

# Newsletter INFAOLIVA

*Recopilación de noticias del sector*

*4 de julio de 2024*



## HOY ES NOTICIA:

JORNADAS



Los nuevos precios del aceite de oliva tras la bajada del IVA: solo en un supermercado es más caro.

Primitivo Fernández (ANIERAC): “Una gran parte de los españoles sigue manteniendo su fidelidad al aceite de oliva”.

El 'Financial Times' alerta del gran cambio invisible de la crisis del aceite de oliva en España.

Consumo amenaza a los "súper": serán "perseguidos y sancionados" si inflan sus márgenes gracias a la rebaja del IVA.

La DOP Montes de Toledo y Eurocaja Rural forman a nuevos técnicos de almazara.



# Los nuevos precios del aceite de oliva tras la bajada del IVA: solo en un supermercado es más caro

A raíz de la bajada del IVA del aceite de oliva, que desde este mes de julio pasa a ser temporalmente del 0%, la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) ha realizado un seguimiento sobre los precios de este producto en las principales cadenas de distribución del país. Con este estudio, la organización perseguía un objetivo doble: por un lado, demostrar que, efectivamente, los supermercados han rebajado los precios conforme a la bajada del IVA (alrededor de 50 céntimos por litro); pero, por otro, dejar en entredicho a aquellos establecimientos que no lo han hecho.

Tan solo tres días después de aplicarse la medida, la organización concluye que, por lo general, casi todas las cadenas de supermercados han trasladado correctamente la rebajada del IVA al precio del aceite de oliva. De las 8 cadenas radiografiadas (Ahorramas, Alcampo, Carrefour, Dia, El Corte Inglés, Lidl, Mas, Mercadona), únicamente una no ha cumplido con las expectativas: Ahorramas.

Para averiguarlo, OCU ha seleccionado una muestra de aceites de oliva de distinta categoría, tanto de marcas blancas como de primeras marcas (Carbonell, Maestros Hojiblanca); después, ha comparado el precio medio en el mes de junio, con el precio que tenía ese aceite el 1 de Julio, fecha de entrada en vigor de la rebaja del IVA al 0% aprobada de forma reciente por el Gobierno.

De esta manera, ha constatado que (con la excepción de Ahorramas), todos los supermercados han aplicado la rebaja, y hoy resulta más barato comprar aceite de oliva. El descenso se ha notado de manera más sensible en el aceite de oliva suave de marca blanca, donde se acerca a los 90 céntimos por litro menos. En el resto, la bajada está en torno a los 50 céntimos, tal y como se esperaba. Alcampo es la cadena de supermercados que más ha bajado sus precios, con 1,41 euros por litro de media.

## Qué ha pasado en Ahorramas

En cambio, en Ahorramas ha subido de media 1,79 euros. Según explica la organización, la subida tiene que ver con la desaparición de ofertas vigentes en junio. De hecho, la propia compañía involucrada ha corroborado esta hipótesis.



Ahorramas indica que la subida de precio ha estado provocada por una promoción que finalizó el 27 de junio (tres días antes de la entrada en vigor de la bajada del IVA), y subrayan que el precio por litro de aceite de oliva de su marca blanca Alipende pasó de los 8 euros el 28 de junio a los 7,60 euros el 1 de julio, cuando entró en vigor la supresión del IVA.

### Precios medios del litro de aceite de oliva

En euros

Supermercado	Precio junio 2024	Precio julio 2024	Diferencia julio-junio
Ahorramás	9,06	10,85	1,79
Alcampo	11,30	9,89	-1,41
Carrefour	11,88	11,33	-0,55
Día	10,43	9,93	-0,50
El Corte Inglés	11,59	10,87	-0,72
Lidl	8,82	8,39	-0,43
Más	9,12	8,48	-0,64
Mercadona	8,83	8,41	-0,42

Fuente: OCU elEconomista.es

Fuente: [El Economista](#)

**El mejor socio para maximizar el rendimiento de tu olivar**

KUBOTA SIEMPRE CONTIGO

5 AÑOS DE GARANTÍA

For Earth, For Life Kubota

les.kubota-es.com / @kubotaspain / #kubota



# Primitivo Fernández (ANIERAC): “Una gran parte de los españoles sigue manteniendo su fidelidad al aceite de oliva”

Las dos últimas campañas han sido especialmente relevantes para los mercados de los aceites de oliva y del resto de aceites vegetales comestibles. La campaña 2022/2023 ha sido la de menor producción de aceites de oliva del siglo. Esta escasez ocasionada por el cambio climático, especialmente la sequía, y otros factores que afectaron al mercado y sus insumos, nos han llevado a un contexto de consumo de aceite que ha experimentado algunas variaciones en el mercado interior.

Considerado un pilar fundamental de la base de la dieta mediterránea, el aceite de oliva ha mantenido su posición como un elemento esencial en los hogares españoles. Su sabor característico, sus beneficios para la salud y su importancia en la cocina mediterránea han llevado a que, a pesar de los precios que alcanzó en estas dos últimas campañas, muchos españoles sigan siendo fieles al aceite de oliva. En concreto, según nuestros datos, en la campaña 2022/2023 pusimos en el mercado 268 millones de litros frente a los 308 de la anterior.

Sin embargo, hemos observado tendencias al alza en otros aceites, como el de orujo, el de girasol y el refinado de semillas. El aceite de orujo de oliva ha experimentado un incremento notable en sus ventas. En la campaña 2022/2023 salieron al mercado nacional más de 19 millones de litros frente a los 14 millones de la 2020/2021. Esta tendencia continúa acentuándose en la campaña actual, que con datos de los seis primeros meses apunta a un crecimiento del 72% respecto a la anterior.

El aceite de girasol, por su parte, ha sido el aceite vegetal más consumido, después de las variedades de oliva. Durante el primer semestre de la campaña 2023/2024, los datos acumulados de los principales aceites vegetales (girasol, semillas, colza y soja) han alcanzado la cifra total de 193,57 millones de litros, un 16,78% más que en el mismo periodo de la campaña anterior, liderados por el de girasol con incremento del 24,47%. El resto de variedades (semillas, colza y soja), sin embargo, presentan una tendencia negativa con un descenso de 7,11%; 15,14%; y un 63,67% respectivamente.



**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@grupooleicolaen.com

A pesar de este cambio en las preferencias, el consumo nacional de todas las calidades de aceites se ha mantenido más o menos estable.

En estas últimas campañas, el mercado de aceites vegetales en España ha experimentado cambios significativos, reflejando la compleja dinámica del sector y la evolución en el comportamiento de los consumidores en respuesta a ello. A pesar de los desafíos, una gran parte de los españoles siguen manteniendo su fidelidad al aceite de oliva, arraigado en la cultura mediterránea. Esto sugiere que el consumidor conoce las propiedades y beneficios de toda la familia de aceites. Como hemos visto, se ha observado un trasvase de un porcentaje de consumidores hacia alternativas más económicas, como el aceite de orujo y el aceite de girasol.

En última instancia, estos cambios destacan la amplia variedad de opciones disponibles en el mercado y la capacidad de los consumidores para adaptarse a nuevas tendencias y necesidades, destacando por encima de estos cambios su fidelidad a los aceites de oliva.

Fuente: [Revista Almaceite](#)

## El 'Financial Times' alerta del gran cambio invisible de la crisis del aceite de oliva en España

Los altos precios que tiene el aceite de oliva en España, pese a la supresión temporal del IVA, no solo se ha traducido en un desplome más que significativo respecto al consumo. Según The Financial Times, muchos consumidores han empezado también a reconsiderar el uso de uno de los ingredientes más preciados de la dieta mediterránea.

"Desde hace seis u ocho meses empezamos a notar que cuando el precio supera los 8 euros por litro, la gente consume menos o, en su lugar, recurre a aceites de semillas", dice Ignacio Silva, el director ejecutivo de Deoleo, el mayor vendedor de 'oro líquido', respecto al descenso de las ventas y sobre el cambio de hábitos que están adoptando los consumidores para mitigar el impacto que está teniendo la sequía en sus cosechas.



Las sequías y olas de calor, cada vez más pronunciadas por culpa del cambio climático, han afectado a la producción de aceite de oliva en España, el mayor productor mundial, y también en los olivares de otras potencias como son Italia o Grecia. En las últimas dos campañas, de acuerdo con el consultor Juan Vilar, la producción mundial de aceite de oliva apenas alcanzó los 2,4 millones de toneladas, una cifra que no llega para cubrir la demanda anual de aceite de oliva, aproximadamente 3,2 millones de toneladas.

## Cambio en los hábitos del consumo

En España, respecto al primer cuatrimestre de 2023, los consumidores han reducido la compra de aceite de oliva en un 22%. Una cifra que se eleva hasta el 30% si nos vamos un año más atrás, en 2022, cuando empezaron a subir los precios del 'oro líquido'. Y este descenso tiene sus consecuencias en la forma en la que lo consumimos: "Cuando el aceite de oliva está caro, la gente es más cuidadosa cuando lo usa. Así que una botella que antes duraba una semana, ahora dura dos", señala el CEO de Deoleo, Ignacio Silva.

Mientras, los agricultores españoles esperan que, tanto la lluvia que ha caído en primavera como las temperaturas más moderadas que se están registrando este verano en España, les permita obtener mejores resultados en la cosecha que se recoge de octubre a enero, especialmente en el sur del país, donde el peso que el sector del aceite y la aceituna de mesa tiene dentro de la economía es crucial.

Mientras llega la nueva cosecha de aceite de oliva y una posible bajada del precio en los supermercados, el mayor vendedor del mundo de este producto ha estado importando aceite de oliva de Argentina y Chile para cubrir la falta de stock, aunque no ha podido evitar el aumento de los precios. A pesar de ello, Deoleo ha mantenido sus márgenes de beneficio, trasladando el 90% del aumento de costos a los consumidores, hasta anotarse un beneficio neto de 30 millones de euros en 2023.

Fuente: [HuffPost](#)



**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

# Consumo amenaza a los "súper": serán "perseguidos y sancionados" si inflan sus márgenes gracias a la rebaja del IVA

La nueva prórroga de la rebaja del impuesto sobre el valor añadido (IVA) de alimentos básicos y la eliminación de este impuesto sobre el aceite de oliva entró en vigor hace apenas unos días. No obstante, algunas asociaciones de consumidores han denunciado a supermercados, puesto que estos podrían haber subido los precios de estos productos, como en el caso del oro líquido, pese a la rebaja que perdurará hasta el próximo 1 de octubre. Ante este escenario, el ministro de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, Pablo Bustinduy, ha amenazado a las cadenas de supermercados: si "alguien" está utilizando la rebaja del IVA para inflar sus márgenes de beneficios, "eso debe ser perseguido y sancionado".

En este contexto, Bustinduy ha explicado que el Decreto Ley de protección de los consumidores, que es una prórroga del que se aprobó cuando la guerra de Ucrania, "prohíbe expresamente que las rebajas del IVA en productos esenciales se trasladen a los márgenes de precios". "Esto está prohibido", ha defendido en una entrevista en el programa 'La Hora de La 1' de TVE.

"Hay que investigarlo y, en el caso en el que alguien esté incumpliendo la ley y utilizando esa rebaja del IVA para inflar sus márgenes de beneficios, eso debe ser perseguido y sancionado. Y, desde el Ministerio de Consumo, desde nuestras competencias, que es lo que podemos hacer, vamos a hacer todo lo que esté en nuestra mano para ello", ha sostenido.

Asimismo, el ministro de Consumo ha recordado que ya se abrió una investigación para cerciorarse de que esto no estaba sucediendo. "El problema que tenemos es que nuestras competencias solo afectan al último eslabón de la cadena, que son los supermercados", ha explicado.



"Lo que hay que hacer es investigar qué pasa desde el origen —el productor en el sector primario— hasta el supermercado, porque hay muchos eslabones intermedios", ha detallado Bustinduy, y que, por este motivo, tiene que intervenir el Observatorio de la Cadena Alimentaria.

El titular de Consumo ha tachado de "inaceptable" que en España haya productores que estén vendiendo muchas veces en el sector primario por debajo de sus costes de producción; a la vez que hay familias que dejan de comprar aceite de oliva porque no pueden asumir su coste. "Algo está fallando ahí", ha avisado Bustinduy, quién asegura que "el problema está a lo largo de toda la cadena", por lo que Consumo ha abierto una investigación dentro de sus competencias.

### IVA del aceite de oliva al 0%

El IVA del aceite de oliva bajó a partir de este lunes 1 de julio al 0% y se mantendrá suprimido hasta el 30 de septiembre, para después elevarse al 2% hasta finales de año. A partir de 2025, el aceite de oliva pasará a formar parte del grupo de alimentos básicos con un tipo de IVA superreducido, del 4%.

El Gobierno también ha decidido mantener la rebaja del IVA al 0% de los alimentos básicos, como el pan, huevos, verduras o fruta, hasta el 30 de septiembre. Asimismo, el 1 de octubre se elevará el tipo al 2% hasta diciembre, coincidiendo con que la previsión de la inflación de los alimentos durante el último trimestre se va a ver moderada a la baja.

Fuente: [La Razón](#)

## La DOP Montes de Toledo y Eurocaja Rural forman a nuevos técnicos de almazara

La última edición del programa formativo Técnico de Almazara, desarrollado por la DOP Montes de Toledo y la Fundación Eurocaja Rural, ha formado a 22 nuevos profesionales a lo largo del mes de junio.



Se trata de una iniciativa dirigida a personal de almazaras y a personas graduadas en estudios relacionados con el sector agroalimentario.

Conscientes de la importancia que tiene el sector agroalimentario, tanto Fundación Eurocaja Rural como DOP Montes de Toledo pretenden con este programa hacer más competitivo un área vital para la cohesión socioeconómica de nuestras zonas rurales, dotando a sus profesionales de todos los recursos y herramientas necesarios sobre los principales ejes de trabajo del sector.

El curso se ha impartido de la mano de profesionales de almazaras de la DOP Montes de Toledo y de otras zonas no amparadas por la DOP, de cooperativas de ámbito privado y nuevos emprendedores en el sector oleícola.

El alumnado ha podido formarse en contenidos como sistemas de recolección, molienda, criba, batido, envasado o condiciones óptimas de conservación del aceite, impartidos por un amplio claustro de expertos profesores.

### **Novedad**

Este año, como novedad, se ha combinado la formación teórica y práctica. Las prácticas se han llevado a cabo en la Cooperativa San Sebastián de Madridejos, en el Laboratorio de Eurocaja Rural, y en la Cooperativa Ntra. Sra. de la Antigua (Mora), donde se realizó el acto de clausura.

Fuente: [Olimerca](#)

