

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

12 de diciembre de 2024



HOY ES NOTICIA:

Ya se encuentran disponibles documentos acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa.

Con una producción de 255.742 toneladas en noviembre, las disponibilidades de aceite ya empiezan a ser suficientes.

El COI participa en la 47ª reunión de la Comisión del Codex Alimentarius.

Los aceites de oliva ocupan un papel secundario en las cocinas de los establecimientos hosteleros.

El Observatorio de la Cadena Alimentaria constata una desaceleración en el incremento del gasto en alimentación a lo largo de 2024.

Jornadas y Eventos

19 diciembre 2024. La Climatología: el nuevo orden de la cadena de valor y el reparto entre los distintos eslabones.



Ya se encuentran disponibles documentos acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa

Se encuentran disponibles documentos acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa en la web del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Podrán encontrarlos en el siguiente enlace:

- Avance Mensual de Situación de Mercado del Sector del Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa (datos a 30 de noviembre de 2024):

<https://www.mapa.gob.es/es/agricultura/temas/producciones-agricolas/aceite-oliva-y-aceituna-mesa/avances.aspx>

Fuente: MAPA

Con una producción de 255.742 toneladas en noviembre, las disponibilidades de aceite ya empiezan a ser suficientes

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos de mercado del sector del aceite de oliva correspondientes al mes de noviembre, donde destaca una producción acumulada de 292.019 toneladas, tras un mes de noviembre en el que se han recogido 255.742. En el caso de la provincia de Jaén, el aceite producido en lo que llevamos de campaña es de 66.295. “Las disponibilidades ya empiezan a ser suficientes, lo normal al inicio de la campaña. Habrá que esperar al próximo mes por si hay alguna corrección en lo aforado, ya que tendremos más de un 10% de los depósitos medidos, con lo que ya empezará a ser más exacto”, ha explicado el gerente y portavoz de ASAJA-Jaén, Luis Carlos Valero.



Con respecto a las salidas, según los datos de la AICA son de 73.298 toneladas (sin contar con las importaciones). En este sentido, Valero ha calificado como normal este retroceso con respecto a las registradas el mes anterior: “Todavía se está dando salida a los aceites que se compraron de verdes y frescos a un precio bastante mayor”. Así, ha apuntado a que habrá que recuperarlas poco a poco. Las existencias de final de campaña son de 321.147 toneladas, de las que 98.550,02 están en envasadoras; 227.749,98 en almazaras y 847,83 en el Patrimonio Comunal Olivarero.

Fuente: [Asaja Jaén](#)

El COI participa en la 47ª reunión de la Comisión del Codex Alimentarius

La Comisión del Codex Alimentarius (CAC) desempeña un papel fundamental en el establecimiento de normas alimentarias internacionales para garantizar un comercio justo y proteger la salud de los consumidores. Como socio del Codex, el Consejo Oleícola Internacional (COI) trabaja en estrecha colaboración con la organización para armonizar las normas para los aceites de oliva y las aceitunas de mesa, guiándose por principios científicos.

El COI, que representa al 95 % de los países productores de aceite de oliva, se dedica a promover el comercio justo y alinear las normas internacionales para apoyar a los productores y proteger a los consumidores.

Del 25 al 30 de noviembre, Mercedes Fernández Albaladejo, Jefa de la Unidad de Normalización e Investigación del COI, y Yousra Antit, Jefa del Departamento de Química del Aceite de Oliva del COI, participaron en la 47ª reunión de la Comisión del Codex Alimentarius (CAC47) celebrada en Ginebra, Suiza.

Durante la reunión, los delegados del COI destacaron el papel único que desempeña el COI como organización intergubernamental que administra el Convenio Internacional de las Naciones Unidas sobre los Aceites de Oliva y las Aceitunas de Mesa. Compartieron información actualizada sobre el estudio en curso del COI sobre los esteroides totales e individuales, que incluye contribuciones de países productores tanto miembros como no miembros.

Los delegados reiteraron la posición del COI como foro de confianza para los debates científicos y como organismo especializado y objetivo en el sector del aceite de oliva. Esta colaboración con el



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA
SISEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life
Kubota

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



Codex tiene por objeto evitar la duplicación de esfuerzos, promover la armonización de las normas internacionales y garantizar que cualquier actualización esté firmemente basada en pruebas científicas.

La participación del COI en la CAC47 refuerza su compromiso de fomentar la cooperación mundial, avanzar el conocimiento científico y garantizar la integridad de las normas del aceite de oliva en beneficio de los productores y consumidores de todo el mundo.

Fuente: [Olimerca](#)

Los aceites de oliva ocupan un papel secundario en las cocinas de los establecimientos hosteleros

Wenceslao Moreda, Científico Titular Instituto de la Grasa (CSIC).

“El aceite de oliva tiene un amplio uso en la industria alimentaria, desde el uso crudo como producto culinario de alto valor añadido, hasta como ingrediente de otros alimentos como platos preparados, bollería y panadería, conservas, infusionados, alimentación infantil, fritura industrial y en bares y restaurantes.

También está cobrando cada vez mayor importancia en la cosmética, por sus amplias propiedades saludables en el uso tópico, principalmente por su contenido en antioxidantes.

Aunque el aceite de oliva sólo representa el 3% de la producción mundial de aceites vegetales su alto valor añadido y sus propiedades nutricionales fomentan el uso en la industria alimentaria como sustituto de otros aceites vegetales no tan saludables.

La Unión Europea es el principal productor de aceite de oliva mundial, siendo España el principal país productor. Siendo también uno de los principales países consumidores de aceite de oliva, no sólo a nivel individuo sino en la industria alimentaria. A pesar de que los consumidores no tienen un gran conocimiento sobre el aceite de oliva si lo tienen asociado a la salud, de manera que cualquier alimento que lo contenga será considerado más saludable que si tiene otro aceite vegetal.

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

Decisión de compra

A pesar de esto, el costo también tiene un gran peso en la decisión de compra de alimentos ya que en España el gasto en alimentos llega al 36% de los ingresos de las familias, el aceite de oliva tiene un peso importante en la decisión de compra de los Españoles y es por lo que la industria alimentaria lo utiliza como un reclamo industrial.

La industria alimentaria española ha adoptado los aceites de oliva como producto de calidad gracias a su inmejorable imagen, frente a otros aceites y grasas, fundamentalmente por sus bondades saludables. Hoy en día podemos encontrar casi cualquier preparado en el que se destaca entre sus ingredientes la formulación con aceites de oliva. Esto sin duda amplía las oportunidades para el uso de los aceites de oliva en la industria alimentaria tanto en su uso como ingrediente o como parte del proceso de preparación de los alimentos. Teniendo por tanto un mercado potencial muy importante.

Otro uso importantísimo de los aceites de oliva es la restauración: El aceite de oliva, en alguna de sus categorías comerciales, está presente en prácticamente todos los restaurantes y hoteles de España. El 69,2% de los establecimientos dicen usar aceite de oliva virgen extra en sala. En ocasiones se pueden utilizar diferentes categorías de aceites de oliva (oliva, virgen, virgen extra) en un mismo restaurante. El sabor y el precio determinan qué categoría comercial de aceite de oliva se ofrece o se usa en el establecimiento. Actualmente esto cobra mayor importancia, dado los precios de los aceites de oliva debido a cosechas cortas han incrementado el precio muy por encima de los valores usuales.

Verdura y platos fríos

El uso del aceite de oliva se asocia principalmente a la verdura y a platos fríos, en estos casos el aceite de oliva virgen/virgen extra está por encima que el aceite de oliva. La repostería y los fritos

son los menos asociados al aceite de oliva, aunque el uso de aceite de orujo de oliva en los fritos está aumentando considerablemente. En los desayunos cada vez es más habitual ofrecer tostada con aceite de oliva al menos en la mitad sur de España y está asociado al desayuno típico de la dieta mediterránea.

En general y a pesar de estar prohibido tanto el uso de aceiteras rellenables muchos establecimientos ofrecen el aceite en aceitera sin marca o rellenan botellas con marca con aceite no necesariamente procedente de las marcas de la botella.



El tipo de formato de compra más comprado por la restauración es la garrafa de 5 litros, que se utiliza tanto en cocina como para rellenar las botellas y/o aceiteras.

El 43,9% de hoteles ofrecen monodosis en botellita de cristal/plástico frente al 30,8% de restaurante antes de la pandemia, actualmente está mucho más extendido el uso de las monodosis.

El uso de la botella de marca irrellenable es más habitual en establecimientos con ticket de mayor coste.

Otro aspecto importante es la disponibilidad del producto, en la mayoría de los casos, el aceite de oliva está siempre a disposición del cliente, en los restaurantes de carta se aprecia una tendencia mayor a darlo bajo demanda aunque el consumidor piensa que el consumo de este producto en Restauración ha aumentado en los últimos años. Esto se debe a la preocupación, cada vez mayor, por mantener una alimentación sana.

En cocina

El consumidor asocia el aceite de oliva a las mesas de los restaurantes y no en cocina donde presupone el uso preponderante del aceite de girasol. A pesar de ello ven como muy relevante el uso del aceite de oliva para la cocina y de hecho lo verían como motivo de elección de restaurante, especialmente el consumidor de mayor edad y mayoritariamente estarían incluso dispuestos a pagar algo más por ello. La mayoría prefiere el aceite de oliva a la mantequilla como acompañante del pan y mientras se espera la comida.

La opción de la botella irrellenable es sin duda un elemento muy apreciado por el ciudadano y se ve muy interesante la iniciativa de que sea obligatoria, sobre todo por seguridad y garantía de calidad.

En los colegios, existe una creciente preocupación por la alimentación aunque actualmente, las AMPA no se meten demasiado en la confección de los menús y no hay exigencias al respecto. El 71,6% de los padres no sabe qué aceite se usa en el colegio, a pesar de que la práctica totalidad ve como importante el uso del aceite de oliva.

El distribuidor tiene un grado de implicación alto con el aceite de oliva tanto económico (altos % de facturación) como de producción (envasado de aceite de oliva). El ejemplo del vino da pistas de un enfoque adecuado que ponga en valor los elementos clave del producto.



La fidelidad del cliente proporciona margen para la mejora y para la innovación en los procesos de venta. Como podemos ver en la gráfica la principal traba para la venta de los aceites de oliva es el precio comparado con otros aceites vegetales y además de la baja valoración del producto.

Por otra parte, el consumidor considera que aceite de oliva es un producto único e insustituible en la mesa de los restaurantes. La restauración concede al consumidor un alto conocimiento sobre las características (48,2%) y sobre todo sobre los beneficios del aceite de oliva (79,7%). Sólo el 16,7% de los restaurantes y el 24,6% de los hoteles ha participado alguna vez de un evento sobre aceites de oliva. Hay poca participación en actos, conferencias, etc.

Entre los factores más importante que se utiliza para la elección del aceite de oliva, están sus características organolépticas pero otras que no están directamente relacionadas con la calidad como son la acidez y el color, lo que confirma la falta de conocimiento del sector sobre el aceite de oliva. En segundo lugar está el precio que en muchos casos está directamente relacionado con la calidad.

La conclusión es que los aceites de oliva ocupan un papel secundario en las cocinas de los establecimientos hosteleros. Concretamente en las freidoras, donde reina el girasol como se puede ver en la gráfica, un 63% frente a un 38% y directamente relacionado con el precio del menú. El aceite de oliva gana terreno en aquellos con oferta gastronómica más cara y especializada.

Estos datos nos indican que el precio determina la elección del aceite en las cocinas de la restauración. Las virtudes culinarias y saludables de nuestros aceites y las ventajas del uso de unos

aceites que se deterioran menos y por tanto aguantan muchas más frituras, no han sido suficientes para que el sector del aceite de oliva haya sido capaz de persuadir a los profesionales de la restauración de nivel medio-bajo, esto unido a la confusión generada por productores de otros aceites vegetales.

Es evidente que muchos profesionales no valorizan este producto y sus ventajas. Por esa razón, son necesarias campañas de promoción en España en la formación para restauradores, distribuidores y técnicos de la industria alimentaria y por supuesto para los consumidores con el objetivo a que demanden los aceites de oliva como símbolo de una dieta saludable”.

Fuente: [Revista Almaceite](#)



El Observatorio de la Cadena Alimentaria constata una desaceleración en el incremento del gasto en alimentación a lo largo de 2024

- La marca de distribuidor desacelera su crecimiento, aunque está por encima del cierre de 2023 en cuota de mercado.
- El Servicio de Estudios Tributarios y Estadísticas de la AEAT ha participado por primera vez en el pleno del observatorio, para explicar el funcionamiento del Observatorio de Márgenes Empresariales.
- Con esta cuarta reunión del pleno en 2024, el ministerio cumple con su compromiso con las organizaciones agrarias de aumentar su frecuencia y convocar una reunión en cada trimestre del año.

La secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria, Ana Rodríguez, ha inaugurado hoy la cuarta reunión del pleno del Observatorio de la Cadena Alimentaria de 2024, que ha analizado la evolución de los precios y hábitos de consumo de alimentos y bebidas, así como la información sobre el Observatorio de Márgenes Empresariales, ofrecido con datos de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT).

Durante la reunión, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha presentado un análisis exhaustivo del consumo de alimentos hasta el mes de noviembre, en el que se constata una ralentización de los incrementos de los precios en 2024, con semanas de decrecimiento del precio medio durante el verano y con cierto repunte en las semanas del mes de octubre.

De igual forma, se desacelera el incremento de los precios trimestre a trimestre, con los precios más moderados en el tercer trimestre, donde destaca el descenso en productos como leche, huevos y legumbres. Mientras, los productos frescos presentan un incremento del precio medio inferior al resto de la alimentación.

También se observa que la evolución del gasto en alimentación para consumo doméstico es ligeramente inferior al del gasto fuera del hogar. La marca de distribuidor desacelera su crecimiento, aunque está por encima del cierre de 2023 en cuota de mercado.



Por su parte, el Instituto Nacional de Estadística (INE) ha presentado un informe sobre la evolución de los precios al consumo (IPC), hasta el mes de noviembre, donde el indicador adelantado del IPC muestra una variación anual de 6 décimas por encima de lo registrado en octubre, hasta el 2,4%. La tasa anual del indicador adelantado de la inflación subyacente disminuye una décima, hasta el 2,4%. Esta evolución es debida, principalmente, al aumento de los precios de la electricidad y de los carburantes, frente a la bajada en noviembre del año pasado.

OBSERVATORIO DE MÁRGENES EMPRESARIALES

Por otro lado, el Servicio de Estudios Tributarios y Estadísticas de la AEAT ha participado por primera vez en el pleno del observatorio, para explicar el funcionamiento del Observatorio de Márgenes Empresariales. El objetivo de este observatorio, en el que también participan el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa y el Banco de España, consiste en disponer de información sobre los márgenes empresariales a partir de las Cuentas anuales de Pérdidas y Ganancias y de un indicador trimestral de esos márgenes.

Además, los asistentes a este encuentro han continuado con el análisis de la herramienta, puesta a disposición del pleno, que permite realizar simulaciones sobre la composición de costes en los diversos eslabones de la cadena de valor de determinados productos que habían sido previamente aprobados por el pleno.

El Observatorio de la Cadena Alimentaria es un órgano colegiado del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación que tiene como principal objetivo optimizar el funcionamiento de la cadena alimentaria en España. Este organismo, en el que participan representantes de la Administración General del Estado, las comunidades autónomas y de todos los eslabones de la cadena alimentaria, se configura como un foro para el diálogo y la transparencia, que promueve el análisis detallado de la situación de mercado y el intercambio de información entre los agentes.

Con esta cuarta reunión del pleno en 2024, el ministerio cumple con su compromiso con las organizaciones agrarias de aumentar su frecuencia y convocar una reunión en cada trimestre del año.

Los informes discutidos en la sesión de hoy están disponibles [en este enlace](#)

Documentos

24.12.11 [Observatorio Cadena Alimentaria](#)

Fuente: [MAPA](#)

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

