

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

30 de octubre de 2024



HOY ES NOTICIA:

Ya se encuentra disponible información acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa.

El aceite de oliva sigue a la baja en origen cuando se fijan los precios a pagar de la aceituna.

El aceite de oliva disponible esta campaña no cubrirá la demanda, según Cooperativas.

El aceite de oliva refinado podría romper el mercado.

"Si España no adopta las nuevas tecnologías puede perder el liderazgo del sector del aceite de oliva".

Una aplicación utiliza inteligencia artificial para identificar los aceites de oliva mejor valorados.



Jornadas y Eventos

- **4 noviembre 2024.** Consideraciones sobre la búsqueda de ventajas competitivas en olivicultura. El caso particular de la provincia de Jaén.
- **7 noviembre 2024.** Siembra directa y ecorregímenes de la PAC: beneficios, implementación y soluciones prácticas.

Ya se encuentra disponible información acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa

Ya se encuentra disponible información acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa en la web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Podrán encontrar los documentos en el siguiente enlace:

- Informe Mensual de Situación de Mercado del Sector del Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa (datos a 30 de septiembre de 2024):

<https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/avances.aspx>

- Boletín de Mercado de Aceite de Oliva y Boletín de Mercado de Aceituna de Mesa (datos a 30 de septiembre de 2024)

https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/boletines_de_mercado.aspx

- Boletín de Comercio Exterior de Aceituna de Mesa. Campaña 2023/24 (datos de septiembre 2023 a agosto 2024)

<https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/boletin-comercio-exterior.aspx>

Fuente: MAPA



El aceite de oliva sigue a la baja en origen cuando se fijan los precios a pagar de la aceituna

Tras las últimas lluvias generalizadas en octubre que parecen apuntalar los datos del aforo de la próxima campaña 2024/2025 en la frontera de las 1,35 millones de toneladas, entramos en las semanas cruciales de la cosecha. Donde todas las partes juegan sus cartas. Un momento muy importante en la fijación de los precios a pagar por la aceituna donde tanto los puestos privados - vinculados a grandes envasadoras en muchos casos- almazaras privadas y las propias cooperativas hacen cálculos sobre lo que se podrá pagar. Con un ojo mirando a los precios en origen en las diferentes lonjas, que no han parado de bajar en octubre y se sitúan ya muy lejanas a las cotizaciones alcanzadas en el pasado mes de enero.

Pese a que los datos de salidas del mes de septiembre -con 86.840 toneladas- han seguido por encima de las previsiones dejando un enlace de campaña de 186.303 toneladas, de ellas unas 107.000 en manos de los industriales envasadores y con las bodegas en el mercado italiano casi vacías, el consenso del mercado espera que los precios en origen sigan bajando. El grado de intensidad y velocidad de esta bajada dependerá de muchos factores.

Por lo pronto, los precios en origen de la tercera semana de octubre muestran claramente como la tendencia bajista sigue su curso. El virgen extra se acerca ya a los 6,50 euros/kilo, el virgen ya está en los 6,20 euros/kilo y los aceites de oliva lampante ya han pasado caído de la frontera psicológica de los 6 euros/kilo.

Según brokers y corredores del sector y grandes grupos cooperativos e industriales consultados, los precios podrían seguir cayendo especialmente a partir de la segunda quincena de noviembre cuando la campaña coja mayor velocidad de entradas en bodega. Para situarse en el mes de enero en torno a 1.50 euros/kilo por debajo de las cotizaciones actuales.

De hecho, los grandes grupos envasadores ya comienzan a tomar posiciones en los lineales con precios para sus primeras marcas, con promociones y ofertas, que no se habían visto desde hace más de un año. AOVes que se vendían antes del verano a casi 10 euros el litro se encuentran ya en promociones en súper e híper a 7,60 euros/kilo. En el caso de los aceites de oliva refinados, 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



marcas de distribuidor ya ofertan precios muy por debajo de los 7 euros el litro, acompañados con los precios que se cotizan ya de esta categoría en origen.

Habrà que ver también entre los consumidores nacionales y sobre todo los grandes importadores como cala la idea de que los precios van a bajar, y cómo influye en sus estrategias de compra en los meses de noviembre y diciembre a la espera de ahorros.

La caída de los precios en origen también va a depender mucho de la oferta de aceites de la nueva campaña que haya en el mercado. Muchos grandes productos son conscientes que en estas primeras semanas de campaña será más fácil defender precios altos que hacerlo a partir del mes de enero, con mayor volumen en las bodegas.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

El aceite de oliva disponible esta campaña no cubrirá la demanda, según Cooperativas

La organización ha analizado los datos finales del balance de la campaña anterior y la previsión de disponibilidad de producto para la campaña que ha comenzado en octubre, esta última establecida en 1.716.186 toneladas.

Esta cantidad supone 275.000 toneladas menos que la media de las últimas cinco campañas, ha destacado Cooperativas, que también ha advertido de que se parte de 186.304 toneladas de "stock" de inicio de campaña, un nivel "bajísimo" frente a las 474.459 toneladas de media de las últimas cinco campañas.

Para las cooperativas, esta producción de enlace va a condicionar la oferta de aceite en la próxima campaña, que estará marcada por la "recuperación" y "la alta demanda de aceite frente a una disponibilidad que no alcanza para atender el mercado a los niveles normales".



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

Además, las bajas previsiones de cosecha en Italia (principal comprador de aceite español) y la esperada recuperación del mercado y del consumo hacen que las salidas previstas alcancen las 1.460.000 toneladas, todavía por debajo de la media de las campañas previas a los dos años de caída de producción, según la organización.

Fuente: [Efeagro](#)

El aceite de oliva refinado podría romper el mercado

El escaso enlace entre campañas sigue pasando factura al buen funcionamiento del mercado del aceite de oliva en origen. En estos momentos la gran preocupación de las industrias refinadoras y envasadoras está puesta en cómo encontrar aceite de oliva lampante o virgen para poder refinar y cumplir con el compromiso adquirido con la distribución para envasar los aceites de oliva suaves e intensos.

Las cifras que se manejan en el sector en la actualidad siembran numerosas dudas por lo que puede pasar en las próximas cuatro o seis semanas.

Concretamente, si los consumos de aceite refinado en el mundo están comprendidos entre un 35-45% del consumo total de aceite de oliva estamos hablando de que se necesitan en torno a las 970.000 ton al año, lo que significa un consumo de 80.000 toneladas mensuales.

Una demanda difícil de cubrir si tenemos en cuenta que las existencias de aceite de oliva de la pasada campaña se situaban en 160.000 toneladas a finales de septiembre, con lo que las cuentas no salen. Así, el problema está servido. No hay aceite lampante, no hay aceite virgen extra viejo y lo poco que queda de la pasada campaña es virgen.

La alternativa es: o refinar aceite de oliva virgen extra nuevo o dejar de refinar. La elección no es fácil porque a los precios a los que se comercializa el aceite de oliva refinado nadie puede asumir el coste de refinar un virgen extra a precios que se mueven entre los 6.50€ y los 7€/kg para luego tirarlo de precio a 5,50€/kg y ponerlo en la botella.

Fuente: [Olimerca](#)



"Si España no adopta las nuevas tecnologías puede perder el liderazgo del sector del aceite de oliva"

- Expertos reunidos en Mengíbar (Jaén) han coincidido que las nuevas tecnologías han venido para quedarse y que pueden propiciar muchos cambios en el sector a nivel mundial .
- España representa en torno al 40% de la producción mundial y, sin embargo, ese liderazgo solo se podrá mantener transformando el sector oleícola técnica y tecnológicamente .

El Olive Oil World Congress (OOWC) ha organizado la jornada titulada "Transformación e innovación tecnológica en el sector del olivar y el aceite de oliva" como la primera de sus actividades Intercongress, tras la celebración en junio de la primera edición de este congreso de ámbito internacional.

Esta jornada ha tenido como objetivo la puesta en valor de la aplicación de las nuevas herramientas técnicas y tecnológicas a disposición del sector oleícola, y también el análisis de las propuestas que existen en el mercado para desarrollar las innovaciones que permitan al sector producir más con menos, en el entorno de cambio climático en el que se encuentra esta producción hoy en día.

El acto inaugural ha contado con la presencia de Juan Gadeo, presidente del Grupo Interóleo, Javier Olmedo, director gerente de Fundación del Olivar y Ricardo Migueláñez, coordinador general del OOWC.

La ponencia magistral "El reto de la revolución tecnológica para el olivar" fue departida por Juan Antonio Polo, jefe del Departamento de Tecnología del Aceite de Oliva y Medio Ambiente del Consejo Oleícola Internacional (COI), quien recordó que "el aceite de oliva actualmente solo representa el 2% del consumo mundial de grasas vegetales, pero que, sin embargo, es un cultivo que genera riqueza a lo largo de toda la cadena de valor en los territorios en los que está ubicado, principalmente en la cuenca mediterránea".

Además, el representante del COI añadió que "en los últimos años se ha observado una demanda creciente, justificada fundamentalmente por los beneficios, ya demostrados, que el aceite de oliva tiene para la salud humana y por su facilidad de uso en la gastronomía".



Polo explicó que, en la fase agronómica del cultivo del olivo, los avances tecnológicos tienen que ir enfocados a una mejor aplicación de la agricultura de precisión, a través del uso de la sensorización o la robótica, así como el uso de datos que permitan tener estadísticas en tiempo real, por ejemplo, sobre las condiciones en las que se está desarrollando el cultivo en términos de humedad del suelo, de uso de nutrientes o relacionado con su sanidad vegetal.

"En definitiva, hay que mejorar el comportamiento biológico del suelo a través de mejores prácticas agronómicas, lo que se ha venido a denominar ahora como "agricultura regenerativa", añadió Polo.

Asimismo, indicó que "la valorización energética de los productos derivados del aceite de oliva ya es una realidad, pero quizás, tenemos que mejorar un poco en la escalabilidad de los procesos, es decir, en conseguir procesos a pequeña escala para que sea viable técnica y económicamente todo el proceso de valorización energética. El camino ya está trazado es cuestión de llegar a buen puerto lo antes posible".

Juan Antonio Polo concluyó señalando que "el agricultor olivarero en España tiene un gran reto para afrontar la incorporación de tecnología en las explotaciones olivareras, donde determinados factores, como la estructura, el relevo generacional, la desinformación y los costes, pueden ser barreras que impidan la modernización del cultivo del olivar."

OLIVICULTURA REGENERATIVA

Seguidamente, ha tenido lugar una Mesa redonda, moderada por Esteban Momblán, gerente de Interóleo, en la que han participado grandes expertos del sector del olivar y del aceite de oliva, como Curro Montes, Biological specialist en Yara Iberia; Gregorio Blanco, profesor titular de Universidad, Área de Ingeniería Agroforestal de la Universidad de Córdoba (UCO); Juan Carlos Cañaveras, director de Desarrollo de Negocio en Balam Agriculture, y Javier Olmedo, director gerente de Fundación del olivar.

Los integrantes de esta Mesa de debate apuntaron que la denominada hoy en día como agricultura regenerativa se sustenta en varios pilares. Uno de los principales es la salud del suelo y, por tanto, la tecnología aplicada sobre el terreno es un gran aliado que beneficia a toda la cadena del cultivo del olivar.



Los participantes coincidieron en destacar que España representa el 40% de la producción mundial de aceite de oliva, pero que, sin embargo, ese liderazgo solo se podrá mantener si se continúa transformando al sector desde el punto de vista técnico y tecnológico.

Fuente: [Huelva Hoy](#)

Una aplicación utiliza inteligencia artificial para identificar los aceites de oliva mejor valorados

Si bien muchos consumidores aprecian los beneficios para la salud y el sabor superior de los aceites de oliva virgen extra de alta calidad, a menudo les resulta difícil identificarlos en los estantes de las tiendas basándose únicamente en el empaque.

El ranking mundial de Olive Oil Times cuenta ahora con una nueva función revolucionaria, actualmente en fase beta, que utiliza inteligencia artificial para identificar los aceites de oliva mejor clasificados a partir de una simple fotografía de la botella. La innovadora herramienta tiene como objetivo permitir a los consumidores y profesionales del sector descubrir de forma rápida y sencilla los mejores aceites de oliva del mundo.

Los consumidores obtienen acceso a una década de conocimiento acumulado sobre miles de marcas.
- Curtis Cord, redactor jefe de Olive Oil Times.

La aplicación aprovecha una amplia base de datos de información recopilada en el Concurso Mundial de Aceite de Oliva NYIOOC, el concurso de calidad de aceite de oliva más grande y respetado del mundo. La aplicación, impulsada por IA, puede identificar con precisión los aceites de oliva premiados mediante el análisis de miles de imágenes y puntos de datos.

Se puede acceder a la nueva función en oliveoilranking.org. Toque el icono de la cámara y tome una fotografía de un paquete de aceite de oliva para ver cómo se posiciona la marca en el ranking mundial.



“Con esta aplicación, los consumidores obtienen acceso a una década de conocimiento acumulado sobre miles de marcas”, afirmó Curtis Cord, editor jefe de Olive Oil Times y presidente del Concurso Mundial de Aceite de Oliva. “Con solo tomar una fotografía de una botella, los usuarios pueden acceder instantáneamente a información detallada sobre su calidad, origen y perfil de sabor”.

El ranking mundial de Olive Oil Times, actualizado en tiempo real, recoge los productores y marcas más premiados y datos detallados de resultados históricos por hemisferio, país, cultivar y clasificación orgánica. El portal complementa la Guía Oficial del Concurso Mundial de Aceite de Oliva, el catálogo de los mejores aceites de oliva vírgenes extra al que consultan anualmente más de un millón de usuarios.

Fuente: Olive Oil Times

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

The advertisement features a central image of a laboratory setting with a gloved hand holding a pipette over a test tube containing a yellow liquid. The background is a blurred array of colorful laboratory glassware.