

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

9 de septiembre de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



El oro líquido se hunde: las ventas del aceite de oliva caen otro 15% pese a la bajada de precios.

La tranquilidad de la oferta da firmeza a los precios del aceite de oliva.

Estos son los mejores aceites de oliva del ArgOliva 2024.

El aceite de oliva, clave para la paz y el desarrollo sostenible.

Andalucía TRADE amplía mercado al agro andaluz en Australia, donde ha duplicado las ventas en el primer semestre de 2024.



El oro líquido se hunde: las ventas del aceite de oliva caen otro 15% pese a la bajada de precios

La industria aceitera española no consigue detener la sangría en sus ventas de oliva. A pesar de la fuerte bajada que están experimentando los precios, en el primer semestre del año únicamente se vendieron 106,7 millones de litros, lo que supone un 15% menos respecto a las casi 126 millones que se alcanzaron en el mismo periodo del año anterior, de acuerdo con los datos de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac). El virgen extra se ha hundido durante este periodo un 13,67%; el virgen un 9,45%; el suave un 13,76% y el intenso hasta un 27,3% respecto al año anterior.

Y el problema es que, lejos de frenarse, al menos de momento, la tendencia se acentúa. De hecho, en el segundo trimestre del año se vendieron apenas 51,5 millones de litros, un 7% menos que en los primeros tres meses del ejercicio. Este desplome ha provocado, además, un hecho sin precedentes. Con todo ello, según destaca Anierac, desde el inicio de la campaña actual en octubre de 2023, las ventas de aceite de oliva durante estos primeros tres trimestres se han elevado a 162 millones de litros, cifras inferior en un 18,76% a las del mismo periodo de la anterior.

Aunque España no solo es el mayor productor de aceite de oliva, sino también uno de los mayores consumidores tradicionales, el girasol se está imponiendo de una forma clarísima debido a la fuerte subida de los precios que ha tenido en los últimos años el oro líquido. Así, mientras que al cierre del primer trimestre de 2023 las ventas de oliva y el girasol estaban prácticamente igualadas, ahora la situación ha cambiado de forma radical. De acuerdo siempre con los datos de Anierac, al cierre de los seis primeros meses del año, las ventas de aceites de semilla se elevaron a 203,2 millones de litros, lo que supone prácticamente el doble que las de oliva. Pero es que si se tiene en cuenta solo el girasol, las ventas ascendieron a 179,2 millones de litros, lo que supone prácticamente un 70% menos.

Todo indica, sin embargo, que la fuerte crisis que está viviendo el aceite de oliva pueda estar tocando a su fin. Después de dos años de sequía, en los que la producción se ha hundido y los precios se han disparado por encima incluso de los 12 euros por litro, las previsiones apuntan ahora a un cambio claro de tendencia y un respiro para los consumidores. En el sector confían así en que la próxima campaña, que empieza en octubre, sea muy buena, situándose entre 1,4 y 1,7 millones de toneladas, lo que conllevará una fuerte caída del precio, hasta el entorno de los cinco euros.



Bajada de los precios

De hecho, y después sobre todo de la supresión del IVA, los precios de algunas marcas blancas han empezado a situarse ya incluso por debajo de siete euros. En concreto, y después de que Mercadona bajara el precio a 6,95 euros, otras cadenas, como Alcampo, Aldi, Carrefour, Dia e Hipercor, lo han bajado al mismo nivel, lo que ha provocado que la organización de consumidores Facua haya denuncia que están pactando los precios. "Los análisis de la asociación ponen de manifiesto cómo, de manera continuada, cuando una de las cadenas modifica los precios de su marca propia de aceite de oliva, el resto la imita para igualarlo o reducir sus diferencias en unos pocos céntimos por litro", asegura la organización. Como reacción a esta denuncia, el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 ha enviado un requerimiento de información a "los principales operadores de distribución minorista de ámbito nacional" –ya les remitió el primero el pasado febrero– para comprobar si sus subidas de precios están vinculadas a aumentos de márgenes, prohibidos por el real decreto-ley que establece la rebaja del IVA.

El sector cree que el precio seguirá bajando pero considera que sería contraproducente que se redujera por debajo de ese umbral de cinco euros porque dejaría sin margen a los agricultores e imposibilitaría la sostenibilidad de la cadena. "Bajar de ese importe implicaría vender prácticamente con pérdidas y eso no se puede hacer", insisten. Antes de la crisis, el precio del aceite se situaba entre 3,5 y 4 euros por litro en las variedades más económicas, pero parece muy difícil así que vuelva a esos niveles.

En España, la producción media de aceite de oliva se sitúa en 1,2 millones de toneladas anuales. En las dos últimas campañas, sin embargo, la sequía ha provocado una fuerte caída de la producción, bajando en la de 2022/2023 hasta un mínimo de 664.033. En la actual, gracias a una meteorología más favorable, especialmente por las lluvias en primavera, la producción se ha situado en 851.000 toneladas, un 11,2% por encima de las previsiones pero por debajo todavía de la media anual.

Fuente: [El Economista](#)



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

Kubota

For Earth, For Life Kubota

kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota



La tranquilidad de la oferta da firmeza a los precios del aceite de oliva

La primera semana del mes de septiembre se ha cerrado en el mercado del aceite de oliva en origen con una tónica de tranquilidad operadora y con una importante escasez de aceites de oliva virgen extra y lampantes.

Bajo estos dos parámetros, los precios siguen una semana más muy firmes, con algunas oscilaciones al alza en origen, sobre todo provocadas por las cortas partidas de calidad que se pueden encontrar de ambas categorías.

Los refinadores, ante la ausencia de aceite lampante genuino, están decantándose por la compra de aceites vírgenes, que en algunas ocasiones refinan y en otras envasan en función de sus características físico-químicas. Y es en este contexto de necesidad de los industriales donde podemos encontrar un abanico de precios algo más amplio.

Respecto al comportamiento del mercado en el exterior, desde Portugal nos llegan noticias de que a los operadores del país vecino les han entrado las prisas por iniciar la recolección y ya están ofreciendo aceites nuevos a 5€/kg.

Y es que gracias a los sistemas de cultivo implantados, principalmente superintensivos, los productores portugueses necesitan tener vendidos sus aceites antes de producirlos, porque su problema es que la capacidad de almacenamiento es muy limitada y si no venden rápidamente tendrían un problema de gestión de los nuevos aceites. Y en este año, ante la necesidad que tienen prácticamente todos los países del mediterráneo, Portugal quiere ser el primero para dar dos veces.

Fuente: [Olimerca](#)

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar

bioland
ENERGY

GRUPO
oleicolajaén

Av. Vilches, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupoleicolajaen.com

El aceite de oliva, clave para la paz y el desarrollo sostenible

En el marco del proyecto OLIB, financiado por la Diputación Provincial de Zaragoza, el CIHEAM Zaragoza celebrará un taller internacional que pondrá de relieve el papel del aceite de oliva para la paz y el desarrollo sostenible. Este evento coincide con el 25º aniversario de la Declaración sobre una Cultura de Paz de las Naciones Unidas y se celebrará con motivo del Día Internacional de la Paz, el próximo 21 de septiembre.

Un taller para el desarrollo sostenible

El olivo, símbolo milenario de la paz, cobra un nuevo significado en este taller, que busca explorar cómo el aceite de oliva puede contribuir a un desarrollo sostenible. En esta edición, se analizarán las mejores condiciones en las que la producción oleícola puede fortalecer el crecimiento económico, fomentar la inclusión social y proteger el medio ambiente.

El taller contará con la participación de universidades, ONG, empresas e instituciones como la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y el Consejo Oleícola Internacional (COI), así como representantes de la Fuerza Provisional de las Naciones Unidas en el Líbano (FPNUL) y autoridades locales. Juntos debatirán sobre cómo mejorar las técnicas de producción del olivo y el aceite en toda la cadena de valor, desde la gestión agrícola hasta la comercialización.

Proyecto OLIB: Olivo y desarrollo en el Líbano

El [proyecto OLIB](#), coordinado por CIHEAM Zaragoza, busca mejorar el rendimiento y la productividad del olivo en el Líbano, promoviendo el desarrollo local sostenible y la coexistencia en una región afectada por conflictos. Esta iniciativa es un ejemplo claro de cómo la agricultura, en particular el cultivo del olivo, puede ser una herramienta para fortalecer las economías locales y fomentar la convivencia pacífica.



Un evento que culmina con una cata de aceite de oliva

En la segunda parte del taller, abierta al público general, se celebrará una mesa redonda en la Diputación Provincial de Zaragoza. Representantes de ONG discutirán sobre cooperación agroalimentaria y cómo esta puede fomentar una cultura de paz. Los asistentes tendrán la oportunidad de participar en una cata de aceite de oliva virgen extra (AOVE) y se les obsequiará con una planta de olivo, cortesía de El Vivero de Abel (Caspé, Zaragoza).

Este evento no solo busca mejorar las prácticas agrícolas, sino también celebrar la conexión entre el aceite de oliva y los valores de paz y sostenibilidad que este representa.

Fuente: [Oleorevista](#)

Estos son los mejores aceites de oliva del ArgOliva 2024

En cuanto al III Concurso Nacional a la calidad de aceites de Oliva Virgen Extra "Premio Homenaje al Sector Olivícola Nacional 2024", 14 marcas fueron premiadas en las diferentes categorías que compitieron. Vale destacar, que 8 pertenecen a elaboraciones que se realizan en la provincia de San Juan (Argentina).

Con respecto al XIII Concurso Internacional de Aceites de Oliva Virgen Extra Premio "Domingo Faustino Sarmiento 2024", 27 empresas ganaron; mientras 11, recibieron una mención. En este certamen, 10 empresas sanjuaninas fueron galardonadas. Además, esta última competencia está catalogada como la séptima más exigente del mundo. También, en esta edición se incrementó la cantidad de países participantes provenientes del continente europeo; dando muestra del enorme crecimiento del certamen.

Es importante señalar que el XIV Encuentro Olivícola Internacional ArgOliva 2024 está organizado por el Ministerio de Producción, Trabajo e Innovación en conjunto con el CFI y la Universidad Católica de Cuyo. Durante estos días se llevaron a cabo diferentes actividades con el foco puesto de fortalecer la matriz productiva de uno de los sectores que tiene mayor crecimiento en la provincia.



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](#)



Estos son los ganadores 2024

XIII Concurso Internacional de Aceites de Oliva Virgen Extra Premio "Domingo Faustino Sarmiento 2024"

Grandes Productores

Grupo II. Frutados verdes amargos / picantes medios

1º puesto: Palacio de los Olivos del varietal Picual del lote nº S102304 DEP.4 perteneciente a la empresa **Olivapalacios, S.L. de España.**

2º puesto: El Empiedro (Dop Priego de Córdoba) del varietal Hojiblanca del lote nº 282324-E02/02 perteneciente a la empresa SCA. Olivarera La Purísima de la provincia de Córdoba, España.

3º puesto: Familia Saleme del varietal Coratina, Arbequina del lote nº 22024 perteneciente a la empresa Olivícola Pedernal S.A de la provincia de San Juan, Argentina.

3º puesto: Aceite de Oliva Virgen Extra Premium Goya® Único | Goya® Único Premium Extra Virgin Olive Oil del varietal Hojiblanca, Picuda del lote nº 241-01524 perteneciente a la empresa Goya en España S.A.U. de la provincia de Sevilla, España.

1º mención: Artajo 10 Bio koroneiki del varietal 100% koroneiki del lote nº depósito 4 perteneciente a la empresa Aceite Artajo. S. Agroebro S.L. de la provincia de Navarra, España.

1º mención: Terra Creta Grand Cru koroneiki Evoo del varietal Koroneiki del lote nº TC20122023 perteneciente a la empresa Melissa-Kikizas SA (for Terra Creta Evoo) de la provincia de Attiki, Grecia.

1º mención: Nucete Intenso del varietal Changlot/Coratina del lote nº SJ070624 perteneciente a la empresa Agro Aceitunera S.A. de la provincia de San Juan, Argentina.

Grupo IV. Frutados maduros / dulces

1º puesto: Palacio de los Olivos del varietal Arbequina del lote nº S102308 DEP. 8 perteneciente a la empresa **Olivapalacios S.L. de España.**



2º puesto: Artajo 10 Bio Arbequina del varietal Arbequina 100% del lote nº Depósito 6 perteneciente a la empresa Aceite Artajo. S. Agroebro S.L. de la provincia Navarra, España.

3º puesto: Azait del varietal Arbosana, Koroneiki y Coratina del lote nº Tq 23 perteneciente a la empresa Aimurai S.A. de la provincia de La Rioja, Argentina.

3º puesto: Nucete Suave del varietal Arbequina del lote nº CH060724-A perteneciente a la empresa Agro Aceitunera S.A. de la provincia de San Juan, Argentina.

1º mención: Oliovita Arbequina del varietal Arbequina del lote nº 24198/Tanque 8 perteneciente a la empresa Solfrut S.A. de la provincia de San Juan, Argentina.

Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Cuyo Noticias](#)

Andalucía TRADE amplía mercado al agro andaluz en Australia, donde ha duplicado las ventas en el primer semestre de 2024

Andalucía lidera las exportaciones españolas de alimentos y bebidas a Australia, con la mitad de toda la factura nacional

Andalucía TRADE ha organizado la asistencia de cinco empresas andaluzas del sector agroalimentario a la 40ª edición de Fine Food de Australia, que tuvo lugar del 2 al 5 de septiembre, en el espacio expositivo MCEC de Melbourne. Esta feria es una cita estratégica para seguir ampliando el fuerte empuje que han tenido en el primer semestre de 2024 las exportaciones de alimentos y bebidas andaluzes, que han duplicado su facturación (+100,1%) respecto al mismo periodo del año anterior, hasta alcanzar los 97 millones de euros, lo que la convierte en líder nacional en el mercado alimentario australiano, con la mitad (49%) del todas las ventas de España.



Andalucía TRADE desarrolla una estrategia de apoyo a la diversificación de las exportaciones agroalimentarias andaluzas, en la que Australia, en particular, y Oceanía y Sudeste Asiático, en general, son zonas del máximo interés. Con esta intención, en el último año ha abierto una antena de negocios en Sidney, para potenciar las acciones en Oceanía, que completa a la importante expansión realizada en los últimos años en países del Sudeste Asiático.

En el marco de la Fine Food, las empresas andaluzas han tenido la oportunidad de celebrar casi medio centenar de reuniones de negocios con una veintena de importadores durante los días 2 y 3 de septiembre. Además, se han celebrado otras decenas de entrevistas preparadas por la agencia pública, del 4 al 6 de septiembre, en Sídney. Por otra parte, y para estudiar nuevas vías de crecimiento en el mercado australiano, la agencia pública ha organizado encuentros con el consejero comercial de la Oficina Económica y Comercial de España en el país, Rodrigo Tilve, y con la asociación gastronómica española en Australia, Eatspanish.

Los informes de la agencia destacan el gran potencial del mercado australiano que, con una población en crecimiento de 27 millones de habitantes de alto poder adquisitivo, valora especialmente la relación calidad-precio de los productos andaluces; un país que cuenta con una economía de mercado estable, dinámica y abierta al comercio internacional. El auge de la dieta mediterránea, unido al creciente interés por la gastronomía española, ha potenciado una demanda que está siendo satisfecha por las empresas andaluzas, que acaparan la mitad de las ventas totales de España.

Fine Food: 25 países representados

Las firmas andaluzas han desarrollado su agenda comercial en el mayor certamen agroalimentario de la zona que, con carácter bianual, se celebra alternando entre las ciudades Sídney y Melbourne. Además, la delegación de la comunidad ha contado con el apoyo en el terreno de la Antena de la Red Andalucía TRADE Internacional en Sídney.

Fine Food Australia acoge cada año a más de 700 expositores y más de 26.000 visitantes de 50 países. Se trata de una cita de oportunidad para las firmas andaluzas, ya que actúa como puerta de acceso a la zona de Asia y el Pacífico.

En lo que respecta al sector de la alimentación y las bebidas, el mercado australiano valora aquellos productos de calidad que cuenten con una imagen bien diferenciada, ya sea por su singularidad en



sabor y elaboración, como por su respeto al medio ambiente mediante empaquetados sostenibles, o por tener un distintivo ecológico o BIO. En concreto, los productos más exclusivos, como el aceite de oliva virgen extra, tienen mejores posibilidades de éxito en el mercado.

Los informes de Andalucía TRADE señalan que Australia es un destino atractivo para las empresas del sector de la alimentación y las bebidas, ya que su amplia base de consumidores de origen multicultural se identifica con una marcada predilección por los productos de alta calidad y valora la innovación y la diversidad en sus experiencias culinarias

Empresas andaluzas en Australia

Las empresas participantes proceden de Cádiz (Vinagres de Yema), Córdoba (Almazaras de la Subbética), Jaén (Ands) y Sevilla (Grupo Ybarra Alimentación y Migasa Aceites). Las firmas de la comunidad celebraron más de medio centenar de reuniones de negocios con importadores locales durante la misión comercial. Cabe destacar que algunas de las firmas han tenido reuniones con importadores con quienes ya tenían contactos comerciales para continuar fortaleciendo sus relaciones, y otras han logrado conocer a nuevos agentes locales de la altura de P&O Food Services, CFS (Complete Food Services) y Honest to Goodness; y cadenas de supermercados como Woolworths.

La participación de Andalucía TRADE en esta acción está cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea, con cargo al Programa Operativo FEDER de Andalucía 2021-2027, dotado con una contribución comunitaria del 80%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta actuación.

Andalucía líder en exportaciones agro y con récord histórico

Andalucía cuenta cada vez con mayor presencia en el país australiano, ya que los informes revelan que en el primer semestre de 2024 las ventas agroalimentarias de la comunidad batieron un récord histórico de exportaciones, alcanzando la cifra de 97 millones de euros, gracias a un crecimiento del 100,1% interanual. De este modo, la comunidad lidera las ventas nacionales de alimentos y bebidas al país, con el 49% del total, por delante de la segunda más exportadora, Navarra, con el 10,4% del total, y de Cataluña, con el 10,3% de las exportaciones españolas. De esa cifra, el 87% corresponde al aceite de oliva, que suma unas ventas de 84 millones de euros y un crecimiento del

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



107% en este periodo, más del doble, superando las cifras registradas en todo el año 2023 (78 millones). Le siguen en segundo lugar las conservas de aceitunas, con 6,4 millones (6,7%) e incremento del 66%, y los cereales, con 1 millón de euros y un alza del 81%.

Sevilla, líder en ventas agro, dobla sus exportaciones

Respecto a las provincias, Sevilla destaca sobre el resto, ya que es líder en exportaciones de alimentos y bebidas a Australia durante el primer semestre de 2024, con una factura que alcanza los 82 millones de euros, y concentra el 85% de las ventas de toda Andalucía, con una subida del 108%, más del doble que en el mismo periodo del año anterior.

En segundo lugar, Córdoba con 3,7 millones, con un ascenso del 35%; seguida de Málaga, con 3,7 millones, y un ascenso del 199%, el triple que en el primer semestre de 2023. En los últimos puestos y con ventas menores, se sitúan Granada, con 1,2 millones euros, con una subida del 104%; Huelva, con 584.135 euros, y un avance del 154%; Cádiz, con 398.284 euros y bajada del 11,6%; Almería, con 241.804 euros y alza del 118%; y Jaén, con 48.005 euros que desciende un 9,1%.

Asimismo, cabe destacar que, en general, las exportaciones andaluzas a Australia también han registrado récord histórico en esta primera parte del año, con 150 millones de euros vendidos y un alza del 72% con respecto al primer semestre de 2023.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)

