

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

20 de noviembre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Los superintensivos de Sevilla y Badajoz concentran el 50% de los aceites extratemperanos de la nueva campaña.

Madrid ya tiene su propia DO de aceite: Aceite de Madrid.

El Centro de Interpretación del Olivar 5 Elementos, Mejor Producto Turístico de Castilla-La Mancha 2023.

Andalucía alcanza unas exportaciones de 28.498 millones en los primeros nueve meses de 2023, el segundo mejor registro histórico.

Portugal aguanta sin vender su producción de aceite de oliva.

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](https://www.caixabank.es)

paralimpicos

PUBLICIDAD

AgroBank

Los superintensivos de Sevilla y Badajoz concentran el 50% de los aceites extratempranos de la nueva campaña

La nueva campaña se va olvidando con el paso de las semanas de los aforos adentrándose en el terreno de las realidades. Con algunos días de retraso por las esperadas lluvias otoñales que han permitido redondear la aceituna, las almazaras y explotaciones que apuesta por los AOVEs extratempranos -mayoritariamente en el caso del superintensivo y en seto- se han puesto en marcha.

Los datos de AICA referidos al mes de octubre, el primero de la campaña oficial 2023/2024 muestran como la producción se ha quedado en las 35.813 toneladas. Si atendemos a unos aforos previstos del entorno de las 750.000 toneladas en global para la campaña, el porcentaje de los AOVEs extratempranos producidos en el mes de octubre no alcanzarían ni el 5% de la producción en global.

Como viene ocurriendo en años anteriores, el eje formado por los olivares superintensivos y en seto de las vegas del Guadalquivir y el Guadiana es la que domina totalmente este mercado de los AOVEs extratempranos, como ocurre con los olivares de Alqueva en Portugal.

Según las cifras de AICA, entre la producción de la provincia de Sevilla y la de Badajoz han concentrado esta campaña casi el 50% del total de aceites producidos en el mes de octubre. La provincia sevillana los lidera con 12.555 tn, seguida de la de Badajoz con 4.848 tn. En un siguiente escalón irían las dos provincias con más producción global de aceites de oliva en España, Córdoba con 4.048 tn y Jaén con 2.945 tn. Cataluña, por el peso de la Arbequina, también ha sumado 1.969 toneladas mientras que la Comunidad Valencia se queda en 1.578 tn. Destaca el caso del olivar de Castilla-La Mancha, dominado por la Cornicabra más tardía en su maduración, que pese a ser la segunda región española en producción en volumen solo aporta 463 tn de aceites extratempranos en octubre.

El eje de los valles del Guadalquivir y Badajoz aporta grandes similitudes en el caso de los AOVEs extratempranos de primeros de campaña, tanto en la tipología de sus explotaciones de superintensivo y en seto, como en el perfil empresarial de sus propietarios, así como en el tamaño y funcionamiento de sus almazaras. Y también en que siguen desarrollándose nuevas explotaciones y almazaras de gran tamaño que reforzarán en sus próximos años su dominio en los aceites producidos en los dos primeros meses de campaña.



El potencial productivo de ambas provincias quedó claro hace dos campañas cuando entre ambas sumaron más de 200.000 toneladas de aceites de oliva. Con el paso de las campañas, los aceites tempranos de ambas provincias comienzan a tener un gran protagonismo en las primeras operaciones de mercado oleícola, restando incluso peso a las de la zona de Alqueva que siempre marcaban precios al inicio de la nueva campaña.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

Madrid ya tiene su propia DO de aceite: Aceite de Madrid

Este 2023 se ha reconocido a Aceite de Madrid como denominación de origen a nivel europeo gracias al esfuerzo de cooperativas y productores privados. Como consecuencia de ello, la Unión de Cooperativas Agrarias Madrileñas (UCAM), promotora de la DO junto a la Comunidad de Madrid, lanza al mercado la Denominación de Origen Aceite de Madrid, intensificando sus esfuerzos para hacer llegar la marca al consumidor final.

Pese a su percepción como una región preferentemente urbana, en la Comunidad de Madrid más de 4.500 agricultores cultivan unas 25.000 hectáreas de olivar (1% de la superficie nacional) diseminadas en explotaciones de 90 municipios que producen, anualmente, cinco millones de kilos de aceituna.

El aceite de Madrid cuenta con unas características que lo hacen único, fundamentalmente debido a la producción de variedades de aceituna de alta calidad cultivadas tradicionalmente y elaboradas con métodos modernos en un territorio bien definido.

La mayoría de las almazaras se localizan en núcleos pequeños de población con lo que el cultivo fija la población del medio rural.

La zona de producción de la DO Aceite de Madrid se halla al sureste de la Comunidad, en las comarcas de La Campiña, Las Vegas y Zona Sudoccidental, donde los olivos se adaptan a las condiciones climáticas y culturales de la tierra.

La intensidad aromática de la DO Aceite de Madrid procede de las variedades de aceituna propias de la región. Las variedades principales son la aceituna cornicabra, la castellana y la manzanilla

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

Kubota

For Earth, For Life Kubota

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



cacereña. Las variedades minoritarias autóctonas son la aceituna carrasqueña, la gordal, la asperilla y la redondilla.

Los productos con DO Aceite de Madrid se caracterizan, gracias al ensamblaje natural de variedades principales y minoritarias, por sus intensos aromas de aceituna, almendra, hierba, hoja, manzana, tomate y plátano, que se reafirman en boca junto a una equilibrada presencia de los atributos amargo y picante. En cualquier caso, el consumidor puede adquirir producto con DO Aceite de Madrid en coupage. “Todos los descriptores del aceite, los encontramos en nuestra DO”, recalca Esther Alonso, directora de la DO.

El proceso de elaboración de los aceites de oliva virgen extra madrileños comienza con la recolección en el campo, que se realiza utilizando sólo aceituna sana en un momento controlado de maduración del fruto y del árbol. La aceituna se recoge con esmero y limpieza para evitar su deterioro, y se entrega en la almazara menos de 24 horas después de su recolección.

Desde el punto de vista de la salud, los estudios de caracterización del olivar y de estos aceites de oliva virgen extra refuerzan continuamente las propiedades antioxidantes y antiinflamatorias del Aceite de Madrid debido a su alto contenido en pigmentos y en polifenoles. De ahí que el aceite de oliva virgen extra sea uno de los componentes imprescindibles de la cocina mediterránea

En los últimos años, varios aceites madrileños han sido premiados en concursos nacionales e internacionales. Entre las almazaras premiadas se encuentran La Aceitera de la abuela, Oleum Laguna o la Aceitera del Campo.

¿Dónde encontrarlo?

El aceite con DO Aceite de Madrid se puede encontrar ya en una amplia red de tiendas y supermercados, pero también se puede comprar online en la siguiente dirección web: <https://www.aceitedemadrid.com/>

La DO Aceite de Madrid se diferencia en gran medida de las del resto de España, incluso de las cercanas geográficamente.

La DO Montes de Toledo es 100% variedad Cornicabra. Se trata de un aceite picante y amargo. El aceite madrileño, al tener variedades que suavizan el impacto de esta variedad, es más suave. “En todo caso, contamos con la ventaja de que nosotros también podemos tener, dentro de nuestra DO, sólo variedad cornicabra porque la producimos”, sigue Esther Alonso.



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



La DO Alcarria es 100% variedad Manzanilla castellana. Y, por lo tanto, produce aceites muy suaves. “El nuestro es un aceite completo, que además tiene una gran estabilidad”, sigue Alonso.

Ahora, la DO Aceite de Madrid adquiere el reto de darse a conocer y expandir su red de ventas. “Hasta hace muy poquito sólo se comercializaba en las almazaras. Pero ya hace un tiempo que la venta online y en tiendas especializadas está en auge”, añade.

También oleoturismo

Cooperativas y promotores privados ofrecen también opciones de oleoturismo a posibles visitantes, que incluyen desde la visita a la almazara hasta los campos de recolección y, por supuesto, también catas de aceite, según cada momento del año.

El año del aceite comienza con la floración del olivo, a primeros de junio. A lo largo del verano, crece la aceituna. A partir del mes de octubre, comienza la producción de los aceites tempranos. El momento de la recolección, a partir de noviembre, es el más visitado oleoturísticamente, puesto que el aceite se puede catar según termina de elaborarse.

La campaña de recolección acaba en febrero, si bien una vez que empiezan las heladas, en diciembre, la calidad del aceite es diferente. “Cada momento tiene su visita”, añade la gerente de la DO.

Los interesados en conocer más de cerca el mundo del aceite a través del oleoturismo pueden ponerse en contacto con el Consejo Regulador de la DO a través del mail info@aceitedemadrid.com

Fuente: [Interempresas](#)

El Centro de Interpretación del Olivar 5 Elementos, Mejor Producto Turístico de Castilla-La Mancha 2023

El [Centro de Interpretación del Olivar 5 Elementos](#) de [Finca La Pontezuela](#) recibió a finales del mes de septiembre el reconocimiento como Mejor Producto Turístico de Castilla-La Mancha 2023. Este galardón resalta la excepcional experiencia que ofrece el centro a sus visitantes, sumergiéndoles en el fascinante mundo del olivar, una parte integral de la rica tradición agrícola de la región, según informó la empresa.

El presidente de Finca La Pontezuela, Juan Antonio Gómez-Pintado, recibió este galardón de manos del presidente de Castilla-La Mancha, Emiliano García-Page, un premio que refleja "el compromiso de nuestra compañía en promover el turismo sostenible y cultural en la región".



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

A través de sus sorprendentes e innovadoras instalaciones y actividades, los visitantes del Centro de Interpretación del Olivar 5 Elementos tienen la oportunidad de aprender sobre el proceso de cultivo del olivo, la producción de aceite de oliva virgen extra y su importancia en la cultura local.

Finca la Pontezuela subrayó que este centro destaca por ofrecer a sus visitantes una experiencia inmersiva y educativa en el mundo del olivar, un componente fundamental de la rica tradición agrícola de la región.

Además, la empresa remarcó que este premio resalta la calidad y el valor del trabajo realizado por el equipo detrás de esta iniciativa.

Durante la entrega de premios, el presidente de Finca La Pontezuela agradeció “a todos los que hacen posible que nuestro centro sea un destino único y enriquecedor. Pero, sobre todo, queremos dar las gracias a todos nuestros visitantes por confiar en nosotros y por ser parte de esta experiencia. Sigamos creciendo juntos y descubriendo los tesoros del olivar”.

Gómez-Pintado confía en que “este reconocimiento atraiga una mayor atención y visitantes al Centro de Interpretación del Olivar 5 Elementos, contribuyendo así al desarrollo turístico de la zona y promoviendo la valorización de los recursos agrícolas y culturales de Castilla-La Mancha”.

Fuente: [Mercacei](#)

Andalucía alcanza unas exportaciones de 28.498 millones en los primeros nueve meses de 2023, el segundo mejor registro histórico

Andalucía alcanzó unas exportaciones por valor de 28.498 millones de euros entre enero y septiembre de 2023, cifra que supone su segundo mejor registro de la historia para los nueve primeros meses de un año desde que se tienen datos homologables (1995). Si bien supone una bajada del 12,4% interanual, significa hasta un 13,6% más (3.417 millones de euros) que las ventas al exterior que se contabilizaron en enero-septiembre de 2021, el que hasta 2022 contaba con la mayor factura de los primeros nueve meses de un año. Por tanto, el de 2023 es el segundo mejor registro histórico, sólo por debajo del récord del pasado año.

Las exportaciones andaluzas de los tres primeros trimestres de 2023 se ven claramente afectadas por la sequía y las circunstancias del contexto internacional del descenso hasta septiembre del precio internacional de los productos energéticos y de las materias primas industriales (combustibles,



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



hierro y acero, algunos minerales, etc.). Aun así, los dos capítulos que experimentan una mayor subida del Top 10 son industriales: el cobre y sus manufacturas, con un 17,2% más que en enero-septiembre de 2022; y el de máquinas, aparatos y material eléctrico, con un crecimiento del 15,9%.

Hasta tal punto afecta el capítulo energético, que viene interfiriendo de forma decisiva en la balanza comercial con el exterior de Andalucía, que, con una tasa de cobertura del 94,1%, se acerca al equilibrio, 3,4 puntos por encima que la media de España, que se queda en el 90,7% y sufre un déficit comercial de 29.596 millones.

Sin embargo, si se tiene en cuenta sólo las ventas no energéticas, Andalucía ya obtendría un superávit de 5.883 millones de euros, con una tasa de cobertura del 133%, hasta 35 puntos más que la media de España, que continuaría sufriendo un déficit de 4.718 millones de euros en su balanza comercial no energética. Esta afectación tan intensa para Andalucía se debe a que algunos puertos andaluces son vía de entrada de gran parte de los productos energéticos que compra España en el exterior para consumo en todo el territorio nacional, pero imputándose en la balanza comercial andaluza.

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 nueve primeros meses del año un 14,1%, hasta los 30.291 millones.

La tendencia que experimentan las ventas en los primeros nueve meses del año es consecuencia igualmente de la factura del mes de septiembre, último en contabilizarse, que sumó 2.962 millones de euros exportados y una bajada del 23,9% sobre el mismo mes de 2022.

Liderazgo agroalimentario

La sequía es el otro componente que está afectando gravemente este año a la producción agraria de la comunidad y, en menor medida, a las exportaciones, especialmente a las de aceite de oliva y frutas. Aun así, Andalucía mantiene su pulso exportador, como segunda comunidad en ventas agroalimentarias, a sólo un punto del liderazgo, gracias al impulso de las hortalizas.

En concreto, la comunidad superó los 10.300 millones en ventas internacionales de alimentos y bebidas (10.309 millones de euros) entre enero y septiembre de 2023, tan sólo un 3,8% menos que en los nueve primeros meses de 2022, pese a la sequía. En cualquier caso, la agroindustria andaluza aportó un superávit comercial de 4.947 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, con 3.012 millones de euros, el 10,6%, que crecen un 6,8%



interanual, desde el segundo puesto; las frutas, con 2.302 millones, el 8,1%, que bajan un 7,6% desde el cuarto lugar; y el aceite de oliva, con una factura de 2.352 millones a pesar de registrar una bajada de las exportaciones del 5,2%, un producto que forma parte del capítulo de grasas y aceites vegetales, tercero del ranking, que cae un 7,7% y alcanza una factura de 2.740 millones (9,6% del total).

Sólo se encuentran por delante en ventas los combustibles que, por las fluctuaciones asociadas al mercado energético bajan en ventas un 21,9%, hasta los 4.579 millones de euros, el 16,1% del total, si bien, Andalucía lidera las exportaciones por toneladas, con 7.107, el 25% del total nacional, con un descenso mucho menor, de sólo el 3,4%.

En sexta posición se encuentra el aeronáutico, con 1.237 millones de euros, el 4,3%, que registra un leve descenso del 5%; mientras que en octavo lugar están los productos diversos de las industrias químicas, con 914 millones, el 3,2% y una caída del 44%, por la bajada del biodiesel; seguido de minerales, escorias y cenizas, con 846 millones, el 3%, que cae un 37%; y fundición, hierro y acero, con 816 millones, el 2,9% del total, que desciende un 27,2%.

TRES MERCADOS EXTRACOMUNITARIOS EN EL TOP 10

Francia es el primer mercado de las ventas en este periodo, con 3.115 millones de euros, el 10,9% del total, manteniendo prácticamente la misma cifra de enero-septiembre de 2022, sólo un 0,4% menos. Fuera del continente europeo, EE.UU. es el primer mercado no comunitario y quinto mundial, con una factura de 2.388 millones, el 8,4% y una bajada del 3,5%; mientras que Marruecos ocupa el octavo lugar, con 1.246 millones de euros, el 4,4% del total, y una caída del 18,6%; y China es noveno, con 749 millones (2,6% del total) y un 37% menos.

El sector exterior andaluz experimenta avances que refuerzan su diversificación de destinos, de forma que entre sus primeros 25 mercados, registra subidas destacadas en Brasil (14°), donde exporta un 42% más que en enero-septiembre de 2022, hasta los 347 millones de euros; México (16°), con 276 millones y un alza del 20,6%; y de Egipto (23°), que crece un 22,7%, hasta alcanzar los 177 millones de euros.

MÁLAGA, LA QUE MÁS CRECE; Y CÁDIZ, LÍDER

Cinco provincias andaluzas alcanzan superávit comercial, mientras que Málaga es la que más crece, un 15%, lo que le permite registrar un nuevo récord histórico, de 2.472 millones, el 8,7% del total andaluz, y la sitúa como quita provincia exportadora, ganando una posición en el ranking andaluz respecto a la que tenía en septiembre de 2022.



Aun así, Cádiz se mantiene como primera exportadora andaluza, con 6.027 millones de euros, el 21,1% del total y una bajada del 25,5%, mediatizada por los productos energéticos. Igual le ocurre a Huelva, que baja un 18,8%, aunque se sitúa como tercera exportadora, con 5.736 millones, el 20,1% del total.

SUPERÁVIT EN SEVILLA, ALMERÍA CÓRDOBA, GRANADA Y JAÉN

Sevilla registra el mayor superávit comercial de Andalucía, con 1.182 millones de euros y, además, gana una posición en el ranking exportador andaluz, respecto de septiembre de 2022, al alcanzar ventas por valor de 5.799 millones de euros, el 20,3% del total, pese a un descenso del 10,4% interanual. Como cuarta exportadora se sitúa Almería, con unas ventas de 4.180 millones, el 14,7% del total, y el tercer mayor superávit entre las provincias, de 925 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 2.183 millones de euros, el 7,7%, un 3,4% menos, aunque presenta una balanza comercial saneada, con un superávit de 938 millones, el segundo mejor; Granada suma unas ventas de 1.138 millones (4%) y un decrecimiento del 3,9%, si bien también registra un saldo comercial positivo de 159 millones; y Jaén alcanza los 964 millones en ventas (3,4% del total), con una bajada del 14,6% respecto a enero-septiembre de 2022, aunque presenta un superávit de 81 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](#)

Portugal aguanta sin vender su producción de aceite de oliva

Una semana más, y ya vamos por la tercera consecutiva, el mercado español del aceite de oliva vuelve a mostrar signos de debilidad en los precios del aceite de oliva en origen en prácticamente todas las categorías.



Al cierre de esta semana, las cotizaciones de los aceites de oliva lampante se fijaban en el entorno de los 6,50€/kg frente a los 6,90€/kg a lo que se operaba a mediados del mes de octubre. Es decir, estamos ante un ajuste a la baja del 6% en un mes. En el caso de la categoría de aceite de oliva virgen las escasas operaciones que se cierran están en la horquilla de los 6,70 y los 7,00€/kg, mientras que los vírgenes extras frescos son los que mejor están aguantando los precios entre los 7,90€/kg y los 8,00€/kg.

Sin duda que este comportamiento del mercado se mueve principalmente por la necesidad de liquidez que tienen los olivares, que en estos dos años de malas cosechas se han visto muy perjudicados. Así, ahora las almazaras están siendo presionadas por los agricultores para liquidar sus aceitunas en el mismo momento de la entrega, cuando antes no había esa necesidad y se liquidaban a lo largo del año. De esta forma la venta del aceite de oliva se hacía de manera más pausada y no saturaba de oferta el mercado con la consiguiente bajada de precios.

Y en este contexto de mayor oferta de aceites nuevos, no sólo en España, sino en los principales países productores del arco mediterráneo, es cuando el sector productor portugués está adoptando una decisión de esperar y no precipitar las salidas de sus aceites para no provocar nuevas bajadas de precios.

Los portugueses saben que este año España andará muy justa en disponibilidades y sus 170.000 toneladas serán importantes si se gestionan bien.

Y qué se nos viene por delante

¿Qué nos deparará el mercado en los próximos meses? Pues, sin duda, hay dos factores que serán determinantes para entender el futuro comportamiento de los precios: la climatología y por ende las lluvias, tanto en invierno como en primavera, y la floración próxima. La cosecha actual ya está descontada y ahora lo que preocupa al agricultor es la que tiene que empezar a hacerse en el árbol cuando acabe la recolección.

Si lloviese lo suficiente para mejorar el cultivo y España pudiese alcanzar los 1,8 millones de toneladas, entonces si que habría que empezar ya a controlar la evolución de los precios en origen para no llegar de nuevo a los precios de ruina del pasado.

Fuente: [Olimerca](#)

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

