

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

23 de enero de 2023



HOY ES NOTICIA:

El diferencial de precios entre la marca de distribuidor y las primeras marcas se acrecienta.

Bajan los precios del aceite de oliva lampante en origen.

Las exportaciones crecen en Málaga un 15,5% tras alcanzar ventas récord en noviembre.

El stock de aceite mantenido en Italia a 31 de diciembre de 2022 asciende a 310.751 toneladas.

El AOVE en las grandes escuelas de cocina.



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://www.caixabank.es/agrobank) y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



El diferencial de precios entre la marca de distribuidor y las primeras marcas se acrecienta

Con las cifras ya avanzadas del mes de diciembre, más cortas de las previstas en la mayor parte de los aforos, y con las salidas mensuales acusando ya los precios en origen, el foco se pone ahora en lo que hará la gran distribución en las próximas semanas. Y una visita a cualquier de los lineales de aceites de oliva de las grandes superficies, sean súper o híper, no deja de sorprender y despistar al consumidor de a pie por la gran disparidad de precios existentes entre aceites de la misma categoría. Tanto en oliva refinados como en vírgenes extra.

A día de hoy es posible encontrar una horquilla de precios para envases de litro en PET que va de media desde los 5,60 a los 8 euros en el caso de los aceites de oliva virgen extra, un diferencial de precio que no se explica por la lógica del mercado ni la coyuntura actual. Esta diferencia se da especialmente entre la marca de distribuidor que genera más ventas a la cadena de super o hiper en cuestión y las primeras marcas más conocidas. En el caso de los aceites de oliva, la diferencia de precios entre las distintas marcas, para formatos de litro en PET, se encoge más, pero pueden encontrarse diferencias de dos euros entre marcas de distribuidor y primeras marcas.

Cuando los datos de producción de enero se conozcan ya en torno al 10 de febrero, tanto el sector de la producción cooperativa como las grandes envasadoras tendrán ya más clara la estrategia comercial de cara a los próximos meses. Con tres tendencias que parecen claras de aquí a la nueva campaña:

-Por un lado, el mayor peso de las importaciones, que pese a la corta campaña en otros países potencialmente exportadores, puede ser una de las mayores de los últimos años. Las cifras del mes de diciembre muestran a las claras que los grandes operadores ya han tomado posiciones de compra en terceros países para asegurarse suministro.

-El empuje de la marca de distribuidor volverá a tomar mayor protagonismo, ya que el diferencial de precios frente a las marcas líderes del mercado no ha parado de aumentar desde el inicio de la nueva campaña 2022/2023, con diferenciales que no se veían en los últimos años.

-De la tendencia que tengan los precios en origen en las próximas semanas, ya con las cifras globales de producción cerradas, dependerá también mucho si la caída de las salidas mensuales (tanto en mercado interior como en exportación) se van a acentuar o no. En PoolRed de Jaén en la tercera semana de enero, los precios en origen del aceite de oliva virgen extra ya rozan los 5,50 euros/litro, mientras el virgen acarcia los cinco euros y el lampante queda en 4,74 euros/ litro. Como precio medio de la categoría, se marca ya los 5,20 euros litro.

Fuente: [Revista Almaceite](#)



Bajan los precios del aceite de oliva lampante en origen

Llegados a este punto de la campaña olivarera, en el que muchas almazaras, cooperativas o industriales están ya recogiendo sus últimas aceitunas en el campo, se nota la mayor disponibilidad de aceites lampantes con destino a la refinería y la gran escasez de aceites de oliva virgen extra que se ve reflejado en la evolución de los precios en origen.

Concretamente, en esta tercera semana del mes de enero un aceite lampante se podía adquirir en el entorno de los 4,70/4,75€/kilo, mientras que el aceite virgen extra se ofertaba entre los 5,70€/kg y los 5,80€/kg; aunque también se han detectado algunas pequeñas partidas por encima de los 6€/kg.

Así, el diferencial de precios entre el lampante y el virgen extra alcanza ya un euro, quedando en el medio la categoría virgen que se oferta entre los 5,05 y los 5,10€/kg en origen

Todo esto en un marco de una gran tranquilidad operadora porque las disponibilidades de aceite para este año no parece que superarán las 750.000 toneladas y hay por delante una importante travesía del desierto para poder llegar a octubre de 2023.

Mientras tanto los operadores oleícolas italianos parece que comienzan a asomar la cabeza en el mercado español dado que Grecia y Túnez están agotando ya sus disponibilidades de aceites virgen extra, a un precio más competitivo que el aceite español.

Los efectos colaterales del oliva en el orujo

Si hablamos del comportamiento del mercado del aceite de orujo, sin duda que los efectos de la caída de la producción del oliva está pasando factura a las empresas orujeras que se están viendo obligadas a importar mayores volúmenes de crudo de Grecia, Italia o Túnez para mantener algunos contratos que permitan cubrir las necesidades de sus clientes.

No obstante, ya se ha puesto de manifiesto la pérdida de clientes en otros mercados exteriores ante el incremento de precios.

Fuente: [Olimerca](#)

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



Las exportaciones crecen en Málaga un 15,5% tras alcanzar ventas récord en noviembre

Las exportaciones de Málaga alcanzaron los 2.641 millones de euros en los primeros once meses de 2022, de enero a noviembre 2022, cifra récord para este periodo desde que existen registros homologables (1995), con un crecimiento del +15,5% respecto al mismo periodo de 2021, con lo que supera ya en 201 millones de euros toda la cifra del último año récord, 2021.

Este "buen registro" se apoya en las ventas récord del mes de noviembre, en el que Málaga alcanzó unas exportaciones récord de 254 millones de euros, con un crecimiento del +18,9% respecto al mismo mes del año anterior.

Málaga exportó principalmente aceite de oliva, con 44 millones de euros, el 17,3% y un alza del +113%; frutas, con 36 millones de euros, el 14% y +0,6%; y máquinas y material eléctrico, con 21,5 millones de euros, el 8,5% y +22,7%.

Por otro lado, en el acumulado, las importaciones crecen un +13,7% hasta los 2.878 millones de euros, por lo que registra un déficit de -237 millones de euros y una tasa de cobertura del 92%.

Málaga sumó 6.419 empresas exportadoras en los primeros once meses de 2022, de las que 1.025 son exportadoras regulares --más de cuatro años seguidos exportando--, cifra que supone un +5,7% interanual y que supera ya la cifra total de 2021 (979). Estas empresas son responsables del 88% de las ventas de Málaga.

Productos exportados por Málaga

En cuanto a los productos, los primeros productos exportados por la provincia son agroalimentarios, encabezados por las frutas, con 402 millones de euros, el 15,2% y prácticamente la misma cifra que en el mismo periodo de 2021 (-0,4%), según los datos de Extenda.

Le siguen el aceite de oliva, con 396 millones de euros, el 14,9% y un incremento del +31%, la tercera mejor; y la carne y los despojos comestibles, con 209 millones de euros, el 7,9% y un descenso del -11,6%.

En cuarto lugar están máquinas y material eléctricos, con 167 millones de euros (6,3%) y una bajada de -5,3%; seguido de prendas de vestir de punto, con 104 millones de euros (3,9%) y subida del +27,4%; instrumentos y aparatos de óptica, con 103 millones de euros (3,9%) e incremento del



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



+3,7%; prendas de vestir no de punto, con 82 millones de euros (3,1%) y aumento del +36% y es el segundo capítulo que más crece del top 10.

Asimismo, vehículos automóviles y tractores, con 69 millones de euros (2,6%) y subida del +2%; máquinas, con 65 millones de euros (2,5%) y un aumento del +11,3%; y combustibles, con 61 millones de euros (2,3%), que es el que más crece del top 10 al duplicar su dato (+134%).

Principales mercados

Por otro lado, crecen siete de los diez primeros mercados, con los que llega a cuatro continentes. El primer destino es Francia, con 440 millones de euros, el 16,7%, que baja un -7,3%; seguido de Italia, con 314 millones de euros, el 11,9% y subida del +39%, el mayor crecimiento de los diez primeros mercados; y EEUU, con 274 millones de euros, el 10,4% y aumento del +31%, el tercero mayor.

En cuarto lugar está Portugal, con 231 millones de euros (8,8%) y ascenso del +28,5%; seguido de Alemania, con 147 millones de euros (5,6%) y bajada del -25%; Países Bajos, con 86 millones de euros (3,3%) y alza del +15,2%; Reino Unido, con 79 millones de euros (3%) y aumento del +27,6%; Marruecos, con 57 millones de euros (2,2%) y subida del +11,1%; China, con 47 millones de euros (1,8%) y bajada del -62%; y Japón, con 45 millones de euros (1,7%) y aumento del +33%, el segundo mejor del top 10. 2021

Por otro lado, han recordado que Málaga realizó exportaciones en 2021 por valor de 2.440 millones de euros, lo que constituye su mejor registro histórico, gracias a un incremento de las ventas del +6,7% sobre 2020, año en el que también logro un registro récord de exportaciones de 2.288 millones de euros.

Importaciones

Las importaciones también crecieron, en este caso un +23%, por lo que la provincia registra un déficit de su balanza comercial del exterior de 340 millones de euros, y una tasa de cobertura del 88%.

Han destacado, de igual modo, que una de las principales fortalezas del sector exterior malagueño es su tejido exportador. Málaga es la provincia con un mayor número de empresas exportadoras de Andalucía, 8.188, que supone su cifra récord, y es también la provincia que más crece, con un +77% respecto a 2020.

De ellas, 979 son exportadoras regulares (más de cuatro años consecutivos exportando), una cifra que la coloca como segunda provincia por número de regulares y que supone un +6,6% más que en 2020, el tercer mejor crecimiento entre las provincias. Estas suman el 83% de las exportaciones.

Asimismo, Málaga posee una de las cestas exportadoras más diversificadas de Andalucía, con productos del ámbito agroalimentario, industrial o de consumo entre sus diez capítulos más vendidos al exterior.

Fuente: [Málaga Hoy](#)

IMS
PESAJE INDUSTRIAL

Líderes en instalación y mantenimiento
de sistemas de pesaje industrial

Instalación, Mantenimiento y Sistemas de Pesaje, S.L. B-13.447.586
Plg. Ind. "Los Cerros" C/Herrería, Nave 57 C.P 23400 Ubeda (Jaén) www.imspesasaje.com info@imspesasaje.com



El stock de aceite mantenido en Italia a 31 de diciembre de 2022 asciende a 310.751 toneladas

El stock de aceite mantenido en Italia a 31 de diciembre de 2022 ha ascendido a 310.751 toneladas, de las cuales el 75,5% está representado por Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE). En el contexto del aceite AOVE, el 62,3% es de origen italiano (146.213 toneladas), el producto de origen UE representa el 31,7%. Las existencias de aceite extracomunitario y mezclas de aceites son marginales.

Más de la mitad del stock nacional de aceite de oliva (54%) está presente en las regiones del sur de Italia, con la importante contribución de las regiones de Puglia y Calabria (37,8% y 8,4%, respectivamente). A nivel provincial, cabe destacar el 19,2% de las existencias en la provincia de Bari y el 9,3% en la provincia de Barletta-Andria-Trani.

A nivel regional, las 4 primeras Regiones (Puglia, Toscana, Umbria y Calabria) tienen en stock el 70,6% de todo el stock nacional.

La distribución provincial muestra una importante concentración de las existencias de aceite: más de dos tercios del aceite que se posee en Italia se concentra en las primeras 10 provincias (66,4%).

DOP/IGP

A pesar del gran número de Indicaciones Geográficas registradas (49), de un total de 25,5 millones de litros de aceite IG en stock, un aumento con respecto al 31 de diciembre de 2021 (24,9 millones de litros), la DOP Terra di Bari por sí sola representa el 36,6% y las primeras 20 denominaciones el 97,1% del total de DO en stock.

En conjunto, el aceite DOP/IGP en stock equivale al 7,6 % del total presente en Italia y constituye el 10,0 % del aceite AOVE almacenado.

El stock total de "aceite de oliva virgen extra" y "aceite de oliva virgen" procedente de agricultura ecológica es de 41.268 toneladas (+4,6% respecto al mismo periodo del año anterior), de las que el 99,8% AOVE, equivalente al 17,6% de el AOVE total celebrado en Italia. El aceite BIO se encuentra principalmente en Puglia, Sicilia, Toscana y Calabria.



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



Variaciones de stock respecto a 31 de diciembre de 2021

Los inventarios de aceite al 31 de diciembre de 2022 fueron un 3,9% superiores a los del mismo período del año anterior. Esto se debe principalmente al incremento de existencias de aceite AOVE (+4,1%) y aceite de orujo de oliva (+10,4%).

En el contexto de AOVE, cabe destacar el dato de cantidad de producto de origen italiano que, con 146.213 t, se mantiene prácticamente invariable respecto al 31 de diciembre de 2021.

Fuente: [Oleorevista](#)

El AOVE en las grandes escuelas de cocina

En Olivatessen somos curiosos por naturaleza y por ello queremos conocer el uso que se hace del aceite de oliva virgen extra en algunas de las principales escuelas de cocina del mundo: The Culinary Institute of America (CIA), Basque Culinary Center, Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL) y Le Cordon Blue. Para ello les hemos preguntado qué peso tiene el aceite de oliva dentro de su portfolio de Masters y cursos de formación y qué papel juega este producto en los grandes cursos de cocina que imparten. Esto nos han dicho...

THE CULINARY INSTITUTE OF AMERICA (CIA) (New York, USA)

El aceite de oliva ocupa un lugar muy relevante tanto en nuestros Masters como en los programas educativos, así como en las conferencias de liderazgo de la industria. Todos los estudiantes de nuestros Bachelor's Degree y programas asociados tienen un curso obligatorio de "Cocinas y Culturas del Mediterráneo" que incluye formación específica sobre aceite de oliva. También ofrecemos una "Concentración Mediterránea" de 15 semanas en diferentes lugares de España para los estudiantes de Bachelor -la más reciente fue en Barcelona, antes de la pandemia- que en el futuro se extenderá a otros países mediterráneos productores de aceite de oliva.

Asimismo, el aceite de oliva ha ido adquiriendo un creciente protagonismo en nuestras conferencias de liderazgo dirigidas a chefs, propietarios de restaurantes y ejecutivos de la industria del foodservice a lo largo y ancho de EEUU. En los 23 años que llevamos organizando nuestro evento Worlds of Flavor International Conference & Festival hemos contado con la participación de los mejores chefs de toda la Cuenca Mediterránea, que nos han deleitado con técnicas y estrategias de sabor con aceite de oliva.

A todo ello hay que añadir nuestra nueva iniciativa Plant-Forward Kitchen, un novedoso concepto que apuesta por la cocina healthy y sostenible y cuenta con su propia web, con una sección dedicada por completo al aceite de oliva creada en colaboración con el Consejo Oleícola Internacional (COI) en la que se incluye una serie de vídeos sobre el aceite de oliva y la Plant-Forward Kitchen.

Por último, hemos establecido una colaboración académica con la Universidad de Barcelona denominada Torriberra Mediterranean Center cuyas iniciativas también ponen especial énfasis en el aceite de oliva, celebrando una conferencia anual titulada Tomorrow Tastes Mediterranean que confiamos en reanudar después de la pandemia.

BASQUE CULINARY CENTER (San Sebastián, ESPAÑA)

El AOVE es un producto absolutamente imprescindible en nuestra gastronomía, al encontrarnos en un país líder mundial en producción y dada la enorme versatilidad que ofrecen sus diferentes variedades. Además del uso gastronómico y directo en las cocinas como herramienta de aprendizaje para los alumnos, dentro del mundo del análisis sensorial su gran variedad de aromas, sabores y texturas nos permite jugar con él como elemento de cata; sin olvidar que el elevado número de variedades de aceituna hacen que su uso pueda estar tan extendido como en el caso del vino, ya que podemos disponer de un AOVE para cada momento.

En Basque Culinary Center se han celebrado varias ediciones del Curso de Experto en Análisis de AOVE de alta gama, pero hasta la fecha no ha sido impartido por nuestro centro, sino que nuestras instalaciones han acogido esta formación externa cediendo el espacio.

www.bculinary.com

ECOLE HÔTELIÈRE DE LAUSANNE (Grupo EHL) (Lausanne, SUIZA)

El chef Thomas Bissegger (1 estrella Michelin) utiliza aceite de oliva virgen extra casi a diario, tanto en sus platos como en sus clases en la EHL Swiss School of Tourism and Hospitality, que acoge a estudiantes suizos e internacionales de 30 países. Principalmente enseña a los estudiantes que siguen la especialidad en Artes Culinarias cómo maridarlos con cada plato, qué cantidades se necesitan y también cómo usarlos correctamente. “El AOVE es un componente esencial de mi cocina y visión de la gastronomía, especialmente en platos fríos donde los sabores del virgen extra aportan toda su intensidad”, afirma. Los estudiantes que asisten a sus clases cursan un Swiss Professional Degree en Administración de Hoteles y Restaurantes y pueden optar por seguir un Culinary Arts Major en el último semestre que los prepara para organizar y llevar a cabo eventos especiales de F&B, así como implementar las últimas tendencias culinarias, incluidas prácticas estacionales y sostenibles.

www.ehl.edu

LE CORDON BLEU (Madrid, ESPAÑA)

“El AOVE es uno de los grandes protagonistas de la despensa española y también de nuestra Escuela” -afirma el chef Erwan Poudoulec, director técnico de Le Cordon Bleu Madrid-. Está presente de manera natural en todas las aulas y cocinas, así como en muchas de las recetas que elaboramos para enseñar las técnicas y procesos culinarios. Por supuesto, el discurso de los programas de cocina española profundiza un poco más en sus propiedades, en las diferentes variedades, procedencia, etc... pero en los programas de cocina de inspiración francesa, pese a los mitos con la mantequilla (risas), también se pone en valor y se enseñan las claves de su uso. Centrándonos en el plano del disfrute, sin olvidar los numerosos beneficios nutricionales que aporta, podríamos decir que hay muchos platos que no están completos hasta que los finalizamos con ese toque de AOVE en crudo, que termina de aportar esa acidez o esa complejidad aromática que buscamos”.

www.cordonbleu.edu

Descubre muchos más contenidos sorprendentes como este en [Olivatessen](#).

Fuente: [Mercacei](#)