



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANTAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

Armando ejércitos y desarmando el campo

Por Pandora Peñamil Peñafiel

El MAPA inicia la audiencia pública del proyecto de norma de comercialización del aceite de oliva para la campaña 2025/26
pág. 11

El Instituto Nacional de la Olivicultura y Aceite de Oliva Brasileño coordina sus actividades
pág. 12

Convocado el I Premio Oleoturismo España para reconocer las mejores experiencias turísticas del país vinculadas al olivar
pág. 16

Estrategias de diferenciación en el mercado del AOVE: de la tradición a la innovación
pág. 17

La pulpa de aceituna reduce los costes de alimentación y mejora las cualidades saludables de la grasa de la leche y la carne del ganado vacuno
pág. 18

Expertos internacionales abordan los retos del cambio climático en la olivicultura
pág. 21

La reciente oleada de protestas en distintas regiones oliveras de Europa -especialmente en España, Italia y Grecia- ha dejado clara una realidad que muchos preferían no ver: el olivar tradicional, pilar cultural y económico del sur europeo, se siente arrinconado por la nueva Política Agraria Común (PAC) 2028-2035. Y no sin motivos. Esta renovada PAC se presenta como un avance hacia una agricultura más verde, digital y eficiente. Pero sobre el papel de la sostenibilidad se están escribiendo normas que, en la práctica, podrían ahogar al olivar tradicional. Los requisitos medioambientales reforzados, los exigentes eco-regímenes y una arquitectura burocrática cada vez más pesada suponen una barrera para miles de pequeños y medianos productores que no tienen capacidad de adaptación ni margen económico para cumplir con estas nuevas reglas. En muchas explotaciones de secano, de pendiente o con estructuras familiares envejecidas, estas exigencias suenan más a castigo que a incentivo. Y lo más preocupante es que el sistema de ayudas -en lugar de proteger al agricultor que más lo necesita- castiga con recortes precisamente a quienes mantienen viva una actividad profundamente arraigada al territorio, generadora de empleo y custodio del paisaje mediterráneo. Mientras tanto, en Bruselas se respira otro clima. En un momento en que la Unión Europea ha redoblado sus compromisos en materia de defensa



y rearme, con presupuestos extraordinarios para industria militar y seguridad exterior, la agricultura ha dejado de estar en el centro de las prioridades. Hoy la soberanía que parece importar es la militar, no la alimentaria. Pero convendría recordar que, por ahora, los misiles no son comestibles.

No se puede construir una Europa fuerte si se vacían sus pueblos y se arrinconan a sus agricultores. Porque la verdadera resiliencia no se mide sólo en munición o en acuerdos estratégicos, sino también en la capacidad de producir alimentos de calidad, gestionar el territorio y mantener la cohesión social de las zonas rurales.

La falta de diálogo real con el sector olivarero es otro de los grandes errores de este proceso. Las organizaciones agrarias han denunciado su escasa participación en el diseño de esta nueva PAC, que parece más una imposición tecnocrática que una política al servicio del campo. Se han organizado foros, pero las decisiones clave no las han tomado quienes viven de la tierra.

Desde Mercacei, creemos que aún estamos a tiempo de corregir el rumbo. La PAC debe ser verde pero también justa, proporcional y flexible. No puede exigirse lo mismo a un oliverero de Jaén que a un productor de cereales de la campiña francesa. Europa debe reconocer la diversidad de sus territorios y adaptar sus políticas al terreno, no al revés. Hoy más que nunca, defender el olivar es defender Europa. Que no se les olvide en Bruselas.



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"

"El sector agrario rechaza la propuesta financiera de la CE y el diseño de la PAC para 2028-2034"

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
 - PAC
- 6-10 Mercado
 - Aceituna de mesa
- 11 ACTUALIDAD
 - Legislación
 - Mercacei América
 - Premios
 - Comercialización
 - I+D+i
 - Subproductos
 - Exportación
 - Sostenibilidad
 - Plagas
- 23 Precios en el lineal
- 24 Anuncios Breves
- 25 Agenda

Consumo

Consumo en los hogares españoles: los aceites de oliva suben un 7,1% entre abril de 2024 y marzo de 2025

Los últimos datos del panel de consumo alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) recogen que el consumo de aceites de oliva en el año móvil, es decir, de abril de 2024 a marzo de 2025, fue de 293,43 millones de litros (+7,1%) por valor de 2.096 millones de euros (+11,8%). Por su parte, el consumo per cápita de los aceites de oliva en dicho período fue de 6,26 litros.

El Ministerio detalla que el consumo de aceite de oliva virgen extra en el año móvil fue de 120,19 millones de litros (+16,9%) por valor de 942,34 millones de euros (+20,6%). Por su parte, el consumo per cápita de este producto en dicho período fue de 2,56 litros.

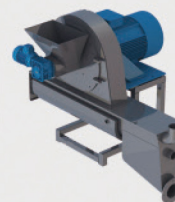
En cuanto al aceite de oliva virgen, los hogares españoles consumieron en dicho período un total de 33,91 millones de litros (+8,6%), que supuso un gasto de 238,96 millones de euros (+10,2%). Su consumo per cápita fue de 0,72 litros.

Respecto al consumo de aceite de oliva, los datos del panel del MAPA detallan que los hogares españoles adquirieron en el año móvil un total de 139,33 millones de litros (-0,5%) por valor de 914,71 millones de euros (+4,4%). Su consumo per cápita fue de 2,97 litros.

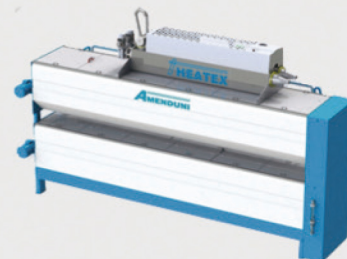
Por su parte, el consumo de aceite de orujo de oliva en el año móvil fue de 11,15 millones de litros (-25%) por valor de 48,05 millones de euros (-17,4%). Su consumo per cápita fue de 0,24 litros.



EVO LINE
NUEVO DECANTER



NUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



HEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA



REX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO



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

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





Aceite de oliva

Mercado ausente y pre-vacacional

La AICA hizo públicos el pasado 11 de julio los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en junio, noveno mes de la campaña 2024/25, de los que se desprende que la producción acumulada es de 1.414.383 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 117.446 t., sin incluir las importaciones.

En total, las existencias se sitúan en 645.128 toneladas, de las cuales 443.800 t. se encuentran en almazaras; 196.148 t. en envasadoras; y 5.180 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

“A tres meses de que termine la campaña de comercialización seguimos con buen ritmo de salidas. Ahora va a depender mucho de cómo se comporte agosto, que tradicionalmente era un mes inhábil pero que en los últimos años ha mantenido las operaciones, para conocer el enlace, que estimamos entre 270.000 y 300.000 toneladas”, explicó el gerente y portavoz de Asaja-Jaén, Luis Carlos Valero.

Por su parte, el secretario de Agricultura de UPA-Jaén José Gilbert, detalló que, en lo que llevamos de campaña de comercialización, entre octubre de 2024 y junio de 2025, las ventas de aceite de oliva se han situado en 1.135.000 toneladas, lo que representa el 80% de la producción total.

Jaén

Sin novedades en un mercado apático y muy lento, donde sólo se registran operaciones para satisfacer necesidades puntuales. La oferta intenta dar salida a su stock pero manteniendo la misma firmeza que en semanas anteriores. En este contexto, el lampante repite a 3.000 €/t.; el virgen, a 3.100/3.200 €/t.; el AOVE, a 3.400/3.800 €/t.; y el refinado, a 3.100/3.150 €/t.

Córdoba

Mercado firme y sin variaciones en las cotizaciones respecto a la semana anterior, con una oferta tranquila y una demanda que únicamente se dedica a picotear. Así, el lampante se oferta a 3.000 €/t.; el virgen, a 3.100 €/t.; el AOVE, a 3.500/4.000 €/t.; y el refinado, a 3.120/3.150 €/t.

Rosa Moliterno

Broker
Aceite de oliva a granel

952 603 030
rm@iberiadeaceites.com

Iberia de Aceites S.L.

Sevilla

Semana estival sin apenas operatividad ni movimiento en el mercado, a la espera de que los datos de producción y salidas puedan tener cierta influencia en los próximos días. En este sentido, el lampante se sitúa a 3.000 €/t.; el virgen, a 3.300/3.500 €/t.; el refinado, a 3.000/3.100 €/t.; y el AOVE, a 3.700/4.400 €/t.

Málaga

Mercado ausente, sin oferta y demanda, y con precios meramente orientativos -en el caso del lampante- ante la falta de operatividad. En este contexto, esta categoría se mantiene a 3.000 €/t.

Castilla-La Mancha

Nula repercusión de los datos de producción y salidas en un mercado estable, sobre todo en el caso del virgen extra. Oferta firme y escasa demanda, que se dedica a retirar el aceite comprometido con anterioridad. Así, el virgen repite a 3.200/3.300 €/t.; y el AOVE, a 3.600/4.000 €/t.

Extremadura

Situación similar a la de la semana anterior, en un mercado en el que la operatividad es corta y donde, tanto los compradores como los vendedores, van ajustando sus posiciones con vistas al último trimestre del año. En este sentido, el lampante se oferta a 2.900/2.950 €/t.; el virgen, a 3.100/3.200 €/t.; y el AOVE, a 3.700/4.200 €/t.

Valencia

La oferta sigue mostrándose muy firme y la demanda se encuentra cubierta, por lo que la consecuencia es un mercado parado y sin apenas operatividad. Así, el lampante se sitúa a 2.950 €/t.; el virgen, a 3.150 €/t.; el AOVE, a 3.550 €/t.; y el refinado, a 3.100 €/t.

ÍBERO
TECNOLOGÍA ITALIANA,
TEMPERAMENTO ESPAÑOL

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



El sector agrario rechaza la propuesta financiera de la CE y el diseño de la PAC para 2028-2034

Cooperativas Agro-alimentarias de España y las organizaciones agrarias Asaja, COAG y UPA han mostrado su rechazo a la propuesta de la Comisión Europea (CE) sobre el próximo Marco Financiero Plurianual (MFP) y el diseño de la Política Agraria Común (PAC) 2028-2035.

La propuesta sobre el MFP se basa en fusionar los más de 50 programas y políticas europeas en prácticamente tres áreas con sus fondos (más una cuarta reservada para el presupuesto de las instituciones comunitarias). Cooperativas ha explicado que esta reconfiguración diluye la actual PAC en el llamado fondo único “que pretende, paradójicamente, hacer más con menos recursos. Esta medida no sólo cambiará la estructura de gobernanza comunitaria, sino que permite a los Estados Miembros, a través de la asignación de un cheque y programas nacionales desarrollar sus propias políticas (agricultura, pesca, cohesión, desarrollo territorial) a partir de un menú y fiscalización comunitaria”.

El presupuesto asignado por la Comisión Europea para la agricultura y pesca para el periodo 2028-2035 es de 302.000 millones de euros, cuando para el periodo actual, sólo para la PAC, es de 378.000 millones de euros, lo que supone más de un 20% de recorte. “Este recorte hará que se ponga en riesgo la seguridad alimentaria de los europeos y la sostenibilidad económica, social y medioambiental de las zonas rurales. Además, la ausencia de actuaciones europeas limita la eficacia de este presupuesto”, ha destacado esta organización.

Con esta propuesta de MFP, según Cooperativas, la actual PAC “no será ni agrícola, ni común, se dismantela. Aunque la Comisión propone blindar el apoyo a la renta obligando a los Estados Miembros a usar una parte de sus sobres en su financiación, quedan muchas dudas sobre herramientas claves para el futuro del sector, como son las medidas de gestión de mercado actuales y las inversiones estratégicas para abordar los retos económicos, sociales y de sostenibilidad”. Además, según ha precisado, el apoyo a las medidas agrarias estaría

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com
Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

supeditado a la consecución de reformas de la economía de cada país que nada tendrían que ver con la agricultura”.

“Hoy es un día triste para la agricultura europea y, en particular, para la española”, ha declarado el presidente de Asaja, Pedro Barato, quien ha considerado que “una reducción del 20-30% en los fondos de la PAC es un ataque directo al futuro del sector. No contempla la inflación, no reduce la burocracia,

no da estabilidad a los agricultores ni a los jóvenes que quieren incorporarse”.

Barato ha señalado que desde Asaja, y junto al resto de organizaciones agrarias europeas, “exigimos una PAC justa, fuerte y con un presupuesto digno que garantice el relevo generacional, la seguridad alimentaria, el equilibrio territorial y la supervivencia de nuestros cultivos continentales”.

La organización ha insistido en que seguirá trabajando desde el Parlamento Europeo y el Consejo para “defender lo que nos pertenece: el presente y el futuro del campo”.

Para el secretario general de COAG, Miguel Padilla, “la UE ha decidido sacrificar la PAC en el altar de la geopolítica y el pago de la deuda de los fondos Next Generation. Los hechos marcan prioridades: entre tractores y tanques, entre futuro para los jóvenes agricultores y misiles para blindar fronteras, entre alimentación y defensa, Von der Leyen ha elegido recortar un 22%





los fondos agrarios y multiplicar por cinco el gasto militar. Es inaceptable”.

Esta organización ha subrayado la “incoherencia” de exigir sostenibilidad, digitalización e innovación “mientras se recortan precisamente los fondos que permiten avanzar en esas direcciones. ¿Cómo vamos a rejuvenecer el campo si no se garantizan las ayudas para jóvenes? ¿Cómo vamos a hacer agricultura verde sin apoyo a la modernización?”, ha cuestionado.

A su juicio, “diluir el segundo pilar de la PAC, desarrollo rural, en un fondo único por país con otra serie de políticas de cohesión, enmascara un recorte encubierto sin precedentes y una renacionalización en toda regla. Cuando necesitamos más Europa se cargan la gran Política Agraria Común”.

COAG, que ha advertido de que el abandono institucional del campo tendrá consecuencias sociales y políticas, además de efectos directos en la cesta de la compra de

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

los consumidores, ha reclamado al Gobierno y “a nuestros europarlamentarios que se planten y defiendan ante Bruselas una PAC fuerte, con dos pilares sólidos y una dotación suficiente”.

Finalmente, el secretario general de UPA, Cristóbal Cano, ha asegurado que “nos ponemos directamente en contra de los posicionamientos que hemos conocido, tanto presupuestaria como del diseño de la nueva PAC”.

Cano ha hecho un llamamiento a los grupos políticos y europarlamentarios españoles para que “se opongan frontalmente en bloque a esta propuesta”, explorando nuevas vías de financiación y recuperando las estructuras de la PAC “tal y como se han tenido en las últimas décadas”.

“Nos enfrentamos a nuevos retos con menos recursos y es imposible pedirnos más con menos aportaciones”, ha recalcado, al tiempo que ha afirmado que esta propuesta “tiene que tirarse para atrás”.

Agricultores de toda Europa se dieron cita en Bruselas para rechazar “la desaparición de la PAC como una política autónoma y para demandar a la Comisión Europea que mantenga su estructura de dos pilares y refuerce su presupuesto para atender a todas las exigencias con las que deben cumplir los agricultores y ganaderos europeos en los próximos 10 años”.

Planas espera que la negociación entre la UE y EEUU evite la imposición de aranceles “injustos” a las exportaciones agroalimentarias europeas

El ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, mostró el pasado 14 de julio el apoyo de España a la Comisión Europea (CE) en su negociación con EEUU y confió en que se pueda alcanzar un acuerdo satisfactorio que evite la imposición de unos aranceles “injustos” a las exportaciones agroalimentarias europeas.

El ministro señaló que los aranceles del 30% a los productos importados de la UE a partir del 1 de agosto anunciados por la Administración estadounidense supondrían prácticamente “vetar el acceso a ese mercado”.

“Esperamos que esa situación no se produzca, hay una negociación en marcha, apostamos por ella y apoyamos a la Comisión Europea para que se alcance un buen resultado”, reiteró.

España exporta actualmente a EEUU productos agroalimentarios por valor de 3.200

millones de euros, principalmente aceite de oliva, vino, quesos y frutas y hortalizas tratadas, volumen que supone el 4,7% del total de las exportaciones españolas de alimentos y bebidas. El ministro Planas insistió en la conveniencia de ampliar y diversificar mercados en otras zonas del mundo y se refirió en concreto a las propuestas que debe realizar la Comisión para ratificar el acuerdo firmado en diciembre pasado con Mercosur.

La cuestión arancelaria acaparó la atención del Consejo de Ministros de Agricultura y Pesca de la Unión Europea celebrado en Bruselas junto a otro asunto crucial para el futuro del sector agroalimentario, el nuevo Marco Financiero Plurianual sobre el que mañana realizará su propuesta la Comisión.

Al respecto, Luis Planas reiteró la posición de España y de otros 19 Estados Miembros, reflejada en un escrito remitido por sus ministros

de Agricultura hace seis semanas y en el que reivindican una Política Agraria Común (PAC) suficientemente dotada económicamente, diferenciada de otras políticas y que mantenga los dos pilares actuales -ayudas directas y medidas de desarrollo rural-. El ministro precisó que hay al menos otros dos Estados no firmantes que también apoyan esta postura.

Por otro lado, en el Consejo de Ministros de la UE también se revisaron las cifras correspondientes al nuevo acuerdo de cooperación con Ucrania, que prevé la convergencia regulatoria en 2028. Luis Planas señaló que se han establecido cláusulas de salvaguarda muy potentes para proteger a los productos europeos más sensibles. “Se trata de un acuerdo muy especial porque además de su dimensión comercial tiene también una vertiente política muy importante de apoyo a Ucrania en la guerra contra Rusia”, recordó el ministro.



MERCADO

Precios diarios en origen en *Club Mercacei*

www.mercacei.com

Aceites de oliva

Cotizaciones de Aceites y Grasas

		EUROS/T. SEMANA 14/20 julio '25 (Cierre día 10 julio '25)	EUROS/T. SEMANA 21/27 julio '25 (Cierre día 17 julio '25)
JAÉN	ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.100/3.200	3.100/3.200
	Virgen extra	3.400/3.800	3.400/3.800
	Refinado	3.100/3.150	3.100/3.150
CÓRDOBA	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.100	3.100
	Virgen extra	3.500/4.000	3.500/4.000
	Refinado	3.150	3.120/3.150
SEVILLA	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.300/3.500	3.300/3.500
	Virgen extra	3.700/4.400	3.700/4.400
	Refinado	3.000/3.100	3.000/3.100
GRANADA	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	3.100/3.200	3.100/3.200
	Virgen extra	3.400/3.800	3.400/3.800
MÁLAGA	Lampante, base 1º	3.000	3.000
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	3.950/4.000	Sin oper.
TOLEDO	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	3.200/3.500	3.200/3.300
	Virgen extra	3.600/4.000	3.600/4.000
LÉRIDA Y TARRAGONA	Virgen extra (DOP)	Sin oper.	Sin oper.
ALICANTE	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	2.950	2.950
	Virgen	3.150	3.150
	Virgen extra	3.550	3.550
	Refinado	3.100	3.100
BADAJOZ	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	2.900/2.950	2.900/2.950
	Virgen	3.150/3.300	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

maquinaria|servicios

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

Camara Agraria de España

agroisa.com

Grupo AGROISA

INMECAL

ITB IntecBIO

Agrotachbiomed

CDTI Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

PYME INNOVADORA

f t y i n G+

AGROISA.COM | info@agroisa.com



Aceites de orujo

SEVILLA

	EUROS/T. SEMANA 14/20 julio '25 (Cierre día 10 julio '25)	EUROS/T. SEMANA 21/27 julio '25 (Cierre día 17 julio '25)
ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
Refinable, base 10º	1.300	1.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.050	2.050

Aceites de semillas

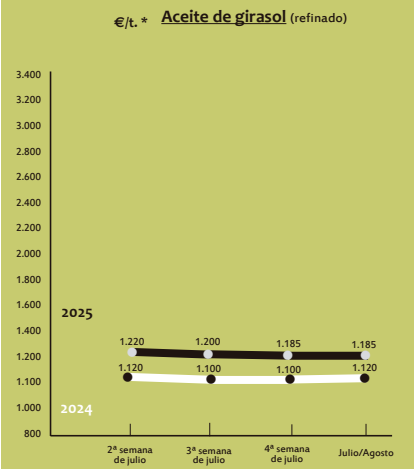
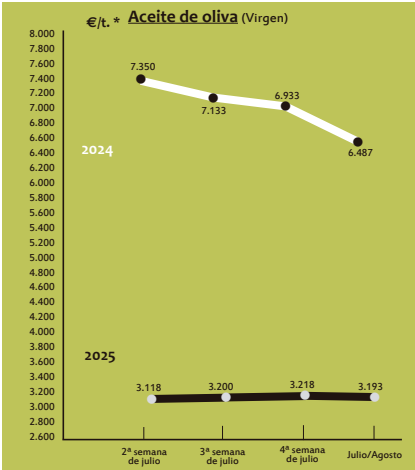
SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)		
Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.180/1.190	1.180/1.190
ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)		
Crudo	1.220	1.320
Refinado	1.280	1.380
ACEITE DE SEMILLAS		
Refinado	1.180/1.190	1.180/1.190

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 refinó 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
BARCELONAEUROS/KG.
SEMANA
14/20 julio '25
(Cierre día 10 julio '25)EUROS/KG.
SEMANA
21/27 julio '25
(Cierre día 17 julio '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)	1.020	1.020
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.110	1.110
ACEITE DE COCO (refinado)	2.850	2.950
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.320	1.350
ACEITE DE PALMISTE	1.900	2.000
ACEITE DE MAÍZ	1.350	1.350
ACEITE DE COLZA	1.250	1.250
ACEITE DE RICINO	1.260	1.260
ACEITE DE PESCADO refinado	3.500	3.450

*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 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



Mercado internacional

Cotizaciones de Aceites y Grasas

		EUROS/KG. SEMANA 14/20 julio '25 (Cierre día 10 julio '25)	EUROS/KG. SEMANA 21/27 julio '25 (Cierre día 17 julio '25)
ITALIA		€/t.	€/t.
	SUR DE PUGLIA		
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,70	8,70
	ACEITE DE OLIVA refinado	3,20	3,20
	ACEITE DE OLIVA lampante	2,50	2,55
	ACEITE DE ORUJO refinado	2,10	2,10
	ACEITE DE GIRASOL refinado	1,22	1,22
	ACEITE DE MAÍZ refinado	1,30	1,30
	ACEITE DE SOJA refinado	1,38	1,38
	ACEITE DE CACAHUETE refinado	1,85	1,85
NORTE DE PUGLIA & CALABRIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,40	9,40
	ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.
TÚNEZ	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/3,85	3,80/3,85
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/5,50	3,80/5,50
MARRUECOS	ACEITE DE OLIVA refinado	3,25/3,35	3,25/3,35
	ACEITE DE OLIVA refinado	3,25/3,35	3,25/3,35
TURQUÍA	ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	4,00/4,30	4,00/4,30
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por 25 Olio Officina Magazine)	3,90/4,20	3,90/4,20
GRECIA	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,90	3,60/3,90
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,90	3,60/3,90
PORTUGAL	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,90	3,60/3,90
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,60/3,90	3,60/3,90

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (17 de julio 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





Aceituna de mesa

ASEMESA y CEA refuerzan su colaboración para fortalecer la competitividad e internacionalización del sector de la aceituna de mesa

Con motivo de la reciente elección de Francisco Torrent como nuevo presidente de la Asociación Española de Exportadores e Industriales de Aceitunas de Mesa (ASEMESA), esta entidad ha mantenido un encuentro institucional con Javier González de Lara, presidente de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), con el objetivo de reforzar su colaboración en aras de fortalecer la competitividad, sostenibilidad y proyección internacional del sector de la aceituna de mesa.

“Un sector que se enfrenta a retos muy importantes de carácter estratégico como son el inicio de las negociaciones de la PAC post 2027, las incertidumbres arancelarias entre EEUU y la UE y, con carácter estructural, la mejora en la gestión del agua, un recurso necesario no sólo para la producción agraria, sino también para el propio desarrollo de la industria”, ha destacado ASEMESA.

Francisco Torrent -que ha estado acompañado por el secretario general de ASEMESA,

Antonio de Mora- ha trasladado al presidente de CEA la voluntad de la asociación de reforzar su papel dentro de la estructura de la Confederación, participando de forma activa en los foros de trabajo y posicionamiento estratégico, y contribuyendo con la experiencia del sector a la defensa de los intereses generales del tejido empresarial andaluz.

Por su parte, Javier González de Lara ha expresado su total disposición a respaldar las demandas del sector y a trabajar conjuntamente con ASEMESA en la interlocución ante las distintas administraciones públicas, tanto a nivel regional como estatal y europeo. Asimismo, ha puesto de manifiesto el máximo interés que el sector agroalimentario tiene para CEA, como lo demuestra el hecho de la reciente activación de la Comisión de Agroindustria de la Confederación, con el objetivo de aunar esfuerzos en la defensa de los intereses de los industriales andaluces, dotando de mayor visibilidad e interlocución a sus demandas y necesidades.

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).....	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) (Precios cif Rotterdam)	s/c
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 **1.009,50** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.012,25**.

◆ Precios: Futuros agosto.

Harina de soja: 269,00 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **266,00**.

◆ Precios: Futuros agosto.

Aceite de soja: Cerraba a **54,73** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **53,35**.

◆ Precios: Futuros agosto.

Maíz: Terminó la semana a **404,25** centavos/bushel, habiendo comenzado a **412,50**.

◆ Precios: Futuros septiembre.



El MAPA inicia la audiencia pública del proyecto de norma de comercialización del aceite de oliva para la campaña 2025/26

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha iniciado el trámite de audiencia pública del proyecto de orden por el que se establece la norma de comercialización del aceite de oliva para la campaña 2025/26, una vez recabada la opinión del sector y todos los agentes interesados, tanto a través de la consulta previa como de reuniones celebradas al efecto. La consulta permanecerá abierta desde el 18 de julio hasta el 7 de agosto.

El artículo 167 bis del Reglamento (UE) nº 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, establece la posibilidad de elaborar una norma de comercialización para el sector del aceite de oliva para mejorar y estabilizar el funcionamiento de su mercado.

Según ha recordado el MAPA, en base a dicho reglamento, el Real Decreto 84/2021 de 9 de febrero contempla que, cuando las condiciones de mercado lo justifiquen y una vez consultadas las Comunidades Autónomas y las organizaciones representativas del sector de ámbito nacional, podrán establecerse normas de comercialización para mejorar la estabilidad y funcionamiento del mercado para una campaña de comercialización determinada. Ello se realizará mediante la retirada de producto hasta la campaña siguiente y/o su destino a uso no alimentario.

El Ministerio ha precisado que, después de dos campañas consecutivas de baja cosecha, en 2024/25 los olivos han recuperado capacidad productiva. Además, “las abundantes

precipitaciones y las temperaturas suaves de la pasada primavera pueden producir una siguiente cosecha cuantiosa en 2025/26, que dé lugar a una sobreoferta de aceite y disfunciones en el mercado”, ha añadido.

Aunque estas previsiones de elevada cosecha tendrán que verificarse en los próximos meses, dados los plazos administrativos, el MAPA considera necesario continuar los trámites del diseño concreto de la norma de comercialización que aborde de forma coyuntural para la siguiente campaña una retirada de producto del mercado, por si fuera necesaria su aplicación.

Tal y como establece el Real Decreto 84/2021, en su artículo 3, el mecanismo ha de estar aprobado a 31 de octubre de 2025, para su aplicación en la cosecha 2025/26. Éste sólo será aplicado si finalmente se constatan estimaciones de producción elevadas de aceite de oliva y posibles desajustes de mercado.

El proyecto de orden, de aplicación a nivel nacional, establece el criterio de activación para la retirada de aceite de oliva, que se pro-

duciría cuando el nivel de existencias iniciales más las estimaciones de producción alcancen el 120% del nivel medio de este sumatorio de las seis campañas anteriores.

Recoge, igualmente, el criterio de determinación del porcentaje de retirada de aceite de cualquier categoría, a decidir por el operador, sobre el total de la producción de aceite de oliva. Las instalaciones concernidas serían las almazaras productoras.

Tras la aprobación de la orden, una vez conocidas las estimaciones de producción y las existencias iniciales se determinará, mediante Resolución de la Dirección General de Producciones y Mercados Agrarios, si se cumple el umbral de activación establecido y, por tanto, el porcentaje de producción a retirar.

El MAPA elaborará, en coordinación con las Comunidades Autónomas, un plan de control de la norma de comercialización. Los controles oficiales para comprobar el cumplimiento de la norma corresponderán a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas.

INDUSTRIAS DE LA ROSA

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

FABRICANTES MARCA ESPAÑA

www.industriasdelarosa.com

MOLINO TRITURADOR

TERMOBATIDORA

CONJUNTO BATIDORA CON MOLINO PARA MOLTURACIÓN POR LOTES

BOMBA PARA TRASIEGO

CALDERA DE BIOMASA



El Instituto Nacional de la Olivicultura y Aceite de Oliva Brasileño coordina sus actividades

Creado a partir de una propuesta aprobada por el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), el INCT de Olivicultura y Aceite de Oliva Brasileño tiene como objetivo construir una red de investigación involucrando diversos aspectos de la cadena productiva de la aceituna en Brasil.

La acción está coordinada por la investigadora Rosires Deliza, de Embrapa Agroindústria de Alimentos, quien ha explicado que “el proyecto pretende unir instituciones nacionales e internacionales que trabajan en este tema, además de atraer nuevos socios para recopilar información sobre las condiciones edafoclimáticas del país”.

La propuesta inicial se estructuró en torno a los siguientes temas: sistemas de producción, fitopatología, química y metabólica, agroindustrialización y producción de aceite de oliva, co-productos, análisis sensorial y estudios del consumidor. Entre las entidades participantes destacaron Embrapa, EPAMIG e Incaper, así como seis universidades nacionales y tres organismos internacionales (INIA de España, Universidad de Turín de Italia y Universidad de la República del Uruguay), con el apoyo del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

“Una característica de los INCT es que fomentan grupos e iniciativas de investigación. Durante su implementación, se pueden incorporar nuevos objetivos, equipos e instituciones, y es necesario buscar nuevas fuentes de financiación. Con base en esta característica, se incluyó el tema de resi-

duos de plaguicidas, y nuevos investigadores y universidades se unieron al equipo”, explicó Rosires Deliza.

Encuentro y trabajo

En el encuentro presencial de este organismo participaron 30 investigadores Embrapa Agroindústria de Alimentos, Clima Temperado e Pecuária Sudeste, EPAMIG, Incaper y las universidades federales de Pelotas, Santa Maria, Ciências da Saúde de Porto Alegre y Lavras para coordinar sus actividades. En esta ocasión se presentaron resultados preliminares de los proyectos desarrollados por los diferentes grupos de trabajo.

“Aquí en EPAMIG estamos desarrollando algunos subproyectos dentro del INCT, en las áreas de propagación de plantas, nutrición mineral del olivo y optimización del proceso de extracción de aceite de oliva de calidad”, precisó el coordinador del Programa Estatal de Investigación en Olivicultura, Pedro Moura.

Tras las presentaciones de cada institución, se realizó una visita técnica a Casa Grappolo, productora del aceite de oliva Fio de Ouro. En la segunda jornada, los participantes recorrieron las instalaciones de EPAMIG, incluyendo laboratorios, viveros, banco de germoplasma y agroindustria.

“Estamos planeando reuniones presenciales en Río Grande do Sul en 2026 y en Río de Janeiro en 2027. Nuestro objetivo es promover la integración entre investiga-

dores de diferentes instituciones y fortalecer la interacción entre las distintas líneas de investigación, abarcando toda la cadena de producción de la aceituna, desde el campo hasta el aceite que llega a la mesa del consumidor”, concluyó Moura.

Olive Corp obtiene el distintivo *Marca Perú*

Olive Corp ha informado de que se consoli- da “como la primera marca ileña” en recibir el prestigioso distintivo *Marca Perú*. Para la firma, este reconocimiento marca un antes y un después en la proyección de productos derivados del olivo nacionales con valor añadido y experiencias turísticas auténticas.

Ubicada en la zona sur del país, específicamente en el Valle de Ilo, Olive Corp ha subrayado que se ha convertido en un referente en cuanto a innovación agroindustrial y ecoturismo desde 2017, cuando iniciaron actividades y unieron la agroindustria con el ecoturismo, “siendo pioneros en el Valle de Ilo y abriendo camino a los demás agricultores”. En concreto, produce y comercializa aceituna en salmuera, aceite de oliva virgen extra, ají de aceituna, mermelada de aceituna con stevia, macerado de aceituna, tablas de olivo y jabones de aceite de oliva, entre otros, “de altísima calidad y elaborados de manera tradicional y sostenible”.

También ha resaltado que ha transformado su Fundo Olive Corp-Chiviquina en un destino turístico vivencial, donde los visitantes de todas partes del mundo pueden conectarse con el campo, la tradición olivícola ileña y los sabores “del Perú profundo”.

“Ser la primera marca del sector olivícola y ecoturístico en obtener la *Marca Perú* es el resultado de años de trabajo con identidad, respeto por la tierra y compromiso con la excelencia. Es una distinción que nos impulsa a seguir llevando lo mejor de Perú al mundo”, han resaltado Abel Adrián Santisteban y Bárbara Távara Barba, fundadores de Olive Corp.

La *Marca Perú*, gestionada por PromPerú, distingue a las marcas que “representan lo mejor del país en calidad, autenticidad y proyección nacional e internacional. La obtención de esta licencia posiciona a Olive Corp como líder en innovación agroindustrial y pionera en turismo rural sostenible”, ha remarcado la firma.





Brasil, un mercado con amplio potencial de crecimiento para el aceite de oliva

Brasil, pese a figurar entre los mayores mercados mundiales de aceite de oliva en términos de importaciones y consumo, sigue mostrando claros indicios de un amplio potencial de crecimiento. El bajo consumo per cápita, junto con una producción local aún insuficiente para cubrir una parte significativa de la demanda interna, configuran un escenario especialmente propicio para las importaciones de aceite de oliva español, uno de los orígenes mejor valorados por el consumidor brasileño en la actualidad, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

El estudio remarca que las perspectivas del mercado del aceite en Brasil son, en términos generales, favorables. Aunque el volumen consumido ha disminuido en los últimos cinco años, las ventas se han duplicado, impulsadas por el notable encarecimiento del aceite de oliva en los últimos años.

Según las previsiones de Euromonitor, el mercado del aceite va a crecer un 3% anual de media entre los años 2024 y 2029 por valor, lo que equivale a un crecimiento acumulado del 16% para ese periodo. En cuanto a las perspectivas de crecimiento por volumen, según el mismo informe, aumentará una media de un 5,6% anual de 2024 a 2029, es decir, un total de un 31% en cinco años.

El análisis de Euromonitor también destaca el creciente protagonismo del aceite de oliva en los lineales de los supermercados brasileños. Esta tendencia se ve impulsada, en parte, por el auge de los hábitos de alimentación saludable que han cobrado fuerza en el país, especialmente desde la crisis provocada por el COVID-19.

España es el segundo mayor exportador de aceite de oliva a Brasil, representando aproximadamente un 16% del valor de las importaciones del país, sólo por detrás de Portugal, de donde proceden el 60%. Respecto al aceite importado, el aceite de oliva virgen extra domina el mercado brasileño, representando más del 85% de las importaciones totales de aceite de oliva en 2024.

En cuanto al consumo de aceite de oliva, el país ha experimentado un estancamiento en los últimos años, en parte por el encarecimiento en origen de éste y por la depreciación del real brasileño. Aunque Brasil es uno de los mayores consumidores de aceite de oliva fuera de la Cuenca Mediterránea, el consumo per cápita es relativamente bajo, situándose



en 0,34 litros en 2024, “lo que aún deja margen para crecimiento”, según el informe. Sin embargo, factores como el precio final del producto y la desigualdad económica limitan el consumidor potencial a un segmento reducido de la población.

Dentro del canal minorista, las tiendas físicas como supermercados, hipermercados, ultramarinos y tiendas gourmet lideran la distribución de este producto; aunque la opción de venta directa en línea mediante plataformas virtuales se está volviendo cada vez más relevante en el mercado brasileño.

Dentro de la percepción y preferencias por el origen del aceite, varios estudios realizados sobre el comportamiento del consumidor brasileño de aceite de oliva muestran que existe una buena valoración de la marca España en este mercado, siendo el segundo origen preferido, sólo por detrás del aceite portugués.

Según el informe, los estudios sobre el perfil de consumidores y los hábitos de consumos de aceite de oliva realizados por las Universidades Federales de Santa María y de Sergipe sugieren que el factor más importante para los consumidores brasileños es el precio, seguido de la marca; el formato, siendo el más común las botellas de cristal de 250 y 500 ml; el sabor, para el

cual se ha identificado un patrón de gusto local con tendencia hacia sabores más suaves y con menos picor o amargo; y el origen de éste.

En cuanto al proceso de importación y las barreras de entrada, el estudio recuerda que la Cámara de Comercio Exterior de Brasil (Camex) aprobó la eliminación de todos los aranceles de importación al aceite de oliva virgen extra por tiempo indefinido para combatir la inflación. El resto de aceite de oliva procedente de la UE se ve sujeto a un arancel de importación del 9%. Según el informe, esta situación impositiva podría mejorar en caso de que el acuerdo de asociación entre la UE y Mercosur -que en la actualidad se encuentra en fase de ratificación y aprobación de los Estados Miembros y del Parlamento Europeo- entre en vigor.

Asimismo, el informe añade que las autoridades brasileñas requieren que el aceite importado sea sometido a un análisis físico-químico por parte de alguno de laboratorios recogidos en el Sistema de Registro de Organismos y Laboratorios Extranjeros (SISCOLE). Además, por parte del Ministerio de Agricultura y Pecuaria (MAPA) brasileño se ha incorporado el requisito de pasar un panel de cata que analice los parámetros organolépticos para certificar la calidad y categoría del aceite de oliva.

Entre las oportunidades que presenta el mercado brasileño, el estudio precisa que la reforma tributaria aprobada por la Cámara de Diputados de Brasil, que unificará y simplificará los impuestos, puede ayudar a reducir los precios y llegar a ser más accesible para el consumidor brasileño. También apunta que entrar en el mercado a través de marcas blancas es una oportunidad, ya que muchos establecimientos apuestan por ofrecer marcas propias para proporcionar precios más competitivos.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow
LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

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

ZEUTEC **Polytec**

SpectraAnalyzer Sistema Polytec

www.axflow.es

DEPÓSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN

MANZANO Flottweg

LÍNEAS COMPLETAS EXTRACCIÓN - BODEGAS ACERO INOXIDABLE - SERVICIO TÉCNICO OFICIAL FLOTTWEG

WWW.CALDERERIAAMAZANO.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 150 años, ANDRITZ SEPARATION es la especialista en el desarrollo de tecnologías y componentes clave en el sector de la separación. Con más de 15.000 instalaciones centrifugas instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de este tipo de equipos.

Los Separadores Palacín están diseñados específicamente para la industria cementera y en especial para el sector caldero, cumpliendo con las regulaciones más estrictas.

RAUCH es miembro de la Red de Innovación Continua para proporcionar el soporte en el distribuidor europeo de ANDRITZ SEPARATION para España y Portugal.

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa
INDUSTRIAS FABRICADORAS DE ENVASES S.A.

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

CAUDALIMETROS DE ALTA PRECISIÓN HIGH ACCURACY FLOWMETERS

EXPERIENCIA EXPERIENCE

50 AÑOS YEARS 40 PAÍSES COUNTRIES

Ausere

Tel: +34 976 10 67 60 - Fax: +34 976 10 67 31
ausere@ausere.es
O/Construcción, 24 - 50610 Cuarte de Huerva Zaragoza ESPAÑA - SPAIN

www.ausere.es

FABRICA Y ALMACÉN
Avda Vicente Piamogara nº 12
14850 BAEÑA (Córdoba)
Telf: 0034 937 653 115
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.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



LABORATORIOS

agrama
ciencia y vida

Análisis Agroalimentarios
Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com

LABORATORIO DE ANÁLISIS
Fundado en 1944

Especializados en análisis de grasas y aceites
75 años de experiencia en el sector oleícola nos avalan

P.I. La Negrilla - 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 periodo vigente.

PATIO

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

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

JAR METEGAL
Pesaje conforme a metrología legal

www.jarir.com

TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

treico
Industrial Machinery Solutions

www.treico.com

PESAJE

IMATED

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

PESAJE
ELECTRICIDAD
SOFTWARE
AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

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

info@imated31.es
www.imated31.es
953 284 697

SOFTWARE

ANSOTEC
High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

VIVEROS/CAMPO

Lecciana,
la variedad italiana de los GRANDES ACEITES

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

BALAM
AGRICULTURE

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros

Kubota

5 AÑOS DE GARANTÍA

www.kubota-es.com

MORESIL
Especialistas en Recolectión

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

TODOOLIVO
Infórmate

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

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

www.prosur.es



AEMO y sus nueve diputaciones convocan el I Premio Oleoturismo España para reconocer las mejores experiencias turísticas del país vinculadas al olivar

Podrán concurrir a este premio recursos de las provincias participantes en el proyecto “Oleoturismo España”, es decir, Badajoz, Cáceres, Ciudad Real, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Sevilla y Tarragona. El plazo de presentación de candidaturas finalizará el próximo 25 de julio.

Los galardones nacen para reconocer, impulsar y visibilizar las mejores iniciativas, proyectos y experiencias de oleoturismo que promuevan la cultura del aceite de oliva y el desarrollo turístico y rural sostenible. En este contexto, tienen el objetivo de distinguir la excelencia de la oferta oleoturística, su componente innovador y la promoción e interpretación del patrimonio oleícola.

Los premios están enmarcados en el proyecto “Oleoturismo España”, cofinanciado con fondos NextGenerationEU e impulsado por la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) con la participación de las diputaciones de Badajoz, Cáceres, Ciudad Real, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Se-

villa y Tarragona. La iniciativa busca generar una oferta turística estructurada y de calidad basada en la cultura del olivar, su paisaje y sus productos, a través de la colaboración entre entidades públicas y privadas.

La convocatoria está abierta a todos los agentes del sector oleoturístico que forman parte de la red “Oleoturismo España”, desde almazaras, alojamientos rurales, agencias, restaurantes, museos, hasta oleotecas y centros de bienestar, entre muchos otros. También podrán participar aquellas empresas o entidades que se unan a la red antes de la fecha límite de presentación de candidaturas.

Categorías de reconocimiento y candidaturas

Los premios contemplan cuatro modalidades: Premio a la Mejor Experiencia de Oleoturismo Integral; Premio a la Mejor Empresa Oleoturística; Premio a la Sostenibilidad en Oleoturismo; y Premio a la Innovación Oleoturística.

Estos galardones son honoríficos, siendo

su objetivo el reconocimiento institucional y la difusión, además de servir como distintivo de calidad y prestigio en el sector.

Las empresas o entidades interesadas en participar en esta convocatoria deberán remitir a la dirección de correo electrónico registro@prodetur.es el formulario de inscripción debidamente cumplimentado y firmado, de acuerdo con el modelo anexo a las bases, que están disponibles en la página web de Prodetur (www.prodetur.es).

Las candidaturas deberán presentarse mediante dicho formulario y memoria del proyecto (máximo 2.000 palabras), acompañada de material gráfico y audiovisual. Toda la documentación se remitirá por correo electrónico a registro@prodetur.es.

El plazo de inscripción estará abierto hasta el próximo 25 de julio.

Los premios se entregarán en un acto público en el marco del Congreso del proyecto “Oleoturismo España”, que se celebrará en el mes de septiembre en Sevilla.

El plazo de inscripción para la 4ª edición de los Premios Fundación Juan Ramón Guillén finaliza el 8 de septiembre

El 8 de septiembre finalizará el plazo de inscripción para la cuarta edición de los Premios Fundación Juan Ramón Guillén, creados con el objetivo de reconocer iniciativas innovadoras y trayectorias profesionales que contribuyen al desarrollo y mejora del sector olivarero, así como a su puesta en valor.

La convocatoria -realizada por la Fundación Juan Ramón Guillén, con la colaboración de la Caja Rural de Jaén, EIT Food y Coosur- está dotada con 12.000 euros en premios repartidos en tres categorías de ámbito nacional y una europea. El plazo de presentación de propuestas permanecerá abierto hasta el próximo 8 de septiembre.

Los galardones, destinados a personas físi-

cas y jurídicas que presenten iniciativas destacables en el sector del olivar, están formados por cuatro categorías. En el ámbito nacional, Premio al Joven Agricultor, otorgado por la Caja Rural de Jaén y dotado con 4.000 euros; Premio a la Innovación Rural Oliverera, otorgado por Coosur y dotado de otros 4.000 euros; y Premio a la Trayectoria Profesional, con una mención especial de la Fundación Juan Ramón Guillén. En el ámbito europeo, cuenta con el Premio New Business Ideas Transforming the Olive Value Chain, dirigido a start-ups y pymes que trabajan a lo largo de la cadena de valor del sector olivarero en el sur de Europa o en Israel.

El reconocimiento, otorgado por EIT Food,

está valorado en 4.000 euros, divididos en una dotación económica de 2.000 euros y la participación en un programa de mentorización por valor de otros 2.000 euros.

Las bases de participación pueden consultarse en la web del certamen y, una vez concluido el plazo, las propuestas recibidas serán analizadas y valoradas por el jurado, conformado por expertos y profesionales del sector oleícola, la innovación y el ámbito universitario. Tras seleccionar las propuestas ganadoras, la entrega de premios se celebrará el 15 de octubre en la Hacienda Guzmán (La Rinconada, Sevilla), sede de la fundación.

www.fundacionjrguillen.com/es/premios



Estrategias de diferenciación en el mercado del AOVE: de la tradición a la innovación

En el mercado oleícola compiten aceites de oliva vírgenes extra obtenidos de aceitunas procedentes de distintos tipos de olivares, desde los olivares tradicionales no mecanizables o de montaña hasta los olivares superintensivos o en seto. Obviamente, los procedentes de estos últimos pueden ofrecerse en el mercado a unos precios mucho más bajos que los de los primeros cuyos costes, cuyos costes son mucho más elevados. Las cuestiones a plantear son: ¿se puede competir por algo distinto del precio? Y, en este caso, ¿cómo pueden conquistar a los consumidores los AOVEs procedentes de olivares tradicionales? A continuación recogemos un resumen de la intervención en la World Olive Oil Exhibition (WOOE) de Manuel Parras, catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén (UJA) y presidente de la IGP Aceite de Jaén.

En los mercados hay dos estrategias para poder competir con éxito: la estrategia de liderazgo en costes, cuya ventaja competitiva está en la reducción de costes en el proceso productivo y, por tanto, se pueden ofrecer los productos a precios muy competitivos en los mercados. Se compete vía precios. Y, por otro lado, la estrategia de diferenciación, cuya ventaja competitiva consiste en ofrecer a los consumidores un producto más caro, pero portador de unas características o atributos que son valorados por los consumidores. Y cuando hablamos de consumidores no nos referimos a los consumidores, en general, sino a segmentos de mercado, esto es, a grupos de consumidores claramente definidos por sus características sociodemográficas, de estilo de vida, etc.

Estos atributos sobre los que basar la estrategia de diferenciación son de tres

tipos: atributos intrínsecos, atributos extrínsecos y atributos ocultos.

- Atributos intrínsecos: sabor -intenso, suave, etc.-; color -verde, amarillo-verdoso, etc.-; aroma; origen -DOP o IGP; método de producción -ecológico, precedente de agricultura integrada, biodinámico; cualidades nutritivas; variedad

-picual, arbequina, hojiblanca, royal, etc.-; huella de carbono; huella hídrica; salud; olivar tradicional, etc.

- Atributos extrínsecos: marca; el punto de venta; el envase -vendedor silencioso-; las certificaciones -ISO, UNE, BRC, Nature Choice, IFS, etc. El precio sería un atributo extrínseco sobre el que basar la estrategia de liderazgo en costes.

- Atributos ocultos: el respeto por el medio ambiente, la seguridad alimentaria como un proceso y no como un resultado, la biodiversidad, la ética de los negocios, la creación de empleo, la contribución al desarrollo rural, el mantenimiento del paisaje y del patrimonio, el mantenimiento de la población en el territorio, el comercio justo, etc. Es lo que podemos denominar un AOVE ético o aumentado.

Un ejemplo de estrategia de diferenciación es la puesta en el mercado de un AOVE procedente de olivar tradicional, certificado mediante blockchain, que puede adquirirse en los establecimientos de Lidl y que es fruto de un proyecto enmarcado en un Grupo Operativo liderado por UPA y en el que han participado también Migasa, Izertis y la Universidad de Jaén. Este AOVE es una muestra de que se puede ofrecer al mercado un producto que remunere el esfuerzo de los productores y en el que todos los eslabones de la cadena salgan ganando. Un producto que es fruto de la colaboración entre distintos agentes de la cadena de valor del aceite de oliva virgen extra.





La pulpa de aceituna reduce los costes de alimentación y mejora las cualidades saludables de la grasa de la leche y la carne del ganado vacuno

El Grupo Operativo (GO) BOVINOLIVE ha estudiado los efectos de incluir pulpa de aceituna en la alimentación del ganado vacuno lechero y de carne, concluyendo que es viable debido a la ausencia de efectos negativos en la productividad y al ahorro económico.

En concreto, el Grupo Operativo BOVINOLIVE ha evaluado la viabilidad de incorporar este subproducto en la alimentación de vacuno de leche y de carne dentro del contexto de la economía circular y la bioeconomía.

Este GO, integrado por Dcoop, Alba Ganaderos SCA y el Campus de Excelencia Internacional Agroalimentario ceiA3, ha encontrado como principal reto llevar a cabo una correcta caracterización de la pulpa de aceituna, “ya que hemos detectado una carencia de conocimiento en la academia debido a la mala caracterización de este subproducto”, ha explicado Andrés L. Martínez investigador ceiA3 del Grupo “Ciencia Animal|AGR-195” de la Universidad de Córdoba (UCO). “Lo principal era partir de una definición de sus propiedades químicas y nutricionales. Esto era crucial para garantizar la seguridad y efectividad en la alimentación animal, ya que es un campo muy delicado”, ha precisado.

De esta manera, se realizaron determinaciones en muestras del producto (pulpa de aceituna) en los laboratorios de Dcoop y del Departamento de Producción Animal de la Universidad de Córdoba para establecer las características químicas y determinar la digestibilidad in vitro de cara a estimar su valor nutricional y energético. Y, posteriormente, se ha llevado a cabo un diseño experimental se adaptó a las condiciones de las ganaderías.

“Inicialmente, se consideraron dos niveles de inclusión de pulpa, pero se ajustó a un grupo control y un grupo suplementado con pulpa para facilitar la implementación”, ha detallado Carmen Avilés investigadora ceiA3 del Grupo “Lactología y tecnología de la carne | AGR-120” de la

Universidad de Córdoba, quien ha añadido que “también se incorporaron actividades no previstas inicialmente, como el análisis sensorial de la carne y leche con 80 consumidores, debido a la disponibilidad de muestras y la oportunidad de obtener información valiosa que ha enriquecido el proyecto”.

Durante 45-60 días se incorporó esta pulpa de aceituna a la alimentación del ganado, “mediante sustitución, reemplazando un 10% de la fracción vegetal del pienso convencional en terneros (cereales y harina de soja) y un 5% de la materia seca total de un unifeed típico en vacas de ordeño”, ha añadido Martínez. La recogida de muestras de leche y carne se realizó transcurrido ese período, lo que garantizó un tiempo suficiente de adaptación ruminal.

En las vacas de ordeño no se observaron diferencias significativas en la producción y composición de la leche, aunque sí se observó un cambio favorable en el perfil de ácidos grasos de la grasa láctea con aumento del contenido de ácidos grasos a los que el conocimiento científico actual atribuye propiedades antiinflamatorias y antitumorales en el cuerpo humano. Esto se considera un resultado positivo, ya que permite la sustitución de productos más caros en la alimentación sin afectar el rendimiento o las cualidades nutricionales de la leche.

En lo que respecta al vacuno de carne, los animales que consumieron pulpa no mostraron diferencias significati-

vas en la velocidad de crecimiento ni en el peso final, pero, al igual que en el caso de la leche, se modificó el perfil de ácidos grasos de la grasa intramuscular en un sentido favorable para la salud humana. Estos cambios en el perfil de ácidos grasos se tradujeron en diferencias en el perfil de compuestos volátiles que repercutieron en el olor y sabor de la carne. “En el análisis sensorial, los consumidores otorgaron puntuaciones más altas al olor y al sabor de la carne de animales alimentados con pulpa de aceituna”, ha ressaltado Avilés. Estos compuestos volátiles son responsables del aroma y dependen de la composición grasa del alimento.

Dada la ausencia de diferencias en la productividad, una de las conclusiones más notables es el sustancial ahorro económico en la alimentación de estas ganaderías derivado de la inclusión de pulpa en la ración -de hasta el 9% en el coste de ración para terneros y hasta un 6.5% para vacuno de leche-. Cabe destacar que el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) aplicadas a la ganadería han sido cruciales para interpretar mejor los resultados, especialmente en vacas de ordeño, permitiendo un seguimiento individual de los animales y facilitando la comprensión de los efectos del cambio de alimentación, según este Grupo Operativo.





OliWa, un proyecto europeo para reutilizar residuos de la producción de aceite de oliva en el área mediterránea

Un grupo de investigadores de la Universidad CEU Cardenal Herrera (CEU UCH) de Valencia participa en un proyecto europeo para el desarrollo de un modelo de economía circular basado en la reutilización de residuos de la producción de aceite de oliva. Su objetivo es transformar los residuos generados en la producción de aceite de oliva en productos sostenibles de alto valor añadido tales como piensos, aditivos funcionales, envases biodegradables y biogás.

Con el título “Repurposing OLive WASTE in circular economy solutions for feeds, additives, packaging, and biogas (OliWa)”, en este proyecto financiado con fondos europeos a través del programa PRIMA participan 24 socios de seis países mediterráneos: Italia, España, Grecia, Turquía, Túnez, Argelia.

El equipo de la CEU UCH en el proyecto OliWa está integrado por investigadores del Grupo AviFeed Science, dedicado a la producción y nutrición animal. Los investigadores principales del proyecto son el catedrático de Producción Animal Carlos Garcés Narro y la profesora titular Mariola Soler Sanchis, de la Facultad de Veterinaria de la CEU UCH. Participan en el equipo la profesora Olga Piquer, los doctores José Antonio García Bautista y María Palomar, así como la investigadora en formación Araceli Orozco. En el marco de este proyecto, el grupo AviFeed Science se encargará del desarrollo de piensos funcionales para gallinas ponedoras que incluyan extractos naturales de la aceituna, junto a harinas y grasas de insectos criados sobre sustratos derivados de los residuos del olivar.

El grupo AviFeed Science de la CEU UCH cuenta con una amplia experiencia investigadora en nutrición aviar, con numerosos estudios so-



bre rendimiento zootécnico, calidad del huevo, bienestar animal, salud intestinal y microbiota, especialmente en aves de corral. Para su investigador principal, el catedrático de la CEU UCH Carlos Garcés, “el proyecto OliWa nos ofrece una oportunidad estratégica para consolidar la investigación aplicada que hacemos en el grupo AviFeed Science en el ámbito agroalimentario. Y para reforzar nuestra presencia internacional, vinculándonos además con la economía circular, la sostenibilidad y la producción animal funcional”.

Junto al diseño, evaluación y validación de piensos para gallinas ponedoras con extractos naturales de oliva y harinas y grasas de insectos, el equipo de la CEU UCH asumirá tam-

sensoriales de huevos obtenidos mediante el uso de estos ingredientes. También vamos a evaluar los efectos nutraceuticos de los extractos en productos animales, incluyendo la mejora del perfil de ácidos grasos y de antioxidantes en huevos. Y trasladaremos nuestros resultados a los productores locales, con el fin de promover modelos de negocio sostenibles en el sector agroalimentario mediterráneo”.

OliWa: piensos, envases, biogás

Junto a la formulación de piensos, como los que diseñarán los investigadores de la CEU UCH para gallinas ponedoras, el proyecto OliWa analizará los efectos antioxidantes y antimicrobianos de los extractos naturales del olivo. También evaluará el potencial de la cría de insectos sobre residuos de la aceituna, el desarrollo de envases biodegradables activos enriquecidos con extractos naturales y polisacáridos derivados de insectos y residuos de la aceituna y la producción de biogás a partir de residuos de insectos, estiércol y subproductos del olivo. La divulgación de sus resultados permitirá promover nuevos modelos de negocio sostenibles en el área mediterránea.

El proyecto OliWa, iniciado este mes de junio y con una duración de tres años, está financiado con 4,5 millones de euros del Programa Europeo PRIMA. Esta iniciativa europea, coordinada por la Universidad de Turín, tiene como objetivo implementar acciones de I+D+I que consigan mejorar la eficiencia y sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios y la calidad, disponibilidad y gestión del agua en el área mediterránea. El presupuesto para la tarea liderada por la CEU UCH es de 268.750 euros.





Donald Trump anuncia la imposición de aranceles del 30% a la UE a partir del 1 de agosto

En una carta dirigida a la presidenta de la Comisión Europea (CE), Ursula von der Leyen, el presidente de EEUU, Donald Trump, ha anunciado la imposición de aranceles del 30% a la Unión Europea (UE) a partir del 1 de agosto.

En la misiva difundida en su red social Truth Social, Trump ha precisado que “a partir del 1 de agosto de 2025, cobraremos a la Unión Europea un arancel de sólo el 30% sobre los productos de la UE enviados a EEUU, independiente de los aranceles sectoriales”.

“Tenga en cuenta que el 30% es mucho menor de lo necesario para eliminar la disparidad del déficit comercial que tenemos con la UE. Como sabe, no se aplicará ningún arancel si la UE o empresas de la UE deciden fabricar productos en EEUU. De hecho, haremos todo lo posible para obtener las aprobaciones de forma rápida, profesional y rutinaria, es decir, en cuestión de semanas”, ha añadido.

Trump también ha asegurado que si por alguna razón la UE decide aumentar sus aranceles y tomar represalias, “la cantidad que elija se añadirá al 30% que cobramos”.

Por su parte, la presidenta de la CE ha afirmado que “tomamos nota de la carta enviada por el presidente estadounidense Trump, en la que se describe una tasa arancelaria revisada y un nuevo calendario”.

A su juicio, “imponer aranceles del 30% a las exportaciones de la UE interrumpiría las cadenas de suministro transatlánticas esenciales, en detrimento de empresas, consumidores y pacientes a ambos lados del Atlántico”.

“Pocas economías en el mundo igualan el nivel de apertura y adhesión a prácticas comerciales justas de la Unión Europea. La UE ha priorizado sistemáticamente una solución negociada con EEUU, lo que refleja nuestro compromiso con el diálogo, la estabilidad y una asociación transatlántica constructiva.

Seguimos dispuestos a seguir trabajando para alcanzar un acuerdo antes del 1 de agosto”, ha resaltado Von der Leyen.

Preocupación de la industria alimentaria española

En un comunicado, la Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) ha recibido con “gran preocupación” el anuncio del presidente del país norteamericano de imponer a los productos de la Unión Europea un arancel del 30%. “Lamentamos el impacto que la medida puede tener para la industria de alimentación y bebidas y pedimos a las autoridades españolas y europeas que continúen negociando para tratar de evitar que los aranceles a las exportaciones a EEUU entren en vigor el 1 de agosto”, ha afirmado Mauricio García de Quevedo, director general de FIAB.

García de Quevedo ha solicitado “firmeza y proporcionalidad en el caso de que finalmente suframos unos aranceles que consideramos injustos, como ya fue la imposición de aranceles a 113 productos españoles como consecuencia del conflicto Airbus-Boeing, que nunca fueron eliminados totalmente, sino solo suspendidos durante cinco años”.

Según ha recordado la federación, EEUU es el primer mercado extracomunitario del sector y el cuarto en términos globales, con más de 3.300 millones de euros exportados en 2024 y 770.000 toneladas enviadas.

FIAB cree que hay que seguir apostando por diversificar nuestros mercados de destino, pero considerando que EEUU es un mercado difícilmente sustituible. “Su peso estratégico, su alto poder adquisitivo y la fuerte implantación de los productos españoles en aquel país hacen que debamos mantener nuestra presencia, incluso en escenarios adversos”, han recordado desde la federación.

Andalucía incentiva el comercio exterior y la internacionalización de las pymes

El Consejo de Gobierno ha sido informado de la publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA) de la orden que recoge las bases para la concesión de subvenciones para el desarrollo del comercio exterior y la internacionalización de las pymes. Se trata de una nueva línea de incentivos de la Consejería de Economía, Hacienda y Fondos Europeos, diseñada y gestionada por Andalucía TRADE, que pondrá a disposición de las pymes andaluzas más de 11,5 millones de euros, cofinanciados a través del Programa Andalucía Feder 2021-2027, para el desarrollo de acciones de promoción exterior hasta el fin del marco económico europeo.

El objetivo de este nuevo instrumento es incrementar el número de empresas andaluzas en proceso de internacionalización, mejorar el posicionamiento internacional de las que ya son activas en el mercado exterior y diversificar el destino de las exportaciones y la inversión andaluza en el exterior, a través de una estrategia clara y definida, alineando recursos y objetivos.

Con esta nueva línea de incentivos, el Gobierno andaluz apoya tanto la participación individual de las pymes y autónomos en ferias o exhibiciones no feriales internacionales como en viajes de prospección internacional, en los que se engloban tanto misiones comerciales, encuentros empresariales y agendas de trabajo individuales para empresas en el exterior, con el objetivo de incrementar y consolidar su presencia en los mercados internacionales.

En concreto, las empresas que quieran participar en ferias y otros eventos expositivos internacionales podrán recibir subvenciones para los gastos de viaje del personal de la empresa desde España a la ciudad de celebración de la feria o el evento, así como los gastos de alojamiento y manutención de este personal en el lugar de celebración.



Expertos internacionales abordan los retos del cambio climático en la olivicultura

Rende (Italia) acogió del 23 al 26 de junio unas jornadas internacionales sobre los recursos genéticos del olivo y su adaptación al cambio climático bajo el título *“Transfer of Olive Tree Genetic Resources and Associated Research Data: A Path to Solutions in the Adaptation to Climate Change”*. El encuentro reunió a un grupo multidisciplinar de expertos, entre ellos científicos, responsables de políticas públicas, conservadores genéticos y coordinadores de proyectos de investigación avanzada y programas de capacitación.

Las jornadas fueron organizadas por el Consejo Oleícola Internacional (COI) en colaboración con el CIHEAM Zaragoza, el CREA-OFA y otros socios estratégicos. Además, contaron con el respaldo del Ministro de Agricultura de Italia y la Región de Calabria.

Según informó el CIHEAM Zaragoza en su página web, estas jornadas se enmarcan en los esfuerzos continuados por fortalecer la gestión y coordinación de la Red de Recursos Genéticos del Olivo, que desempeña un papel fundamental en el desarrollo

sostenible de la olivicultura mediterránea. “En un contexto de crecientes presiones climáticas, la conservación, el intercambio y el uso responsable del material genético del olivo, incluyendo plantas, esquejes, secuencias de ADN y datos asociados, se ha convertido en una prioridad tanto urgente como estratégica”, precisó este organismo.

Durante las conferencias principales se destacó la importancia de la diversidad genética para fortalecer la resiliencia climática, mejorar la productividad y aumentar la resistencia del olivar frente a enfermedades. Después de ofrecer una visión general sobre la red internacional de bancos de germoplasma de olivo, se abrió una sesión de debate entre conservadores de bancos de genes centrada en los desafíos actuales del intercambio de material y su trazabilidad. También se presentaron varios proyectos europeos e internacionales, entre ellos GEN4OLIVE, CLIMEOLIVEMED y BEXYL, que aportan enfoques innovadores a la mejora genética del olivo, estrategias de conservación y respuestas al estrés biológico.

Las sesiones técnicas contaron con representantes del Tratado Internacional sobre los Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura (ITPGRFA, por sus siglas en inglés) y de The Crop Trust, quienes subrayaron la necesidad de una mayor alineación con los mecanismos de gobernanza global y las normativas internacionales.

Como parte del programa, los participantes realizaron visitas a Terranova da Sibari y Corigliano donde pudieron conocer de primera mano colecciones experimentales e instalaciones de transformación de aceite de oliva, “que constituyen un valioso vínculo entre la investigación y la práctica”, subrayó el CIHEAM Zaragoza.

Finalmente, se constató la necesidad de integrar mayor número de bancos de genes nacionales en el marco del Tratado de la FAO, desarrollar una estrategia global de conservación del olivo, reforzar el grupo de expertos del COI y promover el uso de Identificadores de Objetos Digitales (IOD) como herramienta para mejorar la trazabilidad y el intercambio de datos entre colecciones.

Agrosocial, un proyecto europeo que apuesta por el relevo generacional, la transformación digital y la sostenibilidad

Cooperativas Agro-alimentarias de Extremadura ha participado en un encuentro celebrado en el municipio de Fundão (Portugal) del proyecto europeo Agrosocial, financiado por el programa transfronterizo España-Portugal INTERREG-POCTEP, que apuesta por la transformación digital, la sostenibilidad y el relevo generacional en el sector agroalimentario.

Durante las sesiones de trabajo se han abordado algunos de los principales desafíos del sector agroalimentario, entre los que se encuentran la digitalización del campo, la incorporación de jóvenes al sector y el fortalecimiento del ecosistema de economía social.

Entre los acuerdos más destacados figura la creación de espacios de demostración tecnológica para validar soluciones innovadoras en entornos reales, como sistemas de sensorización, Inteligencia Artificial, agricultura de precisión y alimentación animal robotizada.

Asimismo, se ha propuesto el diseño de Planes Integrales de Impulso de la Economía Social Transfronteriza con el objetivo de reforzar la cooperación entre entidades de ambos lados de la frontera y fomentar un modelo más inclusivo y resiliente. Uno de los momentos clave del encuentro ha sido la presentación

del Agrosocial Lab, un nuevo espacio para el intercambio de experiencias, demostraciones prácticas y colaboración entre cooperativas, centros tecnológicos e instituciones.

El encuentro ha reunido a entidades participantes en el proyecto Agrosocial, como la Diputación de Córdoba -beneficiario principal del proyecto-, CONFAGRI, INTEC, la Diputación de Cáceres, Cooperativas Agro-alimentarias Extremadura, junto a representantes del Instituto Politécnico de Castelo Branco, técnicos de Agrotech Fundão y miembros de la asociación Pastoras-Queijeiros 4.0.



Drones, satélites y sensores hiperespectrales para la monitorización y el control de la *Xylella fastidiosa*

Drones, satélites, sensores hiperespectrales y térmicos, así como servicios innovadores basados en las tecnologías de teledetección más modernas para la monitorización y el control de la propagación de la *Xylella fastidiosa*. Este es el núcleo del proyecto de investigación FIXYLL, financiado por la Agencia Espacial Italiana e implementado por el Distrito Tecnológico Aeroespacial (DTA), con su socio Planetek y Unaprol.

Durante la jornada demostrativa del proyecto, celebrada recientemente, representantes de instituciones, la comunidad investigadora, asociaciones agrícolas y organizaciones de productores, representadas por Coldiretti Puglia y Pugliolive, han presentado las tecnologías de monitorización agrícola más innovadoras: desde la monitorización fitosanitaria hasta la gestión de los recursos hídricos y la prevención de enfermedades.

Así, según ha informado Unaprol, se ha hecho especial hincapié en los resultados del proyecto FIXYLL, cuyo objetivo es apoyar diversas áreas de intervención para combatir la *Xylella fastidiosa*. Desde la identificación de olivos sanos en zonas con fuerte infestación bacteriana, hasta la verificación del cumplimiento de las regulaciones regionales para el cultivo obligatorio del suelo y la verificación de la erradicación de los árboles infectados, la jornada ha supuesto “una oportunidad crucial para el debate entre todas las partes interesadas, incluidos los olivareros de las zonas afectadas, que a diario se enfrentan a los daños causados por la bacteria”.

Y es que “la rápida intervención en los brotes es un elemento estratégico clave para prevenir la propagación de la enfermedad”, ha subrayado Alfonso Cavallo,

presidente de Coldiretti Puglia y consejero de Unaprol, quien ha añadido que “el objetivo es estudiar los olivares desde arriba e identificar los primeros signos de la enfermedad, que aparecen con el aclareo y el secado de las copas, que pierden su tradicional color verde y adquieren un color arena opaco, como si estuvieran cubiertas de telarañas”.

Desde el primer equipo canino anticontagio hasta los drones para detectar árboles enfermos desde el aire, desde los injertos para salvar olivos centenarios hasta las investigaciones de laboratorio para estudiar nuevas variedades resistentes, pasando por la incesante búsqueda del insecto vector que propaga la enfermedad, Coldiretti y Unaprol han resaltado que trabajan en un amplio espectro de proyectos para combatir la bacteria.

Baleares destina 178.000 euros a tratamientos para combatir la mosca del olivo y otras enfermedades como la *Xylella*

La Conselleria de Agricultura, Pesca y Medio Natural de Baleares ha destinado 178.000 euros a tratamientos de distribución gratuita para combatir la mosca del olivo y otras enfermedades como la *Xylella fastidiosa* durante la campaña de 2025. Por otro lado, este Departamento ha invertido ya 340.000 euros en el Programa de Contención de la *Xylella* -subespecie pauca- desde que se detectó en marzo del año pasado y que afecta de manera potencial al olivar. Estas actuaciones, según el Gobierno balear, tienen como objetivo reducir las poblaciones de insectos vectores y preservar la sanidad del olivo.

El Gobierno balear ha informado de la celebración de la VII sesión de la Mesa del Olivar, convocada por la Dirección General de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural y que reúne a los representantes

del sector del olivar agrupados en las dos DOPs de Aceite de Mallorca y Menorca, y la IGP Aceite de Ibiza, así como la DOP de Aceituna de Mallorca. También han estado presentes representantes de los consejos insulares, de las organizaciones agrarias, cooperativas y almazaras.

En el transcurso de la Mesa, el Servicio de Sanidad Vegetal ha presentado el informe sobre el estado fitosanitario del cultivo del olivo en Baleares correspondiente al primer semestre de 2025 y también ha desglosado los gastos de las actuaciones llevadas a cabo hasta ahora.

En general, las plagas y enfermedades durante el primer semestre del año, es decir, hasta el 30 de junio de 2025, tienen una afectación baja, a excepción de la mosca del olivo, cuyos datos recogidos muestran un incremento del nivel de afectación que ha su-

bido a medio-alto (nivel 4) durante el mes de junio y la primera quincena de julio, especialmente en parcelas con aceituna avanzada. En este sentido, las Asociaciones de Defensa Vegetal recomiendan los tratamientos fitosanitarios en estas zonas, especialmente en las destinadas a aceituna de mesa.

En el caso concreto de los tratamientos para la mosca del olivo, la actuación más importante consiste en la distribución, por parte de la Conselleria, de 35.400 trampas que cubren una superficie de 894 hectáreas de olivar en las 108 explotaciones que lo han solicitado.

En cuanto a la *Xylella fastidiosa*, el Govern ha repartido entre los agricultores dos productos fitosanitarios, el caolín y el deltame-trín, para que realicen directamente el tratamiento. Se han acogido 149 explotaciones, que equivalen a 1.100 ha.



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: 27 de junio 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		2,09/2,59
Coosol Premium	Alto Oleico			2,42
Donsol		10,39		1,99
Fuensol				2,10
Koipesol		8,99		2,00/2,69
Masiasol				1,69

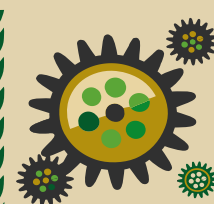
Otros aceites de semillas (euros)

MARCA	TIPO	ENV. 5 L.	BOTELLA
Asúa	Maíz		2,80/3,29
Soy Plus Omega 3	Girasol+Soja		3,88
Coosol	Maíz		2,42
La Masía	Semillas	11,63	2,35

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°		23,35		4,85	5,95
	El C. Inglés	Oliva	0,4° y 1°	17,85	20,45		4,50	4,65
	El C. Inglés	Girasol	0,2°		8,70		1,80	
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°		23,32		4,84	5,95
	Carrefour	Virgen extra S. Suave	0,3°		23,32		4,84	5,95
	Carrefour	Oliva Sabor S./Intenso	0,4°/1°		18,44		3,69/3,94	
	Carrefour	Girasol	0,2°		8,49		1,80	
	Carrefour	Girasol Ecológico					6,69	
	Carrefour	Semillas			7,50		2,55	
Auchán	Alcampo	Virgen extra	0,5°		24,89		4,99	4,79
	Alcampo	Virgen extra ecológico						
	Alcampo	Oliva Intenso	1°		18,44		3,94	
	Alcampo	Oliva Suave	0,4°		18,44		3,69	
	Alcampo	Girasol	0,2°		8,69		1,80	
	Alcampo	Arbequina/Hojiblanca					2,15 (0,5l.)	
Hacendado	Mercadona	Virgen extra	0,5°	29,55 (3 l.)	13,75		4,85	5,95
	Mercadona	Oliva	0,4°/1°		18,45		3,70/3,95	
	Mercadona	Girasol	0,2°		8,70		1,80	
	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 Técnico comercial - Sector oleícola (Jaén y Córdoba)

¿Tienes experiencia en ventas en el sector oleícola?
¿Te apasiona la tecnología y el trato con clientes? ¡Esta es tu oportunidad!

Zona: Jaén y Córdoba

Experiencia: Mínimo 5 años en ventas a almazaras

Funciones principales:

- Gestión comercial de clientes en el sector oleícola, especialmente almazaras.
- Promoción y venta de equipamiento y suministros técnicos de alta tecnología.
- Colaboración con el equipo técnico para soluciones personalizadas.
- Prospección de nuevas oportunidades comerciales en la zona asignada.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 5 años en venta de equipos o suministros para almazaras.
- Conocimiento del tejido industrial oleícola de Jaén y Córdoba.
- Habilidades comerciales, proactividad y autonomía.
- Valorable formación técnica (mecánica, eléctrica, automatización o similar).
- Carnet de conducir y disponibilidad para desplazamientos.

Ofrecemos:

- Contrato estable con incorporación inmediata.
- Atractivo sistema de incentivos por objetivos.
- Formación continua en productos y soluciones tecnológicas.
- Altas oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento dentro de la empresa.

Si cumples el perfil y buscas un nuevo reto en una empresa innovadora y en crecimiento, envíanos tu CV a indea@indeatech.com. ¡Queremos conocerte!

SE VENDE

Se vende en un sólo lote maquinaria de pequeña almazara. El lote está compuesto de: Caldera, limpiadora, lavadora, pesadora, cintas correspondientes, tolvas de recepción, molino de martillos, 2 batidoras, 2 centrifugas horizontales, 2 tamices, centrífuga vertical, 2 decantadores, deshuesadora, bodega de inoxidable apta para inertización, 2 filtros de aceite, bombas correspondientes, 2 bombas de trasiego, pequeña envasadora por aire

Precio: 65.000 € (no incluye desmontado)

Teléfono de contacto: +34 639 72 54 11

SE BUSCA EXPERTO EXTERNO EN ENAC

¿Quieres colaborar con la Entidad Nacional de Acreditación como experto externo? ENAC busca profesionales con experiencia en el sector agroalimentario en áreas como los ensayos físico-químicos de aceites y certificación del vino.

Podrás compaginarlo con tu actividad profesional

<https://www.enac.es/quienes-somos/unete-a-nosotros/colaboradores-externos/ofertas-disponibles/sensorial-aceite>

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

Convocatorias

Convocada la VI edición del Premio de Investigación "Eduardo Pérez"

La DOP Estepa ha anunciado, junto a la la SCA Oliverera San José de Lora de Estepa, la convocatoria de la VI Edición del Premio de Investigación "Eduardo Pérez", un galardón cuya dotación económica para el proyecto ganador asciende a 16.000 euros. Este premio tiene como objetivo promover y fomentar trabajos de investigación en el ámbito del olivar en todas sus áreas de conocimiento, reconociendo así la excelencia científica y el compromiso con el desarrollo y la innovación en el sector.

El plazo para presentar candidaturas finaliza el 15 de octubre y está dirigido a investigadores,

universidades, centros tecnológicos y equipos que desarrollen proyectos aplicables al mundo del olivar y el aceite de oliva virgen extra.

"Invertir en investigación y ciencia no es una opción, es una necesidad si queremos un futuro más competitivo, sostenible y justo para nuestro campo. Este premio representa nuestro compromiso con el conocimiento como motor de transformación del sector oleícola", ha señalado Moisés Caballero, secretario general de la DOP Estepa.

En anteriores ediciones, los proyectos premiados han abordado temáticas como el control de enfermedades del olivo mediante

técnicas sostenibles, el uso de la Inteligencia Artificial para la predicción de cosechas o el impacto del cambio climático en la calidad del aceite de oliva.

El premio se creó en 2017 con el objetivo de fomentar el conocimiento, la innovación y la mejora continua del sector oleícola; y lleva el nombre de Eduardo Pérez Pérez en homenaje a quien fue una figura esencial en el desarrollo de la cooperativa y un firme defensor del olivar tradicional, la calidad del aceite de oliva virgen extra y el compromiso con el entorno rural.

www.doestepa.com



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 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

1 Septiembre

- Del 1 al 3 de septiembre
**CURSO DE VERANO DE LA UNIA
SOBRE "AOVE. SALUD, MARKETING
Y MARIDAJE"**
Baeza (Jaén)
www.unia.es
- Del 2 al 5 de septiembre
WORLD FOOD ISTANBUL
Estambul (Turquía)
www.worldfood-istanbul.com/home
- Del 8 al 11 de septiembre
FINE FOOD AUSTRALIA
Sidney (Australia)
www.finefoodaustralia.com.au
- Del 9 al 10 de septiembre
SPECIALITY AND FINE FOOD FAIR
Londres (Reino Unido)
www.specialityandfinefoodfairs.co.uk
- Del 10 al 13 de septiembre
**43ª FERIA DE MAQUINARIA AGRÍCOLA
DE ÚBEDA**
Úbeda (JAÉN)
feriamaquinariaubeda@gmail.com
www.feriamaquinariaagricolaubeda.com
- Del 15 al 16 de septiembre
AUTÉNTICA PREMIUM FOOD FEST
Sevilla
www.autenticafoodfest.com
- Del 16 al 19 de septiembre
WORLD FOOD MOSCOW
Moscu (Rusia)
www.expoworldfood.com

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



Está pasando

La UNIA oferta tres actividades formativas sobre el sector oleícola en sus Cursos de Verano de la sede de Baeza

La Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) oferta tres actividades formativas destinadas al sector oleícola en su programación de los Cursos de Verano 2025 de la Sede Antonio Machado de Baeza (Jaén). Se trata de tres encuentros que tratan sobre el futuro del olivar tradicional, la caracterización sensorial de los aceites de oliva vírgenes extra y la cultura y el legado del olivar.

El curso "¿Tiene futuro el olivar tradicional?" se celebrará del 27 al 29 de agosto y está dirigido por Manuel Parras, catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Jaén (UJA). Esta actividad destacará la importancia de encontrar fórmulas que permitan aumentar la competitividad del olivar tradicional debido a su papel fundamental en la dinamización territorial, en términos no sólo de renta y empleo, sino también de sostenibilidad medioambiental.

El segundo de los encuentros, "AOVE, Salud, marketing y maridaje", se ha programado del 1 al 3 de septiembre y sus directoras son Mª Paz Aguilera, técnica especialista del Área de Agroindustria y Calidad Agroalimentaria en el Centro IFAPA de Mengíbar (Jaén), y Mercedes Uceda, directora de Calidad de IADA Ingenieros. Su finalidad es la iniciación del alumnado en la caracterización sensorial de los aceites de oliva vírgenes, su maridaje con los alimentos y la iniciación al marketing. También se analizará la influencia del AOVE en la salud y la formación incluirá prácticas de cata.

Finalmente, el tercer encuentro, "El arte del olivar: cultura y legado", se realizará del 3 al 5 de septiembre y está organizado por el Aula



Oleícola Innova. Está dirigido por Juan Vilar, CEO y fundador de VILCON, y Mª Jesús Hernández, catedrática de Organización de Empresas de la UJA. Su objetivo es tratar de acercar al alumnado las vinculaciones culturales a través de la historia de la humanidad, el arte y la cultura con el sector de elaboración de aceite de oliva.

El plazo de matrícula de los tres encuentros está abierto, por lo que los interesados en inscribirse pueden hacerlo a través del enlace www.unia.es/automatricula, mediante el registro electrónico <https://rec.redsara.es/registro/action/are/acceso.do> o presentando en el registro de la sede el impreso normalizado.

Los Cursos de Verano de la Sede Antonio Machado de Baeza se celebrarán en esta edición del 19 de agosto al 5 de septiembre, con una oferta de 15 cursos, de los cuales 10 son encuentros y cinco son cursos.

Para más información:
[www.unia.es/estudios-y-acceso/
oferta-academica/cursos-de-verano#sede-baeza](http://www.unia.es/estudios-y-acceso/oferta-academica/cursos-de-verano#sede-baeza)

Contigo en cada paso
AgroBank, más de 1.100 oficinas
y 3.000 especialistas en tu negocio

Si tienes a alguien
acompañándote,
todo es posible

Tu y yo. Nosotros.

AgroBank



UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

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



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



GP

González y París

La experiencia marca la diferencia

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

TALLERES GONZÁLEZ Y PARÍS, S.L.

Serie M6001 Utility: Agilidad y versatilidad van de la mano



M6001 Utility: El más inteligente de los tractores profesionales

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



kes.kubota-eu.com / @kubotaspain / #kubota

For Earth, For Life
Kubota