

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

11 de octubre de 2024



HOY ES NOTICIA:

Nueva

JORNADAS



Antes el consumidor buscaba la mejor relación calidad/precio, ahora prima encontrar el precio más bajo.

Más de 80 empresarios conocen el programa sobre el turismo del olivar.

Jaén explora nuevas estrategias para liderar la olivicultura global en Diálogos Expoliva.

El chef Alejandro Paz se alza con el Premio de Cocina “Jaén, paraíso interior”.

Pabellón España Anuga Colonia 2025.



Antes el consumidor buscaba la mejor relación calidad/precio, ahora prima encontrar el precio más bajo

María Gutiérrez Salcedo, Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados y profesora del Máster en Olivar y Aceite de Oliva de la Universidad de Jaén.

¿Puede el consumidor aguantar la volatilidad de precios en origen?

La cadena de valor de los aceites de oliva en España siempre se ha caracterizado por la inestabilidad de precios. Sobre todo en las primeras fases donde, en algunas campañas, partidas similares en cantidad y calidad, podían ser hasta un 28% más caras o baratas en función del momento de compraventa. Estas variaciones de precios en origen contrastaban con la relativa estabilidad en el mercado de destino, lo que condicionaba el comportamiento de compraventa de los agentes de toda la cadena.

Sin embargo, a pesar de la subida de costes en el mercado de origen y la respuesta de la distribución, los precios en destino se mantienen más rígidos que en origen. La persistente sequía y el incremento en los costes de producción, sobre todo de los productos derivados del petróleo, asfixian a los niveles intermedios (productores, envasadores), que no tienen que más remedio que trasladar estas subidas de precio a la distribución y esta, por ende, al consumidor. Sin embargo, aún se pueden observar precios en destino similares o incluso más bajos que origen, y esto siempre ha sido un foco de tensión entre los productores y la distribución.

En general se observa un periodo de demora de aproximadamente 3 meses, desde que se produce un cambio en origen hasta que se observa en destino. Sin embargo, las magnitudes de respuesta en destino son significativamente menores, sobre todo si lo que se produce es una bajada de costes. Por ejemplo, en este momento con una bajada de precios en origen, el consumidor no lo está notando. En otras palabras, a pesar de la elevada influencia del precio en origen sobre la formación del precio final, no se produce una transmisión completa de los cambios de precio entre ambos mercados.



¿Se debería acostumbrar al consumidor a esta volatilidad en origen? ¿Nos tenemos que acostumbrar a comprar el aceite, de un mes a otro, a un euro de diferencia?

Mi opinión es que no. Origen y destino son mercados distintos. La formación del precio en origen se realiza, fundamentalmente, por las circunstancias de su propio mercado (costes de producción, volúmenes de aceite comprado o en almacén, precio medio en el mercado de origen, número de compradores, etc.), lo que les permite adaptarse más rápidamente a su demanda y entorno. Mientras que en destino afectan otros factores, además de los costes de producción, como la logística o la competencia entre las grandes cadenas de distribución, que requieren una toma de decisiones con perspectiva estratégica.

Además, un traslado de precios inmediato desde origen a destino, incrementaría el grado de importancia del precio en la elección del consumidor. Éste siempre ha sido un atributo clave en la elección del producto, seguido de la marca o el sabor, como se ha puesto de manifiesto en numerosos estudios llevados a cabo desde el área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén. Sin embargo, la volatilidad de precios en destino incrementaría su importancia respecto al resto de atributos del producto. Mientras que antes el consumidor buscaba la mejor relación calidad/precio, ahora prima encontrar el precio más bajo, porque no era capaz de pagar 10€/litro. Y mira que se ha portado bien en las primeras semanas de subidas, donde la demanda de aceites de oliva en España apenas cambió. Sin embargo, actualmente sí se observa un trasvase de consumo del oliva hacia el girasol, sencillamente porque el consumidor no puede sostener estos vaivenes de precios.

Ahora bien, esto no significa que el precio en destino se mantenga estable a 2€/litro.

El consumidor final necesita estabilidad en precios para centrarse en otros atributos que le permitan valorar el producto (calidad, salud, origen, etc.). Pero esta estabilidad debe permitir la rentabilidad económica de todos los agentes de la cadena agroalimentaria, desde el agricultor hasta la distribución. Necesita una estabilidad de precios que permita a los primeros eslabones sobrevivir sin la dependencia de las ayudas de terceros. Y necesita una estabilidad de precios que permita poner en valor el aceite de oliva, especialmente el virgen extra.

En suma, considero que el precio de los aceites de oliva en destino no debe reflejar la volatilidad de precios en origen, pero tampoco puede mantenerse en unos niveles insostenibles para la cadena.

Fuente: [Revista Almaceite](#)



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



Más de 80 empresarios conocen el programa sobre el turismo del olivar

Más de 80 empresarios de la provincia de Jaén han conocido cómo se va a implementar el programa 'Oleoturismo España', dirigido a configurar una oferta turística nacional basada en el olivar y la cultura del aceite de oliva. La Diputación Provincial de Jaén lidera junto a la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) esta iniciativa en la que participan otras siete administraciones provinciales y a la que se destinarán más de 1,1 millones de euros, a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno central, financiados con fondos Next Generation EU.

La Administración provincial ha organizado cuatro jornadas en los municipios de Orcera, Jaén capital, Úbeda y Arjona para informar a empresas vinculadas al oleoturismo sobre el contenido y el proceso de desarrollo de este programa, que facilitará la promoción de experiencias oleoturísticas de los distintos territorios participantes bajo una marca e imagen global a través de Turespaña.

En las distintas jornadas celebradas en la provincia jienense, se ha dado a conocer al empresariado el modelo de cogobernanza que se seguirá para la implementación de este programa, así como «el manual de experiencias que se ha diseñado y que va a estandarizar los parámetros de calidad que queremos trasladar en cada uno de los servicios de esta red nacional, además de la realización de un estudio de la demanda y la oferta», ha señalado el diputado de Promoción y Turismo Francisco Javier Lozano.

El programa supondrá la creación de una marca y una plataforma web, además de la formación de las empresas que se adhieran al mismo, a las que se facilitarán técnicas para «mejorar los productos en torno a la cultura del olivar y del aceite de oliva» con los que cuentan. A ello se sumará el desarrollo de una estrategia de comunicación «que nos permitirá dar más visibilidad la promoción del oleoturismo a nivel nacional e internacional», ha detallado el diputado de Promoción y Turismo.

Por su parte, el subdelegado del Gobierno en Jaén, Manuel Fernández, ha subrayado la importancia de programas como éste con el que desde la provincia de Jaén «estamos dando pasos para el turismo del futuro, un turismo sostenible». Para Fernández, «esta provincia está construyendo todo un

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



modelo de turismo que exprime de forma sostenible y con absoluto respeto los recursos con los que cuenta, que son muchos», ha expresado.

Fuente: [IDEAL](#)

Jaén explora nuevas estrategias para liderar la olivicultura global en Diálogos Expoliva

El próximo 4 de noviembre, el auditorio Guadalquivir del Palacio de Congresos y Exposiciones de Jaén (IFEJA) acogerá la presentación del manual "Consideraciones sobre la búsqueda de ventajas competitivas en olivicultura". El caso particular de la provincia de Jaén, en el marco del evento [Diálogos Expoliva](#).

Este manual, fruto de la colaboración de 18 instituciones públicas y empresas, aborda la situación actual de la olivicultura jiennense, un sector clave tanto a nivel provincial como mundial. En un entorno tan competitivo como el de la olivicultura global, el documento presenta estrategias para mejorar y potenciar la competitividad de Jaén en este ámbito, mediante dos enfoques principales: la diferenciación de los aceites de oliva y la modernización de los olivares.

Estrategias para impulsar la competitividad del olivar en Jaén

El manual examina las diferentes formas en las que el sector olivarero de Jaén puede seguir evolucionando para afrontar los retos del mercado internacional. Entre las estrategias de diferenciación, destacan iniciativas como el olivar ecológico, olivar biorregenerativo, IGP, DOP, y proyectos innovadores como Olivares Vivos, que permiten añadir valor a los aceites de oliva mediante la preservación de la biodiversidad y la singularización de su origen.

Por otro lado, el documento también propone la modernización de los sistemas de cultivo mediante la mejora de la tecnología aplicada a los olivares tradicionales, lo que permitiría a los productores aumentar la competitividad, reduciendo costes y maximizando la rentabilidad. Algunas de estas



estrategias incluyen la actualización de los sistemas de riego y la incorporación de maquinaria agrícola avanzada, como la ofrecida por empresas como John Deere.

Participación de toda la cadena de valor

La presentación contará con la participación de las instituciones y empresas que han contribuido al desarrollo del manual, todas ellas involucradas en diferentes etapas de la cadena de valor del aceite de oliva. Entre los participantes destacan la Diputación de Jaén, la Universidad de Jaén, Caja Rural de Jaén, Carmonagro, GEA, Oleícola Jaén, y Garzón Green Energy, quienes expondrán los principales retos y oportunidades que enfrenta la provincia.

El evento, que será retransmitido en directo para los 66 países productores de aceite de oliva en el mundo, ofrecerá una visión global sobre el futuro del sector, con un enfoque específico en Jaén, líder mundial en producción de aceite de oliva virgen extra.

Entrega del manual a los asistentes

Al concluir el acto, se hará entrega de un ejemplar del manual a los asistentes presenciales, mientras que los participantes virtuales recibirán una versión en pdf. De este modo, tanto los presentes como los espectadores en línea podrán profundizar en las estrategias que permitirán a Jaén consolidarse como un referente en la olivicultura mundial.

Fuente: [Oleorevista](#)



El chef Alejandro Paz se alza con el Premio de Cocina “Jaén, paraíso interior”

Aquí tienen al nuevo “chef del aceite”. Alejandro Paz, del restaurante Fuentelgato en Huerta del Marquesado (Cuenca), ha logrado el XXI Premio de Cocina con Aceite de Oliva Virgen Extra “Jaén,

paraíso interior” que organiza la Diputación y cuya final se ha desarrollado en el Palacio Kursaal en el marco de San Sebastián Gastronomíka. El diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, ha entregado al chef el único galardón de este certamen, dotado con 8.000 euros y un trofeo realizado de forma artesanal por la empresa More & More. Paz ha obtenido este premio culinario por la receta ‘Callos de bacalao, suero, lavanda y AOVE’, que ha elaborado durante la final. En ella han participado otros siete chefs: Pedro Aguilera, de Mesón Sabor Andaluz (Alcalá del Valle, Cádiz); Carolina Álvarez, del restaurante Quique Dacosta, en Denia (Alicante); Laura Dura, de Bonamb (Jávea, Alicante); Husiu Wen Huang, de Life Gourmet Catering (Madrid); José Manuel Molina, de Leña Marbella (Marbella, Málaga); Raúl Lopera, de Esperit Roca, en San Julia de Ramis (Gerona) y Alan Triñanes, del restaurante Macorina, ubicado en Cazorla.

Lozano, que ha presidido el jurado de esta edición, ha destacado la calidad de los platos finalistas que certifica “el altísimo nivel de los restauradores que se dan cita en este certamen, uno de los más prestigiosos y mejor dotados de los que se desarrollan en el panorama nacional”. “Su celebración desde hace más de 20 años ha permitido convertirlo en uno de los principales escaparates para poder visibilizar las virtudes de nuestros aceites de oliva virgen extra, facilitando su promoción entre los grandes cocineros de nuestro país y los prescriptores más prestigiosos y hacerlo de una manera singular y diferente”, ha afirmado. Igualmente, Lozano ha subrayado la idoneidad de que este premio se desarrolle en el marco de San Sebastián Gastronomíka, “un espacio internacional para el encuentro con los mejores chefs y que, sin duda alguna, hacen una labor pedagógica a través de su cocina con los consumidores”. Durante la final del Premio Internacional de Cocina con AOVE “Jaén, paraíso interior”, cada cocinero ha contado con un tiempo de 75 minutos para elaborar su plato. Un proceso que han realizado en directo desde la cocina central del Palacio Kursaal y que se ha complementado con la finalización y el emplatado de su respectiva receta ante el jurado, para lo que han dispuesto de otros 45 minutos.



Ver artículo completo [aquí](#)

Fuente: [Diario Jaén](#)

Pabellón España Anuga Colonia 2025

ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E. (en adelante ICEX) en colaboración con la Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf, organiza la participación española con Pabellón

España en la feria ANUGA 2025, la feria internacional más importante del sector agroalimentario a nivel mundial. Tendrá lugar en el recinto ferial de Köelnmesse GMBH en Colonia (Alemania) del 4 al 8 de octubre de 2025.

El Pabellón España organizado por ICEX se desplegará en las siguientes áreas o halles, para los cuales se abre la convocatoria:

- Anuga Fine Food: Productos gourmet y delicatessen, así como alimentación en general
- Anuga Meat: Productos cárnicos, de caza y aves
- Anuga Dairy: Productos lácteos
- Anuga Frozen Food: Alimentos congelados y helados

Se abre convocatoria de participación a toda empresa agroalimentaria española englobada en estos sectores. Las que por su sector tengan que exponer en el resto de halles (ANUGA BREAD & BAKERY, ANUGA DRINKS, etc.) tendrán que inscribirse directamente en la feria para lo que les recomendamos contactar con la organización ferial, que les asesorará y facilitará su inscripción:

Contacto con la organización ferial: Ana Cruz - a.cruz@koelnmesse.es

En este enlace puedes acceder al informe de la feria del año anterior:

https://www.icex.es/content/dam/es/icex/oficinas/043/documentos/2023/12/anexos/IF_ANU



Fecha límite de inscripción: 31/10/2024

INSCRIPCIONES

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