

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*8 de mayo de 2024*



## HOY ES NOTICIA:

Nuevas

**JORNADAS**



Durante el mes de marzo se contrae la demanda de aceite de oliva un 31%.

Director del COI: "No es deseable los altibajos en el precio del aceite de oliva".

Autorizadas ayudas para la transformación sostenible del alperujo en biocombustible.

Nuevas propuestas de oleoturismo.

Las 12 medidas que las organizaciones exigen ante el «cierre en falso» de la crisis del campo.



# Durante el mes de marzo se contrae la demanda de aceite de oliva un 31%

Barómetro de consumo correspondiente al mes de marzo de 2024 de Circana en España.



Principales KPIs por departamento. TAM mes de marzo de 2024/Foto: Circana.

El Índice de Precios de Consumo (IPC) sufre un incremento hasta el 3,2 % en marzo, después del retroceso que experimentó en febrero y que llevó a la inflación al 2,8 %, su nivel más bajo desde agosto de 2023. Este repunte se debe principalmente al encarecimiento de la electricidad, por la subida del IVA de la luz del 10 al 21 %, de los carburantes y de los paquetes turísticos. El IPC de alimentos continuó moderándose en marzo, siguiendo con la tendencia de los últimos meses, y situándose en una tasa del 4,3 %, un punto menos que en febrero y la más baja desde hace más de dos años. Lejos queda el 16,5 % registrado en marzo del año pasado.

## Sector del Gran Consumo

Los precios de gran consumo en distribución moderna continúan su desescalada, registrando un incremento del 1,4% en marzo, 1,5 puntos menos que el mes pasado y hasta 12,5 puntos menos que en marzo del 2023. La demanda en productos de consumo inmediato (FMCG) continúa evolucionando positivamente registrando en marzo un incremento de 4,5 % respecto al año pasado,



9 puntos más que en marzo del 2023 en el que decreció un 4,5 %. En el total acumulado móvil (TAM), esta también se ha incrementado un 3,4 % frente al año pasado y 1,6 % frente a hace dos años.

### Datos acumulados:

- El buen resultado del mes de febrero sigue contribuyendo a la recuperación de la demanda, a una mejoría en el acumulado móvil del año, +3,4 % respecto del año pasado, y a la evolución positiva de estos 3 meses, del +3,7 %.
- En el departamento de alimentación, que es el que representa un mayor porcentaje de gasto para las familias españolas, sigue registrando el mayor incremento en valor (+7,4 %) en los tres primeros meses del año respecto de 2023. Su evolución en consumo, siguiendo la línea iniciada a finales del año pasado, también es positiva, alcanzando el 4,1 % de crecimiento.
- Todos los departamentos, comestibles y no comestibles, experimentan un crecimiento en volumen, tanto en el mes de marzo como en términos acumulados. Siendo los comestibles de +3% y no comestibles de +5,3 %. Los precios se han contenido mucho más en los departamentos de Perfumería e Higiene y Droguería y Limpieza, siendo +6,8 % y Droguería y Limpieza un +2,2 %.
- En cuanto al precio de los alimentos durante el mes de marzo, el aceite de oliva continúa liderando el incremento de precio, con un 66 % más en marzo frente al año pasado, acumulando un encarecimiento del 54,4 % en el último año y 98,7 % frente a hace dos años. Esto ha conllevado una importante contracción de su demanda en volumen (-31 % en marzo, -15 % en los últimos 12 meses y -44 % frente a hace dos años), impulsando el consumo de otros tipos de aceites como el de girasol (+15,8 % en marzo, +14,1 % a TAM marzo 23).
- El precio de los huevos se ha encarecido hasta un 29 % frente a hace dos años, sin embargo, esto no ha afectado a su demanda y continúa destacando como una de las familias con mayor incremento en volumen (+ 10,9 % en marzo, +11 % a TAM marzo 24).

Durante la Semana Santa temprana, los datos revelan un mayor dinamismo en el consumo de secciones como Repostería (+19,8 % en volumen vs año anterior), Vinos (+ 15,4%) y Cervezas (+ 9,5%). Sin embargo, el mal tiempo también ha conllevado la caída de otros productos como los Protectores Solares (-23,6 %)

**El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar**

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life  
Kubota



Por canales, el canal online y el súper grande son los que presentan mejor evolución en volumen con crecimientos positivos de +13 % y +12,6 % (TAM) respectivamente. Por el contrario, los que peor comportamiento han tenido son los Súper Pequeños e Híper, aunque también experimentan ambos crecimientos de 4,2 %.

La MDD continúa evolucionando positivamente frente a las marcas de fabricante, alcanzando en valor una cuota de mercado del 49,3 % (TAM) y un crecimiento del +14,4 % frente al año pasado. A pesar de que el departamento de bebidas es el que tiene un menor peso de la MDD, evoluciona en valor (+18,2 %) por encima del resto, tanto por su incremento de precio (9,4 %) como de volumen (8,9 %).

Fuente: [Oleorevista](#)

## Director del COI: "No es deseable los altibajos en el precio del aceite de oliva"

El director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), Jaime Lillo, ha alertado hoy de que "no son deseables los altibajos en el precio del aceite de oliva" y ha abogado por seguir fomentando la promoción y el consumo de esta grasa saludable.

Lillo ha ofrecido una conferencia en la Diputación de Jaén organizada por la Asociación de la Prensa de Jaén dentro del ciclo "Periodismo y AOVE en el mar de olivos".

"Hay que tender hacia la estabilidad de los precios del aceite de oliva", ha señalado Lillo, que es el primer español en dirigir el principal órgano oleícola mundial.

Tras indicar que en todo el mundo hay 11 millones de hectáreas de olivar, Lillo ha descrito el escenario actual marcado por el aumento de la demanda y la caída de la producción en las dos últimas campañas a consecuencia de la sequía.

"No damos abasto para dar respuesta a un consumo creciente", ha manifestado el director del COI, y ha precisado que el mayor crecimiento se está dando en países no tradicionales, Estados Unidos, Japón o Australia.



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





Y ha vuelto de nuevo a reflexionar sobre si es caro o no el precio actual del aceite de oliva virgen extra (AOVE) teniendo en cuenta sus propiedades saludables. “Con un consumo medio de 10 kilos de aceite por habitante y año no es elevado el precio que se paga por el aceite”, ha indicado.

Con todo, Lillo ha recalcado que el principal desafío que afronta el sector oleícola es hacer frente a la sequía y al cambio climático. “Estamos fallando el dar respuesta al desafío del cambio climático”, ha indicado.

Fuente: [Investing](#)

## Autorizadas ayudas para la transformación sostenible del alperujo en biocombustible

El Consejo de Gobierno ha tomado conocimiento de la convocatoria de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural para 2024 de ayudas para respaldar inversiones destinadas a la implantación de infraestructuras bioindustriales sostenibles de tratamiento y valorización de alperujo mediante su transformación en biogás o biometano para su uso como biocombustible.

Estas subvenciones se enmarcan en la Inversión Territorial Integrada (ITI) de Jaén y el Programa de Desarrollo Rural (PDR) de Andalucía 2014-2022, que contempla incentivos destinados a apoyar inversiones materiales o inmateriales en transformación, comercialización o desarrollo de nuevos productos agrícolas en el sector oleícola y de la aceituna de mesa. Estas ayudas están dotadas con más de 13,1 millones de euros contemplando como posibles beneficiarios a aquellas empresas o sociedades cuyo capital social proceda en al menos un 30% de entidades productoras de alperujo.

La Junta de Andalucía espera que estas subvenciones permitan reducir la distancia entre el lugar donde se obtiene el alperujo y la industria donde se transforma este subproducto, fomentando así la economía local y la generación de empleo en las zonas rurales al tiempo que se reduce el impacto ambiental de la actividad. De esta forma, el sector agroalimentario andaluz continuará avanzando hacia el propósito de ‘residuos cero’, protegiendo el medio ambiente y apostando por la economía circular.

Entre otros gastos, las bases reguladoras contemplan como subvencionable la inversión destinada a la construcción de nuevas instalaciones bioindustriales para el procesado de alperujo o la compra



del terreno donde se desarrollarán. Asimismo, estas ayudas respaldan también la compra o arrendamiento con opción a compra de nueva maquinaria y equipo hasta el valor de mercado del producto; y la adquisición o desarrollo de programas informáticos y adquisiciones de patentes, licencias, derechos de autor o marcas registradas. Así, también apoyan las inversiones tangibles e intangibles para mejorar e implantar sistemas de generación de valor añadido y competitividad centrados en el control de calidad, la trazabilidad o la huella hídrica y de carbono.

Con más de 800 almazaras y 200 entamadoras, el sector del olivar tiene un gran peso en Andalucía. Concretamente, su actividad supone casi el 24% del valor de la producción agraria y el 28% de las exportaciones agroalimentarias de la región. De hecho, las ventas internacionales de aceite de oliva reportan a Andalucía 1.200 millones de euros (21%) y las exportaciones de aceituna de mesa, 420 millones de euros (7%).

El tejido industrial ligado al aprovechamiento de los olivos de Andalucía está formado, en su mayoría, por pequeñas y medianas empresas (pymes) con menos de 250 trabajadores y que se sitúan en zonas rurales. Por tanto, ejercen un relevante papel como elementos de fijación de la población a estas áreas.

Fuente: [Junta de Andalucía](#)

## Nuevas propuestas de oleoturismo

Nuestros orígenes marcan, muchas veces la trayectoria de nuestras vidas, y el mundo del aceite de oliva arraiga profundamente en todos aquellos que están vinculados familiarmente al olivar. Esta es la historia de Anita Zachou, impulsora y fundadora de Mykonos Olive Oil Tasting, que ha reinterpretado el oleoturismo desde Grecia, convirtiéndolo en una herramienta para enseñar, orientar e inspirar a las personas a vivir una vida más saludable, adoptando el estilo de vida mediterráneo y consumiendo aceite de oliva virgen extra de alta calidad.

Mykonos Olive Tasting se fundó en 2018. Es una empresa educativa con sede en la isla de Mykonos, Grecia, que ofrece seminarios y talleres sobre cata de aceite de oliva, dieta mediterránea, salud y bienestar holísticos para turistas, pero también para consumidores, niños y profesionales culinarios de toda Grecia y en el extranjero. Su misión es compartir su conocimiento y experiencia sobre el valor, la calidad, la salubridad, la selección correcta, los múltiples usos y los beneficios para la salud del Aceite de Oliva Virgen Extra y la Dieta Mediterránea, creando embajadores del aceite de oliva y el estilo de vida mediterráneo en varias partes del mundo.

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



## Oleoturismo alternativo

Su fundadora Anita Zachou, es ingeniera agrónoma, catadora profesional de aceite de oliva, consultora técnica en producción de aceite de oliva, educadora gastronómica de profesionales culinarios, coach de bienestar holístico, escritora y formadora, proviene de una familia productora de aceite de oliva de Kalamata y desde que tiene uso de razón estuvo jugando y trepando a algunos de los millones de olivos de la tierra de Messina. Su gran pasión por el aceite de oliva y la gastronomía la llevó a buscar un conocimiento más profundo y convertirse en Catadora de Aceite de Oliva certificada en 2012. Posteriormente, fue becada por el Consejo Oleícola Internacional para asistir al curso de cata de aceite de oliva más prestigioso de la Universidad de Jaén en España, de donde ostenta el título de Experta en Cata de Aceites de Oliva Virgen. Con más de veinte años de experiencia en el mundo empresarial como directora de formación, factor que supuso el impulso para abordar la transmisión de su conocimiento por el aceite de oliva a otras personas, y desde otra perspectiva. Pone en marcha un tipo de oleoturismo que no incluye la visita a una almazara y un olivar, sino que tiene como objetivo un conocimiento profundo del aceite de oliva y la prueba de variedades de toda Grecia.

Este artículo se encuentra disponible para su lectura en el [numero 196 de Óleo](#).

Fuente: [Oleorevista](#)

## Las 12 medidas que las organizaciones exigen ante el «cierre en falso» de la crisis del campo

Las organizaciones agrarias Asaja, COAG y Cooperativas Agro-alimentarias de España han ofrecido una rueda de prensa conjunta para pedir, en unidad de acción, soluciones concretas para el campo español ante lo que, aseguran, ha sido un «cierre en falso» de la crisis del campo por parte del Ministerio de Agricultura.

Ante ello, han suscrito un documento con una docena de propuestas que trasladarán al Gobierno de España y que supone profundizar en el desarrollo y la concreción de los asuntos capitales que han movilizado a los agricultores y ganaderos españoles durante el primer trimestre de 2024.



Entre estas doce cuestiones aparecen algunas que, pese a la insistencia de las organizaciones mayoritarias, no se han tenido siquiera en cuenta en el documento de 43 medidas que el Ministerio de Agricultura suscribió con UPA y con Unión de Uniones; y otras, que sí se enuncian en ese documento, pero no se concretan ni se desarrollan.

### Medidas insuficientes

Tal como han puesto de manifiesto en su comparecencia el presidente de Asaja, Pedro Barato; el secretario general de COAG, Miguel Padilla, y el presidente de Cooperativas Agroalimentarias de España, Ángel Villafranca, las escasas medidas planteadas por el Ministerio de Agricultura al rebufo de Bruselas son «claramente insuficientes para paliar la gravedad de la crisis del campo español» que necesita normas, herramientas y estructuras para ser viable durante los próximos 20 años.

Los tres han denunciado el clima de falta de confianza e inseguridad que se produjo hace un mes con las presiones para firmar el famoso documento de las 43 medidas que estaba aún en pañales, una firma que supone un cierre en falso que dará lugar a nuevas movilizaciones más pronto que tarde, porque las medidas propuestas no resuelven los problemas que generaron las protestas.

### Las doce medidas, al detalle

- El documento suscrito por las tres organizaciones demanda y propone soluciones para la **PAC**, que pasan por una simplificación real y efectiva, con la eliminación de la excesiva burocracia a la que están sujetos los agricultores y ganaderos.
- En materia de **comercio internacional** se solicita la introducción de las cláusulas espejo, así como el cumplimiento estricto de los acuerdos comerciales.
- En lo referente a la **Ley de la Cadena** se pide su reformulación, dado que el objetivo debe ser el de garantizar la rentabilidad de las explotaciones agrarias, y no el de machacar a las cooperativas, que son empresas de los propios agricultores y no está en ellas el problema de la cadena de valor.
- Respecto al **agua**, uno de los aspectos que más consenso genera y sobre el que ha pasado más de puntillas el Ministerio de Agricultura, el documento demanda al Gobierno de España una apuesta decidida por la política hidráulica, con inversiones en infraestructuras, así como la apuesta decidida por el agua a nivel político, fruto de una estrategia consensuada en entre las administraciones que permita aprovechar todas las fuentes posibles.





- En **materia ganadera** los firmantes exigen que cesen los ataques y las campañas de desprestigio institucionales al sector, que se antepongan siempre los criterios científicos, y que cualquier normativa que se presente cuente con estudios de impacto y se debata con criterios científicos y sin poner en peligro la viabilidad económica y la competitividad de las explotaciones.
- En **materia laboral**, asunto que pese a su relevancia no figura en las 43 medidas del MAPA, las tres organizaciones mayoritarias solicitan que se tengan en cuenta las particularidades del sector agrario y el carácter temporal de las campañas y que se adapte de la reforma laboral a las necesidades reales del campo.
- Respecto al **relevo generacional**, coinciden en señalar que es importante que se fomente con medidas de apoyo real, pero es tanto o más importante conseguir la permanencia de los que se incorporan, y para ello es fundamental conseguir que las explotaciones sean viables y rentables.
- Respecto a **la financiación** y a las medidas adoptadas para hacer frente a las consecuencias de la sequía, los firmantes demandan la ampliación de las medidas planteadas por el Ministerio de Agricultura para dotar de liquidez al sector, así como la extensión de estas medidas a todos los sectores afectados, sin dejar a nadie atrás.
- En lo que respecta a **la fiscalidad**, otro de los asuntos de los que el documento de 43 medidas del MAPA, no se ocupa, los firmantes solicitan el incremento a 300.000 euros de los límites de estimación objetiva del IRPF, que lleva años sin actualizarse y no contempla el efecto brutal de la inflación en el sector productor. Así como medidas también para los agricultores y ganaderos que tributan en estimación directa.
- En materia de **seguros agrarios** se plantean diversas medidas, y todas pasan por garantizar el presupuesto necesario, puesto que con el actual presupuesto y las actuales medidas es imposible conseguir la extensión y la universalización de este sistema en el que España llegó a ser pionera.
- Respecto al **Pacto Verde** y su desarrollo las organizaciones mayoritarias del campo español piden que se tenga en cuenta el papel que desempeña la agricultura y la ganadería en las zonas rurales y que los compromisos que se fijen tengan en cuenta la realidad económica y social del sector productor.



- El duodécimo punto del documento se ocupa de otro asunto que ha ignorado también el MAPA en sus medidas, el referente a los daños causados en el sector por la **fauna salvaje** y en particular, los firmantes demandan que se suspenda la inclusión del lobo en el listado de especies en régimen de protección especial.

Las tres organizaciones con mayor representación en el sector agrario español, tras anunciar el traslado de estas medidas al Ministerio de Agricultura y al Gobierno de España, han mostrado su firmeza y han declarado que exigirán su cumplimiento, sin descartar ninguna medida de presión para garantizarlo.

Fuente: [Sevilla ABC](#)



**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**