



Somos conscientes del valor de las **materias primas**

Visítenos en



22 - 25 septiembre 2021
Stand 17

La campaña de comercialización de aceite de oliva enfila su último mes en busca del récord de ventas

Los últimos datos provisionales elaborados por la Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA), dependiente del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, referentes al mes de agosto confirman el buen ritmo de comercialización del ejercicio oleícola 2020-2021. En el penúltimo mes de campaña se han vendido 109.550 toneladas, cantidad que se sitúa en la media comercializada en un mes de agosto.

A pesar de registrar un ritmo más lento en las ventas durante julio y agosto, el mantenimiento de las salidas ha permitido sacar al mercado más de 1.507.000 toneladas, por lo que a un mes de cerrar la comercialización, la 2020-2021 es ya la segunda campaña con más aceite vendido del histórico, sólo por detrás del ejercicio récord 2013-2014, cuando se contabilizaron 1.520.300 toneladas. El ritmo medio de salidas durante la campaña sigue a niveles máximos con 137.020 toneladas mensuales.

La 2020-2021 es, por tanto, una campaña sin precedentes en materia comercial, pues se ha vendido más aceite de oliva del producido (1.387.800 toneladas). Como recuerda el presidente del Consejo Sectorial de Aceite de Oliva de Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía, Cristóbal Gallego, “el esfuerzo para abrir nuevos mercados, las acciones de promoción, la apuesta por la calidad y los nuevos formatos han favorecido la fluidez del mercado de aceite de oliva incluso con unos precios superiores a los de la campaña récord”.

A un mes de cerrar ejercicio, Cooperativas Agro-alimentarias de Andalucía está expectante por conocer el aforo realizado por la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación, que se presentará en el marco de la Feria Internacional de Aceite de Oliva Virgen Extra e Industrias Afines (Expoliva) que se celebrará del 22 al 25 de septiembre. Si bien la federación prevé que los datos no serán buenos, dado que las precipitaciones acumuladas en agosto fueron un 25% inferiores al valor normal en Andalucía, así como en parte de Extremadura y de Castilla-La Mancha.

<https://www.agronewscastillayleon.com/la-campana-de-comercializacion-de-aceite-de-oliva-enfila-su-ultimo-mes-en-busca-del-record-de-ventas>



AgroBank

NRI: 3887-2021/09681

Cada humano digiere por año del orden de 25 kg de aceites y grasas, de los cuales, tan solo 450 gramos son aceites de oliva

Comportamiento del consumidor de aceite de oliva en el mundo, España y Andalucía

Juan Vilar, Laura Moreno, Sergio Caño, Juan Vilar Velasco, Isabel Raya, Paloma López y Mar Velasco, equipo humano de Juan Vilar Consultores Estratégicos, www.juanvilar.com, juanvilar@juanvilar.com

15/09/2021

En la actualidad se consumen en el planeta casi 250 millones de toneladas de aceites y grasas animales y vegetales alimentarias, tanto desde la perspectiva del consumo humano y animal, como industrial. En cuanto al destino de dichos aceites y grasas, el 80 por ciento tiene un uso alimentario y el 20 por ciento se destina a la industria de biotecnología, elaboración de biocombustible, etc. Del total, los más consumidos son el aceite de palma, seguido de el de soja y el de colza. Los aceites de oliva, representan el 1,25 por ciento del total de aceites y grasas animales y vegetales alimentarias, con 3,1 millones de toneladas. Este porcentaje es de 1,56 por ciento del total de grasas animales y vegetales con destino a uso alimentario animal y humano, sin tener en cuenta los aceites con destino a consumo industrial. Si se eliminan las grasas animales y sebos de pescado, la proporción que representan los aceites de oliva sobre es de 1,7 por ciento del total de los aceites y grasas vegetales. El consumo per cápita total de aceites y grasas total es de casi 32 kg, de los cuales 25,5 kg tienen destino alimentario y 6,5 kg se destinan a la industria. Es decir, del total de aceites y grasas consumidos en el planeta, 4 de cada 5 kg se destinan al consumo alimentario animal y humano, y 1 kg de ellos se destina a la biotecnología y biocombustibles, principalmente. En total cada humano digiere por año del orden de 25 kg de aceites y grasas, de los cuales, tan solo 450 gramos son aceites de oliva.

Consumo de aceites de oliva y caracterización del consumidor a nivel internacional



A nivel internacional, los aceites de oliva se consumen en todos los países del planeta, es decir en los 198, siendo su consumo del orden de 3,17 millones de toneladas, es decir, aproximadamente 450 gramos por persona y año; de este total, si tenemos en cuenta el sexo, 1,61 millones de toneladas es consumido por varones mientras que las mujeres consumen 1,55 millones de toneladas, por tanto, los hombres consumen más aceites de oliva que las mujeres.

El perfil del consumidor internacional, es en mayor medida varón, consumiendo más aceite de oliva cuando es practicante y perteneciente a religiones como la católica, la islámica o la budista y se acentúa si reside en un país productor de aceites de oliva.

Este señor tiene entre 49 y 75 años, con varios hijos, un nivel de estudios medio o alto, un rango de renta media, adquiere aceites de oliva vírgenes. En su mayor parte lo compra en PET, y en supermercado, y lo usa fundamentalmente como producto crudo para aderezar o añadir a ensaladas, tostadas, etc.

En mayor medida, más del 70 por ciento lo consume dentro del hogar, y cuando lo hace fuera del hogar, donde también consume, suele tomarlo en bares y restaurantes en más de la cuarta parte de las ocasiones. En el ámbito del hogar, los mayores consumidores son familias con hijos que consumen casi el 60 por ciento.

La clase media es la que en mayor medida consume aceites de oliva a nivel internacional, fundamentalmente en los países consumidores, si bien en los que son también productores dicho consumo de aceites de oliva es mucho más homogéneo entre las distintas clases sociales.

Consumo de aceites de oliva y caracterización del consumidor en España

En España se consumen un total de 2,7 millones de toneladas de aceites y grasas animales y vegetales, destinándose el 57 por ciento a uso alimentario, de las cuales aceites de oliva son 550 mil toneladas.

Por tipos de aceites y grasas, la distribución es la siguiente:

- Aceites de oliva: 46%
- Aceite de girasol: 29%
- Aceite de palma y palmiste: 16%,
- Resto de aceites y grasas vegetales y animales: 9%

Por lo tanto, casi la mitad de los aceites y grasas consumidos en España se corresponden con aceites de oliva, teniendo en cuenta colectividades, industria y hogares; en segundo lugar se sitúa el consumo de aceite de girasol.

Segmentado el mercado de forma exclusiva para el consumo de aceites de oliva, los hogares consumen 347 mil toneladas (65%), mientras que las colectividades e industria alimentaria demandan 190 mil toneladas (35%).

Cada español consume un total de 34 kg de aceites y grasas vegetales y animales, de las cuales 21 se destinan a uso alimentario. Todos son aceites vegetales, salvo algo más de 2 kg que son grasas de origen animal.

El consumidor tipo español es un hombre, generalmente de más de 49 años, y que vive en un 56 por ciento en el seno de una familia con hijos. De media consume por año 11,76 kg de aceite, tiene un poder adquisitivo medio, y un nivel académico medio o alto, hasta tal punto de consumir estas categorías más del 80 por ciento de los aceites de oliva consumidos en España.



En cuanto a las categorías de aceites consumidos, consumen más aceite refinado, aunque se está produciendo una equiparación, casi idéntica a los vírgenes, pero aun esta categoría es menos consumida que los aceites de oliva refinados. De forma genérica lo adquiere en PET, ostentando este envase más del 90 por ciento del volumen de aceites de oliva consumidos en nuestro país. En cuanto a su uso, de esos 11,75 kg de aceites de oliva que consumimos, casi 8 los destinamos a condimentar y aliñar alimentos, el resto a asar y freír.

Por motivos de la pandemia casi 1 kg de aceites de oliva consumidos por cada español lo ha adquirido por internet, más de 5 kg en tiendas de cercanía y supermercados, y 3 kg en hipermercados; el resto se adquieren enalmazaras y otro tipo de establecimientos.

De forma genérica, casi 7,7 kg los consumimos en el hogar, y el resto fundamentalmente en bares y restaurantes (1,2 kg), hoteles (0,8 kg), o a través de conservas (0,7 kg), el resto en colectividades o junto con otros alimentos elaborados.

La restauración, es decir, restaurantes, bares, colectividades y demás, demandan del orden de 90.000 toneladas de aceites de oliva al año; le sigue la industria de transformación agroalimentaria, tanto animal como humana, que consumen algo menos de 43.000 toneladas; a la industria conservera se destina algo más de 30.000 toneladas de aceites de oliva; la actividad de panadería, bollería y pastelería demanda unas 20.000 toneladas para su producción; y a la hostelería (hoteles, apartamentos turísticos, campings, alojamientos rurales, albergues, etc.) se destinan más 7.000 toneladas de aceites de oliva al año.

No obstante, de forma adicional, España destina más de 1,5 millones de toneladas de aceites y grasas a la industria química y bioquímica, especialmente para la elaboración de biodiesel, siendo el aceite de palma mayoritario como materia prima.

Consumo de aceites de oliva y caracterización del consumidor en Andalucía

En Andalucía se consumen casi 450 mil toneladas de aceites y grasas, siendo algo menos del 49 por ciento con destino a alimentación. Casi la mitad de dicha cuantía corresponde a aceites de oliva.

En cuanto al consumidor patrón de aceites de oliva en Andalucía, éste consume casi un 10 por ciento más de aceites de oliva que un español medio, es decir, 12,8 kg.

Si hacemos referencia a la edad, este varón, pues los hombres consumen algo más que las mujeres de media, es decir, unos 25 gramos más por año, cuenta con más de 49 años, siendo estos ciudadanos responsables del consumo de casi el 60 por ciento del total de aceites de oliva consumidos en Andalucía.

En cuanto al tipo de núcleo familiar, las familias con hijos suelen consumir más del 45 por ciento del total de aceites de oliva consumidos en Andalucía, siendo en su mayoría de clase media, del orden del 57 por ciento, y con un nivel de estudios medios, siendo este segmento responsable del 46 por ciento del total de consumo de aceites de oliva en dicha comunidad.

En términos de categorías, en este caso son vírgenes el 52 por ciento de los aceites de oliva consumidos en Andalucía, o dicho de otro modo, de cada 12,88 kg de aceites de oliva consumidos por un ciudadano andaluz, 7,7 son vírgenes (6,7 vírgenes extra y 1 virgen), adquiridos en mayor medida en PET, casi 12 kg son adquiridos dentro de este envase. En cuanto al destino que se le da el producto, cada andaluz destina a condimentar y añadir en crudo a alimentos 8 kg de aceites de oliva, los restantes, casi 5, se usan para freír y asar.



Ateniéndonos al lugar de adquisición, cada andaluz adquiere algo más de 1 kg de aceite por internet, casi 6 entre supermercados e hipermercados, y el resto en tiendas de barrio tradicionales,almazaras, restaurantes, hoteles, etc.

Dentro del hogar se consume por persona algo más de 7,7 kg, teniendo un gran peso específico bares y restaurantes, que, por persona, destinan en total algo más de 4,5 kg de aceite a cocinar y condimentar alimentos. En los hoteles cada persona consume también una importante porción de aceites de oliva, algo más de 3 kg por año.

Conclusiones

Para concluir, matizar que existe una relación lineal positiva entre el crecimiento de la superficie de olivar y su consumo, dicho de otro modo, cuanto más crece la superficie de olivar más lo hace el consumo de sus aceites de oliva en el mundo.

El consumo per cápita de aceites de oliva en el planeta es de 450 gramos por persona y año, mientras que en los 66 países que producen aceite de oliva se consumen una media de 560 gramos por persona y año, y en los que no producen tan solo 90 gramos de media. Si bien es cierto que de los 7.762.159.550 habitantes que pueblan el planeta el 70 por ciento residen en los países productores de aceites de oliva.

Con respecto al comportamiento de ambos tipos de ciudadanos en términos de consumo de aceites de oliva, ostentan diferencias claras en varios aspectos. Por norma general los jóvenes de los países productores consumen más aceite de oliva comparativamente con los de los países no productores. Lo mismo ocurre con las clases baja y media, consumiéndose más aceites de oliva en los países productores, y sucede igual con el nivel cultural, en este caso las personas con una formación inferior también consumen más aceites de oliva en estos países que en los no productores.

En términos de uso, se consume menos, porcentualmente, no en valor absoluto, en el hogar en los países productores, que en los segundos. No se destina apenas aceite para usos como freír o asar en los países tan solo consumidores. En definitiva, se hace un uso claramente diferenciado si comparamos unos países con otros. Por lo tanto, y para concluir, existen una serie de circunstancias que determinan las diferencias entre un perfil de país productor de aceite de oliva y uno consumidor.

En primer término, un consumidor de aceites de oliva de un país productor consume per cápita 6 veces más que el de un país no productor. Ello pone de manifiesto que cuanto más se expande la cultura, la filosofía y la superficie de olivar, en la misma medida sucede con el consumo, a mayor producción de aceites, mayor consumo. Y además, el uso es más generalizado en todas las capas de la población en los países productores que en los solo consumidores, por clase social, edad, formación, usos, etc.

Sin embargo, los países productores están ligados a mayor actividad social fuera del hogar, lo que hace que porcentualmente en los países solo consumidores se demande más aceites de oliva dentro del hogar de lo que se hace en los países productores.

Estas son algunas de las conclusiones que se extraen de un estudio realizado por Juan Vilar consultores estratégicos, e impulsado por Caja Rural de Jaén y la Diputación Provincial de Jaén.

<https://www.interempresas.net/Produccion-Aceite/Articulos/358436-Comportamiento-del-consumidor-de-aceite-de-oliva-en-el-mundo-Espana-y-Andalucia.html>



Expertos advierten que las plantaciones intensivas de olivos están contribuyendo a la desertificación en España

El espectro de la desertificación se cierra sobre algunas de las zonas agrícolas más antiguas de España.

Según el gobierno, Andalucía, la región productora de aceite de oliva más grande por un amplio margen y hogar de los olivares más densamente poblados del mundo, se encuentra entre las más vulnerables.

La desertificación siempre ocurre debido a la sobreexplotación humana de un recurso natural con una lenta regeneración de tierras secas, como las aguas subterráneas o la productividad natural.— Gabriel Del Barrio, Investigador, Estación Experimental de Áreas Secas, CSIC

“Gabriel del Barrio, investigador de la Estación Experimental de Zonas Áridas de la Agencia Nacional de Investigaciones Científicas (CSIC) en Almería, dijo al Olive Oil Times.

Ver también: Expertos en riego advirtieron que una quinta parte de Italia corre riesgo de desertificación

Los huertos tradicionales son similares a los bosques vírgenes en que crecen naturalmente en suelo seco con raíces profundas. Sin embargo, los huertos ultra densos tienden a tener raíces poco profundas y siempre están húmedos debido al riego por goteo constante.

Además, los huertos tradicionales pueden incluir árboles centenarios, mientras que los huertos de alta densidad (denominados *Denso* huertos en España) suelen estar formados por árboles que tienen solo unas pocas décadas. Finalmente, los huertos ultra densos (ultra densos) incluyen árboles cuya esperanza de vida promedio no supera los 14 o 16 años.

España es, con diferencia, el mayor productor de aceite de oliva del mundo, pero aún tiene potencial para seguir aumentando rápidamente la producción como resultado de la proliferación de huertos de alta y ultra alta densidad, según Juan Villar, asesor estratégico de el sector de la aceituna.



“España tiene suficientes árboles para lograr, hasta ahora, 2 millones de toneladas de producción de aceite de oliva”, dijo el Olive Oil Times en una entrevista en julio de 2021.

En la temporada agrícola 2020/21, la producción alcanzó 1,4 millones de toneladas. La gran cantidad y alta calidad de los aceites de oliva hacen del país uno de los exportadores de aceite de oliva más importantes del mundo. La gran mayoría de esta producción proviene de los huertos de alta densidad del país.

Sin embargo, el impacto de este tipo de producción en el ecosistema aún no se comprende del todo, según Del Barrio.

“Las consecuencias de estos cambios en los sistemas biológicos del suelo, incluido el parasitismo y el intercambio de agua y energía entre la Tierra y la atmósfera, permanecen prácticamente inexploradas, dijo Del Barrio. “Un problema relacionado son los altos requisitos de riego en áreas naturalmente secas”.

en el informe “Acercándonos a los costes del olivar”, informó recientemente el diario El Mundo, la Asociación Española de Municipios Oleícolas (AEMO) informó que el olivar tradicional representa el 71 por ciento de toda la tierra dedicada al olivar con una superficie total de 2,5 millones de hectáreas. El 49 por ciento se considera mecanizado, mientras que el 22 por ciento debe cuidarse manualmente.

Sin embargo, los costos de manejo y mantenimiento de huertos tradicionales en un mercado dominado por huertos de alta densidad y alta densidad son tan altos que los propietarios están en proceso de abandonar 130.000 hectáreas de huertos, y otras 500.000 hectáreas se consideran en riesgo de abandono.

Mientras que cosechar un huerto tradicional puede costar entre 0,20 € y 0,25 € por kilogramo de aceitunas, para los huertos de alta densidad el coste puede ser tan bajo como 0,05 € o 0,06 €, según una estimación de Almazaras de la Subbética, citada por El Mundo.

Determinar las causas y los efectos de la transformación del suelo son los primeros pasos para comprender cómo los factores sociales, económicos y ambientales contribuyen a la tendencia actual, dijeron los investigadores. La desertificación es la causa y la degradación de la tierra es el resultado.

Según científicos españoles, el 20 por ciento de la tierra del país está actualmente degradado debido a los cambios climáticos y sociales que llevaron a la desertificación en el pasado.

“Este es el declive histórico asociado, por ejemplo, con la deforestación debido a las industrias mineras en 19^{NS} siglo o a la posterior expropiación de tierras de la Iglesia a finales del siglo XIX^{NS} siglo 20^{NS}Del Barrio dijo:

Según los investigadores del CSIC, este tipo de paisaje es bastante estable y no genera problemas ambientales, aunque necesita restauración.

“Otro 30 por ciento de la tierra es improductiva y tiene baja biomasa, dijo del Barrio, lo que puede considerarse una degradación moderada”.

Al mirar todo el territorio del país, solo el 30 por ciento de la tierra no está actualmente sujeta a la desertificación o está en riesgo de este fenómeno.

“La desertificación casi siempre es causada por la sobreexplotación humana de un recurso natural con una lenta regeneración de tierras secas, como las aguas subterráneas o la productividad natural”. “Por lo general, se desencadena en una ventana de tiempo de



oportunidad asociada con una oscilación climática favorable, como un período lluvioso, o un desarrollo tecnológico, por ejemplo, una extracción más eficiente de agua subterránea. “

En este escenario, “Los lugareños ajustan sus esfuerzos y economía con un período efímero y quedan atrapados cuando el recurso explotado está en riesgo, ya sea porque el clima fluctúa al extremo opuesto, o porque el recurso no soporta este ritmo de extracción”, agregó Del Barrio. “Esta es la esencia de la desertificación y es lo que causa la degradación del suelo”.

Sin embargo, los investigadores encontraron que solo el uno por ciento de la tierra está sufriendo una degradación activa, un porcentaje que dicen es similar al que se puede encontrar en muchas otras regiones del mundo, como el noreste de Brasil, China y el norte del Magreb, entre otras.

“Sin embargo, es importante entender que se están sobreexplotando sitios similares”, dijo Del Barrio. “Actúan como agujeros negros en el paisaje circundante, a los que se exportan perturbaciones ambientales como el agotamiento de los acuíferos, inundaciones repentinas, aislamiento de la gestión convencional y más.”

Partes de Levante, las Islas Canarias, el sur de La Mancha, el Valle del Ebro y partes de Extremadura y el Mar del Olivo en Andalucía están sufriendo una desertificación activa.

Otras regiones, incluidas Murcia y Huelva, también están en camino de unirse a la lista si nada cambia.

Teresa Ribera, ministra de Transformación Ambiental y Desafío Demográfico de España, dijo al Financial Times. “España es el país de la Unión Europea con mayor riesgo de desertificación”, dijo, y agregó que el gobierno anunciará una nueva estrategia para combatir este fenómeno en los próximos meses.

Una de las razones de la rigurosa evaluación de Ribera es que la degradación de la tierra causada por la desertificación es casi irreversible en escalas de tiempo humanas porque los ecosistemas de esas regiones se han simplificado mucho y carecen de resiliencia frente a cambios significativos en el medio ambiente.

Los investigadores están trabajando para identificar estos “Límites de irreversibilidad”, que permitirá a los agricultores, científicos y políticos tomar medidas antes de que se alcance un punto de inflexión. Sin embargo, muchas otras áreas afectadas pueden restaurarse mediante la reforestación u otros programas que mejoren la biodiversidad.

“Las posibilidades de que el sitio permanezca degradado, se recupere o acepte un reembolso dependen en gran medida del estado inicial, dijo Del Barrio. “Por eso creemos que los mapas de estado de la tierra, que representan todos los estados de madurez ambiental y no solo los estados degradados, son una gran herramienta de planificación para gestionar la conservación y restauración del paisaje”.

“Por lo tanto, la solución es un enfoque de seguimiento cuidadoso. “Esto se puede hacer utilizando la teledetección de la superficie de la Tierra para evaluar el progreso o la regresión de la degradación de la tierra, y varias iniciativas internacionales han tenido éxito en esta línea.”



“Paralelamente, los procesos sociales y económicos que apoyan la desertificación pueden servir como modelo matemático, y aún están en proceso, para explorar la sostenibilidad y la resiliencia a largo plazo en escenarios cambiantes”, continuó Del Barrio.

Según los investigadores, el desafío es vincular ambos enfoques.

“Esto significa formalizar las reacciones entre el pasado, las tierras degradadas y el presente, y los procesos de desertificación”, dijo Del Barrio. “Estos comentarios son bien conocidos, por supuesto, pero deben codificarse en sistemas apropiados de apoyo a las decisiones, y eso es lo que mantiene ocupada a una gran parte de la comunidad científica”.

Otras opciones que pueden jugar un papel para los productores de aceitunas provienen del descubrimiento “Un equilibrio adecuado entre manejo intensivo e intensivo, dejando en el medio la tierra sin usar”, dijo Del Barrio.

“Por ejemplo, los invernaderos en Almería ocupan una cantidad de terreno relativamente pequeña en comparación con su rendimiento productivo. “Si bien ese uso de la tierra causa sus propios problemas y, de hecho, es uno de los escenarios de desertificación que hemos explorado, la concentración de la producción en estas áreas deja una gran área remota en un estado natural o seminatural”.

“Por lo tanto, debemos evitar dicotomías bipolares como el bien tradicional frente al malo, que engañan a las melenas ecológicas simplistas”, concluyó del Barrio. “Nuestra sociedad es compleja y las soluciones deben basarse en un equilibrio dinámico en lugar de escenarios ideales”.

<https://www.exabeta.com/expertos-advierten-que-las-plantaciones-intensivas-de-olivos-estan-contribuyendo-a-la-desertificacion-en-espana/>



La industria oleícola pide un nuevo sistema de catalogación del aceite de oliva

La [Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles \(Anierac\)](#) y la [Asociación Española de la Industria y Comercio Exportador de Aceite de Oliva \(Asoliva\)](#) ha pedido un sistema de catalogación del aceite de oliva diferente al actual, el cual “pone en peligro la estabilidad y la reputación de ese producto”.



Ambas asociaciones han publicado un informe sobre los 'falsos mitos' relacionados con el aceite de oliva virgen español.

En el estudio consideran “esencial que la catalogación del aceite de oliva se efectúe teniendo en cuenta conjuntamente todas las pruebas realizadas, tanto organolépticas como fisicoquímicas”.

Ambas asociaciones han destacado en un comunicado que el oliva virgen, que aporta un 40 % de los más de 4.000 millones de euros anuales que genera el sector del aceite de oliva para la economía nacional, necesita mejores sistemas de valoración que los vigentes o, al menos, otros complementarios.

Entre las medidas suplementarias, el sector reclama una cata oficial previa a su envasado, cuyos resultados tengan una vigencia legal de un año, con vistas a reducir la inseguridad jurídica y añadir garantías a los consumidores. Durante ese tiempo, según la propuesta, se practicarían controles periódicos para verificar la autenticidad del producto distribuido, de forma que el aceite en el mercado sea el mismo que se analizó en su día.

El informe recoge lo que denominan falsos mitos, como el de que en los supermercados se encuentra en ocasiones aceite de oliva falso, a lo que el sector responde que “no existe fraude, sino discrepancias de valoración subjetiva entre distintos paneles, aun siendo todos oficiales”.

También critica la idea de que los paneles de cata son “infalibles”, ya que numerosas investigaciones han puesto en evidencia que “son habituales los casos en los que una misma muestra presenta diferencias en la clasificación, en función del panel que la valore”.

<https://www.interempresas.net/Produccion-Aceite/Articulos/366752-La-industria-oleicola-pide-un-nuevo-sistema-de-catalogacion-del-aceite-de-oliva.html>





El aceite de oliva envasado español en peligro

Anierac y Asoliva reclaman medidas suplementarias en la catalogación comercial

Olimerca.- El aceite de oliva virgen español necesita mejores sistemas de catalogación y valoración que los vigentes o, al menos, otros que los complementen. Por esta razón, el sector envasador y exportador representado por las asociaciones ANIERAC y ASOLIVA reclama medidas suplementarias como una cata oficial previa a su envasado y cuyos resultados tengan una vigencia legal de un año. De esta manera, se añadirían garantías a los consumidores y, a la vez, reduciría la inseguridad jurídica y la incertidumbre que conlleva un proceso tan subjetivo como el del análisis organoléptico.

Según se recoge en el informe “Los falsos mitos sobre el aceite de oliva virgen español”, elaborado ANIERAC y ASOLIVA, el documento pone de relieve que falsos mitos, fomentados por un método de categorización intrínsecamente subjetivo y estudios periódicos desmesurados, enturbian la imagen de uno de los emblemas de Marca España.

El sector propone que se permita al operador que introduce el aceite de oliva en los canales de venta contar con un aval en su responsabilidad mediante “una cata oficial realizada al producto antes de su envasado

El primero de ellos es el de la falsa creencia de que en los lineales de los supermercados se encuentra en ocasiones aceite de oliva falso. “No existe fraude –afirma tajantemente-, sino discrepancias de valoración subjetiva entre distintos paneles, aun siendo todos oficiales”. Resulta esencial, apunta, que “la catalogación del aceite de oliva (virgen o virgen extra) se efectúe teniendo en cuenta conjuntamente todas las pruebas realizadas, las organolépticas y las fisicoquímicas”.

También está extendida, sin ninguna base real, la idea de que “los paneles de cata son infalibles”. Sin embargo, reiterados estudios e investigaciones ponen en evidencia que “son habituales los casos en los que una misma muestra presenta diferencias en la clasificación, en función del panel de cata que la valore”.

Otra creencia falaz es la de que “no hay alternativas al panel de cata”. Desde luego, se está avanzado en metodologías científicas objetivas que acaben con estas incertidumbres o, cuanto menos, las palién. Estas propuestas están orientadas a complementar y elevar el nivel técnico y la objetividad de los sistemas de clasificación de las categorías del aceite comercializado –y sobre todo del AOVE–.

Pero mientras, el sector unánimemente demanda a las administraciones una aplicación que ofrezca garantía jurídica a los operadores como sería el del sometimiento a los aceites de oliva vírgenes a una cata previa antes de su envasado y comercialización y que, en caso de ser apta, tenga una validez de 12 meses. De esta manera se obtendría una doble mejora:

1. Una garantía más sólida al consumidor que dispondría de aceites con procedencia de lotes catados por paneles oficiales en la distribución.
2. Una mayor seguridad jurídica a los operadores de la cadena de suministro pues gracias a la trazabilidad y cata previa podrían garantizar las buenas prácticas y calidad de los aceites a la hora de ser envasados.



Es interesante destacar los nuevos estudios que avanzan en perfilar una metodología científica y equilibrada –conocida como “nariz electrónica”- que complemente los paneles-test.

Propuesta del sector

Ante este trance, el sector ha propuesto a la Administración que se permita al operador que lo introduce en los canales de venta contar con un aval en su responsabilidad mediante “una cata oficial realizada al producto antes de su envasado, cuyos resultados deberían tener una vigencia legal de un año”. Durante este plazo de tiempo, indica, “se practicarían controles periódicos para verificar la autenticidad del producto distribuido: que el aceite en el mercado sea el mismo que en su día se analizó”. Así se mejoraría más, si cabe, la calidad al tiempo que se reforzaría la seguridad jurídica. “Sería una solución temporal porque esta como cualquier otra cata adolecería de los mismos defectos”, concluye.

La búsqueda de un método científico de evaluación preciso también es una prioridad. La Organización Interprofesional del Aceite de Oliva Español, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y las comunidades autónomas, especialmente la Junta de Andalucía, han impulsado durante los últimos seis años proyectos de investigación e innovación “con el objeto de desarrollar tratamientos de datos a partir de señales instrumentales que puedan proporcionar al panel test un plus de objetividad”. Se trata de perfilar una metodología científica y equilibrada –conocida como “nariz electrónica”- que complemente o sustituya la de los paneles-test.

<https://www.olimerca.com/noticiadet/el-aceite-de-oliva-ensvasado-espanol-en-peligro/14f16c355d6dd403e645ce82544856ab>



Planas asegura que las nuevas medidas de control acabarán con el fraude en el aceite de oliva

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ha asegurado en el pleno del Senado que las medidas de control que recoge la nueva norma de calidad del aceite de oliva harán que desaparezcan fraudes en el sector.



Así lo ha afirmado en respuesta a una pregunta del senador socialista José Latorre sobre las acciones que lleva a cabo el Gobierno en torno a la calidad y la trazabilidad del aceite de oliva.

Planas ha citado [el decreto sobre las normas de calidad del aceite de oliva y del orujo de oliva](#), aprobado el pasado 31 de agosto por el Consejo de Ministros, con el objetivo de potenciar la calidad del producto y mejorar la reputación del sector.

“Tanto los elementos de trazabilidad como el plan de control que hemos establecido desde el Ministerio nos permitirán que desaparezcan fraudes que han existido en el sector en el pasado”, como las **mezclas de aceites de varias campañas o de diferentes calidades**, ha destacado.

El ministro ha precisado que, aunque esas prácticas fueran puntuales, perjudicaban al sector.

En ese sentido, ha defendido una norma que busca mantener la calidad y favorecer el prestigio del aceite para que los olivaderos incrementen sus ingresos, la industria gane en valor y los consumidores tengan garantizado **un producto “de primera calidad”**.

También ha recordado que España es líder mundial en producción de aceite de oliva, con 1,38 millones de toneladas este año, lo que se traduce en trabajo para unos 350.000 olivaderos, 15.000 empleos en la industria oleícola y 32 millones de jornales.

Tras la mala campaña anterior, el Gobierno planteó diez medidas para avanzar en la regulación de la oferta, la promoción del consumo y la exportación, la calidad y la diferenciación, y la Política Agraria Común (PAC), según Planas.

En relación con la PAC, el titular de Agricultura ha resaltado **el nuevo programa específico del olivar tradicional**, que tiene en cuenta los costes y las necesidades distintos de este tipo de producción.

El senador socialista, por su parte, ha puesto de relieve el compromiso del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) con el sector oleícola y le ha pedido que “continúe por esa senda y siga siendo su **gran aliado**”, después de las medidas anunciadas para el olivar tradicional y para garantizar la calidad del aceite de oliva.

<https://www.efeagro.com/noticia/planas-control-fraude-aceite-oliva/>

The infographic is divided into four main sections. The first section, 'ANÁLISIS DE ACEITE DE OLIVA', features a close-up of olive oil being poured from a white funnel and mentions accreditation by ENAC and recognition by COI. The second section, 'ANÁLISIS DE ACEITUNA', shows a basket of olives and states it is the 'Único laboratorio con acreditación ENAC para la técnica NIR'. The third section, 'ANÁLISIS AGRONÓMICOS', includes a photo of an olive grove and lists services for soil, leaves, and water analysis. The fourth section, 'LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO', features the OLIVARUM logo (a stylized olive tree) and lists various accreditation logos (ENAC, IAC, etc.) and a recognition by COI for olive and olive pomace analysis.



¿Tiene fecha de caducidad el aceite de oliva?

Te respondemos esta pregunta con la colaboración de los técnicos de la D.O. Sierra Mágina ¿Tiene fecha de caducidad el aceite de oliva? Esta es una pregunta recurrente entre todos los consumidores cuando compran su aceite de oliva en origen ya sea en cooperativas, almazaras o entidades oleícolas como las inscritas la Denominación de Origen Sierra Mágina. Ese aceite virgen extra que sale, directamente, de los depósitos «no caduca», en el sentido de que nunca va a perjudicar la salud del que lo tome, pero con el tiempo sí se produce una merma de sus cualidades organolépticas, es decir pierde su sabor y olor inicial que lo caracterizan como virgen extra.

De acuerdo a la variedad de aceituna, los aceites de oliva virgen extra se mantienen más o menos tiempo. Según los estudios científicos realizados, los AOVES obtenidos de aceituna picual (característica en Sierra Mágina y en casi toda la provincia de Jaén), por su alto contenido en polifenoles que es un antioxidante natural, es el aceite más estable y resistente a la oxidación y al enranciamiento, siéndolo muchos menos los aceites Arbequina, Hojiblanca o Picudo.

Por regla general, un aceite picual mantendrá durante un año sus cualidades organolépticas, por lo que lo aconsejable es consumirlo dentro de la campaña en la que se haya producido. También puede aparecer este defecto si rellenamos envases de aceite para uso doméstico sin haberlos limpiado.

Por tanto, un aceite de oliva virgen extra no lleva fecha de caducidad pero sí debe de llevar la de consumo preferente, que se refiere al tiempo durante el cual mantendrá sus atributos y cualidades organolépticas. Una vez pasada la fecha de consumo preferente, desaparece la responsabilidad del productor de garantizar que el contenido del envase es realmente virgen extra, y seguramente su valoración organoléptica se corresponderá con un aceite virgen. Lo más posible es que en ese momento haya aparecido algún defecto organoléptico como el rancio, que se produce por el paso del tiempo. Pero, puede utilizarse sin ningún problema para cocinar o freír, siendo igualmente saludable. Lo que sí recomendamos es que para uso en crudo y aliño siempre empleemos un aceite virgen extra que sea de la campaña correspondiente al momento en que estemos.

Por eso es muy importante, y cada vez más frecuente, que en las etiquetas de los aceites se indique la campaña en la que el aceite se ha producido, especialmente cuando se compra en el mes de Diciembre-Enero, para que el consumidor pueda saber si el aceite es “fresco” o ya lleva un año elaborado.

Aunque el aceite de oliva virgen extra picual, la variedad presente en la mayoría de los AOVES de la provincia de Jaén, sea estable, los consumidores deben mantener unas condiciones mínimas para su conservación. Puesto que los principales enemigos del aceite son la luz y el calor, lo aconsejable es comprar envases que sean opacos y mantenerlos alejados de luz, el calor, la humedad y los olores. Un lugar ideal para guardar el aceite es en un armario en su caja original, especialmente si el envase es de plástico o cristal transparente.



En conclusión, recomendamos consumir el aceite virgen extra dentro de la campaña en la que se elaboró para disfrutar al máximo de su sabor, pero sí les sobra no hay problema ninguno porque no va a ser negativo para la salud, lo que sí pueden hacer es destinarlo a cocina y fritura. Los aceites de cosecha temprana aguantan más el paso del tiempo que los virgen extra más normales.

https://www.cope.es/emisoras/andalucia/jaen-provincia/jaen/oliva360/noticias/tiene-fecha-caducidad-aceite-oliva-20210914_353100



Una apuesta sectorial por la calidad
DESCUBRE AQUÍ EL PROYECTO