

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

19 de julio de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Casi la mitad de los alimentos afectados por la rebaja del IVA se han encarecido en lo que va de año, según Facua.

“El COI es un actor decisivo en el desarrollo sostenible y responsable del sector oleícola con diversas funciones”.

El estudio CORDIOPREV, Premio Nacional a la Investigación e Innovación Gastronómica 2023.

Grecia pronostica una mala campaña de aceite de oliva 2023/24.

Crece el interés por el aceite de oliva en Perú.



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.



AgroBank

Casi la mitad de los alimentos afectados por la rebaja del IVA se han encarecido en lo que va de año, según Facua

- Ha analizado la evolución de 985 precios de ocho cadenas de distribución y ha detectado que el 47% de productos han subido.
- La mayoría de incrementos se han dado en frutas y verduras, seguido de aceite de oliva, arroces y pastas.

Casi la mitad de los productos de alimentos afectados por la **rebaja del IVA** en ocho grandes cadenas de distribución han subido ya su precio en julio con respecto al que tenían a principios de año una vez aplicada la norma, según revela **un análisis realizado por Facua-Consumidores en Acción** que ha elaborado haciendo seguimiento sobre la evolución de casi un millar de alimentos.

En concreto, el informe señala que si en abril, mayo y junio fueron cuatro de cada diez, estos casi cinco de cada diez de julio confirma que se mantiene la escalada inflacionista en los alimentos básicos, aunque a un menor ritmo que el registrado en el primer trimestre del año, ya que en marzo eran uno de cada tres los que se habían encarecido, y en febrero uno de cada cinco.

De esta forma, la organización de consumidores ha informado de su intención de ampliar las denuncias que ya presentó los meses anteriores ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), que hasta la fecha sigue sin dar respuesta, contra las cadenas de Alcampo, Aldi, Carrefour, Dia, Eroski, Lidl, Hipercor y Mercadona.

Más de 460 productos han subido de precio

En este informe, han analizado la evolución de 985 precios en estas ocho cadenas de distribución y ha detectado que en 463 -el 47% del total de alimentos- el precio se ha encarecido con respecto al que tenían el pasado 30 de diciembre una vez aplicada la rebaja del IVA. En julio, el mayor número de anomalías se ha vuelto a detectar en Aldi, donde se han encarecido 36 del total de 60 precios analizados (un 60%), seguida por Carrefour, con 86 productos más caros que el 30 de diciembre sobre una muestra de 162 precios (53%).



Por su parte, Alcampo ha aumentado 68 de los 133 precios analizados, lo que supone el 51% del total, mientras que Eroski lo ha hecho en 61 de los 130 alimentos recogidos en este estudio (47%).

La asociación ha detectado 79 precios más caros en Hipercor sobre un total de 167 alimentos (47%), mientras que en Dia se han encarecido 58 artículos de los 128 contemplados (45%).

Las dos cadenas donde se ha registrado un menor porcentaje de subida de precios son Lidl, con 28 productos del total de 65 recogidos en el análisis (43%) y Mercadona, con 47 subidas entre los 140 precios registrados (33%).

La fruta y la verdura, lo que más sube

Este total de 463 precios más caros supone un incremento con respecto a los 447 detectados en junio sobre una muestra parecida (985 este mes por los 999 del mes pasado). Por lo tanto, en julio han sido 16 precios más afectados por la rebaja del IVA los que se han encarecido con respecto a los que ya habían aumentado durante los seis primeros meses del año.

En Mercadona, Hipercor, Alcampo, Aldi, Lidl y Eroski ha aumentado el número total de alimentos que se han encarecido con respecto al mes de junio, mientras que Carrefour y Dia son las únicas distribuidoras donde ha disminuido el porcentaje de precios con subidas.

Del total de 463 precios en los que Facua ha detectado una subida en su comparativa, 151 se corresponden a frutas o verduras (33% del total), 92 son aceites de oliva (20%) y 67 son arroces y pastas (14%).

Por su parte, se han localizado 66 incrementos de precios entre las leches y lácteos (14%) y 38 entre las legumbres (8%). El casi medio centenar de precios restantes se corresponden a huevos, harinas y panes.

Fuente: RTVE



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA
SISTEME CONTINO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life
Kubota

“El COI es un actor decisivo en el desarrollo sostenible y responsable del sector oleícola con diversas funciones”

La sostenibilidad de la olivicultura mundial y su desarrollo sostenible conforman el compromiso y las acciones del Consejo Oleícola Internacional. Estos objetivos buscan una expansión del comercio internacional del aceite de oliva y la aceituna de mesa basada en los principios de normalización y mejora de la calidad del producto. Óleo, entrevista a la jefa de la Unidad de Normalización e Investigación, Mercedes Fernández Albaladejo para hablar del COI como organización y de su papel en la industria oleícola.

Desde su punto de vista, ¿qué papel ha jugado su organización en el desarrollo del sector del aceite de oliva en los últimos años? ¿Qué aspectos destacaría como claves?

El Consejo Oleícola Internacional (COI) es un organismo internacional intergubernamental dedicado al aceite de oliva y las aceitunas de mesa. Tiene su sede en Madrid, España, en 1959, donde se creó bajo los auspicios de las Naciones Unidas. Actualmente, hay 19 miembros en el COI, con 45 países dado que la Unión Europea representa un solo miembro.

El COI es un actor decisivo en el desarrollo sostenible y responsable del sector oleícola con diversas funciones.

No obstante, todos ellos están encaminados a modernizar la producción oleícola, coordinar las políticas oleícolas, mejorar la regulación del comercio internacional, defender la calidad del sector oleícola y promover el aceite de oliva y las aceitunas de mesa para incrementar su consumo

El COI elabora y actualiza las normas comerciales de aceite de oliva y aceitunas de mesa y actúa para lograr la uniformización de la legislación internacional y nacional con el fin de evitar los obstáculos al comercio. Entre sus miembros actuales figuran las principales entidades productoras y exportadoras internacionales de aceite de oliva y aceitunas de mesa. Los miembros productores del



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



COI representan el 94% de la producción mundial de aceite de oliva, el 72% de la producción mundial de aceitunas de mesa y el 96 % de las exportaciones mundiales.

Centrándonos en el aspecto normalizador, ¿cómo ha sido la evolución del Consejo Oleícola Internacional en este aspecto?

Una de las actividades principales del COI es la elaboración y adopción de normas comerciales para los aceites de oliva y los aceites de orujo de oliva y las aceitunas de mesas, así como la concepción de métodos de análisis de sus características fisicoquímicas y organolépticas.

Desde el año 1985, el COI estableció las definiciones y características analíticas de cada una de las denominaciones de los aceites de oliva y aceites de orujo de oliva comercializados internacionalmente y de las aceitunas de mesa desde el año 2004, tal y como se mencionan en las normas comerciales adoptadas por los Miembros. La evolución de las normas y métodos se encuentra en la página web del COI, donde pueden encontrar todas las normas, métodos y guías adoptadas por el Consejo de Miembros desde el año 1985 con sus decisiones que reflejan los cambios entre cada revisión.

Asimismo, el COI participa activamente en los trabajos de normalización internacional con el fin de armonizar las normas tanto internacionales, participando activamente y colaborando con los organismos internacionales (CODEX, ISO, Organización mundial de aduanas -OMD-, Organización mundial de comercio -OMC- etc.); supranacionales (Unión Europea, Países del Golfo, Mercosur, etc) y nacionales (Estados Unidos, Australia, Brasil, Japón, China, Sudáfrica, etc.).

La entrevista completa se encuentra disponible para su lectura en el [nº193 de Óleo](#).

Fuente: [Oleorevista](#)

El estudio CORDIOPREV, Premio Nacional a la Investigación e Innovación Gastronómica 2023

El estudio CORDIOPREV ha sido galardonado con el Premio Nacional de Gastronomía a la Investigación e Innovación Gastronómica 2023, elegido por un jurado presidido por el Premio Nacional de Gastronomía Rodrigo de la Calle e integrado por Lourdes Plana Bellido y José M^a Sanz-

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



Magallón, Presidenta y Secretario General de la RAG respectivamente, y por los Académicos Carmen Simón, Profesora de Investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Gregorio Varela, Presidente de la Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación, y Dietética, Almudena Villegas, doctora en Historia y Rafael Moreno, director de la Cátedra de Gastronomía de Andalucía de la Universidad de Córdoba.

CORDIOPREV nació en el Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba y está dirigido por José López Miranda, Jefe de Servicio y Director UGC Medicina Interna del hospital. Es un estudio de intervención en el que un total de 1002 pacientes que han sufrido un episodio de cardiopatía isquémica (síndrome coronario agudo) han seguido un programa de intervención nutricional con dos modelos de alimentación (dieta mediterránea rica en aceite de oliva virgen y dieta baja en grasas), para intentar evitar que sufrieran nuevos episodios cardiovasculares de su enfermedad. Los participantes han seguido, de un modo aleatorizado, dos modelos de alimentación cardiosaludable. La mitad ellos recibieron una dieta relativamente baja en grasa con una composición que, múltiples entidades, agencias y sociedades implicadas en la prevención cardiovascular, consideran que es beneficiosa para este tipo de pacientes. Por su parte, la otra mitad siguió un modelo de dieta de tipo mediterráneo, rico en aceite de oliva virgen extra, con mayor aporte calórico graso y que también se postula como una alternativa dietética beneficiosa para reducir el riesgo cardiovascular.

Actualmente la fase de intervención ya ha terminado, y los resultados han sido publicados en la revista de mayor impacto científico médico "The Lancet". Este estudio ha demostrado por primera vez que el consumo de una dieta mediterránea rica en aceite de oliva virgen extra durante 7 años reduce el riesgo de padecer la recurrencia de un nuevo episodio cardiovascular en un 26,6% comparado con la dieta baja en grasa.

Este estudio ha sido posible gracias a la colaboración de los pacientes y sus familiares, de las entidades que han financiado su desarrollo, y de las personas que están colaborando al seguimiento de los pacientes, en el Hospital Universitario Reina Sofía de Córdoba, Instituto Maimónides de investigación biomédica de Córdoba (IMIBIC), la Universidad de Córdoba y el Centro de Investigación Biomédica en Red de la Fisiopatología de la Obesidad y Nutrición (CIBEROBN).

El Premio Nacional de Gastronomía a la Investigación e Innovación Gastronómica reconoce la labor profesional en las materias propias de la Real Academia de Gastronomía: investigación científica o tecnológica, histórica, innovación en las técnicas alimentarias o de restauración, desarrollo de nuevos productos o formas de producción.



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

La gala de entrega de los Premios Nacionales de Gastronomía 2023 se celebrará el 3 de octubre en el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Fuente: [Real Academia de Gastronomía](#)

Grecia pronostica una mala campaña de aceite de oliva 2023/24

El sector del aceite de oliva en Grecia se ha mostrado muy satisfecho por el balance de esta campaña gracias a dos factores:

- Grecia fue testigo de una abundante producción, con unas 350.000 toneladas de aceite de oliva, el 70% de ellas clasificadas como virgen extra. Este resultado fue posible gracias a las condiciones climáticas favorables, incluido un invierno frío y lluvias primaverales. Así, se ha observado que el año pasado el cambio climático afectó al Mediterráneo Occidental y Central pero se detuvo en el Mar Adriático.
- En segundo lugar, los precios de mercado se dispararon debido al déficit de producción, principalmente en España, pero también en cierta medida en Portugal, Italia y Túnez. A mediados de julio, en Grecia, el aceite de oliva virgen extra premium se sitúa en 8.326 €/ton y 5,70 €/kg el lampante, aunque los precios suben casi a diario. A pesar de estas cifras, la observación crucial es la lentitud de las transacciones, que se producen gradualmente en gran medida debido a que los productores y las almazaras se muestran reacios a vender. Creen firmemente que los precios seguirán subiendo indefinidamente.

Según informa Vassilis Zampounis, Agroeconomist, Editor of [olivenews.gr](#) a Olimera, el stock estimado actual es de aproximadamente 50.000 toneladas, lo que dificulta predecir las existencias puente finales al final de la campaña de comercialización 2022/23. De cara a la próxima cosecha de 2023/24, los expertos anticipan unánimemente un mal año tanto para el sector del aceite de oliva como para el de la aceituna de mesa. Esta proyección se puede atribuir a dos factores principales: la fase bienal después de un año excepcionalmente bueno y el invierno inusualmente cálido de 2022/23.



Específicamente, para el año comercial 2023/24, los analistas proyectan rendimientos significativamente reducidos en varias regiones.

Específicamente, para el año comercial 2023/24, los analistas proyectan rendimientos significativamente reducidos en varias regiones. Se espera que Creta produzca entre 30 000 y 40 000 toneladas en comparación con las 100 000 toneladas cosechadas este año, mientras que la región del Peloponeso (principalmente Mesenia y Laconia) producirá 70 000 toneladas en lugar de 120 000 toneladas. Se estima que las áreas restantes de Grecia, que abarcan el centro y el norte de Grecia, es decir, Calcídica, Macedonia, Tracia, las islas del Egeo y las islas Jónicas, producirán 60.000 toneladas, frente a las 130.000 toneladas de este año.

En general, estas proyecciones indican una producción total de 170 000-180 000 toneladas para el próximo año, lo que marca una disminución significativa de casi el 50% respecto a la producción de este año y establece un récord negativo para el aceite de oliva griego.

El comportamiento de los productores de aceitunas de mesa, en particular los que cultivan las variedades Konservolia, Chalkidiki y Kalamon, sigue siendo incierto. Estas variedades están experimentando actualmente una producción insignificante, con árboles casi desnudos de frutos de aceituna. Es muy probable que estas aceitunas se recolecten al menor costo y se envíen a las almazaras, dado que se espera que los precios del aceite de oliva se mantengan altos.

Fuente: [Olimerca](#)

Crece el interés por el aceite de oliva en Perú

Un estudio de [ICEX España Exportación e Inversiones](#) apunta que el aceite de oliva genera cada vez mayor interés en Perú y tanto su demanda como su producción están en crecimiento. Este aumento se debe a la gran demanda del consumidor peruano de productos del sector agroindustrial de los que el aceite de oliva forma parte, como, por ejemplo, las conservas. Además, este informe subraya que la pandemia generó una mayor preocupación por la salud alimentaria por parte de la población peruana, la cual impulsó el consumo de productos saludables como el aceite de oliva.



Respecto al mercado, aunque las importaciones de aceite de oliva no son muy elevadas, en los últimos cinco años han ganado peso. Entre los años 2017-2021 las importaciones de este producto pasaron de los USD 6,6 millones a los USD 7,5 millones, mostrando un incremento del 13% en este periodo de tiempo.

El principal país de origen del aceite de oliva en los últimos tres años es España con gran diferencia, seguido de Italia y Estados Unidos. El valor de las exportaciones de España a Perú ascendió a USD 6.782.258 durante el año 2021, lo que supone el 91% del total de todas las importaciones del periodo. El segundo país con mayor volumen de importaciones es Italia con una cuota de importación del 8%. Prácticamente estos dos países abarcan casi la totalidad de las importaciones de aceites en Perú.

Según este estudio, el aceite de oliva está considerado como un producto de calidad y de precio elevado. Por lo general, en Perú se consume una media de 0,10 litros por persona al año. En función al perfil del consumidor peruano, las mujeres consumen un 50,3% de aceite de oliva y los hombres un poco menos, aproximadamente, un 49,7%. Asimismo, este producto gourmet es consumido en mayor medida por personas de edades comprendidas entre los 50 y 65 años, quienes abarcan el 37% del consumo, seguido por las personas mayores de 65 años, quienes comprenden el 26% del total.

En lo que se refiere a los tipos de aceite de oliva, el más consumido es el aceite de oliva virgen extra (52%), seguido del aceite de oliva virgen (35%).

ICEX destaca que este producto no está muy integrado en la tradición gastronómica y cultural del país, por lo que su demanda aún no ha alcanzado su potencial, existiendo muchas variedades de aceites que son utilizados con mayor frecuencia y familiaridad que el aceite de oliva, entre ellos, el de soja, palma, girasol o maíz.

El aceite de oliva en Perú se considera un producto de muy alta calidad. Se vende principalmente en los grandes supermercados del país, así como en tiendas especializadas o de productos gourmet.

A su vez, este organismo detalla que, a nivel general, el mercado peruano de productos gourmet está caracterizado por un público objetivo limitado, pero demanda creciente y continua; productos de alta calidad, aun no muy conocidos en el mercado local, pero que poco a poco están ganando nombre en el país; así como la eliminación completa de barreras que permiten un acceso fluido de productos extranjeros al mercado, los cambios que están experimentando los canales de



distribución y la introducción de las marcas blancas. Por todo esto, se considera que este mercado todavía se encuentra en una fase en expansión, pero lejos de considerarse un mercado maduro. Por consiguiente, a mediano y largo plazo, puede ofrecer muchas y muy interesantes oportunidades para productos españoles.

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 laboratory setting with a gloved hand holding a pipette over a test tube containing yellow liquid. The background is a blurred array of colorful test tubes.