

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

11 de julio de 2022



HOY ES NOTICIA:

El cóctel de inflación y precios altos en origen pasa más factura al refinado que al virgen extra en ventas.

Se bloquea el mercado del aceite de oliva en origen.

La CE prevé un descenso de la producción de aceite de oliva en la UE en la campaña 2022/23 por la falta de lluvias.

Carmen Crespo anuncia una “potente campaña de promoción” para impulsar el consumo de productos de calidad diferenciada de Andalucía.

Estudios demuestran la posibilidad de incrementar la rentabilidad de la olivicultura mediante prescripción agroquímica.

PAC 2022

#MásAyudas
#MásDigital

Tramitamos la PAC por ti
y te anticipamos las ayudas *on-line*

AgroBank

El cóctel de inflación y precios altos en origen pasa más factura al refinado que al virgen extra en ventas

Los datos de comercialización de aceites vegetales comestibles hasta el mes de mayo aportados por ANIERAC, ya con el impacto real en el consumo de la inflación y la guerra en Ucrania, ofrecen interesantes reflexiones que afectan a todas las categorías: desde el virgen extra al orujo de oliva, o lo que ha sucedido con el aceite de girasol.

-El mercado de consumo de las grandes marcas envasadoras de la categoría de aceites de oliva sigue partido por la mitad entre aceites de oliva virgen extra y virgen, y los oliva refinado. En algunos meses -los menos- la suma de virgen extra y virgen han sobrepasado el 50% del total. En el mes de mayo, han alcanzado el 49,56%, un punto y medio más que en el mismo mes del 2021. Lo está claro es que el peso del oliva refinado en los lineales españoles sigue siendo muy importante, muy por encima del de otros destacados países productores como Italia, Grecia o Portugal.

-En la categoría virgen extra, en los primeros ocho meses de la campaña 21/22, las empresas de ANIERAC han puesto en el mercado 85,39 millones de litros, 4 millones de litros menos de los que salieron en el mismo periodo de la campaña anterior, lo que supone un descenso 4,53%. En Tasa Anual Móvil se ha dejado 11,7 millones de litros, que no se han compensado con los 1,2 millones de litros que habría ganado el oliva virgen. Si bien cualquier bajada de ventas puede ser considerada como negativa, en la actual coyuntura de precios en origen del producto, y con la inflación en los niveles de los últimos meses, puede considerarse como un dato razonable.

-Curiosamente, las ventas de oliva refinado, tanto las de oliva suave (-13% en Tasa anual móvil) como las de oliva intenso especialmente (-21%) han caído en los últimos meses con mucha más fuerza que las de virgen extra. Algo que quizás tenga que ver con la mayor tasa de fidelización de los clientes de virgen extra que los de oliva refinado. Así como también por el menor diferencial de precios entre las distintas categorías de oliva debido a la menor disponibilidad de refinados.

-Mucho de ha hablado desde el comienzo de la guerra en Ucrania de las dificultades y turbulencias del mercado de aceites de girasol a nivel mundial, y de la escasez que provocaría la compleja salida del producto desde Ucrania como uno de sus grandes productores mundiales. Los precios en origen del producto saltaron por los aires, con limitaciones de venta en los lineales y precios PVP nunca vistos hasta la fecha. Incluso similares a los del oliva refinado. Sin embargo, la comparativa del mes de mayo de los últimos cinco años no muestra una fuerte caída de las ventas, como la “escasez” aireada del producto y sus altos precios podían hacer pensar. Si en mayo de 2018 se vendieron 25,7 millones de litros, en mayo del 2020 –ya en pandemia- se vendieron 23,1 millones de litros, en



Una apuesta sectorial por la calidad
DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO



2021 22,4 millones y en mayo de este año un total de 22,4. Es decir, sin guerra de Ucrania, en mayo de este año se han comercializado más litros que en mayo del 2021.

-Mención aparte merece también el orujo de oliva, el gran ganador de los últimos meses, con más de 4,2 millones de litros de aumento en Tasa Anual Móvil, un 32% más. Hay que ver en los próximos meses si una parte de este consumo de orujo de oliva, que depende del Canal Horeca de hostelería y restauración, se mantiene fiel cuando los precios de girasol y semillas bajen ante las mayores plantaciones del producto en toda España.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

Se bloquea el mercado del aceite de oliva en origen

Semana de gran tensión en el mercado del aceite de oliva en origen. La oferta claramente se ha bloqueado, ha optado por guardar las reservas de aceite y ha replegado velas a la espera de ver la evolución del cultivo del olivar, ante esta importante sequía que sin duda está pasando factura en muchas zonas productoras.

Mientras tanto la demanda permanece a la expectativa, sólo algún grupo grande intenta forzar unas compras “artificiales” con el objetivo de mantener bloqueada a la oferta al tiempo que saca a la venta partidas de aceite refinado y extras a precios superiores a los de semanas anteriores, habiendo pasado de los 3,50 de hace unos días a los 3,60€ en la actual en el caso del refinado y llegando incluso a los 3,80€/kg y los 3,90€/kg en la categoría virgen extra.

Y si hablamos de las categorías de aceites vírgenes y lampantes podemos decir que nos encontramos con una tarifa plana: La oferta pide 3,50€ y la demanda ajusta cinco céntimos por debajo.

Falta dos meses y medio para el inicio de la nueva cosecha, y se consolida en el sector que los precios actuales no presentan signos de retroceso y si de sostenimiento de cara a lo que queda de verano. Y, por otra parte, el estado del campo será la clave para ver la evolución del mercado a partir del mes de agosto.

Por último, respecto a la evolución de los cultivos en los principales países productores del arco mediterráneo, los avances actuales indican que:

Grecia: Se espera una gran cosecha, en el entorno de las 300.000 Tm.

Italia: Media cosecha entre 250.000 y 280.000 Tm.



bioland
ENERGY

GRUP oleícola jaén

PLANTA DE RECEPCIÓN DE ALPEORUJO - Ctra. Vilches, km 3,5 - LA CAROLINA (JAÉN) - TEL. 953 68 08 15 / 609 775 563

queremos ser
tu orujera...



Túnez: Buena cosecha, estimándose en unas 240.000-250.000 Tm.

Turquía: Buena cosecha, en el entorno de las 300.000 Tm.

Portugal: Cosecha próxima a las 150.000 Tm.

Fuente: [Olimerca](#)

La CE prevé un descenso de la producción de aceite de oliva en la UE en la campaña 2022/23 por la falta de lluvias

La falta de lluvias y de agua para riego en algunas regiones productoras de España e Italia, así como una alternancia bianual en Portugal, podría dar lugar a una disminución de la producción de aceite de oliva de la Unión Europea (UE) en la campaña 2022/23 a pesar de la recuperación esperada en Grecia. Estas expectativas deberían continuar apoyando los precios al productor en los próximos meses, según destaca el Ejecutivo comunitario en su [último informe sobre perspectivas agrícolas](#).

Bruselas señala que las últimas notificaciones de los Estados Miembro confirmaron la recuperación de la producción de aceite de oliva de la UE en 2021/22 (+11% interanual), alcanzando casi los 2,3 millones de toneladas.

Tras el impacto inicial causado por la invasión rusa a Ucrania en marzo, los precios del aceite de oliva de la UE se relajaron ligeramente, pero aún se mantienen muy por encima del promedio de cinco años. En España y Grecia, los precios nacionales del aceite de oliva virgen extra rondan los 340 euros/100 kg. (un 19% y un 16% por encima de la media de cinco años, respectivamente), mientras que en Italia se sitúan en 430 euros/100 kg. (-5 %). Según la Comisión, es probable que estos precios se mantengan altos debido a los elevados costes sostenidos de los insumos y el transporte, y a la subida de los precios de otros aceites y grasas. Además, prevé que esta situación se vea respaldada aún más por las menores expectativas para la próxima cosecha.

Respecto al consumo de aceite de oliva en la UE, Bruselas asegura que continúa creciendo gracias a las ventas minoristas sostenidas y a la recuperación del foodservice. Se espera que en la campaña 2021/22 sea un 11% más elevado en los principales países productores y se mantenga en el nivel comparativamente alto de los últimos años en otros países de la UE.



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

Por su parte, las exportaciones de la UE se situaron entre octubre y marzo un 9% por debajo respecto al mismo período del año anterior debido al aumento de los precios y a los flujos récord en la última campaña. En 2021/22 se espera que esta tendencia conduzca a una caída de las exportaciones del 4%, si bien estas cifras se sitúan un 8% por encima del promedio de los últimos cinco años.

Asimismo, entre octubre y marzo, las importaciones de la UE se situaron muy por debajo del año pasado (-26%), debido a los menores envíos desde Túnez a pesar de una buena cosecha en ese país. Debido a sus propias preocupaciones de seguridad alimentaria y menores importaciones de aceites vegetales de Ucrania, es posible que Túnez mantenga las existencias nacionales más altas y, por lo tanto, las importaciones de la UE solo podrían alcanzar las 140.000 t., lo que daría lugar a unas existencias finales inferiores a las previstas (650.000 t.).

Fuente: [Mercacei](#)

Carmen Crespo anuncia una “potente campaña de promoción” para impulsar el consumo de productos de calidad diferenciada de Andalucía

La Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible y las figuras de calidad andaluzas desarrollarán una campaña de promoción de los productos de Andalucía que, como ha comentado la consejera del ramo en funciones, Carmen Crespo, “contribuirá a que los consumidores apuesten cada vez más estas figuras de calidad en momentos de gran consumo como, por ejemplo, la Navidad”. En concreto, el Gobierno andaluz tiene previsto destinar 600.000 euros para promocionar en los próximos meses, junto a los Consejos Reguladores de las denominaciones, los alimentos y bebidas con calidad diferenciada tanto a nivel nacional como internacional.

Así lo ha destacado en Sevilla Carmen Crespo durante la firma del protocolo de colaboración con el presidente del Consejo Andaluz de Denominaciones de Origen Protegidas (CADO), César Saldaña. La consejera ha anunciado en este acto que “a través de este protocolo, vamos a cooperar en la asistencia a ferias y congresos y vamos a hacer una promoción especial de los productos amparados por las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) e Indicaciones Geográficas Protegidas andaluzas (IGP) de cara a la Navidad”.



Esta colaboración se centrará en la promoción, la divulgación de las cualidades de los productos con sello de calidad y el desarrollo de actividades en las escuelas de hostelería. Asimismo, enmarcará iniciativas dirigidas a impulsar la investigación de nuevos mercados. “Trabajamos conjuntamente con las denominaciones de origen para que estos productos se reconozcan tanto por su calidad y su sabor, como por su sostenibilidad y su seguridad alimentaria”, ha apuntado Crespo, que se ha referido también a la colaboración que vienen desarrollando el Gobierno andaluz y las denominaciones de calidad. Al respecto, ha resaltado los 6,4 millones de euros en ayudas concedidas a lo largo de la última legislatura para respaldar acciones de promoción y formación, así como los gastos de funcionamiento de los Consejos Reguladores de las denominaciones andaluzas.

Por otro lado, la consejera ha recordado algunos de los principales hitos en materia de calidad desarrollados desde 2019 tanto en el ámbito de las normativas europeas y nacionales como en relación a los reglamentos que afectan, por ejemplo, al etiquetado de los vinos y al sistema Nutriscore. Carmen Crespo ha afirmado que desde el Gobierno andaluz se ha trabajado en “la defensa en Europa de un etiquetado del vino, que era lógico y coherente”, y, además, se ha reivindicado que se posicione en Nutriscore a alimentos como el aceite de oliva y los productos ibéricos “en el lugar que realmente merecen por sus cualidades saludables”.

Por su parte, el presidente del Consejo Andaluz de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas ha destacado que el protocolo firmado “culmina el trabajo que ha estado realizando esta organización durante los últimos años para ser un elemento relevante de interlocución para las instituciones”. “El día de hoy marca un antes y un después”, ha afirmado César Saldaña, que ha reafirmado la “lealtad” del CADO para trabajar conjuntamente “en unos objetivos que son comunes, como es hacer de Andalucía un referente en calidad alimentaria”.

67 denominaciones de calidad

Andalucía cuenta en la actualidad con 67 figuras de calidad cuyos productos alcanzan en el mercado un valor de 500 millones de euros. Solo el valor de los vinos y aceites de oliva virgen extra andaluces amparados por Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas ronda los 260 millones.

Carmen Crespo ha señalado que la Junta trabaja para aumentar el número de menciones de calidad de esta región con nuevas figuras que podrían proteger el pulpo seco de Adra (Almería) o los frutos rojos de Huelva. Al respecto, la consejera ha puesto en valor que en estos tres últimos años se han sumado tres IGP: Aceite de Jaén, Mollete de Antequera’ y Tomate La Cañada-Níjar’



La responsable de Agricultura ha concluido su intervención resaltando la importancia de las figuras de calidad en las exportaciones agroalimentarias de Andalucía, que se han incrementado un 14% en el primer cuatrimestre de 2022, y en la generación de empleo. Asimismo, Crespo ha destacado que el proceso de elaboración y comercialización de estos alimentos de calidad diferenciadas “ofrece oportunidades para el mundo rural y contribuye a elevar la renta agraria de Andalucía”.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

Estudios demuestran la posibilidad de incrementar la rentabilidad de la olivicultura mediante prescripción agroquímica

El ensayo, aun en curso en explotaciones tanto tradicionales, como modernas de España y Portugal, desde sus inicios, tres campañas atrás, ha sido diseñado, desarrollado y desempeñado, por el departamento agronómico de Juan Vilar consultores estratégicos, vinculado con diversos centros de investigación, y universidades, nacionales e internacionales, entre otras, la UJA, la UCO, USC, en colaboración con el laboratorio, certificado por el Consejo Oleícola Internacional, Olivarum.

El sector del olivar, al igual que la actividad agroalimentaria, debe de enfrentarse a un reto plenamente histórico, la agricultura debe de ser la base de la sostenibilidad económica, social y medioambiental, para ello se debe de hacer un uso totalmente sostenible de los recursos que precisa. Los cambios bruscos en el medio ambiente (temperaturas extremas y reducción de precipitaciones) hacen difícil a la producción agrícola. Este siglo se basa fundamentalmente en el cambio productivo de la agricultura tradicional a la agricultura de precisión, que nos permita mejorar la eficiencia y uniformidad del riego, reducción de costes, aumentar la rentabilidad del cultivo, reducir los consumos energéticos y usar los recursos de una manera más sostenible, óptima, y eficiente.

En este sentido, y en la línea de investigación y desarrollo, tras tres campañas de experiencia, se ha pretendido enfocar la eficacia del tratamiento, respecto al consumo de agua, por una mejora de la adaptabilidad al medio y al ambiente del cultivo, así como una mejora de todos los parámetros evaluados referidos a productividad y calidad de cosecha.

En los ensayos llevados a cabo en 2022, se evaluó el uso y el efecto en diferentes parcelas de olivar, de la aplicación de OmyaPro Calcium de forma generalizada omitiendo el tratamiento en un 10 por ciento de la superficie destinada a zona de testeo control, este ensayo supondría la fase posterior al estudio inicial de investigación realizado.



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

Esta segunda fase del estudio de investigación se llevó a cabo en varias parcelas de olivar tradicional de densidad de plantación de 100 olivos por hectárea, situadas en la provincia de Jaén, la aplicación tuvo lugar en la primera quincena de julio, por motivo de la evolución de la temperatura que cursó en el mes de junio. En todas las prescripciones se utilizó una dosis de aplicación del 5 por ciento de producto y un gasto de caldo de 600 litros por hectárea.

Al hilo de los ensayos anteriores, se evaluaron parámetros como el índice de madurez, forma del fruto y rendimiento graso de la aceituna, para poder testear y corroborar la eficacia de la aplicación y producto.

De los resultados obtenidos se dedujo que los olivos tratados con el producto, presentan un menor índice de madurez que los no tratados, como respuesta del mejor estado hídrico de los frutos, y la aceituna se mantiene en envero por más tiempo, permitiendo esto una mayor flexibilidad en la recolección.

El tratamiento de OmyaPro Calcium demostró un incremento del peso de media de al menos el 5 por ciento respecto al tratamiento control en la mayor parte de los casos, lo que implica una mayor productividad por unidad de superficie. En datos referidos a producción, la cosecha media de los olivos tratados con el producto fue de 54,3 kg/olivo frente a 49,4 kg/olivo de los olivos no tratados, por lo que mejoró la productividad de aceituna por hectárea en un 9,02 por ciento.

Respecto a materia grasa en materia seca, el tratamiento mejora el rendimiento en hasta un 3,04 por ciento. De valor medio, la aplicación del producto mejora el parámetro de rendimiento graso en un 2,58 por ciento.

En términos económicos, la rentabilidad de una explotación se puede ver mejorada en un 19 por ciento, vía incremento calibre de cosecha y rendimiento graso, unido a una mejor respuesta vegetativa y nutricional del olivo, de acuerdo con las cotizaciones actuales, de entre 430 y 1.200 euros por hectárea, dependiendo del modelo de cultivo, idiosincrasia de la explotación, momento de recolección, variedad, etc.

Estos resultados ponen en relieve, que el tratamiento con el producto OmyaPro Calcium aplicado a olivar, no solo mejora la respuesta del olivo frente al estrés hídrico, si no que optimiza la morfología del fruto, dotando al olivo de aceitunas de mayor peso, y mayor rendimiento graso, lo que repercute directamente en la rentabilidad del cultivo, como se ha explicado de forma previa.

Fuente: [Juan Vilar](#)



PRÓXIMAS JORNADAS

11 julio 2022

Seminario Madrid - Claves para la internacionalización de la gastronomía española 2022

Aforo General: 168

Estado convocatoria:
Abierta

INSCRIPCIÓN



Fechas de inscripción:

Del 06/06/22, 9:00 h al 10/07/22, 23:55 h

Fechas de celebración:

Del 11/07/22, 10:00 h al 11/07/22, 12:30 h

15 septiembre 2022



V ENCUESTRO DE OLIVICULTORES

40 aniversario;
**Agua, innovación
y modernización**

GRUP oleícola **jaén**

15 de Sep de 2022 | 9:00 h
Palacio de congresos
IFEJA | Jaén

Inscripciones en
www.oleicolajaen.es

