



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANTAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

Validan un sistema para medir el polen de manera automática
pág. 5

Las cubiertas vegetales, una herramienta imprescindible para la sostenibilidad de los cultivos leñosos
pág. 11

Soil O-Live presenta sus avances en Praga
pág. 14

Las exportaciones de aceite de oliva y aceitunas de la UE caen un 7% en valor en enero de 2025
pág. 15

Agricultores reclaman en Madrid una PAC fuerte y con presupuesto
pág. 16

Finaliza la campaña de información “¿Peeerdona?” para la correcta presentación de los aceites de oliva en la hostelería
pág. 17

FOSS presenta su proyecto para el desarrollo de la técnica NIR en la detección precoz de MOSH y MOAH
pág. 18

Demasiado saludable para ser verdad

Por Pandora Peñamil Peñafiel

En un mundo donde los cereales de desayuno pueden afirmar orgullosamente que “contribuyen al funcionamiento normal del sistema inmunitario” gracias a una pizca de vitamina B6, resulta casi cómico que el aceite de oliva virgen extra -punta de lanza de la Dieta Mediterránea, alabado por cardiólogos y nonnas por igual- tenga que suplicar por el reconocimiento de sus beneficios para la salud.

La EFSA, supuesta guardiana del rigor científico nutricional en Europa, no se deja seducir fácilmente. Bajo su lupa, incluso el AOVE debe demostrar, con ensayos clínicos de precisión quirúrgica, aquello que millones de mediterráneos han sabido por generaciones: que es bueno para el corazón, el cuerpo y hasta el alma. De momento, la EFSA ha aprobado dos alegaciones saludables para el aceite de oliva. Una, que sus polifenoles protegen los lípidos de la sangre del daño oxidativo, siempre que uno consuma una dosis específica de hidroxitiroso -porque, claro, ¿quién no mide sus miligramos de antioxidantes a la hora de aliñar una ensalada?-. La otra, que el ácido oleico, abundante en este zumo, ayuda a mantener el colesterol en niveles normales... si se usa en lugar de grasas saturadas. Pero cuando se trata de alegaciones más audaces -como prevenir enfermedades cardiovasculares o mejorar la salud general-, la EFSA no se deja



impresionar por siglos de evidencia empírica ni por estudios poblacionales. “Falta de relación causal directa”, dictamina. Mientras tanto, una bebida azucarada enriquecida con vitamina C puede alardear de “apoyar las defensas naturales”, y unas galletas enriquecidas con calcio aseguran “contribuir al mantenimiento de huesos normales”. Todo perfectamente legal.

¿La ironía? Muchos productos ultraprocesados consiguen alegaciones saludables por añadir un micronutriente aislado, aunque el resto de su composición sea poco recomendable. El virgen extra, en cambio, no puede anunciar que “reduce el riesgo cardiovascular”, aunque lo respalden años de investigación epidemiológica y haya sido protagonista de ensayos clínicos como el estudio PREDIMED. ¿Será que el AOVE es demasiado sano para la burocracia? ¿O simplemente que su complejidad natural no cabe en los marcos reduccionistas que permiten solo nutrientes “activos” medibles y patentables?

Tal vez el problema es que el virgen extra no lleva etiqueta llamativa, ni mascotas sonrientes, ni nombres de fantasía con partículas como “bio-”, “nutri-” o “activa”. Solo es aceite. De aceitunas. Sin aditivos. Sin procesar. Sin artificios. Eso, al parecer, en estos tiempos puede ser imperdonable. O si no, que se lo digan a QvExtra!, que no ha parado de batallar. “Perderemos la batalla, pero no la guerra”, que diría Napoleón.

 **PIERALISI**
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com



CONOCEMOS TU NEGOCIO

SOMOS LÍDERES MUNDIALES EN MAQUINARIA Y PROCESOS DE EXTRACCIÓN DE ACEITES DE OLIVA

▼ “Patrocina la Noticia de la Semana”

“La EFSA solicita más estudios científicos para aprobar la alegación saludable del AOVE”

pág.4

**Fundadora:**

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales:

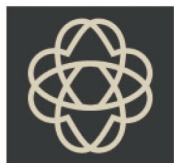
BADAJOS: Miguel Verdasco
 CÓRDOBA: Juan Morales Navas
 JAÉN: Hermanos Garrido Garrido
 COM. VALENCIANA: Miguel Pérez
 SEVILLA: José María Puerto Castro

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
	• Salud
	• Agronomía
6-10	Mercado
	• Plagas
12	ACTUALIDAD
	• Sostenibilidad
	• I+D+i
	• Comercio
	• PAC
	• Promoción
	• Lanzamientos
	• Calidad
	• Exportaciones
21	Precios en el lineal
22	Anuncios Breves
23	Agenda

DOPs e IGP

San Juan (Argentina) obtiene la Indicación Geográfica para su AOVE

La provincia de Argentina de San Juan cuenta ya con la Indicación Geográfica (IG) para su aceite de oliva virgen extra. Por indicación del gobernador, Marcelo Orrego, desde el Ministerio de Producción Trabajo e Innovación se iniciaron los trámites -que llevaban años detenidos- para gestionar ante las autoridades nacionales el sello que asociará a esta provincia de manera directa con la calidad de sus AOVES, según ha informado el Gobierno sanjuanino.

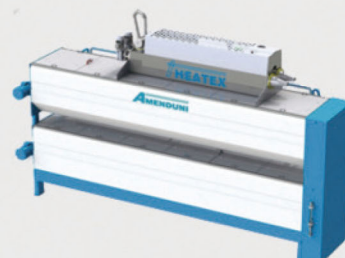
El secretario de Agricultura, Ganadería y Agroindustria, Miguel Moreno, comenzó las gestiones que lograron que finalmente la provincia de San Juan cuente ya con este sello de calidad.

“Esto le aporta a nuestro producto un valor añadido, y muestra nuestra historia y nuestra cultura, hablando de esa identidad particular que tienen nuestros aceites de oliva vírgenes extra”, ha destacado Moreno.

En su opinión, “esto nos permite entrar con un valor diferencial dentro de los mercados y mostrar a nuestra provincia de San Juan en cada una de las botellas que certifiquen este sello de origen”.



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 Olivos. C/ Huelma, parc.19 - 23009. Jaén. España
 +34 953 281 315 - amenduni@amenduni.es





Aceite de oliva

Picoteo y poco más

Mientras el campo andaluz se encuentra en plena floración del olivar, UPA-Granada ha lanzado una doble advertencia: por un lado, el riesgo climático que amenazaría el rendimiento de la próxima campaña; y, por otro, la creciente manipulación del mercado, que está provocando una bajada injustificada de los precios en origen del aceite de oliva.

El secretario general de UPA-Granada, Nicolás Chica, ha expresado su profunda preocupación por la previsión de temperaturas anómalamente altas en un momento crítico del ciclo productivo del olivar: la floración. Este periodo, que define en gran medida el volumen y la calidad de la cosecha futura, puede verse gravemente afectado por el calor extremo, como ya sucedió en las dos últimas campañas. Más allá del aspecto climático, el líder agrario ha dirigido duras críticas hacia algunos operadores del mercado del aceite de oliva, a los que acusa de lanzar “mensajes interesados” que apuntan a una cosecha récord para justificar la caída de precios.

Jaén

Sin cambios respecto a la semana anterior, con una oferta que saca partidas muy cortas a las que cuesta dar salida ante el poco interés de la demanda, que se dedica a picotear. En este contexto, el lampante repite a 2.700/2.750 €/t.; el virgen, a 3.000 €/t.; el AOVE, a 3.300/3.800 €/t.; y el refinado, a 2.850 €/t.

Córdoba

Tranquilidad en un mercado donde sólo se satisfacen las necesidades inmediatas, con una oferta con ganas de vender pero a precios razonables, y una demanda que únicamente se dedica a picotear. Así, el lampante se oferta a 2.700/2.750 €/t.; el virgen, a 3.050 €/t.; el AOVE, a 3.400/3.800 €/t.; y el refinado, a 2.900 €/t.

Sevilla

Con los precios algo más elevados que en el resto de provincias, la

Rosa Moliterno

Broker
Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

semana viene marcada por la escasa operatividad, con una oferta que no encuentra respuesta en la demanda. En este sentido, el lampante se sitúa a 2.700/2.800 €/t.; el virgen, a 3.000/3.400 €/t.; el refinado, a 2.900/2.950 €/t.; y el AOVE, a 3.800/4.200 €/t.

Málaga

Tendencia a la baja en las cotizaciones del virgen y, sobre todo, del AOVE, que se explica por la gran cantidad de aceite

en stock, ya sea en el lineal o pendiente de ser recibido por la distribución. Sólo se compra lo estrictamente necesario en un mercado poco estable. En este contexto, el virgen se establece a 3.100 €/t.; y el AOVE, a 3.600/3.750 €/t.

Castilla-La Mancha

La semana viene marcada por un pequeño repunte en las categorías inferiores debido, sobre todo, a la repercusión de los datos de producción y salidas, más altos de lo esperado. Misma tendencia en lo que se refiere a la oferta y la demanda, que se dedica a picotear. Así, el virgen repite a 3.100/3.300 €/t.; y el AOVE, a 3.500/3.900 €/t.

Extremadura

Misma tónica de la semana anterior en cuanto a la operatividad (media-baja), donde la oferta y la demanda actúan por estricta necesidad. Poca liquidez en el mercado, con un lampante que se oferta a 2.600/2.700 €/t.; un virgen, a 3.100/3.200 €/t.; y un AOVE, a 3.700/4.200 €/t.

Valencia

Semana tranquila, con un leve repunte del lampante. La demanda sigue esperando a que los precios continúen a la baja, mientras que la oferta no da muestras de nerviosismo. Así, el lampante se establece a 2.800 €/t.; el virgen, a 3.100 €/t.; el AOVE, a 3.500 €/t.; y el refinado, a 2.900 €/t.



Mayor cercanía
con el cliente



Máxima eficiencia
energética gracias al
revolucionario motor IE5



Gestión inteligente con
mantenimiento predictivo
y conectividad avanzada

PIERALISI
CIRCULAR THINKING

www.pieralisi.com



La EFSA solicita más estudios científicos para aprobar la alegación saludable del AOVE

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés) ha considerado que uno de los estudios publicados hasta el momento, aportado por la asociación QvExtra! Internacional, acreditaría la alegación saludable del AOVE, si bien ha instado a que se aporten más evidencias científicas para aprobar la iniciativa llevada a cabo por esta asociación.

En un comunicado, QvExtra! ha recordado que inició en 2022 el camino para la consecución de la primera alegación saludable relativa a la reducción de enfermedad, lo que conllevaría la posibilidad de etiquetar en las botellas de los aceites de oliva vírgenes o vírgenes extra los mensajes “*Reduce el colesterol*”, “*Reduce la hipertensión*” y “*Reduce el riesgo de enfermedad coronaria*”.

Tras la presentación de una solicitud de autorización de “Aceites de Oliva Vírgenes” como Declaración de Salud (Art. 14) de conformidad con el Reglamento (CE) nº 1924/2006, la EFSA -después de valorar positivamente la caracterización de los polifenoles del aceite de

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

oliva aportada por QvExtra! ha considerado que si bien un estudio de intervención en humanos con hipercolesterolemia mostró una reducción del c-LDL tras el consumo diario de polifenoles de aceite de oliva durante tres semanas, estos resultados no están respaldados por otros estudios similares ni por estudios realizados durante períodos más largos superiores a ocho semanas.

Este proyecto, de la mano de QvExtra! y los AOVEs SIQEV, busca “transmitir al consumidor de forma directa y clara en la etiqueta de las botellas lo que durante años ha sido defen-

dido y promovido por la comunidad científica internacional”, ha resaltado la asociación.

La EFSA ha lanzado a QvExtra! el reto de realizar un ensayo clínico diseñado según sus directrices que permita vincular el aceite de oliva virgen extra con la reducción del colesterol.

En este sentido, la presidenta de la asociación, Soledad Serrano, ha considerado que “la resolución de la EFSA es un reto para seguir trabajando y buscar los apoyos necesarios en el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), así como en la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, instituciones que ahora tienen un motivo de peso para implicarse”.

Por otro lado, QvExtra! ha avanzado que el próximo 25 de septiembre llevará a cabo la III Jornada de Etiquetado Nutricional y Saludable de los AOVEs en Madrid, donde la asociación se compromete a actualizar la situación relativa a esta alegación “tras estos meses en los que se seguirá trabajando para alcanzar el éxito del proyecto”.

Curso de Verano de la UNIA sobre “AOVE. Salud, marketing y maridaje”

La Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) oferta en su programación de los Cursos de Verano de la sede Antonio Machado de Baeza (Jaén) el curso “AOVE. Salud, marketing y maridaje”, dirigido por Mercedes Uceda, de IADA Ingenieros, y Mª Paz Aguilera, del Centro IFAPA Venta del Llano, que se celebrará del 1 al 3 de septiembre.

Se trata de un encuentro que abordará el aceite de oliva virgen extra desde la salud, ya que dentro de la composición del AOVE hay numerosos componentes que tienen un efecto directo sobre el organismo; y el marketing, teniendo en cuenta que las nuevas tecnologías han hecho que las empresas se tengan que adaptar a nuevos retos para poder po-

sicionar mejor el producto en el mercado y hacerlo llegar a los consumidores. Finalmente, se presenta un último bloque de contenidos para introducir a los alumnos en los aspectos sensoriales del mismo que marcará las opciones de maridaje con el resto de los alimentos, así como nociones relacionadas con el cultivo y la extracción de aceite en la almazara.

El objetivo de este curso es formar a personas relacionadas con la producción, elaboración, comercialización y consumidores en general en la caracterización sensorial de los aceites de oliva vírgenes extra. También ofrecerá información sobre las nuevas técnicas de marketing y comercialización; se introducirán nuevas líneas para la utilización del aceite de

oliva virgen; se divulgará el maridaje del AOVE con los alimentos; y se expondrán emprendimientos de éxito dentro del mundo del AOVE como referencia para todos los implicados en la cadena de valor de los vírgenes extra.

Esta actividad pretende iniciar al sector en general en los aspectos de caracterización y clasificación de los aceites por sus características sensoriales y a su maridaje con los alimentos. Por otra parte, según sus organizadores, la comercialización de los aceites de oliva es una asignatura pendiente y se trata de dar visiones diferentes desde el marketing tradicional a las redes sociales y las ventas *on line*, presentando, como ejemplo de las distintas formas de comercializar, empresas de éxito en los diferentes ámbitos.



Validan un sistema para medir el polen de manera automática

Un grupo de investigación del Departamento de Botánica, Ecología y Fisiología Vegetal de la Universidad de Córdoba (UCO) trabaja en la validación y mejora de tecnologías que permitan identificar a tiempo real las partículas biológicas presentes en la atmósfera. Estos avances tendrán aplicaciones directas en ámbitos como la agricultura, ya que los datos servirán para la previsión de cosechas y para detectar enfermedades fúngicas en cultivos como el olivo.

Como parte del proyecto europeo SYLVA, liderado en España por la catedrática Carmen Galán Soldevilla, un equipo de la UCO está desarrollando métodos para monitorizar el polen y las esporas de hongos en el aire de manera automática, lo que supondrá un avance significativo respecto a los métodos tradicionales, que no dan información en tiempo real y consumen mucho tiempo de trabajo.

El objetivo es hacer un estudio comparativo entre los instrumentos para la monitorización automática de partículas biológicas en el aire y el método de seguimiento tradicional, especialmente en zonas con condiciones climatológicas extremas. “Tradicionalmente hemos trabajado con instrumentos manuales volumétricos para la toma de muestras, lo que requiere un elevado trabajo para la identificación y recuento de polen a microscopía óptica, y conlleva un cierto retraso en la información que se ofrece”, ha explicado Galán.

Este proyecto surge para dar respuesta a la creciente demanda de información en tiempo real sobre la presencia de bioaerosoles, como polen o esporas, en la atmósfera. El equipo de investigación, en colaboración con otros países europeos como Finlandia, Suiza y Alemania, está evaluando la eficacia de los sistemas automáticos en tres ubicaciones con condiciones climáticas extremas: la Laponia finlandesa (expuesta a frío extremo), los Alpes (expuestos al frío y a cambios de presión en altura) y Andalucía, concretamente Córdoba (expuesta al calor y a las intrusiones de polvo sahariano).

José Oteros, investigador del equipo, ha destacado que “esta tecnología es pionera en el sur de Europa. En Córdoba tenemos el primer punto del sur de Europa, el primer punto mediterráneo que cuenta con esta tecnología”. Esto convierte al centro cordobés en un

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

referente para toda la Cuenca Mediterránea.

Los sistemas automáticos que se están evaluando utilizan dos métodos principales: identificación mediante imágenes digitales y citometría de flujo. “Tenemos dos paradigmas: en uno, una máquina hace fotos y una inteligencia artificial las identifica; en el otro, las partículas son escaneadas en el aire, pasando una a una por un túnel de láser y sensores que las caracterizan en tiempo real”, ha detallado Oteros.

Estos avances tendrán aplicaciones directas en diversos campos. En el ámbito sanitario, permitirán ofrecer información inmediata a las personas alérgicas, facilitando la prevención de síntomas. En la agricultura y gestión forestal, los datos servirán para la previsión de cosechas y para detectar enfermedades fúngicas en cultivos como el olivo o el viñedo, permitiendo un uso más preciso y sostenible de tratamientos fitosanitarios. Además, toda esta información constituye un valioso indicador del cambio climático, ya que permite observar alteraciones en los patrones de floración de las plantas.

El proyecto SYLVA se encuentra actualmente en su ecuador. Durante este primer periodo, el equipo ha estado realizando muestreos con los instrumentos automáticos para compararlos con el método tra-

dicional y validar su eficacia. “Hemos conseguido que funcione para nuestro tipo de polen”, ha señalado Oteros.

Uno de los mayores desafíos ha sido el entrenamiento de los sistemas de Inteligencia Artificial. “Tenemos que enseñar al aparato. Estamos generando una base de datos de referencia porque es la primera vez que esta tecnología está en el sur de Europa”, ha aclarado la experta. Esta labor implica un minucioso trabajo de campo: recolectar flores, extraer polen y hacer fotografías para alimentar los algoritmos de aprendizaje automático.

El equipo también ha tenido que lidiar con dificultades específicas relacionadas con las condiciones climáticas de Córdoba. “En nuestro caso, no sólo es el calor, sino el polvo del Sáhara, que oscurece mucho la muestra y dificulta la identificación”, ha explicado Galán. Estas observaciones son útiles para que las empresas fabricantes puedan adaptar sus equipos a las condiciones particulares de cada región.

Según ha informado la UCO, a diferencia del método tradicional, que requiere días de trabajo manual para procesar las muestras (una persona a tiempo completo puede gestionar apenas dos puntos de muestreo en primavera), estos nuevos sistemas proporcionarán información inmediata y de forma continua. Además, todos los datos generados se están compartiendo a través de una infraestructura común europea accesible en el portal EBAS, y las bases de datos de referencia están disponibles públicamente en la web del proyecto.

“Ahora, cuando entrenemos los sistemas, se van a beneficiar todos nuestros colegas del Mediterráneo”, ha concluido Galán, subrayando el impacto que este avance tendrá para toda la región.



Aceites de oliva

Cotizaciones de Aceites y Grasas

		EUROS/T. SEMANA 19/25 mayo '25 (Cierre día 14 mayo '25)	EUROS/T. SEMANA 26 mayo/1 junio '25 (Cierre día 22 mayo '25)
ANDALUCÍA		€/t.	€/t.
J A É N	Lampante, base 1º	2.700/2.750	2.700/2.750
	Virgen	3.000	3.000
	Virgen extra	3.300/3.800	3.300/3.800
	Refinado	2.850	2.850
C Ó R D O B A	Lampante, base 1º	2.700/2.750	2.700/2.750
	Virgen	3.050/3.100	3.050
	Virgen extra	3.450/3.800	3.400/3.800
	Refinado	2.900	2.900
S E V I L L A	Lampante, base 1º	2.700/2.750	2.700/2.800
	Virgen	3.200/3.400	3.000/3.400
	Virgen extra	3.800/4.400	3.800/4.200
	Refinado	2.900/2.950	2.900/2.950
G R A N A D A	Lampante, base 1º	2.700/2.750	2.700/2.750
	Virgen	3.000	3.000
	Virgen extra	3.300/3.800	3.300/3.800
M Á L A G A	Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen	Sin oper.	3.100.
	Virgen extra	3.600/3.750	3.250/3.400
T O L E D O	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	3.100/3.300	3.100/3.300
	Virgen extra	3.500/3.900	3.500/3.900
LÉRIDA Y TARRAGONA	Virgen extra (DOP)	Sin oper.	Sin oper.
A L I C A N T E	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	2.700	2.800
	Virgen	3.100	3.100
	Virgen extra	3.500	3.500
B A D A J O Z	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	2.600/2.700	2.600/2.700
	Virgen	3.100/3.200	3.100/3.200
	Virgen extra	3.700/4.200	3.700/4.200

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

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

AGROISA

INMECAL ITB IntecBIO Agrotechbiomed

AGROISA.COM info@agroisa.com

CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

trataamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

agroisa.com



Aceites de orujo

EUROS/T.
SEMANA
19/25 mayo '25
(Cierre día 14 mayo '25)

EUROS/T.
SEMANA
26 mayo/1 junio '25
(Cierre día 22 mayo '25)

SEVILLA

ANDALUCÍA

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10º	1.200	1.200/1.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.150	2.150/2.200

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)

Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.200	1.220
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	1.180	1.240
Refinado	1.220	1.300

ACEITE DE SEMILLAS Refinado

1.200	1.220
-------	-------

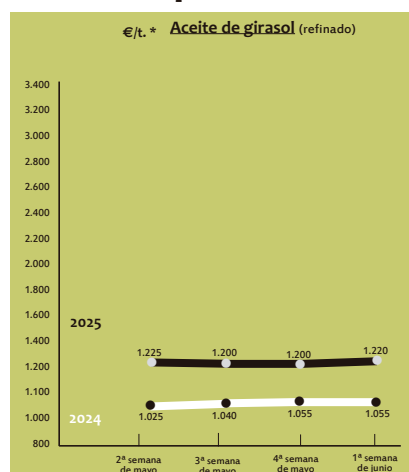
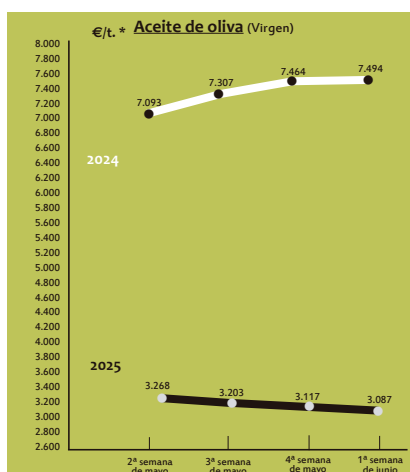
Oleínas y Ácidos grasos

Oleínas de aceite de girasol-soja
Oleínas de orujo
Ácidos grasos de oliva
(de refino físico)

Sin oper.	Sin oper.
Sin oper.	Sin oper.
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
BARCELONAEUROS/KG.
SEMANA
19/25 mayo '25
(Cierre día 14 mayo '25)EUROS/KG.
SEMANA
26 mayo/1 junio '25
(Cierre día 22 mayo '25)

	€/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)	1.110	1.060
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.210	1.150
ACEITE DE COCO (refinado)	2.900	2.990
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.440	1.425
ACEITE DE PALMISTE	2.260	2.260
ACEITE DE MAÍZ	1.370	1.370
ACEITE DE COLZA	1.350	1.335
ACEITE DE RICINO	1.280	1.280
ACEITE DE PESCADO refinado	3.770	4.500

*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 n°1, índice de yodo 80/90. Color Gardner 2/3. Sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

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

GARRIDO HERMANOS, C.B.

*Agentes comerciales especializados
en aceites, grasas y derivados*

Tel.: 953 254 316 y 953 222 190 - Fax: 953 220 816
Mov.: 619 421 807 y 679 974 110
Avda. de Granada, 1 - 5°D - 23003 - JAÉN
garridohermanoscb@gmail.com



Mercado internacional

EUROS/KG.
SEMANA
19/25 mayo '25
(Cierre día 14 mayo '25)

EUROS/KG.
SEMANA
26 mayo/1 junio '25
(Cierre día 22 mayo '25)

ITALIA

SUR DE
PUGLIA

	€/t.	€/t.
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,70	8,70
ACEITE DE OLIVA refinado	3,25	3,10
ACEITE DE OLIVA lampante	2,60	2,60

ACEITE DE ORUJO refinado	2,25	2,25
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,24	1,24
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,30	1,30
ACEITE DE SOJA refinado	1,30	1,30
ACEITE DE CACAHUETE refinado	2,00	2,00

NORTE DE
PUGLIA
& CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,40	9,40
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.

TÚNEZ

MARRUECOS

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,65/3,75	3,65/3,75
ACEITE DE OLIVA virgen extra	6,25/6,50	3,80/5,50
ACEITE DE OLIVA refinado	3,80/5,50	3,10/3,15

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	4,25/4,35	4,00/4,20
ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por 25 Olio Officina Magazine)	4,05/4,25	3,85/4,10

PORTUGAL

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,90	3,60/3,90
------------------------------	-----------	-----------

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (22 de mayo de 2025) (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





Plagas

Incidencia actual de la polilla del olivo en Andalucía

En el actual estado fenológico del olivar, la actividad de la generación antófaga de la polilla del olivo (*Prays oleae*) se mantiene elevada en la mayoría de las provincias andaluzas, con la excepción de Cádiz, donde los niveles de captura registrados indican una baja intensidad de vuelo, según ha informado la Red Andaluza de Inspección y Alerta Fitosanitaria (RAIF).

Asociada a la fenología del cultivo, la actividad de la polilla del olivo en su generación antófaga se encuentra en plena actividad su ataque sobre las inflorescencias en aquellas provincias más orientales, mientras que en las occidentales se encuentran en un periodo de transición entre generaciones antófaga e iniciando las puestas de la carpófaga.

La incidencia que está registrando actualmente la generación antófaga es notablemente superior a los registros de la pasada campaña, según la RAIF, que ha señalado que destacan las provincias de Málaga, Córdoba y Sevilla, en donde se han apreciado unos valores de 22,40, 15,60 y 11,60% de inflorescencias atacadas con

formas vivas de media provincial, respectivamente; mientras que en la provincia de Cádiz su actividad está siendo la más baja, con un valor medio provincial de 1,30% de inflorescencias atacadas con formas vivas.

La RAIF ha recordado que esta generación debe ser especialmente vigilada en aquellas plantaciones con un estado fenológico más atrasado, salvo en la provincia de Granada, donde el seguimiento debe realizarse tanto en plantaciones adelantadas como atrasadas. Asimismo, recomienda prestar atención a aquellas parcelas con bajo porcentaje de inflorescencias, ya que podrían sufrir daños significativos que comprometan seriamente la producción.

A su juicio, es interesante conocer que una parcela podría reunir las condiciones para la realización de un tratamiento fitosanitario contra la generación antófaga, cuando alcance los siguientes valores: un número inferior a 10 inflorescencias por brote; menos del 20% de flores fértiles; y más de un 5% de inflorescencias dañadas con formas vivas.



J. Morales Navas
comercial aceitera s.l.u

Tlf. +34 957 676 009 / +34 957 676 044
Mob. +34 686 965 465
DOÑA MENCÍA - CÓRDOBA

MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

PRECIOS	
HARINAS	
	€/t.
Harina de soja (s. fábrica).....	385
Harina de girasol (integ.) (abril).....	280
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 **1.061,75** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.030,00**.

◆ Precios: Futuros julio.

Harina de soja: 293,70 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **289,90**.

◆ Precios: Futuros julio.

Aceite de soja: Cerraba a **49,75** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **46,95**.

◆ Precios: Futuros julio.

Maíz: Terminó la semana a **460,00** centavos/bushel, habiendo comenzado a **442,00**.

◆ Precios: Futuros julio.



Las cubiertas vegetales, una herramienta imprescindible para la sostenibilidad de los cultivos leñosos

UPA celebró el 19 de mayo en Madrid una jornada para presentar los resultados del proyecto *Cubiwood* tras dos años de investigación. Las conclusiones de este proyecto -que cuenta con el apoyo de la Fundación Biodiversidad, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, y con la colaboración de Deoleo- sitúan a las cubiertas vegetales como una herramienta imprescindible para la sostenibilidad de los cultivos leñosos, pero incide en la necesidad de realizar una gestión adecuada de las mismas.

En la jornada, celebrada en el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, José Manuel Delgado, miembro del Gabinete Técnico de UPA y coordinador del proyecto Cubiwood, resumió las 13 acciones que forman parte de este proyecto, como una página web que acoge la mayor revisión bibliográfica sobre este asunto; un episodio de *LA TIERRA Podcast*; y una guía práctica de manejo de las cubiertas vegetales en viñedo, olivar y frutos secos que fue presentada ayer. Estos trabajos han sido realizados con la colaboración del comité científico de *Cubiwood*, coordinado por José Alfonso Gómez, del Instituto de Agricultura Sostenible (IAS-CSIC), uno de los mayores expertos en protección de suelos.

El proyecto Cubiwood se ha desarrollado en siete Comunidades Autónomas (Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha, Murcia, Extremadura, La Rioja y Madrid) y se ha centrado en olivar, frutos secos y viñedo, los tres sectores de cultivos leñosos con menor implantación de cubiertas vegetales. El comité científico ha contado con el trabajo de los grupos del CSIC con experiencia en la temática (IAS-CSIC e INIA-CSIC), el IFAPA (Andalucía), la UPM

(Madrid), el IMIDRA (Madrid), el ICV (La Rioja) y la Universidad de Navarra.

El proyecto ha creado una red de 23 fincas experimentales y de ocho fincas demostrativas de agricultores. También ha celebrado 25 jornadas formativas con agricultores y técnicos de UPA que asesorarán a su vez a más productores de cultivos leñosos.

El secretario general de UPA, Cristóbal Cano, destacó el compromiso de su organización agraria con el impulso de prácticas sostenibles que benefician a los agricultores y que quedó patente en el debate alrededor de la figura de los eco-regímenes. “Desde UPA hemos trabajado para animar a los agricultores a solicitar estas nuevas ayudas, que han tenido una gran acogida. También hemos trabajado intensamente para reformar los eco-regímenes y adaptarlos a la realidad del campo”, señaló, al tiempo que consideró que “el suelo es el principal patrimonio del agricultor y qué mejor forma de cuidar el suelo que utilizando cubiertas vegetales”.

El director de Asuntos Corporativos de Deoleo, José Antonio Bonache, explicó la colaboración de su empresa con el proyecto Cubiwood. “Nuestro lema es *‘Cuidamos lo*

que te cuida’. El aceite de oliva tiene una gran importancia social y medioambiental y el olivar es una barrera indispensable frente a la desertificación, por lo que la responsabilidad de la empresa es cuidar toda la cadena de producción del producto, especialmente de los pequeños agricultores. Ahí es donde entra nuestra preocupación por proteger los suelos con las cubiertas vegetales”, detalló.

Según las conclusiones del proyecto, las cubiertas vegetales aumentan el contenido de carbono del suelo, mejoran su estructura, disminuyen los gases de efecto invernadero, y reducen la erosión y la desertificación. También benefician a la biología de los suelos e incluso facilitan el acceso a las parcelas. Ahora bien, es necesario realizar una adecuada gestión de las mismas para obtener sus beneficios y no perjudicar a los cultivos, adaptándose a las condiciones de cada campaña, zona y cultivo. Para ello, es imprescindible potenciar la formación de los agricultores y el asesoramiento técnico. Y tener claro, según los participantes en el proyecto, que el objetivo de la cubierta nunca debe ser solamente obtener la ayuda del eco-regimen.

INDUSTRIAS DE LA ROSA

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

www.industriasdelarosa.com

MOLINO TRITURADOR

TERMOBATIDORA

CONJUNTO BATIDORA CON MOLINO PARA MOLTURACIÓN POR LOTES

BOMBA PARA TRASIEGO

CALDERA DE BIOMASA

FABRICANTES MARCA ESPAÑA



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow
LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

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

ZEUTEC **Polytec**

SpectraAlyzer Sistema 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 **TRIEF** desde 1967

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 100 años, ANDRITZ SEPARATION es la especialista en el desarrollo de tecnologías y soluciones clave en el sector de la separación. Con más de 10.000 decantadores centrifugos instalados en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es la líder en la fabricación de equipos de separación de sólidos y líquidos.

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa
FABRICAS DE ENVASADO DE ACEITES Y VINOS S.L.

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

Llenadora semi-automática
Semi-automatic fillers

CAUDALÍMETROS DE ALTA PRECISIÓN
HIGH ACCURACY FLOWMETERS

EXPERIENCIA
EXPERIENCE

50 AÑOS 40 PAÍSES
YEARS COUNTRIES

Ausere

Tel: +34 976 51 42 42 - Fax: +34 976 51 42 31
ausere@ausere.es
O Consultar en: 56410 Cuarte de Huerva
Zaragoza ESPAÑA - SPAIN

www.ausere.es

FÁBRICA Y ALMACÉN
Avenida Vicente Pienargüe nº 12
14850 BAENA (Córdoba)
Telf: 0034 957 665 115
e-mail: kocael@taosasa.com

DELEGACIÓN EM PORTUGAL
Rua A - Pavilhão 03
Zona Ind. de Mirandela
5370-545 MIRANDELA
Telf: 00351 278 096 522

TAOSA

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

VIVEROS/CAMPO



Lecciana,
— la variedad italiana de los —
GRANDES ACEITES

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

BALAM
| AGRICULTURE |



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

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



Soil O-Live presenta sus avances en Praga

Soil O-Live ha tenido especial protagonismo en la reunión anual del Comité Técnico Europeo de Normalización (CENTC/444) “*Environmental characterization of solid matrices*”, celebrada en Praga. El coordinador del proyecto y profesor de Ecología de la Universidad de Jaén, Antonio Manzaneda, ha sido el encargado de exponer los principales avances del proyecto en este importante foro.

Manzaneda ha expuesto estos resultados que además han servido para analizar los aspectos de estandarización metodológica relacionados con los indicadores de salud del suelo que se han usado en la caracterización de los suelos del olivar durante la etapa de diagnóstico del proyecto.

“Hemos revisado la eficacia de las metodologías concernientes a la presencia de contaminantes del suelo, microplásticos, antibióticos y de otros aspectos relevantes de la salud del suelo, como la compactación,

la biodiversidad o el contenido de carbono, que se ha seguido en el proyecto Soil O-Live”, ha informado.

Asimismo, se ha constatado que algunas metodologías seguidas en el proyecto tienen un gran potencial para contribuir al desarrollo de futuros estándares europeos, como es el caso de la contaminación de los suelos por antibióticos.

Por su parte, con el objetivo de contribuir al desarrollo de dichos estándares, la Asociación Española de Normalización (UNE), que también forma parte del consorcio Soil O-Live, y que es responsable de las actividades de normalización del proyecto, postulará la incorporación del profesor Antonio Manzaneda como miembro del grupo de trabajo que se encargará de desarrollar los estándares europeos relacionados con los indicadores de medida de la salud del suelo.

“Sin duda es una oportunidad extraordinaria para el proyecto poder participar

en este comité y aumentar su impacto en algo tan importante como el desarrollo de estándares europeos en los aspectos de la sostenibilidad de los suelos”, ha afirmado Rosa Cepas, responsable de proyectos para el sector agroalimentario en UNE, quien ha añadido que “los miembros del Comité han quedado gratamente sorprendidos con la calidad de los trabajos realizados y con el potencial que tiene Soil O-Live para el desarrollo de nuevos estándares”.

Rosa Cepas ha apuntado que la interacción entre Soil O-Live y el Comité Europeo de Normalización CEN/TC 444 ocurre en un momento clave de la futura implantación de la Ley de Vigilancia del Suelo, puesto que se espera que éste elabore normas que incluyan metodologías para el monitoreo en la futura Ley. “Desde Soil O-Live esperamos poder colaborar aportando el conocimiento y las experiencias obtenidas en el proyecto”, ha expuesto Cepas.

Crean una herramienta molecular que predice el tamaño del fruto en la selección de nuevas variedades de olivo

Investigadores del Instituto de Investigación de Olivar y Aceites de Oliva de la Universidad de Jaén (INUO), pertenecientes a la Universidad de Jaén (UJA), el IFAPA y el Instituto de Agricultura Sostenible (CSIC), han identificado secuencias de ADN que están asociadas a diferencias en tamaño de fruto entre variedades de olivo.

Dichas secuencias de ADN, asociadas al tamaño del fruto, han sido usadas por los investigadores en el diseño de una herramienta molecular que permite predecir si una nueva variedad de olivo va a tener un tamaño de fruto grande o pequeño. “Lo interesante es que esta herramienta se puede utilizar cuando las nuevas variedades no son más que unas plantas muy pequeñas en el invernadero. Por tanto, esta herramienta puede ahorrar muchos años de evaluación

agronómica en campo para este carácter”, han indicado los investigadores.

Esta herramienta molecular se implementará en los próximos años en programas de obtención de nuevas variedades de olivo, como el que llevan a cabo el IFAPA y el IAS-CSIC.

Según ha informado la UJA, “la importancia de este trabajo radica en que, en el cultivo del olivo, la operación más costosa con diferencia es la recolección. Tanto en olivares en vaso como en seto, el tamaño de fruto es crítico para facilitar dicha operación. Así, variedades de olivo con fruto pequeño, como koroneiki, son difíciles de recoger, mientras que otras de fruto mayor, como picual, la recolección es más sencilla. Y, por supuesto, el tamaño de fruto es también un carácter de gran importancia en variedades destinadas a producir aceituna de mesa”.

Este estudio ha sido posible gracias a un esfuerzo previo de secuenciación del genoma de numerosas variedades de olivo, llevado a cabo por estos investigadores, así como a la evaluación agronómica que desde hace décadas se realiza en el Banco Mundial de Germoplasma de Olivo del IFAPA y de una colección de acebuches que se mantiene en este instituto.

El trabajo -que ha sido publicado en la revista *Molecular Breeding*- ha sido realizado por los investigadores Martín Moret, Alicia Serrano, Angjelina Belaj, Lorenzo León, Raúl de la Rosa y Francisco Luque bajo el título “*Marcadores genéticos del peso del fruto del olivo seleccionados para su uso en experimentos de mejora genética*” (*Genetic markers of olive fruit weight selected to be used in breeding experiments*).



Las exportaciones de aceite de oliva y aceitunas de la UE caen un 7% en valor en enero de 2025

Las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE cayeron un 7% en valor, hasta alcanzar 515 millones de euros en enero de 2025. Por su parte, las importaciones comunitarias de estos productos disminuyeron un 17%, hasta alcanzar 107 millones de euros en el primer mes del año, según el último informe sobre comercio agroalimentario publicado por la Comisión Europea (CE).

Cabe recordar que las exportaciones de aceitunas y aceite de oliva de la UE se incrementaron un 41% en valor en 2024, hasta alcanzar 7.199 millones de euros; mientras que las importaciones comunitarias de estos productos aumentaron un 43%, hasta alcanzar 1.753 millones de euros el pasado año.

A nivel general, el comercio agroalimentario de la UE se recuperó en enero de 2025, con exportaciones que alcanzaron los 19.000 millones de euros, un 4% más que el mismo mes del año anterior.

Reino Unido se mantuvo como el prin-



cipal destino de las exportaciones comunitarias, con un aumento del 3%, hasta 4.406 millones de euros en enero de 2025; mientras que EEUU se mantuvo como el segundo destino de las ventas europeas al exterior, con un incremento del 10%, hasta 2.470 millones de euros.

Por su parte, las importaciones de la UE alcanzaron los 16.000 millones de euros, un 19% más que en enero de 2024.

Las exportaciones andaluzas de aceite de oliva suben un 32% en volumen

El aceite de oliva registró durante el primer trimestre de 2025 una bajada del 16,2% en valor de sus ventas al exterior, con 964 millones de euros; si bien aumentó un 32% en volumen, alcanzando 200.259 toneladas, según los datos publicados por la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos de la Junta de Andalucía.

A nivel general, las exportaciones andaluzas del primer trimestre de 2025 registraron un récord histórico, con 10.559 millones de euros.

Por países, China, el noveno mercado de destino, es el que más creció del Top10, con un incremento del 25,6%, hasta alcanzar los 333 millones de euros (3,1% del total). Asimismo, Alemania se mantuvo como primer destino de las exportaciones andaluzas, con 1.232 millones en el primer trimestre, lo que supone una caída del 13,1%. Le sigue Francia, con 961 millones (-24%).

En tercera posición se sitúa Portugal, con 928 millones, que registró un crecimiento del 4,3% respecto a enero-marzo de 2024; seguido de Italia, con 860 millones y una subida del 3,7%; y EEUU, primer país no europeo, que ocupa la quinta posición con 680 millones y una caída del 12,2%.

En sexto lugar se sitúa Reino Unido, con el mejor segundo comportamiento del Top10, al registrar 667 millones en exportaciones y un sólido aumento del 8%; seguido de Países Bajos, con 562 millones y una mejora del 2,8%; Marruecos, con 487 millones y prácticamente las mismas cifras del año anterior (-0,2%). Cierra la lista de los primeros diez mercados, Bélgica, con 262 millones, que cayó un 37%.

La producción europea de aceite de oliva se sitúa en 2.095.130 t hasta abril

La producción de aceite de oliva en la Unión Europea (UE) se ha situado en 2.095.130 toneladas en los primeros meses de campaña, de las que 767 t. correspondieron al mes de septiembre, 118.902 t. a octubre, 508.935 t. a noviembre, 790.324 t. a diciembre, 435.668 t. a enero, 201.133 t. a febrero, 26.818 t. a marzo y 12.583 t. a abril, según los últimos datos de la Comisión Europea (CE).

De esta cifra total, y en cuanto a los principales países productores, 250.000 t. corresponden a Grecia; 1.410.494 t. a España; 247.645 t. a Italia; y 177.000 t. a Portugal.

La Comisión prevé que la producción de

aceite de oliva en la UE se sitúe en 2.103.791 toneladas en la campaña 2024/25 frente a 1.531.700 toneladas de la temporada anterior.

En el caso de España, Bruselas estima una producción de 1.415.000 t. (+65,6%) y sitúa la producción de Italia en 248.000 toneladas (-24,5%), la de Grecia en 250.000 t. (+42,8%); y la de Portugal en 177.000 t. (+10%).

Sobre el consumo comunitario de aceite de oliva, la Comisión prevé que se sitúe en 1.235.840 toneladas (1.242.900 t. en la campaña anterior), mientras que el stock final será de 352.066 toneladas (296.600 t. en la temporada 2023/24).



Agricultores reclaman en Madrid una PAC fuerte y con presupuesto

Varios centenares de agricultores de toda España se concentraron el 20 de mayo en Madrid, convocados por la Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA), bajo el lema “Por una PAC fuerte y con presupuesto”. La protesta ha formado parte de una serie de concentraciones que tuvieron lugar en toda Europa convocadas por el Copa-Cogeca, el organismo que aglutina a las organizaciones agrarias y cooperativas europeas.

En España, UPA organizó una protesta en un ambiente “festivo y reivindicativo” en la que se corearon cánticos -acompañados de una batucada- en defensa de la PAC, del medio rural y de los agricultores y ganaderos como garantes de la soberanía alimentaria. La concentración coincidió con la celebración en Bruselas de la conferencia sobre el presupuesto de la Unión Europea para los próximos cinco años.

El secretario general de la organización agraria, Cristóbal Cano, reclamó que la próxima PAC no se disgregue en sobres

nacionales, lo que a su juicio “difuminaría la estrategia común europea” y traería “más desigualdad”.

Cano solicitó un presupuesto suficiente para los retos que tendrán que afrontar los agricultores y ganaderos en los próximos años, como una situación geopolítica complicada, dificultades comerciales o la crisis climática. “La alimentación de los europeos está en riesgo. No tendremos asegurada la soberanía alimentaria si no se apuesta firmemente por los agricultores y ganaderos”, afirmó.

Según la organización, la PAC ha ido perdiendo presupuesto en cada una de las sucesivas reformas que se han producido en las últimas décadas. “Ya es hora de que se incremente el presupuesto de la PAC, ajustándolo además a la inflación”, aseguró el líder nacional de UPA.

Más presupuesto y mejor repartido

En concreto, UPA aboga por un reparto

más justo y más social de los apoyos. “La PAC no puede ser una fuente de desigualdad, como lo ha venido siendo hasta ahora”, remarcó Cristóbal Cano, quien apostó por medidas como los techos máximos de ayudas, el pago redistributivo, las ayudas asociadas a más sectores en crisis o unos eco-regímenes que tienen que ser eficaces, flexibles “y que nos permitan trabajar al tiempo que protegemos el medio ambiente”.

El próximo mes de julio se conocerán más detalles del próximo presupuesto de la UE para el periodo 2028-2034. Los agricultores reclaman que las nuevas prioridades de la UE en materia de defensa o reto migratorio no resten “ni un ápice de importancia ni un euro de presupuesto” a la PAC.

“Además del presupuesto pedimos un reparto diferente, más justo y más social, y enfocado a las explotaciones familiares, que somos las que tenemos más dificultades”, indicó el secretario general de UPA.

Las OPAs entregan a la CE un manifiesto en defensa de una PAC “fuerte y bien financiada”

El presidente de Asaja, Pedro Barato; el secretario general de COAG, Miguel Padilla; y el secretario general de UPA, Cristóbal Cano, mantuvieron una reunión con el director de la Representación de la Comisión Europea (CE) en España, Lucas González Ojeda, para trasladarle personalmente las preocupaciones del sector agrario europeo “ante los recortes presupuestarios que amenazan el futuro de la Política Agraria Común (PAC)”.

Durante el encuentro, celebrado en la sede de la Comisión en Madrid, los representantes de estas organizaciones hicieron entrega del manifiesto titulado “El castillo de naipes de la UE”, un documento conjunto elaborado en el marco de las movilizaciones impulsadas por el Copa-Cogeca, cuyo acto central tuvo lugar el

20 de mayo en Bruselas, y en el que ha participado una delegación de Asaja, COAG y UPA en representación de los agricultores y ganaderos españoles. Paralelamente se celebrarán concentraciones de agricultores y ganaderos en varias capitales europeas.

En este contexto, las organizaciones agrarias recuerdan que enviaron una carta al presidente del Gobierno solicitando un compromiso claro con la defensa de un Marco Financiero Plurianual potente que asegurase los fondos de la PAC con vistas a la próxima reforma, manteniendo el fondo específico actual y defendiendo el *statu quo*. “Hasta la fecha, no se ha recibido contestación alguna por parte del presidente del Gobierno”, señalaron las OPAs.

El manifiesto advierte de forma clara que “sin

presupuesto -> no hay PAC, sin PAC -> no hay agricultores, sin agricultores -> no hay seguridad”. En él se denuncia el peligro de diluir la PAC en un fondo único europeo que elimine la especificidad de la política agraria, sustituya los pilares actuales por una programación nacional única y abra la puerta a una renacionalización encubierta, “debilitando así el mercado único y generando profundas desigualdades entre Estados Miembro”.

Barato, Padilla y Cano insistieron en que “la PAC es una cuestión estratégica para la seguridad alimentaria, la estabilidad económica y la cohesión territorial de Europa”. Por ello, reclamaron un compromiso firme para mantener una línea presupuestaria clara, específica y ajustada a la inflación dentro del próximo Marco Financiero Plurianual (MFP).



Finaliza la campaña de información "¿Peeerdona?" para la correcta presentación de los aceites de oliva en la hostelería

"¿Peeerdona?", la iniciativa impulsada por la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, ha llegado a su fin tras varios meses de intensa actividad en medios de comunicación, redes sociales y eventos clave del sector gastronómico. Su objetivo ha sido claro: sensibilizar tanto a consumidores como a hosteleros sobre la obligatoriedad de servir los aceites de oliva en envases inviolables, con tapón irrellenable y etiquetado visible, tal y como establece el Real Decreto 895/2013, en vigor desde hace más de una década.

La organización ha informado de que, desde su lanzamiento en enero, la campaña ha sabido conectar con el gran público a través del humor, la cercanía y una presencia muy destacada en citas como el Salón de Gourmets de Madrid o, más recientemente, Expoliva, la Feria internacional de Aceite de Oliva e Industrias Afines celebrada en Jaén, donde ha puesto el broche final a esta iniciativa de concienciación.

La gerente de la Interprofesional del Aceite de Oliva Español, Teresa Pérez, ha subrayado que "estamos muy satisfechos por varios motivos. Primero porque hemos obtenido el Premio al Mejor Estand Institucional por nuestra puesta en escena tanto de la oleoteca de los AOVEs como por la dinamización de la campaña ¿Peeerdona? sobre la correcta presentación de los aceites de oliva en la restauración, con aceites de oliva perfectamente envasados y etiquetados. También hemos recibido una Mención Especial a la labor de promoción a través del oleoturismo, a la visibilidad que estamos dando desde la organización, tanto a nivel nacional como internacional, a nuestro olivar, desde el campo a la mesa".

Una campaña multicanal

Protagonizada por la actriz Rossy de Palma y respaldada por humoristas como Ana Morgade, Leo Harlem, Carolina Iglesias, David Cepo y Álex Clavero, la campaña ha tenido presencia en televisión, plataformas digitales, prensa y redes sociales, con un enfoque claramente divulgativo y con altas dosis de ironía y simpatía.

La esencia ha sido hacer pedagogía desde el entretenimiento.

En el Salón de Gourmets, la campaña convirtió el stand de Aceites de Oliva de España en un auténtico plató interactivo, con monólogos, juegos y una ruleta de premios en la que se repartieron envases normativos, merchandising y entradas para espectáculos. La iniciativa no sólo captó la atención del público profesional del canal Horeca y la alimentación, "sino que dejó un mensaje concreto y conciso: la normativa existe, beneficia a todos y hay que cumplirla".

En Expoliva, por su parte, el stand de la Interprofesional volvió a ofrecer una

experiencia lúdica y educativa para todos los asistentes, con contenido original y divulgativo, a través de la oleoteca de los AOVEs, representativa de la diversidad nacional, y la emisión en directo del programa de radio *La Tarde con Mariló Maldonado*, de Canal Sur Radio, durante la tarde del jueves 15 de mayo.

Confianza, calidad y reputación

La organización ha remarcado que, en un país que aspira a recibir 100 millones de turistas al año y donde la cocina es uno de los principales reclamos, cuidar la forma en la que se presenta un producto tan simbólico como el aceite de oliva es esencial. A su juicio, la normativa no sólo garantiza la trazabilidad del producto y la seguridad alimentaria, sino que actúa igualmente como un sello de calidad para los propios establecimientos.

Por ello, desde la Interprofesional del Aceite de Oliva Español han insistido en que "¿Peeerdona?" no es un punto final, sino un punto y seguido. "Nuestra campaña informativa no termina aquí. Va a continuar con la labor de concienciación y la solicitud de colaboración a

las administraciones públicas para que en los controles de los establecimientos se ponga el foco en el cumplimiento de esta normativa y se regularice la correcta presentación de los aceites de oliva en la restauración. Confiamos en que, fruto de todo este esfuerzo, en breve ya no tenga sentido repetir esta campaña porque el cumplimiento sea del 100%", ha concluido la organización.





FOSS presenta su proyecto para el desarrollo de la técnica NIR en la detección precoz de MOSH y MOAH

La Sala Río Víboras de Ifeja (Jaén) acogió el pasado 15 de mayo la presentación del ambicioso proyecto de FOSS centrado en el desarrollo de la técnica NIR (Infrarrojo Cercano) para la detección precoz de MOSH y MOAH en aceites de oliva. A través de este encuentro, un grupo de profesionales del sector oleícola se reunió para explorar las implicaciones de esta tecnología en la calidad y seguridad alimentarias.

La primera intervención de la jornada -moderada por el consultor Juan Vilar- corrió a cargo de Miguel Ángel Martínez, director general de FOSS Iberia, quien destacó la importancia de la colaboración entre la tecnología de FOSS y el sector oleícola para garantizar la calidad, la eficiencia en la producción y la salud del consumidor.

Por su parte, Antonio Roldán, Product Specialist Wine and Oil en FOSS, continuó con una presentación en la que subrayó los avances tecnológicos que permiten la detección de compuestos indeseables en los aceites, enfatizando la necesidad de métodos de análisis rápidos y precisos.

El investigador titular del CSIC Wenceslao Moreda ofreció una visión profunda sobre la problemática de los contaminantes MOSH y MOAH. En su exposición, en la que dio a conocer datos sobre los límites y los aspectos legales que se barajan para los diferentes tipos de aceites, mostró varios ejemplos y analizó las implicaciones de estos compuestos en la salud y la calidad del aceite de oliva; así como las posibilidades para hacer frente al problema.

A continuación, el director gerente de Oleoestepa, Álvaro Olavarria, y el director general de Dcoop, Rafael Sánchez de Puerta, abordaron la importancia de la detección temprana de estos contaminantes en las aceitunas a su recepción, así como en los aceites elaborados, y cómo

el proyecto de FOSS podría transformar las prácticas de control de calidad en la industria de manera decisiva.

La jornada también ofreció la visión de Cristóbal Gallego, de Jaencoop; María José Benítez, de Almazaras de la Subbética; Rafael Soriano, de Soliguer Ingeniería; y Gonzalo Rancaño, de Laboratorio Agrama, quienes aportaron su experiencia y resaltaron la importancia de la colaboración interempresarial para el éxito del proyecto.

Según informó FOSS, el evento no sólo fue una plataforma para la presentación de los avances de innovación tecnológica NIR, sino también un espacio de *networking* donde se dieron cita más de 50 profesionales del sector oleícola, entre ellos productores, envasadores, laboratorios e investigadores comprometidos con la mejora continua de la calidad del aceite de oliva. Entre los asistentes se encontraban representantes de Dcoop, Jaencoop, Oleoestepa, CSIC, Laboratorio Agrama, Indlab, Migasa, Sovena y Deoleo; así como otras entidades clave en la industria, que intercambiaron ideas y establecieron valiosas conexiones.

La jornada concluyó con “un ambiente de optimismo y colaboración, donde la innovación y la visión de un futuro de la producción eficiente, segura y sostenible de los AOVEs de calidad se entrelazan para enfrentar los desafíos del sector oleícola. La presentación del proyecto de FOSS no sólo marcó un hito en la detección de estos contaminantes, sino que también reafirmó el compromiso de la empresa con el sector por ofrecer soluciones de la más alta calidad, garantizando así la confianza del consumidor en el aceite de oliva, un tesoro de la gastronomía mediterránea”, según remarcó la compañía.



Asistencia tecnológica para la exportación de aceite de oliva argentino

Con el objetivo de brindar asistencia tecnológica al sector oleícola y promover las exportaciones de aceite de oliva, especialistas del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) de Argentina desarrollan diferentes líneas de trabajo, entre ellas la calibración de depósitos de almacenamiento.

“Para la comercialización de aceite de oliva a granel la cuantificación del volumen despachado tiene cierta complejidad porque requiere la realización de correcciones por densidad y temperatura. En esta tarea, la empresa Olimas, S.A. nos pidió asistencia porque encontraban discrepancias muy grandes entre este cálculo y el valor que les arrojaba una balanza de alta capacidad (que ya estaba calibrada por INTI)”, ha detallado Juan Pablo Crivari, responsable del Departamento de Control Metrológico de Tanques y Contadores del INTI.

El trabajo de este organismo consistió en determinar la capacidad volumétrica de 22 depósitos de almacenamiento de aceite de oliva -con una capacidad de entre 14.000 y 60.000 litros- y generar la referencia de una escala que permita conocer exactamente el volumen disponible. “Para la comercialización, se comparará la cantidad despachada a los camiones cisterna (medida pesada con la balanza) con la cantidad registrada en los depósitos de almacenamiento (medida por volumen). La evaluación de esta concordancia resultará crucial para la detección y corrección de posibles pérdidas”, ha añadido Crivari.

Según ha resaltado el organismo argentino, este trabajo es un ejemplo del papel que desempeña para fortalecer el desarrollo industrial y promover las exportaciones. En su opinión, también demuestra su papel central como instituto nacional de metrología de Argentina.



El Grupo Operativo FENOLIVA avala la singularidad de cuatro DOPs andaluzas de AOVE

La XXII Feria internacional de Aceite de Oliva e Industrias Afines, Expoliva 2025, acogió la presentación de los resultados finales del Grupo Operativo FENOLIVA, centrado en analizar los aceites de oliva de cuatro Denominaciones de Origen Protegidas de Andalucía con el fin de “otorgarles singularidad y un valor adicional a través de la profundización en la caracterización físico-química y sensorial de los aceites”, detalló su investigador principal, Sebastián Sánchez Villasclaras.

Con el objetivo de darle “singularidad” a los AOVEs de las DOPs Sierra de Segura, Poniente de Granada, Estepa y Sierra Mágina se han analizado más de 900 muestras, recogidas durante dos campañas olivícolas, “para revalorizar el propio producto y darle mayor soporte a las DOPs. Con todo ello, tratamos también de fijar la población al terreno mediante el conocimiento de los aceites que se producen en estas zonas”, precisó Sánchez Villasclaras.

“Gracias al proyecto hemos constatado la riqueza fenólica que tenían nuestros aceites”, explicó Moisés Caballero, secretario general de la DOP Estepa, “teniendo acceso a información que no está al alcance de cualquier almazara”, añadió José Juan Jiménez, secretario general de la DOP Poniente de Granada, quien destacó también la “importancia de unir la fuente de conocimiento con la zona donde puede aplicarse ese conocimiento”.

Los representantes de las DOPs participantes en este proyecto constataron la importancia de aportar una información extra tanto a las almazaras como al consumidor. “El consumidor piensa cada vez más en la salud, por eso no vale con decirle que es el producto más sano, sino que hay que explicarle por qué lo es”, apuntó Francisco Moreno, secretario general de la DOP Sierra de Segura. Por su parte, Jesús Sutil, secretario general de la DOP Sierra Mágina, afirmó que “FENOLIVA nos ha



aportado información para saber cuándo se tiene que elaborar el aceite para lograr un mayor número de componentes saludables y en qué parte de los territorios posee una mayor proporción”.

Asimismo, este Grupo Operativo participó en una mesa redonda, junto con otros proyectos innovadores dentro del sector olivarero, para presentar el manual de buenas prácticas, tanto en campo como en almazara, para optimizar la obtención de compuestos menores. En ella participó Lola de Toro, directora gerente del ceiA3, quien remarcó los retos de FENOLIVA, entre ellos “el seguimiento de la evolución de los aceites de las cuatro DOPs, el estudio pormenorizado de cada uno y la elaboración de un manual de buenas prácticas”.

A su vez, De Toro indicó que desde el ceiA3 “hemos favorecido la conexión entre la universidad y el sector, y también hemos cubierto toda la parte de divulgación del proyecto”.

El GO FENOLIVA está compuesto por el consorcio ceiA3, que participa, junto a la Universidad de Jaén, a través del Grupo “Bioprocesos | TEP-138”, perteneciente al Instituto Universitario de Investigación en Olivar y Aceites de Oliva (INUO); los consejos reguladores de las DOPs Sierra de Segura, Poniente de Granada, Estepa y Sierra Mágina; y la Fundación Certióleo Garantía Alimentaria, como miembro colaborador.

Madrid, Bilbao y Vigo acogen presentaciones exclusivas del sello de calidad VALÓVE

El sello de calidad VALÓVE, con el apoyo de IPRODECO (Diputación de Córdoba), está organizando una serie de presentaciones exclusivas en Madrid (22 de mayo), Bilbao (5 de junio) y Vigo (18 de junio) para dar a conocer una cuidada selección de los mejores aceites de oliva vírgenes extra elaborados por 17 almazaras cordobesas.

“Amparadas por VALÓVE, estas almazaras representan la excelencia y el saber hacer de un territorio con una tradición oleícola milenaria, siendo el objetivo de esta iniciativa acercar estos AOVEs de muy alta calidad a distribuidores, tiendas especializadas y profesionales del canal Horeca”, han destacado desde el sello de calidad.

La primera de estas presentaciones tuvo lugar en Madrid el pasado día 22 de mayo en Torre Realía / The Icon.

En estos eventos los asistentes podrán catar los diferentes aceites de cada una de las almazaras y conocer las características que definen su calidad y origen, así como establecer contacto directo con los productores y representantes de las almazaras participantes.

Las sesiones están diseñadas como espacios de *networking* profesional y de puesta en valor del AOVE cordobés, bajo una marca colectiva “que garantiza trazabilidad, calidad y autenticidad”, ha resaltado la entidad.

VALÓVE ha subrayado su compromiso con la promoción de los AOVEs cordobeses, “apostando por su posicionamiento en mercados estratégicos y por el reconocimiento de sus propiedades únicas tanto en el ámbito gastronómico como comercial”.



Oportunidades para la consolidación de la imagen del aceite de oliva español en Serbia

Un obstáculo al que se ha enfrentado históricamente el aceite de oliva español en el mercado serbio es la fuerte percepción del producto italiano. Sin embargo, el aceite de oliva español ha superado al transalpino en el mercado serbio, lo que abre nuevas oportunidades para la consolidación de su imagen en el país, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

El estudio de ICEX detalla que el mercado serbio está dominado por el aceite español, con una cuota de mercado en las importaciones del 44%. Le siguen el producto italiano, con una cuota del 32,4%; y el griego, cuya cuota se situó en un 17,9% en 2024.

El pasado año, las importaciones serbias procedentes de España de aceite de oliva aumentaron un 257% en valor respecto a 2023, llegando a cifras un 668% superiores a las recogidas en 2020, por lo que se percibe un crecimiento significativo del sector, especialmente para la empresa española. Según ICEX, el pronunciado aumento del valor de las exportaciones españolas puede verse influido por el aumento de los precios, ya que el volumen aumentó un 142% entre 2020 y 2024.

En cuanto a las perspectivas para el sector en Serbia, para 2029 se espera un aumento del 15,4% en volumen de ventas de aceite de oliva que traería consigo un aumento del 34,2% en valor.

El público objetivo del aceite de oliva en Serbia es la población con mayor poder adquisitivo, en concreto los jóvenes profesionales acomodados que viven en Belgrado u otras grandes ciudades del país.

Y es que la población serbia muestra una tendencia creciente hacia una alimentación más saludable, lo que ha impulsado el consumo de productos como el aceite de oliva, considerado beneficioso para la salud. Esta tendencia puede favorecer la entrada de aceites de mejor calidad y mayor valor añadido, como los vírgenes extra.

Serbia no produce aceite de oliva, por lo que depende completamente de las importaciones, lo que representa una oportunidad para las marcas españolas de afianzar su presencia sin competencia



local y diferenciarse de otros países exportadores como Italia o Grecia. La consolidación de grandes superficies como Lidl, Mercator y Delhaize, junto con la expansión de sus marcas blancas, brinda a las empresas españolas la posibilidad de establecer acuerdos con estas cadenas para garantizar una distribución estable y una mayor presencia en el retail. El sector Horeca en Serbia ha mostrado signos de recuperación y expansión tras la pandemia, con un creciente interés por productos de alta calidad en la gastronomía. Además, el posicionamiento del aceite de oliva español en restaurantes, hoteles y catering puede contribuir a aumentar su reconocimiento y consumo en el país.

Aunque tradicionalmente el aceite de girasol ha dominado el mercado serbio, existe una creciente diversificación en el uso del aceite de oliva, tanto en la cocina

doméstica como en la industria alimentaria. Este cambio de hábitos puede impulsar la demanda y abrir nuevas oportunidades de negocio. Además, Serbia mantiene acuerdos comerciales con la Unión Europea que facilitan la importación de productos agroalimentarios. Ello, sumado a la mejora de las infraestructuras logísticas, puede reducir barreras y hacer más competitivo el aceite de oliva español en el mercado serbio.

En términos de promoción, ICEX y la Oficina Económica y Comercial de Belgrado han impulsado diversas iniciativas para mejorar la visibilidad de la oferta española en Serbia. La presencia física en este tipo de eventos sigue siendo muy valorada en Serbia, ya que los compradores e importadores locales prefieren conocer de primera mano los productos y novedades de las empresas extranjeras antes de cerrar acuerdos. En concreto, la OFECOME lleva tres años organizando un salón de alimentos españoles destinado a la promoción en el mercado serbio, generando interés entre el público local. Este año se celebrará el 25 de septiembre, bajo el nombre de Taste Spain.

El mercado serbio está dominado por el aceite español, con una cuota de mercado en las importaciones del 44%



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.)

Última revisión de precios: 30 de abril de 2025.

Aceite de girasol refinado (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA
Capicúa	Alto Oleico	13,45		2,29
Coosol		12,95		2,09/2,82
Coosol Premium	Alto Oleico			3,29
Donsol		9,99		1,99
Fuensol				2,07
Koipesol		11,40/13,09		2,69
Masíasol				1,69

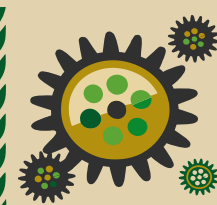
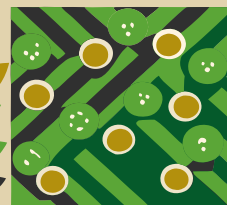
Otros aceites de semillas (euros)

MARCA	TIPO	ENV. 5 L.	BOTELLA
Asúa	Maíz		3,43
Soy Plus Omega 3	Girasol+Soja		3,88
Coosol	Maíz		3,29
La Masía	Semillas	12,08	2,65

Marcas blancas (distribución) (precio euros)

MARCA	DISTRIB.	TIPO ACEITE	GRADOS	LATA. 5 L.	ENVASE 5 L	ENV. 2 L	BOTELLA 1 L	3/4 L
El Corte Inglés	El C. Inglés	Virgen extra	0,4°		27,75		5,85	6,75
	El C. Inglés	Oliva	0,4° y 1°	17,85	21,25		5,15	4,65
	El C. Inglés	Girasol	0,2°		8,70		1,79	
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Arbequina						19,50 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Cornicabra						19,50 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Hojiblanca						19,50 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picual						19,50 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Picuda						19,50 (1/2 l.)
Club del Gourmet	El C. Inglés	Virgen extra Ocal						19,50 (1/2 l.)
Hipercor	Hipercor	Virgen extra	0,4°		28,25		5,95	
	Hipercor	Oliva Sabor Suave	0,4°	15,25	21,25		4,65	
	Hipercor	Oliva Sabor Intenso	1°	15,25	21,25		4,65	
	Hipercor	Girasol	0,2°		8,70		1,79	
Carrefour	Carrefour	Virgen extra S. Intenso	0,7°		27,70		5,84	6,55
	Carrefour	Virgen extra S. Suave	0,3°		27,70		5,84	6,55
	Carrefour	Oliva Sabor S./Intenso	0,4°/1°		21,20		4,64	
	Carrefour	Girasol	0,2°		8,49		1,79	
	Carrefour	Girasol Ecológico					6,69	
Auchán	Carrefour	Semillas			7,50		2,55	
	Alcampo	Virgen extra	0,5°		29,90		6,34	5,99
	Alcampo	Virgen extra ecológico						
	Alcampo	Oliva Intenso	1°		21,20		4,64	
	Alcampo	Oliva Suave	0,4°		21,20		4,64	
	Alcampo	Girasol	0,2°		8,29		1,79	
Hacendado	Alcampo	Arbequina/Hojiblanca					2,15 (0,5 l.)	
	Mercadona	Virgen extra	0,5°	29,55 (3 l.)	13,75		5,85	6,55
	Mercadona	Oliva	0,4°/1°		21,95		4,65	
	Mercadona	Girasol	0,2°		8,70		1,79	
	Mercadona	Semillas	0,2°	6,90	7,15		1,53	
	Mercadona	Maíz	0,2°				1,67	

PERFECCIÓN EN LA EXTRACCIÓN DEL ACEITE DE OLIVA



**centrifugación
alemana**

www.centrifugacionalemana.com



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 centrífugas 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

Andalucía pone en marcha el Plan Regadía con el objetivo de modernizar los regadíos

La Junta de Andalucía ha puesto en marcha el Plan Regadía a partir de un convenio firmado con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y la Sociedad Estatal de Infraestructuras Agrarias (SEIASA) que busca favorecer la modernización de los regadíos en la Comunidad andaluza.

Según ha explicado el consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Ramón Fernández-Pacheco, “a pesar de que hace un mes el Gobierno central escenificó en Sevilla la firma de dicho documento, el convenio no se ha recibido hasta este mismo martes en la sede de la Consejería y ha

sido en ese preciso momento cuando se ha firmado, por lo que la vigencia del mismo comienza a partir de este martes”.

El convenio a tres bandas cuenta con 140 millones de euros destinados a la modernización del regadío en una iniciativa promovida por el Gobierno andaluz. De este importe, la Administración andaluza aporta el 50% de los fondos, es decir, 70 millones de euros; mientras que el Gobierno de España aporta el 20% y los regantes, el 30%.

Tal y como ha asegurado el consejero de Agricultura, “desde la Administración regional nos preocupa seguir ayudando a los regantes y agricultores a través de la

modernización de sus infraestructuras para que dispongan de más recursos hídricos, de ahí la importancia de que este convenio se materialice cuanto antes”.

En este sentido, Fernández-Pacheco ha recordado que no es el único plan puesto en marcha, ya que desde el Gobierno andaluz también se ha iniciado el Plan Parra para optimizar y mejorar la gestión del riego. “Somos conscientes de que cada gota cuenta y que es imprescindible fomentar una agricultura más sostenible y eficiente para cuidar de nuestro medio ambiente y, además, ser más competitivos y avanzar en sostenibilidad”, ha abundado.



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 Mayo

- Del 27 al 30 de mayo
IPACK-IMA
Milán (Italia)
www.ipackima.com
- Del 30 de mayo al 5 de julio
CURSO SOBRE ESTRATEGIAS Y
CÁLCULO DE COSTES EN LA CADENA
DE VALOR DE LOS ACEITES DE OLIVA
Baeza (Jaén)
www.unia.es

1 Junio

- Del 18 al 19 de junio
MUNDOLIVAR
Córdoba
hola@mundolivar.es
www.mundolivar.es
- Del 25 al 29 de junio
FERCAM
Manzanares (Ciudad Real)
www.fercamvirtual.es
- Del 29 al 30 de junio
OLIVE JAPAN SHOW
Tokio (Japón)
www.olivejapan.com/en
- Del 29 de junio al 1 de julio
SUMMER FANCY FOOD
Nueva York (EEUU)
press@specialtyfood.com
www.specialtyfood.com

1 Julio

- Del 22 al 25 de julio
FOOD & HOSPITALITY INDONESIA
Jakarta (Indonesia)
press@specialtyfood.com
www.foodhospitalityindonesia.com/

1 Agosto

- Del 27 al 29 de agosto
CURSO SOBRE EL FUTURO DEL
OLIVAR TRADICIONAL
Baeza (Jaén)
www.unia.es

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

Está pasando...

Abierto el plazo de presentación de candidaturas de los IV Premios “Comunicación experiencial de alimentos y bebidas”

Juntos con la Hostelería -entidad compuesta por Hostelería de España, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC)- vuelve a convocar al conjunto de la cadena de valor alimentaria en la 4ª edición de los Premios “Comunicación experiencial de alimentos y bebidas”.

Valencia será el escenario de los Premios en el mes de octubre como muestra del compromiso de Juntos con la Hostelería con la provincia tras los trágicos sucesos de la DANA producidos el pasado mes de octubre.

Los premios tienen las siguientes categorías: “Campaña audiovisual”, “Campaña on line/social media”, “Campaña en prensa o revista impresa”, “Campaña en publicidad exterior” y “Campaña integral”. Se trata de premios honoríficos sin dotación económica y se otorgarán de manera conjunta a las empresas o entidades anunciantes, y a las agencias creativas responsables de las campañas.

Las campañas “Quédate con lo bueno”, de Bollo; “Hecho con lo mejor de nosotros”, de Schär; “No pan, no fun”, de Dulcesol; “Dale Vidi-Ila”, de Osborne; y “360º para San Isidro”, de Mahou San Miguel fueron las galardonadas en la anterior edición. Se reconoció su talento al ser referentes de cómo, a través de la publicidad y la comunicación, los alimentos y todo lo que gira en torno a ellos son capaces de recordarnos vivencias y experiencias, y trasladamos de manera emocional a diferentes momentos de la vida.

Estos galardones ponen en valor la parte emocional que despiertan los alimentos, que tienen el poder de trascender el límite espacio-temporal y trasladamos a recuerdos y momentos concretos a través de los olores y los sabores.



Además, la campaña “De la naturaleza al plato” del Ayuntamiento de El Ejido recibió el premio especial a la promoción del territorio.

La convocatoria de los Premios estará abierta hasta el 2 de septiembre y pueden presentarse todos aquellos materiales difundidos entre el 1 de septiembre de 2022 y el momento del cierre de presentación de candidaturas, aunque el inicio de la campaña sea anterior a estas fechas. Las propuestas hay que enviarlas a comunicacion@cehe.es.

La concurrencia puede realizarse de manera individual, tanto empresas y entidades como agencias anunciantes (siempre contando con la autorización de todas las partes implicadas), por asociaciones representativas de la cadena de valor de la industria agroalimentaria, y por entidades o empresas relacionadas con la industria agroalimentaria.

El jurado estará compuesto por miembros de reconocido prestigio y conocimiento del ámbito hostelero y agroalimentario; así como de la comunicación y la publicidad.

Los Premios buscan mostrar la importancia de la comunicación y preservar el acervo cultural que posee nuestra gastronomía y las tradiciones que se generan en torno a nuestras barras y mesas.

AUTELEC®

ENVASADORAS POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINES

TAPONADORA
CAPPER



DM-120

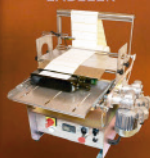


NUEVA DL-295
Con Función ECO

MOLINO
MILL



ETIQUETADORA
LABELER



MEDIDOR DE GRASA
FAT METER



+34 963 751 471
comercial@autelec.es

+34 628 632 992
www.autelec.es

Intacta On-Line

La nueva era de la medición industrial

Medición en Continuo

Aceituna Entera sobre Cinta Transportadora

GRASA, HUMEDAD Y ACIDEZ

- Análisis completamente automático
- Sin necesidad de tomar muestras
- Sin necesidad de molturación
- Sin atención humana
- Analiza la descarga completa

www.tecnilab.es



FABRICACIÓN
E INSTALACIÓN
DE CALDERAS
DE BIOMASA

INMECAL
Innovaciones Metacalóricas, s.l.



15 años
Fabricando Eficiencia y Rendimiento (2003-2018)

Grupo AGROISA
ingeniería para la olivicultura
y para el desarrollo de procesos industriales

ITB IntecBIO S.L.

mira lo que hacemos en:

YouTube

www.calderasinmecal.com