

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*7 de diciembre de 2023*



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



La crisis del aceite de oliva: las ventas se hunden un 37% en el inicio de la campaña.

El Ministerio de Agricultura eleva su previsión de producciones de aceituna de almazara y aceite de oliva de la campaña 2023-24.

AOVE FORUM prepara su cuarta edición.

Medio centenar de AOVes se han presentado a la Cata-Concurso Jaén Selección 2024 frente a los 71 de la pasada edición.

El sector oleícola libanés: una roca sólida para confrontar la crisis económica más dura en la historia reciente del país.



**Contigo desde el origen**

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.

Descubre AgroBank en [CaixaBank.es](https://CaixaBank.es)

paralimpicos

PUBLICIDAD

AgroBank

# La crisis del aceite de oliva: las ventas se hundieron un 37% en el inicio de la campaña

- En octubre se vendieron un total de 18,5 millones de litros.
- La incertidumbre sigue siendo la protagonista en el futuro del sector.
- Los precios en el campo se han reducido un 5% en el último mes y medio.

Como nos hemos cansado de decir en los últimos meses, el 2023 ha sido otro año complicado para el sector del aceite de oliva. La producción, lastrada por los episodios de sequía, sigue a niveles mínimos; mientras los precios en los supermercados no dejan de subir, superando en muchos casos los 10 euros el litro. Mientras todos los actores de la cadena buscan soluciones y tratan de prever cuándo se recuperará cierta normalidad, se enfrentan a una última noticia negativa para cerrar el año: las ventas se han hundido en el primer mes de campaña.

En concreto, las ventas de aceite de oliva descendieron un 37% en octubre, respecto al mismo mes del año anterior, según datos de la patronal Anierac, recogidos por EFE. Se trata del primer mes de la campaña 23/24, en el que se vendieron un total de 18,5 millones de litros.

Por categorías, el virgen extra registró una caída del 37%; el suave, del 50%; y el intenso del 15%. Solo el virgen registró un mes positivo, al crecer sus ventas un 13%.

Tampoco ha sido un mes fácil para el aceite de girasol, que registra una bajada del 2%. Más suerte han tenido el resto de alternativas vegetales, que siguen ganando posiciones mientras los consumidores buscan nuevas opciones, más económicas. Es el caso de los aceites de orujo o de semillas, que han visto disparadas sus ventas, tanto en el mensual como en el acumulado del año, aunque su peso en el mercado sigue siendo menor. Más lejos quedan aún los de colza, maíz, soja o cacahuete, cuya presencia es marginal.

La caída de las ventas era una posibilidad que los productores de aceite llevan temiendo desde el inicio de la crisis, y sobre la que llevan advirtiendo desde entonces. Recuperar clientes perdidos nunca es una tarea fácil.

## Evolución de los precios

Al sector, mientras tanto, no le queda más remedio que seguir mirando al futuro, que continúa repleto de incertidumbres. La sequía y sus efectos han sido los principales culpables de la subida de



precios. Así, gracias a las lluvias, que mejora las expectativas sobre la producción, los precios en el campo ya se han reducido un 5% en el último mes y medio.

Sin embargo, aún es pronto para prever qué va a pasar en los supermercados, donde los precios están lejos de ceder terreno. Antes de verse reflejados en las tiendas, la bajada de costes, si finalmente se consolida, debe trasladarse al resto de la cadena alimentaria. Y eso lleva tiempo.

¿Cuánto? Pues desde el sector apuntan a que no será antes de junio cuando el precio del aceite de oliva empiece a bajar en los supermercados. Aunque sigue dependiendo de la situación climática y la producción. Hay que tener en cuenta que estamos ante una situación inédita, tras enlazar dos campañas sucesivas de sequía y altas temperaturas, y por lo tanto de baja producción.

La incertidumbre es absoluta. Puede ser que los olivos, tras dos temporadas tan complicadas, tenga reservas y con la llegada de las lluvias se recupere la producción. Pero también existe el riesgo de encontrarnos ante un escenario de sequía persistente y que la producción vuelva a ser baja.

Fuente: [El Economista](#)

## El Ministerio de Agricultura eleva su previsión de producciones de aceituna de almazara y aceite de oliva de la campaña 2023-24

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha elevado en su último [avance de superficies y producciones](#) las producciones de aceituna de almazara y aceite de oliva de la campaña 2023-24.

Para la aceituna de almazara, el aumento es del 11,7 % y para el aceite de oliva, de un 12,9 % respecto a la campaña 2022/2023, según el último avance de septiembre de 2023.

### Por Comunidades Autónomas

Por Comunidades Autónomas, el Ministerio eleva su previsión anterior sobre la producción para la principal región productora, Andalucía, que alcanzará 550.600 toneladas, frente a las 512.869 de 2022.

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA · 100% SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

Kubota

For Earth, For Life  
Kubota

kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota



De ellas, se estiman 215.00 toneladas de aceite para Jaén (+19,7% respecto a la campaña anterior), seguida de Córdoba, con 143.000 (+0,4%); Sevilla, con 78.000 (+0,6%); Granada, con 56.000 (+0,6%); Málaga, con 31.000 (+2,63%); Almería, con 13.000 (+20,6%); Huelva, con 7.500 (-18,2%); y Cádiz, con 7.100 toneladas (+4,8%).

### Otras regiones productoras

Respecto a otras regiones productoras, el Ministerio eleva la producción de aceite de oliva en Castilla-La Mancha hasta 73.634 toneladas (70.410 en la campaña anterior), seguida de Extremadura, con 75.400 (40.949 en 2022); Cataluña, con 14.918 toneladas; Comunidad Valenciana, con 17.659 y la Región de Murcia, con 4.773 toneladas.

PROVINCIAS Y CC-AA	SUPERFICIES (HA)				PRODUCCIONES (1000 TM)			
	2021	2022	2023	2023	2021	2022	2023	2023
	DEFINITIVO	PROVISIONAL		2022=100	DEFINITIVO	PROVISIONAL	9	2022=100
15 A Coruña					0,001	0,001	0,001	
27 Lugo					0,073	0,074	0,074	
32 Ourense					0,012	0,014	0,014	
36 Pontevedra					0,006	0,008	0,006	
<b>GALICIA</b>					<b>0,092</b>	<b>0,097</b>	<b>0,095</b>	<b>97,9</b>
<b>33 P. DE ASTURIAS</b>								
<b>39 CANTABRIA</b>								
1 Álava					0,086	0,072	0,080	
20 Guipúzcoa					0,001	0,001		
48 Vizcaya								
<b>PAIS VASCO</b>					<b>0,087</b>	<b>0,073</b>	<b>0,080</b>	<b>109,6</b>
<b>31 NAVARRA</b>					<b>4,545</b>	<b>3,765</b>	<b>3,800</b>	<b>100,9</b>
<b>26 LA RIOJA</b>					<b>2,621</b>	<b>2,635</b>	<b>2,600</b>	<b>98,7</b>
22 Huesca					1,393	1,266	1,300	
44 Teruel					6,942	0,860	5,560	
50 Zaragoza					6,276	3,271	4,700	
<b>ARAGÓN</b>					<b>14,611</b>	<b>5,397</b>	<b>11,560</b>	<b>214,2</b>
8 Barcelona					0,490	0,359	0,200	
17 Girona					0,454	0,317	0,152	
25 Lleida					10,009	6,029	5,500	
43 Tarragona					24,990	7,224	9,066	
<b>CATALUÑA</b>					<b>35,943</b>	<b>13,929</b>	<b>14,918</b>	<b>107,1</b>

## Planta de aprovechamiento de los subproductos del olivar



Av. Viñes, KM 3.5 - La Carolina (Jaén)  
(+34) 953 68 08 15 - bioland@gruopoleicolajaen.com





<b>7 BALEARES</b>	<b>0,690</b>	<b>0,619</b>	<b>0,680</b>	<b>109,9</b>
5 Ávila	1,013	0,275	0,559	
9 Burgos	0,001	0,001	0,001	
24 León	0,004	0,004	0,005	
34 Palencia	0,001			
37 Salamanca	0,262	0,127	0,130	
40 Segovia				
42 Soria	0,001	0,002	0,005	
47 Valladolid	0,391	0,103	0,091	
49 Zamora	0,045	0,013	0,006	
<b>CASTILLA Y LEÓN</b>	<b>1,718</b>	<b>0,525</b>	<b>0,797</b>	<b>151,8</b>
<b>28 MADRID</b>	<b>5,003</b>	<b>1,687</b>	<b>1,778</b>	<b>105,4</b>
2 Albacete	13,933	7,661	8,185	
13 Ciudad Real	59,542	41,107	42,500	
16 Cuenca	4,287	2,443	4,800	
19 Guadajajara	2,227	0,702	0,641	
45 Toledo	45,995	18,497	17,508	
<b>CASTILLA-MANCHA</b>	<b>125,984</b>	<b>70,410</b>	<b>73,634</b>	<b>104,6</b>
3 Alicante	8,404	5,624	6,603	
12 Castellón	7,115	0,920	5,946	
46 Valencia	6,223	2,042	5,110	
<b>C. VALENCIANA</b>	<b>21,742</b>	<b>8,586</b>	<b>17,659</b>	<b>205,7</b>
<b>30 R. DE MURCIA</b>	<b>11,401</b>	<b>10,420</b>	<b>4,773</b>	<b>45,8</b>
6 Badajoz	103,842	36,659	63,500	
10 Cáceres	14,557	4,290	11,900	
<b>EXTREMADURA</b>	<b>118,399</b>	<b>40,949</b>	<b>75,400</b>	<b>184,1</b>
4 Almería	13,368	10,777	13,000	
11 Cádiz	11,120	6,773	7,100	
14 Córdoba	298,510	142,433	143,000	
18 Granada	118,671	56,360	56,000	
21 Huelva	11,978	9,170	7,500	
23 Jaén	499,322	179,602	215,000	
29 Málaga	57,353	30,205	31,000	
41 Sevilla	138,750	77,549	78,000	
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>1.149,072</b>	<b>512,869</b>	<b>550,600</b>	<b>107,4</b>
35 Palmas (Las)	0,113	0,092	0,092	
38 S. C. Tenerife	0,048	0,050	0,050	
<b>CANARIAS</b>	<b>0,161</b>	<b>0,142</b>	<b>0,142</b>	<b>100,0</b>
<b>ESPAÑA</b>	<b>1.492,069</b>	<b>672,103</b>	<b>758,516</b>	<b>112,9</b>

Fuente: Agroclm

## AOVE FORUM prepara su cuarta edición

La ciudad de Cocentaina (Alicante) volverá a acoger este año una nueva edición del AOVE Forum, promovido por la Cooperativa Agrícola Católica de Cocentaina e impulsado por su Ayuntamiento y la Federación de Cooperativas Agro-alimentarias de la Comunidad Valenciana (FECOAV).



**NUTRI NAV**

¿Sacas hasta la última gota a tu software de gestión?  
Nosotros te decimos cómo

**Solicita una demo**

Océchal en: SEVILLA · ZARAGOZA · VALLADOLID | Tel: 900 909 619 | info@ayanet.es | basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central | www.nutrinav.es



El evento ofrecerá interesantes ponencias, mesas redondas, catas y demostraciones culinarias, así como la entrega de premios del concurso internacional de AOVE's que integra AOVE FORUM INTERNACIONAL - Fira de Tots Sants de Cocentaina, con lo que se consolida como cita ineludible del sector con una cuarta edición en la que, además de reforzar su "Túnel del Aceite", incorporará, entre otros, una nueva categoría de premio exclusiva para aceites de la Comunidad Valenciana y un reconocimiento a ciertas personalidades por ser verdaderos embajadores y adalides del AOVE.

Este año, el encuentro tendrá lugar los días 14, 15 y 16 de diciembre y ofrecerá tres jornadas repletas de actividades de gran interés: mesas redondas, ponencias, demostraciones gastronómicas, catas...

La actividad central del evento será, como en las anteriores ediciones, un concurso protagonizado por el aceite de oliva virgen extra (AOVE), cuya misión es difundir y potenciar las bondades y las aplicaciones culinarias de este tesoro de nuestra gastronomía, denominado también "oro líquido".

Reconocidos especialistas en la materia como Juan Villar, Alejandro García-Gasco, Rafael Alonso Barrau, Feliciano Priego, Miguel Abad, Francisco Lorenzo Tapia o María Ortiz, son algunos de los profesionales que compartirán su conocimiento y experiencia con los asistentes.

El evento culminará con un showcooking protagonizado por estos y a cargo de Dani García Peinado, al que en el universo gastronómico se le conoce como "El Chef del AOVE".

En su próxima cita, el IV AOVE FORUM INTERNACIONAL – Fira de Tots Sants de Cocentaina se desarrollará en su habitual ubicación, el Centro Cultural "El Teular" de Cocentaina, con inicio a las 18.00 horas del jueves 14 de diciembre.

Para el acto inaugural, está previsto contar con la presencia del director general de Desarrollo Rural de la Conselleria de Agricultura, Ganadería y Pesca, Francisco Javier Benito Goerlich, que será recibido por el alcalde de Cocentaina, Jordi Pla i Valor, la regidora de Fira, Marcela Richart, y el anfitrión, el presidente de la Cooperativa Agrícola Católica, Rafael Montava Molina.

Este año, la organización incluye entre las novedades una visita guiada -con carácter gratuito y previa al arranque de la primera jornada del evento- al monumento más emblemático del municipio, el "Palau Comtal", en la que se dará a conocer la historia de este imponente edificio que representa todo un símbolo para Cocentaina.



 **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](#)

Patrocinadores como IFAMENSA, reconocido fabricante de maquinaria de envasado para el sector, y colaboradores como el Comité de Agricultura Ecológica de la Comunidad Valenciana (CAECV), Cámara de Alicante, Unión Alcoyana, ABORRELL, Cajamar, Perialisi, COARVAL, Indea Technologies o Alfa Laval, son también los artífices de la consolidación de este importante evento que crece año tras año.

Fuente: [Olimerca](#)

## Medio centenar de AOVEs se han presentado a la Cata-Concurso Jaén Selección 2024 frente a los 71 de la pasada edición

Medio centenar de AOVEs se han presentado a la Cata-Concurso Jaén Selección 2024 frente a los 71 de la pasada edición, según ha podido saber Oleum Xauen. No obstante, hay que puntualizar que la cifra no es aún definitiva por cuanto el plazo de presentación finalizó el pasado 1 de diciembre y podría variar si se han enviado algunos por correo.

Estos datos contrastan con los de la edición de 2023, anualidad en la que se presentaron 71 aceites de oliva virgen extra, 19 de los cuales en la modalidad de producción ecológica, por parte de 58 empresas procedentes de 38 municipios de la provincia.

Las causas de este descenso en la presentación de AOVEs a esta cata-concurso podrían estar motivadas por la difícil y compleja campaña oleícola como consecuencia de las adversas condiciones meteorológicas que han tenido una incidencia directa en la conformación del fruto en esta cosecha, que se vaticina corta y baja por el acusado estrés hídrico que arrastra el olivar por la emergencia climática, circunstancia que está propiciando rendimientos medios grasos a la baja.

Un jurado experto en análisis sensorial, al frente de cuyo panel de cata está la directora del Ifapa en Cabra (Córdoba), Brígida Jiménez, seleccionará por el método de la cata a ciegas los ocho mejores zumos de aceituna fresca de esta campaña oleícola en este importante certamen que impulsa la Diputación de Jaén para estimular la producción de AOVEs de calidad y mejorar su posicionamiento



en el mercado. Los ocho elegidos formarán parte de las acciones promocionales en las que participe la Administración Provincial de Jaén a lo largo del año 2024.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

## El sector oleícola libanés: una roca sólida para confrontar la crisis económica más dura en la historia reciente del país

El olivo fue domesticado principalmente en el este del Mediterráneo hace al menos seis milenios. El Líbano, un pequeño país de la costa oriental del Mediterráneo, es probablemente uno de los países donde esté el origen del olivo. La presencia de varios opulentos olivos centenarios que aún crecen y producen dan testimonio de la importancia de este majestuoso árbol a lo largo de los siglos. En realidad, el olivo en el Líbano, y debido al clima mediterráneo y al suelo fértil, tiene una profunda importancia tanto cultural como económica. Las aceitunas, el aceite de oliva y otros productos del olivo han desempeñado un papel fundamental en la cultura de muchos agricultores y en la cocina y las tradiciones culinarias del país. Más allá de sus usos culinarios, las aceitunas y el aceite de oliva también tienen una importancia económica sustancial, ya que sirven como productos agrícolas vitales.

Los olivos ocupan en el Líbano un total de 61.000 hectáreas, lo que representa alrededor del 23,5% del total de la superficie agrícola y casi el 5,4% del territorio del país. Los olivares se extienden en llanuras, colinas y montañas de hasta 1.200 metros, y están distribuidos de la siguiente manera: 41% en el Norte del país; el 21% en Nabatiye; 15% en el Sur; 13% en el valle de la Bekaa y 10% en el Monte Líbano.

Sin embargo, los oleicultores y teniendo en cuenta la naturaleza resistente del olivo siguen plantando la mayoría de los olivos en seco. El 90% de los olivares está plantado con dos variedades muy antiguas de la zona denominadas 'Baladi' (70%) y 'Soury' (20%). Cada una de ellas cuenta con una gran variabilidad debido a variaciones clonales a lo largo de los años, y que aún no está completamente caracterizada. El resto (10%) incluye otras variedades del Líbano como 'Ayrouni', 'Smoukmouki' y 'Shtaiwi'; variedades de países vecinos como la 'Nabali' de Jordania, 'Chami', 'Daabli', 'Edlbi' y 'Zaity' de Siria; y, de otros países tal como 'Manzanilla' y 'Arbequina' de España,



‘Koroneiki’ y ‘Kalamata’ de Grecia, ‘Coratina’, ‘Frantoio’ y ‘Pendolino’ de Italia y ‘Picholine Maorcaine’ de Marruecos.

Una suma de 13 millones de olivos produce alrededor de 70 a 200 mil toneladas con una variación enorme de un año a otro debido principalmente a problemas de vejería y accidentes climáticos (heladas, granizo, sequía prolongada, vientos muy secos y fuertes, etc.). Más del 70% de la producción total se destina a la producción de aceite de oliva y el resto se consume como aceituna de mesa. La producción nacional de aceite de oliva está aumentando y ha alcanzado últimamente las 25.000 toneladas. En cuanto a las exportaciones, el Líbano ha estado entre los 20 principales exportadores de aceite de oliva a nivel mundial durante al menos las últimas dos décadas, alcanzando las 10.000 toneladas con un valor de alrededor a los 23 millones de dólares en 2020. Las exportaciones se dirigen principalmente a regiones con gran diáspora libanesa, como América del Norte, la UE, el Golfo, los países latinoamericanos, Australia y Nueva Zelanda.

En general, los agricultores libaneses escogen las tierras con fácil acceso, fértiles y con posibilidad de riego para plantar árboles frutales, vid, y verduras; y, dejan las tierras marginales para plantar los olivos debido a que éste, con su naturaleza resistente, puede prosperar en tierras y condiciones áridas. Además, son pocos los oleicultores convencidos de que el olivo necesita cuidado en términos de manejo del suelo, poda, fertilización, riego y tratamientos contra plagas y enfermedades, lo que incrementa los problemas de vejería y reduce la calidad y las cantidades producidas. Por ello, desde hace tiempo, el cultivo del olivo es muy tradicional y los olivares se fueron abandonando. Sin embargo, la gran crisis económica que asola al Líbano y la depreciación de la moneda libanesa y, en consecuencia, el valor de los salarios, así como la pandemia del Coronavirus, han obligado a mucha gente a regresar a sus pueblos a trabajar en la agricultura y, sobre todo, en el sector oleícola. Esta gente se ha encontrado muy apegada a su tierra y ha empezado a buscar nuevas tecnologías o antiguas tradiciones de cultivo para bajar los costes y al mismo tiempo mejorar su producción. La cubierta vegetal como alternativa al abono químico, que se ha encarecido sustancialmente, la introducción de gallinas en el olivar para reducir el uso de insecticidas contra la mosca del olivo, las herramientas de poda y de cosecha mecánica, el buen manejo de riego para incrementar el uso eficiente del agua, etc., son algunos ejemplos.

### Características de la campaña en el Líbano

La temporada de cosecha en el Líbano tiende a durar alrededor de dos meses por región de cultivo y requiere de seis a siete horas diarias de arduos esfuerzos. Eso es debido al hecho de que la mayoría de la cosecha sigue siendo manual y, muchas veces, utilizando varas de madera o de plástico, aunque varios oleicultores empiezan a utilizar vareadores eléctricos o a gasolina. Este tipo de maquinaria tiene mucho éxito porque es ligera y muy fácil de operar, y porque la mayoría de los olivares son



en pendientes o incluyen olivos muy viejos que no se pueden recoger utilizando otro material como vibradores de tronco o vibradores a paraguas invertidos. Además, los vibradores necesitan una poda muy específica para que sean eficientes y todavía no se sabe mucho de esta poda en el país. A pesar de que algunos inversores empiezan a plantar olivos en seto utilizando en general la variedad 'Arbequina', aún no hay cosechadoras cabalgantes en el Líbano. Por otro lado, muchos de los productores empiezan a remplazar los sacos de plástico o de arpillera utilizados desde siglos para transportar las aceitunas de sus campos a la almazara por cajas de plástico perforadas, lo que contribuye también a mejorar la calidad del aceite.

El procesamiento postcosecha de las aceitunas se lleva a cabo en la mayoría de los casos en sistemas de prensas (más del 80%) que se encuentran distribuidos por los pueblos; y en sistemas de decanter de 3 y de 2 fases. También se puede encontrar el sistema Sinolea en el sur del país. Las prensas son el modelo que preservan la tradición ancestral y cuentan con el favor de los oleicultores libaneses porque les consideran como los únicos que producen aceite en frío, y donde se pueden seguir a las aceitunas a lo largo de todo el proceso. En general, los aceites producidos por el sistema de prensa son muy agradecidos por los consumidores libaneses por su aspecto turbio, su textura densa y su olor rancio. Es verdad que estos aceites pueden ser clasificados desde el punto de vista analítico como aceites de oliva virgen extra; sin embargo, fallan desde un punto de vista organoléptico porque llevan el sabor y el olor de los capachos utilizados en este sistema. Por otro lado, el sistema continuo, basado en técnicas modernas como la centrifugación hecha por el decanter y la centrífuga vertical en el lugar de las fuerzas mecánicas producidas por las prensas, es capaz de producir aceites de alta calidad que sea competitivo en el mercado internacional, siendo testigo el hecho de que el Líbano figura con orgullo entre los principales productores de aceite de oliva virgen extra del mundo.

### **El consumo de aceite de oliva marcado por la crisis económica**

El consumo de aceite de oliva en el Líbano se encuentra alrededor de las 20.000 toneladas por año, con 3,5 litros de aceite per cápita. Sin embargo, el precio del aceite de oliva ha ido aumentando gradualmente desde que estalló la crisis económica hace tres años, por lo que muchos libaneses ahora lo ven como un producto de lujo y sólo compran pequeñas cantidades.

**En cuanto a los productores libaneses, éstos pueden ser clasificados en tres categorías:**

1) Familias tradicionales: cultivan sus olivos de manera tradicional en pequeñas parcelas de menos de 2 hectáreas y producen su aceite mediante métodos rústicos transmitidos de generación en generación. Estos productores son bastante reacios a innovar y no se preocupan por los estándares de calidad.



**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**



2) Fabricantes: compran aceitunas de diferentes agricultores y las procesan en grandes cantidades y venden el aceite bajo una o varias marcas. Esta categoría está contribuyendo mucho al incremento del precio del aceite porque compran el aceite directamente en el olivar a precios muy alto. Invirtiendo las tradiciones, capacitan a los agricultores en técnicas modernas para aumentar su rendimiento e invierten en líneas de procesamiento automatizadas. Si la cosecha es mala tienden a mezclar aceites libaneses con otros importados, especialmente de Siria o de Túnez. Se centran en la cantidad, pero respetan los estándares internacionales de calidad para la comercialización y la exportación.

3) Los productores recién llegados: producen aceite de oliva como hobby junto con una actividad más rentable. Cuestionan algunas tradiciones que no permiten que se cumplan los estándares internacionales de calidad del aceite de oliva virgen extra. Frecuentemente recogen las aceitunas aún verdes, antes de la temporada de lluvias, y las procesan lo más rápido posible en almazaras modernas. Tienen costes de producción elevados y la pasión a menudo prevalece sobre la rentabilidad.

Como el primer grupo es el más grande y el más productivo, la mayoría del aceite de oliva producido en el Líbano no cumple ninguna norma de calidad, etiquetado o certificación. Existen criterios de calidad obligatorios establecidos por el Instituto Libanés de Normas (LIBNOR) en 2010, y actualizado a menudo, pero la mayoría de los productores tradicionales no los cumplen. Sin embargo, el mercado nacional del aceite de oliva es muy estrecho porque cada uno en el Líbano tiene un familiar o un amigo o una amiga que produce aceite de oliva. Eso significa que las familias libanesas compran el aceite de su red cercana, y no basándose en la calidad. Hace unos años la demanda de aceite a granel representaba casi el 80% del total, mientras que el aceite con marca propia el 20% restante. Hoy en día, la generación más joven prefiere esta última opción, por lo que la demanda de granel cayó a casi el 50%. La demanda de hoteles, restaurantes y servicios de catering es importante, sin embargo, varía mucho de un año a otro, ya que se ve muy afectada por el turismo.

[Ver artículo completo aquí](#)

Fuente: [Interempresas](#)

