

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

22 de octubre de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



El precio del aceite de oliva virgen extra cae a mínimos de 15 meses.

Andalucía lidera las exportaciones de alimentos y bebidas de España, con un récord de 10.806 millones hasta agosto y crecimiento del 14,7%.

El AOVE Sierra del Moncayo afronta su recta final con calidad excepcional.

Aceite de oliva, los envases y residuos de envases: ¿qué escenario se presenta?

AEMO abre la convocatoria para participar en sus diferentes premios anuales.



El precio del aceite de oliva virgen extra cae a mínimos de 15 meses

Poco a poco, el aceite de oliva está cayendo hacia precios que encajan más con la normalidad. Esta semana la tonelada de aceite ha arrancado con una caída hasta un nivel que no se veía desde el arranque de julio de 2023, en los 6.656 euros por tonelada para el precio al contado de la materia prima en el mercado español. Este precio supone un abaratamiento del 26,5% desde los máximos históricos que se tocaron en enero, en los 9.053 euros la tonelada.

El mercado está asumiendo que el déficit de producción de aceite va a revertirse este año, después del aviso del propio Ministerio de Agricultura, el pasado 4 de octubre. Según las autoridades, la producción de aceite será suficiente para cubrir el consumo de todo el país, siempre y cuando las condiciones climatológicas no estropeen la cosecha en los últimos meses del año.

Si todo encaja como se espera, los precios de la materia prima seguirán cayendo en los próximos meses, a medida que se normaliza la situación. Las tensiones en los precios han llegado al punto que se llegó a pagar más de 9.050 euros la tonelada de aceite de oliva virgen extra en el mercado español, a principios de año, el más caro que se ha pagado desde que existen registros, y muy por encima de la media histórica.

Antes de la subida de precios que empezó en 2021, la media era de unos 2.500 euros la tonelada en el mercado, y si se tiene en cuenta todo el espectro histórico, la media es de 3.256 euros la tonelada, menos de la mitad de los precios actuales y casi un tercio por debajo de los que se pagaban en enero.

Fuente: [El Economista](#)

Andalucía lidera las exportaciones de alimentos y bebidas de España, con un récord de 10.806 millones hasta agosto y crecimiento del 14,7%

Las exportaciones agroalimentarias de Andalucía alcanzaron los 10.806 millones de euros entre enero y agosto de 2024, su mejor registro para los primeros ocho meses de un año desde que se tienen datos homologables (1995), gracias a un crecimiento interanual del 14,7%, el mayor incremento de las cuatro comunidades más exportadoras y más de ocho puntos superior al de la



media nacional (6%). La agroindustria andaluza lidera, así, el ranking nacional, con el 22,4% de todas las ventas de alimentos y bebidas de España al mundo.

Un liderazgo que Andalucía TRADE impulsa esta semana en SIAL París (19 al 23 de octubre), la principal feria agroalimentaria del mundo, con la participación de 40 firmas de la región, siete más que en la edición de 2022, que expondrán sus alimentos y bebidas ante compradores de todo el mundo.

En los ocho primeros meses de 2024, Andalucía concentró el 22,4% de las ventas nacionales (48.339 millones), 1,3 puntos por encima de Cataluña (21,1%) y casi 10 puntos más que la Comunidad Valenciana (12,5%). Las cifras representan un nuevo récord, lo que contribuye decisivamente al impulso del sector exterior andaluz y de la economía en general, ya que el agro concentra el 39% del total que Andalucía vende al mundo, y aporta un saldo positivo a la balanza comercial con el exterior de 5.961 millones de euros.

Un impulso económico, que genera cohesión territorial, ya que siete de las ocho provincias incrementan sus ventas en este periodo y seis lo hacen con cifras récord; y, además, fomenta la diversificación de destinos del sector exterior, con crecimientos de las ventas en todos los continentes y destacadas subidas en grandes mercados de expansión para la comunidad como son Estados Unidos (+63%), China (+42%), Australia (+110%) o México (+38%).

En esta línea, los principales capítulos de la cesta exportadora del sector agroalimentario siguen avanzando en el mundo, con crecimiento en ocho de los diez primeros en lo que va de año.

Récord de aceite de oliva

Encabeza la lista el aceite de oliva. Con una subida del 52%, es el producto más exportado por la comunidad, con 3.143 millones en ventas (32% del total) y el de mayor crecimiento del Top 10, para alcanzar récord histórico de ventas. Se trata del componente más importante del capítulo de grasas y aceites animales y vegetales, que alcanza los 3.414 millones (32%) y una subida del 52%.

En segundo lugar están las hortalizas, con 2.726 millones en ventas, el 25,2% del total y un descenso del 5,3%; seguidas de las frutas, con 2.283 millones, el 21,1% del total, gracias a un crecimiento del 6,5%.

Las preparaciones de hortalizas y frutas (conservas) son el cuarto capítulo en ventas, con 552 millones, un 5,1% y un crecimiento del 18,9%. Le siguen el de carnes y despojos comestibles, con 313 millones, el 2,9%, que baja un 2%; pescados, crustáceos y moluscos, con 270 millones (2,5%) y subida del 6,8%; bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre, el tercer capítulo que más crece de los diez primeros (+20,2%) hasta los 252 millones (2,3%). En octava posición están las preparaciones alimenticias diversas, con 181 millones (1,7%) y ascenso del 8,9%; seguido de las plantas vivas y

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-es.com / @kubotaspain / #kubota



productos de la floricultura, con 153 millones (1,4%) e incremento del 15,2%; y los cereales, con 132 millones (1,2%) y aumento del 30%, el segundo mayor del Top 10.

Sevilla lidera y Jaén, la que más crece

Siete de las ocho provincias incrementan sus exportaciones de alimentos y bebidas en los primeros ocho meses del año, y seis de ellas lo hacen alcanzando registros récord históricos (Sevilla, Córdoba, Cádiz, Huelva, Málaga y Granada).

Jaén es la provincia que más crece en exportaciones, un 64% más que en enero-agosto de 2023, hasta alcanzar los 293 millones (2,7%), gracias al fuerte aumento de las ventas de aceite de oliva.

Sevilla registra el segundo mayor crecimiento, un 33%, lo que la sitúa como la provincia líder en exportaciones de alimentos y bebidas de Andalucía, con más de uno de cada cuatro euros exportados por Andalucía (27,2%), que suponen 2.941 millones de euros, su mejor registro histórico.

La segunda provincia exportadora es Almería, con 2.619 millones, el 24,2%, y bajada del 6%, motivada por el descenso en el precio de las hortalizas; y la tercera es Huelva, que alcanza la cifra récord de 1.464 millones (13,6%) y un crecimiento del 10,3%, impulsada por el buen comportamiento del capítulo de frutas.

En cuarto lugar, se encuentra Málaga, que alcanza la cifra récord de 1.168 millones en ventas (10,8%), con un aumento del 24,2% interanual; el quinto puesto corresponde a Córdoba, que con 910 millones (8,4%), siendo la tercera provincia que más crece en este periodo, un 26,8% para alcanzar su mejor registro histórico.

Le siguen Cádiz, que sube sus ventas un 14,4% hasta el récord de 715 millones de euros (6,6%); Granada, que mejora un 9,5% hasta los 694 millones (6,4%), también cifra nunca registrada en periodos de ocho meses anteriores

EE.UU, el país que más crece del Top 10

Andalucía ha incrementado significativamente sus exportaciones de alimentos y bebidas en los cinco continentes en los primeros ocho meses del año. Aunque Europa sigue siendo su principal mercado, los mayores crecimientos se están dando en otros continentes, lo que supone importantes avances en diversificación, gracias a los grandes crecimientos que arrojan los grandes mercados de expansión mundial, como son Estados Unidos (+63%), China (+42%), Australia (+110%) o México (+38%).



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



Estados Unidos, primer mercado no europeo y cuarto mundial de Andalucía, es el país que arroja mayor crecimiento del Top10, un 63% sobre enero-agosto de 2023, hasta alcanzar los 929 millones, el 8,6% del total

Europa sigue siendo el continente con los principales destinos del Top 10, con crecimientos en casi todos ellos: Alemania, primer destino, con 1.836 millones (17% del total) y un aumento del 1,7% respecto a enero-agosto de 2023; Francia, con 1.339 millones (12,4%) y un crecimiento del 6,4%; e Italia, con 1.029 millones (9,5%) y una subida del 29,3%, la segunda mayor de los diez primeros destinos.

El quinto destino es Portugal, donde las ventas se incrementan un 11,2% hasta los 910 millones (8,4%); seguido de Reino Unido (6°), con 827 millones, el 7,7% y un ascenso del 14,1%; y Países Bajos, con 737 millones (6,9%), que prácticamente mantiene la cifra de enero-agosto 2023 (-0,1%). En octavo lugar, se encuentra Polonia, con 247 millones (2,3%) y descenso del 3,6%; seguido de Bélgica, con 209 millones (1,9%) y bajada del 14,1%; y Suiza, con 155 millones (1,4%) y un alza del 6,3%.

En el Top 20 destacan crecimientos de las ventas significativos en importantes mercados no europeos como Australia (12°) con 139 millones y más del doble exportado que en enero-agosto 2023 (+110%); China (13°) con 134 millones y un incremento del 42%; o México (11°) con un alza del 38% hasta los 151 millones.

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.

Ver artículo completo [aquí](#).

Fuente: [Andalucía TRADE](#)

El AOVE Sierra del Moncayo afronta su recta final con calidad excepcional

Miguel Ángel Lacámara, presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida (CRDOP) Aceite Sierra del Moncayo, ha realizado un balance preliminar de la campaña, que se encuentra en su recta final. Aunque las previsiones iniciales apuntaban a una disminución de la cosecha, las lluvias recientes han generado un moderado optimismo sobre la producción final.



Escasez de lluvias y calor intenso impactan la cosecha

Lacámara destaca que la campaña ha estado marcada por escasez de lluvias y temperaturas altas durante la primavera y el verano, lo que afectó a la floración y dio lugar a olivas más pequeñas en muchas zonas. «La floración ha sido irregular, y en los olivares de secano esperamos una reducción de la cosecha del 30%», explicó. Sin embargo, en las zonas de regadío las previsiones son más optimistas, donde se espera una cosecha más cercana a lo habitual.

A pesar de las dificultades, las lluvias recientes ofrecen un rayo de esperanza para mejorar la producción de aceite. «Esperamos que las condiciones climatológicas que tengamos hasta el final de la recolección contribuyan a que las olivas den más aceite», afirmó Lacámara.

Calidad excepcional garantizada

Aunque la cantidad puede verse afectada, Lacámara subraya que la calidad de las olivas es excelente. El calor ha ayudado a controlar la proliferación de plagas, especialmente la mosca del olivo, lo que asegura que los aceites de esta campaña mantendrán su calidad superior. «El estado sanitario de las olivas es magnífico, lo que nos permitirá obtener un año más aceites de gran calidad», aseguró.

Esta calidad no solo es un sello distintivo, sino que se ha traducido en importantes reconocimientos internacionales. En 2023, el CRDOP Aceite Sierra del Moncayo ha sido galardonado con siete medallas en prestigiosos concursos como el EVOO IOOC (Italia), Olive Japan IOOC (Japón) y Berlín GOOA (Alemania). «Estos premios reflejan el excelente trabajo de nuestras almazaras», señaló Lacámara.

Visibilidad y expansión en el mercado

La calidad del Aceite Sierra del Moncayo también se está viendo reflejada en su creciente reconocimiento en el mercado, especialmente en Zaragoza, que se ha consolidado como su principal nicho de consumidores. Lacámara atribuye este éxito, en parte, a las actividades de promoción que la DOP ha venido realizando, como los Desayunos Saludables en colegios, que buscan inculcar en los más pequeños una cultura del aceite de oliva. «Esta actividad está muy consolidada y ayuda a educar a los futuros consumidores», comentó.

Además, la DOP ha fortalecido su presencia en eventos y muestras gastronómicas. Ha participado en la Muestra de Garnachas, en colaboración con la DOP Campo de Borja, y en la II Muestra Agroalimentaria de Zaragoza Provincia, promovida por la Diputación Provincial de Zaragoza.

Impulso al oleoturismo con "Almazaras del Moncayo"



De cara al futuro, el CRDOP Aceite Sierra del Moncayo está comprometido con potenciar el oleoturismo en la región. Lacámara adelantó que, para la próxima campaña, se planea dar un nuevo impulso a su proyecto “Almazaras del Moncayo”, con el objetivo de incentivar y apoyar a las almazaras para que fomenten el turismo oleícola. «Queremos seguir haciendo territorio, y el oleoturismo es una gran oportunidad para dar a conocer nuestras almazaras y el proceso de elaboración de nuestro aceite», concluyó.

Fuente: [Oleorevista](#)

Aceite de oliva, los envases y residuos de envases: ¿qué escenario se presenta?

José María Ferrer, Responsable del Departamento de Derecho Alimentario de AINIA.

La conexión del sector oleícola con los envases y los residuos de envases se realiza mediante la legislación general. Cuando se ha regulado sobre la producción y comercialización de aceite de oliva de ámbito nacional y comunitario no se han incorporado elementos específicos vinculados con los aspectos medioambientales asociados a los envases y los residuos de envases. No obstante, esto no quiere decir que tales cuestiones no se hayan considerado en el momento de legislar sobre el aceite de oliva.

El Real Decreto 760/2021, de 31 de agosto, por el que se aprueba la norma de calidad de los aceites de oliva y de orujo de oliva se centra en los aspectos asociados a la calidad, aunque se tienen en cuenta las cuestiones medioambientales para asegurar que la norma no tiene disposiciones que provoquen un impacto medioambiental negativo y se elaboró en línea con la legislación de envases y residuos de envases vigente en ese momento y el Plan de Acción de Economía Circular.

En este contexto, es necesario considerar tanto la legislación vigente como la que está en proceso de elaboración. Si nos aproximamos a esta última para ver la situación actual sobre la propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los envases y residuos de envases, por el que se modifican el Reglamento (UE) 2019/1020 y la Directiva (UE) 2019/904, y se deroga la Directiva 94/62/CE, observamos que se trata de una propuesta de carácter horizontal que afectará a todos los envases y residuos de envases en la que es fundamental el punto de equilibrio entre la reducción y la prevención en la generación de residuos de envases, sin olvidar la necesaria flexibilidad para lograr la mejor aplicación de las medidas propuestas.

Sostenibilidad y envases reciclables



La sostenibilidad de los envases es un elemento primordial para la futura regulación, tal y como se enuncia en el Artículo 1 de la propuesta “El presente Reglamento establece requisitos para la totalidad del ciclo de vida de los envases en lo tocante a la sostenibilidad y el etiquetado medioambientales, a fin de permitir su introducción en el mercado”, una declaración de intenciones que se traduce en diversas medidas a partir de lo previsto en el Capítulo II “Requisitos de sostenibilidad”.

Se abordan cuestiones tales como:

- Envases reciclables.
- Contenido reciclado mínimo en los envases de plástico.
- Materias primas de origen biológico en los envases de plástico.
- Envases compostables.
- Reducción al mínimo de los envases.
- Envases reutilizables.

En el caso de los envases reciclables, el requisito propuesto por la Comisión es que todos los envases introducidos en el mercado sean reciclables, llegándose a una recogida que permita su separación, clasificación y reciclado a escala (la última condición prevista para 2035).

Respecto al contenido reciclado mínimo en los envases de plástico, se marcan una serie de objetivos para 2030 y 2040. Los datos de 2030 se analizarán en función de la evolución de los últimos avances tecnológicos y la experiencia de la aplicación de estas medidas darán lugar a una revisión en cuanto a los porcentajes mínimos de contenido reciclado y la viabilidad de los objetivos para 2040.

Sobre la reducción de los residuos de envases, se establecen unos objetivos principales generales de reducción de los residuos de envases, tomando como punto de partida los datos de 2018 y proponiendo el 5% para 2030, el 10% para 2035 y el 15% para 2040. Al igual que con la incorporación de material reciclado, aquí la Comisión tiene prevista la revisión de los objetivos cuando hayan transcurrido ocho años de la entrada en vigor del Reglamento.

En cuanto a los envases reutilizables y reutilización, la propuesta trabaja sobre la definición de los envases reutilizables y plantea un número mínimo de circuitos o rotaciones en su uso en función de las características específicas de cada material. Los envases reutilizables se asocian con los objetivos de reutilización y recarga previsto para 2030 y 2040 que diferirán en función del tipo de productos.



Además, la Comisión antes del 1 de enero de 2034 emitirá un informe de situación. Se valorará la evolución tecnológica y la experiencia adquirida analizando la situación en 2030 y ratificando o modificando los planteamientos para 2040, incluso podrían establecerse nuevos objetivos de reutilización y recarga para otras categorías de envases.

Restricciones relativas a determinados formatos de envase

Las restricciones se aplican sobre formatos de envases de plástico de un sólo uso para frutas y hortalizas, alimentos y bebidas, condimentos, salsas y aliños en el sector de la hostelería entre otros productos (Anexo V). En este caso habrá que prestar atención a la interpretación sobre los aliños y hasta qué punto puede afectar a las monodosis de aceite de oliva que se emplean en hostelería.

Como hemos visto, la legislación específica sobre el aceite de oliva, deja estas cuestiones en manos de la regulación general sobre envases y residuos de envases, tras observar lo que nos espera con la propuesta de Reglamento, no debemos perder de vista el actual marco regulatorio establecido por la Ley 7/2022 y el Real Decreto 1055/2022. La legislación vigente en estos momentos se enfoca en la prevención y reducción del impacto ambiental de los envases a lo largo de todo su ciclo de vida, dando prioridad a la prevención de residuos, la reutilización de envases, el reciclado y otras formas de valorización. Por el momento y hasta que se produzca la aprobación del futuro Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los envases y residuos de envases, por el que se modifican el Reglamento (UE) 2019/1020 y la Directiva (UE) 2019/904, y se deroga la Directiva 94/62/CE, es necesario cumplir con lo previsto en el marco regulatorio nacional y contar con la alineación de las políticas nacionales en la materia con los nuevos objetivos que plantea la UE para reforzar las políticas en materia de economía circular y sostenibilidad ambiental.

Fuente: [Mercacei](#)

AEMO abre la convocatoria para participar en sus diferentes premios anuales

La Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) ha abierto una nueva convocatoria para participar en los diferentes concursos con los que cada año reconoce al mejor olivo monumental, la mejor almazara, la difusión de la cultura del olivo y la mejor gestión ambiental de olivar y almazara en España, según publica [en su página web](#).

En cuanto al XXII Concurso AEMO a la Mejor Almazara de España, patrocinado por Caja Rural de Jaén, pueden concurrir todas las almazaras localizadas en municipios socios de la asociación.



Este concurso, cuya convocatoria estará abierta hasta el 14 de febrero de 2025, premia tanto la idoneidad de las instalaciones como el manejo de las mismas, además de la calidad de su producción. En concreto, establece el Premio a la Mejor Almazara, un Accésit y un Reconocimiento al Mejor Maestro de Almazara, de forma personal, éste último dirigido al Jefe de Producción que a pie de industria realice el manejo más adecuado de las instalaciones, desde el patio a la bodega.

Por su parte, en el XXIII Premio AEMO a la Difusión de la Cultura del Olivo, cuya convocatoria estará abierta hasta el 31 de marzo de 2025, podrán participar todas aquellas personas individuales y entidades públicas o privadas que consideren haber realizado una labor relevante en cualquier aspecto relacionado con la promoción y difusión de la cultura del olivo.

Los temas preferentemente deben tratar sobre entorno natural, histórico y turístico del olivar, comunicación, educación, nuevas tecnologías, gastronomía y otros de relevancia para la promoción de la cultura del olivar.

A su vez, el XIX Premio AEMO al Mejor Olivo Monumental de España tiene como objetivo valorizar y ensalzar la majestuosidad de los olivos más monumentales y ancestrales de la geografía española.

Podrán optar al premio todas aquellas personas individuales y entidades públicas o privadas que sean propietarias de un olivo singular. Además de las candidaturas presentadas por los propietarios, se aceptarán las elaboradas por los ayuntamientos de forma directa u otras personas o entidades que deberán comprometerse a solicitar autorización al propietario del olivo para que, en caso de resultar premiado, acepte el premio y se haga público el fallo.

Los criterios que se fijan para la valoración del olivo que se presente a este premio -cuya convocatoria estará abierta hasta el 31 de marzo de 2025- son el tamaño, la edad, la producción estimada y su interés estético, histórico o cultural.

Finalmente, al III Concurso AEMO a la Mejor Gestión Ambiental de Olivar y de Almazara en España, que impulsa junto a Deoleo y cuyo plazo de inscripción finalizará el 31 de marzo de 2025, podrán optar todas aquellas explotaciones olivareras y almazaras localizadas en un municipio socio de la entidad.

En el caso del olivar más sostenible de España, el jurado valorará tanto la disposición de la explotación olivarera como su manejo agronómico en todo lo referente a las técnicas de cultivo empleadas, y se hará desde la óptica del impacto ambiental que generen dichas prácticas. Serán evaluadas especialmente las medidas destinadas a optimizar el balance de carbono derivado del cultivo en todo el ciclo anual del mismo.

Respecto a la almazara más sostenible de España, se valorarán las instalaciones de la fábrica, la disposición y eficiencia del proceso productivo y el manejo en las distintas etapas de extracción, conservación, envasado y distribución de aceite de oliva. Se pondrá especial atención a la optimización del uso de recursos y de las distintas emisiones, así como de las formas de aprovechamiento de los distintos subproductos generados en la almazara.

Fuente: [Mercacei](#)