

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

19 de diciembre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



La falta de liquidez amenaza a las industrias aceiteras.

El valor de la producción oleícola ha caído casi un 30% en 2023.

España subió su superávit comercial alimentario un 8 % entre enero y octubre.

Andalucía alcanza unas exportaciones de 31.747 millones entre enero y octubre de 2023, el segundo mejor registro histórico.

La Fundación del Olivar y Cáritas proporcionarán aceite de oliva a las personas sin hogar.

An advertisement for AgroBank by CaixaBank. The background is a photograph of a woman in a dark sweater and green pants, kneeling in a greenhouse and holding a wooden crate filled with green plants. The text 'Contigo desde el origen' is prominently displayed in the upper left. Below it, a paragraph reads: '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.' At the bottom left, it says 'Descubre AgroBank en CaixaBank.es' and 'paralimpicos'. At the bottom right, the AgroBank logo (a blue star) and the name 'AgroBank' are shown. The word 'PUBLICIDAD' is in the top right corner, and 'Luis Pérez - 2023' is written vertically on the right side.

La falta de liquidez amenaza a las industrias aceiteras

Tras conocerse los últimos datos facilitados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) correspondientes al mes de noviembre, el mercado del aceite de oliva en origen en España ha reaccionado con un nuevo repunte de las cotizaciones que vuelve a suponer al conjunto de la industria envasadora una nueva vuelta de tuerca en la gestión de sus empresas.

Cada semana que pasa con nuevas subidas de precios se convierte en un auténtico hándicap para las empresas que necesitan realizar compas para cubrir sus necesidades con la distribución agroalimentaria y sus contratos en la exportación. A los precios actuales la compra de una cisterna de 25.000 kg supone un desembolso superior a los 200.000 €, que hay que pagar al contado; incluso antes de la recogida de la mercancía en la almazara. Es decir, es como si cada semana los envasadores se compraran un piso.

Y en paralelo las entidades financieras no están poniendo fácil a las empresas la posibilidad de formalizar créditos que faciliten la operatividad del día a día. Todo ello supone que en estos momentos se extiende la sensación de problemas económicos y financieros que podrían suponer que en breve algunas compañías se enfrenten a problemas de liquidez.

Así, no es de extrañar que las almazaras estén preocupadas por los futuros incumplimientos de contratos con la consiguiente inestabilidad y tensión en el mercado.

¿Y ahora que...?

Llegados a estos niveles de precios y dado que entramos en los últimos quince días del año 2023, dominado por un mercado algo más tranquilo con motivo de las fiestas navideñas, los precios en origen para el aceite de oliva se espera que no sufran variaciones importantes. De hecho, no vemos opciones reales de precios por encima de los actuales, dado que son precios que imposibilitan una gestión de venta normal

A corto y medio plazo los precios podrían moverse en la siguiente horquilla hasta la primavera:

Extras: 7.500-8.500 €/Tm

Virgenes: 7.000-8.000 €/Tm

Lampantes: 6.600-7.600 €/Tm

Fuente: [Olimerca](#)



El valor de la producción oleícola ha caído casi un 30% en 2023

La renta agraria se ha fijado este año en 31.931 millones de euros, lo que supone un incremento del 11,1 % con respecto a 2022, según la primera estimación de las principales cifras macroeconómicas del sector agrario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de este ejercicio.

La producción de la rama agraria (que engloba la producción vegetal y la producción animal) registra un valor récord de 65.081 millones de euros, un 3,3 % más que en 2022. El aumento del valor de la producción y de la renta agraria se fundamenta principalmente en la subida de los precios y en el descenso de los costes tras los máximos registrados en 2022.

Ese aumento global refleja un comportamiento muy diferencial que responde a la gran variedad de producciones españolas, entre las que se constatan este año las que han sido más golpeadas por la sequía, según destaca el Ministerio. En términos generales, el factor precio y la reducción de los insumos ha compensado los descensos de volúmenes, que han sido muy acusados en algunos sectores como los cereales.

La renta agraria, en términos corrientes por unidad de trabajo anual (UTA), ha aumentado un 16,9 %, hasta alcanzar los 39.535 euros.

Producción vegetal

La producción vegetal ha descendido un 3,4 % en valor, hasta los 35.741 millones de euros, debido a la disminución de las cantidades producidas (-11,7 %), en un año marcado por una primavera inusualmente seca y cálida en todo el país. El recorte de volúmenes no se vio compensado por el aumento de los precios percibidos por los agricultores (9,4 %).

Los cereales sufren un importante descenso de un 50 % en valor, fruto tanto de la sequía, que hizo reducirse su cosecha (-34,7 %), como del descenso de los precios (-23,7 %), tras un año 2022 en los que éstos fueron extraordinariamente altos.

Asimismo, ha sido notable el descenso del aceite de oliva (-29,4 % en valor en la campaña 2022-2023), debido a su escasa cosecha (-58,6 %), que sí se ha visto compensada en gran medida con un

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA. SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life Kubota



significativo incremento de precios (70,7 %). También se ha reducido el valor de la producción de vino y mosto (-20 %), fundamentalmente por la corta vendimia registrada.

En este ejercicio ha destacado el comportamiento positivo del grupo de las frutas, cuyo valor ha subido un 16,9 %, y hortalizas, que crecen un 8,8 %.

Producción animal

La producción animal alcanza su valor récord de 27.685 millones de euros debido exclusivamente a un aumento de sus precios (+16,3 %), ya que la cantidad producida desciende respecto al año anterior (-2,5 %). Destaca el porcino (+16,3 %) y las aves (+6 %), así como la leche (+21,1 %) y los huevos (32,2 %).

Insumos

Los consumos intermedios -entre los que se encuentran el gasto en semillas, energía, piensos, fertilizantes o fitosanitarios- registran un descenso en valor (-4,6 % respecto a la cifra récord de 2022) y alcanza los 32.155 millones de euros combinado con un descenso de precios (-5,3 %), ya que la cantidad utilizada ha aumentado un 0,7 %. Este comportamiento viene determinado principalmente por los piensos (-2 %), la energía y lubricantes (-32,2 %) y los fertilizantes (-13,6 %).

Fuente: [ABC Sevilla](#)

España subió su superávit comercial alimentario un 8 % entre enero y octubre

España registró un saldo positivo de 11.151,2 millones de euros en el comercio agroalimentario entre enero y octubre de 2023, lo que supone un incremento del 7,92 % respecto al mismo período del año anterior, según ha informado este lunes la Secretaría de Estado de Comercio

El informe de la balanza comercial española durante los primeros diez meses del año refleja que las exportaciones españolas de alimentos, bebidas y tabaco alcanzaron 55.449,1 millones en los primeros diez meses de 2023, con un incremento del 5 %.

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



Las importaciones agroalimentarias también crecieron, en un 4,3 %, hasta alcanzar los 44.298 millones de euros.

El sector de alimentos, bebidas y de tabaco fue el segundo de más peso dentro de las exportaciones españolas (solo superado por el de bienes de equipo), ya que representó el 17,3 % del total.

Suben las ventas hortofrutícolas, bajan las de aceite

Las ventas de frutas, hortalizas y de legumbres impulsaron las exportaciones españolas, sobre todo a Alemania, y, con menor intensidad, Portugal, Francia y Países Bajos; por el contrario, resaltaron las caídas de envíos de aceites y de grasas a Italia, y en menor grado, a China y Argelia.

España exportó frutas, hortalizas y legumbres por valor de 18.501 millones entre enero y octubre (+5,3 %), en tanto que las importaciones ascendieron a 6.751 millones (12,7 %).

Las exportaciones españolas de aceites se situaron en 5.638,2 millones (-6,2 %) y por subsectores suponen la segunda categoría de ventas exteriores agroalimentarias más importante.

También cayeron las importaciones de aceites un 12,3 % hasta los 4.253 millones entre enero y octubre de 2023.

Las ventas exteriores de productos cárnicos también crecieron, un 7,5 %, hasta los 10.073 millones, al igual que las importaciones, que aumentaron un 16,7 % y sumaron 2.796,4 millones.

Dentro de la balanza comercial destacan el incremento porcentual de las exportaciones de tabaco, del 48,9 %, hasta 362 millones.

Subieron las exportaciones de lácteos y huevos, un 12,2 %, hasta alcanzar un valor de 2.052,8 millones, aunque España fue deficitaria en el comercio de estos productos (saldo negativo de 679 millones).

En el caso del pescado y del marisco, España subió las exportaciones un 1,9 %, hasta 4.530 millones y redujo las importaciones (-6,8 %), que se situaron en 6.907 millones, con lo que se reduce el déficit comercial en estos productos, hasta un saldo negativo de 2.376,8 millones.

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: 909 909 619 info@ayanet.es basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central www.nutrinav.es

En cuanto a las bebidas, las exportaciones españolas se mantuvieron estables (+0,7%), en un valor de 4.246 millones, mientras que las importaciones repuntaron un 12,8 % hasta los 2.003,4 millones, según la balanza comercial.

Fuente: Efeagro

Andalucía alcanza unas exportaciones de 31.747 millones entre enero y octubre de 2023, el segundo mejor registro histórico

Andalucía alcanzó unas exportaciones por valor de 31.747 millones de euros entre enero y octubre de 2023, cifra que supone su segundo mejor registro histórico para los diez primeros meses de un año desde que se tienen datos homologables (1995). Aunque supone una caída del 11,5% interanual, significa un incremento del 13,1% (3.675 millones de euros) respecto a las ventas al exterior que se contabilizaron en enero-octubre de 2021, el que hasta 2022 contaba con la mayor factura de los primeros diez meses de un año. Por tanto, el de 2023 es el segundo mejor registro de la historia, sólo por debajo del récord del pasado año.

Además, en sólo diez meses de este año, Andalucía supera en 3.915 millones de euros la cifra global de las exportaciones de todo 2020 y se queda a apenas 28 millones de euros del segundo año récord completo de la era pre-Covid, que fue 2019, en el que se registraron unas ventas de 31.775 millones de euros.

En concreto, las ventas al exterior de Andalucía en el mes de octubre, último en contabilizarse, se comportan de forma más positiva que los seis meses anteriores, en los que se registraron descensos a doble dígito, de manera que la comunidad frena la caída de las ventas en este mes, con una bajada sólo del 2%, que lo colocan como segundo mejor mes de octubre de la historia, con 3.249 millones de euros exportados.

La evolución de las exportaciones en 2023, no obstante, se ve lastrada de forma considerable por el contexto internacional, con el descenso hasta octubre de los productos energéticos y de las materias primas industriales, así como una producción agrícola mermada por la sequía.

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

Sí destacan positivamente que los dos capítulos que experimentan una mayor subida del Top 10 son industriales: el cobre y sus manufacturas, con un 13,6% más que en enero-octubre de 2022, hasta los 1.407 millones de euros; y el de máquinas, aparatos y material eléctrico, con un crecimiento del 17,7% y una factura de 1.329 millones.

La balanza comercial andaluza se sigue viendo muy determinada por el sector energético, de manera que, con una tasa de cobertura del 93,4%, se acerca al equilibrio, y se coloca 3,2 puntos por encima que la media de España, que se queda en el 90,2% y sufre un déficit comercial de 34.732 millones. Este fuerte 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.

Así, si se tiene en cuenta sólo las ventas no energéticas, Andalucía obtiene un superávit de 6.444 millones de euros, con una tasa de cobertura del 133%, hasta 35 puntos más que la media de España, que sigue sufriendo un déficit de 6.549 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 diez primeros meses del año un 13,2%, hasta los 34.008 millones.

FORTALEZA AGROALIMENTARIA

La sequía continúa interfiriendo en la producción agraria de la comunidad y, en menor medida, en las ventas internacionales, especialmente las de aceite de oliva y frutas. Aun así, Andalucía mantiene su fortaleza exportadora, como segunda comunidad en ventas agroalimentarias, a sólo dos puntos del liderazgo nacional, gracias al impulso de las hortalizas.

En concreto, la comunidad alcanzó los 11.268 millones en exportaciones de alimentos y bebidas entre enero y octubre de 2023, tan sólo un 4,2% menos que en los diez primeros meses de 2022, pese a la escasez de lluvias. La agroindustria andaluza, aun así, aportó un superávit comercial de 5.329 millones a la balanza comercial de Andalucía con el exterior.

Tres capítulos agroalimentarios suman el mayor peso en las ventas andaluzas, con distintos comportamientos: las hortalizas, desde el segundo puesto, con 3.256 millones de euros, el 10,3%, que crecen un 4,6% interanual; las frutas, con 2.408 millones, el 7,6%, que bajan un 7,5% desde el cuarto lugar; y el aceite de oliva, con una factura de 2.663 millones, el 74% de todo lo que vende España, a pesar de registrar una bajada de las exportaciones del 5,5%. Se trata de un producto que



forma parte del capítulo de grasas y aceites vegetales, tercero del ranking, que cae un 7,5% y alcanza una factura de 3.093 millones (9,7% del total).

Sólo se encuentran por delante en ventas los combustibles que, por las fluctuaciones inherentes al mercado energético, reducen su factura un 21,6%, hasta los 5.089 millones de euros, el 16% del total, si bien, Andalucía lidera las exportaciones por toneladas, con 7.876, el 25,3% del total nacional, con un descenso mucho menor, de sólo el 3,6%.

En sexta posición se encuentra el aeronáutico, con 1.398 millones de euros, el 4,4% del total, que registra un leve descenso del 6,3%; mientras que en octavo lugar están los productos diversos de las industrias químicas, con 995 millones, el 3,1% y una caída del 45%, por la bajada del biodiesel; seguido de minerales, escorias y cenizas, con 987 millones, el 3,1%, que cae un 33%; y fundición, hierro y acero, con 907 millones, el 2,9% del total, que desciende un 25,1%.

TRES MERCADOS EXTRACOMUNITARIOS EN EL TOP 10

Europa es el primer destino de las ventas andaluzas, cuya capacidad de diversificación se consolida gracias a la presencia de un trío de mercados de otros tres continentes en su TOP 10 exportador: América, África y Asia.

Así, encabeza la lista de países Francia, con 3.384 millones de euros, el 10,7% del total, manteniendo prácticamente la misma cifra de enero-octubre de 2022, sólo un 0,5% menos; seguido por Alemania, con 3.332 millones y una subida del 1%; y Portugal, con 2.966 millones y un ascenso del 4%.

Fuera del continente europeo, EE.UU. es el primer mercado no comunitario y quinto mundial, con una factura de 2.718 millones, el 8,6% y una leve bajada del 1,3%; mientras que Marruecos ocupa el octavo lugar, con 1.411 millones de euros, el 4,4% del total, y una caída del 17%; y China es noveno, con 900 millones (2,8% del total) y un 32% menos.

El sector exterior andaluz experimenta avances que refuerzan su apuesta por abrirse a otros destinos, de forma que entre sus primeros 25 mercados, registra subidas destacadas en Brasil (14°), donde exporta un 39% más que en enero-octubre de 2022, hasta los 366 millones de euros; México (16°), con 311 millones y un alza del 24,6%; y Egipto (22°), que crece un 28%, hasta alcanzar los 209 millones de euros.



MÁLAGA, DE RÉCORD; Y CÁDIZ, LÍDER

Cinco provincias andaluzas alcanzan superávit comercial, mientras que Málaga es la que más crece, un 14,7%, lo que le permite registrar un nuevo récord histórico, de 2.738 millones, el 8,6% del total andaluz, que la sitúa como quinta provincia exportadora, ganando una posición en el ranking andaluz respecto a la que tenía en octubre de 2022, 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 6.976 millones de euros, el 22% del total y una bajada del 21,3%, afectada por los productos energéticos. Igual le ocurre a Huelva, que baja un 18,9%, aunque se sitúa como tercera exportadora, con 6.277 millones, el 19,8% del total.

SEVILLA, ALMERÍA, CÓRDOBA, GRANADA Y JAÉN APORTAN SUPERÁVIT

Sevilla registra el mayor superávit comercial de Andalucía, con 1.351 millones de euros y, además, gana una posición en el ranking exportador andaluz, respecto a octubre de 2022, al colocarse segunda con ventas por valor de 6.457 millones de euros, el 20,3% del total, pese a un descenso del 9,6% interanual. Como cuarta exportadora se sitúa Almería, con unas ventas de 4.540 millones, el 14,3% del total, y el tercer mayor superávit entre las provincias, de 818 millones de euros.

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, con exportaciones por valor de 2.426 millones de euros, el 7,6%, un 4,9% menos, aunque presenta una balanza comercial saneada, con un superávit de 1.016 millones, el segundo mejor; Granada suma unas ventas de 1.250 millones (3,9%) y un decrecimiento del 3,7%, si bien también registra un saldo comercial positivo de 99 millones; y Jaén alcanza los 1.083 millones en ventas (3,4% del total), con una bajada del 13,6% respecto a enero-octubre de 2022, aunque presenta un superávit de 97 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](https://www.andaluciatrade.es/observatorio-internacionalizacion/). Más información en: <https://www.andaluciatrade.es/observatorio-internacionalizacion/>

Fuente: [Andalucía TRADE](https://www.andaluciatrade.es/)



La Fundación del Olivar y Cáritas proporcionarán aceite de oliva a las personas sin hogar

La Fundación del Olivar facilitará botellas de aceite de oliva para su consumo por parte de los usuarios y usuarias del Programa de Personas sin Hogar de Santa Clara de la capital. La delegada territorial de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural y presidenta ejecutiva de la Fundación del Olivar, Soledad Aranda, y Rafael Ramos, presidente de Cáritas Diocesana de Jaén, firmaron este lunes el convenio.

Tal y como señaló la delegada, el objetivo pasa por «fortalecer el compromiso social de la fundación y promover una alimentación saludable entre estas personas gracias a la colaboración con Cáritas». Al mismo tiempo, Soledad Aranda señaló el compromiso de la Consejería con esta iniciativa que busca «proporcionar aceites de oliva de alta calidad como parte integral de una dieta mediterránea equilibrada».

«En la Fundación del Olivar nos sentimos profundamente honrados de participar en esta noble causa», detalló Soledad Aranda, quien hizo hincapié en «el poder transformador de la alimentación saludable y la importancia de proporcionar a aquellos que más lo necesitan alimentos de calidad». La delegada de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural reiteró «el compromiso continuo con la responsabilidad social y la promoción de la dieta mediterránea, un pilar de bienestar y nutrición».

La Fundación del Olivar y Cáritas Diocesana de Jaén trabajan codo a codo para llevar a cabo este proyecto que, como recordó la presidenta ejecutiva y delegada territorial, «contribuirá a mejorar la calidad de vida de aquellos que enfrentan situaciones de vulnerabilidad; es el primer paso para la colaboración entre el sector del aceite de oliva y las organizaciones sociales con el objetivo de abordar los desafíos sociales que tenemos en la provincia», concluyó.

Fuente: IDEAL

The advertisement is a rectangular banner with a light blue background. On the left, there is a logo for 'LABORATORIO unaproliva' featuring a stylized molecular structure with green, yellow, and blue spheres. To the right of the logo, the text reads: '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', and 'www.laboratoriounaproliva.com'. Below this text, there is a photograph of a laboratory setting with a pipette dispensing liquid into a test tube. On the far left, a blue vertical box contains the text: 'Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva' and 'NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ'.