

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

29 de noviembre de 2024



HOY ES NOTICIA:

España comercializa en octubre 100.000 toneladas de aceites de oliva, un 23% más que hace un año y un 17% inferior a la media de las cuatro últimas campañas.

Manuel Parras: "Espero que la bajada de precio del aceite de oliva nos permita recuperar el consumo que hemos perdido, que ha sido mucho".

Nuevas ayudas a agricultores e industria de Jaén.

El Aula Oleícola Innova celebra una jornada de cata de aceite de oliva virgen extra de nueva cosecha.

Andalucía TRADE impulsa el aceite de oliva en la mayor feria del bienestar de Japón.

Jornadas y Eventos

7 diciembre 2024. Fiesta del Aceite de Nueva Cosecha.



España comercializa en octubre 100.000 toneladas de aceites de oliva, un 23% más que hace un año y un 17% inferior a la media de las cuatro últimas campañas

España ha comercializado en octubre, el primer mes de esta campaña oleícola 2024-2025, 100.000 toneladas de aceites de oliva (99.700), un 23% más que en el mismo mes de hace un año y un 17% inferior a la media de las cuatro últimas campañas en esta mensualidad. Así lo indica el balance de la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA) a 31 de octubre consultado por Oleum Xauen.

De esa cantidad, 36.700 toneladas de aceites de oliva han ido al mercado interior, lo que representa un 45 por ciento más que en octubre de 2023 (25.300 toneladas) y un 7% menos que la media de las cuatro últimas campañas (39.600). Las exportaciones de aceites de oliva en octubre de este año, entre tanto, han ascendido a 63.000 frente a las 55.700 toneladas de hace un año, lo que supone un 13% más que la pasada (55.700) y un 22 por debajo de la media de las cuatro últimas campañas (80.900).

Las importaciones se elevan a 14.000 toneladas en el pasado mes de octubre, un 3 por ciento menos que hace un año (14.400) y un 5% inferior al último cuatrienio (14.700). Por su parte, las existencias ascendían a finales del pasado mes a 140.200 toneladas de aceites de oliva cuando hace un año eran de 220.300 (-36%) y la media del cuatrienio tenía un promedio de 338.400 (-59%).

Y todo ello con un descenso generalizado de precios en todas las categorías durante el periodo analizado en una campaña en la que el primer mes ha tenido una producción de 36.200 toneladas de aceites de oliva en España, un 6% inferior a octubre de 2023 (38.600) y a la media del cuatrienio, que fue de 39.700 (-9%).

Fuente: [Oleum Xauen](#)



Manuel Parras: "Espero que la bajada de precio del aceite de oliva nos permita recuperar el consumo que hemos perdido, que ha sido mucho"

En Despierta Andalucía hablamos con el catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén y presidente de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) Aceite de Jaén.

El precio del aceite de oliva, un ingrediente esencial en nuestra dieta, está bajando. El litro del virgen extra se vende ya en torno a los seis euros y se espera que siga a la baja en las próximas semanas.

"Ya está bajando el precio del aceite, de hecho en el mercado en origen ya ha bajado bastante", explica, "por una circunstancia que es perfectamente comprensible: va a haber más disponibilidad, más oferta, y cuando hay más oferta los precios del aceite de oliva, como los de cualquier otro producto, tienden a bajar".

Sin embargo, "hay un retardo entre el mercado en origen, es decir, los productores", y los puntos de venta, de modo que los precios "están bajando mucho más en el mercado en origen que en el mercado en destino", añade.

"Espero que esa bajada (...) nos permita recuperar el consumo que hemos perdido, que ha sido mucho", aunque matiza que "es verdad que los españoles en general, los andaluces mucho más, somos fieles a los aceites de oliva, pero somos fieles hasta un determinado precio, y lo hemos comprobado estas dos últimas campañas".

"Yo espero que no baje demasiado", precisa el experto. En su opinión en esta crisis de precios elevados "nos hemos dado cuenta de la importancia de consumir un buen aceite de oliva, a ser posible virgen extra, porque lo que estamos es invirtiendo en salud, y a fin de cuentas no es tanto el dinero el que dedicamos al aceite".



El presidente de la IGP Aceite de Jaén, la única que existe en Andalucía, explica que la Indicación Geográfica Protegida certifica que el aceite procede de aceitunas y de almazaras que están ubicadas en la provincia de Jaén. Y que sus productos van dirigidos a aquellos consumidores "que entiendan que vale la pena pagar más por algo que es identitario de un territorio" y que contribuye "a que permanezcan gentes en las zonas rurales, que los pueblos no se despueblen" y que trate de mitigar el cambio climático. Por eso espera que el precio del aceite de oliva virgen extra no baje de los 7 euros.

Respecto a los casos de fraude que a veces se producen en torno al aceite de oliva, el catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén recuerda que "el producto más susceptible de propiciar fraude son los aceites de oliva, sobre todo cuando están a un nivel de precios como los que hemos tenido".

Y señala también, además de las mezclas fraudulentas de aceites de más baja calidad que se venden como aceite de oliva extra, otro tipo de fraude más cotidiano, el de el rellenado de los recipientes en los establecimientos de restauración, algo contrario a la ley. "Desgraciadamente vemos cómo esta práctica de relleno sigue estando muy presente en Andalucía, incluso en Jaén, cuando en Andalucía deberíamos dar ejemplo", subraya.

Considera Manuel Parras que evitar los fraudes es competencia de las administraciones públicas, pero la tarea de concienciación es cosa de todos, y de manera especial del sector.

Por eso destaca la importancia de la labor de control que realiza la IGP Aceite de Jaén: "todos los aceites se certifican, tienen que ser vírgenes extra, y además nosotros incluimos una norma, que es una novedad, y es que no certificamos vírgenes extra de aceituna recolectada después del 31 de diciembre de cada año, porque lo que queremos también es que los agricultores se acostumbren a adelantar la cosecha, porque esto va a dar mejor calidad y, por otra parte, una mejor recuperación del árbol".

Y reclama que todos los servicios de catering y todos los comedores que dependan de las administraciones públicas usen aceite de oliva. "En Andalucía las administraciones públicas deberían apostar por el aceite de oliva", porque "tienen una obligación con el sector oleícola".

Fuente: [Canal Sur](#)



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



Nuevas ayudas a agricultores e industria de Jaén

En 2025, la línea de ayudas que concede la Diputación de Jaén en materia de agricultura, ganadería e industria agroalimentaria aumentará más de un 12%, con lo que esta partida alcanzará los 800.000 euros.

Así lo ha subrayado el diputado de Agricultura y Ganadería, Javier Perales. Estas ayudas, que se acaban de abrir y que podrán solicitarse hasta finales de diciembre, son “toda una garantía para los beneficiarios, pues en el mes de junio ya conocerán el respaldo económico que van a tener para realizar su actividad o inversión, todo un aval que hace posible una reducción considerable de las renuncias a las ayudas que se producían en anteriores convocatorias, dado que los solicitantes no conocían hasta finales de año si iban a ser beneficiarios, lo que desaminaba muchas veces la inversión prevista al no poder realizarla si no contaban con este tipo de apoyo”, según ha explicado Perales.

De esta forma, “y gracias al gran trabajo de los trabajadores del área”, la Diputación de Jaén “va a adelantar la disponibilidad de 800.000 euros para los agricultores, los ganaderos y la industria agroalimentaria con el objetivo de que puedan seguir impulsando la actividad agropecuaria y agroalimentaria de la provincia de Jaén”, ha señalado el diputado.

Fuente: [Olimerca](#)

El Aula Oleícola Innova celebra una jornada de cata de aceite de oliva virgen extra de nueva cosecha

La [Universidad Internacional de Andalucía \(UNIA\)](#) y [Grupo Oleícola Jaén](#), a través del Aula Oleícola Innova, celebró ayer la "Jornada de cata de aceite de oliva virgen extra. Aromas y sabores de nueva cosecha 2024/25", dirigida por Soledad Román, gerente del Centro de Interpretación "Olivar y Aceite" de Úbeda (Jaén).

En la presentación de la misma participaron el director de la sede Antonio Machado de Baeza (Jaén), José Manuel Castro; el director operativo de Grupo Oleícola Jaén, Remigio Morillo, y la directora de la jornada, Soledad Román.



El objetivo fundamental de esta jornada fue difundir la cultura del aceite de oliva virgen extra y el fomento de su demanda, a través de la caracterización sensorial de los aceites de nueva cosecha y recolección temprana.

Durante la misma se trataron asuntos como el proceso de elaboración y su influencia en las características químicas y sensoriales del aceite de oliva virgen extra o los MOSH-MOAH.

Además, se abordaron aspectos tales como la influencia de la maduración del fruto, factores agronómicos y proceso de elaboración en la calidad; la innovación, sostenibilidad y calidad como diferenciación y ventaja competitiva; las variedades de AOVEs Premium de diferentes zonas geográficas; o la excelencia de un AOVE de alta calidad, virtudes, importancia de su uso y su alto valor gastronómico.

La jornada contó con las intervenciones como ponentes de M^a Paz Aguilera, técnico especialista del IFAPA Venta del Llano (Jaén); Antonio Carazo, responsable de Producto y Marketing de Perialisi España & Portugal; Brígida Jiménez, directora del IFAPA de Cabra (Córdoba); Rafael Alonso, director comercial y exportación de Oro del Desierto (Almería); Tamara Tagua, de AOVELand de Grupo Oleícola Jaén (Baeza); Mercedes Uceda, directora del Departamento de Calidad de IADA Ingenieros; y Juan Antonio Tello, gerente de Laboratorio Tello.

La actividad se dividió en dos sesiones, la primera, en horario matinal, que se desarrolló en la sede Antonio Machado de Baeza, y la segunda, por la tarde, en AOVELand.

El Aula Oleícola Innova para la Innovación y la Divulgación en la Olivicultura y la Elaiotecnía es un instrumento para el desarrollo de actividades en materia de docencia, promoción cultural, transferencia, innovación, emprendimiento y divulgación del conocimiento del sector del olivar y de la cultura del olivo, creado en noviembre de 2023 por la UNIA y Grupo Oleícola Jaén.

Fuente: [Mercacei](#)

Andalucía TRADE impulsa el aceite de oliva en la mayor feria del bienestar de Japón

Andalucía TRADE ha impulsado el aceite de oliva andaluz a través de la organización de un total de 84 entrevistas comerciales para siete empresas andaluzas del sector ante compañías e instituciones



japonesas en el marco de la Olive Japan 2024, uno de los mayores foros de esta industria en Japón, que se ha celebrado, del 27 al 29 de noviembre, enmarcado en la Wellness Tokio, la exposición de mayor relevancia especializada en la industria del bienestar en Japón. La delegación andaluza también ha tenido la oportunidad de visitar varios puntos de venta.

Asimismo, las exportaciones de aceite de oliva al mundo han alcanzado un récord histórico en los primeros nueve meses del año con 3.545 millones y subida del 51%. En el caso de Japón se configura por undécimo mercado de destino con 75 millones de euros.

Con esta acción Andalucía TRADE tiene como objetivo impulsar la presencia del aceite de oliva en Japón, un mercado estratégico y en desarrollo. Entre las principales acciones figura la búsqueda de nuevas oportunidades y un mayor conocimiento del consumidor japonés, que ya muestra un interés creciente por productos mediterráneos.

La estrategia incluye medidas para facilitar la comercialización del aceite andaluz, aprovechando canales tradicionales y digitales, así como la introducción de nuevas variedades y productos adaptados a la demanda específica del mercado nipón. Además, se prioriza la consolidación de las marcas ya presentes en Japón, afianzando su competitividad frente a otros exportadores.

De este modo, la agencia pública andaluza da un nuevo impulso al producto estrella andaluz en el comercio internacional, que forma parte de la gran variedad de alimentos que oferta la cesta agroalimentaria de Andalucía, lo que permite diversificar aún más sus ventas y llegar a nuevos mercados cada vez con mayor interés por el oro líquido andaluz.

Andalucía, líder en Japón

El objetivo es ampliar el liderazgo del aceite de oliva en Japón, un mercado de oportunidad en sí mismo y de gran capacidad de prescripción para otros países del continente asiático, y en el que Andalucía es la región líder mundial. En 2023, el 53% del aceite que compró Japón fue de origen español, muy por encima del italiano (35%), y más de la mitad de este aceite fue andaluz.

En este sentido, Japón se ha consolidado como un mercado estratégico ya que fue el tercer importador fuera de Europa en 2023. En cinco años el mercado japonés ha ido creciendo y ahora el aceite de oliva ha alcanzado un 20% del consumo doméstico de grasas y aceites en Japón, equiparándose al aceite de colza, que es mucho más tradicional en los hogares nipones.

Las empresas andaluzas participantes en esta acción de promoción proceden de Sevilla (Palacio Oliaxi, Migasa Aceites, Aceites Ybarra y Oleoestepa), Córdoba (Aceites Canoliva y Almazaras de



la Subbética) y Granada (Aceites Echinac). De estas firmas, tres ya están presentes en el mercado, y tienen como propósito ampliar su cuota de mercado, y cuatro están en búsqueda de importador.

La organización de esta actividad por parte de Andalucía TRADE será cofinanciada con fondos procedentes de la UE a través del P.O. FEDER de Andalucía 2021-2027, dotado con una contribución comunitaria del 85%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta acción.

Récord en ventas de aceite de oliva al mundo

Esta acción comercial responde al éxito que mantienen las ventas del producto más comercializado en el mundo desde Andalucía, el aceite de oliva, que en los primeros nueve meses de 2024 logró unas exportaciones por valor de 3.545 millones de euros y un alza del 51%, posicionando nuevamente a la comunidad como líder a nivel nacional, con el 69% del total de las ventas del país, muy delante de la segunda más exportadora, Cataluña, con el 14,5% de la factura, y 749 millones de euros.

La provincia de Sevilla es la responsable de casi la mitad de las ventas de la comunidad, con el 51% de las exportaciones, 1.796 millones de euros en exportaciones de aceite, y un aumento del 58%. Le sigue Córdoba, con el 17,3% de la factura, 612 millones de euros y alza del 22,4%; y en tercer lugar, Málaga, con 549 millones, el 15,5% y subida del 60%.

Jaén es la cuarta más exportadora en este periodo con 274 millones, el 7,7% y el segundo mayor crecimiento de todas las provincias con una alza del 84%; seguida de Granada, con 211 millones, el 5,9% y un incremento del 33%; Cádiz, con 65 millones, el 1,8% del total y una subida del 57%; Huelva, con un avance del 37% y 25,6 millones (0,7%); y Almería registra el mejor crecimiento y triplicando sus exportaciones (+205%) hasta los 12,7 millones de euros (0,4%) respecto a enero-septiembre de 2023. De este modo todas las provincias, menos Jaén, alcanzan su mejor factura exportadora de la historia para los primeros nueve meses de un año.

Respecto a los mercados, el aceite de oliva andaluz llega en sus diez primeros a cuatro continentes y creciendo en todos ellos para avanzar en la diversificación de sus destinos.

EEUU lidera y Australia la que más crece del Top10

En primer lugar, lidera las ventas andaluzas Estados Unidos, con el 19,4% del total, 687 millones de euros y un incremento del 81% respecto a los primeros nueve meses de 2023, el tercer mejor



del Top10; le sigue Italia, con 613 millones y el 17,3% con un avance del 27,4%; y el tercer puesto lo ocupa Francia, con 386 millones, el 10,9% y un aumento del 44%.

En cuarto lugar está Portugal, con 333 millones (9,4%) y subida del 17,4%; seguido de Reino Unido (5°), con una subida del 42% (4,3%) y 153 millones; Australia, con el mayor incremento del Top10 con 146 millones (4,1%), más que duplicando sus compras de aceite andaluzas (+136%).

En séptima posición se encuentra México que sube un 69% y suma a la factura 121 millones, con el 3,4% del total; seguida de Alemania, con 115 millones (3,2%) y subida del 52%; China, con 91 millones (2,6%) y mejora del 127%, más del doble; y Países Bajos (82 millones), con el 2,3% del total y un avance del 69%.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)

