



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANTAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN

Editorial

El aceite de oliva, en modo pasarela

Por Pandora Peñamil Peñafiel

Desarrollan un sistema de gestión del riego con IA para combinar el uso de energía hidráulica y fotovoltaica en la agricultura
pág. 4

Análisis de las plantaciones de olivar en España: últimos datos
pág. 5

Mercado del aceite de oliva en China: oportunidades para el producto español
pág. 11

Más de 100 empresas ya han confirmado su presencia en Enoliexpo
pág. 12

Perú impulsa la competitividad de las empresas de aceite de oliva y aceituna de mesa
pág. 13

Impulsan sistemas de riego sostenible sin conexión a la red eléctrica
pág. 21

Citoliva impulsará la digitalización del olivar andaluz con dos jornadas técnicas en Geolit
pág. 27

El aceite de oliva virgen extra vive un momento comparable al de la alta costura. Igual que los diseñadores despliegan esta semana sus colecciones en la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid para marcar tendencias, el sector oleícola se prepara para mostrar sus innovaciones y propuestas en un calendario ferial que lo coloca en el centro de todas las miradas. El aceite de oliva ya no es sólo un producto de consumo: es un símbolo de identidad, cultura y estilo de vida que se exhibe con orgullo en los grandes escenarios internacionales. En esta “pasarela verde”, cada feria funciona como una colección con sello propio. El primer evento en abrir la temporada será la III Jornada de QvExtra! Internacional, el 25 de septiembre en Madrid. Allí se abordará el etiquetado saludable, un elemento que dota al AOVE de identidad y valor en los mercados, del mismo modo que una etiqueta de diseñador distingue y realza el prestigio de una prenda. Pocos días antes, Auténtica Premium Food (15 y 16 de septiembre en Sevilla) convertirá la alta gastronomía en lugar de encuentro entre industria, distribución, canal Horeca y retail. El aceite de oliva, icono de la Dieta Mediterránea, compartirá protagonismo con otros alimentos y bebidas de calidad en un escaparate que aúna tradición e innovación. Más adelante, en noviembre de 2025, el SITEVI de Montpellier celebrará su “Olive Day” con conferencias y clases magistrales sobre sostenibilidad, consumo y rentabilidad. Como en la moda, el reto no es sólo mar-



car tendencia, sino mantenerla sobre bases sólidas y realistas.

El calendario continuará en enero de 2026 con Enotécnica & Olitécnica, en Oporto. Este evento reunirá durante tres días a fabricantes y profesionales en torno a la innovación y el equipamiento, reforzando la proyección internacional del sector y generando oportunidades de negocio que abren nuevos canales de distribución.

Ya en marzo, Bari acogerá la séptima edición de Enoliexpo (19-21 de marzo de 2026), con más de un centenar de empresas confirmadas y un marcado carácter internacional. La feria se consolida como cita estratégica para el sur de Italia y los países mediterráneos, además de servir de complemento a Expoliva en España. Como en las grandes capitales de la moda, aquí se presentan las tecnologías y servicios que marcarán el futuro de la producción. Finalmente, en mayo de 2026, el Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA volverá a reunir a los expertos técnicos en una edición renovada, consolidando su papel como referencia para la innovación y la excelencia en los procesos. En definitiva, el AOVE está de moda. No como una tendencia pasajera, sino como un producto que ha sabido reinventarse, adaptarse a los nuevos lenguajes del consumo y brillar en el escenario global. Igual que en Madrid los focos iluminan a los diseñadores, en Sevilla, Montpellier, Oporto, Bari o Jaén lo hacen sobre productores, almazaras y marcas. La diferencia es que aquí la moda no se viste: se degusta y se comparte.



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 aceite de oliva en la regulación del tejido adiposo de médula ósea”
pág.16

**Fundadora:**

M. Dolores Peñafiel Fernández

Corresponsales:

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

Directora:

Pandora Peñamil Peñafiel

Redacción:

Alfredo Briega Martín
Cristina Revenga Palacios
redaccion@mercacei.com

Edita:

Mercacei
GRUPO EDITORIAL

CEO & Editor:

Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y Publicidad:

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

Secretaría de Redacción y

Publicidad: Estrella de la Lama
Alcaide

Administración: Cristina Álvarez
Llorente

Departamento Comercial:

Natalia de las Heras

Corresponsal Italia (Milán):

Daniela Capogna

Corresponsal América del Sur:

Leonardo Moral

Suscripción:

MERCACEI Semanal

(46 nos al año)

con MERCACEI Magazine

(Trimestral)

Anual: 236 €

(Extranjero: 290 €)

MERCACEI FAX

(sólo para los suscriptores de MERCACEI)

Anual: 155 €

(Extranjero: 250 €)

Depósito Legal:

M 28733 - 1994

ISSN

1134 - 525 X

Publicación confidencial para uso exclusivo de los suscriptores.

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

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



sumario

- 1 Editorial
- 2 Sumario
- 3 Análisis de Mercado
- 4 ACTUALIDAD
 - IA
 - Agronomía
- 6-10 Mercado
 - Formación
- 12 ACTUALIDAD
 - Exportaciones
 - Ferias
 - Internacional
 - Salud
 - Cadena alimentaria
 - Medio ambiente
- 21 Comercio Exterior
- 24 Precios en el lineal
- 26 Anuncios Breves
- 27 Agenda

Diversidad

OLIVA-R busca preservar y valorizar la diversidad del olivar aragonés

Coordinado por la Fundación Innovación y Transferencia de Aragón (FITA), el proyecto OLIVA-R impulsa la identificación, caracterización genética y valorización de variedades locales resilientes de olivo en Aragón para obtener aceites de oliva vírgenes extra monovarietales y aceitunas de mesa diferenciadas con fuerte identidad territorial.

El proyecto -que se prevé que finalice en 2028- también se enfoca en la identificación de variedades resistentes a la sequía y adaptadas a secanos marginales de Aragón.

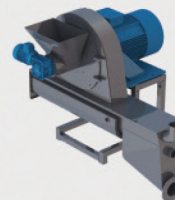
Esta iniciativa persigue mejorar la competitividad y viabilidad del sector olivarero aragonés.

En este proyecto aportan su experiencia científica la investigadora M^a José Rubio Cabetas y la responsable del Laboratorio de Microbiología y Parasitología del Área de Laboratorios de Análisis y Asistencia Tecnológica del Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA),

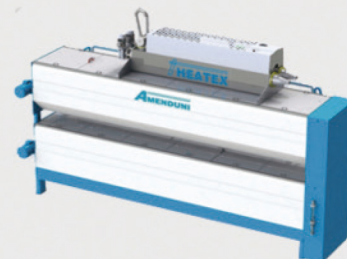
María Fernanda Enseñat.



EVO LINE
NUEVO DECANTER



NUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



HEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR
DE ALTA EFICIENCIA



REX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO



High quality is our standard

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

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





Aceite de oliva

Tranquilidad y reducida operatividad

La Agencia de Información y Control Alimentarios (AICA) ha hecho públicos los datos provisionales del mercado del aceite de oliva en agosto, undécimo mes de la campaña 2024/25, de los que se desprende que la producción acumulada es de 1.415.380 t. Por su parte, las salidas se sitúan en 105.215 t., sin incluir las importaciones.

En total, las existencias se sitúan en 404.613 toneladas, de las cuales 235.427 t. se encuentran en almazaras; 165.842 t. en envasadoras; y 3.344 t. en el Patrimonio Comunal Olivarero.

El mercado del aceite de oliva atraviesa una semana tranquila y estable, con una oferta firme que apenas cede y una demanda limitada a cubrir necesidades puntuales. La tónica se repite en las principales zonas productoras, donde predomina la calma, con escasa operatividad en algunas provincias y una tendencia general de precios sostenidos tanto en lampante como en virgen y virgen extra.

Jaén

Mercado tranquilo en una semana donde la oferta se sigue mostrando firme y la demanda únicamente opera para satisfacer necesidades puntuales, siendo el lampante y el AOVE de calidad las categorías que más interés despiertan. En este contexto, el lampante se establece a 3.450 €/t.; el virgen, a 3.500/3.600 €/t.; el AOVE, a 4.000/4.300 €/t.; y el refinado, a 3.550 €/t.

Córdoba

Mayor firmeza en el mercado y menor disponibilidad, con una oferta firme que atiende a una demanda tranquila que se dedica a picotear y satisfacer necesidades a corto plazo. Así, el lampante se oferta a 3.400/3.450 €/t.; el virgen, a 3.550/3.600 €/t.; el AOVE, a 4.100/4.300 €/t.; y el refinado, a 3.550 €/t.



Sevilla

Misma tónica que en la semana anterior, con una mayor firmeza en el lampante. Oferta firme y demanda que únicamente satisface necesidades puntuales, sin registrarse grandes partidas. En este sentido, el lampante se sitúa a 3.400/3.450 €/t.; el virgen, a 3.600/3.700 €/t.; el refinado, a 3.450/3.500 €/t.; y el AOVE, a 4.000/4.500 €/t.

Málaga

Cotizaciones meramente orientativas en una semana de muy reducida operatividad debido, entre otros motivos, a las fiestas populares de los pueblos. En este contexto, el lampante se establece a 3.300/3.400 €/t.; y el virgen extra, a 4.200/4.500 €/t.

Castilla-La Mancha

Mercado estable donde únicamente se compra por estricta necesidad. A la espera de conocer las salidas de agosto, y sin perspectivas de lluvias en las próximas semanas, la oferta se mantiene firme. Así, el virgen se establece a 3.800/3.900 €/t.; y el AOVE, a 4.000/4.500 €/t.

Extremadura

Semana muy similar a la anterior, con un mercado estable donde compradores y vendedores esperan el inicio de la cosecha. En este sentido, el lampante se oferta a 3.300/3.400 €/t.; el virgen, a 3.500/3.600 €/t.; y el AOVE, a 4.000/4.400 €/t.

Valencia

Tranquilidad absoluta en una semana caracterizada por la firmeza de una oferta que no cede y el escaso interés de la demanda que sólo compra por estricta necesidad, a la espera de conocer el alcance de los datos de producción y salidas. Así, el lampante se sitúa a 3.400 €/t.; el virgen, a 3.600 €/t.; el AOVE, a 4.200 €/t.; y el refinado, a 3.500 €/t.



- Mayor cercanía con el cliente
- Máxima eficiencia energética gracias al revolucionario motor IES
- Gestión inteligente con mantenimiento predictivo y conectividad avanzada

PIERALISI
CIRCULAR THINKING
www.pieralisi.com



Desarrollan un sistema de gestión del riego con IA para combinar el uso de energía hidráulica y fotovoltaica en la agricultura

A través del proyecto HY4RES (Hybrid Solutions for Renewable Energy Systems), un consorcio europeo está desarrollando soluciones para que explotaciones agrarias, piscifactorías, puertos y comunidades energéticas puedan suplir su demanda energética combinando distintos tipos de energía renovable (solar, eólica, hidráulica). Las entidades que participan en el proyecto -que forma parte del programa de cooperación transfronteriza Interreg Atalantic Area- van a poner en marcha cuatro plantas piloto en Irlanda, España y Portugal para comprobar que estos sistemas funcionan en condiciones reales.

En concreto, el grupo de investigación de la Universidad de Córdoba (UCO) que participa en el proyecto está diseñando un sistema de gestión que utiliza Inteligencia Artificial para optimizar y combinar el uso de dos energías renovables -hidráulica y fotovoltaica- en explotaciones agrícolas.

Esta tecnología es capaz de predecir tanto la producción de energía renovable como la necesidad que va a tener el sistema a una semana vista; así como de combinar esas dos predicciones para recomendar el uso más apropiado de la energía disponible.

El modelo ha sido entrenado con datos locales de demanda y producción a partir de mediciones en la propia instalación, que cuenta con una planta solar, múltiples sensores y una estación climática, lo que hace que sus predicciones sean más exactas que las de otros sistemas, según ha precisado el centro cordobés.

Por el momento, la tecnología se va a probar en una planta piloto que se instalará en el valle inferior del Guadalquivir, que el equipo confía en terminar a finales de julio. Esta planta combinará tres fuentes de energía: solar fotovoltaica, microhidráulica y convencional, para conseguir un suministro constante de energía a un precio asequible que mantenga la rentabilidad de las explotaciones de regadío.

Energía hidráulica y fotovoltaica: el futuro del regadío autónomo y sostenible

Las comunidades de regantes son uno de los sectores que más podrían beneficiarse de la autonomía energética que ofrecen las

Intermediario de aceite de oliva

**Ramón
Alcalá**

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

renovables, ya que demandan mucha energía para alimentar sus sistemas de riego.

“Cubren amplios territorios y, en ocasiones, con una gran diferencia en elevación. En estos casos el consumo energético es muy grande”, han explicado Juan Antonio Rodríguez Díaz y Jorge García Morillo, investigadores de Ingeniería Hidráulica de la UCO.

Además, en un contexto de cambio climático, donde las sequías y los fenómenos climáticos extremos son cada vez más frecuentes, cabe esperar que el regadío sea cada vez más importante y se ponga en valor su huella de carbono.

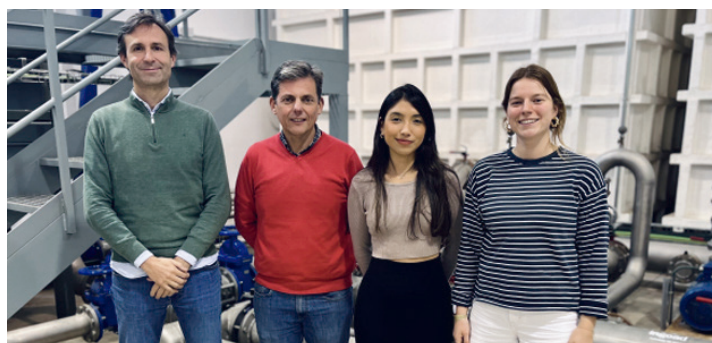
La mayor limitación de este tipo de energías es que son intermitentes y las comunidades de regantes deben dar servicio durante las 24 horas del día -también por la noche, cuando no hay energía solar-. Por tanto, las energías renovables no son capaces de cubrir toda la demanda de estas instalaciones aunque sí reducen considerablemente el uso de energías convencionales. “Es un complemento muy importante”, han considerado Rodríguez y Gar-

cía, quienes han puesto como ejemplo el piloto del valle inferior del Guadalquivir, que suministra agua a aproximadamente 20.000 hectáreas y más del 50% de la energía proviene de fuentes renovables.

Según la UCO, una solución es usar baterías para almacenar la energía, pero la tecnología es costosa. Otra opción que propone el proyecto consiste en combinar distintos tipos de energías renovables, como la solar y la hidráulica.

En un proyecto anterior, REDAWN, el mismo equipo de investigación consiguió sustituir un grupo generador diésel habitual cuando el sistema no está conectado a la red eléctrica por energías renovables, gracias a la generación de energía a través de los excesos de presión en un hidrante de riego mediante una bomba funcionando en modo inverso, como si fuera una turbina.

Con este enfoque, el proyecto HY4RES busca demostrar que es posible avanzar hacia una agricultura más sostenible reduciendo su dependencia energética de fuentes de energía convencionales. “La combinación de fuentes de energías renovables puede convertirse en una herramienta clave para garantizar el riego en un escenario marcado por el cambio climático y el aumento de la presión sobre los recursos energéticos. La UCO seguirá colaborando con sus socios europeos para llevar esta transición al terreno”, ha concluido.





Análisis de las plantaciones de olivar en España: últimos datos

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) ha publicado un informe sobre la situación de las plantaciones de olivar en España durante el periodo 2015-2024 que revela que el 88,5% de las plantaciones de olivar en nuestro país están en producción, el 5,9% del olivar corresponde a plantaciones jóvenes aún no productivas y el 4,9% presenta signos de abandono.

Este informe precisa que en 2024 se registró uno de los mayores incrementos de superficie de olivar en los últimos seis años, con un aumento del 1,51% respecto al año anterior (hasta 2.830.330 ha.). Este crecimiento sólo es equiparable con los registrados en 2018 y 2019, ya que en el resto de ejercicios el aumento anual de superficie no superó el 1%.

El olivar en España se distribuye principalmente en las zonas este, sur y suroeste de la península. Andalucía destaca como la región de mayor relevancia, con el 60,2% de la superficie total a nivel nacional (1.704.492 ha.). Le siguen en importancia, Castilla-La Mancha (16,3%, hasta 460.457 ha.) y Extremadura (10,6%, hasta 300.569 ha.). Las demás Comunidades Autónomas representan el 12,9% de la superficie nacional dedicada al olivar.

Los datos del MAPA apuntan que el olivar es el cultivo que ocupa la mayor superficie regada en España, con un total de 910.821 hectáreas, lo que representa el 32,18% de su superficie total.

El sistema de riego más utilizado es el riego localizado, representando más del 95% de la superficie regada. A pesar de la disminución en 2022 debido a la severa sequía, este sistema ha mostrado un crecimiento constante año tras año, implantándose en 167.160 nuevas ha. desde 2015.

Estados de producción

En cuanto a la distribución de la superficie de olivar según los estados de producción, el informe señala que las plantaciones comerciales -es decir, las nuevas plantaciones, las jóvenes y las que están en producción- se concentran principalmente en Andalucía, Castilla-La Mancha y Extremadura, regiones oleícolas por ex-

LEONARDO D'ERRICO

610 78 51 92

Brokerage Olive Oil

ACEITES TUCCITANOS

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

celencia que albergan el 88,9% del olivar productivo y el 87,1% del olivar total nacional. También en estas tres Comunidades se encuentra el 90,2% de las plantaciones de primer año.

Las plantaciones en estado de abandono adquieren relevancia en Andalucía (26,53%), Cataluña (20,90%), Castilla-La Mancha (16,34%), Comunidad Valenciana (11,93%) y Extremadura (11,09%); mientras que las plantaciones no comerciales están presentes fundamentalmente en Andalucía (51,6%) y Extremadura (25,2%). En Castilla-La Mancha, sin embargo, apenas están presentes (0,9%).

En Andalucía y Castilla-La Mancha se concentran en su conjunto el 81,3% de las plantaciones jóvenes.

La cubierta vegetal espontánea es la principal técnica de mantenimiento del suelo utilizada en España en el año 2024 en el cultivo del olivar, lo que representa el 41,3% de su superficie. A

continuación, se sitúa el laboreo mínimo (30,9%), el no laboreo (9,3%) y el laboreo tradicional (9,3%). El resto de cu-

biertas sólo están presentes en el 9,2% de la superficie de olivar.

Por variedades, la picual es la predominante a nivel nacional, seguida por la hojiblanca, arbequina y cornicabra en olivar de transformación. La manzanilla de Sevilla es la más importante en olivar de mesa y la hojiblanca también destaca en olivar de doble aptitud.

Edad de plantación

Respecto a la edad de plantación, los datos del MAPA se centran en las plantaciones comerciales, reduciéndose a 2.671.278 ha. de olivar en 2024. Así, el 49,8% del total del olivar productivo en España tiene una edad superior a 50 años. Dentro de éste es el olivar de transformación, con el 44,1% del olivar total, el que ocupa la mayor parte de superficie del país.

A su vez, el 4,5% de las plantaciones son jóvenes (menores de 5 años).

Respecto a la distribución de las distintas edades del olivar por sistema de cultivo -secano y regadío-, en todos los estratos predomina el cultivo en secano, si bien es cierto que en las plantaciones jóvenes la superficie se reparte a partes iguales entre secano y regadío.

En las plantaciones de los últimos cuatro años se ha venido implantando el regadío como sistema de cultivo; y en las plantaciones más consolidadas, con más de 50 años, el 75,7% de la superficie no se riega.



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

d
e

A
c
e
i
t
e
s

y

G
r
a
s
a
s

		EUROS/T. SEMANA 8/14 septiembre '25 (Cierre día 4 sept. '25)	EUROS/T. SEMANA 15/21 septiembre '25 (Cierre día 10 sept. '25)
J A É N	ANDALUCÍA	€/t.	€/t.
	Lampante, base 1º	3.400	3.450
	Virgen	3.500/3.600	3.500/3.600
	Virgen extra	4.000/4.300	4.000/4.300
	Refinado	3.500/3.550	3.550
C Ó R D O B A	Lampante, base 1º	3.350/3.400	3.400/3.450
	Virgen	3.450/3.550	3.550/3.600
	Virgen extra	4.000/4.200	4.100/4.300
	Refinado	3.500	3.550
S E V I L L A	Lampante, base 1º	3.400	3.400/3.450
	Virgen	3.600/3.700	3.600/3.700
	Virgen extra	4.000/4.500	4.000/4.500
	Refinado	3.450/3.500	3.450/3.500
G R A N A D A	Lampante, base 1º	3.400	3.450
	Virgen	3.500/3.600	3.500/3.600
	Virgen extra	4.000/4.300	4.000/4.300
M Á L A G A	Lampante, base 1º	3.400	3.300/3.400
	Virgen	Sin oper.	Sin oper.
	Virgen extra	4.200/4.500	4.200/4.500
T O L E D O	CASTILLA-LA MANCHA		
	Virgen	3.800/3.900	3.800/3.900
	Virgen extra	4.000/4.500	4.000/4.500
L É R I D A Y T A R R A G O N A	Virgen extra (DOP)	Sin oper.	Sin oper.
A L I C A N T E	COMUNIDAD VALENCIANA		
	Lampante, base 1º	3.300	3.400
	Virgen	3.500	3.600
	Virgen extra	4.100	4.200
	Refinado	3.400	3.500
B A D A J O Z	EXTREMADURA		
	Lampante, base 1º	3.300/3.400	3.300/3.400
	Virgen	3.500/3.600	3.500/3.600
	Virgen extra	4.000/4.400	4.000/4.400

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

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

agroisa
maquinaria|servicios

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

Camara
innovación tecnológica
agroisa.com

Grinn
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

EUROS/T.
SEMANA
8/14 septiembre '25
(Cierre día 4 sept. '25)

EUROS/T.
SEMANA
15/21 septiembre '25
(Cierre día 10 sept. '25)

SEVILLA

ANDALUCÍA

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10º	1.300	1.300
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.100/2.200	2.100/2.200

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL (Sobre origen a granel)

Crudo	Sin oper.	Sin oper.
Refinado	1.250	1.350

ACEITE DE SOJA (Sobre origen cisternas)

Crudo	1.090	1.090
Refinado	1.240	1.240

ACEITE DE SEMILLAS

Refinado	1.250	1.350
----------	-------	-------

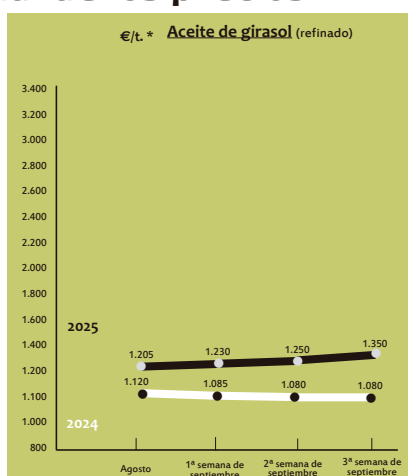
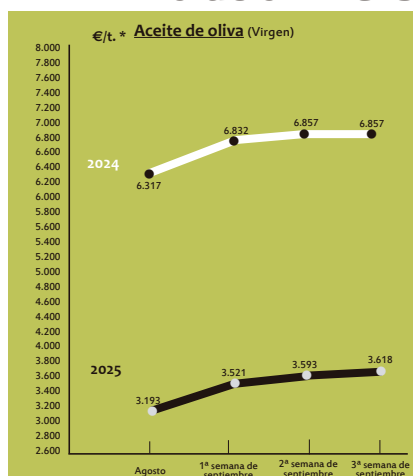
Oleínas y Ácidos grasos

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

(Estos precios se entienden sin envase sobre fábrica).

Sin oper.	Sin oper.
Sin oper.	Sin oper.
Sin oper.	Sin oper.

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
8/14 septiembre '25
(Cierre día 4 sept. '25)EUROS/KG.
SEMANA
15/21 septiembre '25
(Cierre día 10 sept. '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)	1.100	1.100
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.120	1.120
ACEITE DE COCO (refinado)	2.670	2.670
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.440	1.440
ACEITE DE PALMISTE	2.250	2.250
ACEITE DE MAÍZ	1.350	1.350
ACEITE DE COLZA	1.290	1.290
ACEITE DE RICINO	1.260	1.260
ACEITE DE PESCADO refinado	4.500	4.500

*Precios orientativos.

Características de los aceites y las grasas industriales

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

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

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

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

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

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

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

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

JOSÉ MARÍA PUERTO CASTRO

AGENTE COMERCIAL COLEGIADO ESPECIALIZADO EN ACEITES

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

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



Mercado internacional

Cotizaciones de Aceites y Grasas

ITALIA

SUR DE
PUGLIA

	EUROS/KG. SEMANA 8/14 septiembre '25 (Cierre día 4 sept. '25)	EUROS/KG. SEMANA 15/21 septiembre '25 (Cierre día 10 sept. '25)
ACEITE DE OLIVA virgen extra	8,50	8,50
ACEITE DE OLIVA refinado	3,55	3,60
ACEITE DE OLIVA lampante	2,70/3,00	2,70/3,00

ACEITE DE ORUJO refinado	2,15	2,15
ACEITE DE GIRASOL refinado	1,26	1,26
ACEITE DE MAÍZ refinado	1,30	1,30
ACEITE DE SOJA refinado	1,40	1,40
ACEITE DE CACAHUETE refinado	1,85	1,85

NORTE DE
PUGLIA
& CALABRIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	9,30/9,40	9,30/9,40
ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.

TÚNEZ

MARRUECOS

TURQUÍA

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,90/4,10	3,90/4,10
ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,80/5,50	3,80/5,50
ACEITE DE OLIVA refinado	3,30/3,40	3,30/3,40

GRECIA

ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	4,50/4,70	4,70/4,90
ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por 25 Olio Officina Magazine)	4,35/4,50	4,60/4,70

PORTUGAL

ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,90/4,20	3,90/4,20
------------------------------	-----------	-----------

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (10 de septiembre 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





Formación

La UNIA oferta tres microcredenciales para el sector oleícola sobre subproductos, IGP's y agroindustria de precisión

La Universidad Internacional de Andalucía (UNIA) oferta en la Sede Antonio Machado de Baeza (Jaén) tres microcredenciales destinadas al sector agroalimentario y de forma particular al sector oleícola. Las dos primeras comenzarán el 19 de septiembre: “Generación de nuevas oportunidades de negocio en el campo de los subproductos del olivar y sus industrias”, dirigida por José Antonio La Cal, de Bioliza y la Universidad de Jaén (UJA); y “Reconocimiento administrativo de las indicaciones geográficas”, cuyo director es Ángel Martínez Gutiérrez, catedrático de la UJA.

En concreto, “Generación de nuevas oportunidades de negocio en el campo de los subproductos del olivar y sus industrias” se imparte en modalidad virtual hasta el 29 de noviembre, y se sustenta en la necesidad de formar nuevos perfiles profesionales capacitados para generar valor añadido a través de diferentes estrategias de aprovechamiento de los subproductos del olivar, tanto a nivel de campo como industrial, do-

tándoles de una visión global y transversal desde los puntos de vista técnico, económico, social, gerencial o financiero.

Por su parte, “Reconocimiento administrativo de las indicaciones geográficas” se imparte en modalidad semipresencial hasta el 25 de octubre. Sus objetivos son identificar los productos susceptibles de valorización a través de los sellos de calidad, y, especialmente, las IGP's; conocer el procedimiento encaminado a su reconocimiento administrativo mediante la preceptiva inscripción registral; analizar la constitución y funcionamiento del órgano de gestión, promoción y defensa, así como el estatuto jurídico de los inscritos en el mismo.

Finalmente, la tercera microcredencial, “Agroindustria de precisión”, se ha programado del 26 de septiembre al 26 de octubre, en modalidad semipresencial. Entre sus finalidades figuran hacer comprender al alumnado los fundamentos de la agricultura de precisión y su aplicación en la agroindustria.



J. Morales Navas
comercial aceitera s.l.u

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

MATERIAS PRIMAS PARA *piensos compuestos*

PRECIOS	
HARINAS	€/t.
Harina de soja (s. fábrica).....	385
Harina de girasol (integ.) (abril).....	280
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	1.550
Dólares/t.	
Harina de pescado, de Perú	s/c
Harina de soja (Buenos Aires)	s/c
(Precios cif Rotterdam)	
CEREALES	€/t.
(Estos precios son en origen)	
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 **1.044,25** centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a **1.027,50**.

◆ Precios: Futuros enero.

Harina de soja: **283,20** dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba **285,10**.

◆ Precios: Futuros octubre.

Aceite de soja: Cerraba a **50,43** centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a **52,49**.

◆ Precios: Futuros octubre.

Maíz: Terminó la semana a **398,75** centavos/bushel, habiendo comenzado a **382,75**.

◆ Precios: Futuros septiembre.



Mercado del aceite de oliva en China: oportunidades para el producto español

El mercado chino de aceite de oliva muestra señales de estabilización tras la subida de precios y mantiene una proyección de crecimiento sostenido, impulsado por el interés en hábitos de vida saludables y la expansión de las ventas *on line*, especialmente en plataformas como Douyin (Tiktok) o Xiaohongshu (RedNote). Aunque se prevé un aumento de la producción local, los altos costes y las limitaciones geográficas aseguran la dependencia de las importaciones en el medio plazo, según un estudio de ICEX España Exportación e Inversiones.

España fue el principal suministrador de aceite de oliva en China entre 2020 y 2024, con una participación de mercado promedio del 87,6%. En 2024, el volumen de aceite español exportado a China fue de 17.200 toneladas, con un valor de 134,1 millones de euros, de las cuales un 56,9% correspondieron a aceite de oliva virgen y un 41,8% a aceite de oliva.

El informe destaca que el encarecimiento del aceite de oliva español no se tradujo en una pérdida de participación en el mercado chino, ya que no se observó un crecimiento relevante en otros proveedores.

Y es que España ocupa una posición dominante al concentrar más del 80% de las importaciones y gozar de una imagen positiva vinculada a la calidad, la salud y la tradición. Sin embargo, este estudio indica que la visibilidad de la marca país es

reducida, ya que muchas marcas locales comercializan aceite español sin resaltar su origen, proyectando en su lugar una imagen de exclusividad y producto gourmet. “Esto dificulta la consolidación de España como referencia explícita en la percepción del consumidor chino”, añade.

Los mayores obstáculos que enfrenta el aceite de oliva es el desconocimiento de la población sobre su elevado valor nutricional y su alto precio de venta en el mercado chino. Este último punto es determinante, ya que el estudio evidencia una alta sensibilidad de la demanda a los cambios en el precio. Factores como la marca, el origen y el canal de regalo son elementos clave que los consumidores tienen en consideración a la hora de adquirir estos productos.

En cuanto a los canales de distribución, el aceite de oliva se vende principalmente en supermercados e hipermercados (68,5%) y tiendas tradicionales (17,8%). Respecto al canal *on line*, si bien únicamente ocupa un 11,8% de las ventas en retail, ha mostrado un crecimiento sostenido durante los últimos años y se prevé que siga aumentando su cuota de

mercado. Finalmente, el canal Horeca abarca restaurantes de alto nivel de estilo mediterráneo u occidental, así como cadenas de hoteles de lujo o españolas.

A su juicio, las oportunidades para las empresas españolas en China son claras y se centran en tres ejes: el aumento de la clase socioeconómica media-alta y su interés en productos gourmet, la búsqueda de alimentos saludables y la demanda de experiencias culinarias ligadas a la cocina mediterránea.

Para aprovecharlas, el informe considera clave reforzar la asociación entre aceite de oliva y gastronomía española, adaptando la comunicación y el packaging al consumidor local, así como potenciar la venta en canales digitales y en el sector Horeca. “Las empresas españolas cuentan con una ventaja competitiva en precio frente a Italia y Grecia, además de un prestigio consolidado, pero deberán invertir en promoción cultural y en estrategias diferenciadas para consolidar su marca país y refrendar su posición en un mercado en el que la competencia y la producción local seguirán creciendo”, apunta.



INDUSTRIAS DE LA ROSA

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

indusriasdelarosa@industriasdelarosa.com

MOLINO TRITURADOR

TERMOBATIDORA

CONJUNTO BATIDORA CON MOLINO PARA MOLTURACIÓN POR LOTES

BOMBA PARA TRASIEGO

CALDERA DE BIOMASA

FABRICANTES MARCA ESPAÑA

WWW.INDUSTRIASDELAROSA.COM



Más de 100 empresas ya han confirmado su presencia en Enoliexpo

Con una participación cada vez más amplia de empresas -ya están confirmadas más de 100, muchas de ellas aumentando su superficie expositiva-, la próxima edición de Enoliexpo se perfila como una cita imprescindible para el sector, según sus organizadores. Esta feria internacional de maquinaria, tecnologías, productos y servicios para la producción oleícola y vitivinícola celebrará su séptima edición en Bari (Italia) del 19 al 21 de marzo de 2026.

“Se trata de una respuesta extraordinaria que consolida el prestigio de Enoliexpo como punto de referencia internacional y refleja las grandes expectativas de las empresas que quieren ser protagonistas de una edición llamada a superar todos los récords”, han resaltado desde la organización.

Todo apunta a una edición que superará a la anterior, mostrando lo mejor de la innovación en ambos sectores agroalimentarios y ofreciendo a los profesionales soluciones de vanguardia, desde el campo hasta las almazaras y bodegas.

La feria, que se celebra en Bari, capital de Puglia -región responsable de la mitad de la producción nacional de aceite y también líder en vino-, se consolida como un evento estratégico, capaz de conectar con todo el centro-sur de Italia y los países que bordean el Mediterráneo. “Enoliexpo se posiciona así como la cita imprescindible, alternativa y complementaria a Expoliva, en Jaén, que tiene lugar en los años impares”, han subrayado.

Enoliexpo se presenta como una feria con un fuerte acento internacional, con la partici-

pación de numerosos operadores procedentes de países europeos de tradición olivarrera, de los Balcanes y del norte de África. Para potenciar esta dimensión internacional, desde la organización se mantienen estrechos contactos con la ITA (Italian Trade Agency) con el fin de seleccionar buyers interesados en conocer y adquirir la tecnología más avanzada disponible en el mercado.

“Enoliexpo ofrece a los profesionales lo más innovador en las cadenas de producción de aceite y vino, brindando a los expositores la oportunidad de planificar una presencia que maximice la visibilidad y genere resultados concretos ante un público profesional que superó los 10.000 visitantes en la edición anterior”, han concluido.

¿Qué quiere el consumidor de hoy y cómo pueden conseguirlo las marcas de distribuidor?

La Cumbre Anual de Marcas de Distribuidor de la PLMA, que tendrá lugar en Copenhague (Dinamarca) los días 28 y 29 de octubre, reunirá a minoristas, fabricantes y responsables de la toma de decisiones de todo el sector para estudiar cómo las marcas de distribuidor pueden pasar de alternativas basadas en el precio a marcas basadas en la fidelidad que establezcan relaciones más cercanas y duraderas con los consumidores.

“Con unas relaciones más sólidas, las marcas de distribuidor pasan de ser transaccionales a convertirse en marcas de confianza”, ha afirmado Peggy Davies, presidenta de la PLMA.

En concreto, Kantar inaugurará la conferencia con una ponencia sobre cómo las empresas están utilizando la IA y los datos de los clientes para anticipar tendencias, proteger sus márgenes y atraer a los consumidores en un entorno minorista en rápida evolución; mientras que el Institut for Kundetyper desvelará los factores emocionales del comportamiento del consumi-

dor, utilizando herramientas académicas para estudiar los hábitos de compra inconscientes y ayudar a los minoristas a tomar decisiones conscientes y estratégicas dadas que se ajusten a los deseos latentes de los clientes.

Asimismo, Dunnhumby, la empresa de ciencia de datos de clientes que está detrás de la estrategia de fidelización de Tesco, presentará casos reales sobre cómo las marcas de distribuidor están impulsando el compromiso y la resistencia de los clientes en tiempos de incertidumbre económica.

Por su parte, Simon-Kucher & Partners hablará del paso de la excelencia operativa a la comercial, mostrando cómo la estrategia de precios, el valor percibido y la comprensión del cliente pueden impulsar el crecimiento de las marcas de distribuidor; y United Nordic, la principal alianza de compras de la región nórdica, demostrará las ventajas de una estrategia transfronteriza de marcas de distribuidor, haciendo énfasis en cómo la cooperación puede agilizar las ope-

raciones y los esfuerzos de sostenibilidad.

Además, Agristo, proveedor de marcas de distribuidor al 100%, compartirá su historia de éxito, demostrando cómo una mentalidad que da prioridad al consumidor impulsa la innovación y crea asociaciones a largo plazo con los minoristas; y Rema 1000 Noruega presentará un estudio sobre cómo el minorista está marcando la diferencia en el desafiante mercado actual.

La jornada concluirá con un debate sobre los principales aprendizajes y cómo aplicarlos en su organización, dirigida por expertos del sector como Coop Denmark y el fabricante Nopa Nordic.

La Cumbre comenzará con una presentación del mercado a cargo de Euromonitor en la que se destacan las tendencias y oportunidades del panorama minorista escandinavo, seguida de visitas a las tiendas de los principales supermercados y tiendas de descuento danesas, que ofrecen a los participantes una visión de primera mano de las marcas de distribuidor en acción.



Australia, un mercado estratégico para el aceite de oliva andaluz

El mercado australiano de alimentos y bebidas constituye una oportunidad estratégica para los exportadores de productos gourmet, genuinos y de vanguardia. Entre los productos andaluces con mayor presencia en este país destacan el aceite de oliva y la aceituna de mesa, según Andalucía TRADE, que apunta que la clave en este mercado reside en la diferenciación y la apuesta por productos Premium, ecológicos, veganos, sin gluten o de especialidad regional.

En lo que respecta al sector de la alimentación y las bebidas, el mercado australiano valora aquellos productos de calidad que cuentan con una imagen bien diferenciada, ya sea por su singularidad en sabor y elaboración, como por su respeto al medio ambiente mediante empaquetados sostenibles, o por tener un distintivo ecológico o *bio*. En concreto, los productos más exclusivos, como el aceite de oliva virgen extra, tienen mejores posibilidades de éxito en el mercado.

Los informes de Andalucía TRADE señalan que Australia es un destino atractivo



para las empresas del sector de la alimentación y las bebidas, ya que su amplia base de consumidores de origen multicultural se identifica con una marcada predilección por los productos de alta calidad y valora la innovación y la diversidad en sus experiencias culinarias. El auge de la Dieta Mediterránea, unido al creciente interés por la gastronomía española, ha potenciado la demanda de ingredientes y productos procesados de origen nacional.

En concreto, el organismo andaluz ha organizado la asistencia de seis empresas del

sector agroalimentario -entre ellas productoras de aceite de oliva- a la 41ª edición de Fine Food de Australia, que tiene lugar del 8 al 11 de septiembre en el espacio expositivo ICC Sydney. Esta muestra reúne a más de 850 expositores y cerca de 26.000 visitantes de más de medio centenar de países.

En el marco de la muestra, las empresas andaluzas han tenido la oportunidad de celebrar alrededor de una treintena de reuniones de negocios con importadores. Además, se han celebrado otra decena de entrevistas preparadas por la agencia pública en Melbourne. Con esta misión comercial se da continuidad a la estrategia de diversificación de mercados de Andalucía TRADE, que tiene como fin impulsar las ventas de alimentos y bebidas más allá de sus mercados naturales, Europa y América.

Las empresas participantes proceden de Almería (Luxepars), Málaga (Azzayt), Córdoba (Almazaras de la Subbética) y Sevilla (Palacio Oliaxi, Oleoestepa y Grupo Ybarra Alimentación).

Perú impulsa la competitividad de las empresas de aceite de oliva y aceituna de mesa



Con el objetivo de fortalecer la competitividad de las empresas agroindustriales de la región, la Dirección Regional de la Producción (DIREPRO) del Gobierno Regional de Tacna realizó recientemente una visita técnica a dos empresas procesadoras de aceituna de mesa en el distrito de La Yarada Los Palos.

y se entregó material informativo sobre los Principios Generales de Higiene (PGH), con el fin de que las empresas puedan iniciar su proceso de implementación y posterior certificación.

Este acompañamiento forma parte del trabajo previo al lanzamiento del Progra-

Durante la visita, el equipo técnico de la DIREPRO evaluó las condiciones actuales de las plantas de procesamiento. Además, ofreció asistencia técnica

ma Regional de Certificación en Principios Generales de Higiene (PGH), el cual se anunciará próximamente.

Este programa permitirá que las empresas agroindustriales de Tacna, especialmente aquellas que trabajan con productos bandera -como la aceituna de mesa o el aceite de oliva- puedan inscribirse, recibir asistencia técnica especializada y acceder a la certificación PGH, "elevando así sus estándares de calidad e inocuidad", destacó la DIREPRO.

Desde el Gobierno Regional de Tacna reafirmaron el compromiso de promover la mejora continua en el sector agroindustrial y posicionar los productos de la región en mercados más competitivos y exigentes.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow
LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

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

SpectraAnalyzer ZEUTEC Sistema Polytec Polytex

www.axflow.es

DEPÓSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN

MANZANO Flottweg

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

WWW.CALDERERIAAMANZANO.NET

SERIJEREZ
DECORACIÓN EN VIDRIO

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

tecnilab
tecnología analítica

La solución integral para su almazara

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

ENVASES/ENVASADO

AUTELEC
TECNOLOGÍA, S.L.

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

EXTRACCIÓN

centrifugación alemana

La extracción convertida en arte.

BOMBAS

bombas **TRIEF** desde 1967

Bombas de aletas de desplazamiento positivo para aceites vegetales

ventas@bombastrief.es
www.bombastrief.es

Codi - Pack
MARCAJE Y CODIFICACIÓN, S.L.

20 AÑOS SOLUCIONANDO SUS PROBLEMAS DE LLENADO Y ETIQUETADO

www.codi-pack.com

Palacín

Desde más de 100 años, ANDRITZ GENERATION se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y componentes clave en el sector de la extracción. Con más de 10.000 especialistas por todo el mundo en todos los niveles, ANDRITZ GENERATION es uno de los líderes mundiales en el suministro de centrifugación.

Con instalaciones de 80 años, estas instalaciones representan una gran inversión en tecnología y en capacidad para el sector oleícola, cumpliendo con los más altos estándares de seguridad.

PALACÍN incorpora en su línea de extracción continua todo gran tamaño y se convierte en el proveedor exclusivo de ANDRITZ GENERATION para España y Portugal.

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

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

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

POLAT
Logra Grandes Cosas en Espacios Pequeños

LÍNEAS PARA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

www.polatas.com.tr

Llenadora semi-automática Semi-automatic fillers

CAUDALÍMETROS DE ALTA PRECISIÓN HIGH ACCURACY FLOWMETERS

EXPERIENCIA EXPERIENCE

50 AÑOS 40 PAÍSES YEARS COUNTRIES

Ausere

Tel: +34 976 50 43 40 - Fax: +34 976 50 43 31
ausere@ausere.es
C/Comercio, 26, 50430 Cueta de Huerva Zaragoza ESPAÑA / SPAIN

www.ausere.es

FÁBRICA Y ALMACÉN
Área Vicente Piñero nº 12
14650 BAENA (Córdoba)
Telf: 0034 957 665 115
e-mail: kocall@kocall.com

DELEGACIÓN EM PORTUGAL
Rua A - Pavilhão 03
Zona Ind. de Mirandela
5370-565 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

ESPEJO

LABORATORIO DE ANÁLISIS
Fundado en 1944

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

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

OLIVARUM
Fundación CAJA RURAL JAÉN

análisis | auditorías | investigación | asesoramiento | formación

LABORATORIO CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es

CAJA RURAL JAÉN

LABORATORIO TELLO
A Tentamus Company

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

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

PATIO

ILDEFONSO ROSA RAMÍREZ E HIJOS, S.L.

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

JAR METEGAL
Pesaje conforme a metrología legal

www.jarirr.com

TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE



treico[®]

Industrial Machinery Solutions

www.treico.com

PESAJE

IMATEC

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

PESAJE, ELECTRICIDAD, SOFTWARE

PESAJE: POLÍGONO INDUSTRIAL "LOS OLIVARES" C/ Huesa, 4, 23009 Jaén

INFO@IMATEC31.ES, WWW.IMATEC31.ES, 952 284 697

SOFTWARE

ANSOTEC High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

CONECTADA 4.0

VIVEROS/CAMPO

Lecciana,
la variedad italiana de los GRANDES ACEITES

PREMIUM

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

BALAM
AGRICULTURE

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros

Kubota

5 AÑOS DE GARANTÍA

www.kubota-eu.com

MORESIL
Especialistas en Recolección

Olivar tradicional, Superintensivo

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

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

AGROCUADERNO, PROSUR

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

Económicos y muy rentables

TODOLIVO Infórmate

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



El aceite de oliva en la regulación del tejido adiposo de médula ósea

Poco se conoce acerca del efecto de los ácidos grasos de la dieta en la composición del tejido adiposo de la médula ósea. En los estudios presentados a continuación, realizados en ratones sanos, se observó un aumento de ácido oleico en el líquido extracelular de la médula ósea de aquellos alimentados con las dos dietas que contenían aceite de oliva, lo que indica que la composición de la reserva de ácidos grasos en este tejido adiposo fue sensible a los ácidos grasos de la dieta. Estos estudios sugieren que la ingesta de aceite de oliva produce una remodelación de las reservas de ácidos grasos (aportando ácido oleico) en la médula ósea; al tiempo que sus hallazgos revelan una nueva estrategia mediante la cual el aceite de oliva puede ser fundamental para combatir el trastorno disfuncional del sistema inmunitario inducido por dietas ricas en grasas durante la obesidad.

Por Rocío Abia González

Científico titular de los OPIS. Laboratorio de Nutrición Celular y Molecular. Departamento de Alimentación y Salud. Instituto de la Grasa-CSIC

La médula ósea es un tejido que se encuentra en el interior de los huesos y desempeña una función fundamental, puesto que es donde se encuentran, entre otras, las células madre sanguíneas denominadas células madre hematopoyéticas. Estas células son de vital importancia, ya que a partir de ellas se generan nuevas series celulares, caso de las células progenitoras que darán origen a las células sanguíneas maduras; entre estas últimas se encuentran los glóbulos blancos que combaten las infecciones, los glóbulos rojos que transportan el oxígeno que respiramos y las plaquetas que ayudan a la coagulación de la sangre.

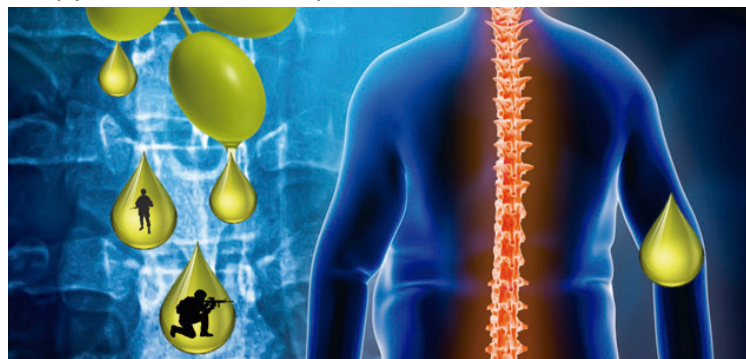
La producción de células sanguíneas y su liberación a la sangre se denomina hematopoyesis. Los glóbulos blancos -también llamados leucocitos- desempeñan un papel muy importante en el sistema inmunitario, que es el sistema de defensa del organismo contra las infecciones y diferentes enfermedades. Aunque pueden madurar en la propia médula ósea, los glóbulos blancos también maduran e incluso pueden almacenarse en otros órganos especializados del sistema inmunitario como son el timo y bazo. Si se desarrolla una infección, los glóbulos blancos atacan y destruyen las bacterias, los virus u otros organismos que estén causando dicha infección y ayudan a eliminar los desechos de los tejidos. Estas células pueden incluso combatir replicas erróneas de otras células (células cancerígenas).

Hay varios tipos de glóbulos blancos y cada uno de ellos ejerce una función específica. Pertenecientes al sistema inmunitario innato, los neutrófilos son las primeras células inmunitarias que llegan al lugar de la infección y pueden fagocitar (ingerir y destruir) a los microorganismos invasores. Los monocitos también intervienen en procesos de fagocitosis mediante mecanismos diferentes a los neutrófilos; cabe destacar que son células muy plásticas, puesto que existen subpoblaciones de monocitos en sangre con propiedades pro-inflamatorias, anti-inflamatorias e intermedias cuyo equilibrio es importante para mantener el estado de salud. Los monocitos tienen la capacidad de transformarse en macrófagos, en cuya forma diferenciada ejercen preferentemente su función limpiadora (fagocítica), además de participar en un amplio espectro de funciones moduladoras de la inflamación. Otro tipo de glóbulos blancos son los linfocitos, pertenecientes al sistema inmunitario adquirido, que ayudan al reconocimiento (linfocitos B) y a la destrucción (linfocitos T) de microorganismos y partículas invasoras o de células no reconocidas como propias del huésped.

En la médula ósea, junto con las células madre hematopoyéticas, glóbulos blancos, glóbulos rojos y plaquetas, coexisten otras células

ricas en grasas que se denominan adipocitos y forman el tejido graso (tejido adiposo) de la médula ósea. En base a la riqueza de células hematopoyéticas o de células adipocíticas, se observan dos tipos de médula ósea: la médula ósea roja (cuyo color se debe a la presencia de glóbulos rojos), en la que hay poco tejido adiposo y un gran número de células hematopoyéticas; y la médula ósea amarilla (cuyo color se debe a la presencia de adipocitos del tejido adiposo), aunque en ella también pueden encontrarse células madre hematopoyéticas y células inmunitarias, pero en menor número.

La médula ósea es un órgano dinámico y su composición cambia con la edad, por el tipo de nutrición o un estado patológico determinado. Durante el proceso de envejecimiento normal, hay una conversión fisiológica de la médula ósea roja (hematopoyética) hacia la médula ósea amarilla (adiposa). Al nacer y durante las primeras etapas de la vida, la médula ósea se compone principalmente de células hematopoyéticas (médula ósea roja), un signo de un sistema inmunitario en plena actividad. En edades más





avanzadas, la mayor parte de la médula ósea ya es amarilla, al estar principalmente compuesta de tejido graso a costa de una disminución de la médula ósea roja, es decir, de células hematopoyéticas, un signo de un sistema inmunitario debilitado.

Entre las diversas patologías que aumentan el tejido adiposo de la médula ósea se encuentra la obesidad inducida por la dieta. La obesidad ha sido definida por la OMS como la acumulación anormal o excesiva de células grasas (adipocitos) en el tejido adiposo (extramedular) que genera un proceso inflamatorio que suele ser crónico y de baja intensidad. Se estima que en 2025 la obesidad afectará en España al 33% de los hombres y al 28% de las mujeres, algo de suma importancia teniendo en cuenta que la obesidad constituye un claro factor de riesgo para el desarrollo de las principales enfermedades crónicas de nuestro tiempo, como las enfermedades cardiovasculares, la diabetes mellitus tipo 2, la hipertensión arterial, ciertos tipos de cáncer e incluso alteraciones respiratorias, digestivas e inmunológicas. De hecho, la obesidad causa daños en el sistema inmunitario, induciendo alteraciones en el comportamiento de diversas células y moléculas inmunitarias, y disminuyendo su capacidad de respuesta. Todo ello determina que los cambios en el tejido adiposo de la médula ósea durante la obesidad podrían provocar a su vez cambios en los mecanismos que regulan la actividad de las células madre y progenitoras hematopoyéticas para producir células sanguíneas y mantener un sistema inmunitario en forma.

El tejido adiposo está especializado en el almacenamiento de energía en forma de triglicéridos. El principal constituyente de los triglicéridos son los ácidos grasos, tras cuyo catabolismo se obtiene energía. Los ácidos grasos también desempeñan un papel esencial en la regulación del metabolismo y en el equilibrio interno (homeostasis) de las células. Las grasas (triglicéridos) se incorporan en nuestro organismo mediante la ingesta de los alimentos que las contienen. Se conoce que la cantidad de grasa ingerida

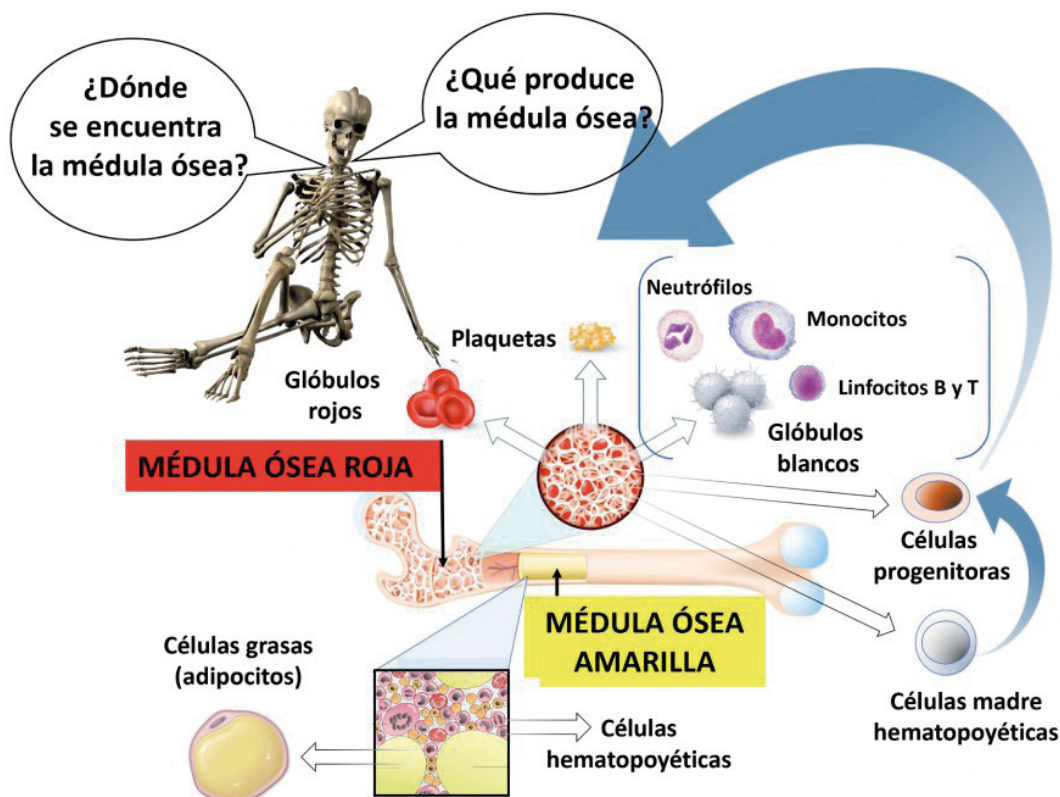
y su composición en ácidos grasos influyen en la formación, composición y funcionalidad del tejido adiposo que se encuentra ubicado entre los órganos o debajo de la piel. Sin embargo, poco se conoce sobre el efecto de los ácidos grasos de la dieta en la composición del tejido adiposo de la médula ósea y su posible influencia sobre las células hematopoyéticas. Como se ha indicado anteriormente, a diferencia de los otros tejidos adiposos (extramedulares) del organismo, las células grasas de la médula ósea existen en un microambiente que contiene poblaciones únicas de células hematopoyéticas; por lo tanto, los procesos de formación y mantenimiento de células sanguíneas (hematopoyesis) podrían estar regulados por la composición y funcionalidad de los adipocitos del tejido adiposo de la médula ósea.

Análisis del efecto comparativo de tres dietas

Una de las causas del aumento de la obesidad y los problemas asociados a ella es el incremento de la ingesta de grasas saturadas, es decir, ricas preferentemente en ácido palmítico; mientras que una Dieta Mediterránea, considerada la más sana, es particularmente rica en aceite de oliva, es decir, en ácido oleico. Muchos estudios previos también otorgan a los ácidos grasos poliinsaturados de cadena larga de la familia Omega-3 (ácido eicosapentaenoico, EPA, y ácido docosahexaenoico, DHA) ciertas propiedades beneficiosas para la salud. Los objetivos de

nuestro trabajo consistieron en averiguar el efecto comparativo de tres dietas obesogénicas (por incremento de la fracción grasa en su composición) en ratones sanos sobre la composición del tejido adiposo de la médula ósea y la hematopoyesis: una primera dieta enriquecida con una grasa saturada, una segunda dieta enriquecida con aceite de oliva (desprovisto de componentes minoritarios) y una tercera dieta enriquecida con el mismo aceite de oliva anterior pero adicionada con una dosis de EPA y DHA. La intervención nutricional tuvo una duración de 20 semanas y los tres tipos de dietas grasas fueron elaboradas para mantener el mismo contenido de calorías. También se utilizó un cuarto grupo de animales alimentados con una dieta control de mantenimiento. Se analizaron diferentes parámetros metabólicos en los ratones obesos y las características de las células madre hematopoyéticas y células inmunitarias en médula ósea; así como de las células inmunitarias en sangre (como medio transportador) y en bazo (como órgano activo e implicado en su almacenamiento).

Nuestros estudios mostraron que todas las dietas ricas en grasa fueron capaces de inducir un perfil obesogénico en los ratones, pero de forma menos disruptiva (pesos corporales menores y cambios metabólicos a veces similares a los ratones controles) en aquellos ratones alimentados con las dietas enriquecidas en aceite de oliva suplementada o no con ácidos grasos Omega-3 con respecto a la dieta enriquecida en grasa saturada. Se observó un aumento de ácido oleico en el líquido extracelular de la médula ósea de los ratones alimentados con las dos dietas que contenían aceite de oliva, lo que indica que la composición de la reserva de ácidos grasos en este tejido adiposo, hasta ahora considerado desconectado y con un metabolismo diferenciado del resto de tejidos adiposos en otras localizaciones anatómicas, fue sensible a los ácidos grasos de la dieta. Las dietas enriquecidas en aceite de oliva, con y sin EPA y DHA, desencadenaron un perfil similar,



característico de una expansión de células madre hematopoyéticas y células progenitoras de granulocitos y macrófagos, lo que puede ser crucial para mantener la formación de células sanguíneas (hematopoyesis) y la funcionalidad del sistema inmunitario incluso durante la obesidad.

De hecho, se pudo establecer una relación entre el ácido oleico procedente de las dietas y el mantenimiento específico de los linfocitos T CD4⁺ en la médula ósea. Este tipo de linfocitos son denominados colaboradores, puesto que ayudan a otras células inmunitarias: por ejemplo, ayudan a los linfocitos B a producir anticuerpos frente a sustancias extrañas (antígenos) y están especializados en secretar ciertos compuestos (citoquinas) que son esenciales para la activación de otros linfocitos T dirigidos a la destrucción de células infectadas o anómalas, y de macrófagos que fagocitan los residuos celulares con más eficacia. La función de los linfocitos T CD4⁺ es esencial en la inmunidad adquirida, la cual se desarrolla con la exposición a antígenos e implica una respuesta inmediata y específica frente a esos antígenos identificados con anterioridad, previniendo futuras

infecciones. Cabe destacar que las dos dietas enriquecidas en aceite de oliva fueron capaces de mantener los monocitos de perfil pro-inflamatorio en la médula ósea al mismo nivel que la dieta control, preservando un microambiente de menor estrés con respecto a la dieta enriquecida con grasa saturada.

En sangre periférica, se observó que las dietas enriquecidas en aceite de oliva fueron pro-activas en el mantenimiento de las células T y en la supresión del programa inflamatorio de los monocitos circulantes, incluso con el desafío del carácter obesogénico de dichas dietas y tras una ingesta a largo plazo.

También fue interesante observar la capacidad de las dietas enriquecidas en aceite de oliva para inducir el reclutamiento y la acumulación de neutrófilos y monocitos pro-inflamatorios en el bazo, probablemente con fines preventivos y con un impacto beneficioso en la respuesta temprana del sistema inmunitario (inmunidad innata) durante la obesidad. Ya se conocía que los monocitos pro-inflamatorios, sintetizadores y secretores de factores asociados con la inflamación pueden acumularse en el bazo en ausencia de alerta inflamatoria; de esta forma, cuando se produce una inflamación, estos

neutrófilos y monocitos procedentes del bazo pueden actuar inmediatamente sobre el tejido inflamado (a través del sistema circulatorio, sin esperar a la emergencia de hematopoyesis en la médula ósea) y, acompañados de monocitos anti-inflamatorios, contener y resolver el evento inflamatorio. Es la primera vez que se describe que el aceite de oliva en la dieta puede ejercer un papel preventivo contra el trastorno disfuncional del sistema inmunitario vinculado a la obesidad mediante la regulación de la composición de los ácidos grasos en la médula ósea.

Estos estudios sugieren que la ingesta de aceite de oliva produce una remodelación de las reservas de ácidos grasos (aportando ácido oleico) en la médula ósea. Dicha remodelación afecta a la generación y el tráfico de células del sistema inmunitario desde sus orígenes en la propia médula ósea, así como en el bazo (órgano linfático secundario). Unos hallazgos que revelan una nueva estrategia mediante la cual el aceite de oliva puede ser fundamental para combatir el trastorno disfuncional del sistema inmunitario inducido por dietas ricas en grasas durante la obesidad.

TU PRODUCCIÓN NO PUEDE QUEDAR EN EL AIRE

Con las ayudas para seguros agrarios de la Junta de Andalucía,
tu producción olivarera estará asegurada ante las adversidades climáticas.





La Comisión de Agricultura de la Eurocámara, a favor de fortalecer la posición de los agricultores en la cadena alimentaria

La Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural del Parlamento Europeo aprobó el pasado 8 de septiembre -33 votos a favor, 10 en contra y 5 abstenciones- un informe que modificará las normas sobre la Organización Común de los Mercados de productos agrícolas (OCM única) para reforzar la posición de agricultores en la cadena alimentaria.

Las modificaciones de las normas sobre la Organización Común de Mercados de los productos agrarios tienen como objetivo reforzar la posición contractual de los agricultores en la cadena de suministro alimentario y estabilizar así sus ingresos, según un comunicado de la Eurocámara.

La Unión de Pequeños Agricultores y Ga-

naderos (UPA) ha aplaudido la decisión de esta comisión, que deberá ratificar el pleno del Parlamento en una próxima sesión. El informe, cuya ponente ha sido la francesa Céline Marlet, tiene como objetivo avanzar en la consecución de precios justos en toda la UE.

El informe aprobado contempla el aumento del uso de contratos por escrito, la integración de indicadores económicos objetivos y el refuerzo del papel y el peso de las organizaciones de productores, según detalló esta organización agraria.

UPA ha trabado un frente común junto con sus homólogas españolas Asaja y COAG, así como con la francesa FNSEA y la italiana Coldi-

retti, en defensa de esta modificación legislativa europea. “Esta votación es un gran logro por el que llevamos años luchando, manifestándonos y negociando, a todos los niveles”, señalaron desde la organización.

Según detalló, la reforma ampliará la contractualización, respetando al mismo tiempo las diferentes situaciones de los Estados Miembros y las especificidades de cada sector, y blindando especialmente al sector lácteo. También se refuerza el papel de las organizaciones de productores en la planificación de la producción y la comercialización de los productos. Igualmente, se mejorará la gestión de crisis de mercado y la información al consumidor.

Lanzan una campaña para poner en valor la cadena alimentaria y combatir la desinformación sobre alimentación y salud

La Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB) y la Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC) han lanzado “*Pongamos las cosas sobre la mesa*”, una campaña para poner en valor la cadena alimentaria española y tratar de combatir la desinformación sobre alimentación y salud.

“Pongamos las cosas sobre la mesa”, que será difundida en medios digitales y redes sociales, se enmarca en el movimiento #SomosNutrisensatos, puesto en marcha en 2021 para impulsar la información

contrastada sobre alimentación y salud, en defensa de la dieta variada y equilibrada y de hábitos de vida saludable que impacten de forma positiva en el bienestar físico y emocional de los ciudadanos.

La campaña, cuyas creatividades y mensajes han sido elaborados por OGILVY y aprobados por AUTOCONTROL, arrancó el pasado 2 de septiembre con el lanzamiento por parte del deportista Saul Craviotto de un “producto milagro” basado en una supuesta fórmula milenaria que mejora la vida de forma natural y que entre otros

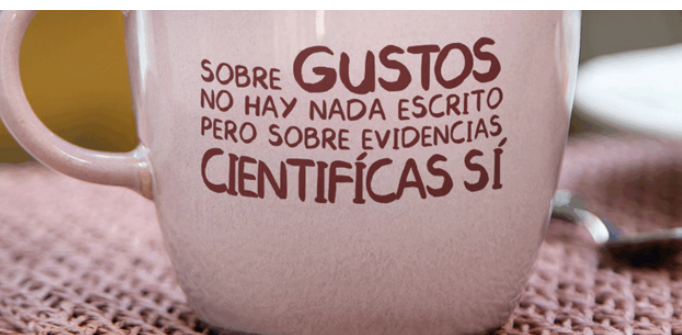
beneficios ayuda a controlar el peso, mejora la calidad del sueño y fortalece el sistema inmunitario.

En esta primera fase se promocionaba un producto evidentemente inexistente y el objetivo, una vez desvelada la realidad, es hacer

reflexionar a los consumidores sobre la información que llega a través de las redes sociales, en muchas ocasiones sin ninguna base o aval científico.

“Queremos poner el foco en determinados perfiles del mundo digital y que los ciudadanos se cuestionen cuáles son las fuentes a las que acuden para informarse sobre nutrición y salud”, han destacado las organizaciones impulsoras de la campaña, al tiempo que han incidido “en la importancia de la información basada en evidencia científica y los buenos hábitos para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos”.

Según han destacado, la información no rigurosa sobre alimentación puede provocar alarma social y un cambio en las tendencias de consumo, confundiendo a los ciudadanos. Además, puede ocasionar problemas de salud, desde agravar enfermedades hasta provocar trastornos de la conducta alimentaria.





Renaturavía, un proyecto para mejorar y fortalecer la Vía Verde del Aceite

El presidente de la Diputación Provincial de Jaén, Francisco Reyes, participó recientemente en Madrid en un foro organizado por la Fundación Biodiversidad en el que detalló el proyecto *Renaturavía*, con el que “pretendemos aprovechar todo el potencial que tiene la Vía Verde del Aceite para mejorarla y fortalecerla”.

El presidente de la Diputación dio a conocer los principales objetivos del proyecto *Renaturavía* como son la recuperación de la biodiversidad y la conectividad ecológica del camino natural de la Vía Verde del Aceite y sus entornos urbanos.

Esta iniciativa, que cuenta con un presupuesto de 3,2 millones de euros –financiados en un 85% por los fondos FEDER–, se va a ejecutar por parte de la Administración provincial junto al Consorcio de la Vía Verde del Aceite y la Sociedad Española de Omitología.

Tras recordar el origen de la Vía Verde del

NUEVO SERVICIO DE
ATENCIÓN AL CLIENTE
PARA LA CAMPAÑA 25-26

24 horas,
7 días a la semana

GEA

Aceite, que era un antiguo trazado ferroviario conocido como Tren del Aceite, Reyes puso en valor este itinerario turístico, cultural y deportivo, que atraviesa cinco municipios y que cada año suelen utilizar en torno a un millón de personas. El proyecto *Renaturavía* es “una oportunidad para fortalecer este camino natural, que ya reúne muchos elementos de interés, como lagunas, un parque periurba-

no, monumentos como castillos y torreones, obras de la escuela de Eiffel, todo ello en medio de un mar de olivos”, resaltó, al tiempo que aseguró que “pese al esfuerzo que hiciémos para la recuperación de este trazado y la creación de la Vía Verde del Aceite, somos conscientes de las dificultades que presenta”.

El proyecto *Renaturavía* contempla multitud de actuaciones, entre las que citó la creación de refugios para la biodiversidad, la construcción de cinco charcas a lo largo de sus más de 50 kilómetros, viviendas para aves, refugios para insectos, islas de vegetación aromática, pérgolas como refugio climático y observatorios de aves, entre otras. Se trata, a su juicio, de “un proyecto que se estaba demandando por la ciudadanía tanto desde el punto de vista del mantenimiento de este camino natural como de la necesidad de espacios verdes como este en nuestros pueblos y ciudadanos”.

Impulsan sistemas de riego sostenible sin conexión a la red eléctrica

En el marco de una colaboración estratégica entre el Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA) y la empresa tecnológica Nomad Solar Energy, la compañía full&fast ha desplegado en la finca experimental “La Chimenea” (Aranjuez) una innovadora instalación de generadores solares portátiles con sistema de almacenamiento autónomo. Esta iniciativa, en marcha desde el pasado mes de abril y con una duración prevista hasta finales de año, “supone un hito en la transición energética del sector agrícola”, según ha destacado full&fast.

La instalación, completamente temporal, autónoma y no invasiva, permite resolver una necesidad concreta: garantizar el suministro energético para sistemas de riego y otras de-

mandas agrícolas, sin recurrir a infraestructuras permanentes ni conexiones a la red eléctrica convencional. Se trata de una solución energética “quita y pon” que puede moverse fácilmente y adaptarse a distintos contextos rurales, según ha detallado la compañía.

Nomad Solar Energy y full&fast han establecido una colaboración estratégica para la implementación de un sistema de microrred que combina de manera integral generación y almacenamiento de energía renovable. Nomad Solar Energy se encarga de la producción eléctrica mediante módulos fotovoltaicos, mientras que full&fast aporta su tecnología de acumulación, responsable de almacenar y distribuir la energía de forma eficiente con control y monitorización remota. Esta solución, concebida para operar en modo aislado,

garantiza independencia total de la red, optimización del rendimiento energético y un modelo de suministro sostenible.

“Este proyecto representa un claro ejemplo de cómo la tecnología renovable puede integrarse de forma respetuosa, útil y económica en entornos agrícolas reales. Agradecemos al IMIDRA su confianza para demostrar el potencial de la energía solar portátil aplicada al campo”, ha afirmado Borja Santos Bergasa, co-fundador y CEO en full&fast.

La finca “La Chimenea”, propiedad del IMIDRA, es un entorno de referencia para la experimentación agrícola en la Comunidad de Madrid. Aquí se desarrollan proyectos relacionados con nuevas técnicas de cultivo, manejo del suelo, eficiencia en el riego y sostenibilidad agropecuaria.



Exportaciones e importaciones entre España y la Unión Europea y resto de países (Junio 2025)

Fuente: Dirección General de Aduanas

IMPORTACIÓN

EXPORTACIÓN

Aceites y grasas

Materias	País	Toneladas	Euros	Materias	País	Toneladas	Euros
A. de Oliva	Portugal	2.435	7.023.756	A. de Oliva	Portugal	7.381	21.825.236
V. LAMPANTE	Otros	268	902.839	LAMPANTE	EEUU	3.617	13.836.349
					Otros	13.258	49.797.896
	TOTAL	2.703	7.926.595		TOTAL	24.257	85.459.481
LOS DEMÁS	Portugal	5.919	16.707.031	LOS DEMÁS	Italia	30.643	118.973.295
A. DE OLIVA	Túnez	3.270	9.703.256	A. DE OLIVA	EEUU	9.254	45.135.554
	Italia	1.377	9.190.800		Francia	7.479	32.505.639
	Egipto	314	1.161.261		Portugal	4.447	16.564.201
	Otros	638	2.782.456		China	2.589	10.547.813
					R.Unido	1.991	9.902.716
					Japón	1.710	9.194.839
					Australia	1.528	8.148.394
					Bélgica	1.380	5.447.628
					Alemania	1.206	5.677.255
					Brasil	1.166	6.579.761
					México	1.090	6.219.420
					P. Bajos	765	3.888.754
					Marruecos	636	2.748.255
					Otros	9.551	50.516.716
	TOTAL	11.519	39.544.804		TOTAL	75.434	332.050.239
TOTAL A. OLIVA		14.222	47.471.399	TOTAL A. OLIVA		98.691	417.509.720
A. ORUJO	Marruecos	2.987	2.808.582	A. ORUJO	Italia	1.439	3.252.646
	Portugal	1.207	1.437.404		Portugal	1.353	2.979.973
	Túnez	536	633.281		México	533	1.245.127
	Otros	529	440.461		Otros	4.965	15.002.623
	TOTAL	5.259	5.319.728		TOTAL	8.292	22.480.369
ACEITUNA	Portugal	1.379	1.341.868	ACEITUNA	Bielorruisa	333	555.776
DE MESA	Otros	75	123.289	DE MESA	Reino Unido	282	895.946
					Otros	781	2.249.231
	TOTAL	1.454	1.465.157		TOTAL	1.396	3.700.952
A. GIRASOL	Ucrania	32.289	36.056.657	A. GIRASOL	Portugal	6.612	15.250.294
	Alemania	7.776	8.121.507		Francia	3.201	4.730.643
	Otros	12.988	24.268.138		Otros	6.776	11.289.068
	TOTAL	53.053	68.446.302		TOTAL	16.591	31.270.005
A. COCO	Filipinas	5.266	12.090.096	A. COCO	Italia	1.609	3.954.659
	Otros	665	2.120.962		Otros	741	1.881.140
	TOTAL	5.931	14.211.058		TOTAL	2.350	5.835.799
A. PALMISTE	Gabón	1.002	2.016.031	A. PALMISTE	Italia	379	916.0258
	Otros	1.214	2.442.464		Otros	667	1.983.487
	TOTAL	2.215	4.458.494		TOTAL	1.046	2.899.515
ACEITE PALMA	Indonesia	8.355	8.700.712	ACEITE PALMA	Portugal	4.574	5.431.609
	Colombia	6.702	7.081.668		Francia	1.781	2.741.167
	Alemania	5.235	5.865.241		Otros	2.351	4.095.165
	Otros	5.689	7.897.082				
	TOTAL	25.981	29.544.703		TOTAL	8.806	12.267.940
ACEITE DE MAÍZ	Brasil	4.500	4.053.953	ACEITE DE MAÍZ	Bélgica	289	318.578
	Otros	199	293.743		Otros	379	548.135
	TOTAL	4.699	4.347.695		TOTAL	668	866.713
A. RICINO	India	210	383.070	A. RICINO	Italia	29	67.907
	Otros	435	795.008		Otros	39	288.463
	TOTAL	645	1.178.078		TOTAL	70	353.370



I M P O R T A C I Ó N				E X P O R T A C I Ó N			
A. LINAZA	Bélgica	76	111.945	A. LINAZA	Bélgica	202	204.976
	Otros	61	149.677		Otros	26	134.029
	TOTAL	137	261.623		TOTAL	230	339.005
A. CACAHUETE	Bélgica	44	112.072	A. CACAHUETE	Luxemburgo	5	15.426
	Otros	20	76.758		Otros	1	5.245
	TOTAL	65	188.829		TOTAL	6	20.672
A. SOJA	Italia	7.157	6.334.905	A. SOJA	Italia	4.026	4.432.822
	Turquía	6.780	6.734.387		Otros	947	1.479.544
	Otros	8.327	8.878.858		TOTAL	14.974	14.698.338
	TOTAL	22.264	22.034.991				
ACEITE COLZA	Francia	13.443	14.210.819	ACEITE COLZA	EEUU	357	487.003
	Belgica	1.701	2.015.108		Otros	1.161	1.704.177
	Otros	1.346	1.764.500		TOTAL	1.518	2.191.180
	TOTAL	16.490	17.990.427				
A. SÉSAMO	P. Bajos	54	226.566	A. SÉSAMO	EEUU	8	30.089
	Otros	64	510.276		Otros	18	362.933
	TOTAL	118	736.842		TOTAL	26	393.021
A. PESCADO	Noruega	1.109	1.276.260	A. PESCADO	Italia	674	1.348.374
	Chile	757	795.850		Francia	629	1.237.916
	Otros	3.029	5.570.543		Otros	893	2.597.021
	TOTAL	3.544	6.860.262		TOTAL	2.196	5.183.311
A. CONCRETOS	Portugal	2.141	4.821.089	A. CONCRETOS	Italia	4.111	24.915.048
	Italia	1.090	3.903.304		EEUU	2.681	10.853.669
	Otros	2.897	12.202.710		Otros	3.186	13.872.191
	TOTAL	6.128	20.927.103		TOTAL	9.978	49.640.908
GLICERINA BRUTA	Portugal	273	38.765	GLICERINA BRUTA	China	3.080	1.014.926
	Otros	260	209.661		India	1.879	788.707
	TOTAL	533	248.426		Otros	3.447	1.200.600
GLICERINA DESTILADA	Indonesia	2.076	1.663.597	GLICERINA DESTILADA	TOTAL	8.406	3.004.233
	Alemania	1.185	1.308.218		Grecia	397	143.790
	Otros	2.091	1.936.612		Otros	810	688.429
	TOTAL	5.353	4.908.427		TOTAL	1.210	832.219
GRASA DE CERDO	Francia	3.156	3.287.065	GRASA DE CERDO	Italia	593	1.888.064
	Italia	546	536.204		Otros	500	702.766
	Otros	328	434.045		TOTAL	1.094	2.590.830
	TOTAL	4.031	4.257.315				
MANTECA DE CERDO SEBOS	Irlanda	0,10	395	MANTECA DE CERDO SEBOS	Portugal	012	81
	TOTAL	0,10	395		TOTAL	0,12	81
	Francia	2.665	2.800.956		Francia	651	10.745
	Otros	529	488.331		Otros	1	1.760
GRASAS ANIMALES O VEGETALES HIDROGENADAS	TOTAL	3.194	3.289.287	O VEGETALES HIDROGENADAS	TOTAL	652	12.505
	P. Bajos	302	694.351		Italia	1.249	2.934.308
	Bélgica	234	465.769		Francia	1.204	2.618.587
	Otros	745	2.949.722		Otros	2.131	6.908.275
MARGARINA	TOTAL	1.281	4.109.841	MARGARINA	TOTAL	4.585	12.461.170
	Portugal	1.403	2.327.472		Francia	3.656	6.852.397
	P. Bajos	1.392	2.603.657		EEUU	2.943	8.056.675
	Bélgica	1.174	3.431.536		Portugal	2.838	4.462.695
	Otros	995	3.947.361		Italia	1.667	3.239.173
TALL-OIL	TOTAL	4.964	12.310.025	TALL-OIL	Otros	5.362	11.859.285
	P. Bajos	455	587.454		TOTAL	16.467	34.470.226
	Otros	61	98.819				
	TOTAL	517	686.274				
LECITINA DE SOJA	P. Bajos	970	2.461.440	LECITINA DE SOJA	Portugal	3	10.457
	China	664	1.379.136		Otros	1	6.247
	India	314	694.915		TOTAL	4	16.704
	Otros	1.269	2.992.780		Alemania	197	569.415
	TOTAL	3.217	7.528.271		Francia	155	314.559
					Otros	697	2.246.307
					TOTAL	1.050	3.130.227



Cereales

I M P O R T A C I Ó N				E X P O R T A C I Ó N			
TRIGO	Francia	19.112	5.063.812	TRIGO	Francia	644	268.725
	Italia	487	333.416		Italia	547	1.630.019
	Otros	545	728.456		Portugal	1.989	1.923.385
	TOTAL	20.144	6.125.683		Otros	41	75.511
MAÍZ	Canada	203.724	43.882.220	MAÍZ	TOTAL	3.221	3.900.640
	Francia	162.587	37.1256.396		R. Unido	2.138	711.749
	EEUU	142.938	29.880.670		Portugal	1.750	1.258.364
	Otros	90.767	21.418.801		Bélgica	1.553	496.545
	TOTAL	600.016	132.308.087		Otros	3.191	6.613.217

Tortas

TORTA SOJA	Argentina	177.437	59.940.315	TORTA SOJA	Francia	10.271	3.579.655
	Brasil	98.000	30.290.824		Otros	2.275	756.389
	Otros	14.526	4.988.733		TOTAL	12.546	4.336.043
	TOTAL	289.964	90.219.872		Otros	0,11	117
TORTA COPRA	P. Bajos	0,10	427	TORTA COPRA	TOTAL	0,11	117
	TOTAL	0,10	427		Otros	0,10	88
TORTA PALMA	Portugal	54	10.997	TORTA PALMA	TOTAL	0,10	88
	TOTAL	54	10.997		Portugal	298	55.733
TORTA GIRASOL	Argentina	7.500	1.236.228		Otros	3	23.800
	Otros	323	97.889		TOTAL	302	79.533
	TOTAL	7.824	1.334.117	TORTA GIRASOL	Portugal	4.451	939.134
TORTA COLZA	Francia	13.309	5.033.642		Otros	2.425	952.056
	Otros	10.692	2.828.510		TOTAL	6.876	1.871.190
	TOTAL	30.001	7.862.152	TORTA COLZA	Francia	3.918	1.140.440

Harinas

HARINA DE SOJA	Portugal	784	308.388	HARINA DE SOJA	Francia	473	252.811
	Otros	1.060	633.989		Otros	102	78.692
	TOTAL	1.844	942.377		TOTAL	576	331.504
HARINA DE CARNE	Francia	1.223	463.169	HARINA DE CARNE	Vietnan	5.551	2.374.109
	Otros	2.117	1.888.255		Francia	4.966	2.964.574
	TOTAL	3.340	2.351.424		Tailandia	2.290	888.129
HARINA DE PESCADO	Sudáfrica	1.320	1.710.861		Otros	10.362	7.152.663
	Perú	1.294	1.559.517		TOTAL	23.169	13.379.475
	Otros	4.854	6.492.260	HARINA DE PESCADO	Grecia	2.556	3.680.267
	TOTAL	7.468	9.762.638		Italia	1.762	2.635.609

Semillas oleaginosas

CACAHUETES CRUDOS	China	1.631	2.444.636	CACAHUETES CRUDOS	Portugal	50	157.150
	Argentina	1.148	1.862.355		Otros	95	208.504
	Otros	2.050	3.055.265		TOTAL	146	365.653
	TOTAL	4.829	7.362.255	HABAS DE SOJA	E. Árabes Unidos	95	21.731
HABAS DE SOJA	Brasil	201.227	73.776.829		Otros	22	60.326
	Francia	1.657	1.122.246		TOTAL	117	82.056
	Otros	2.550	1.590.032	SEM. GIRASOL	Francia	917	3.665.152
	TOTAL	205.434	76.489.107		Otros	285	729.524
SEM. GIRASOL	Francia	12.669	7.950.349		TOTAL	1.203	4.394.676
	China	3.412	7.031.210	SEM. LINO	Portugal	48	57.330
	Bulgaria	1.186	1.644.642		Otros	45	90.999
	Otros	685	914.957		TOTAL	93	148.330
	TOTAL	17.953	17.541.159	SEM. SÉSAMO	Portugal	21	58.317
SEM. LINO	Polonia	402	401.955		Otros	32	95.839
	Otros	368	468.080		TOTAL	55	154.157
	TOTAL	771	870.035	SEM. COLZA	Portugal	465	225.113
SEM. SÉSAMO	India	380	696.422		Otros	705	4.583.516
	Otros	339	752.180		TOTAL	1.170	4.808.629
	TOTAL	720	1.448.602	SEM. CÁRTAMO	Portugal	31	14.741
SEM. ALGODÓN	P. Bajos	5	9.530		Otros	45	436.091
	Otros	0,1	18.903		TOTAL	76	450.833
	TOTAL	5	28.433	SEM. COLZA	Francia	1.055	912.026
SEM. COLZA	Francia	2.178	1.446.916		Alemania	416	625.806
	Otros	54	244.175		Otros	1.638	2.470.488
	TOTAL	2.232	1.691.091		TOTAL	3.110	4.008.320
SEM. CÁRTAMO	Otros	0,11	7.266	SEM. CÁRTAMO	R. Unido	1.204	1.969.139
	TOTAL	0,11	7.266		Portugal	699	1.556.881

Jabones

JABÓN DE TOCADOR	Alemania	421	859.345	JABÓN DE TOCADOR	R. Unido	1.204	1.969.139
	China	341	477.598		Portugal	699	1.556.881
	Otros	973	2.709.047		Rumania	393	627.633
	TOTAL	1.736	4.045.990		Otros	945	2.781.930
JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	Polonia	225	332.356	JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	TOTAL	3.244	6.935.582
	Otros	647	1.773.012		Francia	1.055	912.026
	TOTAL	873	2.105.368		Alemania	416	625.806
					Otros	1.638	2.470.488



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

extra, ecológico, oliva, otros tipos de aceites y marcas blancas. Se señala, en cada envase, el precio más bajo y el más alto expuesto en los lineales. Las ofertas se señalan con: (Of.)
Ultima revisión de precios: 29 de agosto de 2025.

Aceites de oliva virgen extra ecológico (Precio euros)

MARCA	LATA 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1 L.	CRISTAL 3/4 L.	CRISTAL 1/2 L.
Alhema de Queiles		33,00 (3 l.)			9,09/11,82 (lata)
Baeturia Organic Morisca/Carrasqueña					10,00
Belvis de las Navas					28,50
Borges		3,50			9,15
Calándina Ecológico			5,99		
Campomar Nature Bio		31,99 (2,5 l.)	5,99		
Carbonell Eco			6,67		
Carrefour Eco			7,99/9,38	645/8,15	5,95
Castillo de Canena Picual Biodinámico					6,39
Castillo de Tabernas	50,00	76,50 (cristal 5 l.)		13,25 (Coupage)	23,40
Coosur Ecológico			9,89		
Dcoop Ecológico			16,17		
El Corte Inglés Ecológico				4,56	6,39
El Lagar del Soto	57,96				7,42 (lata)
Eolea Ecológico				8,75	
Finca La Torre		36,00 (lata 2,5 l.)			21,90
Flor de Olivo Ecológico					2,99
Hacienda Guzmán Ecológico					19,90
LA Organic				16,50 (lata)	18,30
L'Estornell Eco			13,00	14,79	17,34
La Española Ecológico				3,99	6,48
Luque	31,50	27,95 (lata 3 l.)			
Maestros de Hojiblanca Eco.			7,99	6,55/7,95	
Núñez de Prado	39,00				12,59
N Organic				14,50	
Olivar de Segura	27,99		12,59	14,95	11,00
Oro Bailén Eco.					19,29
Oro del Desierto Ecológico				5,48	
Oro de Génave			5,65	12,19	9,25
Padilla Oliva Bio	50,00		13,00	7,95 (lata)	
Pago de Quirós				12,50	13,79 (lata)
Pago Piedrabuena				7,50	
Rincón de la Subbética					25,90
Románico Ecológico					13,24
Señorío de Vizcántar Ecológico			6,50		
Sierra de Génave				4,50	
Soler Romero					8,50
Veá (Lérida)	54,00	7,90 (0.370 l.)	15,00	5,80 (frasca 0,25 l.)	8,25
Verde Mágina Ecológico	27,55			10,29/10,72	2,99
Vieiru		20,50 (lata 3 l.)			13,50

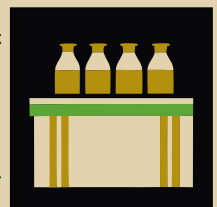
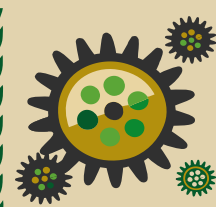
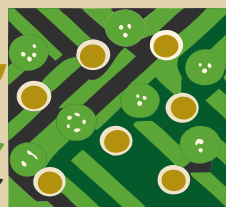
Aceite de cruja de oliva (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1L.
Capicúa	0,4	21,99		3,78
La Masía Lindoliva		17,85		3,41

Aceite de oliva (Precio euros)

MARCA	GRADOS	LATA 5 L.	ENVASE 5 L.	ENVASE 3 L.	BOTELLA 1L.
Abril		42,85	31,61		3,85
Borges			58,03		6,99
Carbonell	0,4°	26,12	17,45		4,78/6,99
Coosur Sabor			31,65		5,58
Coosur Suave			31,65		5,58
La Española Sabor Suave	0,4°	33,49	34,45	15,75	5,31/5,59
La Española Sabor Intenso	1°	33,49	34,45	15,75	5,31/5,59
La Masía Suave	0,4°		24,65	14,79	3,69/5,19
La Masía Sumum			24,65	14,79	3,69/5,19
Ybarra Suave		25,95	21,95	16,74	5,23
Ybarra Más Sabor		25,95	21,95	16,74	5,23

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

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

El XIX Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA se celebrará en mayo de 2026

El Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara de GEA celebrará su XIX edición en mayo de 2026. Este evento se transforma para ofrecer una experiencia más completa y alineada con los ciclos de innovación del sector oleícola, “consolidando su posición como la cita técnica de referencia”, según ha informado la compañía.

Este cambio estratégico responde a la evolución del propio sector y al compromiso de GEA por ofrecer un contenido de máximo valor al que todos los maestros y responsables de almazara puedan acceder. Esta nueva fecha alinea el evento con los ciclos de trabajo y desarrollo de las almazaras.

“El encuentro siempre ha sido un pilar para la formación y el *networking* en el sector. Con este

ajuste de fecha, nos adaptamos mejor al ciclo de trabajo del sector”, ha afirmado Juan Manuel Jariego, responsable de Ventas del Centro de Excelencia para el Aceite de Oliva de GEA, quien ha subrayado que “queremos que cada edición sea una cita ineludible y transformadora”.

La empresa ha resaltado que, desde su creación, el Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara se ha consolidado como un foro indispensable para cientos de profesionales de España y Portugal. Además, según ha resaltado, es reconocido por la alta calidad de sus ponencias técnicas, el prestigio de sus ponentes y por ser un punto de conexión para compartir conocimientos y experiencias.

La XIX edición contará con un programa renovado que abordará temas cruciales como la sostenibilidad, la digitalización de procesos, la eficiencia energética y las nuevas tendencias en la producción de aceites de oliva virgen extra de alta calidad.

Los detalles sobre la ubicación exacta y el programa completo del XIX Encuentro de Maestros y Responsables de Almazara se darán a conocer en los próximos meses, pero ya se han abierto las preinscripciones para que los asistentes puedan asegurar su plaza. A través de la web <https://webinar.gea.com/xix-encuentro-de-maestros> y ya se puede hacer la reserva de manera gratuita.



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 Septiembre

- ☞ Del 15 al 16 de septiembre
AUTÉNTICA PREMIUM FOOD FEST
Sevilla
www.autenticafoodfest.com
- ☞ Del 16 al 19 de septiembre
WORLD FOOD MOSCOW
Moscú (Rusia)
www.expoworldfood.com
- ☞ Del 19 al 21 de septiembre
AGROPRIEGO
Priego de Córdoba
www.agropriego.es
- ☞ Del 21 al 22 de septiembre
GOURMET SELECTION
París (Francia)
www.salon-gourmet-selection.com/en
- ☞ Del 21 al 24 de septiembre
FOODEX SAUDI
Riyadh (Arabia Saudí)
www.foodexsaudiexpo.com
- ☞ 25 de septiembre
**III JORNADA DE ETIQUETADO
NUTRICIONAL Y SALUDABLE DE LOS
ACEITES DE OLIVA VIRGENES EXTRA**
Madrid
qvextra@qvextra.es
- ☞ Del 25 al 26 de septiembre
**CONFERENCIA INTERNACIONAL
SOBRE SOSTENIBILIDAD EN EL
CULTIVO DEL OLIVO**
Úbeda (Jaén)
www.sostenibilidad.inuouja.com
- ☞ Del 25 al 26 de septiembre
**III CONGRESO INTERNACIONAL
DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL
AGROALIMENTARIA**
Córdoba
www.openaiagrifood.com
- ☞ Del 27 al 29 de septiembre
FIRA ÀPAT BARCELONA
Barcelona
www.fira-apat.cat
- ☞ Del 29 de septiembre al 1 de octubre
LUXE PACK MONACO
Mónaco
www.luxepackmonaco.com
- ☞ Del 30 de septiembre al 2 de octubre
FRUIT ATTRACTION
Madrid
www.ifema.es/fruit-attraction

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

Está pasando

Citoliva impulsará la digitalización del olivar andaluz con dos jornadas técnicas en Geolit

Citoliva organizará los próximos 17 y 18 de septiembre -junto al hub de innovación digital Andalucía Agrotech EDIH- dos jornadas de sensibilización sobre digitalización dirigidas a pymes tecnológicas, cooperativas, almazaras, productores, investigadores y asociaciones del sector oleícola andaluz. El objetivo es crear un punto de encuentro entre proveedores de soluciones digitales y el sector del olivar para identificar retos específicos y co-diseñar respuestas innovadoras.

La gerente de Citoliva, Lola Jiménez, ha detallado que "estas jornadas buscan acercar la realidad de nuestras explotaciones oleícolas y almazaras al ecosistema tecnológico, facilitando que las pymes digitalizadoras conozcan de primera mano sus desafíos y diseñen soluciones a medida. La digitalización no es sólo un reto, es una oportunidad para ganar eficiencia, sostenibilidad y competitividad en toda la cadena del olivar".

La primera de las jornadas (17 de septiembre), bajo el título "*Necesidades de digitalización agronómica del olivar*", se celebrará de 10:00 a 13:30 horas en la Sala Emprende de Geolit y abordará la digitalización a pie de campo. Tras la bienvenida e introducción a cargo de Amador Redondo, técnico de I+D+i de Citoliva, que hablará sobre la contribución de la entidad a la digitalización del sector, se presentarán los desafíos de la gestión agronómica del olivar.

A su vez, Salvador Pancorbo, gerente de Oleocampo, tratará de la optimización de los procesos en el campo mediante la digitalización, mientras que Juan Carlos Cañasveras, director de Desarrollo de Negocio e I+D de BA-

LAM Agriculture, expondrá cómo la innovación tecnológica ayuda a superar los retos actuales en lo que a gestión agronómica se refiere.

La jornada se completará con casos de éxito de soluciones tecnológicas de xFarm Technologies y GrodiTech, concretamente destinadas al uso de sensores, análisis de datos y drones para apoyar la toma de decisiones y facilitar el relevo generacional en el olivar.

Industria almazarera

La segunda jornada, que tendrá lugar 18 de septiembre bajo el título "*Necesidades de digitalización de la industria oleícola almazarera*", se centrará concretamente en la digitalización de estas entidades.

La responsable del Cooking Lab de Citoliva, Raquel Costales, abrirá la jornada con una introducción sobre la contribución de la Fundación a la digitalización del sector. Posteriormente, Pablo Linares, responsable de Calidad de Oleocampo, y Melchor Martínez, director de Innovación de Acesur, abordarán las necesidades de optimización y eficiencia en los procesos de la almazara apoyados en la digitalización.

La sesión continuará con experiencias de IMS, ANSOTEC y xFarm, que presentarán sus plataformas de automatización, business intelligence y analítica de datos para la industria oleícola.

Ambas jornadas finalizarán con un aperitivo *networking* para fomentar contactos y sinergias entre los asistentes.

Las plazas para estos encuentros son limitadas y la inscripción es gratuita. Para participar en las mismas es necesario rellenar el formulario disponible en la web de Citoliva.

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

Tú y yo. Nosotros.

ME 11/24/2020/0001

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



Kubota

M6001 Utility: El más inteligente de los tractores profesionales

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



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

For Earth, For Life
Kubota