

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

13 de noviembre de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Las almazaras valencianas no paran de producir aceite para particulares.

El PVP del aceite de oliva virgen extra subió un 45,6% de media en el tercer trimestre de 2023.

Firmada la actualización de las tablas salariales del convenio del aceite y sus derivados en Jaén para esta campaña con una subida del 2,5%.

El Campeonato de Tapas Ciudad de Valladolid se convierte en escaparate del uso de los aoves españoles en el mundo.

Andalucía TRADE impulsa el agro andaluz en Japón, la tercera economía del mundo con 128 millones de consumidores potenciales.

This is a promotional advertisement for AgroBank. The background is a photograph of a woman in a dark sweater and green pants, kneeling in a greenhouse filled with plants. She is holding a wooden crate filled with fresh produce. The text is overlaid on the image. At the top left, it says 'Contigo desde el origen'. Below that, a paragraph reads: 'En CaixaBank queremos ayudarte a impulsar tu proyecto desde las raíces, como tú lo haces. Por ello, hemos creado el mayor ecosistema de innovación agroalimentaria para ofrecerte soluciones integrales, digitales e innovadoras.' Below this, it says 'Descubre AgroBank en CaixaBank.es'. At the bottom left, there is a logo for 'paralimpicos' with a rainbow flag. At the bottom right, there is the 'AgroBank' logo, which consists of a blue star-like shape and the text 'AgroBank'. In the top right corner, the word 'PUBLICIDAD' is written in small letters. There are also some small green and grey squares scattered across the image.

Las almazaras valencianas no paran de producir aceite para particulares: "El que tiene un olivo en el chalé viene con sus aceitunas"

Aceitunas de un particular en la almazara Pepe Gínia.

- Estos pequeños productores se ahorran hasta cuatro euros por litro de aceite.
- Los particulares recolectan las aceitunas de sus olivos como si de un pequeño tesoro se tratase.
- El precio del aceite de oliva se dispara: un 67% más caro que hace un año y un 10,1% más alto que en agosto.

El **precio desorbitado del aceite** ha provocado que cualquier particular que tenga un olivo en casa se convierta en un pequeño productor. Esas aceitunas que hasta ahora se dejaban en el árbol y se perdían, ahora se recolectan como si de un pequeño tesoro se tratase. "Ahora se recoge todo, no se desperdicia nada porque se ahorran hasta cuatro euros por litro. El que tiene un olivo en su chalé viene, incluso nos llegó un cliente con un cubo de fregar lleno de aceitunas para que las procesáramos", afirma José Ródenas, propietario y cuarta generación de la almazara Pepe Gínia, en Navarrés (Valencia), que tras una vida dedicada a este negocio, asegura que nunca había visto antes la fiebre que se ha desatado por el conocido como "oro líquido". "Es escandaloso, ha aumentado mucho el trabajo con respecto a otros años. Ahora damos cita a dos semanas vista", explica.

Entre los nuevos clientes encontramos a Juan, un particular que tiene un pequeño campo con unos pocos olivos. "Es el primer año que vengo. Tenía muchas y he decidido traerlas para tener aceite que me sale más barato", explica.

Y es que el ahorro para las maltrechas economías familiares es considerable para los privilegiados que tienen aceitunas y las llevan a almazaras como esta. "Yo he visto en el supermercado las botellas de litro a más de ocho euros y aquí me sale a unos dos euros hacerlo y envasarlo", cuenta Miguel Esterlich, un pequeño agricultor que afirma que "un kilo de aceitunas vale ahora el triple que uno de naranjas, mientras que otros años suele estar más barato".

"Yo he visto en el supermercado las botellas de litro a más de ocho euros y aquí me sale a unos dos euros hacerlo y envasarlo".



Matías no es nuevo en esta práctica. Lleva más de una década recolectando las aceitunas que tiene en un pequeño huerto de Alfafar (Valencia). "El aceite que saco lo reparto entre mi casa y las de mis dos hijos, aunque con esta cosecha no voy a tener para todo el año y me tocará ir a comprar en el supermercado", se lamenta.

"El aceite que saco lo reparto entre mi casa y las de mis dos hijos, aunque con esta cosecha no voy a tener para todo el año".

Más calidad

En lo que todos coinciden, tanto los particulares como los agricultores, es que el aceite que sale de las prensas de estas almazaras tiene mucha más calidad del que se puede encontrar en cualquier tienda. "No tiene comparación. Yo cultivo mis olivos de forma ecológica, además las aceitunas están recién cogidas y eso se nota", asegura Matías.

Una calidad que garantizan en la almazara. "Tú traes tus aceitunas y no se mezclan con otras como ocurre en la producción en grandes cantidades. El mismo día te llevas tu aceite ya listo para consumir", asegura José Ródenas, que con su larga experiencia vaticina que "en marzo caerá el precio del aceite y volverá a valores más normales, al menos en la compra al por mayor, ya que ha comenzado a llover en Andalucía y eso significa que habrá más cosecha".

"En marzo caerá el precio del aceite y volverá a valores más normales."

Una predicción que de cumplirse será una buena noticia para los consumidores españoles que han visto como en tan solo un año el precio del aceite ha subido un 67%.

Fuente: [Telecinco](#)

El PVP del aceite de oliva virgen extra subió un 45,6% de media en el tercer trimestre de 2023

El PVP del aceite de oliva virgen extra se incrementó un 45,6% de media en septiembre de 2023 respecto al mes de julio, según un análisis realizado por Mercacei comparando el precio de venta al público de los diferentes aceites en establecimientos de Madrid -Alcampo, Carrefour, El Corte

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



Inglés, Club del Gourmet, Hipercor, Mercadona y la tienda especializada en venta de AOVEs de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, La Comunal-.

Una vez obtenidas las cotizaciones de las diferentes clases de aceites, se ha realizado una media ponderada de los mismos. A continuación, se compara el precio medio de los diferentes aceites durante la segunda semana de julio de 2023 y la cuarta semana de septiembre del mismo año.

En el caso del aceite de oliva virgen extra, podemos hablar de locura total en los precios en el lineal de septiembre, reflejo de la subida sin precedentes de las cotizaciones en origen durante los meses anteriores. Así, el ascenso más pronunciado (+57,5%) lo protagonizó la lata de 3 l., que pasó de los 23,1 euros a los que se encontraba en julio a los 36,4 euros a finales de septiembre. Le siguió el cristal 3/4 l., que se incrementó un 54,2% (hasta 12,8 euros). Un poco por debajo subieron la lata de 5 l., que se encareció un 40,6% (hasta 49,5 euros); la botella de 1 l., que ascendió un 38,2% (hasta 11,2 euros); y el envase de 5 l., que hizo lo propio en un 37,5% (hasta 47,6 euros).

Aceite de oliva virgen extra				
ENVASES	Jul. 2023	Sep. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	35,2	49,5	14,3	40,6
Envase 5 l.	34,6	47,6	13	37,5
Lata 3 l.	23,1	36,4	13,3	57,5
Botella 1 l.	8,1	11,2	3,1	38,2
Cristal 3/4 l.	8,3	12,8	4,5	54,2

Asimismo, el aceite de oliva se sumó a los pronunciados incrementos en todos sus formatos, si bien el más destacado fue también el del envase de 3 l., que se alzó un 49,2% hasta llegar a los 27 euros. El envase de 5 l. también sufrió una brusca subida (+42,5%) hasta los 41,9 euros, mientras que la lata de 5 l. se encareció un 31,6%, hasta los 43,7 euros; y la botella de 1 l. se alzó un 16,9% hasta los 8,3 euros.

Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar



Av. Vilches, KM 3,5 - La Carolina (Jaén)
(+34) 953 68 08 15 - bioland@grupooleicolajaen.com





Aceite de oliva

ENVASES	Jul. 2023	Sep. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Lata 5 l.	33,2	43,7	10,5	31,6
Envase 5 l.	29,4	41,9	12,5	42,5
Envase 3 l.	18,1	27	8,9	49,2
Botella 1 l.	7,1	8,3	1,2	16,9

Respecto al aceite de orujo de oliva, siguieron incrementándose los precios en el lineal, si bien lo hicieron de forma más suave. Así, el precio del envase de 5 l. se incrementó un 11,2% en el último trimestre, hasta situarse a 21,9 euros; al tiempo que la botella de 1 l. siguió la misma tendencia con una subida del 10,5%, hasta los 4,2 euros.

Aceite de orujo de oliva

ENVASES	Jul. 2023	Sep. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	19,7	21,9	2,2	11,2
Botella 1 l.	3,8	4,2	0,4	10,5

* Las medias incluyen también los aceites de orujo enriquecidos.

Finalmente, los precios del girasol mantuvieron las pronunciadas bajadas del pasado trimestre, con el envase de 5 l. descendiendo un 30,3% hasta los 12,6 euros; y cediendo un 13,9% el envase de 1 l. hasta los 3,1 euros.



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

Aceite de girasol refinado				
ENVASES	Jul. 2023	Sep. 2023	Dif.	Dif.
	Precio medio (Euros)	Precio medio (Euros)	Euros	%
Envase 5 l.	18,1	12,6	-5,5	-30,3
Botella 1 l.	3,6	3,1	-0,5	-13,9

* Las medias incluyen también los aceites de girasol enriquecidos.

Fuente: Mercacei

Firmada la actualización de las tablas salariales del convenio del aceite y sus derivados en Jaén para esta campaña con una subida del 2,5%

Patronal y sindicatos de la mesa negociadora del convenio del aceite y sus derivados del convenio del aceite y de sus derivados de Jaén han firmado hoy la actualización de las tablas salariales para esta campaña 2023– 2024, que recoge una subida del 2.5% por ciento, tal y como ya adelantó Oleum Xauen.

Este es un acuerdo afecta a unos 4.000 trabajadores. El acuerdo alcanzado contempla un incremento salarial en este año del 2,50 % sobre las tablas salariales de 2022, siendo el incremento salarial de los dos últimos años del 7,70% aplicándose la subida de este año desde el 1 de octubre de 2023, estando vigente hasta el 30 de septiembre de 2024.

La actualización salarial firmada contempla que los atrasos generados sean abonados por las empresas como máximo en el mes siguiente a la publicación de la revisión salarial firmada.

Desde UGT FICA en Jaén “valoramos positivamente esta subida puesto que la cláusula de revisión con el IPC que tanto nos costó incluir en el texto hasta con una convocatoria de huelga ha surtido los efectos que se esperaban”.

Por su parte, la Junta de Andalucía felicita el esfuerzo y el diálogo social que han hecho posible la firma de un aumento salarial de un 2,5% de más de 4.000 trabajadores del sector del aceite y sus derivados en la provincia de Jaén. Así lo ha destacado la delegada territorial de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, Ana Mata, que ha participado en la firma de las tablas salariales del Convenio colectivo para la industria del aceite y sus derivados de la provincia de Jaén. Este acuerdo ha sido rubricado por UGT, CC OO, **Infaoliva Jaén**, Cooperativas Agro-Alimentarias de Jaén y la Asociación Profesional de Extractores de Aceite de Orujo de Jaén.

La delegada ha subrayado y aplaudido el esfuerzo y la implicación de todas las partes en esta negociación, su buen hacer “para mantener y consolidar la paz social, por acordar los sueldos más altos del área en la región”. Una subida que considera “especialmente relevante en una situación tan difícil como la que atraviesa el sector en la actualidad”.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

El Campeonato de Tapas Ciudad de Valladolid se convierte en escaparate del uso de los aoves españoles en el mundo

Cocineros llegados desde 16 países y cinco continentes han competido brillantemente en el VII Campeonato Mundial de Tapas Ciudad de Valladolid celebrado recientemente en Valladolid a continuación del XIX Concurso Nacional de Tapas. Certámenes que la Interprofesional del Aceite de Oliva Español lleva apoyando desde hace años consciente del reconocimiento que la tapa está logrando en todo el mundo como embajadora de nuestra gastronomía.

El jurado, presidido por la multipremiada chef ecuatoriana Pía Salazar, eligió como la mejor tapa “My roots and knowledge”, del chef sueco Noel Moglia, del restaurante Julita Wårdshus. La tapa ganadora del Premio Aceites de Oliva de España, y un cheque de 10.000 euros, consiste en un pan de patata frito relleno de crema de queso, cubierto con cebolla caramelizada glaseada con miel, chalota crujiente y tomillo limón. El galardón fue entregado por el tesorero de de la Interprofesional



del Aceite de Oliva Español, Juan Ignacio Senovilla, y el alcalde de Valladolid, Jesús Julio Carnero. El embajador de la India en España, Dinesh Kumar Patnaik, también participó, como país invitado, en la entrega de premios.

A la tapa ganadora del campeonato mundial, le acompañaron en el palmarés la tapa “Cochino Bocado” del cocinero de origen hondureño Ariel Munguia del restaurante español Ariel Munguia y “Flor de Mar” de la chef Soni Kumari, del restaurante Upcoming Raffles Al Areen Palace (Barein). Obtuvieron accésits los representantes de India, Singapur y México.

La presencia de los Aceites de Oliva de España no se limitó al Concurso Mundial, ya que, a lo largo de los tres días que han durado ambos certámenes celebrados en la capital de Castilla y León, los finalistas han tenido a su disposición una selección de aceites de oliva virgen extra para elaborar sus propuestas culinarias. Asimismo, este certamen ha servido de plataforma para difundir entre el público que ha seguido las pruebas en directo y online, la campaña de promoción que Aceites de Oliva de España está realizando en el exterior bajo el lema “Cocinemos juntos. Todo es mejor con Aceites de Oliva de España”. A lo largo de estos días, también se ha contado con cartelería con esta campaña en numerosos puntos de las calles de Valladolid.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

Andalucía TRADE impulsa el agro andaluz en Japón, la tercera economía del mundo con 128 millones de consumidores potenciales

Andalucía TRADE organizó la participación de los alimentos y bebidas de 47 empresas andaluzas en un showroom de productos agroalimentarios ante 185 asistentes profesionales del sector horeca y gourmet nipones el pasado 31 de octubre en el hotel Hilton de Osaka. El objetivo de la acción comercial ha sido promocionar al sector agroalimentario andaluz más gourmet en la tercera ciudad más importante de Japón, un mercado que batió récord de exportaciones en 2022, con unas ventas de 164 millones de euros, gracias a un crecimiento interanual del 14,8%.

El encuentro profesional ha sido una oportunidad excepcional para ampliar la presencia del agro andaluz que ya se ha abierto camino en Japón, segundo mercado asiático, solo adelantado por China, y, además, el decimotercero mundial. El mercado nipón se comporta, por lo tanto, como un destino



de oportunidad y con gran proyección, con 128 millones de consumidores potenciales que cada vez se muestran más interesados por la cocina occidental y por los productos andaluces, ya que incorporan a su dieta alimentos como el aceite de oliva, o las frutas y hortalizas de la comunidad.

De esta manera, las 47 firmas andaluzas, que han participado en el showroom a través de sus 37 importadores japoneses, han presentado sus productos ante asistentes profesionales relacionados con el sector hostelero, las tiendas gourmet, grandes almacenes y prescriptores de opinión de diversos medios de comunicación locales. Asimismo, en esta acción se han podido definir estrategias comerciales y cerrar diversos acuerdos de negocio. Este encuentro da continuidad a la misma cita que se celebra desde hace quince años en la ciudad de Tokio, también con gran acogida en cada edición

En concreto, la acción ha tenido lugar en una de las tres zonas donde se concentra la mitad de toda la actividad industrial y económica de Japón, Osaka-Kobe-Kioto (Kansai), de modo que esta área actúa como un nicho de mercado para las firmas andaluzas. A ello se suman las buenas previsiones económicas referidas al PIB, que según informes de Andalucía TRADE-Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico de la Junta de Andalucía, pronostican para Japón un avance del 2,3% a finales de 2023.

Además, Japón se erige como un destino de interés para las empresas andaluzas que tienen entre sus planes de negocio expandir mercado al continente asiático, ya que es la tercera economía del mundo.

CASI MEDIO CENTENAR DE EMPRESAS ANDALUZAS

Las 47 marcas andaluzas presentes en el showroom proceden fundamentalmente de la provincia de Cádiz (28): Delgado Zuleta, Emilio Lustau, Bodegas Barbadillo, Grupo Estévez, González Byass, Argueso, Bodegas Páez Morilla, Fernando de Castilla, Grupo Caballero, Romate, Bodegas Hidalgo La Gitana, Bodegas Williams & Humbert, Bodegas Gutiérrez Colosia, Bodegas Barón, Católico Agrícola Chipiona, Bodegas Tradición Sherries, Ximénez- Spínola, Bodegas Dios Baco, Grupo Osborne, Barbadillo, Bodega Miguel Domecq, Bodega de Forlong, Bodegas Caballero, Bodegas Luis Pérez, Bodegas Juan Piñero, Bodega Muchada-Leclapart, Dama Blanca y Sal de Cádiz y Bodegas La Cigarrera.

Por otro lado, también han participado empresas de Córdoba (Finca Duernas Beloyana, Aceitunas Torrent, Alvear, Anís Machaquito, Covap, Monti, Jamones Sierra Morena y San Nicasio) y de Málaga (Bodegas F Schatz Fs y Roldán Aceitunas), Jaén (Castillo de Canena Olive Juice, Verde



Esmeralda Olive y The Green Gold Olive Oil Co.), Almería (La Pedriza y Oro del Desierto), Huelva (Bodegas Oliveros) y Sevilla (Cruzcampo, Agro Sevilla Aceitunas y Consorcio De Jabugo).

La organización de esta acción por parte de Andalucía TRADE será cofinanciada con fondos procedentes de la Unión Europea a través del P.O. FEDER de Andalucía 2014-2020, dotado con una contribución comunitaria del 80%, o cualquier otro Programa Europeo susceptible de cofinanciar esta acción.

2022: AGRO ANDALUZ DE RÉCORD EN JAPÓN

Según los informes de Andalucía TRADE, la cesta agroalimentaria en Japón es cada vez más atractiva en un mercado que batió récord de exportaciones con 164 millones en 2022, y un crecimiento del 14,8% interanual. Con estos datos, Andalucía se posiciona como la tercera comunidad más exportadora a nivel nacional, con el 12,4% del total de ventas, solo adelantada por Cataluña y Aragón.

Si bien la cesta es muy variada; lidera las ventas el producto estrella para los nipones, el aceite de oliva, con unas ventas que suman 98 millones de euros, el 60% del total de ventas a Japón, con un crecimiento del 8,8%; producto que se desglosa del primer capítulo más exportado, las grasas y aceites animales, con unas ventas de 108 millones, subida del 11,5%, y que concentran el 66% de las ventas totales hacia este destino.

En segundo lugar, se encuentra la carne y los despojos comestibles, con ventas de 27,9 millones (17%) y una subida del 24,5%; seguido de los pescados y crustáceos, que con el segundo mejor crecimiento del Top10 con un alza del 85% en este periodo, facturan 12,2 millones. Le siguen las preparaciones de hortalizas, con ventas de 5,3 millones (3,3% del total).

SEVILLA LÍDER Y GRANADA LA QUE MÁS CRECE

En cuanto a las provincias, Sevilla se sitúa líder de ventas al mercado japonés, con unas exportaciones por valor de 64 millones y concentra el 39% del total andaluz, pese a una bajada del 9,3%. En segundo puesto, se encuentra Málaga, con 49 millones de euros, el 29,8% del total de ventas y alza del 40%; le sigue Cádiz, con 19,8 millones, el 12,1% del total y subida del 60%, la segunda mejor de las provincias en este periodo.



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

Córdoba es la cuarta provincia más exportadora, con 12,4 millones de euros, el 7,6% del total de las ventas de Andalucía, pese a un descenso del 6,3%; Jaén, con 11,4 millones, el 7% de la factura, y la tercera mejor subida con un aumento del 44%; Granada, con 6,8 millones, el 4,2% del total, y la mejor subida entre las provincias con más del doble de ventas gracias a un alza del 129%. Con ventas menores, Huelva, con 205.000 euros, y bajada del 4,7%; y Almería, con 141.000 euros y un descenso en la factura del 19,3%.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)