

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*24 de mayo de 2023*



## HOY ES NOTICIA:



Las exportaciones agroalimentarias suben un 5,2% en el primer trimestre y superan los 4.100M€.

Cuatro DOPs de Aceite de Oliva se unen en una cata conjunta.

España e Italia se unen en defensa de la calidad del AOVE.

Sudáfrica se posiciona en producción de aceite de oliva de alta calidad.

Extenda impulsará la presencia de productos agroalimentarios andaluces en el mercado rumano.



### Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en [CaixaBank.es/agrobank](https://CaixaBank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



# Las exportaciones agroalimentarias suben un 5,2% en el primer trimestre y superan los 4.100M€

Las frutas y hortalizas alcanzan los 2.500M€ al subir un 5,4% y los 672M€ del sector oleícola andaluz suponen un incremento del 3,8%.

El Consejo de Gobierno ha tomado conocimiento de las exportaciones del sector agroalimentario andaluz en el primer trimestre de 2023 por valor de más de 4.116 millones de euros, cifra que supone un aumento del 5,2% que en el mismo período del año anterior.

En el caso concreto del mes de marzo, estas ventas internacionales ascendieron a 1.598 millones de euros, un 16,7% más que en el mismo mes de 2022. Los efectos de la sequía, no obstante, se manifiestan en el descenso experimentado del volumen exportado de productos agroalimentarios, que fue de enero a marzo de 2023 de 1.863.419 toneladas, lo que significa una bajada del 16,9% respecto a la misma franja temporal del año precedente.

Respecto a las ventas internacionales de alimentos y bebidas de Andalucía por provincias, Almería sigue liderando en solitario el ranking de exportaciones agroalimentarias andaluzas, con ventas el primer trimestre por un importe de 1.595,63 millones de euros, un 9,5% más que en el mismo período de 2022. Le siguen Sevilla, con 790,77 millones de euros (+12,7%) y la provincia de Huelva, con 556,51 millones de euros (+2,2%). El mayor incremento en valor lo ha acaparado Málaga, con un 19,7% más, hasta los 374,41 millones de euros. La tabla la completan las provincias de Córdoba, con 282,20 millones de euros (-0,7%); Granada, con 262,30 millones de euros (+0,1%); así como Cádiz, con 199,20 millones de euros (-22,1%); y Jaén, que perdió un 42,4% en valor, hasta los 55,52 millones de euros.

Respecto a los sectores, el hortofrutícola alcanzó los 2.547,06 millones de euros el primer trimestre del año en valor de sus exportaciones, lo que representa un incremento del 5,4%. El crecimiento es aún mayor en el mes de marzo, cuando se vendieron fuera de España frutas y hortalizas andaluzas por valor de 986 millones de euros, un 11,6% más que en el mismo mes de 2022. La menor disponibilidad hídrica sí ha provocado un descenso en la producción, con 1.243.431 toneladas exportadas el primer trimestre del año, un 11,4% menos que los mismos meses del año anterior.

Las exportaciones de frutas y hortalizas de la provincia de Almería representaron el 61% del global de Andalucía entre enero y marzo de este año. En este período en concreto, Almería vendió frutas y hortalizas por 1.550,82 millones de euros, un 9,7% más que en el primer trimestre de 2022. Le



sigue Huelva, con el 20% del total y exportaciones por valor de 499,49 millones de euros (-2%), así como Granada, con 147,84 millones de euros, (-3,9%). Completan el ranking Málaga, con 136,61 millones de euros (-1,9%); Sevilla, con 106,85 millones de euros (-6,3%); Córdoba, con 54,92 millones de euros (+37,3%); además de la provincia de Cádiz, con 47,70 millones de euros (+8,8%); y, finalmente, Jaén, con 2,82 millones de euros (+9,4%).

Por su parte, el sector oleícola andaluz exportó de enero a marzo de 2023 productos por valor de 672 millones de euros, una cifra que supone un incremento del 3,8% con respecto a los tres primeros meses de 2022. Las cifras son aún más positivas en el caso específico del mes de marzo, cuando se ha exportado aceite de oliva desde Andalucía por 267 millones de euros, un 28,8% más que en el mismo mes del año precedente. Los efectos de la sequía se reflejan, por el contrario, en el volumen exportado en el mismo período, que ha sido de 140.201 toneladas, un 28,9% menos.

Por provincias, Sevilla sigue liderando el ranking en exportaciones de aceite de oliva con ventas fuera de España entre enero y marzo por valor de 340,83 millones de euros, lo que representa un incremento respecto a los mismos meses de 2022 del 24,3%. Le siguen las provincias de Córdoba y Málaga, con 135,44 millones de euros (-18,8%) y 108,25 millones de euros (+50,3%), respectivamente. En cuanto al resto de provincias, la de Granada vendió aceite de oliva fuera de las fronteras nacionales por valor de 43,15 millones de euros (-6,5%); Jaén se quedó con 38,53 millones de euros (-51,8%); Huelva con 3,81 millones de euros (-0,1%); Cádiz con 1,65 millones de euros (+98,8%); y, finalmente, la provincia de Almería con 650.000 euros (-83,6%).

El ranking de países de destino de las exportaciones agroalimentarias andaluzas lo sigue liderando Alemania, con 883 millones de euros en los pasados meses de enero, febrero y marzo, lo que supone un incremento del 12,8% en relación con los tres primeros meses de 2022. Le siguen Francia, con 482 millones de euros (+6,4%); Países Bajos (+17,1%), Portugal (+40,3%), así como Italia (-30,9%). Destacan también las exportaciones a Reino Unido, con 340 millones de euros (-9,6%); y a Estados Unidos, con un 26,8% más y 245 millones de euros.

Finalmente, el ranking de productos más vendidos del sector agroalimentario andaluz lo encabezó entre enero y marzo pasado el pimiento, con exportaciones por valor de 504 millones de euros, lo que supone un incremento del 16,4% respecto al mismo período de 2022. Le siguieron el aceite de oliva virgen extra, con 394 millones de euros (+0,6%); el pepino, con 367 millones de euros (18,4%); el tomate, con 346 millones de euros (+0,6%); así como el aceite de oliva no virgen, con 189 millones de euros (+7,8%); el calabacín, con 133 millones de euros (-7,8%); y la frambuesa, con 131 millones de euros, la misma cifra que en el primer trimestre de 2022.

Fuente: [Junta de Andalucía](#)

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA · 100 AÑOS · SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

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



## Cuatro DOPs de Aceite de Oliva se unen en una cata conjunta

La Denominación de Origen Sierra Mágina junto a otras tres DOPs nacionales, Aceite de Lucena, Montes de Toledo y Aceite de Navarra, organiza una cata online en la que se catarán cuatro aceites de estas figuras de calidad diferenciada de cuatro variedades diferentes:

- Hojiblanca, de la DOP Aceite de Lucena
- Cornicabra de la DOP Montes de Toledo
- Picual de la DOP Sierra Mágina
- Arróniz, de la DOP Aceite de Navarra.

Será el martes 30 de mayo a las 18.00 horas y se desarrollará a través de la plataforma zoom. El coste es de 5 euros.

Para más información [PINCHE AQUÍ](#).

Fuente: [Olimerca](#)

## España e Italia se unen en defensa de la calidad del AOVE

Con motivo del décimo aniversario de la Asociación Española de Maestros y Operarios de Almazaras (AEMODA), representantes de asociaciones del sector agrícola y oleícola de España e Italia se han reunido el pasado 20 de mayo con el objetivo de establecer las bases de colaboración entre ambos países para la defensa de la calidad del aceite de oliva virgen extra.

Representantes de las asociaciones italianas Confagricoltura y Assofrantoi y de las españolas AEMODA y AEMO han celebrado en el Hotel Capital de Campagna (Salerno) la primera jornada de hermanamiento para el intercambio de experiencias y conocimientos en torno al sector, promovida por el agrónomo italiano Leonardo Feola y por la directora de la agencia española Caracol Tours, Isabel Calvache.

En la apertura de la jornada, la responsable nacional de aceite y vino de Confagricoltura, Palma Expósito; el presidente de la sección olivícola de Confagricoltura Campania, Antonio Casazza; y el

**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](mailto:bioland@grupooleicolajaen.com)



presidente de Assofrantoi, Paolo Mariani, han destacado la importancia de la unión de Italia y España para liderar la defensa de la calidad del virgen extra de origen europeo.

El presidente de AEMODA Manuel Caravaca, ha incidido en la necesidad de la formación continua para la profesionalización del sector. A continuación, el profesor de la Universidad de Bari Alessandro Leone, ha ofrecido una visión global del cultivo en la Cuenca del Mediterráneo y ha presentado innovaciones técnicas para la extracción del virgen extra de calidad.

Por su parte, el director de AEMO, José María Penco, ha subrayado que el futuro del sector en ambos países pasa por la producción del virgen extra como la bandera de todas las categorías.

Asimismo, el director de producción de la almazara Oleícola San Francisco, Manuel Jiménez, ha compartido su experiencia familiar de éxito al ser pioneros en España en la implantación del oleoturismo como instrumento de desarrollo socioeconómico. En la misma línea se ha manifestado Isabel Calvache, directora y fundadora de Caracol Tours, quien ha hablado de su propuesta de crear experiencias en el olivar y la almazara desde las emociones y el disfrute sensorial.

Tras las presentaciones, los asistentes han disfrutado de una cata de AOVes Premium, en la que se ha realizado un recorrido por la geografía española a través del arbequino de Cuadrat Valley, el picual de Esencial Olive Noviembre y el hojiblanco de Almazaras de la Subbética por parte de España y presentados por José María Penco. En representación de Italia, Michele Trimarco, de Assagiattori Associati, ha presentado el coratina-itrana de Fattoria Ambrosio y el ortice de Frantoio Romano.

Finalmente, en la jornada se ha anunciado la publicación de un manifiesto que recogerá objetivos y acciones específicas de este pacto que ha visto la luz en Salerno.

Fuente: [Mercacci](#)

## Sudáfrica se posiciona en producción de aceite de oliva de alta calidad

Stellenbosch (Sudáfrica) (AFP) – Las olivas verdes caen ante las sacudidas de los rastrillos en un paisaje de colinas similar al de Toscana, en Italia. La cosecha está en pleno auge en la región vitícola de Ciudad del Cabo, en Sudáfrica, que produce ahora aceites dignos de las mejores mesas.

**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

Ya famosa por sus vinos, Sudáfrica no era esperada en un sector donde reinan España, Italia, Francia o Grecia, y luego de que varios productores de oliva fueran premiados en los últimos años, ahora irrumpe en el terreno de la alta calidad.

"¿Usted huele este aroma de almendra dulce?", dice saboreándose Gert van Dyk, de 49 años, del dominio Tokara situado en Stellenbosch, a unos 50 km de Ciudad del Cabo, al presentar un aceite de oliva extra virgen recién extraído y premiado este año en Estados Unidos.

El gerente de la granja de 8.000 árboles de olivo vierte el líquido verde claro en su lengua como los enólogos, y luego lo aspira para "saborear lo amargo en el fondo de la garganta".

Controla la producción de aceite "desde el árbol hasta la estantería", dice a la AFP.

Frente al creciente éxito, la granja, inicialmente especializada en vino, ha convertido el aceite en un producto clave, hasta dedicarle un edificio entero y proponer degustaciones a los visitantes.

Este aceite, como el de otros dominios sudafricanos que buscan la excelencia, es comprado en los mejores restaurantes de la región. "Tenemos aquí un aceite de calidad extraordinaria", señala con entusiasmo el chef francés Christophe Dehosse, de 55 años.

Cuando se instaló en el país, hace treinta años, el aceite de oliva sudafricano era un concepto aun principiante. Ahora la producción local es "fantástica y no hay ninguna razón para comprar un aceite que ha viajado más de 10.000 km", dice este dueño de cuatro restaurantes.

En su mesa, un aperitivo a la italiana compuesto de pan mojado en aceite de oliva se ha vuelto "a la moda". Su elección es siempre la producción local: "Quiero que lo que compre aquí no haya sido aligerado con nada. Es un aceite 100% extra virgen".

"Padre del aceite de oliva"

Las primeras olivas fueron cultivadas en Sudáfrica a comienzos del siglo XX por un inmigrante italiano, Fernando Costa, dice la asociación SA Olive, que representa al sector.

Luego, en 1998, Giulio Bertrand, jubilado italiano de Stellenbosch, importó 17 variedades de olivares que plantó en su finca.

"Descubrió que la tierra era perfecta para plantar viñedos. Y en Italia, muchos dominios cultivan el vino y el aceite de oliva juntos cuando en Sudáfrica eso no se hacía", dice su nieta de 29 años, Vittoria Castagnetta, encargada del marketing del dominio familiar.



La finca Morgenster cultiva 42 hectáreas de olivares. Y millones de árboles en el país surgieron de los que el ancestro trajo de Italia. "Mi abuelo era conocido como el padre del aceite de oliva en Sudáfrica", dice con orgullo Vittoria Castagnetta.

Desde entonces las colinas idílicas de la región de El Cabo, de clima mediterráneo, producen olivas reconocidas más allá de las fronteras por su calidad.

Aunque el aceite de oliva sigue siendo un producto de lujo para una mayoría de sudafricanos, los productores observan desde hace unos años "un aumento incontestable de la demanda local", relacionada con la búsqueda de una alimentación más sana.

Y "la gente comienza a comprender que hay más de un tipo de aceite de oliva", dice con entusiasmo Christophe Dehosse.

Hacer competencia a los grandes productores europeos tomará aun tiempo.

"Pero es uno de los productos de los que Sudáfrica puede estar orgullosa. Solo falta que lo descubran", presagia el chef.

Fuente: [France 24](#)

## Extenda impulsará la presencia de productos agroalimentarios andaluces en el mercado rumano

Extenda-Empresa Pública Andaluza de Promoción Exterior ha convocado la participación del sector agroalimentario de esta Comunidad en la próxima [misión comercial directa](#) a Rumanía, que tendrá lugar los días 17 y 18 de octubre en Bucarest.

El objetivo de esta misión comercial es fomentar la presencia de productos andaluces en el mercado rumano, así como el contacto con importadores/distribuidores potenciales de dicho país. También persigue la identificación de oportunidades de negocio y de potenciales socios y clientes.

Según ha informado este organismo, Rumanía es el segundo país por superficie y población y el tercero en PIB dentro de los nuevos miembros de la Unión Europea. La economía rumana no ha sido de las economías más afectadas por la crisis del COVID-19 y se está recuperando con cierta rapidez, encontrándose en una senda de crecimiento económico sostenido y desarrollo social, así como de una mayor integración europea (crecimiento del comercio intracomunitario).



Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía a Rumania alcanzaron un valor de 37,2 millones de euros en 2022, representando un crecimiento del 17,6% respecto al año anterior. Además de las frutas y hortalizas, los productos más exportados fueron el aceite de oliva, pescados y carnes.

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**

The advertisement features a central image of a laboratory setting with a gloved hand holding a pipette over a test tube containing a yellow liquid. The background is a blurred array of colorful laboratory glassware.