

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

28 de noviembre de 2024



HOY ES NOTICIA:

Ya se encuentra disponible información acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa.

El aceite de oliva virgen extra baja más de 2 euros en un mes: estos son sus precios en el supermercado.

Premiado un estudio sobre los beneficios del aceite de oliva en la salud.

El olivar andaluz corre el riesgo de 'uberizarse': «Vamos hacia una agricultura sin agricultores».

Más de 1.000 turistas internacionales visitan La Comunal durante 2024 para sumergirse en la cultura de los AOVEs.

Jornadas y Eventos

7 diciembre 2024. Fiesta del Aceite de Nueva Cosecha.



Ya se encuentra disponible información acerca del sector del aceite de oliva, aceite de orujo de oliva y aceituna de mesa

Podrán encontrar los documentos en el siguiente enlace:

- Informe Mensual de Situación de Mercado del Sector del Aceite de Oliva y la Aceituna de Mesa (datos a 31 de octubre de 2024):

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

- Boletín de Mercado de Aceite de Oliva y Boletín de Mercado de Aceituna de Mesa (datos a 31 de octubre de 2024)

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

- Boletín de Comercio Exterior de Aceite de Oliva. Campaña 2023/24 (datos de octubre 2023 a septiembre 2024)

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

- Boletín de Comercio Exterior de Aceite de Orujo de Oliva. Campaña 2023/24 (datos de octubre 2023 a septiembre 2024)

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

Fuente: MAPA



El aceite de oliva virgen extra baja más de 2 euros en un mes: estos son sus precios en el supermercado

El litro de aceite de oliva virgen extra de marca blanca registró en tres grandes supermercados una bajada de más de dos euros en el último mes, según ha informado Facua-Consumidores en Acción en un comunicado este miércoles.

En concreto, el virgen extra de las marcas Hacendado y Eroski ha pasado de 9,13 euros a principios de octubre a 6,75 euros actualmente (2,38 euros menos). El litro de virgen extra Carrefour, por su parte, ha bajado de 9,11 a 6,74 euros en este mismo periodo (2,37 euros menos).

Un precio similar a estos 6,75-6,74 euros por litro en aceites de oliva virgen extra de marca propia no se daba desde agosto de 2023, cuando se vendía a 6,79 euros en Carrefour, y a 6,80 euros en Mercadona y Eroski. El precio más elevado en estos productos se registró entre febrero y mayo de 2024, cuando alcanzó los 9,90-9,89 euros por litro.

En Alcampo, Dia e Hipercor las bajadas de precio de sus marcas propias no han sido tan significativas, según Facua. El virgen extra Alcampo ha pasado de 9,11 a principios de octubre a 8,19 euros actualmente, mientras que la marca Almazara del Olivar de Dia ha registrado una variación casi idéntica (de 9,11 a 8,20 euros).

El virgen extra El Corte Inglés, según la organización, apenas ha bajado 0,27 céntimos por litro en este mismo periodo (de 9,12 euros en octubre a los 8,85 euros actuales).

Evolución interanual del AOVE

Facua ha llevado a cabo un estudio comparativo en el que ha tenido en cuenta una treintena de precios a la venta en seis grandes cadenas de distribución del país, analizando marcas como Coosur, Carbonell, Dcoop, Oleoestepa, Ybarra, Koipe o Jaencoop, además de otras propias de los supermercados como Hacendado, El Corte Inglés o Carrefour.



El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA
SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life
Kubota

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



El precio medio del litro de virgen extra era de 12,57 euros en noviembre de 2023, mientras que actualmente se sitúa en 11,47 euros. Por lo tanto, se ha producido una bajada interanual del 8,7% (1,10 euros por litro).

Hay que tener en cuenta que el IVA de este producto era del 5% hace un año. En julio de 2024 pasó al 0% mientras que a partir del 1 de octubre subió al 2%, porcentaje que se mantendrá hasta finales de año.

A partir del 1 de enero de 2025 se establecerá de manera definitiva un IVA superreducido del 4% al ser considerado un producto de primera necesidad.

En origen ha bajado 1,58 €/l en un año

Según los datos que ofrece el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, el litro de virgen extra se pagó en origen a 5,55 euros euros antes de impuestos entre el 11 y el 17 de noviembre de 2024.

La semana anterior (del 4 al 10 de noviembre 2024) estaba a 6,26 euros por litro, por lo que ha registrado una bajada significativa de 0,71 euros por litro.

Teniendo en cuenta que la semana del 13 al 19 de noviembre de 2023 el virgen extra se pagaba en origen a 7,13 euros, la bajada interanual de este producto ha sido de 1,58 euros el litro.

Por lo tanto, al consumidor le cuesta actualmente el litro de virgen extra en el supermercado 1,10 euros menos que hace un año, mientras que el agricultor cobra por producir este producto 1,58 euros por litro menos que en noviembre de 2023.

Fuente: [El Economista](#)

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



Premiado un estudio sobre los beneficios del aceite de oliva en la salud

Un estudio sobre los beneficios del aceite de oliva en la salud, titulado ‘Effects of some olive fruits-derived products on oxidative stress and cardiovascular biomarkers on experimental diabetes mellitus’, ha sido galardonado con el Premio de Investigación del Consejo Andaluz de Colegios de Médicos.

El trabajo, publicado en la revista científica ‘Actualidad Médica’, está firmado por los catedráticos de Farmacología de la Universidad de Málaga José Antonio González Correa y José Pedro de la Cruz Cortés. Ambos son coordinadores del grupo de Investigación Traslacional en Enfermedad Cardiovascular, que pertenece al Instituto de Investigación Biomédica de Málaga y Plataforma en Nanomedicina (IBIMA Plataforma BIONAND) y a la Facultad de Medicina de la UMA.

El presidente del Consejo Andaluz de Colegios de Médicos, Jorge Fernández Parra, aseguró en referencia al Premio de Investigación -que este año cumple su sexta edición- que los estudios recientes demuestran “que cada vez son más evidentes los beneficios del consumo del aceite de oliva en la salud”.

Los ganadores mostraron su agradecimiento al CACM y explicaron que sus investigaciones comenzaron hace más de 30 años, basándose en el “aprovechamiento óptimo de todos los productos que forman parte de la elaboración del aceite de oliva”. Como conclusiones, han comprobado que el aceite de oliva virgen extra, además de fenoles y polifenoles, tiene otros compuestos como los triterpenos, que se suman al “efecto cardiosaludable” de este alimento.

Añadieron que la investigación ve sus frutos gracias al trabajo de un equipo multidisciplinar compuesto por médicos, biólogos, farmacéuticos, químicos, bioquímicos, enfermeras y fisioterapeutas. “Defendemos el uso de la alimentación como primer fármaco que hay que tomar... Como decía Hipócrates que el alimento sea tu medicamento”, concluyeron.

Fuente: [Olimerca](#)



El olivar andaluz corre el riesgo de ‘uberizarse’: «Vamos hacia una agricultura sin agricultores»

Primero fueron las cadenas textiles, luego los juguetes, los taxis...y, finalmente, el sector agrario. Los fondos de inversión han mostrado su interés en los últimos años en el sector agrícola, transformando poco a poco el panorama empresarial y marcando «las reglas del juego».

«Estamos viendo una Unión Europea que se entrega a la gran distribución a los mercados, y está olvidando al modelo profesional, imprescindible para el relevo generacional», ha advertido Miguel

López, secretario general de COAG Andalucía, en la presentación del informe ‘La uberización del olivar español: zoom en Andalucía’.

Y es que, precisamente, el olivar, por su gran atractivo económico (el aceite de oliva siempre ha sido un sector rentable), así como su extensión (en Andalucía supone más de 1,5 millones de hectáreas), está en el punto de mira de los grandes fondos de inversión.

«Al final, el riesgo es que las grandes compañías vengan a Andalucía a quedarse con el valor añadido de un producto que es identidad de nuestra tierra y que, cuando ya no les compense, se marchen», lamentaba Andrés Góngora, secretario general de Asaja Almería.

«Agua, tierra, ayudas... son recursos limitados y, cada vez, más escasos. Todo el foco de las políticas públicas y la asignación de esos recursos finitos ha de ponerse en las explotaciones de un modelo de agricultura socialmente necesario, evitando beneficiar a las más grandes, que pueden competir por sí mismas», aseguran desde la organización agraria.

En el caso concreto del olivar, de forma especial en Andalucía, (con gran incidencia en las provincias de Sevilla, Córdoba y Cádiz), el proceso de ‘uberización’ ha sido uno de los factores que ha influido



en la reducción sustancial del número de explotaciones; en los últimos 20 años se han perdido el 59% de las mismas (de 602.250 en 1999 a 247.318 en 2020), mientras que la producción de aceite de oliva ha crecido un 65%.

Álvaro Areta, responsable técnico de COAG, ponía como ejemplo el entorno del embalse portugués de Alqueva. Desde su inauguración en 2002, el 60-70% del territorio productivo regable ha cambiado de manos, y el cambio de cultivos ha sido drástico, avisan desde COAG, (de cereal a olivar y almendro superintensivos, principalmente), con consecuentes cambios paisajísticos, ecológicos, económicos y sociales. «Si no lo evitamos, aquí también se pasará a un modelo de agricultura sin agricultores, donde seamos trabajadores a sueldo de empresas que, cuando no les interese, nos abandonarán», insistía.

Los nombres

Atitilan, que recientemente ha vendido su sección de olivar a De Prado con un beneficio de 23 millones de euros ; Fiera Capital o SM Partners, entre otros.

Otras firmas de capital privado, como Miura Partners, han apostado por el sector en otros eslabones de la cadena del olivar. En 2023, alcanzaron un acuerdo de asociación con Cándido Miró, compañía líder en la producción de aceitunas de mesa y conocida comercialmente por su marca Serpis, y fundaron la enseña Olive&Co, una sociedad dedicada a consolidar el mercado de aceitunas, encurtidos y snacks saludables. Otro caso este ámbito es el de CVC, que en 2014 se convirtió en dueño de Deoleo, empresa propietaria de marcas como Carbonell, Koipe y Hojiblanca.

Por su parte, Consolación Vera, vice consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, ha aportado datos como que: «Somos la comunidad autónoma con menos problemas de despoblación en nuestras zonas rurales» precisamente por el olivar. De hecho, «solo hay 26 pueblos en Andalucía que no tienen olivar o donde el olivar es residual. En más de 300 es su principal actividad económica».



Y ha señalado que desde la Consejería de Agricultura se está ultimando el diseño de la primera estrategia para el olivar en Andalucía, porque «tenemos que anticiparnos a los problemas», «si somos los primeros produciendo aceite nos tiene que preocupar seguir siéndolo y seguir siendo un cultivo que fije la población al territorio, y seguir manteniendo esa posición y ese peso».

Fuente: [Sevilla ABC](#)

Más de 1.000 turistas internacionales visitan La Comunal durante 2024 para sumergirse en la cultura de los AOVEs

La Comunal, la oleoteca de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero (FPCO), continúa con sus actividades en materia de divulgación y conocimiento del AOVE. Así, durante 2024 más de un millar de turistas internacionales han conocido este escaparate y punto de venta de los mejores aceites de oliva vírgenes extra de nuestra geografía gracias al acuerdo de colaboración entre la entidad y la agencia Walk and Eat Spain.

Walk and Eat España es una empresa especializada en la organización de rutas gastronómicas por Madrid dirigidas al turista internacional, principalmente originario de EEUU, pero también de otros países como Canadá, Australia y Reino Unido. Mercados, bares de tapas, restaurantes y también locales comerciales y experienciales como La Comunal forman parte de su oferta turística.

Durante 2024 estos turistas internacionales han conocido la oleoteca de la FPCO, gracias a las catas que se organizan todas las semanas y que son dirigidas por el equipo de profesionales que forman parte de Walk and Eat España.



Desde la agencia han destacado que “se trata de una colaboración que está resultando de gran interés para nuestros clientes. Es todo un placer presentarles el importante mundo de los aceites de oliva de España”.

Por su parte, la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero ha considerado que “este tipo de sinergias son muy positivas y vamos a seguir impulsándolas. Madrid es uno de los principales destinos del turismo extranjero, y esto representa una gran oportunidad para dar a conocer y poner en valor un producto tan emblemático de nuestra gastronomía como el aceite de oliva entre los consumidores internacionales”.

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.laboratoriounaoroliva.com

Especializados en el análisis físico químico y organoléptico del Aceite de Oliva

NUESTRO COMPROMISO EFICACIA Y RAPIDEZ