

Newsletter INFAOLIVA

Recopilación de noticias del sector

11 de enero de 2022



HOY ES NOTICIA:

Los firmes precios frenan las operaciones en el aceite de oliva

412,7 millones de litros de aceite de oliva consumidos en los hogares españoles durante 2020

Grandes cadenas no distinguen el oliva virgen del oliva refinado: menos de 10 céntimos de diferencia por litro

El COI busca conocer a fondo al consumidor de aceite de oliva

Nuevo módulo del Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial del Aceite de Oliva

El aceite de oliva, el producto gourmet español más consumido en Colombia

FINANCIACIÓN

**SER LOS PRIMEROS
EN APOYARTE**

Con soluciones de financiación para impulsar tu explotación



AgroBank

NRI: 3887-2021/09681

Los firmes precios frenan las operaciones en el aceite de oliva

La primera semana del mes de enero se ha cerrado en el mercado del aceite de oliva en origen con un tono de una gran firmeza en los precios por parte de la oferta, que, por otra parte, no se está viendo correspondido por la posición de la industria envasadora, que en estas fechas está optando por una actitud de cautela y de compás de espera en la confianza de que a medida que haya más aceite nuevo para comercializar se pueda negociar algún precio a la baja.

Y una semana hay que volver a incidir en que esta firmeza de precios vuelve a estar originada por el aumento de la demanda de aceites para refinar, que en estos primeros días de 2022 reflejan ya una oferta que se mueve entre los 3,05€/kg y los 3,10€/kg. Aunque también se puede afirmar que son precios casi de ilusión, ya que son muy pocas las operaciones que se han cerrado a esos niveles.

En el resto de las categorías, virgen y extra, seguimos con una oferta muy sostenida y firme, que en líneas generales está siendo bastante bien aceptada por la industria envasadora que puede encontrar una amplia calidad de AOVE con precios que parten de los 3,35€/kg a los 3,60€/kg, en función de sus características organolépticas.

No obstante, si es cierto que muchos envasadores comienzan a mostrar su preocupación si esta situación de subida de precios sigue manteniéndose en las próximas semanas. De ser así, obligaría a una nueva revisión de precios de venta al público en el corto plazo y no sería una buena noticia para el consumidor final que está sometido en los últimos meses de 2021 a una subida de precios generalizada en todos los productos básicos de la cesta de la compra.

La buena noticia es que en el último trimestre de 2021 la gran distribución en su conjunto ha adoptado una estrategia de sostenimiento de los PVP de sus marcas MDD y eso sin duda que está ayudando al mantenimiento de los niveles de consumo.

Fuente: [Olimerca](#)



Una apuesta sectorial por la calidad
DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO



412,7 millones de litros de aceite de oliva consumidos en los hogares españoles durante 2020

Durante el año 2020, los hogares españoles consumieron 412,7 millones de litros de aceite de oliva y gastaron 1.215,4 millones de euros en este producto. En términos per cápita, se llegó a 8,9 litros de consumo y 26,3 euros de gasto, según el último informe de la empresa pública Mercasa sobre sectores de Alimentación en España 2021.

El documento señala que el consumo más notable se asocia al aceite de oliva no virgen (4,6 litros por persona y año), seguido del aceite de oliva virgen (4,3 litros per cápita). En términos de gasto, el aceite de oliva virgen concentra el 48,3%, con un total de 14,6 euros por persona, mientras que el aceite de oliva no virgen supone el 51,7% restante con un total de 11,7 euros por persona.

Durante los últimos cinco años, el consumo de aceite de oliva se ha elevado 0,4 litros por persona aun que el gasto se ha reducido en 4,6 euros per cápita. En el periodo 2016-2020, el consumo más elevado se produjo en el año 2020 motivado por los efectos de la COVID-19 (8,9 litros), mientras que el mayor gasto tuvo lugar en el ejercicio 2016 (30,9 euros por consumidor).

En cuanto a las calidades consumidas, la evolución del consumo per cápita durante el periodo 2016-2020 ha sido diferente para cada tipo de producto. Respecto a la demanda de 2016, el consumo de aceite virgen extra experimenta un aumento considerable mientras que, por el contrario, el aceite virgen se mantiene bastante estable aunque con una elevación en el último año motivada por los efectos de la COVID-19.

Como consumimos en España

Dentro del análisis realizado, en términos per cápita, el consumo de aceite de oliva durante el año 2020 presenta distintas particularidades.

Por tipología de hogares, se observan desviaciones positivas con respecto al consumo medio en el caso de retirados, parejas adultas sin hijos y adultos independientes, mientras que los consumos más bajos tienen lugar entre las parejas con hijos pequeños, las parejas jóvenes sin hijos, en los



bioland
ENERGY

GRUP oleícola jaén

PLANTA DE RECEPCIÓN DE ALPEORUJO - Ctra. Vilches, km 3,5 - LA CAROLINA (JAÉN) - TEL. 953 68 08 15 / 609 775 563

queremos ser
tu orujera...



hogares monoparentales, los jóvenes independientes y las parejas con hijos mayores.

Entre ellas, que los hogares de clase alta y media alta cuentan con el consumo más elevado, mientras que los hogares de clase media baja tienen el consumo más reducido. También se destaca que los hogares sin niños consumen más cantidad de aceite de oliva, mientras que los consumos más bajos se registran en los hogares con niños menores de seis años.

En cuanto a la compra, si la persona encargada de hacerla no trabaja, el consumo de aceite de oliva es superior, y en aquellos hogares donde compra una persona con más de 65 años, el consumo de aceite de oliva es más elevado, mientras que la demanda más reducida se asocia a los hogares donde la compra la realiza una persona que tiene menos de 35 años.

Por número de personas, nos encontramos que los hogares formados por una persona muestran los consumos más elevados de aceite de oliva, mientras que los índices son más reducidos a medida que aumenta el número de miembros en el hogar.

La zona de residencia influye también en el consumo del aceite de oliva, así los consumidores que residen en las grandes ciudades (más de 100.000 habitantes) cuentan con mayor consumo per cápita de aceite de oliva, mientras que los menores consumos tienen lugar en los núcleos de población con censos de entre 2.000 y 10.000 habitantes.

Finalmente, por comunidades autónomas, Galicia, Cantabria, País Vasco y Baleares cuentan con los mayores consumos mientras que, por el contrario, la demanda más reducida se asocia a Extremadura, la Región de Murcia, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana.

Preferencias de compra

En cuanto al lugar de compra, en 2020 los hogares recurrieron mayoritariamente para realizar sus adquisiciones de aceite de oliva a los supermercados (59,1% de cuota de mercado). El hipermercado alcanza en este producto una cuota del 26,7%, mientras que el comercio electrónico representa el 3,8% y los economatos y cooperativas concentran el 1,3%. Los establecimientos especializados suponen el 1,3% y las otras formas comerciales acaparan el 7,8% restante.

Fuente: [Oleorevista](#)

**Somos conscientes del valor de las materias primas
Aprovechando al máximo los recursos, sin desperdiciar recursos.**



Grandes cadenas no distinguen el oliva virgen del oliva refinado: menos de 10 céntimos de diferencia por litro

La categoría de aceites de oliva virgen sigue siendo una de las grandes desconocidas por el gran consumidor y no siempre bien tratada ni entendida por una parte de la gran Distribución. Presentada muchas veces a medio camino entre los virgen extra —como estrella de la categoría de los aceites de oliva— y los refinados, se olvida en muchas ocasiones que tiene mucho más que ver con los primeros que con los segundos. De ahí que la diferenciación de precios venta al público en los lineales entre un aceite de oliva y un oliva suave o intenso (refinados) resulta casi ridículas cuando en realidad se trata de dos productos muy diferentes en su calidad organoléptica y también en sus virtudes saludables para el consumidor y también gastronómicas en los platos en los que se emplea en la cocina.

En estas últimas semanas, los precios en el lineal de las marcas de Distribuidor de grandes cadenas lo dejan bien claro: no diferencian del todo por precios el oliva virgen y los oliva refinado. Así, en dos de las tres primeras cadenas de Distribución españolas se puede ver en la primera semana del año como el precio por litro del oliva virgen de su marca propia está en el entorno de los 3,69-3,80 euros mientras que los refinados (suave o intenso) oscilan entre los 3,60-3,65 euros. Es decir, la diferencia entre ambos no va de los 10 a los 15 céntimos.

El precio de los virgen extra de marca de distribuidor en esas mismas cadenas se mueve entre los 3,80 y los 4.10 euros el litro. Hay que tener en cuenta que el diferencia de precio en origen entre los oliva virgen y los oliva lampante se mueve entre los 0,20 y los 0,22 céntimos de euros en las últimas semanas, Es decir, más del doble de lo que marca la diferencia en los lineales.

La categoría de los aceites de oliva virgen ha sido, junto al orujo de oliva, la única que ha crecido en el año 2021 de toda la familia de aceites de oliva. Según los datos de ANIERAC, en Tasa Anual Móvil se habrían vendido en torno a los 25,9 millones de litros —hasta noviembre— con un crecimiento del 5,8% de las ventas, que contrasta con las caídas del virgen extra, oliva intenso y oliva suave. En los últimos meses, las ventas se han consolidado por encima de los dos millones de litros, aunque a mucha distancia de los virgen extra de los que se han vendido más de 10 millones de litros mensuales.



IMS
PESAJE INDUSTRIAL
Líderes en instalación y mantenimiento
de sistemas de pesaje industrial

Instalación, Mantenimiento y Sistemas de Pesaje, S.L. B-13.447.586
Plg. Ind. "Los Cerros" C/Herrería, Nave 57 C.P 23400 Ubeda (Jaen) www.imspesaje.com info@imspesaje.com



Especialmente en las almazaras industriales con venta directa al público y muchas cooperativas, la venta de aceites de oliva virgen sigue siendo bastante habitual. Sin embargo, el peso del virgen extra a nivel promocional y el desconocimiento sobre las calidades del aceite de oliva por parte del grueso de los clientes han ido encajonándola a un segundo plano comercial del que suele salir a flote –como ha pasado en esta pasada campaña 2021- cuando los precios del virgen extra se elevan por encima de los 4 euros/litro de media.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

El COI busca conocer a fondo al consumidor de aceite de oliva

El Consejo Oleícola Internacional finalizará en este 2022 el estudio que decidió abordar en 2020 y que permitirá conocer el comportamiento por países de los consumidores de aceite de oliva, con un consumo mundial que se ha duplicado en los últimos treinta años. Esta evolución tiene como principal característica el crecimiento del consumo en los países no miembros del COI, que aumenta regularmente en las últimas décadas pasando de alrededor de un 14% al 30% del consumo mundial.

El primer año de estudio se cubrió España, Italia y Grecia, países donde se han producido caídas de consumo significativas. En 2021 fueron Argentina, Egipto, Túnez y Jordania, y este año terminará el estudio encuestándose otros países. El estudio se llevará a cabo a través de una revisión de la literatura existente sobre el consumo de aceite y grasas a nivel nacional e internacional y análisis de información secundaria de fuentes públicas y privadas. Además, estará basado en una encuesta representativa utilizando un cuestionario estructurado dirigido a consumidores finales en los países objetivo.

El objetivo del estudio es analizar los cambios y tendencias en el consumo de aceite de oliva en los países miembros del COI en comparación con otros aceites y grasas comestibles para determinar si el consumo ha disminuido sólo en los aceites de oliva, o si ha habido una reducción general en el consumo de grasas. En la medida de lo posible, el análisis se realiza según el tipo de aceite de oliva



ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA
Con acreditación ENAC y reconocimiento del COI

ANÁLISIS DE ACEITUNA
Único laboratorio con acreditación ENAC para la técnica NIR

ANÁLISIS AGRONÓMICOS
Suelos: Caracterización y fertilidad.
Hojas: Diagnóstico nutricional.
Aguas: Aptitud para el riego.

OLIVARUM
Federación Española de Industriales Fabricantes de Aceite de Oliva

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

Accredited by ENAC

Laboratorio reconocido por el Consejo Oleícola Internacional (COI) para el análisis físico-químico de aceites de oliva y aceites de olivo (Tipo AOC) (para período vigente)



(AOVE, AOV y AO). También se examinan los factores de cambio en los hábitos alimentarios, especialmente los que afectan a las pautas de consumo.

Además, se analiza el comportamiento de los consumidores en relación con los aceites y grasas comestibles en general, y el aceite de oliva en particular, en los países miembros del COI, con el fin de determinar:

- Uso doméstico de aceites de oliva
- Razones contra el uso de aceites de oliva
- Aceites y grasas utilizados para diferentes propósitos
- Razones para comprar o usar aceites y grasas en cada propósito
- Imagen o percepción de los aceites de oliva en función de las cualidades o ventajas particulares que se buscan en la compra / consumo
- Puntos de venta y métodos de compra; uso de tecnologías de información y comunicación
- Marcas registradas adquiridas
- Niveles de conocimiento de los distintos tipos de aceite de oliva en el mercado
- Fuentes de información sobre alimentos, en general, y aceite de oliva en particular
- Sensibilidad al precio / disposición a pagar
- Identificación de segmentos de mercado según variables sociodemográficas y psicográficas
- Análisis retrospectivo de la compra de aceite, si dejó de comprar aceite volverá a comprar o no

Fuente: [Interempresas](#)

Nuevo módulo del Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial del Aceite de Oliva

El próximo 15 de enero comenzará el módulo "Relación entre características organolépticas y técnicas de elaboración (factores tecnológicos)" que se enmarca en la sexta edición del Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial del Aceite de Oliva (PAAS),



correspondiente a la campaña oleícola 2021/22 y puesto en marcha por la Fundación del Olivar, que finalizará el 18 de junio.

El Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial es un sistema de entrenamiento cualitativo en la cata de aceites de oliva vírgenes dirigido a profesionales del sector oleícola y basado en una metodología de aprendizaje activo de alto rendimiento específicamente desarrollada por la Fundación del Olivar para la asimilación de conocimientos de nivel avanzado.

Basada en la sistemática del "método del caso", el programa PAAS es íntegramente de carácter práctico. Cada muestra o material de referencia constituye en sí misma un caso práctico, a partir de cuyo análisis sensorial se produce la memorización y su correspondiente correlación con las técnicas de cultivo y los procesos de elaboración que han determinado las características organolépticas identificativas de la muestra.

El profesorado está integrado por expertos en valoración sensorial reconocidos a nivel internacional y formado por miembros del jurado de los Premios a la Calidad de Expoliva, Terra Oleum Selección y el Comité Técnico del Salón Internacional del Aceite de Oliva Virgen Extra.

Junto con el profesorado de carácter permanente, también participarán profesionales y productores invitados. Los participantes que hayan asistido a los cuatro módulos que integran el programa y realizado la prueba de evaluación final obtendrán el título del programa Programa de Actualización y Perfeccionamiento en Análisis Sensorial expedido por la Fundación del Olivar.

Los cuatro módulos que integran esta formación se centran en la “Valoración sensorial, estados de maduración del fruto y técnicas de cultivo (factores agronómicos)”; “Relación entre características organolépticas y técnicas de elaboración (factores tecnológicos)”; “Análisis sensorial de aceites de oliva virgen y calidad reglamentada”; y “Cata orientada a la composición de aceites en función de los diferentes mercados objetivo”.

Fuente: [Mercacei](#)



El aceite de oliva, el producto gourmet español más consumido en Colombia

El producto gourmet español más consumido en Colombia es el aceite de oliva, siendo el más popular si se compara con aceites de otras procedencias. El consumo de este producto se considera que está democratizado, al estar bastante expandido por todo el territorio. Sin embargo, el aceite de oliva virgen extra sí conserva esa percepción de producto gourmet siendo consumido por los estratos altos de la sociedad, encontrándose en supermercados y establecimientos especializados, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

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 a yellow liquid. The background is a blurred array of colorful laboratory glassware.