

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

22 de abril de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Aceite de oliva y cacao maridan como los alimentos más inflacionistas del último año.

Las exportaciones andaluzas logran un récord histórico en los dos primeros meses del año, con 7.009 millones y un alza del 9,2% interanual.

Bosnia y Herzegovina se une oficialmente al COI.

Primeros esbozos de la campaña próxima.

Taste Spain y Spain Fusion.



Aceite de oliva y cacao maridan como los alimentos más inflacionistas del último año

Cada vez hay más almazaras y empresas relacionadas con el sector del aceite de oliva que han decidido incluir en sus portafolios el chocolate artesano elaborado con aceite de oliva virgen extra. Ellas más que ninguna conocen lo que supone en la actualidad elaborar un producto exclusivo cuyos dos ingredientes principales -AOVE y cacao- han alcanzado cotizaciones históricas en origen.

Aunque su consumo a gran escala es muy diferente y sus mercados de origen también, el aceite de oliva y el cacao comparten el “privilegio” de ser en el último año dos de los productos agroalimentarios más inflacionistas del mercado español. Según los datos de la consultora NIQ para el mes de marzo, “un mes más, el aceite vuelve a protagonizar el primer puesto en la lista de categorías con mayores elevaciones de precio respecto a un año antes y así lo hace en un 30,5%, frente al mismo periodo del año pasado.

Debido a la actual crisis mundial del cacao con disminución de materia prima y su encarecimiento, los chocolates aparecen en este ranking y ven como incrementan su precio en un 11,1%, mientras que el cacao lo hace en un 4,1%. Sin embargo, aún no se observa, en el caso de los primeros una disminución de la demanda, ya que se incrementa un 5%, pero sí lo hace en el cacao, que disminuye un 1,6%”. Tanto en el caso del aceite de oliva como del cacao, sus subidas de precios en los lineales han sido mucho mayores que la media del sector de consume agroalimentario en marzo.

Mientras los precios del aceite de oliva alcanzaron sobre todo en el mes de enero cotizaciones en los lineales nunca vista, por encima de los 10 euros/litro en envases de PET para el virgen extra en formato de litro y los 52 euros de media en la garrafa de PET de cinco litros, en el caso del cacao su subida en el último año tanto en origen como en el mercado de futuros también ha sido meteórica. En solo un año, el precio del cacao paso de costar una media de 2.600 euros/toneladas a los 10.000 euros/tn en el mes de abril de 2024. En torno al 70% del cacao mundial procede del mercado africano, especialmente de Costa de Marfil y de Ghana. Otros grandes productores a nivel mundial son Ecuador y Brasil.

Según datos de Eurostat, en el conjunto de la Unión Europea, el aceite de oliva fue un 50% más caro en enero de 2024 que en enero de un año antes. La subida cogió fuerza en la Segunda mitad del año 2023, con una subida solo en agosto del 37% en relación al mismo mes del año 2022, ya cuando se preveía una corta cosecha ante la climatología adversa. Pese a la relajación de precios que comenzó con ímpetu a primeros de abril, con las cifras de la campaña 2023/2024 algo por encima de lo previsto y sobre todo por las abundantes lluvias de Semana Santa, los precios en origen del aceite de oliva siguen muy por encima de la media de la última década.



Dos realidades que tienen que ver desde el punto de vista estructural con una menor disponibilidad de producto tanto de aceite de oliva como de cacao a nivel mundial. En España y la cuenca mediterránea, motor de la producción mundial de aceite de oliva, dos cosechas que juntas darían para poco más de una campaña buena de la última década. Y en el caso del cacao, grandes adversidades climáticas provocadas por el fenómeno de El Niño, combinadas con periodos de sequía en el África occidental, la gran zona productora mundial, que ha visto descender de forma notable la producción. Además de serios problemas de plagas como los de la conocida como la vaina negra. En el caso de la elaboración de chocolate, una de las salidas claves del cacao, se une la fuerte alza del precio de la azúcar, otro de sus componentes claves, que cotiza a su mayor precio en origen desde 2010. También por adversidades climáticas en su producción en grandes productores como Brasil e India entre otros.

Todo ello en una coyuntura que apunta a una cierta moderación de precios en la cesta de la compra, a la espera de los productos de frutas y hortalizas de temporada a partir del mayo y junio. Según Patricia Daimiel, directora general de NIQ para Iberia, ha señalado que “afortunadamente hemos visto como el comportamiento del mes de marzo ha continuado la tendencia de moderación de precios que se viene registrando desde hace unos meses. La demanda también ha anotado en positivo, aunque las bajas temperaturas y lluvias torrenciales vividas en la mayoría de las comunidades españolas durante Semana Santa, ha hecho que el consumo no fuera todo lo dinámico que se preveía”.

“No obstante, si se sigue consolidando la moderación de precios y el aumento de la demanda — continúa Daimiel— veremos cambios en las estrategias que adoptan los consumidores al realizar las compras y de hecho hemos observado, según nuestro Panel de Hogares, que uno de cada dos productos crece más allá del precio, por lo que es muy importante identificar los impulsores del repunte de la demanda”.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

Las exportaciones andaluzas logran un récord histórico en los dos primeros meses del año, con 7.009 millones y un alza del 9,2% interanual

Las exportaciones de Andalucía lograron un nuevo registro histórico entre enero y febrero de 2024, al alcanzar los 7.009 millones de euros, la mayor cifra contabilizada para los dos primeros meses de un año desde que existen datos homologables (1995), gracias a un incremento interanual de las ventas del 9,2%. Con este incremento, que contrasta con una bajada del 3% del conjunto de las

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



exportaciones de España (31.835 millones), Andalucía se sitúa como tercera del ranking nacional de comunidades exportadoras, con el 10,6% del total, siendo también la única que crece de las cinco regiones con más ventas internacionales.

Asimismo, este último mes de febrero también ha registrado una mejora con respecto al de 2023 con ventas por valor de 3.389 millones, un crecimiento del 5,6% y una balanza comercial positiva, con una tasa de cobertura del 108% (superávit de 257 millones), 15 puntos por encima de la española (93%).

El sector exterior andaluz comienza 2024, por tanto, con un crecimiento que supone 594 millones de euros más que el resultado de enero-febrero de 2023 (6.415 millones), anterior periodo récord, que ya supuso un incremento del 1,7% respecto a los dos primeros meses de 2022, que también marcó una cifra histórica.

Según los últimos datos de Andalucía TRADE, la balanza comercial de Andalucía para el periodo enero-febrero muestra un destacado saldo positivo, con una tasa de cobertura del 103%, hasta 12 puntos más que la alcanzada por el conjunto de España (91%), que sufre un déficit de 6.079 millones de euros. Esto responde a que las importaciones realizadas por Andalucía sumaron 6.819 millones de euros, con un descenso del 6,7%, registrándose finalmente un superávit de 103 millones.

Los principales protagonistas de este buen comportamiento en estos dos primeros meses del año reflejan la importante diversificación productiva del tejido exportador, que ve como crecen sus principales capítulos industriales y algunos agroalimentarios. Así el aeronáutico, casi triplicó su factura respecto a enero-febrero de 2023, llegando hasta los 614 millones de euros.

DESPEGUE DE LA INDUSTRIA GRACIAS AL AERONÁUTICO

En los dos primeros meses de 2024, se han registrado crecimientos en siete de los diez primeros capítulos exportadores de Andalucía, con importantes avances en sectores industriales, entre los que destaca el de aeronaves, que se coloca como primero en crecimiento al casi triplicar su factura, con un incremento del 166% respecto a enero-febrero de 2023, con 614 millones de euros (8,7% del total) desde el cuarto puesto.

En este ámbito industrial destacan igualmente los ascensos de los capítulos de minerales, escorias y cenizas, octavo (2,9%), con 204 millones de euros y un incremento del 63%; máquinas y calderas, décimo, con 144 millones de euros, el 2% y un 22,1% más de exportaciones; o las máquinas, aparatos y material eléctrico, con 281 millones de euros, el 4% del total y un aumento del 17,2% desde el sexto puesto.

En el ámbito agroalimentario destacan las subidas de las ventas de las grasas y aceites animales o vegetales, con 876 millones de euros, el 12,5% del total y un alza del 78% en el tercer puesto; y

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



de las frutas, que desde la quinta posición han registrado 468 millones de euros en exportaciones (6,6% del total) con un crecimiento del 5,7%. Asimismo, lideran las ventas andaluzas las hortalizas, con 1.076 millones de euros (15,3%) pese a una leve bajada del 3,8%.

Por su parte, en segundo lugar se sitúan los combustibles minerales, con 1.045 millones de euros, el 14,9% del total y un incremento del 1,2%. Asimismo, bajan, tanto el cobre y sus manufacturas, con 205 millones de euros (2,9% del total) y una caída del 34% desde el sexto lugar; como la fundición, hierro y acero, con 167 millones de euros (2,3%) y un decrecimiento del 12,4%, en el noveno puesto.

AVANCES EN DIVERSIFICACIÓN

En enero-febrero de 2024, ocho de los diez primeros destinos aumentaron sus registros y la región creció en los cinco continentes. Además, Andalucía muestra significativos avances en términos de diversificación también en el destino de sus ventas, de manera que dos de los tres mayores crecimientos de su Top 10 corresponden a países extracomunitarios, en concreto, Marruecos, octavo (4,8%), con 339 millones y un alza del 41%; y China, décimo, con casi el triple de ventas, gracias a una subida del 1841% hasta los 213 millones de euros (3% del total). Por otra parte, crecen también las ventas a Estados Unidos, primer destino no comunitario y quinto del ranking con 514 millones de euros, el 7,3% del total, con un alza del 2,5 con respecto a enero-febrero de 2023.

La comunidad refuerza, igualmente, su posición en los mercados europeos, principal objetivo de sus ventas, de forma que crecen los tres primeros: Francia, con 876 millones, el 12,5% y un alza del 15,7%; seguido de Alemania, con 863 millones, el 12,3% y ascenso del 11,7%; y Portugal, con 625 millones, el 8,9% y aumento del 7,6%. Como destinos europeos crecen también Bélgica, noveno mercado, que es el segundo que más crece de los diez primeros, con un avance del 57% hasta los 315 millones de euros; y Reino Unido, con 382 millones de euros (5,4%) con un avance del 11,3%, desde el sexto puesto.

Asimismo, registran una bajada de las ventas Italia, cuarto mercado, con 532 millones (7,6% del total) y descenso del 1,3%; y los Países Bajos, con 363 millones de euros (5,1%) y una caída del 9,2% desde la séptima posición.

SEVILLA, LÍDER EN VENTAS Y CRECIMIENTO

En este periodo crecieron las ventas en cinco de las ocho provincias andaluzas. En concreto, Sevilla se alza a la primera posición (25,3%) con una factura de 1.773 millones de euros, un 60% más que en enero-febrero de 2023, con el mayor crecimiento de todas las provincias.

En segundo y cuarto puesto se encuentran, respectivamente, Cádiz (18,3% del total) y Huelva (15,7% del total), provincias afectadas en su factura por ser entrada y salida de productos



energéticos. Así, la provincia gaditana registra unas ventas de 1.285 millones de euros, pese a un descenso del 2%, mientras que la onubense suma 1.101 millones, un 11,5% menos. En tercera posición está Almería con 1.244 millones de euros, el 17,7% del total, y una bajada del 4,6%.

En quinto lugar se coloca Córdoba (7,8%), con ventas de 550 millones, gracias a una subida del 20,3%, la tercera mejor entre las provincias; le sigue Málaga, con exportaciones por valor de 532 millones de euros y un incremento del 0,2% (7,5%); mientras que en séptima posición se encuentra Granada, con 282 millones de euros, un 8,3% más (4% del total) que en los dos primeros meses de 2023; y Jaén suma unas ventas de 243 millones de euros, gracias al segundo mejor crecimiento entre las provincias, del 21,6%, con el 3,4% de las ventas de la comunidad.

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](#)

Bosnia y Herzegovina se une oficialmente al COI

Bosnia y Herzegovina ha completado el proceso para convertirse en miembro oficial del Consejo Oleícola Internacional (COI). Este país balcánico forma parte de este organismo desde el pasado 20 de febrero, cuando ratificó la finalización del proceso de adhesión depositando el instrumento correspondiente ante las Naciones Unidas en Nueva York.

El pasado miércoles 17 de abril, la embajadora de Bosnia y Herzegovina en España, Vesna Andree Zaimović, fue recibida por el recién nombrado director ejecutivo del COI, Jaime Lillo, en un encuentro en el que ambas partes expresaron su voluntad de fortalecer los vínculos entre el organismo internacional y este país balcánico, que ha experimentado una expansión en la producción de aceite de oliva en los últimos años.

Además de informar sobre las próximas fechas clave -incluida la reunión del Comité Asesor en Siena el 29 de mayo y el comité del Consejo de Miembros y las sesiones plenarias que se celebrarán en Madrid en junio-, Lillo destacó la importancia de que expertos de Bosnia y Herzegovina participen en los grupos de expertos del COI, en particular en el campo de la química, en métodos de análisis y calidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva, en la evaluación organoléptica del aceite de oliva, en la normalización de las aceitunas de mesa y en el grupo de estadística.

Con la incorporación de Bosnia y Herzegovina al COI, esta organización intergubernamental cuenta ahora con 20 Estados Miembro compuestos por 47 países.

Fuente: [Mercacci](#)

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

Primeros esbozos de la campaña próxima

En abril, un mes crucial para el desarrollo del olivar, comienza a esbozarse la potencial cosecha futura. Para ello, es fundamental analizar diversos parámetros en campo, como el número de inflorescencias por brote y la fertilidad de la flor, que determinarán el rendimiento y la calidad de la próxima cosecha.

Otro dato determinante en esta época es el estudio de la fertilidad de la flor (se realiza cuando la inflorescencia tiene cierto desarrollo); ya que si la flor es fértil, el porcentaje de fruto que cuaja será también mayor. Una flor que no tenga fertilidad no cuajará en un fruto

Según estimaciones de la Denominación de Origen Aceite Sierra de Cazorla, en las zonas más adelantadas de la Comarca, las primeras flores podrían aparecer en 5 a 7 días, mientras que en las zonas más tardías se esperan alrededor de 20 días para el inicio de la floración.

Lluvias

Asimismo, estamos en el momento de realizar el primer estudio orientativo de cosecha. Una vez que la inflorescencia se encuentra próxima a la apertura, analizando sus botones florales, podemos determinar el porcentaje de flores fértiles de media por brote; si hay un buen número, podemos hablar de que hay probabilidades de estar ante una buena cosecha.

De hecho, gracias a las cuantiosas lluvias que se han producido recientemente, las perspectivas de la próxima campaña son mucho más halagüeñas que en la pasada campaña. Las precipitaciones han caído en un momento estratégico en el desarrollo del olivar, de hecho, buena parte de los problemas del pasado año se gestaron en el mes de abril. ¿Qué ocurrió? Además de que no llovió, se produjeron unas altas temperaturas inusuales para esa época del año.

La flor es un órgano muy sensible y lo peor que le puede ocurrir es que no se desarrolle bien por falta de materia prima -nutrientes y agua-. Si no hay agua, la planta no puede comer, porque los nutrientes no le llegan de una forma adecuada, por lo tanto el brote se desarrolla mal y la inflorescencia también, provocando un bajo índice de fertilidad en las mismas.

Cuando la flor tiene poca humedad y se encuentra deshidratada, los picos de calor son más dañinos que en condiciones normales, y el órgano floral no puede defenderse de las altas temperaturas y se quema, dañándose de forma irreversible. Debemos recordar que la floración transcurre en un pequeño intervalo de tiempo del ciclo anual del olivar que suele ser de 7 a 10 días aproximadamente en cada zona desde que da comienzo en la misma el proceso de la floración. Por estos motivos el mes de abril es crucial, ya que la floración es el origen de toda la gestación de la cosecha y en un periodo muy corto nos jugamos buena parte de las opciones productivas de nuestros olivares,



Coragro
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en
Seguros Agroalimentarios*

www.coragro.es



esperando que el esfuerzo humano y la naturaleza converjan para obtener un buen producto desde el punto de vista cuantitativo y cualitativo, en este año, parece que las lluvias están dibujando una perspectiva mucho más positiva.

Tratamientos y plagas

Este mes es muy importante para terminar de perfilar los tratamientos foliares e intentar no dar los mismos cercanos a la floración. Es conveniente dejar que la floración fluya sin interferencias de ningún tratamiento de por medio, por eso es necesario hacerlos ya, antes de que esto suceda.

Y en cuestión de plagas, en abril suele haber una plaga que, si las condiciones vienen favorables, no es necesario intervenir. Se trata de la segunda generación del prays (un microlepidóptero). Es una de las plagas más importantes del olivar; la primera generación es a comienzos de la primavera y ataca a la hoja, y la segunda es la llamada generación antófaga, que ataca a la flor cuando se está formando. Si hay muchas flores en la planta no será peligrosa, pero en las parcelas que haya pocas inflorescencias por brote sí puede hacer daño.

Fuente: [Oleorevista](#)

Taste Spain y Spain Fusion

Con Taste Spain y Spain Fusion encuentra distribución internacional para tus productos.

Elige los mercados que más te interesen y aprovecha estos eventos promocionales:

- **Taste Spain:** presenta tus productos en un *showroom* a profesionales locales.
- **Spain Fusion:** presenta tus productos en una exposición integrada en un congreso sobre gastronomía española destinado a público profesional local.

Oportunidades en el mercado asiático: fechas de inscripción

Spain Fusion Tokio 2024, 18/04/2024 a 16/05/2024

ICEX España Exportación e Inversiones, convoca a las empresas españolas a participar en una exposición de alimentos y vinos españoles en Tokio en septiembre de 2024 con el objetivo de fomentar la presencia y el conocimiento de nuestros productos en este mercado.

Esta actividad está enmarcada dentro del proyecto VOCENTO GASTRONOMIA, que son los organizadores de www.madridfusion.net, el congreso gastronómico más importante del mundo dirigido al público profesional: importadores, distribuidores, representantes del sector HORECA, así como prensa especializada y prescriptores de opinión.



Esta actividad tiene un doble objetivo:

- Respalda la imagen de calidad de los vinos, bebidas y alimentos españoles de mayor calidad en este mercado y apoyar a las empresas españolas con potencial para introducirse en Japón.
- Conseguir un importador, así como aumentar la distribución de la oferta española ya existente de alimentos gourmet, bebidas y vinos de calidad en el mercado nipón.

Taste Spain en Singapur 2024, 18/04/2024 a 16/05/2024

ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Singapur organizan un Taste Spain en Singapur en el mes de noviembre de 2024. Con esta actividad se busca apoyar y aumentar la distribución de la oferta española de vinos de calidad y alimentos gourmet en dicho mercado.

Público objetivo:

Actividad dirigida a importadores y distribuidores de vinos y alimentos gourmet, compradores de grandes cadenas de supermercados, comercio independiente, canal HORECA y prensa especializada.

Expositores:

Actividad destinada a la búsqueda de distribución, por ello, las empresas expositoras participantes no pueden tener distribución en el país.

La convocatoria, condiciones y requisitos de participación se publicarán más adelante.

Taste Spain en Corea del Sur 2024, 18/04/2024 a 16/05/2024

ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Seúl organizan un Taste Spain en Corea del Sur en el mes de noviembre de 2024. Con esta actividad se busca apoyar y aumentar la distribución de la oferta española de vinos de calidad y alimentos gourmet en el mercado coreano.

Público objetivo:

Actividad dirigida a importadores y distribuidores de vinos y alimentos gourmet, compradores de grandes cadenas de supermercados, comercio independiente, canal HORECA y prensa especializada.

Expositores:

Actividad destinada a la búsqueda de distribución, por ello, las empresas expositoras participantes no pueden tener distribución en el país.



La convocatoria, condiciones y requisitos de participación se publicarán más adelante.

Taste Spain Pekín 2024, 18/04/2024 a 16/05/2024

ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Pekín organizan, el próximo 23 de septiembre, Taste Spain Pekín 2024, exposición de alimentos y bebidas y que tiene como objetivo ayudar a las empresas españolas a identificar distribuidores de cara a introducir sus productos en ese mercado.

Esta actividad se realiza conjuntamente con un Open Day para la de búsqueda y consolidación de la distribución.

Actividad dirigida a empresas y a organismos de promoción e instituciones agrupadoras

Público objetivo:

Importadores y distribuidores de alimentos y vinos; representantes del canal HORECA y prensa especializada.

Expositores:

Actividad destinada a la búsqueda de distribución, por ello, las empresas expositoras participantes no pueden tener distribución en el país.

Taste Spain en Shenzhen 2024, 18/04/2024 a 16/05/2024

ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Pekín organizan, el próximo 25 de septiembre, Taste Spain Shenzhen 2024, exposición de alimentos y bebidas y que tiene como objetivo ayudar a las empresas españolas a identificar distribuidores de cara a introducir sus productos en ese mercado.

Esta actividad se realiza conjuntamente con un Open Day y enmarcada dentro del "Spanish Pantry Festival".

Actividad dirigida a empresas y a organismos de promoción e instituciones agrupadoras.

Público objetivo:

Importadores y distribuidores de alimentos y vinos; representantes del canal HORECA y prensa especializada.

Expositores:

Actividad destinada a la búsqueda de distribución, por ello, las empresas expositoras participantes no pueden tener distribución en el país.

Fuente: [ICEX](#)

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

