

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*31 de julio de 2024*



## HOY ES NOTICIA:

**JORNADAS**



España comercializa casi 879.000 toneladas de aceites de oliva en los nueve primeros meses de la campaña, un promedio mensual de 97.600.

El gran reto de la campaña oleícola 2024/25: Después de la tormenta... que cunda la calma. Por José M<sup>a</sup> Penco.

La DOP Sierra de Cazorla augura una cosecha media-alta.

A estudio el control de fitosanitarios en el aceite de oliva.

España lidera el mercado de aceite de oliva en Eslovaquia con una cuota del 43,7%.



# España comercializa casi 879.000 toneladas de aceites de oliva en los nueve primeros meses de la campaña, un promedio mensual de 97.600

España ha comercializado casi 879.000 toneladas de aceites de oliva en los nueve primeros meses de esta campaña oleícola 2023-2024 (de 1 de octubre a 30 de junio), un promedio mensual de 97.600. Esta cantidad supone más que toda la producción obtenida en esta campaña (851.400), lo que representa un 28 por ciento más en términos productivos que la pasada campaña y un 27 por ciento por debajo de la media de las cuatro últimas campañas.

De la cantidad comercializada, según los datos obtenidos por Oleum Xauen en la Agencia de Información y Control Alimentario (AICA), 310.700 toneladas corresponde al consumo interior, un 23% más respecto a la pasada campaña, pero inferior en un 19% sobre la media de las cuatro últimas. Las exportaciones, entre tanto, han totalizado 568.100 toneladas, un 1% menos respecto a la 2022-2023 y un 26% por debajo de la media de las cuatro últimas.

En cambio, las importaciones han sumado en estos nueve meses 194.100 toneladas, un 20% más que en la pasada y un 15% respecto a las cuatro últimas. Finalmente, las existencias a 30 de junio ascendían a 414.900 toneladas de aceites de oliva, unas existencias ligeramente inferiores a la última campaña, y por debajo de la media de las cuatro campañas anteriores.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

## El gran reto de la campaña oleícola 2024/25: Después de la tormenta... que cunda la calma. Por José M<sup>a</sup> Penco

Las dos campañas de producción y comercialización anteriores, 2022/2023 y 2023/2024, han sido las más convulsas del siglo XXI, las condiciones climáticas extremas marcaron unas producciones históricamente cortas que, si aplicamos luces largas, han aportado datos inéditos sobre el



comportamiento del consumidor, datos sorprendentes hasta ahora desconocidos. Permítannos hacernos una pregunta ¿Habremos aprendido la lección?

**Por José M<sup>a</sup> Penco. Director Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).**

En la vida hay tres tipos de situaciones, (1) las que nos gustan, (2) las que no nos gustan, y (3) las que nos gusten, o no nos gusten, son como son y no pueden cambiarse.... esto último es lo que ha ocurrido en nuestro sector, y estaremos de acuerdo que a nadie podemos culpar de los avatares del clima.

La producción de aceite de oliva en España en particular, y en la Cuenca Mediterránea en general, durante las dos últimas campañas ha sido inédita, hemos encadenado dos producciones muy cortas y esto ha tenido sus inevitables consecuencias en el consumo y en los precios.

Contábamos pues con unas disponibilidades globales limitadas de aceite de oliva, y teníamos un periodo de 24 meses para distribuirlos (octubre de 2022-octubre de 2024), es decir, sumando las existencias con las que partimos en octubre de 2022 y adicionando las dos producciones siguientes, teníamos que llegar a octubre de 2024 con aceite suficiente, con un mínimo técnico, para que los lineales del mundo no se quedaran desabastecidos, situación que, de haberse producido, hubiera sido convulsa y difícil de explicar al fiel ejército de consumidores del oro líquido. Y esto es lo que ha desencadenado la inevitable subida de precios, no emprendamos una caza de brujas donde no lo hay.

Respecto a los distintos actores de la cadena de valor somos de los que pensamos que, en general, el comportamiento de los diferentes eslabones, desde el olivarero hasta la distribución, ha sido

correcto y poco se podía hacer ante la baja disponibilidad de aceite, simplemente entre todos, y al ritmo del mercado, se han regulado las salidas mensuales para que, como se ha indicado, lográramos enlazar con unas existencias que serán casi nulas en el inicio de la inminente campaña, como así va a ser.

Ante esta indeseable, pero inevitable, situación para todos, se han sucedido algunos comentarios y reflexiones de diferentes “expertos” difíciles de entender, ponemos algunos ejemplos:

Debido a la especulación y a los altos precios, el aceite de oliva está perdiendo cuota de mercado frente a sus grasas competidoras y será muy difícil recuperarla. FALSO.



Cierto que se ha perdido cuota, pero... ¿quedaba otra alternativa?, ¿cómo no se va a perder cuota de mercado si no hay aceite de oliva para abastecer al mismo ritmo de las salidas anuales de los años anteriores? Simplemente hubiera sido imposible no perder cuota de mercado, es más, la única forma de no hacerlo hubiera sido mediante fraude, mezclando aceite de oliva con otros aceites de inferior categoría y etiquetándolo como oliva... lo cual afortunadamente no ha ocurrido, exceptuando algún caso particular de delincuentes que han sido detectados y neutralizados. Respecto a que no recuperaremos la cuota de consumo, la historia nos demuestra que si lo haremos. Si miramos hacia atrás veremos como después de un pico de precio donde se pierde consumo, se recupera relativamente rápido cuando este disminuye.

El alto precio que ha alcanzado el aceite de oliva es fruto de la especulación de diferentes eslabones de la cadena de valor. FALSO.

El precio que ha alcanzado el aceite de oliva, que no es alto, sino muy alto, nos ha sorprendido a todos, hasta ahí cierto. Pero el porqué alcanzó estos niveles no es culpa de los productores, ni de las cooperativas, ni de los almazareros, ni de los corredores, ni de las envasadoras o distribuidores... alcanzó estos niveles porque teníamos que recortar salidas, y el consumidor marcaba el ritmo de sus compras. Ante esto el precio subía y subía para alcanzar esos necesarios recortes de salidas... no es culpa de nadie, es simplemente debido a la fidelidad demostrada por un consumidor nacional e internacional que se resistía a dejar de consumir la grasa más sana y más rica de todas las conocidas.

Y habiendo ya mostrado lo que ha ocurrido hasta el momento, analicemos lo que puede venir a partir del mes de octubre, cuando comience a fluir el aceite en la campaña 2024/2025, partiendo, como lo hacemos, de unas existencias casi nulas.

Para nosotros ahí está el gran reto, lean bien, en los próximos meses nos enfrentaremos al reto más importante del sector oleícola en el último siglo.

El primer dato que marcará el comportamiento del mercado, como es normal, será la previsión de la cosecha que se avecina. Arrojar, en este momento, datos fiables es un atrevimiento, pero después de la primavera e inicio del verano en el Mediterráneo podríamos afirmar que, en principio, será una cosecha media, moderada.

Todo parece indicar que no será una cosecha tan corta como en los dos últimos años, pero tampoco una cosecha superior a la producción global media, que se puede situar entorno a las 3.100.000 toneladas (5 últimas campañas).



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



Así es, según nuestras estimaciones y basándonos en las prospecciones a expertos que hemos hecho en los países mediterráneos, con todas las reservas, nos sale una horquilla proyectada de producción mundial entre 2.950.000 t y 3.250.000 toneladas.

Si ahora analizamos el consumo medio mundial en las últimas 5 campañas (datos COI) resultan 3.124.000 toneladas.

Considerando que el enlace, como hemos dicho, es técnicamente nulo, nos encontraremos ante una campaña de producción-comercialización prácticamente equilibrada, y repetimos, ¡partimos de existencias nulas!

Y a esto le vamos a unir otro dato crucial. Los costes de producción calculados por AEMO en España, año 2023, y actualizados según la subida de los últimos años de los precios unitarios, arrojan que producir un kilogramo de aceite de oliva en nuestro país, según el sistema de cultivo, tiene un coste medio ponderado que supera ya los 3.20 €/kg, y esto es considerando solo los costes anuales de explotación, es decir sin considerar los costes de inversión en la plantación, ni la renta de la tierra.

Dicho todo lo anterior, resumamos los puntos de partida para esta campaña 24/25:

\*Partimos de unas existencias prácticamente nulas de aceite de oliva en el mundo.

\*La disponibilidad mundial de aceite de oliva coincidirá básicamente con la producción que será, a lo sumo, media y que es muy parecida al consumo medio de los últimos 5 años.

\*Analizando las salidas medias mensuales de los dos últimos años el consumidor nos ha demostrado que valora el aceite de oliva y esta dispuesto a pagar por él.

\*Los precios de 8 o 9 euros por kilo en origen, que se han llegado a alcanzar esta última campaña, estamos de acuerdo que no son buenos para nadie, pero ha ocurrido así por imperativos del mercado que tenía que recortar salidas.

\*Los costes de producción se han incrementado más de un 32% en los últimos tres años.

Y siendo así, nuestra reflexión es que no hay absolutamente ninguna razón para un descalabro de los precios del aceite de oliva en los próximos meses, ciertamente tendrá que haber un ajuste, pero



debemos considerar el equilibrio producción-consumo, la lección que nos ha dado el consumidor valorando nuestro producto y el incremento de costes.

Es la oportunidad para remunerar dignamente a todos los eslabones de la cadena de valor, el consumidor está dispuesto a dedicar una renta al aceite de oliva y será nuestra responsabilidad si renunciamos a ella, y hundimos los precios al infierno en el que estuvieron hace unas campañas, no hay ninguna, repetimos, ninguna razón para ello.

Proponer un precio mínimo para el aceite de oliva es un atrevimiento, pero afirmar que por debajo de 5 euros por kilo no existe remuneración justa sí lo podemos hacer porque, dados los costes, son datos objetivos. A partir de este suelo técnico para no tener pérdidas, que los avatares del mercado marquen precios.

Lo hemos repetido este año en muchas ocasiones y en muchos foros, el consumidor nos ha hecho ver que tenemos un tesoro entre las manos, el oro líquido es verdaderamente oro, no seamos nosotros los que acabemos con esta percepción banalizando vía precios, una vez más, el producto.

El mundo está dispuesto a dedicar una determinada porción de renta de su cesta de la compra al aceite de oliva virgen extra, y el sector oleícola mundial la necesita para seguir cultivando el olivo. ¿Cuál es el problema?

Concluimos como empezamos: ¿Habremos aprendido la lección?... los próximos meses tendremos la respuesta. Si lo conseguimos tendremos que felicitarlos, si hundimos de nuevo los precios desde el origen no busquemos culpables fuera, porque los culpables seremos nosotros y nadie más.

Fuente: [Agronegocios](#)

## La DOP Sierra de Cazorla augura una cosecha media-alta

Con todo el olivar de la Comarca de la Sierra de Cazorla en un estado fenológico de la aceituna con el hueso ya formado, la planta entra en parada vegetativa, la actividad del olivo se ralentiza, y es ahora cuando se puede hacer una estimación del número de frutos de media por brote.



**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



Así, el Consejo Regulador de la DOP Aceite Sierra de Cazorla ha realizado una comparativa con el año pasado, cuando la media de frutos por brote fue de 0,65 y este año puede corroborar que los resultados obtenidos en las mismas zonas es de 4,05 frutos por brote.

Si se traslada al histórico de seguimiento durante años anteriores y se correlaciona el número de frutos por brote con la producción global de la Comarca, en cuanto a kilogramos de aceituna en cosecha, el resultado arrojaría que esta campaña la producción podría estar por encima de los 220 millones de kilos de aceituna (el año pasado la producción fue de 67 millones de kilogramos de aceituna y la producción media antes de los últimos dos años de sequía en la Comarca de la Sierra de Cazorla se encontraba entre los 180 y los 190 millones de kilogramos de aceituna). Por tanto, se estaría hablando de que este año tendríamos una potencial cosecha media-alta.

### **Cautela y aún muchas incógnitas**

Sin embargo, desde el Consejo Regulador consideran que hay que ser prudentes con estos datos y de ninguna manera darlos por definitivos, ya que se está comprobando en determinadas parcelas que el fruto no se está desarrollando adecuadamente y eso conlleva que el peso medio de la aceituna no sea el que debería ser. Esto daría como resultado una merma de los kilos finales.

Desde el Consejo Regulador consideran que hay que ser prudentes con estos datos y de ninguna manera darlos por definitivos

En concreto, el peso medio de una aceituna bien desarrollada cuando se recolecta ronda los 3,5 gramos y, si no existe buen desarrollo de la misma a duras penas alcanzará los 2 gramos. Por tanto, la dificultad de establecer un aforo suficientemente aproximado es evidente.

La realidad se podrá vislumbrar en octubre - noviembre, dentro de aproximadamente tres meses, cuando realmente se constate cómo ha sido el desarrollo final del fruto. Si hay lluvias relativamente pronto contribuirán al buen desarrollo y a que los aforos vayan al alza, si ocurre lo contrario estos irán claramente a la baja.

Por tanto, a día de hoy pueden afirmar que “nos encontramos en un momento muy importante, porque el fruto está formado, pero con aún muchas incógnitas por resolver, muy asociadas a la incertidumbre propia del campo”.

Fuente: [Olimerca](#)



**Coragro**  
Correduría de Seguros S.L.

*Especialistas en  
Seguros Agroalimentarios*

[www.coragro.es](http://www.coragro.es)



# A estudio el control de fitosanitarios en el aceite de oliva

Un estudio en La Rioja, a través del proyecto InnovAC-Eco, ha estudiado la presencia de residuos de fitosanitarios en aceites de oliva, originados a partir de derivas de aplicaciones sobre otros cultivos, centrándose en la materia activa herbicida prosulfocarb. Esta investigación tiene su origen en que, a pesar de que no se superen los límites máximos autorizados para su consumo, la mera presencia de este herbicida sí que supone un impedimento para la certificación de aceites en ecológico, disminuyendo de esta forma su rentabilidad.

El grupo de trabajo que ha desarrollado el proyecto ha estado compuesto por el Consejo Regulador de la Agricultura Ecológica de La Rioja (CPAER), el Consejo Regulador de la DOP Aceite de La Rioja, la Unión de Agricultores y Ganaderos de La Rioja (UAGR-COAG), INCONEF e Ingeniería Agroambiental y Desarrollo Rural CARNA SLP.

## Ámbitos de estudio

Uno de los ejes del estudio ha sido la identificación de zonas donde el problema de contaminación por derivas puede ser mayor, planteando el seguimiento de una muestra de 15 parcelas representativas por toda La Rioja. Además, se han analizado aceites elaborados de forma separada para contrastar los resultados obtenidos.

Esta investigación tiene su origen en que, a pesar de que no se superen los límites máximos autorizados para su consumo, la mera presencia de este herbicida sí que supone un impedimento para la certificación de aceites en ecológico.

Otro de los ejes de trabajo ha consistido en los ensayos de laboratorio y campo para estudiar la eficacia de las medidas de mitigación recomendadas para el uso de estos herbicidas. En esta misma línea de trabajo se han recogido datos, tanto de agricultores como de campo, para conocer el uso que se hace de estos fitosanitarios, su eficacia y las posibles alternativas para minimizar derivas a otros cultivos.

## Conclusiones





Los trabajos se han realizado durante 3 campañas, entre 2021 y 2024. Las conclusiones del proyecto evidencian que la aparición de trazas en las muestras controladas depende de contaminaciones por derivas de aplicaciones, realizadas en la misma campaña, sobre cultivos cercanos, por lo que la limitación de fechas de uso de este herbicida se ha demostrado muy efectiva. Este trabajo también ha servido para sensibilizar a los cultivadores de cereal acerca de la deriva que producen sus tratamientos. De ahí la importancia de adoptar todas las medidas recomendadas para mitigar dichas derivas.

Fuente: [Olimerca](#)

## España lidera el mercado de aceite de oliva en Eslovaquia con una cuota del 43,7%

El mercado del aceite de oliva en Eslovaquia, aunque pequeño, muestra una tendencia creciente en los últimos años, impulsada por importaciones provenientes mayoritariamente de la Unión Europea. Un reciente estudio de mercado realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Bratislava revela que España se consolida como el principal proveedor de aceite de oliva en Eslovaquia, con una cuota del 43,7% en cantidad y del 44,28% en valor en 2023.

### Incremento en importaciones de aceite de oliva

Con una población de 5,42 millones de habitantes y una producción local inexistente, Eslovaquia depende completamente de las importaciones para cubrir su consumo de aceite de oliva. Las adquisiciones de este producto han seguido una tendencia creciente, aunque partiendo de una base reducida. España destaca como el principal proveedor, seguido por Italia, el único competidor significativo en términos de cantidad. La República Checa, aunque no es productora de aceite de oliva, se posiciona en tercer lugar debido a la reexportación.

### Desafíos y competencia en el mercado

El aceite de oliva español enfrenta la competencia de aceites vegetales como el de colza, girasol y palma, que están plenamente integrados en la dieta eslovaca y son más asequibles. Otros competidores incluyen grasas de cerdo y mantequilla, productos tradicionales en Eslovaquia. Además, el aceite de oliva es percibido como un producto de alta gama, limitando su consumo a un



segmento de la población con alto poder adquisitivo, principalmente jóvenes de entre 25 y 50 años interesados en un estilo de vida saludable.

## Oportunidades y perspectivas de crecimiento

A pesar de estos desafíos, el creciente interés por la alimentación saludable y ecológica en Eslovaquia presenta una oportunidad significativa para el aceite de oliva. El aceite de oliva virgen extra es la tipología dominante, representando el 78% del mercado total de aceite de oliva. La previsión es que las ventas de aceite de oliva aumenten un 24,2% en valor entre 2023 y 2028, superando el crecimiento de otros aceites vegetales.

## Distribución y percepción del producto

El importador/distribuidor juega un papel crucial en la penetración del mercado eslovaco, abasteciendo tanto a distribuidores locales como a grandes cadenas de supermercados y el canal HORECA. El aceite de oliva español está presente en la mayoría de los supermercados e hipermercados, aunque existe una distinción entre los productos comercializados bajo marcas de distribuidor y aquellos con marcas españolas, que gozan de una percepción de calidad media-alta. Sin embargo, los productos italianos y griegos son percibidos como de calidad superior, reflejándose en un precio ligeramente más alto, resultado de esfuerzos de marketing más enfocados al nicho gourmet.

## Estrategia y futuro del mercado

Para mantener y fortalecer su liderazgo en el mercado eslovaco, será fundamental que España implemente campañas de marketing y comunicación que eduquen a los consumidores sobre los beneficios del aceite de oliva español. A pesar de la firme previsión de liderazgo de España, se espera que Italia gane peso debido a la consistente presencia de sus marcas en el mercado eslovaco.

Fuente: [Oleorevista](#)



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