

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*11 de marzo de 2024*



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



La caída de las ventas de casi 7 millones de litros de aceite de oliva al mes no la aprovecha el aceite de girasol.

¿Qué precio tiene el aceite de oliva? Depende de si compras o vendes.

Indlab, acreditado en MOSH MOAH para todos los aceites vegetales.

Una conferencia del director ejecutivo del COI abrirá el seminario de la Cátedra Perialisi-UJA de Estudios Económicos e Históricos de la Empresa Oleícola.

La diversificación del olivar jiennense a debate.

La industria oleícola italiana apuesta por promover las propiedades saludables del AOVE.



# La caída de las ventas de casi 7 millones de litros de aceite de oliva al mes no la aprovecha el aceite de girasol

La fuerte subida de los precios del aceite de oliva, en todas sus categorías, no está siendo aprovechada del todo por el resto de aceites vegetales. Y este dato es una buena noticia para el sector oleícola español ya que demuestra en parte la fidelidad de sus consumidores.

Los últimos datos de las ventas de ANIERAC referidos a las ventas del mes de enero, con precios PVP del aceite de oliva en una horquilla de 8,50 a 11 euros/litro de media y con los precios del girasol en torno a 1,25 euros/litro, arrojan cifras sorprendentes si se comparan por ejemplo con las del año 2020. En relación al mes de enero del 2020, las ventas en este mes de enero del 2024 muestran que el virgen extra ha caído en casi 4 millones de litros, al pasar de los 11,1 millones de litros de entonces a los 7,08 millones actuales.

Mientras, el virgen habría incluso subido ventas desde los 1,72 millones de litros del mes de enero del 2022 a los 2,63 millones de enero del 2024. Por su parte, los aceite de oliva refinado habrían caído desde los 14,3 millones de litros en el mes de enero de 2020 a los 9,3 millones en este mes de enero de 2024. Las ventas del total de aceites de oliva se habrían reducido casi 7 millones de litros al mes en relación a enero del 2020, al pasar de 27,1 millones de litro a 19,8 millones.

Sin embargo, el aceite de girasol, principal competidor del aceite de oliva en el mercado de las grasas vegetales, apenas ha aprovechado la subida de precios de aquel. La diferencia de ventas entre el mes de enero del 2020 y el pasado mes de enero del 2024 apenas ha supuesto una mejora de 600.000 litros mensuales para el girasol. Hay que tener en cuenta que el diferencial de precios entre el litro de aceite de oliva y el de girasol, que en la última década se encontraba en una escala de tres a uno, actualmente se encuentra en una escala de seis a uno. Y ni tan siquiera esta circunstancia ha provocado un cambio radical en las opciones de compra de muchos consumidores.

La categoría que más está aprovechando la subida de precios del aceite de oliva es curiosamente el orujo de oliva, que ha visto crecer sus ventas mensuales en torno al millón de litros, en relación a



lo que se vendía en el año 2020. Los precios del orujo de oliva se sitúan actualmente a la mitad que los del aceite de oliva virgen o virgen extra

En este primer mes del 2024 las empresas de ANIERAC han puesto en el mercado prácticamente 20 millones de litros de aceite de oliva, cifra muy similar a la enero de 2023. En detalle, la mayor cifra de ventas entre las categorías de aceite de oliva la ha presentado el “virgen extra” con 7,80 millones de litros, seguido del “suave” con 6,92 millones de litros. Las categorías “virgen” e “intenso” alcanzan cifras muy similares: 2,63 millones de litros y 2,45 millones de litros respectivamente.

En el grupo de otros aceites refinados destacan las ventas del refinado de girasol que en este mes de enero alcanzan los 27,56 millones de litros, cantidad superior en un 50,88% a enero del 2023. A continuación, y lejos de estas cifras, están las ventas del refinado de semillas, que con 3,12 millones de litros presentan una cantidad un 46,68% inferior en este periodo del 2023. Hay que tener en cuenta que en el año 2023 las ventas de girasol estaban muy mediatizadas por la subida de precios provocada por la guerra de Ucrania, gran proveedor mundial de este producto.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

## ¿Qué precio tiene el aceite de oliva? Depende de si compras o vendes

La primera semana del mes de marzo se ha cerrado en el mercado del aceite de oliva con una clara incertidumbre a la hora de fijar los precios para las distintas categorías. Las importantes lluvias que han caído durante el mes de febrero en gran parte de la geografía andaluza han generado un cierto clima de tranquilidad en el lado de la producción y eso se ve reflejado en una posición algo más firme a la hora de formalizar contratos. Aunque, también es cierto que cuando el gerente de la almazara o la cooperativa mira la bodega y ve sus existencias muy ajustadas, entonces el buen ánimo se torno en incertidumbre: vendo o no vendo.

Y es que nadie quiere tirar las campanas al vuelo pensando en lo que puede dar de sí la próxima cosecha 2024/25, porque la climatología es muy caprichosa y en primavera podemos sufrir un desastre importante si la llegada de alguna ola de calor echa al traste la floración.

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

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



En este contexto de ver la evolución del olivar y ver también la evolución de las salidas en el mes de febrero, nos hemos encontrado un ajuste de precios a la baja, sobre todo para las categorías de lampante y vírgen, donde las cotizaciones en origen están muy próximas.

Así, para un aceite lampante de calidad se podía encontrar algunas partidas en los 8,00€/kg, pero también era difícil encontrar grandes volúmenes, que se pagaban en los 7,95€/kg, dado que hasta hace muy poco escaseaban los aceites para refinar.

Curiosamente son los aceites vírgenes los que peor están aguantando la situación actual, como lo demuestra el hecho de que las cotizaciones se podían mover desde los 8,20€/kg hasta los 8,40€/kg y si hablamos de los extras el abanico de ofertas se ha abierto esta semana desde los 8,50€/kg hasta los 9.00€/kg

En resumen, podemos afirmar que hay mucha indecisión en estos primeros días de marzo en un contexto a la espera de los nuevos datos acerca de las salidas de aceite de oliva en febrero.

Para más información [PINCHE AQUÍ](#)

Fuente: [Olimerca](#)

## Indlab, acreditado en MOSH MOAH para todos los aceites vegetales

Consciente de la diversidad de aceites producidos y consumidos en todo el mundo, el laboratorio Indlab ha acreditado la determinación del contenido de MOSH MOAH en todos los aceites vegetales comestibles. La acreditación recientemente concedida por ENAC valida la competencia técnica y el compromiso con la excelencia analítica de Indlab. Esto les posiciona como el único laboratorio español que ofrece este ensayo acreditado para aceites de oliva, orujo, girasol y otras semillas.

El laboratorio de Jerez de los Caballeros es el más acreditado a nivel mundial para el control de la calidad, pureza e inocuidad de los aceites vegetales comestibles.

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





## De 2 semanas en Alemania a menos de 4 días

Hasta la fecha, los laboratorios alemanes concentraban la mayor parte de estos ensayos; sin embargo, sus plazos de entrega dificultan la operativa del sector del aceite. El ensayo acreditado por Indlab puede entregarse en plazos inferiores a los 4 días; lo que reduce notablemente la espera, los costes y permite rentabilizar las oportunidades comerciales.

El camino hasta la acreditación de este ensayo no ha estado exento de dificultades. La mayor de todas ellas fue la falta de legislación específica, lo que implica la ausencia de límites claros con los que poder trabajar. Así mismo, hubo que adaptar el procedimiento a partir del método normalizado para poder alcanzar límites de cuantificación inferiores a la demanda del mercado.

Como resultado, ha habido una necesidad de realizar investigaciones, capacitaciones y estudios de diferentes técnicas y equipos a lo largo del tiempo hasta la concreción y puesta a punto del método que, una vez auditado por ENAC, certifica la cantidad de MOSH MOAH presente en los aceites vegetales comestibles de una manera fiable, cierta y en plazos óptimos para la industria.

Los avances legislativos parecen indicar que, a finales de este año, principios del siguiente, los MOSH MOAH pasarán a tener un límite máximo en la Unión Europea de 15 mg/kg en MOSH y de 2 mg/kg en MOAH. Esto pondrá fin al enorme vacío legal existente y a la incertidumbre generada en el sector.

Indlab, al haber acreditado un límite de cuantificación de 0,5 mg/kg en MOSH y 1 mg/kg en MOAH podrá certificar con absoluta certidumbre la cantidad presente en los aceites vegetales.

En su apuesta por la excelencia, Indlab sigue avanzando para ofrecer, en un único centro analítico, todo lo que el sector aceitero demanda; centralizando la gestión de muestras y ahorrando tiempo y dinero a los interesados en asegurar la calidad, pureza e inocuidad de sus aceites vegetales.

Fuente: [Olimerca](#)

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

# Una conferencia del director ejecutivo del COI abrirá el seminario de la Cátedra Peralisi-UJA de Estudios Económicos e Históricos de la Empresa Oleícola

Una conferencia del director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), Jaime Lillo, abrirá el seminario de la Cátedra Peralisi-UJA de Estudios Económicos e Históricos de la Empresa Oleícola, que tendrá el próximo miércoles en la Universidad de Jaén. Este evento, dirigido a profesionales, técnicos, cooperativistas, almazaras e investigadores, es parte integral del proyecto “Análisis histórico de las cooperativas agroalimentarias de la provincia de Jaén”, respaldado por el Instituto de Estudios Giennenses (IEG).

La cátedra se erige como un epicentro crucial para la modernización y transformación completa del sector oleícola, colocando especial énfasis en el desarrollo empresarial. La destacada participación de Peralisi España en el evento subraya su papel vital en este proceso, consolidando su posición como líder en innovación y tecnología para la industria oleícola.

El programa destaca la presentación a cargo de Jaime Lillo, quien ofrecerá una visión histórica del COI desde su nacimiento hasta hoy. La inauguración contará con Nicolás Ruiz, rector de la Universidad de Jaén, y representantes de la Cátedra, el IEG, Peralisi, el COI y la Diputación de Jaén, resaltando la colaboración estratégica entre la academia y la industria.

Este seminario, moderado por Mariano Castro, abordará cuestiones cruciales como la evolución histórica de la producción, precios y consumo, gestionando la incertidumbre, y el impulso a las empresas cooperativas jiennenses. Además, se presentará el proyecto de investigación financiado por el IEG, liderado por Juan Antonio Parrilla, director de la Cátedra y profesor del Departamento de Economía de la Universidad de Jaén.



El cierre del evento estará a cargo de Juan Manuel Matés, director del Departamento de Economía y catedrático de Historia e Instituciones Económicas de la Universidad de Jaén. La relevancia de

Pieralisi en este contexto destaca su compromiso con la excelencia y la innovación en el estudio y desarrollo continuo del sector oleícola.

Fuente: [Oleum Xauen](#)

## La diversificación del olivar jiennense a debate

El [Consejo Económico y Social de la provincia de Jaén](#) ha celebrado este jueves la ‘Jornada sobre diversificación agraria con otros cultivos leñosos complementarios al olivo’. La Sala Capilla del Antiguo Hospital de San Juan de Dios ha acogido este evento con la intención de recoger experiencias en primera persona sobre cultivos alternativos al olivar jiennense, como la vid, el cerezo, el almendro o el pistacho.

Durante la inauguración han intervenido la delegada Territorial de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Soledad Aranda; el diputado de Agricultura y Ganadería de Diputación Provincial de Jaén, Javier Perales; la secretaria general del CES Provincial, Eloísa Fernández; y el secretario general de COAG-Jaén, Juan Luis Ávila. Asimismo, el acto ha contado con la ponencia de Octavio Arquero, investigador del Centro IFAPA Alameda del Obispo de Córdoba del Área Ingeniería y Tecnología Agroalimentaria, que ha versado sobre la agronomía de los cultivos de almendro y pistachero, en la que ha aportado datos de valor actualizados en torno a estas opciones complementarias a la olivicultura.

Según la secretaria general del CES Provincial, Eloísa Fernández, “la diversificación del olivar en Jaén conlleva la ampliación de las oportunidades de trabajo en el campo jiennense durante todo el año, por lo que tenemos que estar muy atentos a todas las opciones posibles para dar cabida a otros cultivos leñosos en la provincia”. El diputado de Agricultura y Ganadería de Diputación Provincial de Jaén, Javier Perales, ha afirmado que “las administraciones tenemos que mostrar no solo nuestro apoyo económico, sino también técnico, porque esa diversificación enriquecerá nuestro patrimonio agrario. Tenemos que trabajar con unas expectativas claras de futuro hacia otro modelo de agricultura”.



Coragro  
Correduría de Seguros S.L.

**Especialistas en  
Seguros Agroalimentarios**

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



La delegada de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Soledad Aranda, ha insistido en que “la capacidad de asociarse en sociedades cooperativas y no cooperativas mejorará la comercialización del producto para situarse en mercados con mayor competitividad y obtener así una mayor

rentabilidad”. Por su parte, Juan Luis Ávila, secretario general de COAG-Jaén, ha comentado que “hablar de diversificación del olivar cuando tenemos a 8 euros y medio el litro de aceite puede ser complicado, sin embargo, es una opción muy buena. Deberíamos seguir el ejemplo de otros lugares como California, donde contar con dos o tres tipos de cultivo es lo habitual. Por otro lado, las cerezas deberían tener una mayor repercusión en el campo jiennense”.

Fuente: [Oleorevista](#)

## La industria oleícola italiana apuesta por promover las propiedades saludables del AOVE

La [Asociación Italiana de la Industria Oleícola \(Assitol\)](#) propone destacar en el marco de la estrategia de la cadena de valor del AOVE las propiedades saludables de este producto. Sin embargo, considera necesario cambiar la legislación sobre declaraciones de propiedades saludables, "ya que son demasiado difíciles de entender para los consumidores".

Assitol ha señalado que en la última campaña de aceite de oliva, la menor disponibilidad de materias primas, debido al cambio climático, ha provocado el aumento de los precios y la disminución del consumo, tanto en Italia como en el extranjero. “Y aunque Puglia, la región con mayor vocación oleícola, ha registrado una producción superior a la esperada, las previsiones de futuro no parecen muy halagüeñas. Todo el Mediterráneo sufre desde hace meses una sequía que ha reducido a la mitad las cantidades de España, el mayor productor del mundo”, ha precisado.

En el marco de Olio Oficina Festival, Andrea Carrassi, director general de Assitol, ha recordado este complejo panorama, relanzando la necesidad de promover las grandes cualidades del aceite de oliva virgen extra. “El aceite de oliva es un zumo de aceituna, no un detergente, y es inaceptable





tratarlo como una mercancía, ya que su capacidad de proporcionar bienestar es única. Este es el momento histórico adecuado para transmitir al consumidor que el aceite de oliva virgen extra tiene un valor muy concreto, por lo que hay que pagarlo adecuadamente, como ya ocurre con el vino", ha subrayado.

En este sentido, a su juicio, la próxima "frontera del mercado del aceite de oliva es el restaurante, un escaparate hasta ahora poco utilizado también por el desconocimiento que los propios operadores tienen del producto". "Ya propusimos en el pasado presentar el aceite en envases pequeños, para degustarlo en la mesa y comprarlo. Otra forma de hablar del aceite en la restauración podría ser el Pane&Olio di benvenuto, combinando pan fresco artesano con aceite de oliva virgen extra al inicio de la comida. En cualquier caso, el AOVE hay que comprarlo de forma segura. El aceite de oliva se vende en todas partes, pero no siempre se conserva a la perfección. Siempre es mejor comprar en canales y operadores oficiales, evitando, por ejemplo, elegir el mercado donde se guardan las botellas en un estand al sol, con riesgo de oxidar el producto", ha indicado Carrassi.

Assitol ha señalado que el impacto positivo del aceite en la salud es sin duda un factor que hay que favorecer, si bien ha lamentado que no es tan sencillo adoptar las declaraciones de propiedades saludables autorizadas por la Unión Europea para el AOVE. El verdadero problema, en su opinión, es regulatorio, ya que las afirmaciones, que son esencialmente mensajes que deben incluirse en la etiqueta, están escritas en un lenguaje demasiado científico y los consumidores no las entienden. Por ello, Anna Cane, presidenta del grupo oleícola de la asociación, ha considerado fundamental revisar la legislación. "En la actualidad, es prácticamente imposible decir en la etiqueta qué tan bueno es nuestro aceite de oliva virgen extra para la salud y por qué. Es necesario revisar la legislación de la UE para aumentar el conocimiento del producto no sólo en países productores sino también donde el aceite de oliva virgen extra es poco conocido".

"El aceite es el único alimento estudiado en humanos y, por tanto, verdaderamente probado desde el punto de vista de sus efectos sobre la salud. La investigación médica ha reconocido ampliamente el valor nutricional de este producto pero si en la etiqueta no se habla el idioma del consumidor, resulta difícil dar a conocer los beneficios para la salud del aceite de oliva virgen extra", ha asegurado.



En los últimos años, Assitol ha promovido un mejor conocimiento del producto, a través de publicaciones e iniciativas específicas. Ahora, "el peligro es que, además de perder cuota de mercado, se ponga en riesgo la salud de los italianos. Por este motivo, hemos pedido a las instituciones que pongan en marcha una importante campaña de promoción dedicada al aceite de oliva, evitando así que este producto desaparezca de nuestras mesas", ha afirmado.

Fuente: [Mercacei](#)

**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 gloved hand using a pipette to transfer a yellow liquid into a test tube. The background is a blurred laboratory setting with various glassware and equipment.