

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

20 de marzo de 2024



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



El precio del aceite en los supermercados, ¿fijación de precios?.

Seis Aoves españoles entre los ganadores del premio Mario Solinas 2024 del COI.

La evolución de la sequía en primavera marcará la evolución de los precios del aceite de oliva.

Andalucía TRADE publica las bases de los 276 primeros millones en incentivos para las empresas.

En Colombia se consumen anualmente 350 millones de litros de aceite al año.



El precio del aceite en los supermercados, ¿fijación de precios?

Tras medio año y varias advertencias, 8 grandes supermercados siguen fijando el precio del aceite de oliva de marca blanca en la misma cuantía.



En un escenario donde el precio del aceite de oliva continúa su ascenso, varios supermercados han mantenido un precio constante en sus marcas blancas, generando controversia sobre posibles prácticas de fijación de precios. Con un aumento del 177,8% en los últimos dos años y un 74,5% en el último período, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el aceite de oliva se ha convertido en un producto cada vez más inaccesible para las familias.

Un estudio realizado por FITstore.es, una firma de referencia en e-commerce de alimentos saludables, revela que ocho grandes cadenas de supermercados en España han mantenido un precio idéntico para el litro de aceite de oliva de su marca blanca: 9,90€. Esta práctica, que se extiende a varios formatos de envase, ha suscitado preocupaciones sobre la posible colusión para aumentar los márgenes de beneficio a expensas de los consumidores.

Según Luis Cañada, fundador de FITstore.es, cualquier acuerdo entre operadores para fijar precios máximos en alimentos está prohibido por ley en España, en línea con regulaciones de la Unión



Europea que prohíben explícitamente prácticas que restrinjan la competencia. Esta política de precios podría perjudicar los derechos de los consumidores y distorsionar el mercado, impidiendo el acceso a productos básicos a precios justos.

Si bien las primeras marcas de aceite de oliva no están sujetas a fijación de precios, el estudio de FITstore.es destaca diferencias de hasta un 47% en el precio del litro entre ellas. Esto sugiere una amplia disparidad en la oferta disponible para los consumidores, reflejando una situación dramática en el mercado.

Además, la situación se agrava al observar que el aceite es más barato en países importadores que en España, incluso siendo un país productor. Factores como la sequía, la inflación y la especulación han contribuido a esta crisis del "oro líquido", lo que ha llevado a muchos consumidores a buscar alternativas más económicas.

En este contexto, la especulación sobre productos básicos y la necesidad de encontrar soluciones efectivas para frenar el aumento de precios se convierten en temas de relevancia para los consumidores y las autoridades regulatorias.

Fuente: [Oleorevista](#)

Seis Aoves españoles entre los ganadores del premio Mario Solinas 2024 del COI

El Consejo Oleícola Internacional (COI) ha publicado la lista de ganadores y finalistas de la 24ª edición del Premio Mario Solinas a la Calidad de los aceites de oliva virgen extra (AOVE) del hemisferio norte. Este año, el concurso de AOVE sin ánimo de lucro más prestigioso del mundo, recibió 113 muestras procedentes de 10 países.

Los aceites ganadores y finalistas fueron juzgados por un Jurado Internacional compuesto por varios jefes de paneles de cata reconocidos por el COI. La ceremonia de entrega de premios se celebrará en el marco de la próxima 119ª sesión del Consejo de Miembros del COI en junio de 2024 (fecha y lugar por determinar).

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

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

For Earth, For Life
Kubota



El COI ha aprovechado esta oportunidad para dar las gracias a todos los productores, asociaciones de productores y envasadores que participaron esta edición. Además, ha animado a todos los productores a participar también el año que viene.

CONCURSO INTERNACIONAL DE ACEITES DE OLIVA VÍRGENES EXTRA 2024

PRIMER PREMIO

Verde intenso	Aziende Agricole di Martino - De Luca Di Roseto Tupputi Schinosa Trani - Italia (Depósito nº 6 - Volumen: 14.000 litros)
Verde medio	Accademia Olearia SRL- Alghero (Sassari) - Italia (Depósito nº 27 - Volumen: 5.060 litros)
Verde ligero	ADONIS Olive Oil- Slouguia - Túnez (Depósito nº C3 - Volumen: 4.500 litros)
Maduro	Domaine Fendri - Sfax - Túnez (Depósito nº C6 - Volumen: 5.000 litros)
Pequeños productores	Almazara la loma S.L - Canena - España (Depósito nº CV I 23/24 -Volumen: 1.000 litros)
Envasadores	Aceites Oro Bailén Galgon 99, SLU- Villanueva de la Reina (Jaén) - España (Depósito nº 22 - Volumen: 43.000 litros)

SEGUNDO PREMIO

Verde intenso	S.C.A San Vicente – Mogon (Jaén) - España (Depósito nº 53 - Volumen: 5.000 litros)
Verde medio	Almazara Quaryat Dillar - Dílar (Granada)- España (Depósito nº 163/24 Volumen: 4.100 litros)
Verde ligero	ALGhalia Natural- Tunis - Túnez (Depósito nº C1 - Volumen: 4.000 litros)
Maduro	MATARNISOIL – Mateur (Bizerte) - Túnez (Depósito nº C5 -Volumen: 4.500 litros)
Pequeños productores	Junca products- Ariana (Tunis) – Túnez (Depósito nº C1 - Volumen: 2.000 litros)



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

TERCER PREMIO

Verde intenso	Sabino Leone- Canosa Di Puglia - Italia (Depósito nº 7 - Volumen: 5.230 litros)
Verde medio	Inmaculada Concepcion, S.C.A. de Oleostepa - La Roda Andalucía (Sevilla) - España (Depósito nº 24 - Volumen: 32.700 litros)
Verde ligero	Olea Kotti- Kroussia (Sousse) - Túnez (Depósito nº C1 - Volumen: 30.000 litros)
Maduro	CHO Company- Sfax - Túnez (Depósito nº C1 - Volumen: 15.000 litros)
Pequeños productores	Hispsatur Aceites S.L. - Priego de Córdoba - España (Depósito nº 47 - Volumen: 3.120 litros)

Los miembros del jurado internacional de esta edición evaluaron todos los aceites participantes y eligieron los seis aceites de cada categoría con la mejor puntuación. De estos aceites, el jurado internacional seleccionó, en cada categoría y de conformidad con las bases del concurso, el aceite ganador del Premio a la calidad del Consejo oleícola Internacional (Mario Solinas 2024 – hemisferio norte) según una hoja de valoración en la que se puntuaban sobre 100 las sensaciones olfativas, gustativas y retronasales, así como la armonía, la complejidad y la persistencia.

Asimismo, propusieron a la Secretaría Ejecutiva los aceites que podrían optar al segundo y tercer premio en cada categoría. Para el grupo de aceites de oliva virgen extra de envasadores, ningún aceite ha sido seleccionado para el segundo y tercer premio. De conformidad con las bases de este concurso, todos los participantes pueden proceder a desprecintar el depósito del lote del aceite presentado.

Fuente: [Interempresas](#)

La evolución de la sequía en primavera marcará la evolución de los precios del aceite de oliva

[Solunion](#), participada al 50/50 por MAPFRE y Allianz Trade, ha publicado un flash sectorial sobre la situación del sector oleícola, donde se reflejan varios aspectos clave del sector, tratándose del principal subsector agrario español en número de explotaciones (27,1% del total).



Desde esta empresa señalan que el sector oleícola español ha acumulado dos campañas inéditas de baja producción, con altas cotizaciones de precios finales nunca vistos hasta ahora.

A pesar de que el cultivo del olivo se caracteriza por su vecería en la floración, las condiciones climáticas adversas provocadas por la prolongada sequía y las altas temperaturas continuadas han provocado esta evolución en un sector donde casi el 76% de la superficie está compuesto por explotaciones de secano.

La apuesta por cultivos de regadío e intensivos mejoraría la eficiencia productiva y evitaría fluctuaciones productivas, pudiendo llegar a producir en una hectárea la misma cantidad de aceitunas que en 5 hectáreas de plantaciones tradicionales.

No obstante, señalan que las plantaciones tradicionales son características en las principales zonas productoras del mundo (como Andalucía oriental), con dificultades para la reconversión, tanto por la orografía del terreno en pendiente como por la atomizada tenencia de las tierras y la dificultad de gestión.

En cuanto a las existencias de inicio alcanzarán tan sólo 257.000 toneladas, un 48% menor en comparación con la media de las cuatro últimas campañas, por lo que el nivel de importaciones tenderá a aumentar para poder abastecer la comercialización.

La campaña anterior fue baja en producción, pero el nivel de existencias iniciales era significativamente mayor, 77%, al que se enfrenta ahora el sector, un contexto nunca visto con un volumen esperado muy bajo.

Evolución de los precios

Con las recientes lluvias en Andalucía, los expertos estiman que la campaña 2024/2025 pueda llegar a ser similar a la actual. El entorno de precios podrá variar en función de las lluvias estimadas a partir de marzo/abril, periodo de traza del olivo esencial para poder tener un fruto con mayor calidad.

Si las lluvias finalmente llegaran habría una relajación de precios a partir de mayo/junio por temor de los agricultores a una mayor producción y consecuente bajada de precios y valor de existencias.

Fuente: [AgroCLM](#)



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

Andalucía TRADE publica las bases de los 276 primeros millones en incentivos para las empresas

La Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos ha publicado los borradores de las bases reguladoras de las primeras líneas de incentivos para empresas que gestionará Andalucía TRADE. Son tres líneas para desarrollo industrial y una para I+D+i empresarial, por un importe global de 276,7 millones de euros. Estas ayudas estarán a disposición de las empresas a partir de mayo.

Éstas son las primeras líneas del primer paquete de ayudas e incentivos que gestionará Andalucía TRADE, que sumará un total 348,9 millones de euros.

El inicio de la tramitación del decreto por el que se aprobarán estas primeras líneas se firmó el jueves, 14 de marzo, el mismo día que se publicó el borrador de las bases reguladoras de las mismas en el portal de transparencia de la Junta de Andalucía.

La consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos, Carolina España, ha destacado que “este proyecto de decreto es un ejemplo de que el Gobierno andaluz da respuesta a las necesidades de las empresas, que son las que crean empleo y hacen progresar nuestra tierra”. “Las empresas son aliadas estratégicas del Gobierno andaluz, y la mejor forma de ayudarlas es fomentando su desarrollo y crecimiento y apoyándolas para que desarrollen proyectos de investigación e inversión en tecnología”, ha señalado.

Carolina España ha recordado que «los empresarios y las empresas andaluzas van a disponer con Andalucía TRADE de un instrumento eficaz, que velará por que accedan a toda la ayuda que necesiten para crecer, dinamizar la economía y seguir creando empleo en Andalucía”.

La consejera de Economía, Hacienda y Fondos Europeos, Carolina España, ha hecho hincapié en que estas líneas de incentivos son la muestra de que “el Gobierno andaluz apuesta por un gasto eficiente del dinero público, lo que nos permitirá seguir avanzando en la convergencia con Europa”.



Tres líneas de desarrollo industrial y una de I+D+i

El programa de incentivos para el desarrollo industrial que se incluye en el primer decreto contempla tres líneas de ayudas que tienen como objetivo favorecer el desarrollo empresarial e industrial de Andalucía, mediante el apoyo a la creación de nuevas actividades, al desarrollo de proyectos de crecimiento y consolidación y la digitalización de procesos, dando la mayor cobertura posible por tipo de proyecto y de empresa.

Con una dotación presupuestaria de 241,06 millones de euros cofinanciados con FEDER, se pueden beneficiar de estas ayudas pymes y autónomos en concurrencia no competitiva, es decir, que se atenderán los proyectos por orden de llegada, hasta agotar presupuesto. Estos incentivos pueden alcanzar hasta el 75% de la inversión subvencionable. Próximamente se convocará otra línea de incentivos destinada a emprendedores, por 2,5 millones de euros.

Por su parte, la línea de incentivos I+D+i empresarial que se pone en marcha con este proyecto de decreto está dotada con 35,62 millones de euros. En régimen de concurrencia no competitiva, irá destinada a proyectos de investigación industrial y desarrollo experimental. Están previstas ayudas de hasta el 50% de la inversión subvencionable para las empresas pequeñas y medianas.

En su conjunto, el programa de incentivos a la I+D+i contará con una dotación presupuestaria de 105,33 millones de euros que se ofrecerán al tejido empresarial en posteriores convocatorias, tanto competitivas como no competitivas. El objetivo de este programa es promover la I+D+i en Andalucía, facilitar la colaboración entre pymes, grandes empresas y entidades destinadas a la I+D+i, fortalecer el crecimiento del empresariado andaluz apoyando la innovación y la investigación.

Estos programas forman parte de un completo sistema de incentivos, instrumentos financieros y actuaciones de apoyo a empresas de la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos para el periodo 2024-27, que en su conjunto superarán los 900 millones de euros. El objetivo de estos incentivos es potenciar la actividad de las empresas andaluzas, apoyar su internacionalización y que ningún proyecto emprendedor se quede en el camino por falta de apoyo público. y aumentar el atractivo de Andalucía como destino de empresas.

Estas líneas de ayuda están cofinanciadas con el Programa Andalucía FEDER 2021-2027 y están alineadas con la nueva política industrial de Andalucía con horizonte 2030 y la Estrategia de Especialización Inteligente para la Sostenibilidad de Andalucía 2021-2027, S4ANDALUCIA, una “Estrategia de Estrategias”, que constituye el marco para desarrollar las actuaciones dirigidas a conseguir una Andalucía más inteligente y mejor especializada, mediante la innovación, la



digitalización, la transición industrial, el emprendimiento y el apoyo de las pequeñas y medianas empresas.

Fuente: [Andalucía TRADE](#)

En Colombia se consumen anualmente 350 millones de litros de aceite al año

El consumo de aceite en Colombia ha alcanzado una cifra significativa de 350 millones de litros al año, según datos proporcionados por Euromonitor, una destacada empresa de investigación de mercados. Esta cantidad refleja la importancia del aceite en la cocina colombiana, siendo un elemento esencial en la preparación de una amplia gama de platos tradicionales y contemporáneos.

Marliez Valadez, jefa de marketing para LATAM en Deoleo, propietaria de la marca Carbonell, señaló que el mercado del aceite en Colombia es dinámico y variado, con una amplia variedad de opciones disponibles que enriquecen la experiencia gastronómica en cada región del país.

Comportamiento del mercado

El mercado colombiano de aceites está compuesto principalmente por aceites vegetales, representando el 50% del volumen total del mercado. Le siguen otros aceites derivados de una sola semilla, como el de soya, palma y girasol, así como variedades de aceite de oliva.

El consumo promedio de aceite por persona en Colombia es de casi 9 litros al año, una cifra que refleja el papel fundamental que este producto juega en la dieta diaria de los colombianos.

Según el Grupo IMARC, el mercado latinoamericano de aceite vegetal experimentó un valor de USD 20 mil millones en 2023 y se espera que crezca a una tasa compuesta anual del 4,5% hasta 2032, alcanzando los USD 30 mil millones. Este crecimiento se atribuye al aumento de la demanda impulsada por el crecimiento demográfico y la conciencia sobre la alimentación saludable en la región.



En este contexto, Carbonell ha lanzado su nuevo producto Sol & Oliva en Colombia, una mezcla de aceite de oliva extra virgen y aceite de girasol que combina los beneficios del aceite de oliva con la versatilidad del aceite de semilla. Este lanzamiento, que busca llevar el aceite de oliva a más hogares a precios accesibles, representa una oportunidad estratégica para la compañía en el mercado colombiano.

Con una amplia gama de opciones disponibles, desde aceites vegetales hasta aceites de oliva, el mercado del aceite en Colombia continúa evolucionando para satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores y reflejar la diversidad gastronómica del país.

Fuente: [Oleorevista](#)



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