

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

30 de junio de 2023



HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Luis Planas: Rapidez y comodidad, valores al alza en las cocinas españolas mientras se recupera el consumo fuera de casa.

Desde este viernes es obligatorio inscribir los contratos alimentarios en el registro.

Premios Mario Solinas del COI a la calidad del aceite de oliva virgen extra.

Baja en un tercio la comercialización de aceites de oliva en los primeros ocho meses de esta campaña respecto a la media de las 4 últimas y un 35% en comparación con la anterior.

California optimista ante la próxima cosecha de aceituna.



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

Luis Planas: Rapidez y comodidad, valores al alza en las cocinas españolas mientras se recupera el consumo fuera de casa

El gasto total en alimentos y bebidas en España se situó en 107.780 millones de euros el año pasado, un 2,7% por encima del de 2021 y un 1,1 % superior al de 2019 -año de referencia prepandemia-, debido en parte al incremento de los precios, pero también a la recuperación del consumo fuera de casa. Mientras, el volumen total consumido se redujo un 7,1 % respecto a lo comprado el año anterior y un 8,1% inferior que el de 2019, al situarse en 30.946 millones de kilos/litros, en gran medida, por ese trasvase del consumo de dentro a fuera del hogar.

La mayoría de la ingesta de alimentos y bebidas se produce en el ámbito doméstico, ya que representa el 87,2% en volumen, frente al 12,8% restante que corresponde a establecimientos de restauración, especialmente con familiares y amigos. Mas de dos tercios del gasto (68,6 %) se realiza para llenar la nevera y la despensa de casa.

En 2022, el consumo per cápita (698,5 kilos/litros por persona y año) se mantuvo por debajo del registrado en los tres años anteriores, mientras que el gasto per cápita por la compra de alimentos y bebidas (2.582 euros por persona y año) creció respecto a 2021 y 2020 pero se mantuvo aún por debajo de los niveles de 2019.

Así se desprende del Informe del Consumo Alimentario en España 2022 que este jueves ha presentado el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas. Ha resaltado que, tras el fin de la pandemia, continúa la tendencia a recuperar el tradicional estilo de vida mediterránea, con más consumiciones fuera de casa, y una inclinación en el hogar por la cocina rápida y cómoda, donde tiene gran peso los alimentos frescos, que representan el 37,3 % de la cesta de la compra en volumen y el 40,7 % en valor.

Como ejemplos, ha mencionado que las tres preparaciones culinarias más utilizadas en España -que en muchas ocasiones se combinan- son “a la plancha”, con un poco de aceite para elaborar platos tipo filetes, lomo, pescado o verduras; “sin cocinar y/o consumo en frío”, en la que se incluiría una ensalada, un tomate con aceite y sal, conservas de lata o un salmorejo de bote, y “hervido o al vapor”, para degustar arroz, coliflor cocida o pescado al vapor. En cuarto lugar, se situaron los guisos de cacerola, como los de legumbres o las patatas con costillas y, a continuación, los fritos con abundante aceite, categoría en la que sobresalen las patatas y las croquetas.



El consumidor es ahora más consciente del valor de tener un alimento en su nevera y del trabajo que hay detrás de ello, por lo que su compra es más responsable y selectiva y desperdicia menos.

CONSUMO DOMÉSTICO

El gasto en los hogares españoles en alimentación y bebidas se situó en 2022 en 73.893 millones de euros, con un ligero descenso de 0,9% respecto al ejercicio anterior, motivado por el aumento de los precios, ya que se pagó un 8,7% más por cada kilo o litro de alimentos o bebidas que en 2021. Así, el gasto medio por persona fue de unos 1.597 euros.

Los productos de mayor volumen en la cesta de la compra son la leche y los lácteos y las frutas y hortalizas frescas, que representan el 37%. Las carnes y pescados encabezan el presupuesto en alimentación, con el 31% del valor, pese a que en volumen rondan el 10%.

En promedio cada persona realiza una ingesta aproximada de 583 kilos o litros dentro del hogar, lo que significa que se consumieron alrededor de 55 kg o litros menos que durante el año 2021.

Los consumidores españoles eligieron preferentemente el supermercado y el autoservicio para hacer sus compras, un formato que aumenta su cuota de volumen de mercado dos puntos, hasta el 49,5%, muy por encima de hipermercado, que alcanza el 12,8%. La tienda descuento (13,7 %) la tradicional (12,7%) retroceden, mientras que la venta online (2,3 %) pierde su senda alcista, al bajar una décima, aunque aún está por encima del 1,6 % que marcó en 2019.

CONSUMO FUERA DEL HOGAR

A medida que la normalidad se consolida, aumentaron también las comidas y cenas fuera de casa y los pedidos a domicilio o para llevar, incluidos estos últimos también en el balance extradoméstico. La tendencia es claramente positiva, según el informe, que destaca que el gasto realizado por los españoles fuera del hogar ascendió a 33 887 millones de euros, un 11,5% más que en 2021.

Los españoles gastaron más, entre otros factores, porque el aumento de los precios en los locales de restauración fue inferior al que experimentó la alimentación doméstica. Fuera de casa, el presupuesto se dedicó más a consumir bebidas (58,4 %) que alimentos (41,6 %).

Así, el gasto medio per cápita ascendió a 984,51 euros, un 11,3% más que el año anterior, es decir, unos 100 euros más por persona y año que en 2021.

El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar

KUBOTA · 100% SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

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



El consumo en establecimientos como bares, cafeterías y cervecerías se intensificó, a la vez que aumentaron las compras en hoteles y servicios de empresa. En promedio, cada individuo consumió fuera del hogar la cantidad de 115 kilos o litros de productos de alimentación, el equivalente a 6,4 kg o litros más que el año pasado.

USOS, HÁBITOS Y TENDENCIAS

Con la progresiva vuelta a la normalidad y el retorno al trabajo presencial, el número de las comidas principales en casa ha disminuido, salvo para desayunar. El informe apunta a que el 93,4% de los españoles sigue desayunando en casa un promedio de 6 veces a la semana, y el 95,3% realiza comidas o cenas en casa un promedio de 10,4 veces a la semana.

Como novedad, con respecto a estudios anteriores, se ha observado un descenso de la ingesta de proteína cárnica, muy consumida durante la pandemia y la etapa de restricciones, y una reducción del número de consumidores que podrían considerarse plenamente omnívoros en beneficio de flexitarianos, vegetarianos y veganos.

El avance de datos de 2023 indica que a lo largo de este año continuaremos recuperando nuestros hábitos. Entre enero y abril, los kilos y litros acumulados que se han consumido retrocedieron un 2,65 %. Este descenso, según las proyecciones, se irá frenando con la paulatina moderación de los precios, que en las últimas semanas del semestre incluso se han reducido en algunas categorías.

MENOS DESPERDICIO ALIMENTARIO

La reducción del volumen de consumo, ligado al encarecimiento de los precios, ha ido parejo a un menor desperdicio alimentario, aunque la cantidad aún es importante. Durante 2022, los españoles tiraron a la basura 1.201 millones de kilos/litros de alimentos de bebidas sin consumir, un 6,2 % menos.

Según las conclusiones expuestas por Luis Planas del Informe del Desperdicio Alimentario en España 2022, que también elabora cada año el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, cada español tiró de media a la basura 25,31 kilos/litros de alimentos el último ejercicio. El estudio arroja que el número de hogares que no desperdicia alimentos ha subido al 30 % (26% en 2021) y que, fuera de casa, más de la mitad de los consumidores no tira nada.

El informe atribuye en gran medida el descenso del desperdicio y el mejor aprovechamiento de los alimentos a su encarecimiento. La subida de sus precios tras el comienzo de la guerra de Ucrania ha provocado, además, un descenso del volumen comprado para el hogar del 8,8% en relación con



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@grupoleicolajaen.com

2021. Por el contrario, a lo largo de 2022, el consumo de alimentos fuera del hogar ha crecido un 11,5%.

Una de las consecuencias de este cambio de hábitos es el aumento del desperdicio de sobras de recetas y productos cocinados, que en 2020 suponían el 23,8 % de los alimentos tirados a la basura en el hogar, y en 2022 han pasado a representar el 21,4 %. Por el contrario, el desperdicio de alimentos comprados ha descendido 9 puntos, al pasar del 81,1 % al 78,6 %.

En 2022 ha mejorado el aprovechamiento de alimentos frescos con respecto a 2021. La mayor reducción de desperdicio se da en frutas (-8%), verduras y hortalizas (-3,4%) y la leche líquida (-2,8%). Por el contrario, aquellos alimentos en los que se realiza una peor gestión del aprovechamiento serían los embutidos (+3,2%), platos preparados (+5%) y pastas (+9,5%).

Además, se aprecia un comportamiento responsable de los consumidores. Como indica la campaña de Alimentos de España, hay que darle valor a los alimentos y conseguir que en “el país más rico del mundo no se tire, nada, nada, nada”.

Enlaces de descarga:

Consumo alimentario:

<https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/panel-de-consumo-alimentario/ultimos-datos/default.aspx>

Desperdicio alimentario:

<https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/desperdicio/default.aspx>

Documentos

23.06.29 Consumo-Desperdicio Alimentario

2.1. CONSUMO_ALIMENTARIO_2022

2.2. DESPERDICIO_ALIMENTARIO_2022

Fuente: MAPA

NUTRI NAV

¿Sacas hasta la última gota
a tu software de gestión?
Nosotros te decimos cómo

Solicita una demo

Óncel en: SEVILLA · ZARAGOZA · VALLADOLID | Tel: 900 909 619 | info@ayonet.es | basado en Microsoft Dynamics 365 Business Central | www.nutrinav.es



Desde este viernes es obligatorio inscribir los contratos alimentarios en el registro

Esta medida se aprobó en diciembre de 2022 y se ha venido aplicando con carácter voluntario desde el 31 de enero de 2023.

Los contratos alimentarios deberán inscribirse de forma obligatoria en el registro desde el viernes 30 de junio, según la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA).

La finalidad del registro es suministrar a la **AICA** y al resto de las autoridades de las comunidades autónomas la información necesaria para comprobar que se cumple con la obligación de inscribir los contratos alimentarios y sus modificaciones, así como para realizar otras verificaciones en relación con la Ley de la Cadena Alimentaria.

Están exentos de la inscripción los contratos formalizados entre una cooperativa u otra entidad asociativa y sus socios en la entrega de los productos.

Están obligados a inscribir los contratos los compradores de productos agrarios y alimentarios, los primeros compradores de **leche cruda** y el integrador en los contratos de integración, siempre antes de la entrega del producto.

Esta medida se ha venido aplicando con carácter voluntario desde el 31 de enero de 2023.

Están exentos de la inscripción los contratos formalizados entre una cooperativa u otra entidad asociativa y sus socios en la entrega de los productos. Esta medida se aprobó en diciembre de 2022 y se ha venido aplicando con carácter voluntario desde el 31 de enero de 2023.

Fuente: **Agropopular**

Premios Mario Solinas del COI a la calidad del aceite de oliva virgen extra

La vigésimo tercera ceremonia de entrega de los Premios a la calidad Mario Solinas se ha celebrado recientemente en el marco de la 117ª reunión del **Consejo de Miembros del Consejo Oleícola Internacional (COI)**.

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



Este prestigioso evento ha contado con una nutrida representación de la diplomacia de países productores de aceite de oliva virgen y miembros del COI como el Excmo. Sr. Gazmend Barbullushi de Albania, el Excmo Sr. Azzam Abdulkarim Al Gain de Arabia Saudí, la Excma. Sra. Areej Mahmoud Saleh Hawamdeh de Jordania, la Excma. Sra. Fatma Omrani Chargui de Túnez, el Excmo. Sr. Reza Zabib de la R.I. de Irán, el agregado económico de la Embajada de Italia, el Sr. Nicola Carbone, el consejero de la Embajada de Brasil, el Sr. Flavio Bettarello, y el primer secretario de la Embajada de Portugal, el Sr. Pedro Marcelo.

El renombrado chef Andrés Madrigal ha sido invitado para representar a la alta cocina en la que el aceite de oliva virgen extra es un ingrediente imprescindible.

El director ejecutivo del COI, el Sr. Abdellatif Ghedira, se ha dirigido a los productores y envasadores premiados para agradecer su entusiasmo por divulgar la cultura del aceite de oliva virgen extra de excelente calidad, al igual que por su confianza en el COI.

También ha recalcado la carrera de fondo y el desarrollo de estos premios que contaron con 34 candidatos en su primera edición en el año 2000 y que ahora han acogido hasta 117 aspirantes en su 23ª edición.

Además, el director ejecutivo ha anunciado que Arabia Saudí se ha adherido al COI este año, lo que hace que ya sean 19 los países miembros de este organismo, incluyendo a la UE y sus 27 países. La embajadora de Jordania también ha tomado la palabra para destacar la prosperidad que vive el sector. Así mismo, ha animado a todos los productores y envasadores que no han sido galardonados este año a seguir participando en este célebre concurso.

El director ejecutivo adjunto, Jaime Lillo, que pasará a ser el próximo director ejecutivo del COI a partir de enero de 2024, ha reconocido el esfuerzo y el esmero con el que trabaja esta nueva generación de oleicultores, que está llevando al aceite de oliva virgen extra a lo más alto. Ha agradecido también de manera especial la importante labor del jurado internacional, integrado por trece paneles de cata y representados en el acto por el cordobés Plácido Pascual. Este último, jefe del panel de cata del laboratorio agroalimentario de Córdoba, ha expresado su satisfacción al comprobar el incremento sin freno de la calidad de los aceites presentados a los Mario Solinas cada año.

En su intervención, ha señalado que esa es la base del prestigio de estos Premios y ha aprovechado para recordar al público que “el método de análisis sensorial es aplicado de forma minuciosa y objetiva por cada uno de los catadores”.

Esta 23ª edición de los Mario Solinas ha contado con la evaluación de 117 muestras inscritas, procedentes de países como Argentina (2), Brasil (2), China (2), Croacia (1), Grecia (4), Italia (6), Portugal (16), España (63), Túnez (19) y Turquía (2).



Las muestras fueron enviadas por productores individuales, asociaciones de productores y envasadores.

Primer Premio

Frutado verde maduro: Sabino Leone – Canosa Di Puglia (BT) – Italia

Frutado verde medio: SCA Nuestra Señora de los Remedios AOVE Oro de Cánava Jimena (Jaén) - España

Frutado verde suave: Molino Del Genil S.L – Córdoba – España

Frutado maduro: Frantoio Romano – Ponte (BN) – Italia

Pequeños productores: Aziende Agricole di Martino – Trani – Italia

Invasadores: Goya en España SAU- Alcalá de Guadaíra (Sevilla) – España

Hemisferio Sur: Fazenda Serra dos Tapes Indústria e Comercio de Azeite de Oliva Ltda. – Canguçu – Brasil

Segundo Premio

Frutado verde maduro: Coop. Olivarera de Valdepeñas Colival – Valdepeñas (C. Real) – España

Frutado verde medio: Sociedade Agrícola Vale Anna S.A. – F. da Alentejo – Portugal

Frutado verde suave: Societé Fermes Ali Sfar – Túnez – Túnez

Frutado maduro: Entre caminos Selección (Escalera Álvarez S.A.T) – La Roda de Andalucía (Sevilla) – España

Pequeños productores: SCA Nuestra Señora del Castillo – Vilches (Jaén) – España

Invasadores: Nuestra Señora de la Paz, S.C.A de Oleoestepa. – Estepa (Sevilla) – España

Tercer Premio

Frutado verde robusto Aceites Castellar SL – Nobleza del Sur – Castellar (Jaén) – España

Frutado verde medio Aceites Guadalquivir SCA– Villanueva de la Reina (Jaén) – España

Frutado verde delicado Olinorte Produção Agricola, Lda – Évora – Portugal

Frutado maduro Barhoumi Olive Oil – Tunis – Túnez

Invasadores: S.C.A Agropecuaria de Herrera de Oleoestepa, Herrera

Fuente: [E Comercio Agrario](#)



Baja en un tercio la comercialización de aceites de oliva en los primeros ocho meses de esta campaña respecto a la media de las 4 últimas y un 35% en comparación con la anterior

La comercialización de aceites de oliva ha bajado un 33 por ciento en los ocho primeros meses de esta campaña oleícola 2022-2023 (de octubre a mayo) respecto a la media de las últimas cuatro y el descenso alcanza un 35 por ciento en comparación con la anterior. Así lo señalan los datos de la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) a 31 de mayo, consultados por Oleum Xauen, que ponen de manifiesto una bajada en todos los indicadores, salvo el de los precios, que se sitúan en máximos históricos.

De las 728.800 toneladas de aceites de oliva comercializadas en estos dos tercios de la actual campaña, 481.700 corresponden a exportaciones, lo que supone un 32 por ciento menos que la media de las últimas cuatro campañas y un 33% respecto a la precedente. Mientras, el mercado interior totalizó en estos ocho meses sólo 247.100 toneladas, un 36 por ciento menos que la media del último cuatrienio y un descenso del 39% en comparación con la campaña 2021-2022. El promedio mensual en estos ocho meses se eleva a 91.100 toneladas cuando en la anterior fue 139.900.

En la presente campaña se han producido 662.400 toneladas de aceites de oliva, un 54 por ciento menos que la media de las cuatro últimas campañas y un descenso del 56% respecto a la anterior. Además, se han importado entre octubre y mayo 141.700 toneladas, un siete por ciento menos que en la anterior y un 1% sobre la media de las cuatro últimas. Y las existencias a 31 de mayo ascendían a 529.900 toneladas, un 48 por ciento menos que las últimas cuatro campañas y una bajada del 44 respecto a la anterior, lo que invita a pensar en un enlace muy corto y presumibles tensiones de precios en el mercado por la escasa oferta que se augura en la próxima campaña por la baja y corta cosecha que se vaticina.

Fuente: [Oleum Xauen](#)



California optimista ante la próxima cosecha de aceituna

Tras una cosecha media en la campaña anterior, con 7,34 millones de litros de aceite de oliva, la tercera cifra más alta de los últimos cinco años y un 20% por debajo de la media de los últimos cinco años, los productores californianos se muestran optimistas de cara a la cosecha nueva que se recogerá a partir de noviembre.

Y es que la combinación de lluvias tardías de invierno, con una temperatura suave y buenas condiciones durante la floración hace prever una buena cosecha, ya que según han asegurado algunos productores a Olive Oil Times, la floración es intensa, a pesar de que comenzó con retraso, y los árboles están en muy buenas condiciones para producir otra gran cosecha este año.

Se espera un verano cálido que podrá ayudar a las aceitunas a recuperarse de su comienzo tardío y será en las próximas semanas cuando se pueda determinar si la aceituna se podrá recoger en noviembre o si la floración tardía empujará la cosecha hasta diciembre.

Fuente: [Olimerca](#)

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

ALMAZARA
Pepe Ginia

CURSO CATA



► Sobre el Curso

Una formación organizada por Olis d'almassera C.V. Infaoliva (Asociación Valenciana de industriales privadas), entidad que apuesta firmemente por la formación la mejora al profesional de la almazara y agrupación del sector. Impartido por el laboratorio Unaproliva de Jaén con una amplia experiencia en el mundo de la cata y sensorial.

En este curso se analizará:

- Nociones básicas del reglamento de los diferentes tipos de aceites.
- Información de parámetros fisi-químicos.
- Introducción a parámetros organolépticos.
- Conocimientos básicos de cata.

► Dirigido a:

- Profesionales del sector oleico.
- Maestros, técnicos de almazara y jefe de producción.
- Personas deseen aprender y apreciar un AOVE.

► Objetivo:

- 1.- Formación específica para el profesional.
- 2.-Curso de aprendizaje practico.
- 3.-Curso nociones para catar una aceite.

PROGRAMA

1ª Jornada 12 de julio

9.00-9.30 Bienvenida y presentación.
9.30-11.00 introducción a los parámetros Físicos-químicos (Reglamentación Vigente, parámetros de calidad, parámetros de pureza.)
11.00-11.30 coffe break.
11.30-13.00 Soluciones Perialisi en recolección temprana.
13.00-14.00 Introducción al análisis sensorial.(El método de panel test, atributos + y atributos -).
14.00-16.00 Comida.
16.00-17.30 Factores que afectan a la calidad de los aceites (Practico: agronómico, producción, almacenamiento).

2ª Jornada 13 de Julio

9.00-11.00 Tecnología de espectroscopia NIRS y sus aplicación al análisis de (aceituna, aceite y orujo) TECNOLOGIA FOSS
11.00-11.30 Coffe break.
11.30 -13:30 gestión integral de almazara y sus beneficios en las almazaras 4.0 . TECNOLOGIA GIA ITEA

•CON ESTOS PRECIOS INCUYE:
COMIDA DE LOS 2 DÍAS



► SOCIOS DE:
Olis D'Almassera C.V. y Infaoliva



► NO SOCIOS

► Impartido por : MARIOLA



LUGAR Y CONTACTO: NAVARRÉS
Almazara Pepe Ginia
Prolongación Maestro Serrano S/N
Tel: 605997811 - Pepe Ginia

ORGANIZA:



COLABORAN:



PATROCINAN:

FOSS

OPERAUM

ITEA

SAFI

SAFI

