

¡FELIZ AÑO
nuevo!INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR
Mercacei
SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

El Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2024 advierte de la pérdida de peso del cooperativismo
pág. 4

Hojas de olivo para la memoria: investigadores rastrean posibles efectos beneficiosos para las personas
pág. 5

La UCO desarrolla un prototipo para separar los efluentes del entamado de la aceituna y usarlos en el riego
pág. 11

Perspectivas optimistas para la próxima campaña 2024/25 en Uruguay
pág. 13

Una tesis permite predecir un mes antes el inicio y el pico máximo de polinización del olivo
pág. 22

Sumérgete en el vídeo de la Gran Fiesta Mundial del AOVE
pág. 25

Un botiquín virgen extra

*Por Pandora Peñamil Peñañiel***a**

las puertas de 2025 podemos afirmar rotundamente que 2024 ha sido otro año muy saludable para el AOVE. Y es que en Mercacei hemos recopilado 20 noticias relativas a investigaciones y estudios publicados a lo largo de este ejercicio que constatan los beneficios saludables del aceite de oliva virgen extra, componente fundamental de la Dieta Mediterránea. Hemos elegido dos decenas, pero podían haber sido un centenar. En la antigüedad, y en el ámbito de la medicina, el aceite de oliva era un recurso muy demandado como hidratante corporal y ungüento para curar heridas, bajar la fiebre o calmar cólicos. Desde aquellos tiempos inmemoriales este zumo ha seguido atesorando exclusivas bondades saludables que parecen ejercer un poderoso efecto ¡casi mágico! sobre nuestro organismo. Por ejemplo, este año hemos descubierto que la Dieta Mediterránea enriquecida con AOVE podría aliviar los síntomas depresivos; que la oleuropeína mejora la respuesta a las inmunoterapias en tumores resistentes a estas terapias; que el virgen extra regula las funciones de una bacteria intestinal; o que influye positivamente

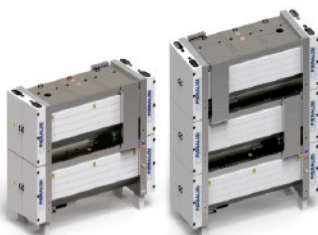


en problemas de fertilidad asociados a altos niveles de colesterol. Por si esto fuera poco, se ha lanzado un fármaco derivado del aceite de oliva con efectos muy prometedores para los pacientes con cáncer cerebral y se ha desarrollado un hidrogel basado en el extracto de hojas de olivo para el tratamiento de úlceras y heridas difíciles.

Ahora que estamos inmersos en las comidas y cenas más copiosas del año, ¿sabías que los efectos saludables de las verduras aumentan al cocinarlas con AOVE? En concreto, un estudio liderado por la Universidad de Barcelona ha concluido que cocinar las hortalizas con AOVE favorece que los compuestos bioactivos, como los carotenoides y los polifenoles que están presentes en las hortalizas y verduras del sofrito, se desplacen hacia el aceite de oliva virgen extra, lo que facilita la absorción y la bioactividad de dichos compuestos. Además, hay que tener en cuenta que, con la aceituna recién cosechada, la Navidad es la mejor época para compartir la frescura y los infinitos aromas del aceite de oliva virgen extra, un superalimento versátil como aliño, para freír, en postres e incluso en cócteles... ¿Brindamos por 2025 con un buen AOVE? ¡Chin chin!

**PIERALISI**
CIRCULAR THINKING**NUEVAS BATIDORAS**
ARN 8.000 / 12.000

*Perfecta combinación con SPI 56.2



▼ "Patrocina la Noticia de la Semana"

"España vs Italia: las razones de la acusada diferencia del precio en origen del AOVE entre ambos países"

pág.16



Fundadora:

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales:

BADAJOS: 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 €)

Depósito 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
- 2 Sumario
- 3 Análisis de Mercado
- 4 Actualidad
 - Cooperativas
 - I+D+i
- 6-10 Mercado
 - Lanzamientos
- 11 Actualidad
 - Agronomía
 - Promoción
 - Mercacei América
 - Precios
 - Sostenibilidad
- 23 Precios en el lineal
- 24 Anuncios Breves
- 25 Agenda

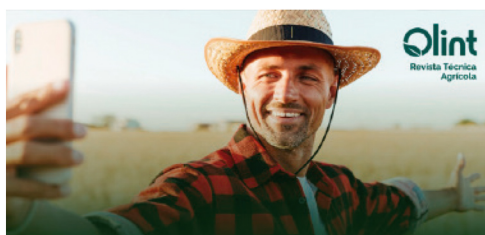
Premios

Nacen los "Premios Agroinfluye", un reconocimiento a los influencers del sector agroalimentario en España

Con el objetivo de poner en valor el trabajo que realizan los agroinfluencers en la visibilización del campo, la agricultura, la ganadería, la agroalimentación y el medio rural, nacen los "Premios Agroinfluye", cuya primera edición, de alcance nacional, tendrá lugar el próximo 18 de marzo de 2025 en Zaragoza. El certamen, organizado por Agromillora en colaboración con Dos Esferas, agencia especializada en comunicación agraria, supone una novedad destacada para el sector primario.

Los premios constan de 14 categorías diferentes, diseñadas para reconocer la labor de los creadores de contenido que, a través de las redes sociales y las nuevas plataformas digitales, están transformando la percepción que la sociedad tiene del mundo agrario.

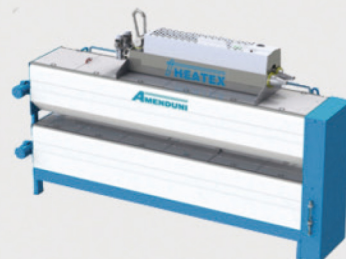
Los interesados en participar en los "Premios Agroinfluye" podrán inscribirse hasta el 31 de enero a través de la web oficial www.premios-agroinfluye.com. La convocatoria está dirigida a todos aquellos creadores de contenido y agroinfluencers que, con pasión y esfuerzo, muestran el día a día del campo y del sector agrario en España.



EVO LINE
NUEVO DECANTER



NUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



HEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA



REX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO



ACCIAIERIE VALBRUNA
High quality is our standard

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

Oferta y demanda de vacaciones para despedir el año

Otra semana más asistimos a un mercado en el que los aceites españoles apenas llegan a los 4 €/t. y los zumos italianos no bajan de 9 €/t. Sobre esta situación, Gabriel Estévez, responsable de Aceites de Grupo Sovena, asegura que “Italia cada día protege con más rigor su producto doméstico, tanto en cantidad como en calidad”. Por su parte, Antonio Luque, presidente de Dcoop, recuerda que “este año no hay cosecha en Italia y eso hace que el precio del virgen extra italiano esté mucho más alto que el virgen extra español”. Finalmente, Francisco Vañó, director general de Castillo de Canena lanza un mensaje al sector: “la volatilidad extrema en los precios de los aceites de oliva españoles, fenómeno realmente preocupante, debe de ser motivo de reflexión y de autocritica de todo el sector oleícola”

Jaén

Precios meramente orientativos ante la ausencia de operatividad en un mercado en el que se atisba una ligera recuperación tras tocar fondo. Oferta y demanda de vacaciones. En este contexto, el lampante cotiza a 3.500 €/t.; el virgen, a 3.800 €/t.; el refinado, a 3.600/3.650 €/t.; y el AOVE, a 4.000/4.100 €/t.

Córdoba

Tranquilidad y calma en este periodo vacacional, con mayor fortaleza por parte del vendedor y un comprador que está cubierto hasta principios de enero. Estabilidad en un mercado que tocó fondo en las semanas anteriores. Así, el lampante se establece a 3.500 €/t.; el virgen, a 3.700/3.800 €/t.; el refinado, a 3.850/3.900 €/t.; y el AOVE, a 4.000/4.200 €/t.

Sevilla

Muy poco movimiento a la espera de que pasen las fiestas y de cerrar

Rosa Moliterno

Broker
Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

el ejercicio. Oferta y demanda a la expectativa en un mercado que todavía no ofrece síntomas claros de recuperación. En este sentido, el lampante se establece a 3.200 €/t.; el virgen, a 3.700 €/t.; y el AOVE, a 4.000/4.300 €/t.

Málaga

Mercado muy tranquilo marcado por la escasa operatividad donde la oferta se muestra más firme y la demanda sólo compra por estricta necesidad y sólo aceites muy específicos. Así, el virgen extra cotiza en la horquilla de 3.800/4.200 €/t.

Castilla-La Mancha

Mercado muy tranquilo marcado por la escasa operatividad donde la oferta se muestra más firme y la demanda compra por estricta necesidad y sólo aceites muy específicos. En este contexto, el virgen se establece a 3.800/4.000 €/t.; y el AOVE, a 4.000/4.400 €/t.

Tarragona y Lleida

Mercado parado con pocas existencias, casi todo para consumo interior. Por ello, las cotizaciones permanecen en blanco.

Extremadura

Menor operatividad debido a las fiestas navideñas, en un mercado donde oferta y demanda actúan en función de la disponibilidad y logística de transporte, complicado en estas fechas. En este contexto, el lampante cotiza a 3.200/3.400 €/t.; el virgen, a 3.500/3.700 €/t.; y el AOVE, a 3.900/4.500 €/t.

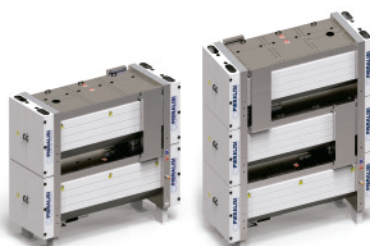
Valencia

Reducida operatividad y oferta más firme, que encuentra una demanda que sólo opera por estricta necesidad. Así, el lampante se oferta a 3.900 €/t.; el virgen, a 4.000 €/t.; y el refinado y el virgen extra, a 4.100 €/t.



NUEVAS BATIDORAS
ARN 8.000 / 12.000

*Perfecta combinación con SPI 56.2



Acondicionamiento óptimo de la pasta



Diseñadas para facilitar la limpieza



Máxima fiabilidad con mantenimiento más económico





El Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2024 advierte de la pérdida de peso del cooperativismo

La Cátedra Caja Rural José Luis García-Lozas Hernández de Economía, Comercialización y Cooperativismo Agrícola de la Universidad de Jaén presentó el 20 de diciembre el Informe Anual de Coyuntura del Sector Oleícola 2024. Durante su intervención, el presidente de la Cátedra y catedrático de la UJA Manuel Parras se refirió a la pérdida de peso del cooperativismo en general y del jiennense en particular, considerando que “habría que demandar un estudio riguroso sobre qué está fallando en la fidelidad del cooperativismo”.

Manuel Parras recordó que “el objetivo de esta Cátedra no es otro que transferir el conocimiento que adquirimos al sector oleícola para ver cómo está evolucionando”. De esta forma, el informe ofrece también conclusiones tales como que “el sector olivarero jiennense ha dado una respuesta positiva a los eco-regímenes incluidos en la PAC, ya que se ha apostado por la sostenibilidad”, algo que se ha concretado en que “el sector en Jaén ha recibido 75 millones de euros de los 80 posibles”.

Para el responsable de esta publicación, “no se ha funcionado tan bien en las ayudas acopladas al olivar con dificultades específicas que aporta beneficios medioambientales”.

Parras también se refirió a la bajada de los precios en origen, “un problema importante”, lo que no ocurre con los precios

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

en destino “que no están bajando tanto”.

En este informe se recoge que está creciendo la superficie mundial dedicada al cultivo del olivar y se hace un análisis sobre “qué está pasando con la demanda, sobre todo en España, donde este producto ha perdido mucha cuota de mercado”. Al respecto, el presidente de la Cátedra y catedrático de la UJA precisó que en el año 2019 se consumían en los hogares 130.000 toneladas de virgen extra, frente a las 35.000 t. de ahora. En su opinión, el futuro del sector “no está en Bruselas, sino en conseguir que el aceite de oliva se consuma en los restaurantes y los hogares”.

Además, subrayó la “positiva adaptación” de las TIC al sector oleícola jiennense respecto a otras provincias.

Apartados del informe

El informe se estructura en torno a un cuerpo

temático que se repite año tras año, actualizado, con la intención de que permita dar una visión longitudinal de la evolución del sector oleícola. Así, en la Parte I “La cadena de valor de los aceites de oliva y el entorno jurídico”, además de actualizar los datos sobre la cadena de valor de los aceites de oliva, se recogen y analizan las novedades legislativas con incidencia en la comercialización de los aceites de oliva y se seleccionan un conjunto de noticias destacadas en el año 2023.

En la Parte II se analiza la oferta y su evolución reciente: olivar, aceites de oliva y precios y su evolución, tanto en origen como en destino; mientras que en la Parte III se encarga de abordar la demanda mundial de aceites de oliva, la demanda interna, el comercio exterior y los estudios sobre el comportamiento del consumidor de los aceites de oliva, recogiendo además un análisis sobre la evolución de los precios y su influencia en el consumo.

A su vez, la Parte IV mide la evolución de la aplicación de las TICs en la oleicultura; y la Parte V está dedicada a dos monográficos: “La Política Agrícola Común (II): eco-regímenes y ayuda asociada al olivar con dificultades específicas y alto valor medioambiental”, en la que se analiza la respuesta del sector jiennense ante estos nuevos instrumentos de la PAC y “La oferta de oleoturismo en la provincia de Jaén: estructura, caracterización y retos del sector”.

Impulsan la formación digital en las cooperativas agroalimentarias de Extremadura

Cooperativas Agro-alimentarias de Extremadura continúa desarrollando un plan de formación de competencias digitales en la región con el objetivo de favorecer la digitalización en las cooperativas agrícolas para impulsar su actividad económica, empresarial y productiva.

Los cursos contemplados en este programa, que está dirigido a residentes en zonas con especiales dificultades demográficas, se

enmarcan en la alfabetización digital y digitalización en el entorno cooperativo para incentivar las habilidades digitales: ofimática, firma digital, creación de páginas web, trámites con la administración, factura electrónica, etc.

Estas actividades formativas están diseñadas para que el alumnado pueda estudiar a tu propio ritmo, con contenidos tutorizados y un itinerario formativo flexible que se adapta a sus

necesidades. En el caso de los cursos que se desarrollen en la modalidad on line, se realizarán a través del aula virtual de Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura, disponible en la dirección web <https://aulavirtual.cooperativasextremadura.es/>.

Los cursos en modalidad presencial se pueden realizar a demanda por parte de las cooperativas asociadas a esta organización.



Hojas de olivo para la memoria: investigadores rastrean posibles efectos beneficiosos para las personas

El grupo operativo ECOBIOLIVO ha concluido su actividad investigadora tras dos años trabajando en la evaluación de las propiedades beneficiosas de la administración de un suplemento basado en un extracto de hoja de olivo para un envejecimiento saludable.

Durante dos años, este grupo operativo ha trabajado para valorar si los consumidores del preparado de hoja de olivo mejoran sus capacidades cognitivas relacionadas con la agilidad mental y memoria, además de observar si se producen cambios en la microbiota intestinal y en el perfil sanguíneo, relacionando así el consumo del suplemento con una mejora de la salud a niveles generales.

Los investigadores explicaron que contaron con la participación de 80 voluntarios que consumieron el suplemento durante dos periodos de dos meses. Al inicio y al final de cada periodo se han tomado muestras biológicas de sangre, orina y heces.

Los responsables de ECOBIOLIVO señalaron

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

Tel.: 953 301 100 - info@aceitestuccitanos.com

que se trata de un estudio “muy ambicioso”, que ha supuesto una importante movilización de recursos “con el fin de demostrar la eficacia del preparado y los efectos beneficiosos que tiene a largo plazo sobre los consumidores”.

Además, insistieron en que existen indicios de que este suplemento puede tener efectos beneficiosos, pero que este extremo podrá ser confirmado más adelante, después de una serie de estudios cuyos resultados aún no están disponibles.

Y es que recientemente se celebró la jornada final de ECOBIOLIVO a la que asistieron representantes de las entidades que han desarrollado el proyecto: CIDAF, Universidad de Granada, Deretil y Cooperativas Agro-alimentarias de Granada, con la colaboración de Fidesol.

Los miembros del grupo operativo fueron recibidos por el director de FAECA, Gustavo Ródenas, que les agradeció el trabajo desarrollado y planteó la posibilidad de continuar colaborando en el futuro, en beneficio de las cooperativas olivícolas y del sector agroalimentario en general.

Posteriormente, se presentaron los resultados y conclusiones del proyecto. Además, cada representante expuso el papel que ha jugado su entidad en el grupo operativo.

El desarrollo de este grupo operativo está dentro del marco del Programa de Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía 2014-2020, financiado por la Junta de Andalucía y por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural, según la Orden de 7 de julio de 2020.

AINIA pone en marcha el proyecto *BOILÀ* para desarrollar grasas saludables y sostenibles en alimentos *plant-based*

AINIA ha puesto en marcha el proyecto *BOILÀ*, una iniciativa que busca desarrollar nuevas estructuras grasas más sostenibles y saludables adaptadas a las demandas de la industria alimentaria. Con el aumento de consumidores que buscan alternativas a los productos de origen animal, el mercado de alimentos *plant-based* se encuentra en plena expansión, según ha destacado este centro tecnológico.

El proyecto *BOILÀ* se centra en investigar alternativas tecnológicas capaces de asemejar las propiedades sensoriales y tecnológicas de las grasas animales, con un enfoque más sostenible y saludable. Para ello, se exploran métodos avanzados de extracción de aceite (oleosomas) a partir de materias primas vegetales como semillas de uva, semillas de calabaza, frutos secos y subpro-

ductos agrícolas. Estos procesos emplean técnicas innovadoras como el prensado a baja temperatura, ultrasonidos, procesos electroquímicos o tecnologías de separación con membranas, según ha detallado AINIA.

Otra de las líneas de investigación se basa en la oleogelación proteica, un proceso mediante el cual los aceites líquidos (como los de girasol, oliva o colza) se transforman en estructuras sólidas o semisólidas aplicando ingredientes proteicos para su estabilización. De este modo, se pueden alcanzar propiedades tecnológicas y sensoriales muy próximas a las grasas saturadas, como las de origen animal o vegetal sólido (palma o coco), para facilitar así su incorporación en alimentos que requieran texturas y consistencias más sólidas, pero con un perfil nutricional más saludable.

BOILÀ incorpora también estrategias biotecnológicas para producir lípidos mediante microorganismos (bacterias y levaduras) y aceites vegetales cultivados *in vitro*. Estas innovaciones permitirán, a su juicio, generar alternativas sostenibles a las grasas animales y vegetales tradicionales, minimizando el impacto ambiental y optimizando el uso de recursos.

El objetivo final del proyecto es proporcionar soluciones que no solo mejoren la calidad sensorial y nutricional de los alimentos *plant-based*, sino que también contribuyan a una cadena de suministro más sostenible. *BOILÀ* cuenta con la colaboración de empresas como Postres Lácteos Romar, Cárnica Serrano y Aceitunas Cazorla, que participarán en el desarrollo y aplicación de estas innovaciones en productos de consumo.

*Aceites de oliva*C
o
t
i
z
a
c
i
o
n
e
s

d
e

A
c
e
i
t
e
s

y

G
r
a
s
a
s

		EUROS/T. SEMANA 16/29 diciembre '24 (Cierre día 12 dic. '24)	EUROS/T. SEMANA 30 dic. '24/5 enero '25 (Cierre día 26 dic. '24)
ANDALUCÍA		€/t.	€/t.
J A É N	Lampante, base 1º	3.700/3.800	3.500
	Virgen	3.850/3.950	3.800
	Virgen extra	4.000/4.200	4.000/4.100
	Refinado	3.900	3.600/3.650
C Ó R D O B A	Lampante, base 1º	3.900/3.950	3.500
	Virgen	4.000	3.700/3.800
	Virgen extra	4.250/4.300	4.000/4.200
	Refinado	4.050	3.850/3.900
S E V I L L A	Lampante, base 1º	3.900/3.950	3.200
	Virgen	4.000	3.700
	Virgen extra	4.200/4.600	4.000/4.300
	Refinado	Sin oper.	Sin oper.
G R A N A D A	Lampante, base 1º	3.700/3.800	3.500
	Virgen	3.850/3.950	3.800
	Virgen extra	4.000/4.200	4.000/4.100
M Á L A G A	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	4.300	3.800/4.200
CASTILLA-LA MANCHA			
T O L E D O	Virgen	3.800	3.800/4.000
	Virgen extra	3.900/4.200	4.000/4.400
L É R I D A Y T A R R A G O N A	Virgen extra (DOP)	5.500	Sin oper.
COMUNIDAD VALENCIANA			
A L I C A N T E	Lampante, base 1º	4.000	3.900
	Virgen	4.200	4.000
	Virgen extra	4.300	4.100
	Refinado	4.200	4.100
EXTREMADURA			
B A D A J O Z	Lampante, base 1º	3.700/3.800	3.200/3.400
	Virgen	3.900/4.100	3.500/3.700
	Virgen extra	4.300/4.700	3.900/4.500

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



AGROISA.COM | info@agroisa.com

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

agroisa
maquinaria|servicios

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

Aceites de orujo

Cotizaciones de Aceites y Grasas

SEVILLA	ANDALUCÍA	EUROS/T. SEMANA	EUROS/T. SEMANA
		16/29 diciembre '24 (Cierre día 12 dic. '24)	30 dic. '24/5 enero '25 (Cierre día 26 dic. '24)
		€/t.	€/t.
	Refinable, base 10º	1.500/1.600	1.500/1.600
	Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.600	2.500

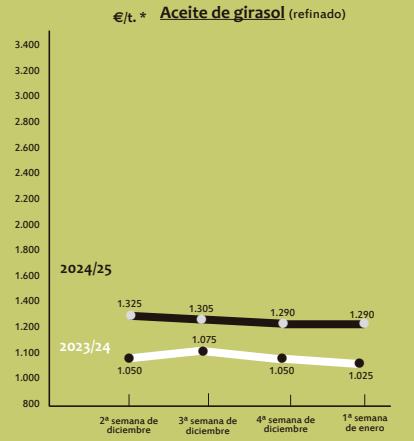
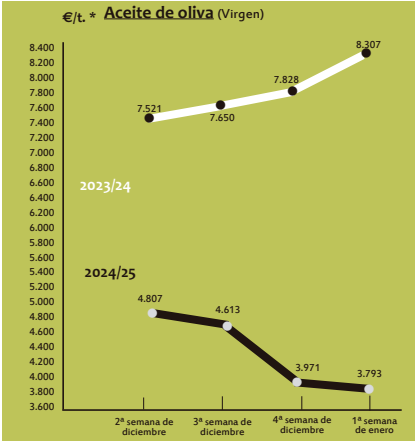
Aceites de semillas

SEVILLA	ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
	Crudo	Sin oper.	Sin oper.
	Refinado	1.280/1.300	1.280/1.300
	ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
	Crudo	1.100	1.100
	Refinado	1.150	1.150
	ACEITE DE SEMILLAS		
	Refinado	1.280/1.300	1.280/1.300

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 (de refino físico)	Sin oper.	Sin oper.
(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).		

Evolución mensual de los precios



Consulta todos los
precios en origen
actualizados en
Club Mercacei,
el club exclusivo
para nuestros
suscriptores

Si no tienes tus claves, solicítalas
a redaccion@mercacei.com

(* Media ponderada a nivel nacional).



Aceites y Grasas industriales

MADRID
BARCELONA

	EUROS/KG. SEMANA 16/29 diciembre '24 (Cierre día 12 dic. '24)	EUROS/KG. SEMANA 30 dic. '24/5 enero '25 (Cierre día 26 dic. '24)
	€/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°/5° (origen)	1.025	1.030
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.100	1.120
ACEITE DE COCO (refinado)	2.320	2.330
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.750	1.740
ACEITE DE PALMISTE	2.570	2.530
ACEITE DE MAÍZ	1.550	1.510
ACEITE DE COLZA	1.319	1.280
ACEITE DE RICINO	1.297	1.297
ACEITE DE PESCADO refinado	3.700	3.670

*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 BIDESTILADA: 99,5% glicerol, color apha 10, sobre camión Barcelona.

**JOSÉ MARÍA
PUERTO CASTRO**

**AGENTE COMERCIAL COLEGIADO
ESPECIALIZADO EN ACEITES**

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

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

Cotizaciones de Aceites y Grasas

Mercado internacional

		EUROS/KG. SEMANA 16/29 diciembre '24 (Cierre día 12 dic. '24)	EUROS/KG. SEMANA 30 dic. '24/5 enero '25 (Cierre día 26 dic. '24)
		€/t.	€/t.
ITALIA SUR DE PUGLIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,50	8,50
	ACEITE DE OLIVA refinado	5,00	4,20
	ACEITE DE OLIVA lampante	4,05	3,25
	ACEITE DE ORUJO refinado	2,95	2,75
	ACEITE DE GIRASOL refinado	1,30	1,26
	ACEITE DE MAÍZ refinado	1,22	1,22
	ACEITE DE SOJA refinado	1,16	1,16
	ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,15	2,20
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,30/9,60	9,20/9,40
	ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.
TÚNEZ MARRUECOS TURQUÍA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,50/3,80	3,20/3,60
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,00/8,50	8,00/8,50
	ACEITE DE OLIVA refinado	4,00/4,10	Sin oper.
GRECIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	Sin oper.	Sin oper.
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por Olio Officina Magazine)	5,20/5,40	5,00
PORTUGAL	ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,30/4,50	4,30/4,50

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (26 de diciembre de 2024) (Los tipos de mercado)							
	1 semana	1 mes	2 meses	3 meses	6 meses	12 meses	
Euro (euribor)	-	-	-	-	-	3,73	
Dólar	-	4,57	-	4,97	5,26	5,68	
Yen Japonés	-	-	-	-	-	-	
Libra Esterlina	-	4,03	-	4,32	4,71	-	
Franco Suizo	-	-	-	-	-	-	
Dólar Canadiense	-	-	-	-	-	-	

Euro	
Peseta	166,386
Lira italiana	1.936,270
Escudo portugués	200,482
Dracma griego	340,750
Florín	2,204
Dólar	1,095
Dólar Canadá	1,498
Yen japonés	162,97
Corona sueca	11,362
Corona checa	25,348
Libra esterlina	0,837
Franco suizo	0,939

Look out!
High Quality Extra Virgin Olive Oil
is right here!

ceqitalia.com



Lanzamientos

Nace Squizz, biberones de aceite de oliva virgen extra de diseño

Respaldada por Coosur, llega a España la marca Squizz, que lleva a los hogares el clásico biberón pero con un universo de marca que pretende conectar con el comprador en un sentido lúdico y didáctico ligado al consumo, según ha informado Acesur.

La compañía ha precisado que Squizz llega a España tras una fuerte inversión en dos vertientes: la industrial, a través de líneas de envasado adaptadas a estos formatos con depósitos específicos para la mejor conservación del aceite de oliva, todo con altos niveles de sensorización en todas las fases del proceso para cuidar cada detalle; y la rama de comunicación y marketing, que ha contado con el lanzamiento de web y redes sociales como un primer paso para crear un universo de marca en el que Ali y Teo, los per-

sonajes que se identifican con los dos productos de la marca crearán una comunidad.

El aceite de virgen extra Squizz Aliño es un picual de Jaén de cosecha temprana, con toques altos de picor y amargor y un frutado equilibrado. Con estas características es perfecto para ensaladas, pastas, arroces, pizzas, tostadas, salsas o aliños.

Por su parte, en el aceite de oliva virgen extra Squizz Salteo prima más el frutado y es ideal para para plancha o sartén, freidora de aire, carnes, barbacoa, salteados o wok.

Ambas referencias cuentan con tapón regulable para disfrutar en cada momento de la cantidad de aceite de oliva que se prefiera, según ha destacado Acesur.

Según la empresa, Squizz recoge una creciente tendencia de consumo de aceite de oliva en este tipo de formatos, procedente de EEUU. En concreto, Squizz es una onomatopeya en la que la “i” está invertida, transformándose en exclamación, en un logo con formas irregulares y una forma de comunicar que conectará con un consumidor joven, al día de las tendencias actuales, que pueda ejercer como prescriptor para el resto de su entorno.



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

PRECIOS	
HARINAS	
	€/t.
Harina de soja (s. fábrica).....	470
Harina de girasol (integ.) (abril)	290
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	1.550
	Dólares/t.
Harina de pescado, de Perú	s/c
Harina de soja (Buenos Aires)	s/c
(Precios cif Rotterdam)	
CEREALES	
(Estos precios son en origen)	€/t.
Maíz	325
Trigo panificable	360
Trigo forrajero (puerto destino)	340
Cebada cervecera	270
Cebada dos carreras	270
Colza (puerto destino)	752
Guisantes	280
Centeno	220
Harina de girasol (pellets)	230
Harina de girasol (alto proteico)	290

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a **951,75** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **995,25**.

◆ Precios: Futuros enero.

Harina de soja: **279,90** dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **286,50**.

◆ Precios: Futuros enero.

Aceite de soja: Cerraba a **39,55** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **42,68**.

◆ Precios: Futuros enero.

Maíz: Terminó la semana a **437,50** centavos/bushel, habiendo comenzado a **431,75**.

◆ Precios: Futuros marzo.



La UCO desarrolla un prototipo para separar los efluentes del entamado de la aceituna y usarlos en el riego

Un equipo de la Universidad de Córdoba (UCO), en el marco del proyecto *H2olivetree*, ha desarrollado e implantado un prototipo para el manejo de efluentes del entamado de la aceituna mediante su separación selectiva en planta y posterior aplicación como riego en olivar.

El prototipo, desarrollado por los investigadores Javier Hernán y Gonzalo Martínez, del Departamento de Física Aplicada, Radiología y Medicina Física junto con el Grupo de Hidrología e Hidráulica Agrícola de la Unidad de Excelencia María de Maeztu Departamento de Agronomía (DAUCO), permite realizar una gestión integral de efluentes de la industria del entamado, el proceso que se aplica a la aceituna de mesa. Por un lado, permite su separación selectiva y automatizada en la industria y, por otro, su aplicación inteligente en campo como riego para olivar de secano.

El sistema se ha basado en dispositivos de arquitectura y programación libre para facilitar su implantación y reducir costes. Asimismo, aprovechando la disponibilidad de plataformas de Internet de las Cosas (IoT), ha desarrollado programas para su integración que permiten el seguimiento y la actuación remota de los sistemas y de este modo llegar a más usuarios potenciales.

El proyecto *H2olivetree* pretende contribuir a resolver la problemática de zonas como la Campiña y la Sierra Sur sevillana, en las que se establecen las industrias del entamado de aceituna. Estas requieren grandes volúmenes de agua para realizar su actividad,

al tiempo que generan numerosos efluentes que contienen sosa caustica, salmuera y otros compuestos, tratados mayoritariamente en balsas de evaporación debido a la dificultad de su tratamiento.

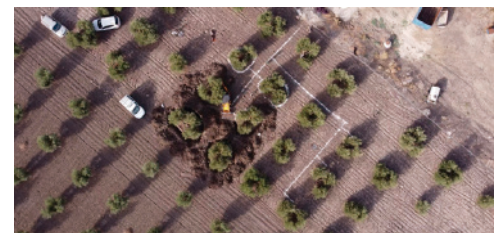
El prototipo ha sido implantado en las cooperativas Oleand Manzanilla Olive, de la Puebla de Cazalla, y Labradores de la Campiña, de Arahál, a finales de 2023. Los resultados proporcionados hasta el momento en estas dos instalaciones muestran que hasta un 40% de sus efluentes tienen una concentración salina que permitirían su reutilización como riego de apoyo en olivar, siendo controladas minuciosamente las posibles alteraciones en la calidad del suelo y del cultivo. Estos resultados, si bien son prometedores, necesitan confirmarse con un seguimiento más continuado de las instalaciones y una adecuación a la legislación vigente de aguas regeneradas, según la UCO.

En concreto, para una industria que produzca 30.000 metros cúbicos de efluentes, el sistema supondría una reducción de superficie de evaporación de una balsa que ocupa dos hectáreas y permitiría regar, con riego deficitario, hasta 8 hectáreas de olivar. De este modo, promueve la bioeconomía y la economía circular en el sector del olivar de

mesa, a la par que mejora el paisaje y la biodiversidad de las zonas implicadas.

Este Grupo Operativo está formado por la Asociación de municipios para el desarrollo Rural Integral de la Serranía Suroeste Sevillana, como coordinador del proyecto; la Universidad de Córdoba, en la dirección técnica; y la Cooperativa Oleand Manzanilla Olive, la Cooperativa Labradores de la Campiña, el Ayuntamiento de Arahál y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO).

El proyecto *H2olivetree* se encuadra en las ayudas de la submedida 16.1.3 del PDRA 2014-2020 dirigidas al funcionamiento de grupos operativos de la Asociación Europea de innovación (AEI) en materia de productividad y sostenibilidad agrícolas para la realización de proyectos piloto y el desarrollo de nuevos productos, prácticas, procesos y tecnologías en los sectores agrícola, alimentario y forestal y es financiado por Fondos de la Unión Europea FEADER (90%) y la Junta de Andalucía (10%) con un montante total de ayuda de 285.094,40 euros.



INDUSTRIAS DE LA ROSA

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

industriasdelarosa@industriasdelarosa.com

MOLINO TRITURADOR

TERMOBATIDORA

CONJUNTO BATIDORA CON MOLINO PARA MOLTURACIÓN POR LOTES

BOMBA PARA TRASIEGO

CALDERA DE BIOMASA

WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM



Las exportaciones andaluzas de aceite de oliva suben un 46% en valor hasta octubre

Entre enero y octubre de 2024 se han experimentado crecimientos interanuales en ocho de los diez primeros capítulos de la cesta exportadora agroalimentaria andaluza al mundo. En concreto, el aceite de oliva, con una subida del 46%, encabeza la lista y es el producto más exportado por la Comunidad, con 3.879 millones de euros, protagonizando el segundo mayor crecimiento del TOP10, según datos de Andalucía TRADE.

A nivel general, las exportaciones agroalimentarias andaluzas alcanzaron los 13.009 millones de euros entre enero y octubre de 2024, su mejor registro para los primeros diez meses de un año desde que se tienen datos homologables (1995), gracias a un crecimiento interanual del 15,5%, la mayor subida de las cinco Comunidades más exportadoras y más de 8,5 puntos superior al crecimiento medio de España (7%).

Andalucía ha incrementado significativamente sus exportaciones de alimentos y bebidas en los cinco continentes en estos prime-

ros diez meses del año. Aunque Europa sigue siendo su principal mercado, los mayores ascensos se están dando en otros continentes, lo que implica importantes avances en diversificación, gracias a las fuertes subidas en los grandes mercados de expansión mundial, como son EEUU (+49%), China (+50%), México (+37%) o Australia (+121%), todos ellos en el TOP20 de destinos de Andalucía.

EEUU, primer mercado no europeo y quinto mundial de Andalucía, es el país con mayor crecimiento del TOP10, un 49% respecto al periodo comprendido entre enero y octubre de 2023, hasta alcanzar los 1.141 millones, el 8,8% del total.

Aun así, Europa sigue siendo el continente en el que se sitúan los principales destinos del TOP10, con crecimientos en Alemania, el primer destino, con 2.126 millones y un aumento del 3,8% respecto al mismo periodo del año pasado; Francia, con 1.608 millones y un crecimiento del 7,5%; e Italia, con 1.277 millones y una subida del 25%, la tercera mayor de los diez primeros destinos.

El cuarto destino de los alimentos y bebidas andaluces es Portugal, donde las ventas han aumentado un 7,8%, hasta los 1.145 millones; seguido de EEUU, Reino Unido (en sexto lugar), con 959 millones y un ascenso del 15,9%; y Países Bajos, con 840 millones y un alza del 2,8%. En octavo lugar se encuentra Polonia, con 274 millones y un descenso del 1%; Bélgica, con 249 millones y una bajada del 9,4%; y México, que se mantiene desde el mes pasado en el Top 10 de destinos gracias a un crecimiento del 37%, el segundo mejor de los diez primeros países, y ventas por valor de 197 millones de euros.

A las puertas del primer grupo de mercados se encuentra Australia, undécimo destino mundial, y el que mayor crecimiento refleja del TOP20, con más del doble de ventas que en el mismo periodo de 2023 (+121%), hasta alcanzar los 181 millones de euros. Por su parte, China (en duodécimo lugar), presenta el segundo mayor crecimiento de los 20 primeros mercados, un 50%, con 181 millones de euros.

Ecovalia cierra su campaña de promoción de productos ecológicos

La campaña de promoción de los productos ecológicos que Ecovalia ha desarrollado de forma conjunta con la Associação Portuguesa de Agricultura Biológica (Agrobio) ha llegado a su fin con un balance “muy positivo” en cuanto a resultados. La iniciativa “*El futuro está en tu mesa con la hoja verde*” ha llevado a cabo un amplio programa de actividades dirigidas a consumidores, profesionales, escolares y líderes de opinión. Durante sus dos años de ejecución, la audiencia potencial alcanzada ha sido de casi 200 millones de personas.

Entre las actividades, Ecovalia ha participado en ferias ecológicas de referencia nacionales e internacionales, tales como Organic Food Iberia, Natexpo, Nordic Orga-

nic Food Fair, Auténtica Food Fest, Biofach y BioCultura.

Además, se han realizado acciones promocionales en diferentes mercados de España con el fin de aumentar el grado de reconocimiento del sello ecológico europeo -la Eurohoja- y de que conozcan los beneficios del consumo de alimentos ecológicos.

Asimismo, el programa EducaBio, dirigido a alumnos de entre 8 y 12 años acercándoles este sistema productivo, ha llegado a un total de más de 4.200 escolares de 102 centros educativos. La introducción de los alimentos ecológicos en la cocina de los restaurantes y hogares también es otro de los retos de esta campaña que trabaja a través de BioRestauración, un concurso de cocina

para *amateurs* y profesionales de España.

Una de las acciones más destacadas de este segundo año ha sido el viaje con medios de comunicación que se ha llevado a cabo durante dos días, en el que se ha mostrado a los periodistas la realidad de la producción ecológica, así como distintos casos de éxito.

El presidente de Ecovalia, Álvaro Barrera, ha señalado que esta campaña “era necesaria para acercar a la ciudadanía a este sistema productivo, fomentar el consumo de productos ecológicos y el conocimiento de la Eurohoja. Hay que recordar que es la primera que se ha ejecutado de estas características en España por una entidad privada del sector y tengo que decir que ha sido todo un éxito por el número de personas alcanzadas”.



Perspectivas optimistas para la próxima campaña 2024/25 en Uruguay

Las perspectivas para la próxima campaña oleícola 2024/25 en Uruguay son optimistas si se mantienen unas condiciones climáticas favorables, con una floración adecuada y un cuajado del fruto prometedor, según recoge el Anuario OPYPa publicado por la Oficina de Planificación y Política Agropecuaria (OPYPa) del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca.

En la campaña 2023/24 la cosecha se vio afectada por el impacto del déficit hídrico severo que atravesó el país en 2023, con una fuerte reducción del volumen producido respecto a la temporada precedente (2022/23), en la que se obtuvieron 2.047 toneladas de aceite de oliva, cifra que se aproxima al récord de producción registrado en 2018/19.

Según se detalla en este informe, la producción de aceite de oliva en Uruguay presenta vaivenes propios de la vecería del cultivo, a lo que se suman los desafíos climáticos y económicos.

De acuerdo con el último censo de productores de olivos realizado por la Oficina de Estadísticas Agropecuarias (DIEA) del Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca, en 2023 se contabilizaron 208 explotaciones de olivos, de las cuales 161 son productivas y 47 no productivas. La superficie total de olivar asciende a 7.044 hectáreas, de las cuales 5.927 hectáreas corresponden a explotaciones productivas, con un total de 5.638 hectáreas efectivas en producción este año. Geográficamente, el 80% de la superficie plantada con olivos se encuentra en la zona este del país, mientras que un 12% está ubicado en la zona centro y litoral sur, y el restante 8% en la zona norte.

Este informe también precisa que los aceites de oliva nacionales han logrado consolidar su posición en el mercado interior y en la actualidad la producción local abastece alrededor de la mitad del consumo nacional. En concreto, la estimación del consumo de aceite de oliva y orujo de oliva en Uruguay se ha situado en un promedio de alrededor de 1.800 toneladas en los últimos tres años, lo que supone algo más de medio litro per cápita.

Los cambios en el comportamiento de los consumidores, orientados a alimentos más saludables, naturales, seguros y de alta calidad, otorgan posibilidades de un mayor desarrollo del sector a futuro.



Comercio

Asimismo, el informe subraya que el aumento de la producción local de aceite de oliva de calidad, así como los altos precios de los últimos años del aceite de oliva importado, ha determinado que el producto importado haya perdido participación en la demanda doméstica. Las importaciones uruguayas de aceites de oliva y orujo de oliva se situaron en 695 toneladas en 2023, un 20% por debajo del año anterior (cuando también se habían reducido). Esta trayectoria de descenso de importaciones continuó en 2024, a pesar de la baja oferta local, seguramente asociada a un recorte en el consumo de este producto, desincentivado por los altos precios. Entre enero y octubre se importaron 522 toneladas de aceite de oliva, un 9% menos respecto al volumen adquirido el mismo período del año anterior.

En cuanto al origen del aceite importado, procede principalmente de Argentina, que ganó participación en los últimos dos años (37% del valor entre enero y octubre de 2024), seguido de España (35% del valor) e Italia (23%).

A nivel exportador, entre abril de 2023 y marzo de 2024 (campaña pasada) las ventas al exterior fueron de 638 toneladas e implicaron ingresos por 4,5 millones de dólares. El 80% de lo exportado correspondió a aceite de oliva virgen extra y el restante 20% a aceite de oliva virgen.

De esta manera, en un contexto de buena producción en cuanto a volumen y calidad, se registró un crecimiento del volumen comercializado respecto al año comercial anterior (20%), si bien aún se situó por debajo de los niveles exportados en 2019. Además, los precios crecieron sensiblemente (un 56% la campaña pasada), lo que determinó que los ingresos totales por exportaciones se incrementaran un 87% respecto a la temporada anterior.

Respecto a los países de destino de sus exportaciones, el informe destaca que Brasil y Estados Unidos son las grandes apuestas del sector en el caso del aceite de oliva virgen extra, ya que estos países son fuertes importadores mundiales, con consumo en expansión y una producción que no logra satisfacer la demanda local.

Retos

Finalmente, resalta que el crecimiento proyectado de la producción local de aceite de oliva, respaldado por la entrada en su máximo potencial de las explotaciones jóvenes en los próximos años, junto con el aumento del consumo de productos saludables, posiciona al sector como una actividad agropecuaria con potencial de desarrollo. Para aprovechar estas oportunidades, “es crucial continuar trabajando desde la innovación y la investigación para promover estrategias adaptativas y de promoción de valorización de productos y subproductos frente a los desafíos climáticos y económicos”, añade.

El informe considera que se debe continuar promoviendo y trabajando en el conocimiento del aceite de oliva entre los consumidores, destacando sus beneficios para la salud y su versatilidad en diversos usos, desde la gastronomía hasta las aplicaciones en la cosmética y la industria alimentaria, farmacéutica y energética. La Mesa del Olivo, a su juicio, es clave para abordar estos desafíos y asegurar el crecimiento sostenible y competitivo del sector.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow
LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

LABORATORIO "At-line" PROCESO "On-line"

SpectraAnalyzer ZEUTEC Sistema Polytec Polytec

www.axflow.es

DEPÓSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN

MANZANO Flottweg

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

tecnilab
tecnología analítica

La solución integral para su almazara

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

ENVASES/ENVASADO

AUTELEC
TECNOLOGÍA, S.L.

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

EXTRACCIÓN

centrifugación alemana

La extracción convertida en arte.

BOMBAS

bombas desde 1967
TRIEF

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

Desde más de 150 años, ANDRITZ SEPARATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y soluciones únicas en el sector de la separación. Con más de 1500 instalaciones en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es una de las líderes mundiales en el suministro de centrifugación.

Las instalaciones P-400 están diseñadas específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector lácteo, cumpliendo con las regulaciones más estrictas.

PALACÍN integra en su línea de extracción completa todo gran mazo y se convierte en el único proveedor de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa
INGENIERÍA Y FABRICACIÓN DE MÁQUINAS INDUSTRIALES

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

POLAT
Logra Grandes Cosas en Espacios Pequeños

LÍNEAS PARA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

www.polatas.com.tr

Ausere

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

FABRICA Y ALMACEN
Avenida Vicente Páezvergara nº 12
14850 BAENA (Córdoba)
Telf: 0034 957 665 115
e-mail: taosa@taosa.com

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

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

TAOSA



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



LABORATORIOS

agrama
ciencia y vida

Análisis Agroalimentarios
Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com

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

OLIVARUM
Fundación CAJA RURAL JAÉN

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es

CAJA RURAL JAÉN

LABORATORIO TELLO
A Tentamus Company

"Expertos en análisis de aceites de oliva, de sus derivados, de otros aceites vegetales y de sus contaminantes."

Acreditados por ENAC según la norma ISO 17025 (Consultar Alcance Técnico en www.enac.es). Reconocidos por el C.O.I. como Laboratorio de Análisis Físico-Químico y Contaminantes para el período vigente.

PATIO

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.
FABRICACIÓN DE MAQUINARIA PARA RECEPCIÓN DE ACEITUNA, PISTACHO, ALMENDRA, CACAHUETE Y OTROS FRUTOS

JARR METEGAL
Pesaje conforme a metrología legal

www.jarri.com

TAMESUR, S.A.
MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

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

PESAJE

IMATED

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

PEAJE **ELECTRICIDAD** **SOFTWARE**

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

Polígono Industrial "Los Olivares" C/ Huesa, 4, 23009 Jaén

info@imated-31.es
www.imated-31.es
953 284 697

SOFTWARE

ANSOTEC High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

ANÁLISIS CONECTADO 4.0

VIVEROS/CAMPO

Lecciana,
la variedad italiana de los
GRANDES ACEITES

PREMIUM

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

BALAM
| AGRICULTURE |

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros

Kubota

KUBOTA
5 AÑOS DE GARANTÍA

www.kubota-es.com

MORESIL
Especialistas en Recolección

Olivar tradicional **Superintensivo**

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

Nuevos marcos de Olivar en Seto para fincas de Secano y Regadío
Económicos y muy rentables

Infórmate

TODOLIVO

Telf. (0034) 957 42 17 40
www.todolivo.com

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

AGROCUADERNO
PROSUR



España vs Italia: las razones de la acusada diferencia del precio en origen del AOVE entre ambos países

Con el objetivo de explicar las razones a las que obedece la acusada diferencia del precio en origen del aceite de oliva virgen extra en España -apenas a 4 euros- y en Italia -donde no baja de 9 euros-, desde Mercacei hemos querido conocer qué opinan productores, industriales, expertos y operadores del sector oleícola sobre la actual situación del mercado.

Gabriel Estévez

Responsable de Aceites de Grupo Sovena

"Italia cada día protege con más rigor su producto doméstico, tanto en cantidad como en calidad"

Históricamente, siempre ha habido un diferencial que en años de vecería en Italia ha sido muy significativo frente a otros orígenes. Esta situación se alineó cuando todos los mercados llegaron a la cima de precio (sobre 9 euros) en enero de 2024 y, una vez que España vuelve a una cifra de producción media, los diferenciales han empezado a evolucionar como era habitual. Mientras Italia espera 200.000 toneladas de producción, requiere de una cifra tres veces superior para el mercado doméstico y exportación; España, en contrapartida, y con una estimación de 1,3 millones de toneladas y un consumo doméstico que no llegará a 500.000 t, será un exportador nato. Todo esto en un entorno donde la demanda de la distribución sigue a corto plazo, con lo que la necesidad de liquidez habrá apretado para llegar a estos niveles. Por último, Italia cada día protege con más rigor su producto doméstico, tanto en cantidad como en calidad (controles, trazabilidad). En cualquier caso, y ya es una valoración personal, este diferencial habrá de suavizarse una vez la situación se establezca en 2025.

Juan Morales

Morales Navas Comercial Aceitera, S.L.U.

"El consumidor italiano es capaz de pagar un precio más alto por el producto Made in Italy"

La razón es que el consumidor italiano es capaz de pagar un precio más alto por el producto Made in Italy y, al disponer de una cosecha mucho más corta que en España, el precio tiene que ser necesariamente más alto. En España, por el contrario, el consumidor no

está dispuesto a pagar ese precio por el aceite español porque no aprecia suficientemente el valor del producto.

José Antonio Torres
Experto oleícola

"Italia es una marca en sí misma y la marca de un país vende, sobre todo cuando se identifica con excelencia, tradición y vanguardia"

La respuesta es sencilla: calidad, respeto por el producto e imagen. Todos los consumidores saben lo que significa "Made in Italy" porque Italia es una marca en sí misma y la marca de un país vende, sobre todo cuando se identifica con excelencia, tradición y vanguardia. Por desgracia, España está lejos de conseguirlo. Mientras que todos los italianos son embajadores de sus productos, hace unos días hemos visto con tristeza y estupor como quienes deberían serlo en nuestro sector ponen en duda y bajo sospecha el trabajo de miles de productores dañando la imagen de los aceites españoles dentro y fuera de nuestras fronteras como nunca antes se había hecho. Es un ejemplo claro de por qué estamos donde estamos. Y luego están aquellos que reciben fondos para la promoción y que, por falta de una estrategia clara y consensuada, no consiguen que el mensaje llegue.

Confiemos en que la profesionalización del sector y la entrada de talento joven reviertan esta situación porque tenemos un producto único y, como tal, debemos ponerlo en valor.

Antonio Luque
Presidente de Dcoop

"Este año no hay cosecha en Italia y eso hace que el precio del virgen extra italiano esté mucho más alto que el español"

La diferencia de precio entre el aceite de oliva virgen extra español y el italiano es por algo muy sencillo: el año pasado no hubo cosecha en España y el precio del AOVE llegó a estar al mismo nivel o incluso algo por encima, en algún momento, que el aceite de oliva virgen extra italiano. Este año no hay cosecha en Italia, hay muy poco producto, y eso hace que el precio del virgen extra italiano esté mucho más alto que el español porque aquí tenemos más cosecha.

Leonardo D'Errico
Bróker
Gerente de Aceites Tuccitanos

"Este fenómeno se debe a la poca cantidad de aceitunas en Italia y a que funciona bien la etiqueta 100% italiano"

En relación a los precios de mercado que hemos tenido en estas semanas, destaca Italia con precios del aceite a granel por encima de los 9,00 euros/kg. Este fenómeno se debe a la poca cantidad de aceitunas, ya que en Italia habrá una producción baja, de menos de 200.000 toneladas; y a que funciona bien la etiqueta 100% italiano, por lo que se compra a cualquier precio. Si bien es cierto que el precio bajará, manteniendo siempre un nivel de 2,00 euros/kilo superior al de Jaén.

Respecto a Portugal y España, los precios bajaron mucho debido a los comentarios sobre las campañas del Mediterráneo, incluyendo países como Túnez y Turquía. La cantidades serán altas y cada uno ha querido anticipar los mercados.

Francisco Vañó
Director General de Castillo de Canena

"La volatilidad extrema en los precios de los aceites de oliva españoles, fenómeno realmente preocupan-



te, debe ser motivo de reflexión y autocrítica de todo el sector oleícola"

La producción de aceite de oliva en Italia va a ser previsiblemente muy baja en esta campaña. A las negativas condiciones climáticas se ha unido un rendimiento graso bastante más modesto del esperado. El propio ISMEA ha establecido un aforo inéditamente bajo: en torno a 224.000 toneladas. Este escenario tiene como consecuencia que la producción de aceite de oliva "Made in Italy" apenas va a alcanzar la mitad del consumo interno esperado en el país transalpino, lo que a su vez deriva en un reflejo claro en el mercado con una brecha de precio con los zumos de aceituna españoles muy acusada.

Los olivares italianos pueden esgrimir argumentos muy contundentes con vistas a defender con decisión unos precios en origen de sus aceites de oliva muy superiores a los producidos en España. Aquí, con una cosecha media, un sector sumamente atomizado y con aún escasa profesionalización y un producto todavía más "comoditizado" que el italiano,

nos enfrentamos a dificultades mucho mayores que las de los colegas italianos para poder defender el valor de nuestra producción.

La volatilidad extrema en los precios de los aceites de oliva españoles, fenómeno realmente preocupante, debe ser motivo de reflexión y autocrítica de todo el sector oleícola, ya que no beneficia en absoluto a ninguno de los eslabones de la cadena de valor y crea grave confusión y desconcierto en los consumidores.

Diego Ghisoni
Business Unit Director HPL
Oleificio Zucchi Spa



"El aumento de la demanda y el poco aceite presente en las almazaras ha causado este aumento improvisado de precio"

La campaña italiana 2024/25 se prevé muy escasa respecto a la anterior, que fue extraordinaria. En Italia es muy clara la ciclicidad vegetativa y la producción es muy constante, por lo que se registra un año muy bueno y otro malo. Este ejercicio toca una campaña escasa

y, además, todas las almazaras y comercializadores llegaron con un stock muy cercano a cero, por lo que, después de una caída de precios a principio de campaña, el aumento de la demanda y el poco aceite presente en las almazaras ha provocado este incremento improvisado de precio.

Ahora serán determinantes los consumos de aceite 100% italiano, porque con una diferencia de 5 euros entre Italia y los aceites comunitarios y de 6 euros en comparación con los aceites extracomunitarios, puede ser que el consumo del aceite 100% italiano baje mucho en 2025. Si se mantiene a estos valores, entonces será determinante para la demanda en el transcurso de 2025.

Gonzalo Guillén
Consejero Delegado
y Director General de
Acesur



"Este año Italia está viviendo una de sus peores campañas y esto provoca que la disponibilidad sea muy escasa"



~10ª edición~

ATHENA 2025

CONCURSO INTERNATIONAL DE ACEITE DE OLIVA

"Expanding excellence in olive oil"

Gana una medalla donde todo comenzó: ¡Un sueño hecho realidad para los productores de aceite de oliva de cualquier rincón del mundo!

8-9-10 DE MAYO | CANEA, CRETA, GRECIA

PRECIO ESPECIAL POR RESERVA ANTICIPADA: 190€

FECHA LÍMITE 3 DE FEBRERO DE 2025

www.athenaoliveoil.gr



El aceite de oliva virgen extra 100% italiano se ha convertido en un producto “limitado” en lo referente a volumen. Este año Italia está viviendo una de sus peores campañas y esto provoca que la disponibilidad sea muy escasa. Por ello, y dado que existe una alta demanda de este origen y una oferta muy limitada, los precios se mantienen muy altos.

En España y Grecia hay gran producción y, por tanto, el origen no pesa dada la amplia oferta existente que, en estos momentos, sobrepasa a la demanda. En consecuencia, los precios en estos países son mucho más bajos en esta campaña.

Entendemos que el diferencial de precio entre el virgen extra 100% italiano y el comunitario estándar será muy alto en el supermercado, en comparación con otros orígenes (España/Grecia), por lo que no es descartable que el consumo de este producto baje aún más y esto provoque un ajuste de precios a la baja a medida que avanza el próximo año, reduciéndose así el diferencial con aceite español y/o griego.

Rosa Moliterno

Administradora única de Iberia de Aceites

“Con una producción en Italia de 160.000-170.000 toneladas es normal que el virgen extra italiano se mantenga en este momento en 9 euros”

Con una producción en Italia de 160.000-170.000 toneladas es normal que el virgen extra italiano se mantenga en este momento en 9 euros. Tienen toda una campaña por delante para bajar el precio.

Lo que sí ha sido irracional es la brusca bajada de precios que se produjo en España a principios de diciembre, coincidiendo con la apertura de las almazaras en la provincia de Jaén, perdiendo el mercado más de 1 euro por kilo en menos de 10 días. Los operadores italianos no dan crédito y se preguntan la razón de tan repentina bajada.

A dicha bajada de precio hay que añadir los enormes problemas de logística que se están viviendo debido a la escasez de transportistas, empeorando todavía más la situación, ya que

hoy todavía se están cargando para Italia aceites comprados a principios de diciembre a más de 5 euros, con un mercado actual a 4 euros, soportando enormes daños económicos.

Deoleo

“El consumidor premia su origen 100% italiano por su calidad, además de contar con sistemas de control y trazabilidad que

garantizan su origen”

La diferencia puntual y anormalmente acelerada de precios en origen entre España e Italia se fundamenta en que la cosecha actual en Italia es menor que la media histórica, y la producción está sufriendo las condiciones climáticas adversas y el impacto de la Xylella. El consumidor premia su origen 100% italiano por su calidad, además de contar con sistemas de control y trazabilidad que garantizan su origen y está dispuesto a pagar más por un producto que considera muy valioso para su dieta y su salud.

En España seguimos más enfocados en el volumen, donde el precio normalmente es una consecuencia de esta variable. Es por ello que, ante una cosecha en España como la actual con una producción que rondará los 1,4 millones, que es una cifra que se encuentra dentro de la media de los 10 últimos años, los precios volverán a estabilizarse y situarse en un equilibrio necesario para toda la cadena de valor. Esta es básicamente la razón de la diferencia de los mercados, que siempre se ha dado, pero que actualmente es más abrupta debido principalmente a la escasez de la cosecha en Italia y un necesario ajuste en los precios del mercado español después de unos precios anormalmente altos.

En Deoleo siempre hemos defendido que los cambios bruscos son perjudiciales para la cadena de valor del aceite de oliva, tanto las subidas de precios de las últimas cosechas como las bajadas repentinas, que perjudican a todos los eslabones de esta cadena de valor: agricultores, almazaras, fabricantes y envasadores, junto a la confusión del consumidor. Hemos defendido la necesidad de que estos desequilibrios y cambios bruscos se deben minimizar, y para



ello debemos evolucionar, pasando de ser un sector enfocado en el volumen a otro donde el consumidor valore el aceite de oliva por sus atributos reconocidos, y donde la calidad y la transparencia, con medidas de trazabilidad en todo el proceso de producción, junto a la innovación y sostenibilidad, nos permitan defender el liderazgo mundial del sector del aceite de oliva.

Cuanto más nos apoyemos en los indicadores de calidad, fomentados en prácticas innovadoras y sostenibles, más valorará el consumidor final todo el proceso del aceite. Para conseguirlo, debemos apostar por una regulación más exigente que aporte la mayor transparencia y trazabilidad posible a nuestro aceite, con objeto de que agricultores, envasadores y consumidores estén mejor alineados y los cambios en el sector ocurran de forma natural y acompañada.

Estos dos últimos años complicados para el sector nos han demostrado el gran valor que ocupa el aceite de oliva en la mente del consumidor español. Es el momento de dar un paso más, desde la propia cadena de valor, para reconocer ese valor y focalizarnos en la garantía de calidad del producto y la transparencia del sector.

José María Penco Director de AEMO

“La realidad es que refleja el triunfo de la calidad y de la cultura del extra vergine, que está muy afianzada en Italia desde hace muchos años”

Parece difícil de explicar, pero la realidad es que refleja el triunfo de la calidad y de la cultura del “extra vergine”, que está muy afianzada en Italia desde hace muchos años, frente a la banalización de los “aceites de oliva” y el empeño de convertirlos, bajo un todo, en un commodity. Estrategia esta última que desgraciadamente está bastante asentada en España y en otros países del Mediterráneo.

Prueba de ello es que un lampante vale lo mismo en España e Italia, mientras que un virgen extra tiene ahora un diferencial de 50 céntimos en nuestro país y de 5 euros en Italia. ¡Diez veces más diferencial!





¿Y cuál es la estrategia acertada? Sin duda, la italiana. El virgen extra es el auténtico zumo de aceituna, es el único que atesora atributos sensoriales positivos y propiedades saludables íntegras, y por ello debe tener un valor muy diferente al lampante, que como sabemos debe ser refinado.

Así pues, nuestro deseo para el sector oleícola español es doble: que España maximice el porcentaje de virgen extra en sus bodegas (al menos un 80%) y que aumentemos la cultura del AOVE entre los consumidores, por lo que dejemos de confundirlos con las difusas categorías comerciales y de englobarlos a todos en el mismo saco.

Aprendamos de los italianos, porque ya hay un ejército de marcas españolas con los mejores aceites del mundo que lo están haciendo.



José María Puerto
Agente comercial

“En Italia la cosecha es mucho menor y tienen poco aceite de oliva virgen extra 100% italiano, que allí es un producto muy cotizado y defendido”

Muy simple: en Italia la cosecha es mucho menor y tienen poco aceite de oliva virgen extra 100% italiano, que allí es un producto muy cotizado y defendido, al contrario de lo que ocurre aquí. En España no se defiende el producto como se debería hacer, en especial por parte de los productores. A ello hay que añadir que la industria en ambos países es muy distinta; en nuestro país la producción se halla muy atomizada y cada uno tiene necesidades diferentes.

Antonio J. Gallego
Director General de Migasa

“Italia siempre ha apostado por una línea de comunicación basada en la marca aceite de oliva 100% italiano diferenciándose del resto del mundo”

Desde siempre, Italia ha apostado por una línea de comunicación basada en la marca “aceite de oliva 100% italiano”. Con ello, ha logrado diferenciarse del resto de aceites de oliva del mundo. Esa es la razón por la que llevamos insistiendo tanto, desde hace muchos años, para que las



campañas de promoción de la Interprofesional giren en torno al producto “aceite de oliva de España”. Todos sabemos que el aceite de oliva de España es el mejor, pero hay que hacérselo saber al consumidor.

Si no basamos nuestras campañas de promoción en este *claim*, nunca será posible llegar a diferenciar nuestros productos del resto de aceites del mundo.

Pedro J. Garrido
Agente Comercial
Garrido
Hermanos, C.B.



“La brecha de precios actual entre España e Italia se debe a una situación coyuntural marcada por el inicio de campaña”

Históricamente, Italia ha sido el gran dominador del mercado internacional del aceite de oliva gracias a un mejor posicionamiento en el mercado a la hora de comercializar su reputada marca Italia, prestigio que le ha servido para diferenciarse del resto y gozar de unos mejores precios. El hecho de contar con una demanda superior a su producción le obliga a tener que acudir a la importación, lo que, unido a un mayor coste de producción, es otro factor a tener en cuenta. No obstante, en los últimos años esta diferencia de precios se ha visto reducida considerablemente con respecto a España gracias al buen hacer de todos los eslabones de la cadena del sector del aceite de oliva español, pero siempre han existido diferencias. Es por ello que pienso que la actual brecha de precios entre España e Italia se debe a una situación

coyuntural marcada por el inicio de campaña, con unos precios altos, en España por encima de 7 euros/kg. y en Italia en torno a 9 euros/kg., lo que, unido a las buenas previsiones de cosecha, ha provocado un aumento descontrolado de la oferta frente a una demanda muy escasa con el consiguiente desplome de precios de forma brusca y en muy corto espacio de tiempo. Mientras, en Italia han sufrido ligeros altibajos con unas previsiones de reducción de cosecha.

Álvaro Olavarría
Director gerente de Oleoestepa

“En España los precios son diferentes porque no tenemos un Made in Italy, por lo que no hay un mercado que esté dispuesto a pagarlo”



En Italia se espera este año una producción más corta que en el ejercicio anterior y probablemente no alcance las 200.000 toneladas. Además, determinadas calidades de aceites muy buenos tampoco se encuentran y hay un mercado que es el *Made in Italy* que requiere de aceites producidos y envasados en Italia. Siempre ocurre que, en los años en los que hay baja producción, ese aceite se defiende muy bien y si quieres *Made in Italy* tienes que pagar lo que establece el productor. En España los precios son diferentes porque no tenemos un *Made in Italy* y, por ende, un mercado que esté dispuesto a pagarlo. Existe un mercado norteamericano y centroeuropeo que sí paga ese *Made in Italy* y nosotros nos movemos por balances oleícolas mundiales. Y como este año las estimaciones mundiales apuntan a que se van a registrar producciones y disponibilidades de aceite dentro de la normalidad, es decir, del orden de 3-3,2 millones de toneladas, los precios se ajustan a una nueva realidad. Tampoco quiere decir que los precios que se están marcando hoy en el mercado en origen correspondan a los que finalmente vayan a tener porque se están produciendo ciertos acontecimientos en las últimas semanas que pueden cambiar la tendencia; por lo que estos precios puede que hayan tocado ya fondo, sin descartar que haya un ajuste al alza de los mismos.



Giuseppe Vacca Presidente de UNIFOL

“Todos debemos trabajar para que en el futuro el aceite de alta calidad pueda mantener los elevados valores que ha alcanzado, ya sea italiano, español o de otros orígenes”

Se trata de la primera vez que se registra una diferencia de precio tan elevada entre el aceite de oliva español e italiano. Es probable que el fenómeno dependiera de la concomitancia de varios factores. En primer lugar, la campaña comenzó sin existencias del producto y con precios elevados en ambos mercados, con la diferencia de que en Italia las previsiones sobrestimaron la producción. Como consecuencia de ello, los envasadores se encontraron con poco producto disponible y sin existencias, lo que aconsejó prudencia en las compras y, por tanto, limitó el comercio a abastecer la demanda instantánea del mercado a los precios históricos registrados hasta ese momento. Todo ello se ha producido en presencia de dificultades objetivas para planificar las compras de aceite italiano, en cantidad y calidad suficientes para satisfacer las necesidades anuales del mercado, como acostumbra a hacer el sector. Esto ha provocado una rigidez en el frente de los precios de las transacciones. Incluso hoy, aunque la campaña se encuentra en una fase avanzada, dado que el aceite de la UE aún no ha llegado a los lineales, se desconoce el impacto que sus precios puedan tener en la demanda interna. Este aspecto ayuda a explicar la situación de los precios mayoristas nacionales, que cristalizan en el nivel histórico de 2024, incluso con ligeras subidas por las estimaciones a la baja del aceite italiano disponible.

Es difícil aventurar previsiones, pero no se descarta que se reduzca la diferencia entre el aceite italiano y el europeo cuando éste llegue a los supermercados. Al fin y al cabo, estamos hablando de un mercado típico de materias primas agrícolas, en el que persiste un alto grado de sustitución entre mercancías. Las cotizaciones del último año deberían habernos enseñado que otro mercado es posible. Pienso, por ejemplo, en un mercado con competencia monopolística, en

el que las características distintivas, incluidas las relativas a las variedades, el origen, la marca y las tecnologías, sean reconocidas y apreciadas por el consumidor y lo protejan de forma permanente de las lógicas de las commodities a las que estamos asistiendo, que en cambio sólo podrían afectar a los productos básicos. Todos debemos trabajar para que en el futuro el aceite de alta calidad pueda mantener los elevados valores que ha alcanzado, ya sea italiano, español o de otros orígenes, ya que los consumidores no han abandonado su compra y probablemente estén dispuestos a diferenciarla.

Miguel S. Verdasco Bróker de aceite de oliva a granel

“La notable diferencia se debe a producción y demanda, costes de producción, políticas y regulaciones y situación de mercado”

La notable diferencia en el precio en origen del aceite de oliva virgen extra entre España e Italia se debe a varios factores clave:

- Producción y demanda: Aunque puede parecer obvio, estos son los factores principales en cualquier situación de mercado y el punto de partida para encontrar respuestas. España es el principal productor mundial de aceite de oliva, con una producción significativamente mayor que la de Italia. Esta abundancia genera una mayor oferta, lo que ejerce presión a la baja sobre los precios en origen en el mercado español. En contraste, Italia, con una producción menor, limita la oferta, lo que ejerce presión al alza y mantiene los precios más elevados en su mercado.
- Costes de producción: En Italia, los costes son más altos en comparación con determinadas zonas de España y Portugal (según datos del COI). El nivel de industrialización del sector influye directamente en los precios en origen. Este factor determina la sensibilidad de cada mercado ante movimientos de precios, especialmente en caso de fuertes reducciones.
- Políticas y regulaciones: Las diferencias en las políticas agrícolas y los subsidios entre ambos países también afectan a los precios. Las

regulaciones locales, los impuestos y las ayudas gubernamentales influyen en los costes de producción y, por ende, en los precios finales, tanto de manera directa como indirecta.

- Situación de mercado: Un exceso puntual de oferta o demanda, en este y en cualquier mercado, puede generar movimientos de precios con una volatilidad superior a lo habitual. Sin embargo, esto no indica necesariamente un problema en el mercado, sino lo contrario, reflejando la capacidad de absorber o abastecer una oferta o demanda puntual y, posteriormente, regresar a un punto de equilibrio donde ambas partes encuentren estabilidad.

Joaquín Morillo Director operativo de Grupo Oleícola Jaén

“Italia, con poco aceite producido en su territorio, tiene que importar un 75% del aceite que necesita para abastecerse”

Entendemos que la diferencia de precios que tenemos entre España-Italia es una cuestión de previsión de cosecha 2024/25. Según los aforos que conocimos en el mes de octubre, España va a afrontar un incremento de cosecha del 51% frente a la de 2023/24. Italia, sin embargo, es el único país de la UE que este año producirá menos aceite que la pasada campaña, precisamente un 32% menos debido en gran parte a las plagas que afectan a olivar, así como a un clima desfavorable. Este hecho hace que Italia, con poco aceite producido en su territorio, tenga que importar un 75% del aceite que necesita para abastecerse. A esto hay que reconocer la gran habilidad histórica que tiene el mercado italiano en el resto del mundo.

La bajada de los precios en España ya se empezó a vislumbrar con los contratos de futuros, donde se producía un descenso de los 8-7 euros/kg. que se manejaban en el mes de octubre frente a los contratos de noviembre donde asomaban 6-5 euros/kg.

En España, con una recolección de ritmo vertiginoso, ha hecho que el mes de noviembre y lo que llevamos de diciembre la oferta se haya agolpado en la ventanilla de venta, provocando unas bajadas de más del 50% del precio inicial de



cosecha. Ahora entra en juego en el mercado el bajo rendimiento graso -2 puntos de rendimiento medio aproximadamente- y con una oferta algo más tranquila. Estamos a principios del año oleícola y aún con todas la variables abiertas: clima, producción final, salidas-consumo...

Miguel Ángel Rodríguez
Director de Operaciones de
Aceites García de la Cruz

“En Italia la cosecha es muy escasa y la producción es muy reducida en comparación con España, con un consumo superior”



La disparidad en el precio en origen del aceite de oliva virgen extra obedece a la propia ley de la oferta y la demanda: en Italia la cosecha es muy escasa, la producción es muy reducida en comparación con España, con un consumo superior. Una situación que no es nueva, sino que se produce desde siempre.

Esteban Momblán
Gerente de Grupo Interóleo

“Una mayor oferta que la campaña pasada y un sector productor totalmente desorganizado ha motivado este injustificado diferencial entre el virgen extra nacional e italiano”



En nuestro sector somos muy aficionados a buscar fuera los motivos de lo que nos ocurre dentro. En la campaña 2023/24 el diferencial de precios del aceite de oliva virgen extra entre España e Italia fue casi nula e incluso en algunos momentos del año el virgen extra español cotizaba más caro que el trasalpino. En esta nueva campaña 2024/25 se ha vuelto al *status quo* habitual e incluso más acentuado. Es una cuestión de oferta y demanda, y de desorganización de la oferta. Hace poco leíamos que los agricultores del país transalpino habían “decidido” no vender por debajo de los 9 euros sus vírgenes extra, mientras que en España hemos perdido 4 euros en 45 días sin despeinarnos. Una mayor oferta que la campaña pasada y un sector productor totalmente desorganizado ha motivado este injustificado diferencial entre el virgen extra nacional e italiano.

Cristóbal Gallego
Presidente de
Jaencoop



“La presión de la oferta se encuentra más en España que en Italia”

Según los aforos oficiales, en España se prevé una producción de 1.289.000 toneladas, un 51% más que en la anterior campaña, mientras que Italia estima una producción de tan sólo 224.000 t., un 32% menos que la temporada precedente. Si a esto unimos la rapidez que se está recolectando la cosecha ante la falta de lluvias y sumamos la disponibilidad de 200.000 toneladas de aceite en Portugal, en su gran mayoría producido en cultivo superintensivo y que juegan en el mercado español a todos los efectos, podemos concluir que la presión



DAVID
PÉREZ CASTAÑEDA

INTERMEDIACIÓN DE
ACEITES DE OLIVA A GRANEL

Agente Comercial Colegiado nº 10180

C/ Julio Romero de Torres, 59
14800-Priego de Córdoba
☎ 675 93 55 27
davidperezcastaneda@gmail.com

www.davidperezcastaneda.com

de la oferta se encuentra más en España que en Italia.

También hay que tener en cuenta que hay un gran número de agricultores que está tomando la decisión individual de venta de su aceite. En un contexto de incertidumbre y caída de precios, la tendencia natural de estos agricultores es vender cuanto antes para intentar beneficiarse de los precios antes de que bajen, lo que provoca que los compradores, ante esa oferta masiva, retrasen sus compras y baje el precio, tal y como está sucediendo.

La evolución drástica del mercado a la baja en las últimas semanas carece de justificación si se analizan los datos disponibles a 30 de noviembre, llegando a límites de precio en estos momentos que están por debajo

de la rentabilidad de las explotaciones de un gran número de nuestros socios productores y que no podemos asumir como cooperativas. Las existencias a 30 de noviembre de 321.150 t. son las más bajas desde la campaña 2018/19, inferiores en 57.751 t. a la de estas mismas fechas el año pasado. Los rendimientos industriales de la aceituna recogida hasta la fecha se sitúan entre el 15 y el 17%, muy por debajo de la media de rendimiento con los que se han calculado los aforos, con lo que cabría esperar una menor cosecha de la estimada. No ha llovido durante el mes de noviembre y las previsiones apuntan a que no lo va a hacer en lo que queda de diciembre, lo que va a provocar que los árboles queden en malas condiciones para la próxima campaña, sumado a la vecería natural del olivo. A ello hay que añadir que países netamente compradores como Italia tienen cosechas cortas y van a tener que salir a comprar obligatoriamente.

Ante esta situación, debemos pedir tranquilidad y prudencia frente a falsos mensajes que condicionan el mercado a la baja; es necesario evitar actuaciones interesadas y los movimientos de agricultores individuales para no condicionar un mercado que muestra claros síntomas de tensión de disponibilidad de producto.

Jesús Cuervas
CEO de Jesús Cuervas,
Aceites y Derivados



“La explicación radica en una demanda fiel de AOVE 100% italiano frente a una producción escasa en Italia”

Obedece a la ley de la oferta y la demanda. Hay que aclarar en primer lugar que esa diferencia de precio sólo existe para el aceite de oliva virgen extra con origen certificado 100% italiano. Es decir, que los aceites que el país transalpino importa de la UE o de países terceros tienen en Italia precios en línea con el mercado global.

La explicación radica en una demanda fiel de aceite de oliva virgen extra 100% italiano frente a una producción escasa en Italia. Ante la dificultad de atender la alta demanda, los precios están altos.



El hueso de aceituna: una alternativa sostenible para combatir el frío

Con el alza en los precios de la energía y la necesidad de encontrar soluciones más económicas y sostenibles, el hueso de aceituna ha emergido como un recurso energético eficiente y económico. Este subproducto se ha transformado en un biocombustible de alta eficiencia y bajo impacto ambiental, ganando cada vez más popularidad para calderas de biomasa que suministran calefacción y agua caliente, según ha destacado la empresa Olihueso, especializada en el tratamiento y comercialización de huesos de aceituna.

El hueso de aceituna, una vez limpio y seco, posee un elevado poder calorífico, alcanzando las 4.500 kilocalorías por kilogramo. Esta característica, sumada a su densidad y baja humedad, lo convierte en un combustible ideal para hogares y empresas que buscan alternativas económicas y sostenibles para el invierno. Según datos de la industria, de cada 1.000 kilos de aceitunas procesadas se obtienen alrededor de 190 kilos de huesos triturados, suficientes para mantener sistemas de calefacción eficientes y ecológicos.

En España, principal productor mundial de aceite de oliva, se generan anualmente más de 500.000 toneladas de huesos de aceituna,

con Andalucía liderando la producción. Este biocombustible se ha integrado de manera creciente en la economía circular, reutilizando recursos locales y reduciendo los residuos industriales.

La empresa cordobesa ha subrayado que el uso del hueso de aceituna como biocombustible contribuye significativamente a la sostenibilidad ambiental. Al ser un producto natural, su combustión genera bajas emisiones contaminantes y es neutro en el balance de CO₂. Además, su utilización reduce la dependencia de combustibles fósiles importados, generando un ahorro económico notable para los consumidores finales y el país.

El gerente de Olihueso, Francisco Arjona, ha resaltado que “el hueso de aceituna contribuye a la economía circular y ofrece una solución económica y sostenible para la calefacción de empresas y hogares. Es un combustible eficiente que aprovecha un recurso local, generando un doble beneficio: ahorro económico y sostenibilidad”.

Para su uso como biocombustible, el hueso de aceituna pasa por un proceso de limpieza que elimina partículas finas y restos de pulpa, además de reducir su humedad. Este tratamiento garantiza un producto homogéneo,

seco y con alto rendimiento energético. Según ha precisado la firma, el potencial actual de producción de huesos procesados en España ronda las 400.000 toneladas anuales.

Olihueso ha desarrollado una red de distribución que cubre toda la Península Ibérica, incluyendo Portugal. Los huesos de aceituna se comercializan en distintos formatos: a granel, en sacos de 20 kg. y en *big bags* de 500 a 1.150 kg., adaptándose a las necesidades de los consumidores.

Arjona ha indicado que este producto “ofrece un combustible con baja humedad y alta eficiencia, perfecto para enfrentar el frío de forma económica y ecológica”. Además, su capacidad para generar energía renovable fomenta una mayor conciencia sobre la importancia de reutilizar recursos y apostar por alternativas limpias.

“El hueso de aceituna es una prueba tangible de cómo la economía circular puede transformar un desecho en un recurso valioso. Más allá de su uso como biocombustible, tiene aplicaciones en sectores como la cosmética, el diseño de materiales sostenibles y la alimentación animal”, ha detallado la empresa.

En palabras de Arjona, “el hueso de aceituna representa el futuro de la calefacción sostenible en España y Europa”.

Una tesis permite predecir un mes antes el inicio y el pico máximo de polinización del olivo

La Sociedad Española de Aerobiología ha distinguido a la profesora de la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) María Dolores Galera, cuya tesis permite predecir un mes antes el inicio y el pico máximo de polinización del olivo; además de comprobar que los movimientos sísmicos afectan a la liberación de pólenes.

En su tesis, dirigida por José María Moreno y Luis Negral, la profesora de la UPCT estudió datos aerobiológicos de concentraciones polínicas en la atmósfera de la Región de Murcia registrados desde hace 30 años por el Grupo

de Aerobiología y Toxicología Ambiental, centrándose en el análisis de la floración del olivo por tratarse del tipo polínico de mayor prevalencia: afecta al 74% de los pacientes alérgicos en esta Comunidad.

La investigadora desarrolló un modelo predictivo para evaluar por adelantado -con al menos un mes de anticipación- el inicio y la máxima intensidad de la floración del olivo, “lo que es muy importante para que los pacientes puedan tomar medidas de prevención”.

También ha estudiado la influencia del trans-

porte de larga distancia de pólenes de olivo a través de las masas de aire, confirmando la presencia en la atmósfera de Cartagena de pólenes procedentes de regiones como Andalucía con intensa presencia de olivar.

La investigación también recoge análisis estadísticos que revelan la influencia de los movimientos sísmicos en la liberación de los pólenes. Así, en Lorca se observó que las concentraciones fueron estadísticamente más altas en los días en que tuvo lugar un terremoto que en aquellos en que no se sintió ningún sismo.



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

extra, 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: 28 de octubre de 2024.

Aceite de girasol refinado (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA
Capicúa	Alto Oleico	21,90		3,06
Coosol		11,99	2,39/2,44	
Coosol Premium	Alto Oleico			2,91
Donsol		9,99		1,99
Fuensol				3,50
Koipesol		7,98/9,15	1,83/2,48	
Masíasol				2,19

Otros aceites de semillas (euros)

MARCA	TIPO	ENV. 5 L.	BOTELLA
Asúa	Maíz		2,96/3,25
Soy Plus Omega 3	Girasol+Soja		3,79
Vita	Maíz		s/c
La Masía	Semillas	14,24	1,79

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	0,4º		45,39		9,12	7,75
	El C. Inglés	Oliva	0,4º y 1º	17,85	33,76		7,06	4,89
	El C. Inglés	Girasol	0,2º		6,91		1,48	
Aliada	El C. Inglés	Girasol			7,20			
	El C. Inglés	Oliva Suave			46,00		9,25	
	El C. Inglés	Oliva Sabor Intenso			46,00		9,25	
	El C. Inglés	Virgen extra			46,00		4,50	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Arbequina						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Cornicabra						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Hojiblanca						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picual						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picuda						15,90 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Ocal						15,90 (1/2 l.)
Hipercor	Hipercor	Virgen extra	0,4º		23,75		4,79	3,99
	Hipercor	Oliva Sabor Suave	0,4º	15,25	23,15		4,69	
	Hipercor	Oliva Sabor Intenso	1º	15,25	23,15		4,69	
	Hipercor	Girasol	0,2º		7,85		1,60	
Carrefour	Carrefour	Virgen extra S. Intenso	0,7º	18,30	43,26	5,57/5,92	8,85	7,75
	Carrefour	Virgen extra S. Suave	0,3º	18,30	43,26	3,25	8,85	7,75
	Carrefour	Oliva Sabor S./Intenso	0,4º/1º	41,00	32,26		6,75	
	Carrefour	Girasol	0,2º		10,55		1,48	2,40
	Carrefour	Girasol Ecológico					2,40 (0,5 l.)	
Auchán	Carrefour	Semillas			7,50		1,55	
	Alcampo	Virgen extra	0,5º		43,25	7,77 (3 l.)	8,85	7,74
	Alcampo	Virgen extra ecológico				7,18 (0,5 l.)		
	Alcampo	Oliva Intenso	1º		32,25	10,86 (3 l.)	6,75	
	Alcampo	Oliva Suave	0,4º		32,25	10,86 (3 l.)	6,75	
	Alcampo	Girasol	0,2º		6,89		1,89	
Hacendado	Alcampo	Arbequina/Hojiblanca					2,15 (0,5 l.)	
	Mercadona	Virgen extra	0,5º	29,55 (3 l.)	13,95		8,85	7,60
	Mercadona	Oliva	0,4º/1º		46,00	25,95 (3 l.)	6,75	
	Mercadona	Girasol	0,2º		6,91		1,48	
	Mercadona	Semillas	0,2º	6,90	7,15		1,53	
	Mercadona	Maíz	0,2º				1,67	

www.centrifugacionalemana.com

LA EXTRACCIÓN
EN PERFECTA SINCRONÍA

centrifugación
alemana



OFERTA DE EMPLEO: Comercial Exportación, Canal HORECA y tiendas Gourmet

¿Te apasiona el mundo del aceite y tienes experiencia en ventas internacionales?
¿Quieres formar parte de una empresa en crecimiento y referente en el sector oleícola?

Funciones principales

- Gestionar y ampliar la cartera de clientes en mercados internacionales.
- Desarrollar y consolidar relaciones comerciales con distribuidores y clientes del canal HORECA y tiendas Gourmet.
- Identificar nuevas oportunidades de negocio y analizar tendencias del mercado.

- Negociar acuerdos comerciales y establecer planes de acción para alcanzar objetivos de ventas.
- Representar a la empresa en ferias y eventos internacionales.

Requisitos

- Experiencia previa en exportación y/o ventas en el canal HORECA, preferiblemente en el sector alimentario (No indispensable).
- Nivel avanzado de inglés.
- Motivación y habilidad para trabajar por objetivos y adaptarse a diferentes mercados.
- Excelentes habilidades de comunicación y negociación.

¿Qué ofrecemos?

- Contrato estable y salario competitivo, con incentivos por objetivos.
- Formación continua y oportunidades de desarrollo profesional.

¿Te interesa? Envíanos tu CV actualizado a:
info@haciendatucan.es

¡Únete a nuestro equipo y lleva nuestra pasión por el AOVE PREMIUM al mundo!

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 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 VENDEN

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

Teléfono: 625 683 192

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 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 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 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

SE BUSCA

Inversor para almazara-distribuidora en zona Extremadura

Empresa mediana de distribución con marcas muy posicionadas en el sector gourmet de aceites y vinagres premium y amplia cartera de clientes tanto mercado nacional como internacional busca inversor.

Trato directo. Contacto: María 689 005 765

Comunicación

El Gobierno autoriza el nuevo plan de seguros agrarios para 2025 dotado con 315 millones de euros

El Consejo de Ministros ha aprobado el 46º Plan de Seguros Agrarios Combinado, dotado con 315 millones de euros, para subvencionar el pago de las pólizas suscritas a lo largo de 2025. Esta cantidad supone un incremento del 10,7% respecto a 2024, cuando se destinaron 284,5 millones de euros.

Con este nuevo presupuesto se recuperan los niveles alcanzados en 2023, año en el que se aprobó una dotación extraordinaria para paliar las repercusiones de la guerra de Ucrania y una situación excepcional de sequía, según ha precisado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

El plan recoge la dotación económica y los porcentajes de subvención aplicados en cada una de las líneas. Además, el nuevo plan consolida el sistema dual de subvenciones a través del cual se logra una diferenciación positiva a favor de los colectivos prioritarios en el sector agrario. De esta forma, los agricultores profesionales y los titulares de explotaciones prioritarias quedan exentos de la modulación de la ayuda y se unen a los agricultores jóvenes y a las entidades asociativas, que ya estaban exentos de la modulación en el plan 2024, como colectivos clave.

Asimismo, los profesionales agrarios ten-

drán la garantía de percibir una subvención estatal mínima del 45% sobre el coste de la prima subvencionable cuando contraten el módulo 3, que alcanzará el 50% cuando se opte por contratar el módulo 2, el más completo y, a la vez, el más elegido por los asegurados.

Respecto al módulo 1, que ya cuenta con una subvención del 65%, los asegurados podrán recibir hasta el 70% (el máximo nivel de ayuda que permite la normativa comunitaria), con un ligero complemento de la subvención por parte de las Comunidades Autónomas.

www.mapa.gob.es/es/



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

¡Más de **70.000.000**
de visitas al año!

Calendario de Ferias y Eventos en 2025

1 Enero

- ☞ Del 17 al 19 de enero
Fira de l'Oli de Qualitat Verge Extra
Les Borges Blanques (Lleida)
patronat@firaoli.cat
www.firaoli.cat
- ☞ Del 19 al 21 de enero
Winter Fancy Food Show
Las Vegas (EEUU)
press@specialtyfood.com
www.specialtyfood.com
- ☞ Del 22 al 26 de enero
Fitur
Madrid
fitur@ifema.es
www.ifema.es/fitur
- ☞ Del 27 al 29 de enero
Madrid Fusión
Madrid
madridfusion@madridfusion.net
www.madridfusion.net
- ☞ Del 29 de enero al 2 de febrero
Agroexpo
Don Benito (Badajoz)
comercial@feval.com
www.feval.com/agroexpo
- ☞ Del 30 de enero al 1 de febrero
Evolio Expo
Bari (Italia)
www.evolioexpo.com/en

1 Febrero

- ☞ Del 8 al 10 de febrero
Pitti Taste
Florence (Italia)
www.taste.pittimagine.com/en
- ☞ Del 10 al 12 de febrero
Lisbon Food Affair
Lisboa (Portugal)
lisbonfoodaffair@ccl.fil.pt
www.lisbonfoodaffair.fil.pt
- ☞ Del 11 al 14 de febrero
Biofach
Nüremberg (Alemania)
www.biofach.de

Más información sobre los próximos
eventos del sector oleícola y olivarero en:
www.mercacei.com

Está pasando...

Sumérgete en el vídeo de la Gran Fiesta Mundial del AOVE

La Gala de los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra EVOOLEUM Awards, celebrada el pasado 10 de diciembre, volvió a reivindicarse como la gran fiesta mundial del virgen extra y un merecido homenaje a los productores de todo el mundo. En el exclusivo evento, que contó con la presencia de destacados productores nacionales e internacionales, se entregaron los Premios EVOOLEUM Best of Class y los Premios Embajador del AOVE al cómico Leo Harlem y al chef y empresario Javier Bonet (Sala de Despiece y Sala Cero). Ahora es posible sumergirse en el evento del año gracias al vídeo que ha lanzado EVOOLEUM.

El evento, patrocinado por CaixaBank, Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid, Pieralisi, Kubota, Grupo Macho, Airtac y Autelec Tecnología, fue conducido un año más por Cristina Villanueva, presentadora de "Noticias Fin de Semana de La Sexta", y congregó también a una amplia representación del sector oleícola y olivarero tanto nacional como internacional, así como a periodistas gastronómicos y chefs del panorama madrileño.

A la cita acudieron José Miguel Herrero, director general de Alimentación del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Cristina de Toro, directora general de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria de la Junta de Andalucía; Rafael García González, vicepresidente de Medio Ambiente, Agricultura y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid; Andrés Lorite, vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba; Marian Aguilar, tercera teniente de Alcalde del Ayuntamiento de Córdoba; y Antonio José Arenas Casas, vicerrector de Formación Continua, Empleabilidad y Emprendimiento de la Universidad de Córdoba.

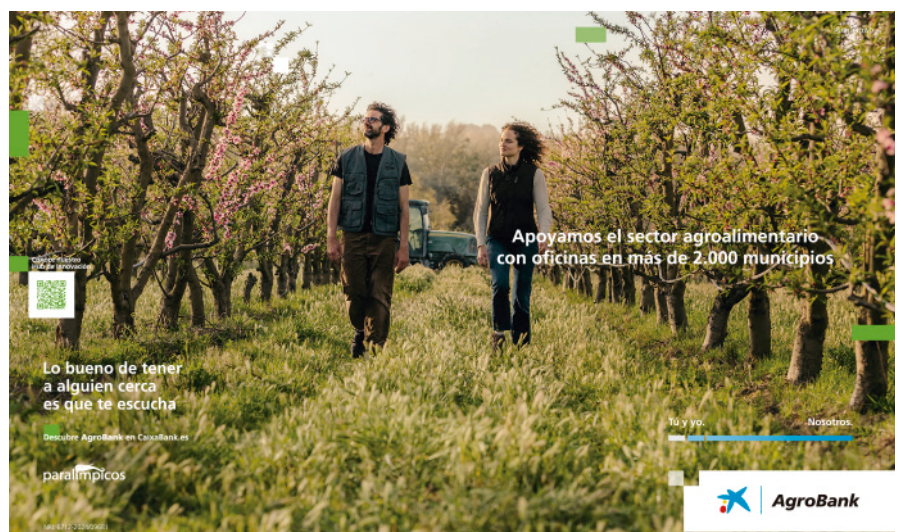
En esta Gala se entregaron los Premios EVOOLEUM al Mejor de Cada Categoría, así como los Pre-



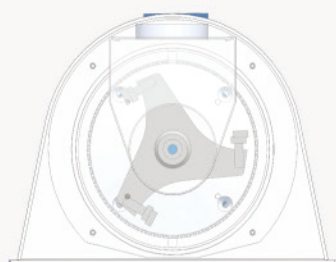
mios del TOP20 AOVEs de Producción Limitada (para pequeños productores), los galardones a los mejores diseños de packaging (EVOOLEUM Packaging Awards); y el TOP10 de los AOVEs más saludables del mundo. Sin olvidar el Premio a la Mejor Mujer Productora, que recibió Consoli Molero, maestra de almazara, gerente y responsable de producción de la Cooperativa Olivarera de Valdepeñas (COLIVAL); y el Premio al Mejor Maestro de Almazara de AE-MODA que recogió Carlos García Caracuel, jefe de Bodega de Almazaras de la Subbética.

EVOOLEUM Awards

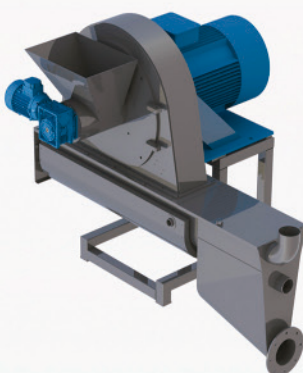
Cabe destacar que la convocatoria para participar en EVOOLEUM se encuentra abierta hasta el 7 de marzo. Las muestras de AOVE recibidas se almacenan en un espacio donde se garantiza la protección total de sus características organolépticas. Esta competición, que año tras año revalida su título de concurso privado más prestigioso y riguroso del mundo en el ranking "World's Best Olive Oils (WBOO)", reconocerá los 100 mejores AOVEs de esta campaña, así como el TOP20 de Producción Limitada. Los productores y empresas elaboradoras de virgen extra de todo el mundo interesadas en participar deberán inscribirse y enviar sus AOVEs de la campaña en www.evoooleum.com.



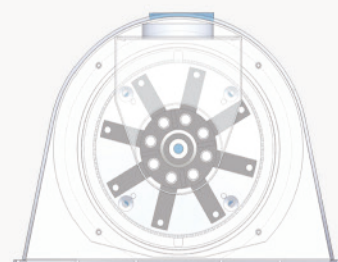
AMENDUNI



MARTILLOS



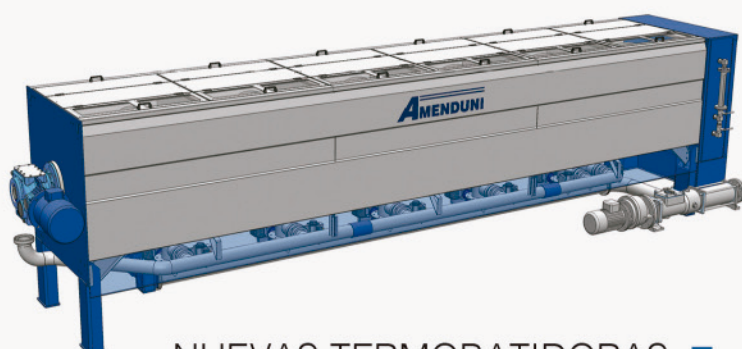
■ NUEVOS MOLINOS



CUCHILLAS



■ NUEVO ACONDICIONADOR DE PASTAS "HEATEX"



NUEVAS TERMOBATIDORAS ■

NUEVAS LINEAS "EVO" Y "REX LIMITED" ■



Via delle Mimose, 3 (Z.I.) • 70026 Modugno (BA) • Italia ☎ +39 080 5314910
Pol. Ind. Los Olivares • C/Huelma • Parc. 19 • 23009 Jaén • Spain ☎ +34 953 28 13 15



www.amenduni.com



[amenduninicolaspas](#) • [amenduniberica](#)