

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

29 de septiembre de 2022



HOY ES NOTICIA:

El precio del aceite aumentó un 33,4% en agosto.

Los aceites de oliva son más rentables con prescripción en el punto de venta.

El equilibrio entre calidad y cantidad del AOVE, a debate en el IV Foro de la DOP Montes de Toledo.

Las Jornadas Virgen Extra “Patrimonio Saludable” destacan el potencial del AOVE en Salud, Innovación y Gastronomía.

Nueva formación online sobre AOVE en la Universidad de Murcia.



Siéntete parte de la agricultura del futuro

En CaixaBank queremos apoyar a todas las personas que transformáis el sector agroalimentario. Por ello, hemos creado el mayor **ecosistema de innovación agro** con el que podremos poner en marcha nuevos proyectos de digitalización, dar un impulso a jóvenes y mujeres a través de la innovación y ofrecer acceso a Fondos Next Generation EU para una agricultura sostenible.

Entra en cualquiera de nuestras más de 1.600 oficinas, que cuentan con más de 3.000 gestores especializados, o en CaixaBank.es/agrobank y siéntete parte de la nueva era del mundo agro.



El precio del aceite aumentó un 33,4% en agosto

Las ventas totales de bienes de consumo en las cestas de la compra españolas en el mes de agosto de 2022 alcanzaron los 5.883 millones de euros, lo que supone un incremento del 11,6%, respecto a lo que nos gastamos un año antes, reflejando un comportamiento muy similar al registrado en los dos meses anteriores, según los últimos datos publicados por NielsenIQ.

La subida de los precios continúa siendo el principal motivo de este aumento —ya que el volumen registra un ligero avance del 0,8%—, con un incremento del 10,7%, respecto a agosto de 2021, la cifra más alta registrada por la consultora desde el comienzo de esta escalada inflacionista y en línea con el dato del IPC de agosto publicado por el INE, que se situó en el 10,5%.

El incremento de los precios se sitúa en el 10,7% respecto a agosto de 2021, la cifra más alta desde que empezó la escalada inflacionista.

Otro mes más, la alimentación es el sector que mayor desembolso supuso para los españoles, con un crecimiento de las ventas en valor del 13,1%, respecto a agosto de 2021, y que con una disminución en el volumen de compra del 0,7%, arroja un aumento del 13,9% en el precio. Las categorías de leches y batidos, derivados lácteos y alimentación seca crecen en valor en entornos por encima del 15% (19,5%, 15,8% y 15% más, respectivamente), frente a un año antes.

Entre los productos que dispararon sus precios respecto a un año antes, figura la margarina, un 47,6% más cara que hace un año; la mantequilla, un 33,5% más; el aceite, con un incremento del 33,4% más; la pasta, un 30% superior y la bollería industrial que cuesta un 26,5% más. Se da la circunstancia de que mientras en la mayoría de estas categorías, el diferencial de los volúmenes comprados no tiene grandes variaciones, en el caso del aceite la demanda cae un 6,2%. El conflicto bélico de Ucrania sigue explicando estas subidas, pero también la sequía que hemos sufrido este verano, con cosechas mermadas.

Marcas de distribución, las preferidas para ahorrar

Como venimos observando en los últimos meses, la marca de distribución sigue fuerte en cuota de mercado y así, en agosto de 2022, alcanza un 40,4% de cuota de mercado, en el total de categorías, creciendo 1,8 puntos porcentuales frente al mismo mes de 2021. Esta subida vuelve a ser más destacada en el sector de la alimentación, donde registra un avance de 2,3 puntos, situándose en una cuota de mercado del 48,4%, frente al 51,6% de la marca de fabricante.

Esto revela que los españoles a la hora de ahorrar se siguen decantando por las marcas de distribución, con una subida en el gasto del 16,7% y un aumento en el volumen del 2,3%, frente al 8,4% de



Una apuesta sectorial por la calidad
DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO



incremento del gasto en las marcas de fabricante, que registraron un retroceso de la demanda del 0,7%. De esta forma, los datos arrojan una subida del precio medio mayor en las marcas de distribución (14%) respecto a la de las marcas de fabricante (9,1%).

Fuente: [Olimerca](#)

Los aceites de oliva son más rentables con prescripción en el punto de venta

Un estudio, presentado en el seno del Máster de Administración y Dirección de Empresas Oleícolas de la UJA, desvela que cuando se crea una zona, un ámbito especialmente adecuado, acotado y dispuesto en lo referente a una categoría, es este caso, todos los aceites de oliva disponibles en el punto de venta, se prescribe el producto, y se destinan recursos a explicar, y exponer las características de cada una de las categorías o productos disponibles, se eleva el margen de venta y la rotación del producto.

El análisis, en el que han participado Juan Carlos Marín, responsable de ultramarinos en Grupo Alcampo, Centro de Linares y profesor del citado máster, y Juan Vilar, consultor estratégico y codirector del programa, se ha llevado a cabo en un centro cuya afluencia diaria real es de más de 3 mil personas, el entorno real es de 145 mil usuarios y 51 mil hogares, en cuanto a la gama de aceites de oliva son casi 650, teniendo en cuenta la combinación de 53 marcas (18 locales) y 12 formatos distintos para cada una. El producto en todo caso está aislado por la categoría mencionada en el centro, y en cada caso se explica, y expone la procedencia, ciertas referencias históricas del productor, modo de cultivo, entre otra información disponible. El análisis se ha llevado a cabo durante los 8 primeros meses de 2022.

El resultado, es que el usuario está dispuesto a pagar hasta un 5,5 por ciento más, adquiriendo un 18 por ciento más de producto, comparado con el entorno global objeto de estudio (aproximadamente el 3,5 por ciento de la superficie, y casi 4 en volumen, de los supermercados e hipermercados españoles), en este caso para la categoría aceite de oliva virgen extra, si nos referimos a la categoría de aceites de alta gama o premium, la situación mejora 13 puntos porcentuales en rotación, y más de 5 en margen.

Por lo tanto, se concluye con que la venta mediante prescripción y orientación hacia el usuario, poniéndole de manifiesto información, explicando y exponiendo datos, como podría ser la



procedencia, características del producto, modo de elaboración, etc. mejora la rentabilidad y rotación del producto en el punto de venta, y por ende la retribución de toda la cadena de valor, incluyendo la totalidad de eslabones, desde el origen, hasta el lineal.

Fuente: [Interempresas](#)

El equilibrio entre calidad y cantidad del AOVE, a debate en el IV Foro de la DOP Montes de Toledo

La [Denominación de Origen Protegida Montes de Toledo](#), que abarca las provincias de Toledo y Ciudad Real, ha celebrado hoy su IV Foro de Calidad del AOVE en la Escuela Superior de Gastronomía y Hostelería de Toledo, centrado en el equilibrio entre calidad y cantidad, y abordando el manejo de las diferentes partes del proceso de elaboración del AOVE para lograr un producto de la mejor calidad sin descuidar los rendimientos.

El acto ha sido inaugurado por el consejero de Medio Rural de Castilla-La Mancha, Agapito Portillo Sánchez; el presidente de Eurocaja Rural, Javier López Martín; y el presidente de la DOP Montes de Toledo, Gregorio Gómez López.

La jornada ha contado con más de un centenar de participantes, entre los que se encontraban la directora general de Alimentación de Castilla-La Mancha, Elena Escobar Sánchez; y el diputado de la provincia de Toledo, José Antonio Ruiz; además de representantes del sector olivarero de la región y de las empresas patrocinadoras Maquivi, Perialisi, Agroisa y Garvin.

En su intervención, el consejero de Medio Rural de Castilla-La Mancha, Agapito Portillo, se ha referido a Montes de Toledo "no solo como la DOP de aceite más importante de Castilla-La Mancha, sino una de las principales de España, siendo la única del país que apuesta por la producción de una única variedad de aceituna, como es la cornicabra". "El aceite de oliva virgen es más que un alimento, porque ya tiene un prestigio para el consumidor que garantizará su supervivencia en el tiempo", ha señalado.

El presidente de Eurocaja Rural, Javier López, ha resaltado que esta Denominación "es una de las DOPs de AOVE de referencia a nivel mundial, donde sus productores se preocupan especialmente por la calidad de un producto, que significa desarrollo económico, sociocultural y cohesión territorial", y que se consume en 150 países.



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

Por su parte, el presidente de la DOP Montes de Toledo, Gregorio Gómez, ha celebrado que se pueda realizar un año más este Foro de la Calidad con ponentes de primer nivel para tratar temas complejos como el equilibrio entre “calidad y cantidad” y el manejo de las diferentes partes del proceso de elaboración del AOVE, para conseguir un producto de la mejor calidad sin descuidar los rendimientos. Además, ha comentado que la campaña de recogida de este año se adelantará debido a la acusada sequía que sufre la región, con la finalidad de evitar que el fruto se caiga prematuramente del árbol y se acabe desperdiciando.

La primera ponencia del encuentro ha corrido a cargo de Juan de Dios Cuberos, fundador de Agroisa, quien ha abordado la importancia del lavado del fruto, para evitar que microorganismos puedan transmitirse en las siguientes etapas de procesado, y si el agua es un elemento clave solo en ese lavado.

Posteriormente, el director general de Perialisi España, Rodrigo Jaén, y el responsable de Producto para España y Portugal, Antonio Carazo, han hablado sobre las soluciones en recolección temprana para diferenciarse en costes, optimizando los recursos naturales como el agua o la eficiencia energética y evitando el desperdicio, dentro de su apuesta por la sostenibilidad ambiental y económica.

La ponencia principal, “Nuevas técnicas y puntos críticos en la elaboración del AOVE”, ha corrido a cargo de Fernando Martínez, especialista en I+D+I en la Almazara Experimental y jefe del panel sensorial de aceites del Instituto de la Grasa (CSIC), encargado también de dirigir una cata comentada al finalizar la jornada.

Fernando Martínez ha hecho un repaso general de los sistemas de extracción, a la vez que ha expuesto qué cambios y formas de trabajo se pueden hacer desde una almazara para aumentar la calidad de un AOVE durante las etapas de producción, destacando la importancia de la formación en análisis sensorial de los maestros de almazaras y de la higiene del producto desde el principio hasta el final del proceso, como factores de influencia de la calidad.

A su vez, Julio Ruiz García, de la empresa de suministros industriales Maquivi, ha impartido la última ponencia "Calidad del AOVE después de la filtración", que se ha celebrado antes del coloquio sobre el tema de la jornada centrado en la forma de aumentar la calidad de los AOVes producidos sin descuidar la rentabilidad de empresas y cooperativas, que ha puesto el punto final a la jornada de debate, con la participación de ponentes y asistentes.

Fuente: [Mercacci](#)



Las Jornadas Virgen Extra “Patrimonio Saludable” destacan el potencial del AOVE en Salud, Innovación y Gastronomía

Las instalaciones de Ermita Madre de Dios de Úbeda, han sido el espacio elegido para celebrar la cuarta edición de las Jornadas Virgen Extra “Patrimonio Saludable”. Cita que reúne a lo más granado del sector del olivar y que el Centro de Interpretación “Olivar y Aceite” organiza, con el objetivo de poner el valor las bondades del aceite de oliva virgen extra, desde los ámbitos de la Salud, Experiencia, Innovación y Gastronomía.

El presidente del Centro de Interpretación “Olivar y Aceite”, Javier Gámez, ha subrayado que después de la pandemia se retoma una actividad fundamental para la entidad, que pone en común los aspectos más relevantes del aceite de oliva virgen extra y de la cultura del olivar. Jornadas en las que intentamos que todo el sector tenga cabida, por ello lo dividimos en tres bloques: Salud, Innovación- Experiencia y Gastronomía.

Un apartado de Salud muy interesante no solo por los ponentes con los que contamos, ha continuado Gámez, sino por la temática que van a abordar, Como el aceite de oliva es un producto saludable tenemos que “explotar” esas bondades que tiene partiendo de la investigación llevada a cabo por relacionadas con “La Medicina y nutrición culinarias: Presente y Futuro” y “Fibromialgia y estrés oxidativo. Influencia del Aceite de Oliva Virgen Extra”. Ponencias, ha recalcado, muy interesantes que vienen a poner en valor ese patrimonio saludable.

En el bloque de Innovación y Experiencia, los asistentes podrán conocer de primera mano, como se elabora una cerveza con aceite de oliva, un perfume elaborado con la flor del olivo, la capacidad innovadora de las técnicas de cultivo o en gestión de cooperativas agroalimentarias y el valor añadido que crea el diseño dentro del mundo del olivar.

Para terminar, ha manifestado el presidente de “Olivar y Aceite” abordaremos la gastronomía, que no podía faltar al hablar de un producto culinario, como es el aceite de oliva virgen extra, y para ello contaremos con Periko Ortega—chef ejecutivo y propietario del restaurante Recomendando— ubicado en Córdoba—.



Cita que en su acto inaugural ha contado con la presencia de Rodrigo Jaén—director general para España de Pieralisi, la alcaldesa de Úbeda, Antonia Olivares, el diputado de Promoción y Turismo, Francisco Javier Lozano, el delegado territorial de Empleo, Empresa y Trabajo Autónomo, Francisco Martínez Garvín y el vicerrector de Transferencia del Conocimiento, Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Jaén, Pedro Pérez. Evento que ha tenido como presentador al ubetense Alfonso Miranda —periodista de la radio y televisión andaluza, Canal Sur—, que además ha sido el moderador de la mesa de Innovación y Experiencia.

Rodrigo Jaén, director general para España de Pieralisi—multinacional italiana dedicada a la fabricación de máquinas para la extracción de aceite de oliva—ha recordado que Pieralisi es el principal patrocinador del Centro de Interpretación “Olivar y Aceite», entidad con la que tienen un acuerdo de colaboración, desde hace más de 5 años, pues pensamos que es necesario apoyar la gran labor que realizan por la promoción y difusión del aceite de oliva.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

Nueva formación online sobre AOVE en la Universidad de Murcia

Bajo el título “Aceite de oliva virgen extra: cata, gastronomía y maridaje”, la Universidad de Murcia impartirá una formación online con el AOVE como protagonista, dirigida a profesionales de la hostelería, estudiantes universitarios y de Formación Profesional, así como a todas aquellas personas que deseen conocer el producto, aprender a armonizarlo y disfrutar del mismo.

Se trata de una formación tutorizada por Firo Vázquez, catador profesional de aceite y chef de El Olivar, organizada en colaboración con Gastroleum, que junto con docentes del Departamento de Tecnología de los Alimentos de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Murcia, irán desvelando contenidos en torno al “emblema de la Dieta Mediterránea”, gracias a los que los asistentes podrán conocer el producto e introducirse en el mundo de la cata.

La matrícula estará abierta hasta el próximo 3 de octubre, las clases comienzan el día 13 del mismo mes y se extenderán hasta el 12 de diciembre.



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



Contenido

A lo largo de 26 horas lectivas y más de 70 vídeos, los alumnos conocerán en profundidad qué es el aceite de oliva virgen extra, cuál es su composición, las variedades de aceituna existentes, cómo se armoniza un aove o las infinitas bondades que su consumo confiere al organismo, entre otros.

Además, la cata del aceite ocupará un lugar relevante. A través del análisis organoléptico de diversos aceites, se desvelarán sus atributos positivos y negativos.

Al término de la sesión formativa, los alumnos recibirán un diploma acreditativo expedido por la Universidad de Murcia.

Para inscripciones [PINCHE AQUÍ](#).

Fuente: [Olimerca](#)

PRÓXIMAS JORNADAS

1 octubre 2022



Formulario de inscripción, [aquí](#)

27 al 28 octubre 2022



Formulario de inscripción, [aquí](#)