bajada del 11,8% respecto a enero-noviembre de 2022, aunque presenta un superávit de 106 millones de euros.

Estos datos derivan de las cifras de la Estadística de Comercio Exterior del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo elaborados para Andalucía por el Observatorio para la Internacionalización de la Economía Andaluza de Andalucía TRADE. Más información en: <https://www.andaluciatrade.es/observatorio-internacionalizacion/>

Fuente: [Andalucía TRADE](#)

## La Estrategia Andaluza del Olivar impulsará la tecnificación del sector

La delegada territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Soledad Aranda, ha destacado el impulso que la Estrategia Andaluza del Olivar conferirá, entre otras materias, a la

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



tecnificación del sector. Así lo ha detallado en su visita a las instalaciones de la Fundación Jaén Agritech Ventures, situada en Villacarrillo, acompañada por el alcalde del municipio, Francisco Miralles, y el CEO de la fundación, Agustín Andreu.

La I Estrategia Andaluza del Olivar, puesta en marcha por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, busca establecer “las bases de crecimiento del sector olivarero en Andalucía y en Jaén para los próximos años”, tal y como ha señalado la delegada.

En este sentido, Soledad Aranda ha incidido en el impulso a la “competitividad del sector, su tecnificación y digitalización a través de la estrategia, con lo que proyectos como los que se van a impulsar desde Jaén Agritech Ventures, liderada por el Ayuntamiento de Villacarrillo, coinciden plenamente con las líneas estratégicas de la Consejería”.

Durante esta visita, en la que también ha estado acompañada por representantes de la Cátedra de Informática y Geomática de la Universidad de Jaén, la delegada territorial ha ahondado en algunas de las medidas que incluirá la Estrategia Andaluza del Olivar. Al respecto, ha precisado que “en materia de digitalización, nos marcamos como objetivo avanzar en transformación digital a lo largo de la cadena de valor de los productos del olivar”, ha explicado. Igualmente, Aranda ha señalado que el documento que engloba los objetivos de impulso al olivar también apuesta por la “consolidación de un sistema andaluz de ciencia-tecnología-empresa sólido en torno al olivar que provea de I+D+i al sector”.

Por otro lado, la delegada territorial ha reseñado la apuesta por la formación desde la Estrategia Andaluza del Olivar, en la que se ahonda en la necesidad de consolidar la formación y el asesoramiento para los agentes de la cadena, así como la transferencia de conocimientos”.

Soledad Aranda ha podido conocer diferentes líneas de trabajo de la Fundación Jaén Agritech Ventures de Villacarrillo, que arrancará su actividad en los próximos meses con un centro de formación profesional de empleo agrario con el que formarán a agricultores en competencias digitales y manejo de drones agrícolas. La Fundación, además, incluye una incubadora aceleradora de start-ups agritech ya operativa que cuenta con el apoyo financiero de la Caja Rural de Jaén.

Las instalaciones de esta fundación, situadas en un espacio de 3.000 metros cuadrados cedido por el Ayuntamiento del municipio, cuenta con aulas de formación, espacios coworking y coliving. Además, proyectan la construcción, en un solar anexo, del mayor centro de pilotaje de drones agrícolas in-door de España.



En esta visita, Soledad Aranda también ha conocido otros proyectos de la fundación, como la certificación y monetización de créditos de carbono por los agricultores, la producción de energía solar en agrivoltáica del olivar, el proyecto de economía circular de cinética de compostaje de alperujo y el proyecto de pastores digitales contra el fuego.

A su vez, ha abordado junto al equipo de investigación los proyectos I+D+I en marcha a nivel nacional y autonómico, como el PERTE del Regadío, en colaboración con la ingeniería Agro-Oleum, de Úbeda, y el nuevo proyecto de innovación contra la sequía que preparan, además del proyecto europeo LIVINGSOILL, sobre agricultura regenerativa, que será liderado en España por la Universidad de Jaén y en el que participarán otros países como Francia, Italia, Portugal y Polonia.

Fuente: [Mercacci](#)

## La Diputación Provincial entregará el próximo jueves en Fitur el distintivo Jaén Selección a los ocho mejores AOVEs de la campaña en el stand del Ministerio de Agricultura

La Diputación de Jaén entregará el próximo jueves en la Feria Internacional de Turismo (Fitur), que se celebra en la Institución Ferial de Madrid (Ifema) entre los días 24 y 28 de enero, el distintivo Jaén Selección 2024 a los ocho mejores AOVEs de esta campaña oleícola en el stand del Ministerio de Agricultura (pabellón número 9). Tradicionalmente este acto se ha celebrado en los últimos años el jueves en el Pabellón de Andalucía, aunque las razones del cambio de ubicación se deben a que “no hay un espacio adecuado” en dicho pabellón para la entrega de estos reconocimientos, según han señalado a Oleum Xauen fuentes de la institución supramunicipal.

La Diputación de Jaén convoca y organiza la Cata-Concurso Jaén Selección desde 2006 aunque tiene su embrión en 2003. En esta edición ha alcanzado su edición número 19, una convocatoria que pasará a la historia por ser el año en el que más cooperativas han sido premiadas, un total de cinco de los ocho galardones (siete de producción convencional y uno ecológico), en una cita en la que se han presentado 25 sociedades cooperativas de los 50 participantes.



El fallo del jurado del panel de cata, dirigido por la reconocida experta en análisis sensorial y directora del centro Ifapa de Cabra (Córdoba), Brígida Jiménez, estableció que, tras el método de la cata a ciegas, las marcas elegidas con este marchamo de calidad en 2024 son Oro Bailén, de Aceites Oro Bailén Galgón 99, de Villanueva de la Reina; Olibaeza, de la SCA El Alcázar, de Baeza; Puerta de Las Villas, de la cooperativa San Vicente, de Mogón (Villacarrillo); Esencial Olive, de Oleícola San Francisco, de Baeza; Azorla, de la cooperativa Aceites Cazorla, de Cazorla; Tierras de Canena, de la SCA San Marcos, de Canena; Jabalcuz Premium, de la SCA Sierra de la Pandera, de Los Villares; y el ecológico Melgarejo, de Aceites Campoliva, de Pegalajar.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

## Caracterización nutritiva de la pulpa de aceituna para elaboración de alimentación animal

El Grupo Operativo BIORUMIOLI ‘Productos bioeconómicos derivados de pequeños rumiantes a través de la revalorización de subproductos del aceite de oliva’ ha celebrado un nuevo encuentro de coordinación en el municipio granadino de Armilla para conocer el estado de los ensayos desarrollados en este proyecto y mantener una reunión de coordinación

Los miembros han celebrado un encuentro de forma presencial junto con otros miembros que han participado telemáticamente para repasar las actuaciones desplegadas, así como proyectar nuevas acciones que se celebrarán a través de las distintas acciones previstas.

Durante el encuentro se ha celebrado una visita a las instalaciones de la Estación Experimental del Zaidín (EEZ-CSIC), para conocer la labor de investigación en esta fase del proyecto, donde se aborda la caracterización nutritiva de la pulpa de aceituna, la elaboración de piensos experimentales y prácticos que incluyen dicha pulpa, y su valoración nutritiva mediante experimentos in vitro y con animales.

El investigador Ignacio Martín, ha explicado que, en los ensayos desarrollados en el Departamento de Nutrición y Producción Animal Sostenible (EEZ-CSIC), uno de los retos iniciales al abordar las pruebas in vivo es “la aceptación por parte del animal del sabor de la pulpa de aceituna y, por tanto, la capacidad de ingesta de este subproducto, pero hemos comprobado que, con la formulación de este pienso experimental, los resultados apuntan ser muy exitosos”.



Por su parte, el investigador adscrito al Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario ceiA3 del grupo ‘Water, Environmental and Agricultural Resources Economics (WEARE) | SEJ-592 | UCO’, Julio Berbel, ha afirmado que “si conseguimos que tanto el ganadero como el consumidor lo valoren positivamente hemos resuelto parte del problema y hemos conseguido que un subproducto de la industria agroalimentaria tenga una nueva utilidad”.

El especialista destaca el papel de la economía circular en el proyecto ya que “le damos un nuevo valor”.

### Siguientes fases del proyecto

Entre los próximos pasos del proyecto figuran la demostración en granja en la cual se obtendrá la leche necesaria para fabricar los productos que serán valorados finalmente en el proyecto.

Esta iniciativa está formada por Dcoop Sociedad Cooperativa Andaluza, representante del consorcio, el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario ceiA3 junto con investigadores de la Universidad de Córdoba de los grupos ‘Economía Agraria, del Agua y de los Recursos Naturales (EAARN) | SEJ-649’ y ‘Water, Environmental and Agricultural Resources Economics (WEARE) | SEJ-592’ y Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía.

El proyecto está financiado con Fondos Europeos Agrícolas de Desarrollo Rural (FEADER) y de la Junta de Andalucía en la convocatoria para el Funcionamiento de Grupos Operativos Regionales de la Asociación Europea de Innovación en Materia de Productividad y Sostenibilidad Agrícola (EIP AGRI) de 2020.

Fuente: [Oleorevista](#)

**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