


 INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR  
**Mercacei**  
 SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

**E**ditorial

Evalúan el estrés en patrones de olivo para hacerlo más resistente al cambio global  
pág.13

Tormenta perfecta en el aceite de oliva  
pág.16

La WOEE supera expectativas con más de 4.000 visitantes de 82 países  
pág.20

El colectivo médico español recomienda el AOVE como mejor materia grasa para la alimentación humana  
pág.21

Freir con aceite de oliva virgen mejora el perfil nutricional del alimento frito  
pág.22

Andalucía vigilará que se cumple la prohibición de las aceiteras rellenables  
pág.23

## Y el postureo llegó a la cata

Por Pandora Peñamil Peñafiel

**Y**a lo venían avisando los profesionales de la cata desde hacía meses. Con la proliferación de concursos a la calidad del AOVE -brotan como setas últimamente- han llegado también para quedarse las catas express desde casa, la ausencia parcial -o total- de rigor y, en definitiva, el *postureo* y el *business*. Es más que evidente que el número de concursos y competiciones de aceite de oliva virgen extra crece sin parar en los últimos años, a menudo bajo el paraguas de las más *glamorous* ciudades y capitales del mundo, cuyo nombre se emplea como señuelo para captar la atención de los productores e incrementar exponencialmente el volumen de muestras presentadas a concurso, tal y como asegura la catadora griega María Katsouli en el artículo que publicamos en la página 4 de esta publicación. Un *maremágnum* que no hace sino generar confusión en un sector que se divide entre quienes asisten a este fenómeno con cierto escepticismo y aquellos que se presentan masivamente a este tipo de certámenes, como denuncia M<sup>a</sup> Paz Aguilera, otra reputada profesional de este sector. Hace ya un tiempo, quisimos trasladar esta creciente preocupación al mayor experto en concursos de aceite de oliva virgen extra a nivel mundial, el catador alemán Heiko Schmidt, creador del prestigioso ranking “World’s Best Olive Oils” (WBOO), quien nos contestó tajante: “En muchos de los concursos



grandes, los productores se aseguran una medalla -o la compran- simplemente abonando la cuota de participación”. Esa es la razón principal por la que acaba de presentar las novedades de su ranking anual y no ha incluido ninguno de los nuevos concursos, ya que “no querían comprometerse a aplicar los criterios mínimos definidos que se basan en las normas del COI, que son necesarios e imprescindibles para ofrecer garantías y seguridad al consumidor”, en palabras del experto alemán.

Schmidt, que considera que algunos de estos certámenes están concebidos como un negocio, coincide con la opinión de Marino Uceda, otra piedra angular del ámbito de la cata de AOV, que denuncia “la proliferación desmedida de concursos que valoran la calidad de los AOVes, sobre todo porque ha aparecido un gran número de ellos en los que es manifiestamente mejorable tanto el control y representatividad de las muestras como la metodología aplicada a su valoración”.

En un momento tan delicado como el actual, en el que el conflicto ucraniano nos tiene pendiente de un hilo y el consumidor no entiende nada, esto nos hace un flaco favor. Para Heiko Schmidt, “resulta extraño que se celebren concursos en países que tienen escasa o ninguna tradición de consumo de este producto, relacionándose con capitales *glamorous* para así darles nombre y prestigio”.

¿Es este el tipo de *glamour* que queremos en el sector?



### Seguimos evolucionando

#### Línea SPI, la más vendida del mundo

¡Nueva imagen, nuevo nombre y mayor rendimiento!

 **PIERALISI**  
CIRCULAR THINKING  
[www.pieralisi.com](http://www.pieralisi.com)

▼ “Patrocina la Noticia de la Semana”

“Los catadores denuncian un grave intrusismo en los nuevos concursos de AOVE”

pág.4



**Fundadora:**  
M. Dolores Peñafiel Fernández

**Corresponsales:**  
BADAJOZ: Miguel Verdasco  
CÓRDOBA: Juan Morales Navas  
JAÉN: Hermanos Garrido Garrido  
COM. VALENCIANA: Miguel Pérez  
SEVILLA: José María Puerto Castro

**Directora:**  
Pandora Peñamil Peñafiel

**Redacción:**  
Alfredo Briega Martín  
Cristina Revenga Palacios  
redaccion@mercacei.com

**Edita:**



**Mercacei**  
GRUPO EDITORIAL

**CEO & Editor:**  
Juan A. Peñamil Alba

**Redacción, Administración y Publicidad:**  
Andrés Mellado, nº 72, bajo Izda.  
28015 MADRID  
Tfno.: 91 544 40 07  
Fax: 91 543 20 49  
admin@mercacei.com  
suscripcion@mercacei.com  
publicidad@mercacei.com  
www.mercacei.com

**Secretaría de Redacción y Publicidad:** Estrella de la Lama Alcaide  
**Administración:** Cristina Álvarez Llorente  
**Departamento Comercial:** Natalia de las Heras  
**Corresponsal Italia (Milán):** Daniela Capogna  
**Corresponsal América del Sur:** Leonardo Moral

**Suscripción:**  
**MERCACEI Semanal**  
(46 nos al año)  
con **MERCACEI Magazine**  
(Trimestral)  
**Anual:** 236 €  
(Extranjero: 290 €)  
**MERCACEI FAX**  
(sólo para los suscriptores de MERCACEI)  
**Anual:** 155 €  
(Extranjero: 250 €)

**Dépósito Legal:**  
M 28733 - 1994  
**ISSN**  
1134 - 525 X

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

Prohibida la reproducción total o parcial de textos o fotografías, sin autorización escrita de la Editorial. MERCACEI no se responsabiliza de las opiniones y criterios de sus colaboradores, tanto a nivel de redacción como de los mensajes publicitarios.

Esta publicación es miembro del Club Abierto de Editores (CLABE).



## sumario

1	Editorial
4	Sumario
5	Análisis de Mercado
6	Actualidad
8-12	• Intrusismo en la cata Mercado
	• Biodiversidad
13	Actualidad
	• I+D+i
	• Crisis Ucrania
	• WOOE
	• Salud
	• Legislación
	• Agroexpo
	• Exportaciones
	• Empresas
27	Precios al Detall
28	Anuncios Breves
29	Agenda

## Ley de la Cadena Alimentaria

### Diez preguntas y respuestas para aclarar dudas sobre la Ley de la Cadena Alimentaria

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha publicado en su página web el documento “10 preguntas y respuestas en relación con la aplicación de la Ley de la Cadena Alimentaria”, una nota divulgativa con orientaciones para la aplicación de la reforma de esta ley que entró en vigor el pasado 16 de diciembre y que está dirigida principalmente a los productores primarios.

En el documento se recogen las principales cuestiones sobre las dudas que ha recibido el Ministerio desde el sector primario tras la entrada en vigor de la reforma de la ley.

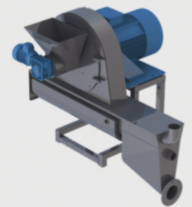
En las 10 preguntas se abordan aspectos relacionados con la obligación de contratación por escrito, el contenido mínimo de los contratos, la determinación del precio, el coste efectivo de producción, la negociación contractual y la relación socio-entidad asociativa.

Las respuestas se abordan a modo de orientaciones, con el objetivo de dotar a los productores primarios de información asequible sobre algunos de los principales aspectos de la ley y sin que pueda considerarse una interpretación vinculante de la legislación.

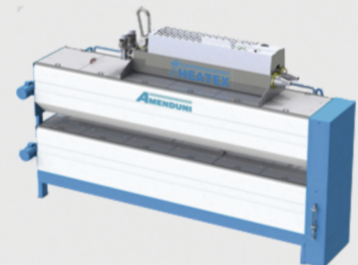
[www.mapa.gob.es](http://www.mapa.gob.es)



**EVO LINE**  
NUEVO DECANTER



**NUEVOS MOLINOS**  
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



**HEATEX**  
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA



**REX LIMITED**  
NUEVO NUEVO MODELO



Via delle Mimose, 3 (Z.I) - 70026. Modugno. Bari. **Italia**  
+39 080.5314910 - info@amenduni.it

P.I. Los Olivares. C/ Huelma, parc.19 - 23009. Jaén. **España**  
+34 953 281 315 - amenduni@amenduni.es





## Aceite de oliva

# El conflicto de Ucrania dispara los precios y sitúa el refinado al nivel del virgen extra

Como consecuencia del conflicto armado en Ucrania y el desabastecimiento generalizado de semillas y grasas, el precio del aceite de girasol ha alcanzado los 2,5 €/litro en el lineal y los 3.000 €/t. en origen, pudiendo superar en breve al oliva si todo sigue igual. De hecho, los precios del girasol refinado en origen se situaban en torno de los 1.425 €/t. hace tan sólo dos semanas.

Este contexto ha provocado que las cotizaciones del aceite de oliva se disparen, muy especialmente las del refinado, que están llegando a los niveles del virgen extra y en algunas regiones productoras incluso lo han superado, como es el caso de Córdoba, Valencia o Badajoz.

### Jaén

Mercado totalmente disparado y volátil con una fuerte demanda para todas las categorías, aunque mayor si cabe para los aceites destinados a refinería. La oferta se encuentra totalmente descolocada y sin atreverse a dar pasos en falso a la espera de acontecimientos. En este contexto, el lampante se establece a 3.500/3.550 €/t.; el virgen, a 3.650/3.700 €/t.; el virgen extra, a 3.750 €/t.; y el refinado a 3.800 €/t.

### Córdoba

El mercado ha experimentado grandes subidas, principalmente en el lampante para abastecer la desbordante demanda. El resto de categorías ha sufrido incrementos, pero más leves. Así, el lampante se establece a 3.400/3.500 €/t.; mientras que el virgen lo hace a 3.500/3.600 €/t.; el virgen extra, a 3.600/3.700 €/t.; y el refinado, a 3.800 €/t.

**Rosa Moliterno**

---

**Broker**  
**Aceite de oliva a granel**

---

**952 603 030**  
rm@iberiadeaceites.com

---

**Iberia de Aceites S.L.**

### Sevilla

Incertidumbre total en el mercado. Nadie sabe lo que sucederá en las próximas horas, por lo que no se realizan operaciones y los precios son meramente orientativos. En este escenario, el lampante se sitúa a 3.500/3.600 €/t.; el virgen, a 3.700/3.750 €/t.; el refinado, a 3.800 €/t.; y el AOVE, a 3.800/4.000 €/t.

### Málaga

No hay operatividad en un mercado que asiste preocupado a los acontecimientos en Ucrania y no muestra cotizaciones.

### Castilla-La Mancha

Mercado con una cierta estabilidad, en el que apenas se realizan operaciones y no se aprecian diferencias entre los vírgenes y los lampantes. En este sentido, el virgen se sitúa a 3.400/3.500 €/t.; y el AOVE a 3.600/3.800 €/t.

### Extremadura

Situación de incertidumbre total con variaciones de precios a diario. La demanda sigue siendo intensa en las categorías inferiores, con el lampante a 3.450/3.550 €/t.; el virgen, a 3.600/3.650 €/t.; y el virgen extra a 3.700/3.950 euros/t.

### Valencia

El mercado se dispara como consecuencia del desabastecimiento de girasol, con el lampante cotizando a 3.400 €/t.; el virgen, a 3.500 €/t.; el virgen extra, a 3.650 €/t.; y el refinado, a 3.750 €/t.

### Tarragona y Lérida

Parálisis, preocupación y ausencia de operaciones.



## Seguimos evolucionando Línea SPI, la más vendida del mundo

¡Nueva imagen, nuevo nombre y mayor rendimiento!

La nueva gama de extractores centrifugos nace de la necesidad de mejorar los rendimientos en función de las demandas de nuestros clientes.

**PIERALISI**  
CIRCULAR THINKING  
[www.pieralisi.com](http://www.pieralisi.com)



## Los catadores denuncian un grave intrusismo en los nuevos concursos de AOVE

Ante la aparición masiva de concursos a la calidad del AOVE -tan sólo en los últimos meses se han creado más de una decena-, los catadores colegiados más reputados del sector han decidido denunciar la ausencia de los más elementales protocolos en la organización de estas nuevas competiciones, así como su vertiente puramente comercial. Envases comerciales a la vista de la organización y de los catadores, degustaciones en envases de plástico transparente, jurados compuestos por *influencers* y *coaches* de marcas de AOVE sin colegiación ni experiencia alguna en cata... e incluso concursos cuyos plazos finalizan sin indicar siquiera los miembros del jurado en ningún momento. ¿Estamos ante el nuevo *business* del sector? Catadores y productores, cuya reputación está en juego, merecen saberlo.

El catador José Alba, Doctor en Ciencias Químicas por la Universidad de Sevilla, investigador científico del Instituto de la Grasa -perteneciente al CSIC- y docente en cursos internacionales organizados por el COI en multitud de países del Mediterráneo, considera que “el hecho de que estén apareciendo concursos valorando las características sensoriales simplemente para dar una medalla, diploma o algo similar es una aberración y un descrédito para valorar la calidad de los AOVES”. “Creo que de esta forma se confunde a los consumidores acerca de lo que se considera la auténtica valoración de la calidad, realizada por auténticos catadores profesionales perfectamente formados, sobre todo con la metodología seguida en determinados concursos de nueva aparición”, asevera.

Marino Uceda le secunda. Ingeniero agrónomo y doctor en Inge-

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón  
Alcalá**

607 628 997

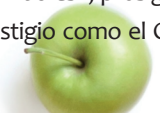
administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155



nería Química, investigador principal y jefe del Panel de Cata del IFAPA de Jaén, consultor internacional y experto catador, profesor en distintos organismos nacionales e internacionales y socio fundador y consejero de IADA Ingenieros, Uceda se siente alarmado ante “la proliferación desmedida de concursos que valoran la calidad de los AOVES, sobre todo porque ha aparecido un gran número de ellos en los que es manifiestamente mejorable tanto el control y representatividad de las muestras como la metodología aplicada a su

valoración”. “En mi opinión los concursos que valoran y premian la calidad de los AOVES son buenos porque incrementan la cultura y el interés por los aceites de oliva vírgenes extra, pero sin duda deberían regularse las normas y metodologías empleadas a fin de garantizar unos estándares mínimos que los hagan fiables”, prosigue el catador, que solicita que “organismos de prestigio como el COI





evalúen los diferentes concursos dándoles el plácat que los valide como certámenes de suficiente calidad”.

M<sup>a</sup> Paz Aguilera, licenciada en Biología por la Universidad de Granada y Doctora en Ciencias Químicas por la Universidad de Jaén, experta en investigación sobre el aceite de oliva virgen y especialista técnico en el IFAPA Venta del Llano, denuncia que, desde su punto de vista, “el aspecto comercial predomina sobre todos los demás”. “El problema es que estos nuevos certámenes pueden inspirar desconcierto en el productor, que no tiene muy claro qué beneficios le puede aportar tener un reconocimiento en uno u otro premio; y en mi opinión un gran AOVE destaca por sus cualidades y su perfil sensorial, no por el número de concursos en los que ha sido capaz de ganar u obtener una medalla”.

Algo parecido opina M<sup>a</sup> José Moyano, experta catadora y especialista en I+D+i en el CSIC de Sevilla, que asegura que “el objetivo de los concursos debe ser inducir a los productores a mejorar la calidad de sus AOVES y llegar a un mayor número de consumidores para que, entre todos, consigamos aumentar la cultura del aceite

de oliva virgen extra”, para lo que pide que “las bases y los miembros de la organización de los concursos sean responsables, al igual que todos los catadores que participan en ellos”.

**LEONARDO D'ERRICO**  
**610 78 51 92**  
 Brokerage Olive Oil

---

**ACEITES TUCCITANOS**  
 Tel.: 953 301 100 - info@aceitestuccitanos.com

**Organizadores de ciertos concursos: ¿Jueces o parte?**

“Hay demasiados concursos que ni siquiera publican sus bases, que son totalmente opacos en cuanto a los procedimientos de sus catas y los miembros de su jurado, y otros que directamente han tomado el camino fácil y llevan a cabo catas virtuales, lo que arroja cero garantías de credibilidad”, denuncia María Katsouli, jefa de panel de vino y catadora de aceite de oliva, editora de

Elaion 2014, profesora del College of Hospitality Gastronomy Studies para aceite y vino y miembro del jurado de importantes concursos nacionales e internacionales de vino y AOVE. “En los últimos años hemos visto a organizadores de competiciones con sede en Grecia lanzar concursos en ciudades y países con nombres muy comerciales como Londres, Berlín y Canadá únicamente para capitalizar el renombre que pueden tener estos lugares”.

Katsouli prosigue con indisimulada indignación: “El tema es más



*“Que estén apareciendo concursos simplemente para dar una medalla, diploma o algo similar me parece una aberración y un descrédito para valorar la calidad de los AOVES”*

*José Alba*



*“En estos nuevos concursos el aspecto comercial predomina sobre todos los demás”*

*M<sup>a</sup> Paz Aguilera*



*“Han surgido un gran número de concursos en los que es manifiestamente mejorable el control de las muestras y la metodología de valoración”*

*Marino Uceda*



grave de lo que parece, pues existe en muchas ocasiones un conflicto de intereses inaceptable. Véase el ejemplo de organizadores de concursos internacionales de AOVE que son a la vez propietarios de laboratorios de análisis químicos que ofrecen servicios de consultoría que incluyen la preparación de muestras y elaboración de mezclas que luego son juzgadas en esos mismos concursos. ¿O algún que otro organizador de una competición que crea su propio ranking puntuando a los demás concursos, incluido el suyo! Todo esto está pasando actualmente en el mundo de los concursos de AOVE”, asevera la catadora griega.

## El postureo llega a la cata

Preguntados acerca del intrusismo que están sufriendo los catadores en estos concursos donde se mezclan catadores profesionales con otros perfiles como chefs, asesores o, incluso, influencers, Pepe Alba se muestra estupefacto. “Me parece una total temeridad e injusticia contra los catadores profesionales, pero también contra los consumidores que valoran la auténtica calidad de los AOVes que consumen”, manifiesta, para después concluir que espera y confía en que se “solucione rápidamente esta lamentable situación de falta de seriedad con vistas a reconocer los auténticos concursos, la metódica aplicada y los profesionales bien formados en este ámbito”.

“La valoración organoléptica de un concurso no puede regirse por preferencias hedonísticas o de otro género, y contar con personas con experiencia en



*“Hay organizadores de concursos internacionales de AOVE que son a la vez propietarios de laboratorios de análisis que preparan las muestras para esos mismos concursos”*

*Maria Katsouli*

otras áreas -por muy dilatada que sea- pero que carecen del conocimiento mínimo necesario acerca de las normas para evaluar los caracteres sensoriales de los aceites”, evidencia Marino Uceda. “Estos criterios, diferentes a los establecidos en las normas, alteran los resultados de la cata, ofreciendo resultados poco fiables y nada homologables”, asegura el socio fundador y consejero de IADA Ingenieros.

Maria Katsouli, que cuenta con una larga experiencia también en el sector del vino, compara la situación de los concursos de AOVE con la que atraviesan los del mundo enológico. “El aspecto recreativo del vino permite la presencia de catadores de diferentes orígenes y niveles de experiencia en los concursos de este sector, pero no es en absoluto el caso del aceite de oliva que, a diferencia del vino, es ante todo un producto alimenticio”. A un concurso formulado en forma de show y con fines puramente comerciales no le interesa un perfil de catador cuya formación profesional es mayoritariamente académica, ya que “a menudo trabajan para la Administración pública -un perfil que ha sido durante mucho tiempo el estándar de la industria en la evaluación organoléptica del AOVE- y tienden a ser demasiado tímidos en las redes sociales”, reflexiona Katsouli.



*“Las bases y los miembros de la organización de los concursos deben ser responsables, al igual que todos los catadores que participan en ellos”*

*Mª José Moyano*

En cualquier caso, el postureo de estos certámenes en torno al papel del catador es realmente injusto para una profesión que, como bien dice Mª Paz Aguilera, “requiere de mucha preparación, formación y esfuerzo”. “Cuando cato una muestra siempre pienso en todo el esfuerzo que ha realizado el productor y el agricultor hasta llegar ahí, les muestro mi absoluto respeto”, afirma tajante la experta.

¿Muestran ese mismo respeto los nuevos concursos y sus organizadores? Juzguen ustedes mismos.

# LAS PÁGINAS AMARILLAS DEL SECTOR



**GUÍA DE FABRICANTES 2021-2022**

**GUÍA DE FABRICANTES 2021-2022**

**FABRICANTES ENVASADORES ANDALUCÍA - CÓRDOBA**

**DESCUBRE LA BOTELLA RAJA**

Bruni Glass Iberia es un proveedor líder de botellas y tapones para aceite de oliva, vinificación, enología, bebidas, etc.

Plazas que te interesen nos indicad!

**bruni glass iberia**  
a **bruniglass company**

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

## Mercacei

GUÍA DE FABRICANTES Y ENVASADORES DE ACEITE DE OLIVA

INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

## Mercacei

GUÍA INDUSTRIAL DEL SECTOR OLEÍCOLA Y OLIVARERO

**ANALIZADORES DE RIQUEZA · ASESORAMIENTO AGRÍCOLA 2022/2023**

**Asesoramiento agrícola e industrial**

**GUÍA INDUSTRIAL 2022/2023**

**Asociaciones y organismos oficiales**



**CÓMPRALAS AHORA POR 20€ CADA UNA**  
(gastos de envío incluidos)

**NUEVAS EDICIONES ACTUALIZADAS**  
Compra tus ejemplares en [www.mercacei.com](http://www.mercacei.com)



## Aceites de oliva

		EUROS/T. SEMANA 28 feb./6 marzo '22 (Cierre día 24 febrero '22)	EUROS/T. SEMANA 14/20 marzo '22 (Cierre día 10 marzo '22)
		€/t.	€/t.
JAÉN	<b>ANDALUCÍA</b>		
	Lampante, base 1º	3.200	3.500/3.550
	Virgen	3.200/3.250	3.650/3.700
	Virgen extra	3.300/3.400	3.750
	Refinado	3.200/3.250	3.800
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	3.200	3.400/3.500
	Virgen	3.250	3.500/3.600
	Virgen extra	3.300/3.450	3.600/3.700
	Refinado	Sin oper.	3.800
SEVILLA	Lampante, base 1º	3.150	3.500/3.600
	Virgen	3.200	3.700/3.750
	Virgen extra	3.300/3.450	3.800/4.000
	Refinado	3.150/3.200	3.800
GRANADA	Lampante, base 1º	3.200	3.500/3.550
	Virgen	3.200/3.250	3.650/3.700
	Virgen extra	3.300/3.400	3.750
MÁLAGA	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	Sin oper.	Sin oper.
ARAGÓN	<b>ARAGÓN</b>		
	Virgen extra (DOP Bajo Aragón)	Sin oper.	Sin oper.
TOLEDO	<b>CASTILLA-LA MANCHA</b>		
	Virgen	3.400/3.500	3.400/3.500
	Virgen extra	3.500/3.600	3.600/3.800
LÉRIDA	Virgen extra (DOP Garrigues) frutado	3.500	3.500
	Virgen extra (DOP Garrigues) dulce	3.300	3.300
TARRAGONA	Virgen extra (DOP Siurana) frutado	3.500	3.500
	Virgen extra (DOP Siurana) dulce	3.300	3.300
ALICANTE	<b>COMUNIDAD VALENCIANA</b>		
	Lampante, base 1º	3.200	3.400
	Virgen	3.250	3.500
	Virgen extra	3.300	3.650
	Refinado	3.300	3.750
BADAJOZ	<b>EXTREMADURA</b>		
	Lampante, base 1º	2.950/3.000	3.450/3.550
	Virgen	3.100/3.150	3.600/3.650
	Virgen extra	3.250/3.400	3.700/3.950

\* Estos precios son orientativos.  
Mercacei no se responsabiliza del uso que los  
lectores hagan de los mismos.

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva








Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

PYME INNOVADORA

AGROISA  
maquinaria | servicios

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

AGROISA.COM | info@agroisa.com





## Aceites de orujo

EUROS/T. SEMANA 28 feb./6 marzo '22 (Cierre día 24 febrero '22) EUROS/T. SEMANA 14/20 marzo '22 (Cierre día 10 marzo '22)

SEVILLA

### ANDALUCÍA

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10 <sup>o</sup>	1.600/1.650	Sin oper.
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.000/2.100	3.000

## Aceites de semillas

SEVILLA

### ACEITE DE GIRASOL

(Sobre origen a granel)

Crudo

Sin oper.

3.000

Refinado

Sin oper.

3.300/3.500

### ACEITE DE SOJA

(Sobre origen cisternas)

Crudo

1.600

Sin oper.

Refinado

1.650

Sin oper.

### ACEITE DE SEMILLAS

Refinado

Sin oper.

Sin oper.

## Oleínas y Ácidos grasos

Oleínas de aceite de girasol-soja

Sin oper.

Sin oper.

Oleínas de orujo

Sin oper.

Sin oper.

Ácidos grasos de oliva

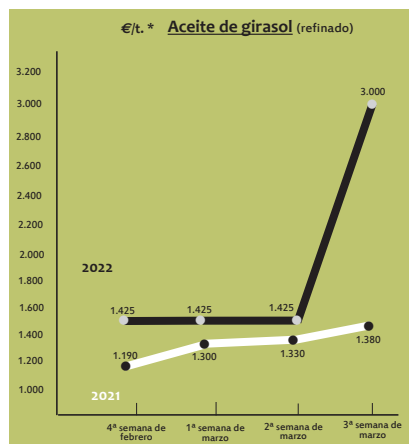
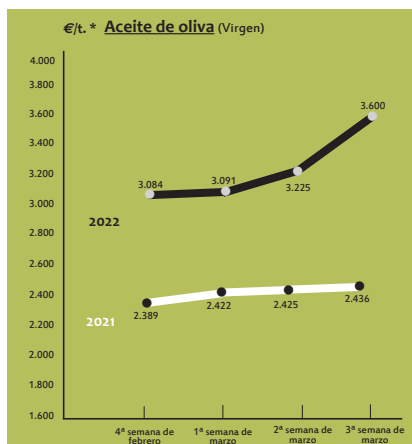
Sin oper.

Sin oper.

(de refino físico)

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

## Evolución mensual de los precios



(\* Media ponderada a nivel nacional).



## Aceites y Grasas industriales

MADRID  
BARCELONAEUROS/KG.  
SEMANA  
28 feb./6 marzo '22  
(Cierre día 24 febrero '22)EUROS/KG.  
SEMANA  
14/20 marzo '22  
(Cierre día 10 marzo '22)

	€/t.	€/t.
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Extra-fancy	s/c	s/c
SEBO FUNDIDO, Fancy	s/c	s/c
GRASA ANIMAL 3° (origen)	1.250	1.250
GRASA ANIMAL 5° (origen)	1.200	1.200
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.280	1.280
ACEITE DE COCO (refinado)	2.500	2.500
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE MADERA	4.020	4.020
ACEITE DE RICINO	s/c	s/c
ACEITE DE PATA DE BUEY	s/c	s/c
ACEITE DE PESCADO refinado	2.650	2.650
GLICERINA BIDEDESTILADA	s/c	s/c
GRASA ANIMAL DE CORTEZAS DE CERDO < 5° (destino)	s/c	s/c

\*Precios orientativos.

### Características de los aceites y las grasas industriales

SEBOS FUNDIDOS nacionales son: Título 42/43° C, 3% acidez, a granel (sobre Madrid y Cataluña).

SEBOS FUNDIDOS de importación USA: Fancy y Extra-fancy, a granel, sobre Barcelona.

GRASA ANIMAL: 10/12° de acidez, color FAC 34/36 título 39° C; humedad e impurezas, 2% base, sobre camión muelle Barcelona.

MANTECA DE CERDO: acidez 1%, color FAC 1/3, a granel.

ACEITE DE COCO: acidez base 3%, sobre Barcelona.

ACEITE DE LINAZA refinado: 0,5° de acidez. Color Gardner 2. 4 max. Índice de yodo 182 mínimo.

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

ACEITE DE RICINO: calidad nº1, índice de yodo 80/90. Color Gardner 2/3. Sobre Barcelona.

ACEITE DE PATA DE BUEY: punto de enturbamiento 2/3°C, sobre Barcelona.

ACEITE DE PESCADO: índice de yodo 150/160, acidez 2%, color Gardner 7/9, sobre Vigo, envase aparte.

ACEITE DE PESCADO color oscuro: Acidez 5% / 10%, sobre Barcelona.

ACEITE DE SARDINA crudo: color anaranjado, índice de yodo 175 mínimo, acidez 5%, sobre Vigo, a granel.

ACEITE DE SARDINA neutro: índice de yodo 170/180, color amarillo, sobre camión Barcelona.

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

GLICERINA BIDEDESTILADA: 99,5% glicerol, color apha 10, sobre camión Barcelona.

# JOSÉ MARÍA PUERTO CASTRO

AGENTE COMERCIAL COLEGIADO  
ESPECIALIZADO EN ACEITES

Pedro Salinas, 7 - 1° B  
41013 Sevilla  
jmpuerto@telefonica.net

Tfnos.: 954 532 865  
954 536 022  
Fax: 954 532 474



## Mercado internacional

EUROS/KG. SEMANA 28 feb./6 marzo '22 (Cierre día 24 febrero '22)      EUROS/KG. SEMANA 14/20 marzo '22 (Cierre día 10 marzo '22)

Cotizaciones de Aceites y Grasas

### ITALIA

NORTE DE PUGLIA & CALABRIA

	€/t.	€/t.
ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/4,10	3,80/4,10
ACEITE DE OLIVA refinado	3,15	3,15
ACEITE DE ORUJO refinado	1,95	s/c
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,46	s/c
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,50	s/c
ACEITE DE SOJA refinado	1,40	s/c
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,14	s/c

SUR DE PUGLIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,00	4,20
ACEITE DE OLIVA virgen	s/c	3,70
ACEITE DE OLIVA refinado	2,90/3,00	3,20/3,30

TÚNEZ  
MARRUECOS  
TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,20/3,30	3,40/3,50
ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,50/3,60	3,50/3,60
ACEITE DE OLIVA refinado	s/c	s/c

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	3,42/3,50	3,50/3,60
ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso	3,37/3,42	3,45/3,55

(Precios facilitados por Olio Officina Magazine)

### TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (10 de marzo de 2022) (Los tipos de mercado)

	1 semana	1 mes	2 meses	3 meses	6 meses	12 meses
Euro (euribor)	-0,58	-0,57	-0,55	-0,55	-0,53	-0,48
Dólar	0,06	0,10	0,12	0,16	0,18	0,26
Yen Japonés	-0,09	-0,08	-0,06	-0,09	-0,04	0,06
Libra Esterlina	0,04	0,05	0,06	0,09	0,10	0,16
Franco Suizo	-0,83	-0,80	-0,77	-0,75	-0,70	-0,59
Dólar Canadiense	-	-	-	-	-	-

### Euro

Peseta	166,386
Lira italiana	1.936,270
Escudo portugués	200,482
Dracma griego	340,750
Florín	2,204
Dólar	1,134
Dólar Canadá	1,439
Yen japonés	130,58
Corona sueca	10,565
Corona checa	24,473
Libra esterlina	0,834
Franco suizo	1,043



Si eres comprador: (+34) 722 14 08 06, Jesús Miranda  
Si eres vendedor: (+34) 690 27 97 33, Juanjo Torres  
Envío de muestras: C/Miguel Moya, 16. 12-C. 29017 Málaga

**BROKER INTERNACIONAL  
DE ACEITE DE OLIVA**

[www.mirandaoliveoilbrokers.com](http://www.mirandaoliveoilbrokers.com)



**Biodiversidad**

# El olivar en seto, un atractivo reclamo para la fauna

Un estudio desarrollado en la finca de olivar en seto “Villa del Río”, encargado por Todolivo a la bióloga Patricia Cosano, ha puesto de manifiesto la gran diversidad animal que se genera en este nuevo modelo de bosque de matorral mediterráneo.

La finca se encuentra ubicada en la Campiña Alta de Córdoba y consta de 161 hectáreas, de las cuales 61 ha. están plantadas en seto, mientras que las 100 ha. restantes corresponden a olivar en copa, que es el cultivo que abunda en esta zona y en los municipios colindantes.

Según ha explicado Todolivo, a pesar de que el olivar en seto representa una isla dentro de un mar de olivos en copa, curiosamente esta plantación es la que más animales concentra en torno a ella.

Las extensas líneas de olivos que conforman este nuevo bosque de matorral

mediterráneo atrae a numerosas especies de animales que encuentran en él un hábitat idóneo donde refugiarse, comer y/o reproducirse.

Para el estudio se ha utilizado el método científico de los transectos lineales para el conteo visual de las distintas especies, así como cámaras de fototrampeo, análisis de huellas y excrementos.

Tras el minucioso muestreo realizado en el olivar en seto de esta finca se han contabilizado numerosos animales, entre ellos varios ejemplares de lince ibérico, multitud de conejos, zorros, jabalíes, tejones, meloncillos, cabra montesa, zorzales o rabilargos.



## MARÍA JOSÉ GÁLVEZ MUÑOZ, S.L.U.

Agente Comercial Colegiado especializado en aceites

TEL.: 957 50 08 31  
957 50 10 07

GENERAL ALAMINOS, 34 - BAJO  
14900 - LUCENA (Córdoba)

## MATERIAS PRIMAS PARA piensos compuestos

HARINAS		PRECIOS
		€/t.
Harina de soja (s. fábrica) .....		500
Harina de girasol (integ.) (abril) .....		300
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo) .....	1.200	Dólares/t.
Harina de pescado, de Perú		s/c
Harina de soja (Buenos Aires) (Precios cif Rotterdam)		s/c
CEREALES		PRECIOS
(Estos precios son en origen)		€/t.
Maíz		275
Trigo panificable		630
Trigo forrajero (puerto destino)		340
Cebada cervecera		270
Cebada dos carreras		270
Colza (puerto destino)		750
Guisantes		280
Centeno		220
Harina de girasol (pellets)		300
Harina de girasol (alto proteico)		340

### LA BOLSA DE CHICAGO

**Habas de soja:** La semana cerraba a 1.688,25 centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a 1.705,50.

◆ Precios: Futuros marzo.

**Harina de soja:** 504,70 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba 464,50.

◆ Precios: Futuros marzo.

**Aceite de soja:** Cerraba a 80,07 centavos de dólar por libra, desde la última cotización de 76,75.

◆ Precios: Futuros marzo.

**Maíz:** Terminó la semana a 735,00 centavos/bushel, habiendo comenzado a 739,75.

◆ Precios: Futuros marzo.



# Evalúan el estrés en patrones de olivo para hacerlo más resistente al cambio global

¿Pueden cultivarse olivos más resistentes a sequías, temperaturas extremas o a factores limitantes en el suelo? Responder afirmativamente a esta cuestión es el objetivo de la investigación de Carlos Trapero, doctor Ingeniero Agrónomo y contratado post-doctoral Marie Sklodowska-Curie por la Universidad de Córdoba (UCO) para el desarrollo del proyecto europeo *FROOTS*. A través del cruce de patrones de distintas variedades de olivo, Traperero pretende alcanzar otros nuevos con mejoras genéticas que sean más resistentes al impacto de inclemencias medioambientales.

Esta investigación, dirigida por el catedrático de Producción Vegetal de la UCO Diego Barranco, se basa en la selección de patrones de olivo, es decir, de pequeñas raíces de esta planta con menos de un mes de desarrollo y unirlos en laboratorios. El procedimiento utilizado para injertar el tejido de dos plantas en su fase inicial de crecimiento podría compararse con “un trabajo propio de cirujanos, pero aplicado a plantas”, según ha explicado Traperero, “puesto que abrimos, cortamos con mucha precisión la parte que nos interesa y unimos”. Una vez realizada esta “operación”, queda esperar a que “cicatrice bien la fusión de patrones y que comiencen a crecer para, posterior-

mente, poder evaluar resultados”, ha añadido el investigador.

El proyecto europeo *FROOTS*, desarrollado íntegramente en la Universidad de Córdoba, pretende diseñar metodologías que permitan generar y seleccionar los patrones de olivo más resistentes a factores abióticos como la sequía o las temperaturas extremas, así como generar nuevos patrones con mejoras genéticas.

Para llevar a cabo este minucioso trabajo, Traperero ha indicado que es necesario tener en cuenta ciertas pautas en el tratamiento

de las muestras y las condiciones ambientales a las que se exponen en el laboratorio para conseguir que “las

plántulas suelden de forma satisfactoria y crezcan”. Este método de actuación permite probar la resistencia de

plantas de pequeño tamaño con la mirada puesta en que los resultados obtenidos puedan aplicarse en plantaciones de gran tamaño mediante la clonación.

Esta investigación posibilitará en un futuro generar nuevas variedades de olivo con propiedades más resistentes al estrés ambiental y a las consecuencias provocadas por el cambio climático. Además, los resultados de este estudio contribuirán sin duda a mejorar la producción final de las plantaciones de olivo, según la UCO.

Aunque el estudio de Traperero se lleva a cabo fundamentalmente en las instalaciones del centro cordobés, este ingeniero agrónomo desarrollará una parte de su investigación en Suecia. La participación de la Universidad de Córdoba en este proyecto europeo supone “un prestigio internacional y un reconocimiento a la institución por la gran labor investigadora que desarrolla en torno al olivo”.

Para la realización de este estudio enmarcado en el proyecto *FROOTS* se utilizan variedades de olivo y materiales silvestres procedentes del Banco Mundial de Germoplasma de Olivo ubicado en el campus universitario de Rabanales.



Ctra. Madrid-Cádiz, Km. 358  
Apdo. de Correos 17  
14600 MONTORO (Córdoba)  
Tfns.: 957 160 034 · 957 160 450

indusriasdelarosa@industriasdelarosa.com

CONJUNTO BATIDORA  
CON MOLINO PARA  
MOLTURACIÓN POR LOTES

[WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM](http://WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM)

CALDERA DE BIOMASA



# ESCAPARATE DE PROVEEDORES



## ANÁLISIS



LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

LABORATORIO "At-line"

PROCESO "On-line"



SpectraAnalyzer



Sistema Polytec

www.axflow.es

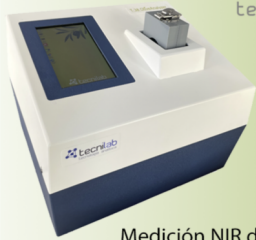
## DEPOSITOS INOX.



LÍNEAS COMPLETAS EXTRACCIÓN - BODEGAS ACERO INOXIDABLE - SERVICIO TÉCNICO OFICIAL FLOTTWEG  
WWW.CALDERERIAMANZANO.NET

**SERIJEREZ**  
DECORACIÓN EN VIDRIO

DECORACIÓN EN VIDRIO  
SERIGRAFÍA VITRIFICABLE Y ORGÁNICA, PINTADO TOTAL Y PARCIAL, HOT STAMPING



La solución integral para su almazara

Medición NIR de Grasa, Humedad y Acidez en aceituna y orujo

## ENVASES/ENVASADO

**AUTELEC**  
TECNOLOGÍA, S.L.

Tel: +34 963 751 471  
+34 628 632 992  
comercial@autelec.es  
www.autelec.es

## EXTRACCIÓN

centrifugación alemana

La extracción convertida en arte.

## BOMBAS



Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales



ventas@bombastrief.es  
www.bombastrief.es

**Codi - Pack**  
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.

20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

www.codi-pack.com

**Palacín**

Durante más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y componentes clave en el sector de la almazara. Con más de 15.000 decantadoras centrifugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es una de las líderes mundiales en el suministro de centrifugadoras.

Los decantadores Flottec están diseñados específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con los requisitos más exigentes.

PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua está gran marca y se convierte en el distribuidor exclusivo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.



González y París

La experiencia marca la diferencia

**ifamensa**

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

## EQUIPOS ROTATIVOS Y LINEALES

EXPERIENCIA  
50 AÑOS | 40 PAÍSES



**TAOSA**

FÁBRICA Y ALMACÉN  
Avda Vicente Piornogordo nº 12  
14850 BARENA (Córdoba)  
Telf: 0034 957 665 115  
e-mail: tacsal@tacsal.com

DELEGAÇÃO EM PORTUGAL  
Rua A - Pavilhão 03  
Zona Ind. de Mirandela  
5370-565 MIRANDELA  
Telf: 00351 278 096 522

Nos adaptamos a sus necesidades.  
La extracción a su medida.

## LABORATORIOS

**agrama**  
ciencia y vida

ANÁLISIS AGROALIMENTARIOS

Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com



# ESCAPARATE DE PROVEEDORES



**LABORATORIO DE ANÁLISIS DE PLAGUICIDAS, HERBICIDAS, ETC.**

- Productos ecológicos
- Aceites
- Frutas y verduras

**LABORATORIOS ENOQUISA**

Laboratorio cumpliendo norma de calidad en 17025, laboratorio acreditado por ENAC

Ctra. de Córdoba Málaga km. 47,5 • 14550 Montilla (Córdoba)  
Tfno. 957-65 48 31 • Fax 957-65 17 61  
email: enoquisa@enoquisa.com • www.enoquisa.com

**TAMESUR, S.A.**

**MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE**

**VIVEROS/CAMPO**

**Lecciana,**  
— la variedad italiana de los —  
**GRANDES ACEITES**

PREMIUM

**ESPEJO**

**LABORATORIO DE ANÁLISIS**  
*Fundado en 1944*

Especializados en análisis de grasas y aceites

*75 años de experiencia en el sector oleícola nos avalan*

P.L. La Negrilla - C/ Laminadora, Nº 3, Puerta 51 - 41016 Sevilla  
Telf. 954 57 12 21 • Fax 954 57 13 66  
espejo@laboratorioespejo.com

**TREICO**

**INNOVAMOS PARA TI**

Con más de 65 años de experiencia, la Organización TREICO se reinventa cada día ofreciendo productos novedosos de alta calidad para cubrir las necesidades de nuestros clientes con el mejor servicio.

[www.treico.com](http://www.treico.com)

**SERVICIOS DE TRANSFORMACIÓN INTEGRAL PARA UNA AGRICULTURA MODERNA, RENTABLE Y SOSTENIBLE.**

**BALAM**  
| AGRICULTURE |

**OLIVARUM**  
Fundación CAJASUR JAÉN

accesibilidad | análisis | investigación | transferencia | formación

**LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO**

[www.olivarum.es](http://www.olivarum.es)

CAJA RURAL JAÉN

**PESAJE**

**IMATEC**  
Tecnología y Asistencia Técnica

Todo lo que necesitas, con nosotros

- PESAJE
- SOFTWARE
- ELECTRICIDAD
- AUTOMATIZACIÓN

**Trazabilidad de producto y mantenimiento preventivo**

Ahora integramos en proceso de pesaje

DAT-OPERADORES  
Nuevo normativa al transporte de productos agrarios y forestales previsto en el decreto 190/2018 de 8 de Octubre.

- ✓ Elimina el error humano
- ✓ Mayor ahorro energético
- ✓ Exhaustivo control de los procesos

**Potencia y maniobrabilidad, todo en uno**

**Kubota**

[www.kubota-eu.com](http://www.kubota-eu.com)

For Earth. For Life. Kubota

**LABORATORIO TELLO**  
A Tentamus Company

*“Expertos en análisis de aceites de oliva, de sus derivados, de otros aceites vegetales y de sus contaminantes.”*

ENAC  
ENSAYOS N.º 749/LE1295

**SOFTWARE**

**ANSOTEC** High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

MI NUESTRA SOLUCIÓN  
SISTEMA CONECTADO 4.0

**MORESIL**  
Especialistas en Recolección

Olivar tradicional Superintensivo

Fábrica: Ctra. Córdoba-Palma del Río km. 31 14730 Posadas (Córdoba)  
Tel: 957630243 [www.moresil.com](http://www.moresil.com)

**PATIO**

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA RECEPCIÓN DE ACEITUNA, PISTACHO, ALMENDRA, CACAHUETE Y OTROS FRUTOS

**JAR METEGAL**  
Pesaje conforme a metrología legal

[www.jarirr.com](http://www.jarirr.com)

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

PROSUR

**Nuevos marcos de Olivar en Seto para fincas de Secano y Regadío**

Económicos y muy rentables

**TODOLIVO** Infórmate

Telf. (0034) 957 42 17 40  
[www.todolivo.com](http://www.todolivo.com)



## Tormenta perfecta en el aceite de oliva

La guerra en Ucrania ha provocado un desabastecimiento histórico de grasas y aceites de semillas en el mercado, hasta el punto de que no es descabellado pensar que el aceite refinado podría llegar a superar la cotización del virgen extra. *Mercacei* ha preguntado a los principales actores del sector sobre el complejo escenario abierto por el conflicto y sus repercusiones a corto plazo. Mientras que algunas asociaciones y empresas consultadas se han reservado su opinión al respecto, esto es lo que nos han contestado productores y operadores del sector.

### 1.- ¿Cuál es tu valoración acerca de esta situación?

### 2.- ¿Cómo crees que va a afectar al mercado y al sector en los próximos días y/o semanas?



**Álvaro Olavarría**  
Director gerente de  
Oleoestepa, S.C.A.

1.- La tensión en el mercado de los aceites vegetales es única y sus efectos, imprevisibles. De un lado, está la guerra en los dos principales países productores de girasol; y, por otro, una sequía que compromete la próxima cosecha de aceite de oliva en el primer productor mundial. Pero aún tenemos más problemas y por ello grandes compañías alimentarias del mundo buscan en estos días aceites sustitutos al aceite de girasol y también al aceite de palma. Todos los aceites vegetales vienen experimentando subidas en sus precios desde hace meses; es el caso del aceite de palma, que ha multiplicado por tres su precio por decisiones políticas de Indonesia, primer productor mundial. Nos hallamos ante la “tormenta perfecta”, de la que conocemos cómo ha empezado y desconocemos cómo terminará.

2.- Al mercado ya le ha afectado con fuertes subidas en todas las categorías y tipos de aceites vegetales, y bloqueo por falta de oferta. En una situación extrema como la actual, de guerra y sequía, las consecuencias son imprevisibles. El cese de ambas causas podrá conducir a una nueva normalidad.

penden de decisiones políticas que están muy por encima de nosotros. Afortunadamente, tenemos posibilidades de encontrar girasol en otros países e incluso, si fuera necesario recurrir a otros aceites vegetales, en España tenemos una situación privilegiada con el aceite de oliva y el aceite de orujo de oliva.

2.- Todo depende de cómo evolucione la crisis. Si el conflicto se resolviera en un plazo corto, no sería difícil recuperar un equilibrio en los mercados mundiales.



**Miguel S. Verdasco**  
Bróker de aceite de oliva  
a granel

1.- Estamos hablando de un problema político que abarca más de 20 años y que ha desembocado en un conflicto bélico con consecuencias muy graves e inciertas para todos los países directa o indirectamente implicados en el mismo. No sólo el mercado de grasas vegetales se está viendo afectado, sino también el de cereales y el energético. Los precios, como en cualquier situación de incertidumbre y de escasez, se han disparado. Por otra parte, Rusia, después de EEUU, es el destino más importante de las exportaciones agroalimentarias de la UE; y actualmente Ucrania es exportadora neta de productos agroalimentarios en términos de valor. Este hecho la coloca en una posición muy relevante en el comercio agroalimentario europeo.

2.- Este tipo de movimientos, en cualquier mercado, son muy peligrosos. La aparente fortaleza y decisión con la que se mueven los

precios en una dirección pueden revertirse rápidamente si cambiase el curso de los acontecimientos. En concreto, en cuanto al sector oleícola, los movimientos de precios no han sido tan agresivos si los comparamos con el resto de sectores (aumento >280% en el precio del gas y del >140% en el precio de los fertilizantes). El lampante ha subido un 5-8% y el virgen/virgen extra sobre un 5-6% aproximadamente, dependiendo de las condiciones contractuales fijadas. La subida se ha repercutido en el oliva refinado directamente. El aceite de orujo refinado estaba sin cotización la semana pasada, al igual que los aceites de semillas. Los diferenciales entre las distintas categorías se han estrechado y seguirán haciéndolo hasta que no cambie la situación, dado que el consumo de cada categoría no se corresponde con el nivel de producto disponible de cada una de ellas. La forma y los plazos en los que se acuerde el cese de los enfrentamientos determinará la estabilidad y/o el posible descenso en mayor o menor medida de los precios alcanzados tanto para los productos agroalimentarios como para la energía.



**Manuel Pérez**  
Director comercial  
corporativo de Dcoop

1.- El conflicto ruso-ucraniano está dando lugar a una mayor demanda, principalmente para la industria, de aceites que puedan sustituir al aceite de girasol, lo que ya está provocando una mayor demanda de refinados que lógicamente puede afectar a su precio.

2.- A corto plazo no hay posibilidad, espe-



**Primitivo Fernández**  
Director de Anierac

1.- La situación es muy tensa, especialmente en los mercados de cereales y, por supuesto, del aceite de girasol. Los posibles cambios en la situación de-



cialmente en Europa, de satisfacer la demanda de estos aceites de girasol con otros aceites de semillas; por tanto, podemos ver un mercado aún más fuerte para nuestros refinados, con precios al alza.



**Juan Vieites**  
Secretario general de ANFACO-CECOPECA

1.- Desde ANFACO-CECOPECA vivimos con gran preocupación el conflicto armado en Ucrania, deseando que exista un cese inmediato de las hostilidades. En líneas generales, la exportación a Ucrania no supone un mercado principal, ascendiendo en 2020 a 508 toneladas de preparaciones y conservas de pescados y mariscos exportadas. En importación, el aceite de girasol, en cambio, sí es un actor indiscutible. Como principal productor -seguido por Rusia-, en torno al 70% de las importaciones españolas

de aceite de girasol provenían de Ucrania, seguido por Bulgaria, Moldavia y Francia, según datos de 2021. Esto provoca un desajuste en la oferta y la demanda, con plantas de refinado en Ucrania bloqueadas por el conflicto y buques que ya no circulan por el estrecho del Bósforo.

2.- Las empresas ya están adoptando planes de contingencia. De los aceites vegetales empleados en la conserva española, unas 98.000 t. anuales, aproximadamente el 44% provenía del oliva, mientras que el 56% era girasol. Ya se están buscando suministros alternativos, para lo cual solicitaremos a las administraciones nacionales y europeas medidas comerciales de excepción, como supresión de barreras arancelarias o técnicas -tal y como se trabaja en nuevas formulaciones con aceites sustitutivos, como el de soja- que mantengan la alta calidad organoléptica y todas las garantías higiénico-sanitarias de la conserva. Dicho trabajo permitirá a las empresas asegurar la producción, esperando que los consumidores mantengan su compromiso con los productos y la conserva es-



pañolas, al igual que durante la pandemia. Necesitamos el consumo de productos pesqueros en la cesta de compra como un alimento imprescindible para una dieta variada y equilibrada, que además aportan elementos como los Omega 3. Eso redundará en el beneficio nutricional de la población y socioeconómico para el país ante el presente contexto internacional.



**José María Puerto**  
Agente comercial

1.- No creo que el aceite refinado llegue a cotizar al mismo precio que el virgen extra, pero la firmeza del girasol provocada por su escasez empujará hacia arriba al aceite de oliva. Dependerá de lo que dure el conflicto, tampoco conozco el acopio que tendrán las industrias. A nivel de consumo habrá sustitutos y el consumidor optará por otros aceites como el de orujo o de semillas (sobre todo soja), pero para la industria alimentaria será más complicado.

2.- Si Rusia no se retira, invade Ucrania y acaba el conflicto, habrá que ver si todos los contratos firmados con Ucrania en lo que se refiere al girasol se cumplirán o no, dependerá de la posición que adopte Rusia. En cuanto al sector del aceite de oliva, posiblemente el mercado se tranquilice y la oferta no quiera vender, porque, aunque se trate de productos distintos y cada uno tenga su consumo, lo que no es normal es que, utilizando un símil, el cobre valga más que el oro.



**Esteban Momblán**  
Gerente de Grupo Interóleo

1.- La situación actual del mercado es de “tormenta perfecta”. Hasta hace escasamente una semana todo giraba en torno a la situación de escasez de lluvias, que es realmente preocupante y que mantenían los precios en niveles superiores a los de la campaña pasada. Pero la nueva variable de conflicto bélico en dos zonas geográficas que producen más del 50% del aceite de girasol del mundo ha provocado una convulsión de efectos aún desconocidos para todos. Obviamente, la preocupación de todos es la crisis humanitaria que ya se está produciendo y que debe estar por encima de cualquier otra consideración. Además, la incertidumbre generada tiene un horizonte temporal totalmente incierto, puesto que a día de hoy es muy difícil saber cuándo se producirá un desenlace que dé lugar a una normalización de la situación.

2.- A corto plazo la influencia está siendo muy importante. Ha supuesto una revalorización de los precios de los aceites de oliva, sobre todo de aquellos con destino a refinación, no vista desde hace muchos años o décadas. Rusia y Ucrania han producido en la campaña 2021/22 unos 13 millones de t. de aceite de girasol y a nivel global se han producido alrededor de 22 millones de t., por lo que ha desaparecido del mercado algo más del 50% de este tipo de aceite. De ahí que tanto los consumidores como la industria conservera y alimentaria deban buscar una solución a corto plazo para abastecer sus compromisos inmediatos, y la más inmediata ha sido el oliva. Pero a medio y largo plazo, si la situación geopolítica no cambia, habrá que buscar otras alternativas porque los números son imposibles. El problema es que otros aceites de semillas como colza o soja tienen sus mercados y clientes, y será difícil que puedan cubrir el hueco dejado por el girasol. Sin duda nos encontramos ante una evolución de precios y un periodo inflacionista nunca visto hasta la fecha. No deberíamos



arrepentimos en el futuro de perder consumo que luego cuesta tanto recuperar.



**José María Penco**  
Director de AEMO

1.- En primer lugar, lo importante -y que debe estar por encima de cualquier reflexión económica- es parar el drama humanitario. Pero entrando en lo que nos ocupa es patente que cortar de raíz el flujo exterior de aceites de semillas, especialmente de girasol proveniente de Ucrania, será traumático para Europa en general y para nuestro país en particular, ya que Ucrania es el indiscutible líder en producción. Ello supondrá que, siendo España deficitaria en girasol, tendremos que sustituir ese consumo destinado a botella, industria conservera, alimentos fritos envasados, etc., por otra grasa sustitutiva. El sustituto natural sería el aceite de orujo de oliva, pero las existencias que tenemos son claramente insuficientes para el volumen demandado. Así pues, habrá que tirar sí o sí de oliva refinado, que en origen es lo mismo que hablar de aceite de oliva virgen lampante.

2.- El efecto en el mercado será -o es ya- que se disparará la demanda de aceite de oliva lampante en nuestras almazaras, incluso que quizá se tengan que refinar vírgenes porque la oferta de lampantes en España este año es menor. La respuesta inmediata será el alza firme del precio en origen, algo irremediable atendiendo a la ley de la oferta y la demanda. A medio y largo plazo nuestra lectura es que, si finalmente se usan olivas para usos que tradicionalmente tenían las semillas, debemos aprovechar la oportunidad para informar al consumidor de que está consumiendo un producto más sano y que, siendo España el principal productor mundial de aceites de oliva, debemos concienciarlos de que su uso en toda nuestra alimentación -ya sea elaborada en casa o envasada- dependerá de nosotros y estará menos expuesta a la incertidumbre de la importación de otros mercados.

**Cristóbal Gallego**  
Presidente de Jaencoop

1.- Es una situación nueva para mí en la que no tengo ninguna experiencia, se está produciendo un desabastecimiento de materias primas esenciales que está afectando a actividades y mercados.

2.- En concreto, se está dando un incremento del precio del aceite de girasol motivado por una falta de oferta y abastecimiento; los grandes supermercados han restringido las unidades que puede retirar cada uno de sus clientes, lo cual aumenta su necesidad ante la creencia de que se pueden quedar desabastecidos. Igual está sucediendo con la industria conservera y todas aquellas que en la elaboración de sus productos utilizan el aceite de girasol, creando un grave problema. Esta situación está incrementando el precio de los aceites vegetales en general, y también se está dando en el orujo de oliva y en los lampantes que van a refinería. Además, se ha producido un incremento en el precio del gas, lo cual ha provocado la parada de turbinas de cogeneración; en nuestro caso, los gestores de la planta de cogeneración que abastecen de calor los secaderos de San Miguel Arcángel en Villanueva del Arzobispo han decidido de manera unilateral parar la turbina a pesar del contrato de suministro que mantenemos con ellos, provocando la parada de la actividad en nuestra planta orujera, con lo que no podemos procesar el alperujo ni extraer para producir aceite de orujo crudo. En definitiva, la situación es grave y no esperada, por lo que iremos viendo cómo se van desarrollando los acontecimientos en las próximas semanas, en función de cómo vaya resolviendo su situación cada operador.



**Juan Morales**  
Agente comercial de  
J. Morales Navas  
Comercial Aceitera,  
S.L.U.

1.- Nos encontramos ante una situación que nunca hemos vivido y menos tan de cer-

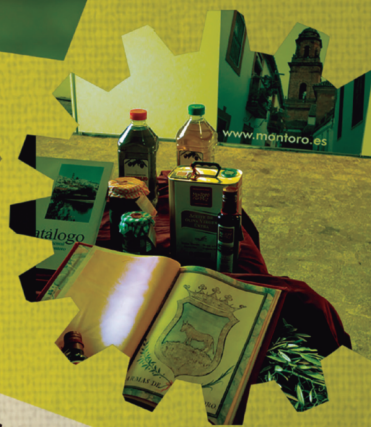


ca, con una repercusión grandísima en todos los flancos que sostienen la económica de un país, como son las eléctricas o el petróleo -y todos sus derivados-, y en productos esenciales de la alimentación tanto humana como animal. La situación es complicada porque no es posible crear alternativas ni producir a velocidades tan rápidas para que la economía no se resienta; los cambios, por muy rápidos que sean, necesitan su tiempo debido a su propia complejidad.

2.- El sector ya ha sufrido las primeras reacciones, con una subida de precios que, junto con la sequía que venimos padeciendo, complica el ritmo normal del mercado. Es lógico que una parte de la producción de girasol viere hacia distintas grasas, y una de ellas será el aceite de oliva. El problema consiste en conocer el tiempo que durará este conflicto y hasta dónde se va a retraer el consumidor con todas las subidas que va a tener que asimilar en todas las facetas de su vida cotidiana. El precio de los aceites de oliva evolucionará a según se desarrolle el conflicto armado. Esta situación debería provocar unos cambios en la mentalidad agrícola europea para ser menos dependiente del exterior.



Una Ventana al Futuro de la Olivicultura



[www.feriadelolivo.es](http://www.feriadelolivo.es)

# XXXI

## Feria del OLIVO

### MONTORO

DEL 11 AL 14 DE MAYO DE 2022

ORGANIZA:



EXCMO. AYUNTAMIENTO DE MONTORO



PATROCINA:





# La WOOE supera expectativas con más de 4.000 visitantes de 82 países

La World Olive Oil Exhibition (WOOE) cerró su novena edición superando de nuevo las expectativas, según sus organizadores, con más de 4.000 visitantes procedentes de 82 países y la presencia de 35 países compradores. Durante los días 8 y 9 de marzo, el pabellón 1 de IFEMA Madrid se convirtió en el punto de encuentro de productores, compradores, almazaras y todos los actores relacionados con el sector oleícola.

La World Olive Oil Exhibition (WOOE) cerró su novena edición superando de nuevo las expectativas, con más de 4.000 visitantes procedentes de 82 países y la presencia de 35 países compradores. Durante los días 8 y 9 de marzo, el pabellón 1 de IFEMA Madrid se convirtió en el punto de encuentro de productores, compradores, almazaras y todos los actores relacionados con el sector oleícola.

Un año más, el director ejecutivo del Consejo Oleícola Internacional (COI), Abdellatif Ghedira, fue el encargado de inaugurar la WOOE en compañía de Otilia Romero de Condés, CEO de la WOOE; y José Luis Murcia, director ejecutivo de la WOOE.

Además de representantes institucionales de la Junta de Castilla-La Mancha, la Junta de Andalucía y la Comunidad de Madrid, también destacó la presencia de Malek Twal, embajador de la Liga Árabe; Kifaya Khamis Miyah Al-Raisi, embajadora del Sultanato de Omán; el embajador de Argelia, Said Moussi; así como diplomáticos de las embajadas de Irak, Sudán, Túnez, Qatar, Jordania, Yemen, Marruecos y Libia. También estuvieron presentes países como Grecia e Italia, “lo que confirma que la WOOE vuelve a ser el encuentro de referencia a nivel internacional del sector oleícola”, destacaron sus organizadores.

“La World Olive Oil Exhibition ha vuelto a demostrar que su única ocupación y preocupación es todo lo relacionado con el aceite de oliva. Tras dos años sin poder reunirnos, hemos demostrado que el esfuerzo ha merecido la pena porque la feria ha sobrepasado todas las expectativas”, subrayó Romero de Condés.

Un año más, según sus organizadores, la feria consiguió que productores, consumidores y empresas consolidaran su negocio. Además, en este encuentro, los visitantes pudieron ex-

plorar, conocer y vivir experiencias en torno al alimento estrella de nuestra gastronomía.

En el marco de las conferencias que se realizaron en la WOOE, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español dio a conocer el “Estudio sobre los efectos saludables de los aceites de oliva según los profesionales de la salud”; mientras que el consultor estratégico Juan Vilar presentó el libro “Análisis del consumo de aceites de oliva en los países consumidores”.

En la primera jornada del encuentro también tuvo lugar la charla impartida por Sara Oulbi, del Instituto Nacional de Investigaciones Agrarias de Meknès (Marruecos), bajo el título “Logros principales del INRA en el desarrollo del olivar en Marruecos”, así como una mesa redonda sobre innovación y optimización de recursos en el sector del aceite de oliva.

La jornada del 9 de marzo se abrió con “Las claves del mercado norteamericano en el sector del aceite de oliva”, impartida por Joseph R. Profaci, director ejecutivo de la North American Olive Oil Association (NAOOA), y continuó con la presentación de la IGP Aceite de Jaén. También se organizaron dos mesas redondas sobre el potencial de las certificaciones en el sector, y sobre distribución, comercialización y pautas de consumo del aceite de oliva. La sala se cerró con la conferencia dirigida por Juan Vilar bajo el título “Previsiones mundiales de producción”.

Por su parte, la sala de catas volvió a ser uno de los espacios más concurridos, realizándose un recorrido por los aceites de oliva vírgenes extra picuales reconocidos con el sello “Jaén Selección”; los AOVes de la provincia de Toledo; y los zumos de Andalucía maridados con propuestas del chef de La Malaje, Manu Urbano. En compañía de Francisca García, jefa del Panel de Cata de la DOP Priego de Córdoba, el cocinero llevó a cabo una cata

muy especial en la que los AOVes estuvieron integrados en una propuesta gastronómica.

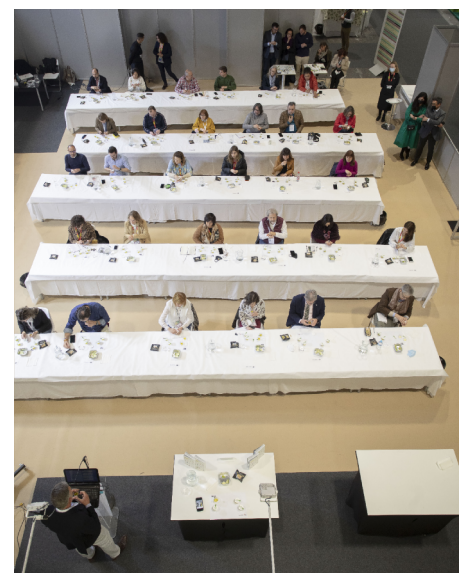
Además, José María Penco, director del Concurso Internacional EVOOLEUM, realizó una cata de los Mejores AOVes Monovarietales de cinco variedades emblemáticas del Mediterráneo del TOP100 de EVOOLEU; y una cata histórica de tres AOVes del Mediterráneo del TOP100 de este certamen.

## Showcooking y concursos

A su vez, el encuentro acogió el Desafío WOOE Ensaladas, patrocinado por Campo y Alma, la marca de calidad y garantía de Castilla-La Mancha, que en esta edición premió a Beltrán Alonso, chef de Casa Mories. También se celebró el Desafío WOOE ajoblanco, patrocinado por la marca de calidad de productos andaluces Gusto del Sur, que reconoció a Miguel Durán, chef del restaurante El Reloj de Harry & Sally.

La Gourmet Area contó con los showcooking de Kike Piñeiro, chef de A Horta do Obradoiro, quien también fue el encargado de presentar la propuesta gastronómica “Raíces de Campo y Mar”, elaborada con los AOVes de “Alimentos de España”.

La WOOE se cerró con la entrega de los Olive Oil Delicatessen Awards, que galardonaron a aquellas empresas que utilizan el aceite de oliva en sus elaboraciones.





# El colectivo médico español recomienda el AOVE como mejor materia grasa para la alimentación humana

El colectivo médico español recomienda, por sus beneficios cardiosaludables y antioxidantes, el aceite de oliva virgen extra como mejor materia grasa para alimentarnos, según se desprende del “Estudio sobre los efectos saludables de los Aceites de Oliva según los profesionales de la salud”, que presentó la Interprofesional del Aceite de Oliva Español en el marco de la World Olive Oil Exhibition (WOOE).

El estudio ha sido elaborado por More Than Research, en colaboración con la consultora aWp, a partir de 600 entrevistas realizadas a médicos de todo el país entre los meses de junio y julio del pasado año. Los profesionales con mayor representación son los de medicina familiar y comunitaria, con 180 entrevistas, seguidos de pediatría y áreas específicas con 120 entrevistas. El resto de especialidades (digestivo, endocrinología y nutrición, geriatría, obstetricia y cardiología) aportan 60 entrevistas cada una.

El estudio presentado por Manuel Gallego, socio-director de la agencia demoscópica, ha puesto de manifiesto que los facultativos encuestados consideran que los hábitos alimentarios poseen una enorme repercusión en la salud, con una media de 9 puntos sobre 10. Al mismo tiempo, los hábitos de alimentación de los españoles, que son considerados bastante saludables, obtienen un notable alto, logrando una puntuación media de 8 sobre 10. También desvela que el aceite de oliva virgen extra se impone como el más conocido por los encuestados, ya que el 86% lo cita, si bien perciben que el aceite de girasol es el más consumido en nuestro país.

Cuando analizamos el conocimiento de las propiedades saludables de los aceites de oliva, los facultativos consultados consideran que los españoles sabemos más bien poco sobre ellas, un 5,67 sobre una escala de 10. Por el contrario, ellos se consideran buenos conocedores de esa información. Un 76,3% declara estar muy o bastante informado sobre esas propiedades saludables, pero lo curioso es que 3 de cada 4 médicos declaran que no han recibido ninguna información a través de formación reglada, literatura técnica o jornadas sobre este aspecto. Sólo los especialistas en geriatría y endocrinología y nutrición aseguran tener una formación algo más amplia, con el 45,2% y el 36,9%, respectivamente.



## Alegaciones saludables

Asimismo, el estudio señala que el 73% de los encuestados desconoce la existencia de las alegaciones nutricionales y saludables de los alimentos en la Unión Europea, es decir, las normas que regulan la forma en la que se pueden emplear las bondades nutricionales y saludables en una comunicación comercial de un alimento. Además, la mitad de los que declaran conocer su existencia (27%) no son capaces de indicar correctamente las alegaciones autorizadas para los aceites de oliva, lo que supone que un 86,5% desconoce, de forma efectiva, dichas alegaciones.

Al menos, más del 91% desearía contar con más información sobre salud y aceites de oliva, ya que los médicos consideran que el aceite de oliva virgen extra es adecuado para la salud, una afirmación que obtiene una media de 9 puntos sobre 10. Y, de hecho, cuando se les pide que valoren su efecto sobre ciertas dolencias, no dudan en apostar por el virgen extra como alimento cardiosaludable (9,42 puntos sobre 10). Los médicos también han aprendido que no todas las grasas son iguales. Así, valoran positivamente su uso como mejor aceite para fritura, que logra una puntuación de 8,36, y consideran que el consumo

moderado de aceite de oliva virgen extra no produce aumento de peso.

A su vez, esa confianza de los facultativos en el producto se traslada a la hora de elegir el aceite para sus cocinas, según explicó Manuel Gallego durante su intervención: “Son los primeros consumidores y, además, predicen con el ejemplo. Afirman que la población debería consumir una media de tres cucharadas al día de aceite de oliva, que es la misma cantidad que ellos declaran consumir. Son los primeros defensores de nuestro aceite de oliva virgen extra”. También valoran muy positivamente (con una puntuación media de 9 puntos) afirmaciones como que es un producto de calidad, saludable, tiene DOPs, es versátil en la cocina y es de confianza. Por último, cabe destacar que logran puntuaciones netamente menores aquellas referidas al precio, como la consideración de que es un producto asequible a todos los bolsillos, (6,13 puntos) o que es un producto con buena relación calidad/precio (un 8,28).

## Nuevas iniciativas de divulgación

El presidente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Pedro Barato, confirmó que este estudio evidencia la necesidad de desarrollar nuevas estrategias de comunicación enfocadas a difundir prioritariamente las bondades saludables de los aceites de oliva, respaldadas por evidencias científicas entre el colectivo médico de nuestro país. “Con la normativa vigente hay que cumplir con las comunicaciones publicitarias y promocionales si uno no quiere sufrir la apertura de un expediente sancionador a este respecto. Siendo así, hemos actualizado un informe, elaborado por servicios jurídicos especializados en derecho agroalimentario, con la finalidad de saber a qué hemos de atenernos, como sector, en esta materia”.



## Freír con aceite de oliva virgen mejora el perfil nutricional del alimento frito

Un estudio realizado por investigadores del Departamento de Química Analítica de la Universidad de Granada, en colaboración con el Instituto de Química de la Universidad Federal de Río de Janeiro, ha demostrado que la fritura con aceite de oliva virgen mejora el perfil nutricional del alimento frito por absorción de algunos de sus compuestos beneficiosos para la salud.

Mediante el empleo de herramientas analíticas muy potentes, estos investigadores han estudiado el perfil de componentes bioactivos del AOV empleado para freír patatas en freidoras domésticas, su evolución durante su uso en 30 ciclos de fritura (realizando seis ciclos de fritura al día durante cinco días consecutivos), y la transferencia de esos compuestos al alimento frito.

Por un lado, los investigadores han demostrado que rellenar la freidora diariamente con una pequeña proporción de aceite fresco (alrededor del 5% de la capacidad de la freidora) resulta eficaz para retrasar la pérdida completa de antioxidantes y prolonga la vida útil del AOV usado para la fritura. De hecho, durante los experimentos llevados a cabo, no se observaron signos de oxidación lipídica drástica tras 30 ciclos de fritura de porciones de 100 g. de patatas fritas.

Por otro lado, los resultados de la investigación han confirmado que una gran parte de los compuestos de interés para la salud resisten las condiciones de fritura y se transfieren al alimento. Entre los compuestos más relevantes absorbidos por las patatas fritas, destacan los esteroides que ejercen un papel fundamental en la regulación del colesterol sanguíneo, y los tocoferoles, conocidos comúnmente como vitamina E, que actúan como antioxidantes a nivel celular. Además de estas dos familias de compuestos bioactivos, también se transfieren



a las patatas fritas otros componentes, como los lignanos y los compuestos triterpénicos, que poseen capacidad protectora frente a diferentes enfermedades, como las enfermedades cardiovasculares y los trastornos metabólicos.

A la vista de los resultados obtenidos, los investigadores afirman que, en condiciones que imitan la preparación de alimentos en casa (a pequeña escala y evitando el uso abusivo del aceite de fritura), la transferencia de compuestos beneficiosos del AOV puede mejorar el perfil nutricional del alimento frito. No obstante, los autores subrayan la necesidad de seguir trabajando para determinar si estos resultados se reproducen en condiciones de fritura industrial a gran escala, así como para comprobar el número máximo de operaciones de fritura consecutivas que se pueden realizar antes de descartar el aceite y la frecuencia con la que se deberían añadir pequeños volúmenes de AOV fresco para evitar el agotamiento completo de sus antioxidantes naturales.

Las conclusiones de este estudio, publicado recientemente en la prestigiosa revista científica *Food Chemistry*, sugieren que, entre las opciones disponibles para freír, el AOV es uno de los aceites más interesantes por su estabilidad y su perfil de compuestos potencialmente saludables, que no están presentes ni se transferirían al alimento empleando aceites vegetales comestibles refinados.

## Una dieta rica en polifenoles mejora el perfil glucémico

La diabetes tipo 2 afecta a una de cada 11 personas adultas en todo el mundo y quienes la padecen tienen más probabilidades de sufrir otras patologías no transmisibles como infartos, accidentes cerebrovasculares o enfermedades renales. Es conocido que esta enfermedad puede prevenirse modificando factores de riesgo como una dieta poco saludable y, ahora, varios grupos del CIBERObn que trabajan en el proyecto PREDIMED-Plus -en colaboración con el CIBERESP- han evidenciado que seguir una dieta rica en polifenoles mejora el perfil de glucosa de los pacientes con esta patología. Los resultados del estudio se han publicado en la revista científica *Antioxidants*.

El equipo investigador analizó datos de los 5.921 voluntarios que participan en el estudio PREDIMED Plus. Son personas de edad avanzada con sobrepeso u obesidad y con un elevado riesgo de enfermedades cardiovasculares. Al inicio del estudio y después de un año de seguimiento se calculó la ingesta de polifenoles a partir de cuestionarios de frecuencia en el consumo de alimentos. Los polifenoles son unos compuestos naturales que se encuentran en dietas saludables basadas en el consumo de cereales integrales, frutas, verduras, legumbres y frutos secos, así como grasas saludables como el aceite de oliva virgen extra.

Los resultados pusieron de manifiesto que las personas que consumían más alimentos ricos en polifenoles, especialmente de algunas clases concretas de estos compuestos como las flavonas, los flavonoles y los lignanos, contaban con unos niveles de glucosa más bajos.

Asimismo, cuando se analizaba de forma separada el consumo de polifenoles entre personas sanas y las que tenían diabetes o prediabetes, se observó que el grupo más beneficiado por el consumo de polifenoles fue el de las personas con prediabetes, que presentaron unos niveles de glucosa más reducidos.



## Andalucía vigilará que se cumple la prohibición de las aceiteras rellenables

La Dirección General de Consumo de la Consejería de Salud y Familias tiene previsto inspeccionar hasta el próximo mes de diciembre, a través de los Servicios de Consumo provinciales, un total de 990 establecimientos de restauración en todas las provincias andaluzas en el marco de su Plan Anual de Inspecciones. Al igual que en años anteriores, este organismo vigilará que se cumple la prohibición de las aceiteras rellenables.

En concreto, esta campaña pretende asegurar el cumplimiento de la normativa autonómica referente a la información que deben proporcionar a las personas consumidoras este tipo de establecimientos.

Esta campaña de inspección, de ámbito regional, viene realizándose con carácter continuado desde hace varios años, a excepción de 2020 y 2021, debido a la especial relevancia del sector y su alta demanda por parte de las personas consumidoras y usuarias, tanto de Andalucía como de otras Comunidades Autónomas y países. En la última campaña, la de 2019, se realizaron 951 actuaciones inspectoras, de las cuales 169 presentaron algún tipo de irregularidad sobre los derechos de las personas usuarias, lo que representa el 17,77% de los 554 establecimientos visitados.

En la campaña del año en curso se pretenden hacer hincapié fundamentalmente en los incumplimientos más habituales que se si-

guen detectando en bares y restaurantes. Además, en línea con los años anteriores, se va a revisar el cumplimiento de la normativa que obliga a que los aceites que se ofrezcan en los establecimientos de hostelería y restauración tengan una protección que impida su reutilización o -lo que es lo mismo- vigilar que se cumple con la prohibición de las aceiteras rellenables.

Cabe recordar que en 2014 entró en vigor el Real Decreto sobre nuevas normas de presentación de los aceites de oliva en los establecimientos de hostelería y restauración que establece que los aceites que se pongan a disposición del consumidor deben presentarse en envases etiquetados, provistos de un sistema de apertura que pierda su integridad tras su primera utilización y disponer de un sistema de protección que impida su relleno una vez agotado su contenido original.

La campaña de inspecciones que se desarrollará este año -y que se realizará de forma continuada hasta el 30 de noviembre de 2022- incidirá también en otras cuestiones como la obligatoriedad de disponer de hojas de reclamaciones y de que la información sobre precios y servicios se ajuste a la normativa vigente. También se revisará el cumplimiento de la normativa en materia de alérgenos e intolerancias y sobre etiquetado y origen del agua filtrada y envasada para la venta.

## EEUU reduce durante sólo un año el arancel a la aceituna negra

Ante la reducción de las tasas arancelarias a la aceituna negra hecha pública recientemente por el Departamento de Comercio de EEUU como resultado del segundo periodo de revisión administrativa de los aranceles antidumping y antisubvenciones, la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa (Asemesa) ha precisado que el nuevo arancel medio del 7,32% solamente tendrá validez por un año y no es de aplicación general porque afecta a un grupo de cinco empresas -las investigadas y las que tenían posibilidades de serlo-, mientras que la mayoría seguirá con el 35%.

Según ha explicado Asemesa, el nuevo arancel no es definitivo sino temporal, ya que puede revertirse en un año, volver al nivel anterior e incluso aumentar, por lo que “todas las empresas continuarán con la misma incertidumbre e inseguridad anteriores”.

Dado que la participación en las revisiones es obligatoria, las empresas seguirán sufriendo las investigaciones anuales como mínimo hasta 2025, “con el enorme esfuerzo económico, personal y de trabajo que esta defensa lleva aparejada”, ha asegurado, al tiempo que ha recordado que el coste de la defensa ya supera los 8,5 millones de euros y se han dejado de exportar en estos años cerca de 150 millones de euros.

CA Crédito Agrícola | PATROCINADOR EXCLUSIVO

AOS AGRICULTORES DO SUL

CASA DO AZEITE

BEJA PORTUGAL

# 11 CONCURSO INTERNACIONAL DE ACEITE DE OLIVA VIRGEN EXTRA

PREMIO OVIBEJA

WWW.AZEITE-OVIBEJA.PT



## Agroexpo cierra sus puertas con más de 32.000 visitantes

**Agroexpo, la Feria Internacional del Suroeste Ibérico, que se celebró del 2 al 5 de marzo en Don Benito (Badajoz), cerró sus puertas con más de 32.000 visitantes. La muestra contó con la presencia de más de 250 empresas expositoras procedentes de diferentes puntos de Europa, así como de otros continentes. Una cifra que se duplicó en el caso de las marcas representadas y que demuestra, según sus organizadores, la buena salud del certamen, que prevé seguir creciendo.**

La directora de la feria, Susana Cortés, realizó una valoración “absolutamente positiva” y mostró la satisfacción del trabajo realizado en los últimos meses.

El encargado de abrir las puertas de la muestra fue el presidente de la Confederación de Cooperativas Agroalimentarias de la UE (Cogeca), Ramón Armengol, quien hizo referencia al conflicto entre Rusia y Ucrania, que supone “un antes y un después” y ha provocado que el sector deba “repensar” cómo van a ser a partir de ahora las relaciones con el resto del mundo. Asimismo, en cuanto a los efectos que el conflicto bélico puede tener sobre el sector agroalimentario español, Armengol destacó que son muchos los “interrogantes” que se dan ahora.

Asimismo, el Foro del Agua atrajo durante la primera jornada a expertos del sector que hicieron hincapié en la eficiencia, las perspectivas de futuro y las estrategias de gestión de este recurso, las necesidades hídricas, la eficiencia en su uso y las estrategias de gestión del agua y sus perspectivas de futuro.

Agroexpo mostró una vez más especial interés por los cultivos nacionales. En esta ocasión, abordó la situación de uno de los productos más extendidos a nivel regional como es el caso del arroz. En concreto, el presidente de la Mesa del Arroz de Extremadura, Pablo Pérez, remarcó la importancia del arroz en la región y analizó la situación por la que atraviesa el sector. “Nos encontramos ante un año difícil, pero todavía somos optimistas y creemos que se puede solucionar”, apuntó en relación a los problemas derivados de la pandemia, la escasez de agua y la problemática añadida de la guerra entre Rusia y Ucrania.

En el marco de la feria, la consejera de Agricultura, Desarrollo Rural, Población y Territorio, Begoña García, también subrayó la función que la Política Agraria Común (PAC) de

sempeña como “herramienta vertebradora de la sociedad extremeña” e hizo hincapié en el trabajo que los distintos agentes implicados en su desarrollo están haciendo “pensando en las futuras generaciones”.

A juicio de la titular de Agricultura, se trata de una PAC con un reparto más “justo e igualitario”, que apoya al colectivo más joven y a las mujeres que se incorporan al campo con una retribución de los pagos en las explotaciones y un respaldo “muy decidido”.

### Tecnología

Por su parte, el Centro Demostrador TIC de Extremadura (CDTIC) desarrolló distintas ponencias dentro del marco de la feria que versaron sobre el impacto tecnológico en el tejido empresarial, especialmente en aquellas vinculadas al sector agroganadero.

A lo largo de tres jornadas, el CDTIC expuso que el futuro de la agricultura y la ganadería pasa por la revolución tecnológica. Por ello, el objetivo de estas jornadas fue que “esa tecnología sea más cercana a los clientes”, según manifestó Antonio Romero, investigador del centro.

Según se constató en estas ponencias, la intención del uso de la tecnología es proporcionar un entorno que permita el intercambio de información eficiente y confiable. La necesidad de monitorizar en tiempo real qué está pasando en las explotaciones pasa por la integración sensorica de todos los niveles y el sector agroganadero no se ha quedado atrás en este sentido.

También se señaló que el uso de drones ha supuesto un punto de inflexión en muchos sectores. La posibilidad de acceder a lugares donde antes no se podía para tomar imágenes o medir algún parámetro interesante ha convertido esta tecnología en un elemento esencial.

Agroexpo entregó también un reconocimiento a los mejores expedientes académicos

durante el curso 2020-2021 en estudios relacionados con el sector agrícola y agroindustrial. Un reconocimiento que se viene materializando desde el año 2019 como una apuesta del Comité Organizador por la formación con el objetivo de poner en valor el talento extremeño y trabajar en favor del arraigo en el territorio.

A estos contenidos también se añadió un gran número de jornadas tanto públicas como privadas desarrolladas en Agroexpo como escenario “idóneo” para llevar a cabo sus relaciones comerciales. En este sentido, la feria acogió un encuentro dedicado al sector oleícola, organizado por la empresa MANTRA, que contó con diversos profesionales del sector que abordaron la apuesta por los aceites tempranos, la importancia del control de proceso en la cosecha temprana de la aceituna, así como el control de temperatura y mejoras en el batido de los AOVEs de cosecha temprana. Además, se ofrecieron recomendaciones en la elaboración de estos zumos desde el momento de recolección hasta su conservación y se impartió una cata de vírgenes extra tempranos de la provincia de Badajoz.

Finalmente, Agroexpo acogió la entrega de los galardones de la novena edición de los Premios a la Innovación Empresarial Agroexpo Feria internacional. Así, el jurado de este certamen entregó el primer premio a la empresa Ingeniería del Ozono, por su producto “Generaciones de ozono industriales”, dotado con una cuantía económica de 2.000 euros y la certificación del producto por parte de Cicytex durante un año. Igualmente, concedió un primer accésit, dotado con una cuantía económica de 1.000 euros, a la empresa Calderería Manzano, por el producto *Olive UP*; mientras que el segundo accésit, dotado con una cuantía económica de 500 euros, recaló en la empresa Asofertglobal por el producto *Kiplant Allgrip*.



## El valor del mercado de la alimentación ecológica en España creció un 8,8% en 2021

El mercado de la alimentación ecológica y el gasto per cápita en España alcanzaron los 2.752 millones de euros en 2021 (+8,8% respecto al año anterior) y los 58,15 euros por habitante al año (53 euros en 2020), respectivamente, si bien se hace necesaria una “apuesta decidida” para impulsar el sector, según pusieron de manifiesto en Madrid los responsables de Ecovalia en la presentación del “Informe Anual de la Producción Ecológica en España 2022”.

El sector de la producción ecológica española sigue sumando datos positivos que refuerzan la línea ascendente que sigue este sector a nivel mundial, según se desprende de este informe, que detalla que España suma 2.437.891 hectáreas de superficie ecológica, lo que representa el 10% de la superficie agraria útil. Esto supone que para alcanzar el 25% fijado por la Unión Europea (UE) para 2030, nuestro país tendrá que sumar en los próximos años más de 4 millones de hectáreas. No obstante, atendiendo a los datos por Comunidades Autónomas, el ranking de superficie agraria útil en ecológico lo lideran Cataluña, con un 24,8%; seguido de Andalucía, con un 22%; y Comunidad Valenciana y Baleares, ambas con un 19,6%.

En clave europea, España se sitúa ahora en segunda posición en superficie, que lidera Francia con 2,54 millones de ha. Italia, por su parte, se sitúa en tercera posición con 2,09 millones de ha.

El presidente de Ecovalia, Álvaro Barrera, señaló que, aunque el sector está en crecimiento, “se hace necesaria una apuesta decidida de las administraciones, a todos los niveles, por la producción ecológica, un sistema que está en el centro de la mesa de las políticas europeas en el horizonte 2030”.

Por cultivos, los cítricos (19%), las plataneras y subtropicales (16%) y los frutos secos (16%) son los que más han crecido, aunque los mayoritarios siguen siendo el olivar (222.723 ha.) -desplazando de la primera posición a los cere-

ales, los cereales (216.624 ha.) y los frutos secos (196.941 ha.).

Por otro lado, el valor de mercado del consumo de productos ecológicos a nivel mundial se incrementó un 13% en 2020, hasta 120.647 millones de euros. En este sentido, España se sitúa en el noveno lugar, con 2.528 millones de euros, por detrás de EEUU (49.456 millones de euros), Alemania (14.990 millones de euros), Francia (12.699 millones de euros), China (10.218 millones de euros), Canadá (4.261 millones de euros), Italia (3.872 millones de euros), Suiza (3.602 millones de euros) y Reino Unido (2.859 millones de euros).

En cuanto al valor del mercado, España necesitaría más de 7.500 millones para llegar al reto de 2030 o, lo que es lo mismo, incrementar un 10% el consumo. En gasto per cápita, el ranking mundial lo lidera Suiza, con 418 euros por habitante/año, seguida de Dinamarca (384 euros/habitante/año); Luxemburgo (285 euros/habitante/año); Austria (254 euros/habitante/año); y Suecia (212 euros/habitante/año).

Barrera subrayó que “todos los agentes de la cadena -productores, elaboradores y distribuidores- han estado a la altura y han dado respuesta a las necesidades de una sociedad cada vez más concienciada y que apuesta por la producción ecológica, un sistema que es agrónomicamente productivo, económicamente rentable, medioambientalmente necesario y una respuesta a la salud”.

## Las exportaciones agroalimentarias españolas baten récords en 2021 y superan los 60.000 millones de euros

Las exportaciones agroalimentarias de España alcanzaron el pasado año un valor de 60.118 millones de euros, cifra que supone un récord en la serie histórica y que representa un incremento del 11% respecto al año 2020. El saldo comercial también superó su techo y se situó en 18.949 millones de euros, un 0,8% más que en el ejercicio anterior. Las importaciones agroalimentarias crecieron un 16,4% y se situaron en 41.119 millones de euros.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha publicado el “Avance Anual de Comercio Exterior 2021”, cuyos datos “constatan el importante papel que desempeña el sector agroalimentario y pesquero en el comercio exterior español, en el que representa ya el 19% del total de las ventas. Las importaciones de productos agroalimentarios suponen el 12% de las compras de la economía española en el exterior”.

Por lo que respecta a los principales subsectores exportadores en 2021, las frutas se situaron en primer lugar, con unas ventas de 10.162 millones de euros, y un incremento del 5%. En segundo lugar se situaron las carnes (8.819 millones de euros, un 4,4% más que en 2020), seguidas de las hortalizas (7.461 millones, con un crecimiento del 7,5%).

El mayor incremento en las exportaciones (+27,4%) se produjo en el grupo de aceites y grasas, impulsado fundamentalmente por el aceite de oliva, con un valor exportado total de 5.359 millones de euros.

La Unión Europea (UE) fue de nuevo en 2021 el destino principal de las exportaciones agroalimentarias españolas, un 63% del total (37.915 millones de euros), con un incremento del 11,4% respecto a 2020.



## Alianza estratégica de Elaia Zait y Mykonos Olive Oil Tasting para el mercado griego

Elaia Zait y Mykonos Olive Oil Tasting han cerrado un acuerdo de colaboración para distribuir los productos de la firma española en Grecia. El país heleno es el tercer mayor productor del mundo de aceite de oliva y uno de los mercados con mayor consumo per cápita, según han destacado ambas entidades.

Ambas empresas han considerado de interés acercar los productos de Elaia Zait a los amantes del aceite de oliva virgen extra localizados en Grecia. Para ello, han cerrado un acuerdo para la distribución y promoción de dichos productos en el mercado griego, aunque no descartan extenderlo a otros mercados como el chipriota o el turco.

La experta en AOVE y fundadora



de Mykonos Olive Oil Tasting, Anita Zachou, ha subrayado que “Elaia Zait es un referente mundial para el sector de la cata de aceite de oliva y este acuerdo me parecía muy importante para hacer accesibles sus artículos a los amantes de este producto en Grecia, además de establecer una relación permanente entre los países y sus empresas para la formación y promoción del AOVE entre los consumidores y la difusión de la cultura en torno a este cultivo milenario”.

Así, los clientes que quieran comprar directamente los productos de la empresa española deberán dirigirse a Mykonos Olive Oil Tasting o a la web creada por la empresa para el mercado griego.

## Llega al mercado *Nuve Olivo*, la nueva marca de la DOP Priego de Córdoba

El pasado mes de septiembre, Elia Oil Company inauguró su almazara, un proyecto que nacía del sueño de cuatro profesionales del sector de las telecomunicaciones que, tras viajar por todo el mundo y guiados por su pasión por el sector oleícola, decidieron apostar por la elaboración de aceite de oliva virgen extra con DOP Priego de Córdoba. Ahora, la compañía ha lanzado al mercado sus AOVes diseñados para satisfacer todas las demandas de los consumidores, ofreciendo desde aceites más verdes a variedades más maduras, a través de dos gamas: *Nuve Olivo Gold* y *Nuve Olivo Platinum*.

En concreto, *Nuve Olivo Gold* es un AOVE frutado verde abierto con reflejos frutales maduros. Entre los tonos verdes destacan la hierba recién cortada, la hoja de olivo y la almendra, apareciendo en segundo plano la manzana madura, el plátano y la tomatara con un fondo muy sutil y elegante de flor de almendro y alba-

haca. De entrada en boca dulce y aterciopelada al tacto, se trata de un virgen extra equilibrado, redondo y firme con amargo leve y picante final moderado.

Por su parte, *Nuve Olivo Platinum* es un frutado de aceituna verde intenso de gran complejidad y riqueza aromática en todas las fases de la cata. En nariz y en primer plano aparecen tonos que recuerdan a frutas como la manzana, el plátano y la pera, que combinan a la perfección con la hierba fresca, la hoja de olivo y la tomatara verde. También se aprecia un fondo de cáscara de almendra verde, plantas aromáticas y hoja de geranio.

En boca es fluido, ágil y bien estructurado con amargo moderado, final picante de pimienta verde y retro-gusto almendrado.



## Pieralisi unifica su imagen para ofrecer la calidad de siempre con un diseño renovado

Pieralisi sigue trabajando en mejorar al detalle su maquinaria de almazara. Así, a lo largo de este año 2022 realizará una modificación completa de la nomenclatura y del diseño de su catálogo de productos. Se trata, según ha explicado el director general de Pieralisi para España y Portugal, Rodrigo Jaén, “de unificar nuestra imagen al nuevo logo, base de la filosofía del *Circular Thinking*”.

Con este proceso, por un lado se renueva el diseño de los decánters y del resto de maquinaria de extracción de aceite de oliva; y, por otro, se adapta la nomenclatura a los estándares internacionales. En los últimos años, la multinacional -que sigue conservando el carácter familiar con el que nació- está acometiendo un profundo proceso de reforma integral con el fin “de seguir manteniendo su liderazgo en el sector del aceite de oliva en todo el mundo y de adaptarse a las necesidades del mercado global”, según ha resaltado la empresa.

Para diseñar la nueva imagen de sus productos, Pieralisi ha contado con un grupo de profesionales que ha creado un catálogo de productos con mejores prestaciones en términos de capacidad, mecánica, confianza y estabilidad. Una imagen y nomenclatura más simples que muestran con mayor claridad la posibilidad de los productos, así como sus versiones y configuraciones.

Asimismo, se ha realizado una nueva adaptación de los sinfines con el fin de mejorar la productividad de la maquinaria. “Se trata de seguir mejorando día a día para ofrecer a nuestros clientes lo mejor para su almazara; no en vano, es lo que nos ha hecho líderes en el sector en la Península Ibérica desde hace más de medio siglo”, apuntó Rodrigo Jaén.





El control de precios se establece a través de un seguimiento continuo de las variaciones que se vayan produciendo en las grandes superficies, supermercados y pequeños comercios de Madrid. Los precios rotan semanalmente, de modo que, a lo largo de cada mes, les ofrecemos virgen ex-

tra, ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas. Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)  
Ultima revisión de precios: 21 de febrero de 2022.

### Aceite de girasol refinado (euros)

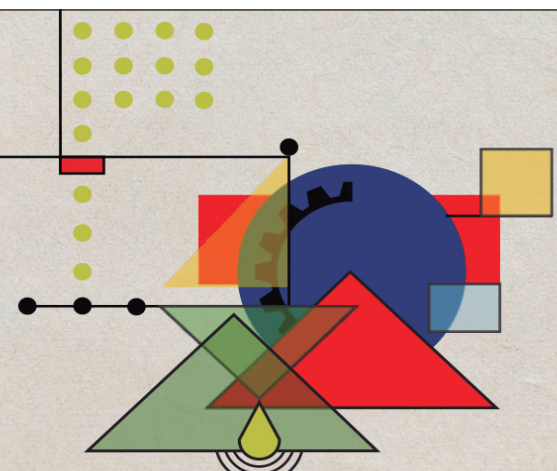
MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA
Capicúa	Alto Oleico	10,15		2,65
Coosol		5,80		1,58/1,99
Coosol Premium	Alto Oleico			1,83
Donsol				1,36
Fuensol				1,09
Koipesol		8,38/9,90		1,78/1,98
Masiasol		8,03		1,35/1,49

### Otros aceites de semillas (euros)

MARCA	TIPO	ENV. 5 L.	BOTELLA
Asúa	Maíz		1,98/2,55
Fenómeno	Semillas	6,93	1,48
Sojasol de Koipesol	Girasol+Soja		1,42
Soy Plus Omega 3	Girasol+Soja		2,08/2,39
Titán	Semillas		1,80
Vita	Maíz		1,95
La Masía	Semillas	7,38	1,47

### Marcas blancas (distribución) (precio euros)

MARCA	DISTRIB.	TIPO ACEITE	GRADOS	LATA. 5 L.	ENVASE 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	3/4 L.
El Corte Inglés	El C. Inglés	Virgen extra	0,4°		22,75		4,85	3,75
	El C. Inglés	Oliva	0,4° y 1°	17,85	18,45		3,75	4,89
	El C. Inglés	Girasol	0,2°		6,95		1,45	
Aliada	El C. Inglés	Girasol			6,95		1,62	
	El C. Inglés	Oliva Suave			16,05	6,99 (3 l.)	3,25	
	El C. Inglés	Oliva Sabor Intenso			16,05	6,99 (3 l.)	3,25	
	El C. Inglés	Virgen extra			22,35	8,19 (3 l.)	4,50	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra		15,00 (0,5 l.)		10,50 (0,5 l.)		
Hipercor	Hipercor	Virgen extra	0,4°		23,75		4,79	3,99
	Hipercor	Oliva Sabor Suave	0,4°	15,25	23,15		4,69	
	Hipercor	Oliva Sabor Intenso	1°	15,25	23,15		4,69	
	Hipercor	Girasol	0,2°		7,85		1,60	
Carrefour	Carrefour	Virgen extra S. Intenso	0,7°	18,30	18,30	5,57/5,92	3,95	3,69
	Carrefour	Virgen extra S. Suave	0,3°	18,30	18,30	3,25	3,95	3,69
	Carrefour	Oliva Sabor S./Intenso	0,4°/1°	16,75	15,50		3,20	
	Carrefour	Girasol	0,2°		6,95/7,15		1,45/1,53	2,40
	Carrefour	Girasol Ecológico					2,40 (0,5 l.)	
Auchán	Carrefour	Semillas			7,50		1,55	
	Alcampo	Virgen extra	0,5°	13,45	18,29	7,77 (3 l.)	3,94	3,68
	Alcampo	Virgen extra ecológico				3,65 (0,5 l.)		3,74
	Alcampo	Oliva Intenso	1°		15,49	9,57 (3 l.)	3,19	
	Alcampo	Oliva Suave	0,4°		15,49	9,57 (3 l.)	3,19	
	Alcampo	Girasol	0,2°		6,95		1,45	
Hacendado	Alcampo	Arbequina/Hojiblanca					1,46/2,15 (0,5 l.)	
	Mercadona	Virgen extra	0,5°	11,00 (3 l.)	13,95	2,00 (0,5 l.)	3,95	3,69
	Mercadona	Oliva	0,4°/1°		15,50	9,50 (3 l.)	3,20	
	Mercadona	Girasol	0,2°		6,95		1,45	
	Mercadona	Semillas	0,2°	6,90	7,15		1,53	
Caprabo	Mercadona	Maíz	0,2°				1,67	
	Eroski	Virgen Extra	0,5°	16,99	12,90/13,35 (3 l.)	2,89	4,35	3,69/3,79
	Eroski	Virgen Extra Seleqtia			10,54 (3 l.)		3,49	3,95
	Eroski	Oliva Suave	0,4°		19,15/20,75		3,75	
	Eroski	Oliva Intenso	1°		18,75		3,75	
Eroski	Girasol	0,2°		4,74/5,39		1,09		



## La extracción convertida en arte.

**centrifugación alemana**

[www.centrifugacionalemana.com](http://www.centrifugacionalemana.com)



## SE VENDEN

Depósitos usados de acero inoxidable para aceite de oliva, de 20.000 a 50.000 kg.

**Teléfono: 625 683 192**

## SE VENDE

Autelec MG 707 revisada por la casa con todos sus accesorios, un filtro ecológico de filtración directa de ZENITRAM FE-1500 prácticamente nuevo y un filtro de papel.

**Más información: 958 463 046**

## SE BUSCA

Almazara provincia Tarragona busca maestro de almazara para integrarse en el equipo de molino.

Trabajo para todo el año, incorporación inmediata. Maquinaria GEA-Westfalia Separator. Mínima experiencia 5 años en puesto similar.

**Más información: 630 825 235**

## VENDEMOS

Decánters y centrifugas de varias marcas de segundo uso y en buen estado de funcionamiento.

**Más información: 639 662 170**

## SE BUSCA

Empresa productora de AOVE busca comerciales multiproductos que visite sector Horeca: restaurantes, bares, tiendas gourmet y supermercados. Se ofrece formación, muestrario y herramientas para la formalización de los pedidos.

**Más información: info@sagazextra.com**

## SE VENDEN

Decánters de 2º uso reparados y sin reparar.

**Teléfono: 680 690 618**

## SE VENDE

Diverso material de laboratorio.

**Más información: 618 753 164 (Pilar)**

## VENDEMOS

Decánters usados de distintas marcas en buen estado de funcionamiento.

**Más información: 630 900 805**

## SE VENDEN

Limpiadoras y lavadoras usadas de distintas marcas, así como cintas transportadoras usadas de diferentes medidas.

**Interesados, llamar a: 958 405 042 / 958 405 074**

## SE VENDE

Laboratorio completo compuesto de medidor de grasa AUTELEC modelo MG 707, y su homogeneizador de muestras con accesorios accesorios. En perfecto estado de funcionamiento.

**Teléfono: 680 714 391**

## SE BUSCA

Socio/comercial con amplia experiencia para la zona de Jaén/Granada para empresa en expansión dedicada a la integración de líneas completas de embotellado y envasado -así como de maquinaria de final de línea- para los sectores de alimentación, bebidas, química, farmacia y cosmética.

Se requiere ser autónomo o con empresa propia.

**Teléfono: 661 500 154**

## SE VENDE

Mayor exposición de maquinaria usada de Andalucía para patios de recepción de aceitunas (cintas transportadoras, limpiadoras, lavadoras, pesadoras, etc.), de distintas marcas y tamaños.

**Interesados, llamar al 957 600 150**

**www.treico.com**

# C a n u a c a t a r i a s

## El Gobierno convoca subvenciones para la adquisición de maquinaria agrícola

Desde el 7 de marzo se encuentra abierto el plazo de presentación de solicitudes de subvenciones destinadas a la obtención de avales de la Sociedad Anónima Estatal de Caución Agraria (SAECA) por parte de titulares de explotaciones agrarias o empresas de servicios que garanticen préstamos para financiar la adquisición de maquinaria agrícola. El presupuesto de la convocatoria, cuyas bases se publicaron en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el 5 de marzo, es de 2 millones de euros, que serán financiados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

El objetivo de estas subvenciones, reguladas por el Real Decreto 244/2021, de 6 de abril, es promover la renovación del parque de maquinaria agrícola mediante la mejora del acceso al crédito ligado a la adquisición de maquinaria nueva, contri-

buyendo así a la reducción de los costes de producción, la mejora de las condiciones de seguridad en el trabajo y a la incorporación de las mejores prácticas agrarias desde el punto de vista medioambiental.

Las ayudas se conceden en régimen de concesión directa por riguroso orden de presentación de las solicitudes. El MAPA subvencionará el coste del aval por un importe de hasta 100.000 euros durante los 10 primeros años del crédito avalado, con la posibilidad de uno de carencia.

Los costes del aval subvencionados in-

cluyen el correspondiente a la comisión (1,15% del saldo vivo del crédito durante todos los años de vigencia del mismo) y el relativo a la comisión de estudio (0,5% del importe solicitado, que se paga una sola vez al inicio del crédito).

La maquinaria adquirida deberá estar incluida en el grupo de máquinas de obligatoria inscripción en los Registros Oficiales de Maquinaria Agrícola, a saber: tractores, remolques agrícolas, cisternas para el transporte y distribución de líquidos, equipos de tratamientos fitosanitarios o de distribución de fertilizantes, remolcados o suspendidos, esparcidores de purines y accesorios de distribución localizada de purines, entre otras.





*www.mercacei.com,*  
una *nueva* forma  
de *comunicar*

¡Más de **60.000.000**  
de visitas al año!

## Calendario de Ferias y Eventos en 2022

### 1 Marzo 2022

- ☞ Del 17 al 19 de marzo  
**AOVE & NUTS EXPERIENCE**  
Talavera de la Reina (Toledo)  
info@talavera-ferial.com  
www.talavera-ferial.com
- ☞ Del 21 al 23 de marzo  
**IFE LONDON**  
Londres  
www.ife.co.uk
- ☞ Del 17 al 19 de marzo  
**AOVE & NUTS EXPERIENCE**  
Talavera de la Reina (Toledo)  
info@talavera-ferial.com  
www.talavera-ferial.com
- ☞ 25 de marzo  
**AZEITECH**  
Maria da Fé (Brasil)  
www.azeitech.com.br
- ☞ Del 17 al 19 de marzo  
**AOVE & NUTS EXPERIENCE**  
Talavera de la Reina (Toledo)  
info@talavera-ferial.com  
www.talavera-ferial.com
- ☞ Del 26 al 28 de marzo  
**PITTI TASTE**  
Florencia (Italia)  
direzione.commerciale@pittimmagine.com  
www.taste.pittimmagine.com
- ☞ Del 28 al 31 de marzo  
**PLMA GLOBAL**  
On line  
www.plmainternational.com/es/plma-global
- ☞ Del 28 al 30 de marzo  
**MADRID FUSION ALIMENTOS DE ESPAÑA**  
Madrid  
www.madridfusion.net
- ☞ Del 30 de marzo al 1 de abril  
**16º SYMPOSIUM NACIONAL DE SANIDAD VEGETAL**  
Sevilla  
secretaria@coitand.com  
www.fitosymposium.com

Más información sobre los próximos  
eventos del sector oleícola y olivarero en:  
[www.mercacei.com](http://www.mercacei.com)

# Agenda

El 6 y 7 de abril en Barcelona

## Alimentaria acogerá el XIII Congreso Internacional sobre Dieta Mediterránea



XIII Congreso Internacional  
**Dieta Mediterránea**  
Barcelona, 6-7 de Abril 2022

La Fundación Dieta Mediterránea organiza los próximos 6 y 7 de abril el XIII Congreso Internacional sobre Dieta Mediterránea, que tendrá lugar en el marco de la feria Alimentaria, que se celebrará en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona. Debido a su trayectoria, se trata de un evento clave donde expertos nacionales e internacionales sobre Dieta Mediterránea se dan cita para exponer los últimos estudios y novedades sobre este estilo de vida y sus características.

En esta edición contará con una amplia representación de expertos que disertarán en diferentes sesiones acerca de la Dieta Mediterránea en su visión más holística.

La Fundación ha recordado que la Dieta Mediterránea se concibe como un modelo de vida saludable, socialmente viable y respetuosa con el medio ambiente, valores por los que ha sido reconocida por la Unesco como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

En concreto, en este encuentro se debatirán los valores de este patrón alimentario y el estilo de vida que defiende y preserva. Asimismo, entre otros asuntos, se hablará sobre las dietas saludables del sistema alimentario sostenible, la sostenibilidad de la Dieta Mediterránea o el aceite de oliva como fuente única de ingredien-

tes bioactivos y los hallazgos recientes de ensayos clínicos.

### Futuro de la alimentación

El XIII Congreso Internacional sobre Dieta Mediterránea es uno de los platos fuertes de The Alimentaria Hub, que será de nuevo el centro neurálgico donde se anticiparán tendencias, se presentarán más de 300 novedades y será el foro en el que 200 expertos en marketing, consumo, distribución y nutrición avanzarán hacia dónde encamina sus pasos la industria de la alimentación del futuro.

Este área de innovación y negocio centrará su programa de congresos, ponencias y actividades en dos grandes ejes temáticos que son, a su vez, desafíos para el sector: la sostenibilidad y la transformación digital. Junto a ellos, se analizarán tendencias como los nuevos hábitos en el retail, la preocupación por una alimentación saludable, el boom de la proteína alternativa o el auge del producto halal como fuente de innovación.

Asimismo, el espacio habilitará zonas de networking, servicios de asesoría para la exportación y una zona para que profesionales e inversores descubran start-ups con proyectos pensados para revolucionar la alimentación y la gastronomía desde la actividad tecnológica.

**PAC 2022**

**#MásAyudas**

**#MásDigital**





## AgroBank



## UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

Ahorre tiempo y costes gestionando diariamente la actividad de sus parcelas, pudiendo visualizarlas geográficamente, y genere documentos oficiales adaptados al Registro Electrónico de Transacciones y Operaciones de Productos Fitosanitarios (RETO)



APLICACIONES INFORMÁTICAS PROSUR, S.L.  
C/Hermano Luján, 10-local  
14007 CÓRDOBA (ESPAÑA)  
Fijos: +34 957 435976 + 34 957 020270  
Móvil: + 34 615 689778  
[www.agrocuaderno.com](http://www.agrocuaderno.com)



**González y París**

*La experiencia marca la diferencia*

Pol. Ind. Santa Ana, s/n - 41590 La Roda de Andalucía. Sevilla (España)  
Tel.: +34 954 016 132 / Fax: +34 954 015 352 / Mov: +34 606 992 244  
email: [gonzalezyparis@gmail.com](mailto:gonzalezyparis@gmail.com) - web: [www.talleresgonzalezyparis.com](http://www.talleresgonzalezyparis.com)

**TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.**

## Serie M6001 Utility: Agilidad y versatilidad van de la mano



**Kubota**

## M6001 Utility: El más inteligente de los tractores profesionales

Con su potente motor de última generación, su gran maniobrabilidad y alta capacidad de elevación, el M6001 Utility convence en las condiciones más duras, gracias a su enorme eficiencia económica.



[kes.kubota-eu.com](http://kes.kubota-eu.com) / @kubotaspain / #kubota

**For Earth, For Life**  
**Kubota**