

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

24 de mayo de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



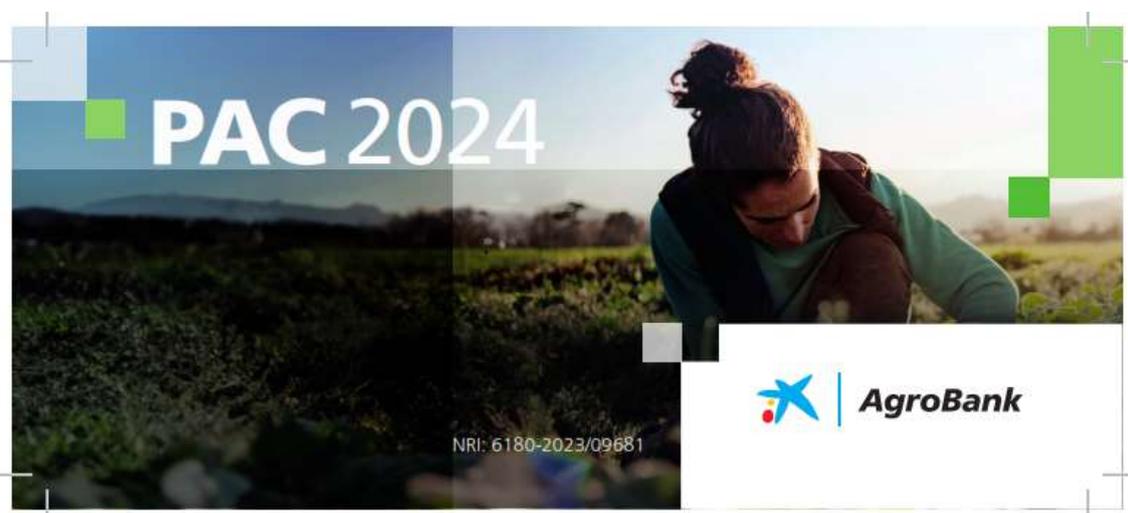
Los precios de la industria alimentaria suben un 1,4% interanual en abril.

Andalucía, líder en exportaciones agroalimentarias de España, con un récord de 4.512 millones y un crecimiento del 9,6% en el primer trimestre de 2024.

El Congreso abrirá un debate para modificar la ley de la cadena alimentaria.

Arranca Futurooliva 2024, la gran cita bienal con el aceite de oliva en Baeza.

«Falta formación sobre AOVES en la restauración».



Los precios de la industria alimentaria suben un 1,4% interanual en abril

Los precios de las industrias fabricantes de alimentos subieron un 1,4% y los de las bebidas un 3,3% el pasado abril, frente al mismo mes de 2023, según los datos publicados este viernes por el [Instituto Nacional de Estadística \(INE\)](#).

En tasa mensual, el [Índice de Precios Industriales \(IPRI\)](#) del INE ha reflejado una caída del 0,8% en los precios de las industrias fabricantes de alimentos y un crecimiento del 0,2% en la rama de las bebidas.

En el caso del tabaco, la variación interanual ha sido del +1,2% y de cero en la comparación mensual.

En un análisis más detallado, la estadística ha precisado que el procesado y conservación de carne y elaboración de productos cárnicos ha subido un 0,9% en tasa mensual.

Por el contrario, la fabricación de aceites y grasas vegetales y animales ha disminuido un 5% y la fabricación de productos para la alimentación animal ha retrocedido un 1,4%, también en la comparativa mensual.

En términos globales, el IPRI ha caído un 6,6% y un 0,2% en la comparativa mensual.

Fuente: [Agronegocios](#)

Andalucía, líder en exportaciones agroalimentarias de España, con un récord de 4.512 millones y un crecimiento del 9,6% en el primer trimestre de 2024

Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía han alcanzado un nuevo récord desde que existen datos homologables (1995), al sumar 4.512 millones de euros en el primer trimestre de 2024,



gracias a un crecimiento interanual del 9,6%, que convierte a la comunidad en líder en ventas internacionales, con casi uno de cada cuatro euros que exporta España (24,3%). Este crecimiento está protagonizado principalmente por la importante subida registrada por las ventas de aceite de oliva, de un 71%, hasta alcanzar un registro histórico de 1.151 millones de euros.

Se trata de un dato de especial valor, pues el crecimiento se produce sobre enero-marzo 2023, que también fue un trimestre récord y porque, además, se producen en un trimestre en el que la productividad del campo andaluz estaba muy condicionada por la sequía.

Con todo este contexto, la agroindustria andaluza ha aportado en este primer trimestre del año 2.738 millones de euros de saldo positivo a la balanza comercial de Andalucía con el exterior, gracias a una tasa de cobertura del 254%, hasta 112 puntos por encima de la media España (142%).

Son datos en los que se aprecia la fortaleza y significación de un sector como el de agroalimentario y bebidas para Andalucía, que protagoniza más de cuatro de cada diez euros (43%) que la comunidad vende en el exterior. Un sector con una alta capacidad de genera cohesión territorial, toda vez que siete de las ocho provincias andaluzas alcanzan su mejor registro histórico en el primer trimestre analizado, siendo Almería la que más exporta, con 1.422 millones de euros, y Jaén la que más crece, un 71%, impulsada por el aceite de oliva, producto del que duplica sus ventas.

Según los últimos datos hechos públicos por Andalucía TRADE- Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico de la Junta de Andalucía, la comunidad, en este primer trimestre de 2024, continúa liderando las exportaciones de alimentos y bebidas de España, al concentrar casi uno de cada cuatro euros (24,3%) del total (18.546 millones), 4,3 puntos por delante de Cataluña (20%) y 10,3 puntos de la Comunidad Valenciana (14%).

ACEITE DE OLIVA, FRUTAS, CONSERVAS Y BEBIDAS

El principal protagonista del buen comportamiento del agro andaluz en el este primer trimestre del año es el aceite de oliva desde el segundo puesto del ranking, con 1.151 millones de euros en exportaciones (25,5% del total) y un crecimiento del 71% con respecto a enero-marzo de 2023, que lo sitúa en cifras de récord histórico. Este producto se engloba en el capítulo de grasas y aceites animales y vegetales (1.256 millones) que crece un 60%. También alcanzan récords históricos las frutas, las conservas vegetales, las bebidas y las plantas, hasta sumar 5 de los 10 primeros capítulos con registros nunca alcanzados.



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



Aun así, las hortalizas, con 1.557 millones, el 35% del total de las ventas, continúan liderando las ventas del agro andaluz, aunque registran un descenso interanual del 9,5%. Tras las grasas y aceites; se sitúa, en tercera posición, el capítulo de frutas, que registra un récord de 871 millones (19,3%), gracias al incremento del 5,5% interanual de sus ventas. Le siguen las preparaciones de hortalizas y frutas (conservas), con un récord también de 185 millones (4,1%) y una subida del 16,8%.

En quinto lugar se sitúan los productos cárnicos, con 120 millones (2,7%) y bajada del 1,2%; seguidos de las bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, con 87 millones (1,9%) y crecimiento del 23,4%, el segundo mayor crecimiento del Top10, también histórico. El séptimo capítulo más exportado corresponde a pescados y crustáceos, con 85 millones (1,9%) y un leve descenso del 0,4%; seguido de las plantas vivas y productos de la floricultura, con 64 millones (1,4%) y mejora del 21,3%, el tercer mejor aumento del Top10, con cifras nunca antes exportadas; las preparaciones alimenticias diversas, con 61 millones (1,4%) y descenso del 7,1%; y los cereales, con 43 millones (0,9%) y subida del 15,3%.

DIVERSIFICACIÓN: CRECEN LOS CINCO CONTINENTES

Andalucía incrementa sus exportaciones de alimentos y bebidas en 13 de sus 20 primeros mercados en el primer trimestre del año, con un importante avance en la diversificación de destinos en el Top20 y creciendo en los cinco continentes.

Europa, primer mercado del agro andaluz, con 3.619 millones de euros, crece un 5,6%. - En América, segundo destino continental, la subida llega al 34%, alcanzando las ventas ya los 503 millones. El protagonismo es especial de Estados Unidos, séptimo mercado mundial y primero no europeo, donde las exportaciones aumentan un 29% hasta los 317 millones (7% del total). México, por su parte alcanza ya el duodécimo lugar, con 58 millones exportados y subida del 41%.

En Asia también se han incrementado sustancialmente las ventas un 20,4%, hasta los 265 millones; al igual que en África, donde suben un 16,1%, hasta los 73 millones. No obstante, es Oceanía donde se registra el mayor crecimiento porcentual, un 66%, siendo Australia, con 45 millones (+67%), la que acapara casi totalidad de las ventas (90%) en este continente, desde el puesto 16 del ranking de destinos de Andalucía.

ALEMANIA, PRIMER MERCADO, ITALIA, EL QUE MÁS CRECE

De este modo, Alemania se mantiene como primer mercado, con 873 millones, el 19,3% del total, aunque experimente una leve bajada del 1,2%. Le sigue Francia, con 506 millones (11,2% del total)



y una subida del 5%; e Italia, con 394 millones, el 8,7% y un incremento del 49%, el mayor del Top10, con respecto al primer trimestre de 2023.

El cuarto destino es Reino Unido, con 385 millones, el 8,5% del total y avance del 13,4%; seguido de Portugal, con 378 millones (7,9%) y crecimiento del 15,9%; y Países Bajos, con 369 millones (8,2%) y bajada del 5,7%. En octavo lugar, tras Estados Unidos (7º), está Polonia con 115 millones de euros (2,6% del total) y bajada del 10,9%; seguida de Bélgica, con 99 millones de euros y descenso del 14,6% (2,2%); y Suiza, con 70 millones (1,5%), que crece un 7,4% con respecto a enero-marzo de 2023.

ALMERÍA LIDERA, JAÉN, LA QUE MÁS CRECE

Según los datos recogidos, siete de las ocho provincias de la comunidad han visto aumentar los porcentajes de las ventas internacionales de sus alimentos y bebidas; y seis de ellas lo han hecho a doble dígito. La provincia de Jaén, con 95 millones, se convierte en la que mayor crecimiento ha registrado en los tres primeros meses del año 2024, con una subida del 71% debido al incremento de las ventas de aceite de oliva, que se han doblado hasta los 80 millones de euros (+107%), y que suponen el 87% de la ventas del sector agro en la provincia.

La provincia en crecimiento, un 31%, y segunda en factura exportadora es Sevilla, con 1.035 millones de euros, el 22,9% del total andaluz. También se ve impulsada por el aceite de oliva (570 millones) que sube un 67% con respecto al primer trimestre de 2023. Con estos datos Sevilla se convierte en la provincia que más aporta al crecimiento de las ventas de alimentos y bebidas de Andalucía con un 5,9% del total.

Aun así, la provincia líder en ventas es Almería, con 1.422 millones y el 32% del total, pese a una bajada del 10,9%. En tercera posición se encuentra Huelva, con 634 millones y el 14,1% y un incremento del 13,9%, impulsado por las ventas de fresas y arándanos. Le sigue Málaga, con 438 millones (9,7%) y un crecimiento del 17,1%, que se ve potenciado también por el aceite de oliva (164 millones) que crece un 52%, para convertirse en su primer alimento exportado; por encima de los aguacates, que también crecen un 11,2% (100 millones).

El aceite de oliva también lidera y estimula las ventas del agroalimentario en Córdoba, que es quinta exportadora del agro andaluz, con 361 millones (8% del total) y un alza del 27,8%, el tercer mejor crecimiento provincial. En concreto, el aceite cordobés generó 218 millones de euros y creció un 61% en este primer trimestre de 2024. En sexto lugar está Granada, con 283 millones (6,3%) y un avance del 7,7%, también con gran crecimiento del aceite de oliva (+72%) desde el segundo puesto con 74 millones, tras las ventas de hortalizas (112 millones).



Cádiz alcanzó los 244 millones en ventas, con un crecimiento del 22,6%, impulsada por el aceite de oliva, que multiplica por 13 sus ventas, hasta los 28 millones; los cereales que multiplican por 19, hasta los 19,5 millones; y también en bebidas, cuyas ventas crecen un 15,4% hasta los 51 millones.

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.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)

El Congreso abrirá un debate para modificar la ley de la cadena alimentaria

Unión de Pagesos celebra que el Congreso se abra al debate para que se modifique la Ley de la cadena alimentaria. Aseguran que han “defendido el contenido de esta iniciativa negociando con todas las fuerzas políticas”, consiguiendo “que se ponga sobre la mesa una regulación clave para el campesinado, como son la definición de la posición de dominio y la reventa a pérdidas”.

Unión de Pagesos remarca que los grupos políticos en el Congreso “tienen una nueva oportunidad para corregir el abuso de poder y las prácticas desleales en el seno de la cadena alimentaria contra el eslabón más débil: los productores agrarios”.

El sindicato ha venido reclamando la modificación urgente de la Ley de mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria para que incluya el establecimiento de la cuota de mercado específica en la cadena alimentaria de la posición de dominio y se pueda poner orden e impedir el abuso de la gran distribución, ya que la actual ley le permite presionar a los precios de los productos agrarios a la baja, incluso por bajo costes de producción.

Asimismo, denuncia que “el oligopolio de la gran distribución, sólo 5 cadenas tienen el 51% de la cuota de mercado en el Estado -Mercadona, ella sola, más del 26%-, les permite presionar los precios a la baja”.



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



Reventa a pérdidas

Unió de Pagesos también remarca que la modificación de la ley debería incluir la reventa a pérdidas, es decir, incluir los costes añadidos en el acondicionamiento, transformación, almacenamiento, gestión, etc. en el precio de venta en el siguiente escalón de la cadena. “De lo contrario, los gigantes de la distribución juegan a internalizar precios y obligan a menudo a vender bajo costes de producción”, aseguran.

El sindicato también pide la modificación de esta ley para usar los datos del Registro de contratos a efectos estadísticos, tanto para los Observatorios de precios catalanes, estatales o europeos, “para poder activar los mecanismos en caso de perturbación de mercado y para establecimiento de medidas adecuadas en casos como las adversidades climáticas”.

Fuente: [Olimerca](#)

Arranca Futuroлива 2024, la gran cita bienal con el aceite de oliva en Baeza

Futuroлива 2024 ha abierto sus puertas en el Nuevo Recinto Ferial de Baeza con gran afluencia de público. La decimotercera edición de la Feria del Olivar se ha vuelto a posicionar como una de las más importantes del sector del Aceite de Oliva en Andalucía y España.

Al acto de inauguración han asistido la delegada territorial de Agricultura, Ganadería y Alimentación, Soledad Aranda, el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Lozano, el alcalde de Baeza, Pedro J. Cabrera, y Sebastián Moreno y Santiago Calvo, gerentes de Pópulo Servicios Turísticos y organizadores de Futuroлива. Así mismo, durante el acto inaugural intervinieron también Cristóbal Cano, secretario general de UPA Andalucía, Esteban Momblán, gerente del Grupo Interóleo, Antonio Molina, director del Área de Negocio de Caixa Bank y Alberto del Real, Vicerrector de Comunicación y Desarrollo Territorial de la Universidad de Jaén.

Futuroлива 2024 vuelve a colmar más de 23.000 metros cuadrados con una extensa exposición con todo lo relativo al agricultor y al olivarero, en una combinación perfecta entre maquinaria y empresas de servicios del sector, convirtiéndose en el epicentro nacional del sector del aceite de oliva. En este espacio expositivo se pueden encontrar a más de 150 expositores de maquinaria o



material agrícola, tractores, instituciones, empresas de servicios o marcas de Aceite de Oliva Virgen Extra, que se reúnen en las denominadas mesas de AOVES.

Sebastián Moreno, organizador de la Feria ha destacado que “Futuroлива se ha convertido en un gran referente, un foro de encuentro y debate. Nuestro objetivo durante estos 24 años ha sido generar desarrollo local en la ciudad de Baeza y la comarca”. Moreno ha explicado que la feria ha ido creciendo de un nivel local, en el año 2000, a un nivel regional, “superando los límites de nuestras fronteras”, pues este año, “concedoras del gran potencial que tiene nuestra comarca como máxima productora del mundo de aove, contamos en la feria con una empresa de Estados Unidos y otra de Polonia”.

Con todo, Futuroлива 2024 ofrece a sus visitantes un amplio abanico actividades en torno al olivar y al aceite de oliva virgen extra de alta gama durante los días 23, 24 y 25 de mayo en horario de 10.30 a 14.00h y de 17.30h a 20.30 h en el nuevo recinto ferial de Baeza, la entrada es libre y gratuita.

La gran Feria del Olivar tiene varios espacios diferenciados con actividad continua en ellos como la Sala de Conferencias “Jaén Paraíso Interior” donde se celebran variadas ponencias y mesas de debate en sus Jornadas Técnicas.

El Espacio “Gastrofuturoлива alberga numerosas actividades como catas de AOVE, showcookings con prestigiosos cocineros, presentación de una guía sobre oleoturismo y catas de AOVE.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

«Falta formación sobre AOVES en la restauración»

Brígida Jiménez. El aceite de oliva es su pasión y su profesión. Dirige el Centro IFAPA de Cabra dedicado a la investigación, transferencia y formación en olivicultura.

Nos conocemos en Pilsa Educa gracias a los amigos de O-Med y sus aceites de oliva gourmet. Ha venido a impartir un curso sobre AOVES y a lo largo de cuatro intensas horas despliega erudición, entusiasmo y una envidiable capacidad de comunicación. Al terminar, tomando una cerveza, tratamos de condensar en estas escuetas líneas parte de lo aprendido en la mañana.



¿Valoramos en su justa medida el AOVE?

El aceite no está valorado en España, el primer país productor en el mundo. Consideramos que es caro sin ver las repercusiones sanitarias, sociales y económicas que tiene y, además, sin valorar el costo diario por persona. El consumo de grasas por persona y año en el mundo es de 18 litros. Si consumimos solo aceite oliva virgen extra en el escenario de precios altos, 10 euros el litro, serían 180 € por persona y año. Si lo dividimos por 365 días nos salen 0,49 € por persona y día. ¿Es caro? Una familia de 4 miembros gastaría alrededor de 2€ por día. ¿Cuánto cuestan un café, una bebida, la bollería industrial, etc?

¿Somos conscientes de las propiedades del AOVE?

No lo somos. Los estudios realizados han demostrado científicamente las propiedades beneficiosas del AOVE para la salud y han tenido una gran influencia en otros países, donde se ha incrementado su consumo, como en EE.UU., Europa del norte o Japón... Entre esos efectos: disminución del riesgo cardiovascular y de las cardiopatías, prevención del cáncer, neuroprotección, actividad antiinflamatoria, dermoprotección y antienvjecimiento y agente antiviral de amplio espectro.

¿Cómo debemos usarlo?

Por una parte están las diferentes variedades. Y en cada variedad se obtienen aceites tempranos de los frutos más verdes. De ahí su color intenso y el aroma y sabor más frutado. Deben usarse siempre para crudo: terminar platos, tostadas, ensaladas, sopas frías, etc. Así se percibe mejor sus sabores y olores. El frutado maduro se obtiene de una aceituna más madura y cuenta con mayor rendimiento graso. Es el que debemos utilizar en cocina. Presenta un color más dorado ya que en sus frutos hay menos clorofila y más carotenos, que le dan ese color amarillento. Para obtener un aceite temprano se necesitan 10 kilos de aceitunas y para obtener un maduro, 5 kilos. De ahí su diferencia de precio.

¿Cómo debemos conservarlo?

Es fundamental. Hay que evitar que incidan la luz, el oxígeno y temperatura en el aceite. Debe estar alejado de focos de calor, mantenerse en la oscuridad y protegido del oxígeno. El envase ideal es el Bag In Box, el que se utiliza en el vino: no le da la luz ni entra oxígeno ya que, a medida que se va usando, se hace el vacío. Le siguen la botella oscura y la lata. Aunque lo más utilizado es el envase de plástico, es el peor ya que es permeable al oxígeno e incide la luz sobre él. También quiero aclarar que el aceite no caduca, es consumo preferente, por lo que a medida que pasa el tiempo disminuyen las características sensoriales.



¿Filtrado o sin filtrar?

El que se estropea en poco tiempo es el aceite sin filtrar. En el proceso de extracción, el aceite queda emulsionado con agua y con restos de partículas de aceituna ricas en azúcares y que fermentan con el paso del tiempo. Pueden llegar a estropear el aceite. No sólo afecta al aspecto visual de los fondos, sino también a los aromas a moho, agrio y avinado. El filtrado es el paso del aceite por celulosa, donde estas impurezas y humedad quedan retenidas y el aceite queda totalmente limpio y no se estropea.

¿Hay cultura de AOVES en la restauración?

Es el sector que más formación necesita. En muchos casos no conocen bien el producto, sus variedades, temprano o maduro... No le sacan todas las posibilidades a un ingrediente único.

Tiene que ver con el AOVE el éxito de la gastronomía de Jaén?

Sin duda alguna. El AOVE y su uso en las diferentes técnicas culinarias ha puesto la gastronomía de Jaén en el lugar que se merece.

Fuente: IDEAL

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