



INFORMACIÓN · AOVE · OLIVAR

Mercacei

SEMANAL

MERCACEI, PREMIO ALIMENTOS DE ESPAÑA A LA COMUNICACIÓN



La Comisión Europea presenta una nueva Estrategia de Bioeconomía pág. 4

ChileOliva celebra el 22º Encuentro Nacional del Aceite de Oliva pág. 5

La DOP Priego de Córdoba presenta el Manifiesto en Defensa del Olivar Picudo pág. 11

El IFAPA da a conocer la diversidad varietal que conserva el Banco de Germoplasma Mundial del Olivo pág. 13

Certificación activa, proyección internacional y defensa del olivar tradicional, entre las prioridades de José Gilabert como nuevo presidente de la IGP Aceite de Jaén pág. 20

Así es la imagen de "Retrato Alhambra 1925", la instalación artística del fotógrafo Spencer Tunick en un olivar granadino pág. 22

Olitécnica 2026 contará con un amplio programa técnico y actividades especializadas pág. 29

Madrid se rinde al esplendor del AOVE

Por Pandora Peñamil Peñafiel

La mañana del 3 de diciembre, Madrid volvió a convertirse en el epicentro mundial del aceite de oliva virgen extra con la celebración de la Gala del décimo aniversario de los EVOOLEUM Awards. En un Espacio Rastro Madrid rebosante de talento, emoción y excelencia, el AOVE mostró su fuerza como símbolo cultural, producto estratégico y embajador universal de la Dieta Mediterránea.

No fue sólo una entrega de premios, sino una reivindicación colectiva de un sector que avanza unido, desde sus raíces milenarias, hacia un futuro lleno de oportunidades.

La presencia del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, ya habitual en esta cita, subrayó la relevancia institucional de un certamen que reúne a los mejores AOVES de 26 países y que, en apenas una década, "se ha consolidado como el concurso más influyente y riguroso del mundo". Su intervención transmitió un mensaje de estabilidad y confianza: con una campaña equilibrada, precios razonables para el consumidor y una cadena de valor retribuida con dignidad, el aceite de oliva encara el futuro con solidez. Además, Planas insistió en el enorme potencial de crecimiento global del consumo de aceite de oliva, todavía limitado al 3% de las grasas vegetales mundiales. El espíritu de la Gala quedó definido por las palabras de Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial



Mercacei, al recordar al olivo como "un puente entre el pasado y el futuro". Su intervención condensó el alma de estos premios: dignificar la excelencia, reconocer el esfuerzo invisible que hay detrás de cada cosecha y reivindicar la fidelidad del consumidor, que sigue diciendo sí al virgen extra como sinónimo de salud, cultura y calidad.

La emoción continuó con los Premios Embajador del AOVE, otorgados al chef triestrellado Quique Dacosta y al piragüista Saúl Cravotto, dos referentes que encarnan la creatividad, la entrega y la capacidad de llevar la cultura del virgen extra a nuevos públicos. Sus discursos, cercanos y apasionados, recordaron que el AOVE es mucho más que un ingrediente: es identidad, tradición y un desafío constante para innovar.

El reconocimiento a productores, almazaras, diseñadores, campañas de comunicación y tiendas especializadas demostró que el ecosistema del AOVE es dinámico, plural y vibrante. Y la clausura, a cargo de Manuel Gómez Galera, puso el broche perfecto al subrayar el peso estratégico del sector en Andalucía y en el conjunto de España.

Diez años después de su nacimiento, EVOOLEUM Awards celebra no sólo una década de éxitos, sino la madurez de un sector que continúa creciendo con la misma fuerza serena del olivo. Una noche, en definitiva, en la que el AOVE volvió a brillar con todo su esplendor.

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 AOVE brilla con todo su esplendor en Madrid en la Gala del décimo aniversario de EVOOLEUM Awards"

pág.16



Fundadora:
M. Dolores Peñafiel Fernández

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

Directora:
Pandora Peñamil Peñafiel

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

Edita:



Mercacei
GRUPO EDITORIAL

CEO & Editor:
Juan A. Peñamil Alba

Redacción, Administración y Publicidad:
Andrés Mellado, nº 72, bajo Izda.
28010 MADRID
Tfno.: 91 544 00 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
Alcaldía
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
6-10	• Bioeconomía • Mercacei América Mercado
11	• Formación ACTUALIDAD
	• Calidad • Promoción • Variedades • Gala EVOOLEUM • Comunicación
24	• DOPs e IGP • AOVE & Cultura
27	• Aceituna de mesa
28	Comercio Exterior
29	Precios en el lineal Anuncios Breves Agenda

Campaña

COAG-Andalucía prevé un 30% menos de producción de aceituna en el olivar de regadío

La campaña de recogida de aceituna ha comenzado en Andalucía con una notable preocupación entre los olivareros, según COAG-Andalucía, que estima una reducción del 30% en la producción del olivar de riego, el más temprano en recolectarse. No obstante, la organización señala que será necesario esperar a la generalización de la cosecha para comprobar si los olivares de secano también presentan una merma significativa y si los rendimientos grasos pueden compensar parcialmente esta caída.

En Córdoba, uno de los principales problemas es la falta de mano de obra, sobre todo en las zonas de sierra. Las recientes lluvias -alrededor de 150 litros por metro cuadrado- han incrementado el volumen y la humedad del fruto, pero han provocado una bajada de varios puntos en los rendimientos. Aun así, los aceites obtenidos están mostrando perfiles frutados medio-alto y con ligeros toques picantes.

En áreas como Alcaudete, Alcalá la Real, Martos y otros municipios jiennenses, así como en Baena y Priego en Córdoba, se observa que la producción se ha reducido aproximadamente a la mitad respecto al año anterior, con rendimientos similares o ligeramente inferiores.

En Granada, el olivar de riego registra también un 30% menos de producción respecto a un año normal, mientras que el secano cae alrededor de un 70%. En Málaga, pese a cierta recuperación del fruto y rendimientos normales, la sequía previa ha limitado el tamaño de la aceituna, lo que hace prever cifras por debajo del aforo previsto.





EVO LINE
NUEVO DECANTER



NUEVOS MOLINOS
PARA ACEITUNA VERDE O MADURA



HEATEX
INTERCAMBIADOR DE CALOR DE ALTA EFICIENCIA



REX LIMITED
NUEVO NUEVO MODELO



ACCIAIERIE VALBRUNA
High quality is our standard

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

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

[f](#) [i](#) [y](#) [SUBSCRIBE](#)



aceite de oliva

Calma tensa en el mercado oleícola: demanda cauta y campaña lenta

Los mercados atraviesan una fase de calma sostenida, marcada por un inicio de campaña lento, lluvias recientes que han condicionado la recolección y una demanda que actúa con extrema cautela. Mientras la oferta avanza al ritmo de la molturación y trata de activar las operaciones, los compradores apenas cubren necesidades básicas, confiando en posibles ajustes a la baja. Esta dinámica se refleja en unas cotizaciones estables, aunque con ligeras variaciones según zona y calidad, y con una notable presencia de aceite importado que añade presión al mercado. En conjunto, el sector se mueve entre la tranquilidad, la prudencia y la expectativa ante el desarrollo de una campaña que llega con cierto retraso pero con perspectivas dispares según territorio.

Jaén

Tranquilidad absoluta y escasa operatividad en un mercado donde la oferta se dedica a producir y la demanda únicamente picotea para cubrir necesidades puntuales. En este contexto, el lampante se establece a 3.300 €/t.; el virgen, a 3.700/3.750 €/t.; el AOVE, a 4.200/4.700 €/t.; y el refinado, a 3.600/3.650 €/t.

Córdoba

Mercado complicado, con la molturación que avanza muy despacio y un comprador que sólo compra por estricta necesidad. Incertidumbre debido al retraso de la campaña. Así, el lampante se oferta a 3.600 €/t.; el virgen, a 3.750 €/t.; el AOVE viejo, a 4.190/4.200 €/t.; el AOVE fresco, a 4.250/4.900 €/t.; y el refinado, a 3.550/3.600 €/t.

Sevilla

Semana tranquila y sin novedades respecto a la anterior, con la demanda comprando aceite en Túnez y la oferta tranquila. Campaña lenta que acumula algo de retraso por las últimas lluvias. En este sentido, el lampante se sitúa 3.500€/t.; el virgen, a 3.700/3.800 €/t.; el re-



finado, a 3.500/3.600 €/t.; y el AOVE nuevo, a 4.500/5.000 €/t.

Málaga

Mercado parado y sin cotizaciones. Campaña arrancando y lluvias en los últimos días que han sido bienvenidas. La oferta muestra interés por que se active el mercado, pero se encuentra a un comprador muy reacio y cubierto; con entrada de aceite procedente del exterior.

Castilla-La Mancha

Semana tranquila marcada por unas tímidas lluvias que han ralentizado el inicio de la recolección. Estabilidad como tónica predominante, con un vendedor que poco a poco va aumentando su oferta y un comprador prudente que sólo compra por estricta necesidad. Así, el virgen se establece a 3.800/3.900 €/t.; y el AOVE nuevo a 4.300/4.600 €/t.

Extremadura

Ligero repunte en las cotizaciones más inferiores debido a la escasez de aceite de la campaña anterior e inicio generalizado de la recolección. En este sentido, el lampante se oferta a 3.450/3.600 €/t.; el virgen, a 3.800/3.900 €/t.; y el AOVE nuevo a 4.300/5.000 €/t.

Valencia

Mercado muy paralizado debido a la fortaleza de la oferta y el poco interés de la demanda, que confía en que bajen las cotizaciones. Perspectivas favorables en la nueva campaña, tanto en cantidad como en calidad, con una cosecha que se adivina media-alta. Así, el lampante se sitúa a 3.400 €/t.; el virgen, a 3.750 €/t.; el AOVE fresco a 4.400 €/t.; y el refinado, a 3.500 €/t.

Lérida/Tarragona

La cosecha avanza rápidamente. El precio del AOVE con DOP es de 4.800 €/t. de media, pero se pagan 5.000 € por zumos de mayor calidad.



ASISTENCIA TÉCNICA MECÁNICA

Pablo Muñoz: 615 507 418 / Ramón Rodríguez: 615 507 421

ASISTENCIA TÉCNICA ELÉCTRICA

Raúl Risueño: 615 507 404 / Pablo García: 696 962 528

ALMACÉN REPUESTOS

Cristóbal Garrido: 636 344 663 / Alejandro Cabrera: 615 507 416

ASUNTOS GENERALES

Francisco Estrella: 615 507 422 / José Cabrero: 615 507 399

¡YA ESTAMOS LISTOS!

Siempre a tu lado en la campaña

Horario: 7:30 h a 22:30 h

Horario nocturno:

Email: josemaria.cabrero@pieralisi.com

Pieralisi Jaén: 953 284 023

Pieralisi Zaragoza: 976 466 020



La Comisión Europea presenta una nueva Estrategia de Bioeconomía

La Comisión Europea (CE) ha adoptado un nuevo marco estratégico para una bioeconomía de la UE “competitiva y sostenible”. Así, la UE avanzará hacia una economía más circular y descarbonizada, y podrá reducir la dependencia de las importaciones de combustibles fósiles gracias al uso de recursos biológicos renovables procedentes de la tierra y del mar; y a través de alternativas a las materias primas fundamentales.

El Ejecutivo comunitario ha explicado que la bioeconomía ofrece a Europa la oportunidad de reforzar su resiliencia, sustituir los materiales y productos de origen fósil, crear empleo y liderar la transición mundial hacia industrias limpias. Con esta nueva Estrategia, la UE apoyará acciones que ofrezcan soluciones prácticas sostenibles utilizando nuestros recursos biológicos en sectores como la agricultura, la silvicultura, la pesca, la acuicultura, la transformación de biomasa, la biofabricación y las biotecnologías. A su juicio, se aprovechará el enorme potencial de estos recursos, la excelencia científica y la base industrial, y se fomentará la innovación en beneficio del clima, la naturaleza y la sociedad.

También hay una demanda cada vez mayor de los productos de construcción de origen biológico, las fibras textiles y los fertilizantes. Sin embargo, aún existe un gran potencial sin explotar, según la CE.

La Estrategia de Bioeconomía de la UE tiene por objeto liberar este potencial mediante el aumento de la innovación y las inversiones, el desarrollo de mercados líderes para los materiales y tecnologías de origen biológico, la garantía de un suministro sostenible de biomasa y el aprovechamiento de las oportunidades mundiales.

La Comisión trabajará para crear este marco regulador coherente y simplificado que recompense los modelos de negocio circulares y sostenibles, salvaguardando al mismo tiempo las normas de seguridad de la UE. A su juicio, la aprobación más rápida, clara y sencilla de las soluciones innovadoras ayudará a las empresas a desarrollarse y crecer en Europa, especialmente las pymes.

La Comisión también velará por que la financiación actual y futura de la UE se destine a las biotecnologías. Para estimular la inversión privada, la Comisión propone convocar un Grupo de Despliegue de Inversiones en Bioeconomía para crear una cartera de proyectos finan-

Intermediario de aceite de oliva

Ramón Alcalá 

607 628 997

administracion@origenia.com

Tel.: 957 498 590 • Fax: 957 245 155

bles, compartir el riesgo de manera más eficaz y atraer capital privado.

La Comisión ha identificado mercados innovadores de materiales y tecnologías de base biológica con el objetivo de desbloquear la inversión y permitir la expansión. Entre ellos se incluyen sectores de base biológica como el de los plásticos, las fibras, los textiles, los productos químicos, los fertilizantes, los productos fitosanitarios, los materiales de construcción, las biorrefinerías, la fermentación avanzada y el almacenamiento permanente de carbono biogénico, que tienen un gran potencial tanto para el crecimiento económico como por los beneficios medioambientales. La Comisión impulsará la demanda de contenido de origen biológico en los productos estableciendo, por ejemplo, objetivos en la legislación pertinente.

La Estrategia propone crear una Alianza Europea de Base Biológica, que reunirá a empresas de la UE para adquirir colectivamente soluciones de base biológica por valor de 10.000 millones de euros de aquí a 2030.

Garantizar un uso sostenible de la biomasa

La Estrategia de Bioeconomía de la UE destaca la necesidad de obtener biomasa de manera responsable, garantizando que los bosques, los suelos, el agua y los ecosistemas se gestionen dentro de sus límites ecológicos. Es fundamental

promover la circularidad y aumentar el valor de la biomasa secundaria, como los residuos agrícolas, los subproductos y los residuos orgánicos.

La Comisión pondrá en marcha iniciativas que recompensen a los agricultores y silvicultores que protejan los suelos, mejoren los sumideros de carbono y apoyen un uso sostenible de la biomasa.

Desde la Asociación Agraria Jóvenes Agricultores (Asaja) han valorado positivamente la publicación de la nueva Estrategia Europea de Bioeconomía, “en la que la Comisión Europea reconoce de manera explícita que la agricultura es un pilar imprescindible para garantizar una producción sostenible de biomasa, el desarrollo de nuevas cadenas de valor y el fortalecimiento de la competitividad industrial de la Unión Europea”.

La organización ha considerado especialmente relevante que se priorice la producción doméstica de biomasa y se refuercen los instrumentos que permiten aprovechar subproductos agrícolas, fomentar la circularidad y generar nuevas oportunidades económicas en las zonas rurales. También es favorable el impulso a las biorrefinerías integradas, que permiten valorizar residuos agrícolas y crear un tejido industrial de proximidad con capacidad para generar empleo estable y mayor valor añadido en el territorio.

Sin embargo, Asaja ha advertido de que el desarrollo de la bioeconomía solo será viable si se garantiza un marco de competencia equilibrado. También ha considerado esencial que la implementación de la estrategia asegure que los agricultores reciben una remuneración justa por la biomasa que producen y por su contribución directa a la sostenibilidad del sistema productivo europeo. “La bioeconomía debe consolidarse como un motor de oportunidades reales para el medio rural y no únicamente como una demanda adicional de recursos”, ha añadido.



ChileOliva celebra el 22º Encuentro Nacional del Aceite de Oliva

Con la participación de más de 100 productores, profesionales, académicos y actores vinculados al sector olivícola -quienes representan más del 90% de la industria productora de aceite de oliva en Chile-, ChileOliva celebró recientemente el 22º Encuentro Nacional del Aceite de Oliva. Una vez más, este evento se convirtió en un punto de encuentro para analizar los desafíos del sector, abordar las tendencias internacionales y proyectar una industria más competitiva, sostenible y transparente, según informó esta asociación en su página web.

Durante la inauguración, el presidente de ChileOliva AG, José Pablo Illanes, destacó la relevancia del encuentro para fortalecer la colaboración público-privada y avanzar en la sofisticación del sector, subrayando el compromiso del sector con el desarrollo de un aceite de oliva extra virgen chileno reconocido por su calidad, inocuidad y origen.

La jornada incluyó una nutrida agenda técnica y estratégica, partiendo por la modernización del Tratado de Libre Comercio entre Chile y la Unión Europea, presentada por Andrea Cerda, jefa de la División de Acceso a Mercados del Ministerio de Relaciones Exteriores. La exposición profundizó en las oportunidades que la actualización del acuerdo abre para el aceite de oliva chileno en términos de acceso, promoción y reglas de origen.

Por su parte, Aintzane Lorca, jefa de Desarrollo Productivo Sostenible del Ministerio de Economía, presentó el Programa de Desarrollo Productivo Sostenible y las herramientas disponibles para potenciar la innovación, eficiencia y sostenibilidad en la cadena productiva del sector olivícola. Según se expuso, todo ello tiene relación directa con el Tercer Acuerdo de Producción Limpia que está impulsando el sector a través de la incorporación de prácticas de agricultura regenerativa, con el objetivo de cuidar los suelos, fortalecer la biodiversidad y avanzar hacia la neutralidad de carbono del sector; y también con el sello AOS, exclusivo para las empresas socias de ChileOliva, “que distingue a quienes cumplen con estándares de



gestión sostenible en la producción de su aceite de oliva”.

Además, se revisó la nueva normativa de etiquetado y regulación del aceite de oliva en Brasil, a cargo de Helena Pan Rugeri, del Ministerio de Agricultura de Brasil, quien detalló los requisitos, avances regulatorios y oportunidades comerciales en ese mercado, uno de los principales destinos del aceite chileno, representando el 19,5% de las exportaciones de Chile en el periodo comprendido entre enero y septiembre de 2025.

El encuentro incluyó una presentación por parte de María Luisa Ruiz, jefa del Panel de Cata de Aceite de Oliva Virgen en el Laboratorio Agroalimentario de Valencia y certificada por el COI, quien compartió casos, aprendizajes y mecanismos de control aplicados en Europa. A su vez, María Luz Hurtado, académica de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad de Chile, abordó la nueva normativa obligatoria para el aceite de oliva en Chile, sus exigencias, alcances y plazos de implementación.

También ofreció espacio a modelos exitosos de certificación. Así, Belén Ruz, coordinadora de sostenibilidad de Vinos de Chile, expuso el caso del Sello de Sostenibilidad del sector vitivinícola, destacándolo como una referencia para el desarrollo de están-

dares transversales de sostenibilidad en la industria olivícola.

A su vez, se realizó una cata guiada de AOVES, dirigida por María Luisa Ruiz, donde los asistentes pudieron profundizar en atributos sensoriales, estilos, perfiles y calidad.

La jornada cerró con un showcooking a cargo del chef nacional Eugenio Melo, director del Centro de Innovación Gastronómica de INACAP, quien preparó diversas elaboraciones utilizando aceite de oliva virgen extra chileno, resaltando su versatilidad culinaria, estabilidad y potencial gastronómico.

Reconocimientos ChileOliva 2025

Durante el encuentro, el sector entregó tres distinciones que reconocen el compromiso al desarrollo del sector. En concreto, Omar González, de Agroindustrial El Olivar de Llancay Ltda., obtuvo el reconocimiento al compromiso con la industria por su destacada participación en actividades de difusión y aporte técnico; José Miguel Jopia, de Río Negro S.A., recibió el reconocimiento al compromiso con la sostenibilidad por su liderazgo y aporte en el Acuerdo de Producción Limpia del sector; y Juan Luis González, de Agro Marchigüe S.A., se alzó con el reconocimiento como profesional de almazara por su dedicación, compromiso y activa participación en el Grupo Técnico Industrial (GTI).

Asimismo, la jornada incluyó una feria con stands que contó con la participación de las principales empresas proveedoras de productos y servicios para la industria olivícola.

Con este encuentro, ChileOliva reafirma su compromiso con impulsar una industria más competitiva, alineada con las exigencias regulatorias y con un fuerte potencial de crecimiento en los mercados internacionales”.



*Aceites de oliva*

JAÉN

	EUROS/T. SEMANA 1/7 diciembre '25 (Cierre día 27 nov. '25)	EUROS/T. SEMANA 8/14 diciembre '25 (Cierre día 4 dic. '25)
	€/t.	€/t.
Lampante, base 1º	3.600	3.600
Virgen	3.700/3.750	3.700/3.750
Virgen extra	4.400/4.800	4.200/4.700
Refinado	3.600/3.650	3.600/3.650

CÓRDOBA

Lampante, base 1º	3.550/3.600	3.600
Virgen	3.750/3.800	3.750
Virgen extra viejo	4.190/4.200	4.190/4.200
Virgen extra nuevo	4.250/4.900	4.250/4.900
Refinado	3.500/3.550	3.550/3.600

SEVILLA

Lampante, base 1º	3.500	3.500
Virgen	3.700/3.800	3.700/3.800
Virgen extra nuevo	4.500/5.000	4.500/5.000
Refinado	3.500/3.600	3.500/3.600

GRANADA

Lampante, base 1º	3.600	3.600
Virgen	3.700/3.750	3.700/3.750
Virgen extra	4.400/4.800	4.200/4.700

MÁLAGA

Lampante, base 1º	Sin oper.	Sin oper.
Virgen	Sin oper.	Sin oper.
Virgen extra	Sin oper.	Sin oper.

TOLEDO

CASTILLA-LA MANCHA

Virgen	3.700/3.800	3.800/3.900
Virgen extra nuevo	4.500/4.700	4.300/4.600

LÉRIDA Y TARRAGONA

Virgen extra (DOP)	5.200	4.800
--------------------	-------	-------

ALICANTE

COMUNIDAD VALENCIANA

Lampante, base 1º	3.400	3.400
Virgen	3.750	3.750
Virgen extra nuevo	4.600	4.400
Refinado	3.500	3.500

BADAJOZ

EXTREMADURA

Lampante, base 1º	3.350/3.500	3.450/3.600
Virgen	3.600/3.700	3.800/3.900
Virgen extra nuevo	4.300/5.000	4.300/5.000

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

patrocinador oficial de los precios del aceite de oliva

maquinaria|servicios

tratamiento y adecuación postcosecha del fruto y del agua

AGROISA

INMECAL

ITB

IntesBIO

Agrotechbiomed

PYME INNOVADORA

CDTI

Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial

AGROISA.COM | info@agroisa.com



Aceites de orujo

SEVILLA

ANDALUCÍA

 EUROS/T.
SEMANA
1/7 diciembre '25
(Cierre día 27 nov. '25)

 EUROS/T.
SEMANA
8/14 diciembre '25
(Cierre día 4 dic. '25)

	€/t.	€/t.
Refinable, base 10°	1.400/1.450	1.400/1.450
Refinado, winterizado, a granel, sobre origen	2.100	2.100

Aceites de semillas

SEVILLA

ACEITE DE GIRASOL
(Sobre origen a granel)

 Crudo 1.180/1.200
Refinado 1.300

 1.180/1.200
1.300

ACEITE DE SOJA
(Sobre origen cisternas)

 Crudo 1.225
Refinado 1.375

 1.225
1.375

ACEITE DE SEMILLAS

Refinado 1.300

1.300

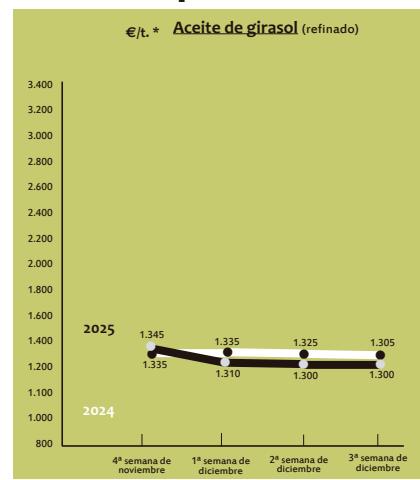
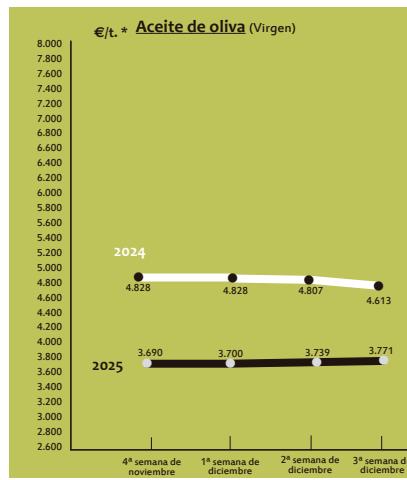
Oleinas y Ácidos grasos

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

 Sin oper.
Sin oper.
Sin oper.

 Sin oper.
Sin oper.
Sin oper.

Evolución mensual de los precios



(* Media ponderada a nivel nacional).

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



Aceites y Grasas industriales

MADRID
BARCELONA

EUROS/KG. SEMANA 1/7 diciembre '25 (Cierre dia 27 nov. '25)	EUROS/KG. SEMANA 8/14 diciembre '25 (Cierre dia 4 dic. '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)	1.075	1.100
MANTECA DE CERDO 0,5° (origen)	1.170	1.150
ACEITE DE COCO (refinado)	2.625	2.625
ACEITE DE LINAZA (refinado)	s/c	s/c
ACEITE DE PALMA	1.375	1.360
ACEITE DE PALMISTE	2.100	2.100
ACEITE DE MAÍZ	1.500	1.450
ACEITE DE COLZA	1.350	1.300
ACEITE DE RICINO	1.260	1.260
ACEITE DE PESCADO refinado	4.350	3.400

*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. Indice de yodo 182 mínimo.

ACEITE DE MADERA: sobre Barcelona.

ACEITE DE RICINO: calidad n°1, índice de yodo 80/90. Color Gardner 2/3. Sobre Barcelona.

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

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

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

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

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

GLICERINA DESTILADA: 98% glicerol, en cisternas.

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

GARRIDO HERMANOS, C.B.

Agentes comerciales especializados
en aceites, grasas y derivados

Tel.: 953 254 316 y 953 222 190 - Fax: 953 220 816

Mov.: 619 421 807 y 679 974 110

Avda. de Granada, 1 - 5ºD - 23003 - JAÉN

garridohermanoscb@gmail.com



Mercado internacional

			EUROS/KG. SEMANA 1/7 diciembre '25 (Cierre día 27 nov. '25)	EUROS/KG. SEMANA 8/14 diciembre '25 (Cierre día 4 dic. '25)
			€/t.	€/t.
	ITALIA			
	SUR DE PUGLIA			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,00	6,90	
	ACEITE DE OLIVA refinado	3,65	3,65	
	ACEITE DE OLIVA lampante	3,00/3,20	3,10/3,30	
	ACEITE DE ORUJO refinado	2,20	2,20	
	ACEITE DE GIRASOL refinado	1,35	1,35	
	ACEITE DE MAÍZ refinado	1,32	1,32	
	ACEITE DE SOJA refinado	1,40	1,40	
	ACEITE DE CACAHUETE refinado	1,75	1,75	
	NORTE DE PUGLIA & CALABRIA			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	7,00/7,30	6,90/7,10	
	ACEITE DE OLIVA virgen	Sin oper.	Sin oper.	
	TÚNEZ			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	3,50/3,70	3,45/3,60	
	MARRUECOS			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra	4,50/5,00	4,50/5,00	
	TURQUÍA			
	ACEITE DE OLIVA refinado	Sin oper.	4,10/4,20	
	GRECIA			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Creta	4,90/5,00	4,90/5,00	
	ACEITE DE OLIVA virgen extra Peloponeso (Precios facilitados por 25 Olio Officina Magazine)	4,70/4,80	4,65/4,70	
	PORTUGAL			
	ACEITE DE OLIVA virgen extra nuevo	4,30/4,80	4,30/4,80	

TIPOS DE INTERÉS INTERBANCARIO (4 de diciembre 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

Promueven cerca de 70 talleres dedicados a la cultura del olivar en centros educativos de Jaén

La Diputación Provincial de Jaén ha promovido cerca de 70 talleres dedicados al olivar y aceite de oliva, que se han desarrollado en torno a la celebración del Día Mundial del Olivo, que tuvo lugar el pasado 26 de noviembre. Más de 1.600 escolares de 48 centros educativos de la provincia han participado en esta experiencia “con la que la Administración provincial pretende poner en valor la calidad, simbología y oportunidad que ofrece algo tan arraigado en nuestra tierra como es el olivar y el AOVE”, ha resaltado el diputado de Agricultura y Ganadería, Javier Perales.

Perales ha incidido en la apuesta por “dar a conocer todas las potencialidades que ofrece este árbol milenario desde muy temprana edad”.

“El futuro del olivar pasa por extraer las oportunidades que desarrolla el olivo desde su siembra hasta la obtención de su fruto más preciado.

Sin olvidarnos, de los beneficios que el aceite oliva imprime en la salud, a nivel medioambiental y en la gastronomía”, ha destacado el responsable del Área de Agricultura y Ganadería.

Es por ello que “el impacto en la población local y el arraigo que de por sí desprende este sector lleva a la Diputación a diseñar distintas estrategias de ocio y formativas destinadas a todos los públicos a lo largo del año”, ha precisado.

En esta ocasión, la Administración provincial ha promovido distintos talleres en centros educativos jiennenses, que han incluido catas y charlas de sensibilización, además del reparto de pasatiempos relacionados con el aceite de oliva virgen extra y la naturaleza del olivar.

Estos cuadernillos están a disposición de toda la ciudadanía en la web de Diputación.

MATERIAS PRIMAS PARA piensos compuestos

	PRECIOS
HARINAS	
Harina de soja (s. fábrica).....	€/t. 385
Harina de girasol (integ.) (abril)	280
Harina de pescado (extra, sobre fábrica productora, con envase. 64/65% proteínas. Salido de fábrica en sacos paletizados fob Hamburgo).....	1.550
	Dólares/t.
Harina de pescado, de Perú	s/c
Harina de soja (Buenos Aires) (Precios cif Rotterdam)	s/c
CEREALES	
(Estos precios son en origen)	€/t.
Maíz	325
Trigo panificable	360
Trigo forrajero (puerto destino)	340
Cebada cervecera	270
Cebada dos carreras	270
Colza (puerto destino)	752
Guisantes	280
Centeno	220
Harina de girasol (pellets)	230
Harina de girasol (alto proteíco)	290

LA BOLSA DE CHICAGO

Habas de soja: La semana cerraba a 1.119,75 centavos de dólar por bushel; la última semana cerró a 1.132,25.

◆ Precios: Futuros enero.

Harina de soja: 308,50 dólares por tonelada corta era el último precio de cotización al cierre de nuestra revista, mientras que la anterior indicaba 317,60.

◆ Precios: Futuros diciembre.

Aceite de soja: Cerraba a 51,85 centavos de dólar por libra, desde la última cotización de a 50,79.

◆ Precios: Futuros enero.

Maíz: Terminó la semana a 437,25 centavos/bushel, habiendo comenzado a 433,25.

◆ Precios: Futuros diciembre.

MARÍA JOSÉ GÁLVEZ MUÑOZ, S.L.U.

Agente Comercial Colegiado
especializado en aceites

TEL.: 957 50 08 31
957 50 10 07

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



La DOP Priego de Córdoba presenta el Manifiesto en Defensa del Olivar Picudo

La Denominación de Origen Protegida Priego de Córdoba ha celebrado el Día del Picudo, una jornada dedicada a destacar la importancia histórica, agronómica y cultural de esta variedad autóctona que forma parte esencial del patrimonio oleícola de la comarca. En este acto se ha presentado el Manifiesto en Defensa del Olivar Picudo, un documento que subraya que esta variedad "no es una variedad más, es un paisaje vivo, un monumento natural y una pieza fundamental de la identidad de la DOP Priego de Córdoba". Su lectura ha corrido a cargo de Brígida Jiménez, directora del Centro IFAPA de Cabra (Córdoba).

La jornada, celebrada en la sede del Consejo Regulador, ha reunido a representantes institucionales, productores, cooperativas, investigadores y profesionales del sector oleícola de los cuatro municipios amparados por la DOP: Almedinilla, Carcabuey, Fuente-Tójar y Priego de Córdoba.

El manifiesto destaca el papel del picudo en la biodiversidad del olivar tradicional y su aportación diferenciadora a los aceites de oliva vírgenes extra amparados por el sello de calidad. Asimismo, señala los principales desafíos a los que se enfrenta esta variedad, entre ellos el abandono del olivar, la baja rentabilidad, la presión por modelos intensivos y los efectos del cambio climático. Por ello, el documento hace un llamamiento a instituciones, sector productor, universidades y consumidores para trabajar de manera conjunta en su protección y mantenimiento.

El presidente del Consejo Regulador, Rafael Muela, ha puesto en valor el trabajo desarrollado por la entidad en torno a esta variedad, subrayando que la DOP “apostó decididamente por la Picuda desde el primer día”, convirtiéndola en protagonista de su estrate-

**DAVID
PÉREZ CASTAÑEDA**

**INTERMEDIACIÓN DE
ACEITES DE OLIVA A GRANEL**

Agente Comercial Colegiado nº 10180

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

www.davidperezcastaneda.com

gía de promoción. A su vez, ha recordado que la Denominación de Origen Protegida ha dedicado años a mostrar al mundo el potencial de esta variedad en campañas, ferias, certámenes internacionales y acciones de divulgación, hasta lograr que el “picudo sea hoy sinónimo de calidad, autenticidad y origen”.

Igualmente, Muela ha mencionado la resiliencia agronómica del picudo y ha explicado que la DOP está impulsando líneas de investigación para mejorar su cultivo y garantizar su futuro, “porque defender esta variedad es defender nuestra identidad y el valor añadido de nuestros agricultores”.

Por su parte, el alcalde de Priego de Córdoba, Juan Ramón Valdivia, ha destacado la relevancia de conservar la biodiversidad, afirmando que “la historia de nuestro aceite es la historia de una decisión de éxito”. Además, ha recordado que, hace más de dos décadas, se tomó la gran decisión de “optar por la calidad”, siendo el secreto de nuestro éxito el “no haber perdido nunca la esencia y la pureza”.

La jornada ha incluido también la intervención de la directora del Centro Universitario para el Desarrollo del Aceite de Oliva (CUDAO), Isabel Trujillo, quien ha ofrecido la ponencia titulada “Picudo. La variedad que mejora nuestros olivares y enriquece nuestros AOVEs con tradición, calidad y singularidad”, en la que ha destacado la relevancia agronómica de esta variedad autóctona y su aportación clave al perfil sensorial de los aceites de oliva vírgenes extra de la comarca.

Como cierre de la actividad, los asistentes han participado en un desayuno molinero tradicional acompañado de una cata de los primeros aceites certificados de nueva cosecha elaborados con la variedad picuda.

The image displays a range of industrial equipment for biomass processing. On the left, a hammer mill is labeled 'MOLINO TRITURADOR'. Next to it is a large cylindrical thermal mixer labeled 'TERMOBATIDORA'. Further right is a large stainless steel batch mixer labeled 'CONJUNTO BATIDORA CON MOLINO PARA MOLTRACIÓN POR LOTES'. In the foreground, a transfer pump is labeled 'BOMBA PARA TRASIEGO'. On the far right, a biomass boiler is labeled 'CALDERA DE BIOMASA'. The background features a dark, stylized graphic of interlocking gears and arrows.



Paco Roncero se une a Almazaras de la Subbética para reivindicar el valor del origen y la excelencia del AOVE

El chef Paco Roncero, con dos estrellas Michelin y tres Soles Repsol, se incorpora a la nueva campaña oleícola de Almazaras de la Subbética en una colaboración que reivindica el valor del origen, la sostenibilidad y la cultura del aceite de oliva virgen extra.

Roncero, reconocido defensor del AOVE y su uso consciente en la alta cocina, comparte la misma filosofía que guía a la cooperativa. "Sus aceites transmiten la dedicación de quienes creen en lo que hacen. Para un cocinero, eso es lo que más inspira", ha afirmado el chef.

Tal y como ha subrayado el cocinero, esta alianza pone en valor el compromiso de unir divulgación, territorio y excelencia para acercar el AOVE a nuevos públicos sin perder su identidad.

Durante la campaña, Roncero participará en showcookings, grabaciones y contenidos

gastronómicos que mostrarán cómo el AOVE transforma la cocina y conecta con la memoria y el paisaje.

La cooperativa ha resaltado que "la llegada de la nueva cosecha marca el inicio del trabajo de más de 7.000 agricultores, cuya labor convierte el fruto del olivar en aceites reconocidos internacionalmente por su autenticidad. Entre ellos, Rincón de la Subbética, el AOVE ecológico más premiado del mundo, del cual incluimos una botella de la nueva campaña junto a esta comunicación para que pueda apreciar de primera mano el valor de nuestro origen".

Ubicada en pleno Parque Natural de las Sierras Subbéticas, Almazaras de la Subbética exporta sus aceites a más de 60 países, manteniendo un modelo basado en la innovación, la sostenibilidad y el respeto por la tradición.



Con esta colaboración, la cooperativa ha remarcado que refuerza su misión de seguir llevando el AOVE a cocineros, consumidores y amantes de la gastronomía, "celebrando el origen como esencia de cada botella".

La DOP Baena consolida la presencia de su AOVE en las cocinas del norte de España

La Denominación de Origen Protegida Baena continúa consolidando la presencia de su aceite de oliva virgen extra en el norte de España gracias a la celebración de dos de sus concursos formativos más destacados: el certamen desarrollado en la Escuela de Especialidades de la Estación Naval de La Graña (ESENGRA), en Ferrol (Galicia); y el concurso regional celebrado en la Escuela de Hostelería de Gijón (Asturias).

Ambos encuentros han permitido que futuros profesionales de la cocina y sala profundicen en el uso técnico y gastronómico del AOVE con DOP Baena.

De esta manera, según la entidad, "con la presencia simultánea en Galicia y Asturias se demuestra el avance del AOVE con DOP Baena en territorios clave del norte, donde su implantación educativa crece de forma sólida".

Para el sello de calidad, esta estrategia

formativa permite integrar el uso técnico del virgen extra en escuelas de alto nivel, difundir la cultura del aceite entre los futuros profesionales del sector y reforzar el vínculo entre las aulas y el origen del producto.

En Ferrol, la ESENGRA -único centro de las Fuerzas Armadas que imparte FP reglada de hostelería- ha reunido a ocho escuelas de hostelería gallegas que compitieron en la elaboración de la tortilla española con AOVE de la DOP Baena, patata, huevo, sal y un ingrediente secreto. El certamen ha destacado por el rigor técnico y el uso profesional del virgen extra, cuyo comportamiento térmico, estabilidad y carácter aromático han sido clave en la valoración final. Los organizadores han subrayado que la presencia del virgen extra con este sello de calidad "marca una diferencia inmediata en textura, jugosidad y equilibrio".

Por su parte, en Asturias, la Escuela de

Hostelería de Gijón ha celebrado otra edición del concurso regional con la participación de distintos centros formativos del Principado. El formato ha replicado el esquema gallego, permitiendo evaluar la técnica culinaria, el control de cocción y la destreza en la presentación ante el jurado.

Las elaboraciones han puesto de relieve cómo el virgen extra de la DOP Baena potencia el sabor natural de la patata y el huevo, aporta brillo y define la personalidad final de la tortilla. Según la entidad, el concurso se ha convertido en una cita estable dentro de la formación hostelera asturiana.

La DOP Baena ha agradecido la colaboración de los centros participantes, docentes, jurados y medios de comunicación, "ya que contribuyen a impulsar este proceso de implantación del virgen extra en las cocinas formativas del norte de España".



El IFAPA da a conocer la diversidad varietal que conserva el Banco de Germoplasma Mundial del Olivo

El Centro IFAPA Alameda del Obispo (Córdoba) ha acogido la X Jornada de Cata de AOVE “Descubre la Colección Mundial de Olivo”, una actividad que da a conocer la gran diversidad varietal que conserva el Banco de Germoplasma Mundial del Olivo de este organismo y que busca concienciar sobre la importancia de esta colección para la investigación y adaptación del cultivo a nuevos escenarios agroclimáticos.

La iniciativa, que ha reunido a casi 100 participantes, ha sido inaugurada por el secretario general del IFAPA, Manuel Toribio, y ha contado con una introducción de la colección de variedades de olivo a cargo de la investigadora Angelina Belaj.

Durante la jornada también se ha celebrado una actividad sobre las características varietales y una degustación sensorial de algunos aceites de la colección en la que han participado la directora del Centro IFAPA de Cabra, Brígida Jiménez; la investigadora Mª Paz Aguilera, del Centro Venta del Llano; y Francisco Gómez, de Extra Virgin Solutions.

Asimismo, los asistentes han podido participar en un maridaje de aceites de oliva virgen extra procedentes de la colección a cargo de Mª Paz Aguilera y David Ruano, gerente de un obrador tradicional.

Una colección de importancia mundial

La Colección Mundial de Variedades de Olivo del IFAPA en el centro Alameda del Obispo se configura como un punto de encuentro entre la historia, el presente y el futuro del olivar, manteniendo en campo y en instalaciones de propagación más de 1.290 accesiones que incluyen alrededor de 775 variedades procedentes de 29 países.

Se trata de la colección nacional e internacional de referencia (INIA-FAO:ESP 046), forma parte de la red nacional (INIA-CSIC) e internacional de bancos de germoplasma del Consejo Oleícola Internacional (COI) y está integrado como banco internacional del Tratado Interna-



cional de Recursos Fitogenéticos en Agricultura y Alimentación (TIRFAA) de la FAO.

Concretamente, cada una de las variedades de la colección posee unas determinadas características, entre las que se encuentran una gran gama de perfiles organolépticos que pueden brindar nuevas posibilidades para los AOVES de calidad.

Además, según el IFAPA, las variedades tradicionales pueden ser una fuente de diversidad muy útil ante nuevos e imprevistos cambios climáticos en el futuro, nuevas plagas o enfermedades (como la *Xylella fastidiosa*) y para la obtención de nuevas variedades de olivo adaptadas a las técnicas del cultivo.

En este sentido, la jornada de cata de la colección del IFAPA “pretende ser un homenaje y un nuevo acercamiento a este valioso legado de biodiversidad de las anteriores generaciones de agricultores”. Para ello, desde el IFAPA se está trabajando para la caracterización de los aceites de las variedades de la colección. En concreto, durante la campaña de 2025 se han extraído aceites de alrededor de 20 variedades provenientes de ocho países.

La X Jornada de Cata de AOVE busca, asimismo, dar a conocer algunos de estos aceites y su maridaje con tres tipos diferentes de pan artesanal. Así, durante la actividad se ha podido conocer de cerca la gran diversidad varietal que mantiene la colección y los trabajos del Ifapa para su conservación, identificación, evaluación y puesta en valor.

Acuerdo sobre nuevas técnicas genómicas para desarrollar variedades mejoradas

La Comisión Europea (CE) ha acogido con satisfacción el acuerdo político provisional alcanzado por el Parlamento Europeo y el Consejo de la UE sobre nuevas normas europeas para los vegetales obtenidos utilizando nuevas técnicas genómicas (NTG). Las medidas acordadas ayudarán a los agricultores a cultivar plantas más resilientes al cambio climático y haciéndolas más sostenibles, ya que los productores necesitarán menos recursos, fertilizantes y plaguicidas para combatir las plagas, según ha precisado el Ejecutivo comunitario.

A su juicio, esto permitirá a los agricultores ser más competitivos, al igualar las condiciones de competencia internacionales con otros productores. Las nuevas medidas también reducirán significativamente la carga administrativa, garantizando al mismo tiempo unas normas de seguridad estrictas para los vegetales y productos obtenidos con NTG.

El comisario de Salud y Bienestar de los Animales, Oliver Várhelyi, ha declarado que “el acuerdo alcanzado es un hito en el uso de la innovación en la agricultura. Las nuevas normas permiten el uso de herramientas clave para que los sectores europeos de la agricultura y la alimentación puedan competir a escala mundial. También permitirán hacer frente a retos cada vez mayores, como los derivados de nuevas plagas y enfermedades vegetales”.

“Con estas nuevas normas, la UE adapta su legislación al progreso científico”, ha añadido.

El Reglamento acordado debe ser adoptado formalmente por el Consejo y el Parlamento Europeo. Se publicará en el Diario Oficial a lo largo de 2026 y empezará a aplicarse dos años después.



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



ANÁLISIS

AxFlow

LA MEJOR TECNOLOGÍA NIR EN ALMAZARA

Mayor Rentabilidad - Rápida Amortización

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

www.axflow.es

DEPÓSITOS INOX. Y LÍNEAS DE EXTRACCIÓN

MANZANO Flottweg

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

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

tecnilab
tecnología analítica

La solución integral para su almazara

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

AUTELEC
TECNOLOGÍA, S.L.

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

EXTRACCIÓN

centrifugación alemana

La extracción convertida en arte.

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

Devonta más de 150 años, ANDRITZ SEPARACIÓN se ha especializado en el desarrollo de tecnologías y conocimientos clave en el sector de la separación. Con más de 15.000 instalaciones de filtrado instaladas en todo el mundo, ANDRITZ SEPARACIÓN es uno de los líderes mundiales en la separación de sólidos y líquidos.

Los desecadores P-type están diseñados específicamente para la industria alimentaria y en especial para el sector oleícola, cumpliendo con las requisitos más exigentes.

PALACÍN incorpora en su línea de extracción oleícola este gran invento y se convierte en el desecador exclusivo de ANDRITZ SEPARACIÓN para aceite y aceite.

GP
González y París

La experiencia marca la diferencia

ifamensa
INSTITUTO DE FABRICACIÓN DE MAQUINAS ENSEÑANZAS S.L.

Únicos Fabricantes Especializados en el Envasado de Aceites desde 1962

Llenadora semi-automática
Semi-automatic filler

CAUDALÍMETROS DE ALTA PRECISIÓN
HIGH ACCURACY FLOWMETERS

EXPERIENCIA
EXPERIENCE

50 AÑOS / 40 PAÍSES / COUNTRIES

Ausere

Tel: +34 976 10 63 40 - Fax: +34 976 59 67 21
ausere@ausere.es
C/ Constructora, 26 - 56100 Cuarte de Huerva
Zaragoza ESPAÑA / SPAIN
www.ausere.es

POLAT®

Logra Grandes Cosas en Espacios Pequeños

LÍNEAS PARA EXTRACCIÓN DE ACEITE DE OLIVA

www.polatas.com.tr

FÁBRICA Y ALMACÉN
Avda. de la Constitución, nº 12
14850 BAENA (Córdoba)
Tel: 0034 957 665 115
e-mail: taosa@focsol.com

DELEGACIÓN EM PORTUGAL
Av. das Amoreiras, nº 12
14850 BAENA (Córdoba)
Zona Ind. de Mirandela
5370-565 MIRANDELA
Tel: 00351 278 096 522

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

TAOSA®



ESCAPARATE DE PROVEEDORES



LABORATORIOS

agrama ciencia y vida

ANÁLISIS AGROALIMENTARIOS

Rigor | Esfuerzo | Compromiso

www.laboratorioagrama.com

TAMESUR, S.A.

MAQUINARIA DE ELEVACIÓN Y TRANSPORTE

VIVEROS/CAMPO

Lecciana, la variedad italiana de los GRANDES ACEITES

PREMIUM

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



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.I. La Negrilla • C/ Laminadora, Nº 3. Puerta 51 • 41016 Sevilla
Tel: 954 57 12 21 • Fax: 954 57 13 66
espejo@laboratorioespejo.com

treico
Industrial Machinery Solutions

www.treico.com

PESAJE

IMATEC

10 AÑOS DE COMPROMISO EN EL AVANCE TECNOLÓGICO DEL SECTOR OLEÍCOLA

PESAJE

AUTOMATIZACIÓN DE PROCESOS

ELECTRICIDAD

SOFTWARE

CEM CERTIFICADO DE METRÓLOGIA

Info@imatec31.es www.imatec31.es 953 264 697

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

Tractores estrechos de Kubota, más potentes, confortables y seguros

Kubota

www.kubota-eu.com

5 AÑOS DE GARANTÍA

OLIVARUM
Fundación CAJA RURAL JAÉN

Documentación | Análisis | Investigación | Tecnología | Formación

LABORATORIO
CENTRO DE ASESORAMIENTO TÉCNICO AGRARIO

www.olivarum.es

TELL
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 17.025 (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.

SOFTWARE

ANSOTEC

High Technology Great Performance

No podemos controlar el clima, pero sí los procesos.

NUESTRA SOLUCIÓN

ANSOTEC CONECTADA 4.0

MORESIL
Especialistas en Recolección

Olivar tradicional
Superintensivo

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

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.jarrr.com

UTILIZANDO AGROCUADERNO, SUPERAR CUALQUIER RETO ESTARÁ EN SU MANO

DESARROLLADO POR PROSUR

AGROCUADERNO
PROSUR INNOVACIONES

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 AOVE brilla con todo su esplendor en Madrid en la Gala del décimo aniversario de EVOOLEUM Awards

Espacio Rastro Madrid acogió el 3 de diciembre la Gala de entrega de los EVOOLEUM Awards, consagrada como la Gran Fiesta Mundial del AOVE. Un evento único y exclusivo que contó con la presencia del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, así como de productores nacionales e internacionales provenientes de países como Italia, Portugal, Grecia, Sudáfrica, Croacia, Brasil y China. En él se entregaron también los Premios Embajador del AOVE que fueron otorgados al medallista olímpico y ganador de MasterChef Celebrity Saúl Cravietto y al afamado -y triestrellado- chef Quique Dacosta.

Conducida por la presentadora de los informativos de TVE Marta Jaumandreu, la Gala de los Premios Internacionales a la Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra-EVOOLEUM Awards reunió a una amplia representación del sector oleícola y olivarero tanto nacional como internacional, así como a periodistas gastronómicos y chefs; además de contar con la presencia destacada del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), Luis Planas -ya habitual en este evento-, y del secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Junta de Andalucía, Manuel Gómez Galera.

El evento, celebrado en Espacio Rastro, fue patrocinado por CaixaBank; el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), a través de Alimentos de España; la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía; Caja Rural de Jaén, Barcelona y Madrid; Pieralisi, Kubota; Grupo Macho; Ayrtac; y Autelec Tecnología.

En la Gala se entregaron los Premios BEST OF CLASS de EVOOLEUM Awards, una iniciativa impulsada por Grupo Editorial Mercacei y la Asociación Española de Municipios del Olivo (AEMO) que en esta edición cumple 10 años, y que en esta década se ha consolidado como el concurso más prestigioso, riguroso e influyente del mundo del aceite de oliva virgen extra.

Además, en la gran Fiesta del AOVE también se entregaron los Premios del TOP20 AOVEs Producción Limitada -para producciones inferiores a 2.500 litros-, los galardones a los



mejores diseños de packaging (EVOOLEUM Packaging Awards) y el TOP10 de los AOVEs más saludables del mundo.

En esta edición tan especial recibió el Premio Embajador del AOVE el piragüista Saúl Cravietto, y el Premio Embajador del AOVE en Restauración, el chef Quique Dacosta; al tiempo que se incorporaron dos nuevos galardones, Mejor Campaña de Comunicación, otorgado a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español por su campaña "El complemento perfecto" de Aceites de Oliva de España; y Mejor Tienda de AOVE, que recayó en Fábrica Do Azeite, la maravillosa loja de la firma portuguesa Acushla en Oporto.

Otras autoridades presentes en la Gala fueron José Miguel Herrero, director general de Alimentación del MAPA; Andrés Loriga, vicepresidente primero de la Diputación de Córdoba; Gonzalo Domínguez, diputado provincial de Servicios Públicos Supramunicipales de la Dipu-

tación de Sevilla; Chiara Saulle, primera consejera y responsable de

la Oficina Comercial de la Embajada de Italia en Madrid; o Pantelis Gassios, consejero de Asuntos Económicos y Comerciales de la Embajada de Grecia en Madrid.

El olivo, puente entre el pasado y el futuro



La Gala comenzó con las emotivas palabras de Juan A. Peñamil, CEO de Grupo Editorial Mercacei, quien celebró los 10 años de EVOOLEUM Awards -"algo que comenzó como un proyecto ilusionante y se ha convertido en un referente a nivel mundial, con raíces profundas y un futuro brillante, como el propio olivo"- destacando al árbol milenario "como símbolo eterno de resistencia, paciencia y origen; un corazón antiguo latiendo en un mundo contemporáneo, un puente entre el pasado y el futuro". Además de felicitar a todos los participantes y premiados, Peñamil agradeció asimismo a productores y





embajadores su compromiso y talento, "demonstrando que, con la misma dignidad que el olivo, podéis mantener la excelencia incluso cuando soplan vientos contrarios". Para concluir, el CEO de Mercacei recordó que el consumidor sigue apostando por el AOVE con una fidelidad exemplar; sigue diciendo sí al virgin extra, que es lo mismo que decir sí a la salud, a la calidad y a nuestra cultura".

El consumo mundial de aceite de oliva crecerá a escala global

La inauguración de la Gala corrió a cargo del ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas -presente en siete de las ocho galas celebradas hasta la fecha-, que comenzó señalando que el hecho de que EVOOLEUM Awards reúna AOVES de 26 países del mundo es una "clara muestra de su globalidad". Planas recordó que España aglutina el 40% de la producción mundial de aceite de oliva, por lo que "es normal que el 67% de los AOVES del TOP100 sean españoles" y aprovechó la ocasión para felicitarse por el reconocimiento de la nueva DOP Aceite del Somontano. Sobre la situación del sector y las perspectivas de campaña, el ministro de Agricultura habló de una campaña de relativa estabilidad -"casi una noticia en estos tiempos que corren"-, con un aforo que se sitúa aproximadamente 1.400.000 toneladas, y un precio razonable para el consumidor final que "permite al sector disfrutar de una retribución digna para toda la cadena de valor y otorgar estabilidad al consumidor", que se ha visto beneficiado de la reducción del IVA al 4%.

Planas se refirió también a la disrupción en el comercio internacional provocada por la imposición de aranceles por parte

de EEUU -un país que sigue siendo prioritario-, que no obstante han tenido una afección mínima que no llega al 4%, recordando el apoyo del Gobierno, de Alimentos de España y de ICEX en aras de ampliar la presencia internacional del aceite de oliva; al tiempo que subrayó la importancia de los recientes acuerdos de la UE con países del Mercosur -que deberán ser refrendados- y recordó que el olivar recibe 900 millones de euros de los 4.200 millones de euros que corresponden a España en virtud del primer pilar de la PAC.

Para concluir, el ministro se mostró optimista y alabó el trabajo serio y riguroso por parte de todo el sector, "aunque queda mucho trabajo por delante habida cuenta de que el aceite de oliva apenas supone el 3% de las grasas vegetales consumidas en el mundo". En este sentido, se mostró confiado en que el consumo mundial de aceite de oliva en los mercados internacionales crecerá a escala global, sobre todo fuera de la UE, impulsado por sus cualidades y beneficios saludables. Planas finalizó su intervención entregando a la gerente y responsable de Producción de Colival, la Cooperativa Olivarera de Valdepeñas, el galardón que le acredita como Mejor AOVE de España por su monovarietal Valdenvero Hojiblanco, que también obtuvo los premios EVOOLEUM TOP10, Mejor Frutado Verde y Mejor Hojiblanca.

Doble reconocimiento y Premios Embajadores del AOVE

Consoli Molero también recogió en la Gala -por primera vez en la historia de este concurso- los reconocimientos a la Mejor Mujer Productora y a la Mejor Maestra de Almazara de AEMODA. La gerente de

Colival reconoció que todas estas distinciones suponen un "enorme orgullo al superar cualquier expectativa y me llenan de gratitud y responsabilidad.". Molero habló de un trabajo construido

desde la pasión, la constancia y el compromiso total con la excelencia". "Hoy siento orgullo, pero también una enorme humildad", aseguró, agradeciendo y poniendo en valor el trabajo y unión de sus socios y su equipo, "que siente la almazara como suya. Este logro es de todos, y lo recibo con el corazón lleno y la mirada puesta en lo que aún está por venir". Un reconocimiento que "no es un punto final, sino un impulso que nos compromete a seguir innovando, investigando, aprendiendo y defendiendo la calidad en cada gota. La excelencia sólo se alcanza con pasión verdadera", concluyó su intervención.

El afamado chef valenciano Quique Dacosta, propietario del triestrellado restaurante del mismo nombre en Denia -y que tutela la propuesta gastronómica de otros como Deessa y Palm Court en Madrid, El Poblet, Llisa Negra y Vuelve Carolina en Valencia o el Arros QD en la capital británica, Londres- recibió el Premio Embajador del AOVE en Restauración. Galardonado con el Premio MICHELIN al Chef Mentor 2026, Quique Dacosta ha recibido a lo largo de su carrera múltiples reconocimientos como el Premio Nacional de Gastronomía o la Medalla de Oro a las Bellas Artes.

En su discurso de agradecimiento, Dacosta recordó que "tenía 16 años la primera vez que me enfrenté al aceite de oliva no como un aliño, sino otorgándole la importancia que merecía. Intenté hacer una gelatina de aceite de oliva, pero no lo logré, aún no he conseguido gelificar el aceite de oliva virgen extra". El triestrellado chef destacó la importancia de la búsqueda de la creatividad con valores comunes pero muy diferentes en la expresión culinaria", refiriéndose a sus colegas y compañeros de profesión. Y desveló un truco: "Coged cualquiera de los AOVES del TOP100 de EVOOLEUM. Metedlo en la nevera y sacadlo durante tres ó cuatro días. Veréis cómo se puede hacer una crema, una maravillosa pomada de aceite de oliva virgen extra".

Por su parte, el Premio Embajador del AOVE fue otorgado al piragüista Saúl Cra-





viotto, una auténtica leyenda del deporte español y mundial -con nada menos que seis medallas olímpicas obtenidas en Peñín 2008 (oro), Londres 2012 (plata), Río 2016 (oro y bronce), Tokio 2020 (plata) y París 2024 (bronce)-, ganador del concurso MasterChef Celebrity y defensor del gran pilar de la Dieta Mediterránea. Cravotto -que también ha sido condecorado con la Medalla de Oro de la Real Orden del Mérito Deportivo- significó su relación con el mundo gastronómico desde pequeño. "Mis abuelos eran leoneses y tenían un restaurante, y allí me crié". El seis veces medallista olímpico reconoció que, cuando entró en MasterChef, "casi no sabía freír un huevo", una experiencia que me despertó la pasión por la gastronomía, que se ha convertido en un auténtico hobby para mí". El nuevo Embajador del AOVE se comprometió a promocionar y dar a conocer el oro líquido, que no sólo es un producto, sino que es "tradición, cultura, salud, trabajo y esfuerzo; el buque insignia de España". Saúl Cravotto finalizó deseando a los productores y artesanos de aceite de oliva virgen extra españoles que "sigáis luchando por ser lo que sois, los mejores del mundo".

Un sector con un futuro prometedor

El premio a la Mejor Campaña de Comunicación, otorgado a la Interprofesional del Aceite de Oliva Español por "El Complemento Perfecto" de Aceites de Oliva de España, fue re-

cogido por su presidente, Pedro Barato. La campaña presenta el aceite de oliva virgen extra como un ícono moderno de lifestyle, uniendo moda y gastronomía con la cantante Aitana como protagonista junto a un exclusivo bolso diseñado por Palomo Spain en exclusiva para esta acción que persigue atraer al público más joven al mundo del AOVE.

En su intervención, Barato -que comenzó señalando que "yo no vengo aquí a poner las cosas peor de lo que están, sino al contrario"- indicó que la mejor manera de luchar contra los aranceles es "poniendo al sector del aceite de oliva español 22 millones de euros para lanzar una campaña en EEUU". "Las administraciones no nos ayudan mucho, pero tampoco ponen palos en la rueda", añadió. Tras asegurar que "las cosas valen lo que tienen que valer", el presidente de la Interprofesional aseguró que "el del aceite de oliva es un sector que tiene mucho futuro y un recorrido prometedor si hacemos las cosas como tenemos que hacerlas". En relación a la campaña premiada, Barato finalizó afirmando que "estas campañas sir-

ven para mucho y, estemos orgullosos, las pagamos nosotros".

La clausura de la Gala -que finalizó con un cóctel ma-

ridado con los AOVES del TOP10- corrió a cargo de Manuel Gómez Galera, secretario general de Agricultura, Ganadería y Alimentación de la Junta de Andalucía, quien se refirió al aceite de oliva virgen extra como "símbolo de nuestra cultura y motor económico y social de Andalucía. No es casualidad que 44 AOVES del TOP100 sean andaluces. Habla de innovación, sostenibilidad y, sobre todo, del esfuerzo de miles de familias que trabajan en el olivar".

Líder indiscutible a nivel mundial en el sector oleícola, Andalucía cuenta con 1,6 millones de hectáreas y un 15% de la superficie

mundial, con un tercio de la producción total de aceite de oliva, recordó Gómez Galera. "El aceite de oliva virgen extra es nuestro oro líquido en la cocina, pero su impacto va mucho más allá de la gastronomía: genera riqueza, fija población y fomenta la creación de empleo en el mundo rural. El AOVE es sinónimo de salud, tradición y futuro, y eventos como este nos recuerdan que la calidad es nuestra mejor carta de presentación", concluyó.





Sevilla acogerá la segunda edición de los Premios AgroInfluye

Sevilla acogerá el 3 de marzo de 2026 la segunda edición de los Premios AgroInfluye, el certamen que reconoce a los creadores de contenido del sector agroalimentario en España. La cita tendrá lugar en el Cartuja Center, un espacio de eventos y espectáculos en el centro de la capital hispalense.

Después de una exitosa primera edición celebrada en Zaragoza, “la elección de Andalucía como territorio anfitrión también subraya el peso estratégico de esta Comunidad, líder en producción agroalimentaria y referente en innovación aplicada al campo”, según han informado Agromillora y Dos Esferas Comunicación, organizadores de este certamen.

El evento contará con 13 reformadas categorías respecto al año pasado, 11 nacionales y dos internacionales, “que buscan reconocer y poner en valor a quienes trabajan activamente por darle voz al sector, otorgándoles el peso y la visibilidad que realmente merece”, han destacado.

Por ello, tendrán cabida los cultivos extensivos, la ganadería, el vino, el sector viverista, el AOVE, los cultivos leñosos, la horticultura, la gastronomía local, la agricultura de precisión, la maquinaria agrícola “o, simplemente, si en sus redes muestran su orgullo rural”.

Además, en esta nueva edición se incorporan dos nuevas categorías de alcance internacional: una específica para creadores de contenido agro de Latinoamérica y otra para Portugal, de modo que se amplía la repercusión de los premios más allá del territorio español.

De entre todos los ganadores de las categorías, un jurado profesional elegirá al Mejor Content Creator Agro de España. El año pasado, este reconocimiento fue concedido a la creadora de contenido cordobesa Paula de Prado, “una joven olivicultora que muestra el día a día de una mujer en su sector”. En esta edición, De Prado será una de las madrinas del evento, por

lo que será parte activa del jurado que elegirá a los finalistas.

Por el momento, ya son más de 150 los agroinfluencers inscritos en esta segunda edición. Las inscripciones siguen abiertas en la página web de los Premios AgroInfluye, hasta el próximo 9 de diciembre.

El 11 de diciembre, Agromillora y Dos Esferas Comunicación desvelarán los nominados en un nuevo evento que se conocerá próximamente y que se podrá seguir a través de las redes sociales del evento. Posteriormente, comenzarán las votaciones para decidir a los ganadores de las 13 categorías y el Mejor Content Creator Agro del país.

Con más de 75.000 votos y un alcance en redes que superó los 2 millones de visualizaciones, la primera edición demostró el poder de la comunidad agro. Este año, el objetivo es duplicar el impacto, según han resaltado desde la organización.

Trabaja
con conexión
al SIEX o
sin ella.

100%



Fácil
Seguro
Eficiente

Transforma el cambio en evolución.

El Cuaderno de Campo Digital de los Agricultores.



AGROCUADERNO





Certificación activa, proyección internacional y defensa del olivar tradicional, entre las prioridades de José Gilabert como nuevo presidente de la IGP Aceite de Jaén

El pasado mes de octubre, José Gilabert tomó posesión como nuevo presidente de la IGP Aceite de Jaén, una etapa en la que este sello de calidad se ha marcado como prioridades estratégicas reforzar la certificación, potenciar la proyección internacional de la marca, impulsar la transformación digital y la defensa del olivar tradicional, tal y como destaca en esta entrevista con Mercacei.

¿Cuáles son las prioridades estratégicas y los principales retos en esta nueva etapa?

Como presidente del Consejo Regulador de la IGP Aceite de Jaén, nuestras prioridades estratégicas se centran en reforzar la certificación activa para garantizar la máxima calidad y trazabilidad; ampliar el número de operadores inscritos, dado que el se-



llo aporta prestigio y valor añadido al sector; y potenciar la proyección internacional de la marca para consolidar a Jaén como referente mundial en AOVE. Asimismo, impulsaremos la transformación digital para optimizar los procesos internos y externos del Consejo Regulador. Todo ello irá acompañado de un firme compromiso con la defensa del olivar tradicional, un pilar esencial en la identidad y la sostenibilidad del sector. Con estas líneas de acción, consolidaremos a la IGP como un sello de excelencia y garantía de origen.

¿Qué destaca de la gestión de Manuel Parras, su antecesor, al frente de la IGP Aceite de Jaén en sus cinco años de mandato?

Me gustaría destacar y reconocer que el trabajo realizado por Manuel Parras durante estos cinco años ha sido determinante para llevar a la IGP a su etapa de consolidación y madurez. Su gestión se ha caracterizado por una estructura organizativa sólida, un funcionamiento eficaz y una estrategia promocional ambiciosa que ha posicionado al

Aceite de Jaén a nivel nacional.

Parras fue clave en la creación, puesta en marcha y operatividad de la IGP, logrando que el proyecto superara con éxito su fase inicial y sentando unas bases firmes sobre las que hoy podemos seguir avanzando. Su liderazgo académico y su compromiso han permitido que la entidad goce de credibilidad, rigor técnico y reconocimiento institucional.

En definitiva, recibo una IGP fortalecida gracias a una labor impecable y profundamente orientada al interés general del sector oleícola de la provincia.

¿Qué acciones se van a llevar a cabo a nivel de promoción para posicionar al Aceite de Jaén como referente global de calidad?

La estrategia de promoción se centrará en reforzar la identidad del Aceite de Jaén como referente internacional de calidad y origen. Para ello, se impulsarán campañas específicas en mercados estratégicos, subrayando las cualidades diferenciales del picual jiennense y el valor de la certificación.

Se potenciará la participación en ferias, misiones comerciales y actos profesionales, donde la IGP actuará como canal de visibilidad para las marcas inscritas.

También se desarrollarán acciones formativas y divulgativas dirigidas a chefs, prescriptores y distribuidores, elevando el conocimiento técnico y sensorial de nuestros AOVEs. La colaboración con instituciones y entidades sectoriales permitirá am-

plificar el alcance promocional.

Además, como acción más pragmática vamos a mantener contacto, tanto con envasadores como con la distribución, para llevar a cabo acciones de divulgación y promoción del sello IGP Aceite de Jaén.

Finalmente, la transformación digital será clave para generar contenido de alto impacto y mejorar la comunicación internacional, posicionando al Aceite de Jaén como un referente global de excelencia.

La IGP Aceite de Jaén también trabaja para reconocer y valorizar el olivar tradicional de la provincia y sus variedades. En este sentido, se ha creado en Andalucía la Asociación de Olivar Tradicional...

Efectivamente, uno de los compromisos más firmes de esta etapa es dar voz y respaldo al olivar tradicional, que representa la esencia productiva, paisajística y social de la provincia. Su sostenibilidad económica es clave, especialmente en un contexto de costes elevados y creciente presión competitiva.



En esta línea, se ha creado una asociación específica en defensa del olivar tradicional, concebida como una plataforma de representación y diálogo para abordar sus necesidades reales. Su función será visibilizar el valor diferencial de este modelo de cultivo, promover medidas que garanticen su viabilidad y reforzar su reconocimiento tanto en los mercados como en las administraciones.

El objetivo es impulsar iniciativas que apoyen a los productores, fomenten prácticas sostenibles, promuevan la calidad y pongan en valor las variedades y el patrimonio oleícola de Jaén. Con esta asociación, se pretende articular un espacio estable de trabajo que defienda un olivar que, más que un sistema productivo, es parte esencial de la identidad de nuestra tierra.

¿Algún proyecto en marcha a nivel agronómico o de I+D+i para impulsar la rentabilidad del olivar tradicional?

Se están desarrollando distintas líneas de trabajo orientadas a impulsar la rentabilidad del olivar tradicional. Entre ellas destacan proyectos centrados en mejorar la eficiencia

agronómica, con prácticas de manejo del suelo y del agua adaptadas al contexto de sequía y a la necesidad de reducir costes. Paralelamente, se avanza en iniciativas de I+D+i y digitalización, que facilitan herramientas de monitorización y apoyo a la toma de decisiones para los agricultores.

También se trabaja en proyectos ligados a la certificación, la trazabilidad y el valor añadido, con el fin de que el olivar tradicional pueda competir en mejores condiciones. Estas actuaciones se complementan con colaboraciones técnicas destinadas a aumentar la productividad, reforzar la sostenibilidad y mejorar la calidad de los aceites obtenidos. El objetivo es claro: ofrecer soluciones reales que garanticen el futuro de un modelo de cultivo esencial para la provincia.

Por último, ¿qué grado de conocimiento y notoriedad considera que tiene el consumidor andaluz, nacional e internacional de este sello de calidad? ¿Saben lo que son y valoran los consumidores las IGPs? ¿Alguna iniciativa para potenciar ese conocimiento

y estimular el consumo de los AOVEs amparados bajo este sello de calidad?

Este año solicitamos a la Universidad de Jaén (UJA) un estudio que confirma que el sello IGP Aceite de Jaén alcanza una alta notoriedad en la provincia, donde más del 60% de los consumidores lo reconocen y lo asocian con prestigio y calidad superior. En el resto del país, la familiaridad es más limitada -en torno al 15%, aunque cuando el consumidor entra en contacto con el distintivo, este genera inferencias muy positivas sobre autenticidad, compromiso con la calidad, sostenibilidad y tradición, actuando como un heurístico de superioridad.

Para mejorar y estimular el consumo de los AOVEs certificados, se reforzará la exposición del sello, la presencia en envases y puntos de venta, la formación a prescriptores y las campañas informativas. Conforme a las recomendaciones de la UJA, incluiremos mensajes más claros como "sólo certificamos aceites de calidad excepcional" para hacer más explícito el significado del sello y consolidar su reconocimiento.



Filtración profesional de AOVE directamente en tu almazara

¿Tienes el aceite listo, pero aún sin filtrar?

En Aceites Cándido te lo ponemos fácil: nos desplazamos con nuestros equipos móviles y filtramos tu AOVE en tus instalaciones, sin que tengas que invertir en maquinaria ni en personal.

Nuestra tecnología garantiza un aceite más estable, brillante, limpio y preparado para el mercado más exigente. Y todo con presupuesto cerrado por litro tratado.

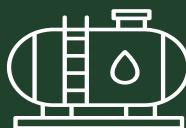
Nuestro servicio de filtración móvil

¿Cómo funciona nuestro servicio?

1 Nos desplazamos a tu almazara



2 Filtramos en tus instalaciones



3 Resultados inmediatos



4 Sin inversión, sin sorpresas



Pide tu presupuesto



Así es la imagen de "Retrato Alhambra 1925", la instalación artística del fotógrafo Spencer Tunick en un olivar granadino

Cervezas Alhambra ha desvelado junto al artista neoyorquino Spencer Tunick la imagen definitiva de "Retrato Alhambra 1925", la instalación artística creada el pasado mes de septiembre en un olivar granadino para conmemorar los 100 años de la marca cervecería.

Procedentes de distintos puntos de España y de más de 25 países de Europa y América, en la convocatoria participaron más de 800 voluntarios que posaron desnudos y cubiertos con una pintura verde especialmente diseñada para este proyecto. Siguiendo las instrucciones del artista, se integraron en el entorno natural para formar parte de una imagen de gran carga visual y simbólica.

Cada uno de ellos ha recibido una pieza única en agradecimiento por su participación en esta obra colectiva: una copia impresa edición limitada de "Retrato Alhambra 1925". Esta imagen final ha sido seleccionada por el artista y Cervezas Alhambra como la más representativa del espíritu del proyecto: una fusión poética entre los cuerpos desnudos, la naturaleza, el arte y la identidad andaluza.

La obra se desarrolló el pasado 20 de septiembre, día en el que Spencer Tunick realizó, desde primeras horas de la mañana, diversas composiciones y encuadres en varias localizaciones del olivar, explorando las texturas, la luz y el diálogo entre los cuerpos y el paisaje andaluz. Concebida como homenaje a Andalucía, Retrato Alhambra 1925 consigue transmitir la profunda conexión entre su gente y el olivar, ese paisaje eterno que define la esencia, la memoria, la belleza y la sabiduría tranquila del sur.

"Esta es la imagen en la que sentí que la naturaleza y las personas se convirtieron en una sola. El verde nos permitió borrar las fronteras entre el cuerpo humano y el paisaje de olivos, creando un retrato de Andalucía que se siente armónico y sereno, pero que al mismo tiempo ensalza el paisaje natural convirtiéndolo en una visión de ensueño", ha declarado Spencer Tunick.

Con esta colaboración, además, Cervezas Alhambra ha contribuido a cumplir un deseo que, según ha manifestado Spencer Tunick, perse-

guía desde hace 15 años: introducir el verde en uno de sus trabajos como símbolo de la unión entre el cuerpo humano y la naturaleza.

Para Emmanuel Pouey, director general de Marketing de Mahou San Miguel, "su visión, el verde de Andalucía, de sus olivares y de nuestra icónica botella sin etiquetas facilitó una conexión inmediata con Spencer Tunick. Retrato Alhambra 1925 es mucho más que una excepcional instalación artística para nosotros: es una celebración del tiempo, del arte hecho sin prisa y de nuestras raíces andaluzas. Esta mirada final que ha captado Tunick refleja fielmente el color de Andalucía y la filosofía que nos inspiran desde hace cien años".

Con "Retrato Alhambra 1925", Cervezas Alhambra continúa reafirmando su compromiso con la creación de autor y con Andalucía, apoyando proyectos que invitan a mirar el entorno sin prisa desde la sensibilidad y la originalidad.

"Retrato Alhambra 1925", la primera instalación artística de Spencer Tunick en Andalucía, consolida a Granada y a su olivar -indiscutible símbolo de identidad cultural andaluza- como escenario de una de las obras más simbólicas de Tunick, el artista neoyorquino que es conocido mundialmente por su capacidad para transformar los paisajes humanos en arte.

Foto: Granada, Spain (Retrato Alhambra 1925) 2025
Copyright - ©Spencer Tunick





Las IGPs Aceitunas Manzanilla y Gordal de Sevilla respaldan el modelo tradicional del olivar de mesa sevillano

El Consejo Regulador de las IGPs Aceitunas Manzanilla y Gordal de Sevilla ha defendido la calidad de las aceitunas manzanilla y gordal de Sevilla junto a agricultores, cooperativas, industrias transformadoras y envasadoras, entidades colaboradoras y administraciones públicas en un evento celebrado en la capital hispalense. Más de un centenar de profesionales se han dado cita en “Orgullo de origen. Futuro compartido”, donde se ha confirmado la apuesta del Consejo Regulador por un cultivo tradicional clave para el territorio y su tejido socioeconómico.

El presidente del Consejo Regulador, Juan Luis Oropesa Cáceres, ha destacado que “en un contexto marcado por la competencia por el precio, la mecanización intensiva y la entrada de aceitunas procedentes de terceros países, las explotaciones tradicionales de olivares sevillanos ligadas a las variedades manzanilla y gordal, siguen apostando por un modelo con mayor valor añadido, fuertemente arraigado al territorio”.

Durante la jornada, se ha destacado el papel fundamental de los agricultores productores, cooperativas e industria transformadora y envasadora, “considerándoles verdaderos garantes de un modelo de cultivo tradicional que sostiene miles de puestos de trabajo directos e indirectos en los pueblos de la provincia de Sevilla”.

El acto ha sido, además, el primer gran encuentro público tras la reciente designación del



presidente, vicepresidente y miembros del Pleno del Consejo Regulador, elegidos en las elecciones celebradas el pasado 22 de octubre. “Una nueva etapa de gobernanza que consolida el proyecto colectivo de defensa y promoción de las IGPs”, ha subrayado.

“Este Consejo Regulador no nace de un despacho, nace del campo, de las cooperativas y de las empresas que se han negado a aceptar que la aceituna sevillana sea un producto más en la estantería. Nuestro reto ha sido poner nombre, apellido y origen certificado a un patrimonio vivo”, ha señalado Oropesa Cáceres durante el acto.

Por su parte, la secretaria general de la entidad Rosario Acosta Mateos, ha subrayado el esfuerzo del sector en los últimos cinco años,

“cuando pusimos en marcha toda la maquinaria necesaria para diferenciar y valorizar la aceituna de mesa sevillana tradicional”.

“Nuestro objetivo ha sido y sigue siendo claro: devolver a las Aceitunas Manzanilla y Gordal de Sevilla, la reputación internacional que siempre tuvieron en la historia del comercio de los productos sevillanos, desde finales del siglo XIX, cuando salían por el río Guadalquivir hacia los principales mercados del mundo como uno de los emblemas agroalimentarios de la provincia”, ha señalado.

Además, se ha celebrado la mesa redonda “Futuro compartido”, en la que han participado de Jerónimo Nicolás, director manager de Aceitunas Torremar; José Luis Soltero, Key Account nacional de Aceitunas La Sabrosita; Manuel Bécerra, secretario general de los Consejos Reguladores de Caballa y Melva de Andalucía y de Mijama de Barbate; Francisco Manuel Fernández, productor de aceituna de mesa de Arahal; y la periodista Fátima Ramírez, como moderadora.

La sommelier y comunicadora Mónica Rosón ha presentado la nueva imagen de los envases de las Indicaciones Geográficas Protegidas basada en “El Valor Humano y la Garantía Técnica”, así como el menú diseñado por los alumnos de la Escuela de Hostelería de la Fundación Cruzcampo, en el que las aceitunas han sido incorporadas como parte esencial de cada propuesta.

El Gobierno y Asemesa abordan la última decisión de la OMC sobre la aceituna negra española

La secretaria general de Recursos Agrarios y Seguridad Alimentaria del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), Ana Rodríguez Castaño, y la secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, Amparo López Senovilla, se han reunido con representantes de la Asociación Nacional de Exportadores e Industriales de Aceituna de Mesa (Asemesa) para analizar la última decisión de la Organización Mundial del Comercio (OMC) que afec-

ta al sector de la aceituna negra española.

Cabe recordar que la OMC ha autorizado a la Unión Europea (UE) la adopción de medidas de represalia contra Estados Unidos por 13,64 millones de dólares al año (unos 11,7 millones de euros) por la “injusta” imposición unilateral de aranceles del 34,75% sobre el valor de la aceituna negra española.

Tanto Rodríguez como López han expuesto que el Gobierno ha ido de la mano de la Comisión Europea en la defensa de los intereses

del sector en este litigio que se inició en 2017.

En estos momentos, la Comisión Europea estudia la posibilidad de aplicar alguna solución provisional alternativa a la imposición de las contramedidas para poder exportar la aceituna de mesa negra con plenas garantías.

Según ha recordado el Gobierno, Estados Unidos es un mercado estratégico para los intereses del sector español, al que destina más de 51.500 t. de aceitunas de mesa y genera un valor cercano a los 185 millones de euros al año.



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

Fuente: Dirección General de Aduanas

IMPORTACIÓN				EXPORTACIÓN			
Aceites y grasas							
Materias	País	Toneladas	Euros	Materias	País	Toneladas	Euros
A. de Oliva	Portugal	1.355	5.025.401	A. de Oliva	Portugal	6.358	22.991.419
V. LAMPANTE	Otros	69	247.284	LAMPANTE	EEUU	4.995	18.710.563
	TOTAL	1.425	5.272.685		Otros	15.265	57.974.689
					TOTAL	26.618	99.676.671
LOS DEMÁS	Tunez	5.868	17.929.019	LOS DEMÁS	Italia	25.986	106.294.388
A. DE OLIVA	Portugal	2.756	9.623.608	A. DE OLIVA	Portugal	11.804	45.176.884
	Argentina	816	3.426.929		EEUU	11.408	52.324.857
	Egipto	586	1.347.534		Francia	8.698	35.240.493
	Italia	391	2.070.907		R. Unido	3.418	14.745.528
	Chile	340	1.424.669		Australia	2.901	14.511.907
	Marruecos	311	462.921		Alemania	2.894	8.848.200
	Otros	121	672.806		México	2.363	12.578.923
	TOTAL	11.190	36.958.394		Marruecos	1.889	6.987.169
					Brasil	1.675	9.153.321
					China	1.650	7.538.394
					Japón	1.456	6.694.458
					Países Bajos	1.440	6.493.600
					Bélgica	1.365	5.251.024
					Otros	14.841	69.573.830
	TOTAL	12.615	42.231.079		TOTAL	93.787	402.824.956
TOTAL A. OLIVA				TOTAL A. OLIVA		120.405	501.901.627
A. ORUJO	Portugal	4.741	5.891.826	A. ORUJO	Italia	2.226	4.843.698
	Tunez	4.409	5.673.632		Portugal	1.074	1.934.224
	Otros	91	120.060		Otros	6.811	18.597.401
	TOTAL	9.241	11.685.518		TOTAL	10.110	25.375.323
ACEITUNA	Portugal	1.740	1.792.743	ACEITUNA	Bielorrusa	338	570.362
DE MESA	Otros	56	80.485	DE MESA	Alemania	209	771.829
	TOTAL	1.796	1.873.227		Otros	418	1.318.683
					TOTAL	965	2.660.875
A. GIRASOL	Ucrania	30.757	34.710.522	A. GIRASOL	Portugal	4.390	7.258.286
	Portugal	4.856	5.650.013		Francia	3.980	5.587.663
	Francia	4.262	5.613.461		Otros	8.044	12.423.700
	Otros	3.244	10.574.284		TOTAL	16.414	25.539.649
	TOTAL	43.120	56.548.279		ITALIA	1.372	3.907.922
A. COCO	Filipinas	3.307	8.037.961	A. COCO	Otros	1.369	3.929.386
	Otros	599	1.750.820		TOTAL	2.741	7.837.308
	TOTAL	3.906	9.788.781		ITALIA	330	827.217
A. PALMISTE	Gabón	1.500	2.620.603	A. PALMISTE	Otros	314	897.239
	Otros	3.088	5.461.795		TOTAL	644	1.724.457
	TOTAL	4.589	8.082.398		ITALIA	1.614	2.307.079
ACEITE PALMA	Malasia	7.875	8.236.471	ACEITE PALMA	Francia	2.487	3.628.592
	Costa Rica	7.042	6.851.811		Italia	1.783	3.121.370
	Indonesia	6.697	6.693.849		Otros	1.783	3.121.370
	Guatemala	3.345	3.332.945		TOTAL	5.884	9.057.041
	Otros	6.699	9.065.447		ACEITE DE MAÍZ	130	198.280
	TOTAL	46.523	48.525.388		Otros	258	330.647
ACEITE DE MAÍZ	Brasil	8.579	8.206.532	ACEITE DE MAÍZ	TOTAL	377	478.987
	Otros	451	486.853				
	TOTAL	2.771	2.854.492				



IMPOR TACIÓN				EXPOR TACIÓN			
A. RICINO	India	210	357.931	A. RICINO	Italia	120	332.059
	Otros	236	577.032		Otros	90	187.790
	TOTAL	445	934.963		TOTAL	211	519.849
A. LINAZA	Bélgica	85	388.177	A. LINAZA	Bélgica	347	371.311
	Otros	11	112.991		Otros	20	111.323
	TOTAL	97	501.168		TOTAL	367	482.635
A. CACAHUETE	Bélgica	67	168.286	A. CACAHUETE	Luxemburgo	5	16.765
	Otros	28	57.897		Otros	4	12.373
	TOTAL	95	226.183		TOTAL	8	29.373
A. SOJA	Turquía	5.997	5.790.229	A. SOJA	Italia	11.175	11.581.244
	Portugal	3.622	3.579.952		Francia	536	769.634
	Ucrania	3.211	3.166.574		Otros	786	1.191.706
	Otros	4.402	4.755.225		TOTAL	12.499	13.542.584
	TOTAL	17.232	17.292.172				
ACEITE COLZA	Ucrania	7.999	8.301.647	ACEITE COLZA	Portugal	646	852.642
	Bélgica	6.821	7.587.329		Otros	1.020	1.517.260
	Otros	6.637	6.435.078		TOTAL	1.666	2.369.902
	TOTAL	21.457	22.324.053				
A. SÉSAMO	P.Bajos	78	442.716	A. SÉSAMO	Alemania	29	210.647
	Otros	76	536.681		Otros	15	93.719
	TOTAL	155	979.396		TOTAL	45	304.366
A. PESCADO	Noruega	1.752	2.067.837	A. PESCADO	Italia	375	740.129
	Marruecos	642	1.475.663		Portugal	352	571.687
	Otros	3.059	5.256.538		Otros	520	1.349.982
	TOTAL	5.453	8.800.037		TOTAL	1.254	2.661.798
A. CONCRETOS	Malta	4.821	6.788.004	A. CONCRETOS	EEUU	2.353	13.081.668
	Portugal	1.177	2.834.335		Portugal	1.903	8.027.194
	Otros	3.824	16.619.969		Italia	1.571	10.191.843
	TOTAL	9.822	26.242.308		Otros	2.325	9.458.819
					TOTAL	8.152	40.759.524
GLICERINA BRUTA	Francia	487	309.915	GLICERINA BRUTA	China	6.718	3.108.128
	Portugal	269	8.083		Francia	872	118.800
	Otros	271	234.449		Otros	1.994	1.093.353
	TOTAL	1.027	552.447		TOTAL	9.585	4.320.281
GLICERINA DESTILADA	Alemania	1.137	1.483.939	GLICERINA DESTILADA	Portugal	171	236.205
	P. bajos	1.025	1.016.319		Francia	152	183.905
	Brasil	679	1.745.792		Otros	370	336.836
	Otros	1.568	1.649.217		TOTAL	694	756.946
	TOTAL	4.409	5.895.268				
GRASA DE CERDO	Francia	2.605	2.659.592	GRASA DE CERDO	Italia	788	3.008.946
	Portugal	654	320.242		Taiwán	364	496.204
	Italia	577	595.461		Otros	597	557.757
	Otros	184	166.424		TOTAL	1.750	4.062.907
	TOTAL	4.020	3.741.719				
MANTECA DE CERDO	Francia	1	11.410				
	Otros	0,10	143				
	TOTAL	1	11.553				
SEBOS	Francia	2.058	2.028.029	SEBOS	Francia	755	12.459
	Otros	66	89.921		Otros	23	40.396
	TOTAL	2.124	2.117.950		TOTAL	778	52.855
GRASAS ANIMALES O VEGETALES HIDROGENADAS	P. Bajos	3.053	3.805.503	O VEGETALES HIDROGENADAS	Francia	1.271	2.781.535
	Bélgica	185	444.927		Italia	803	2.006.323
	Otros	730	2.472.277		Alemania	363	1.407.745
	TOTAL	3.969	6.722.707		Otros	1.142	3.092.440
					TOTAL	3.581	9.288.043
MARGARINA	Portugal	1.429	2.536.685	MARGARINA	Francia	3.577	6.611.985
	Bélgica	1.338	3.356.359		Portugal	3.223	5.035.113
	Otros	2.198	5.942.242		EEUU	2.989	8.085.064
	TOTAL	4.965	11.835.286		Italia	1.813	3.752.271
					Otros	5.240	12.094.509
					TOTAL	16.842	35.578.942
TALL-OIL	Argentina	39	27.851	TALL-OIL	Portugal	4	12.120
	Otros	1	4.045		Otros	2	3.797
	TOTAL	40	31.897		TOTAL	6	15.917
LECITINA DE SOJA	P. Bajos	574	899.244	LECITINA DE SOJA	Alemania	364	877.266
	China	293	721.691		Francia	251	675.130
	Otros	807	2.928.299		Otros	792	2.218.875
	TOTAL	1.791	4.336.850		TOTAL	1.407	3.771.271



IMPOR TACIÓN				EXPOR TACIÓN			
TRIGO	Letonia	56.325	11.802.918	TRIGO	Portugal	6.281	1.633.588
	Canada	39.272	12.425.838		Francia	593	314.123
	Lituania	33.759	7.845.642		Otros	529	417.993
	Otros	83.511	19.465.305		TOTAL	7.403	2.365.704
TOTAL	212.868	51.539.703					
MAÍZ	Brasil	594.835	113.992.841	MAÍZ	Portugal	1.618	471.930
	EEUU	117.053	22.387.107		Bélgica	1.448	70.732
	Francia	100.529	21.249.664		Francia	1.336	1.419.668
	Otros	17.126	4.873.527		Otros	1.787	2.802.146
TOTAL	829.543	162.503.139			TOTAL	6.190	4.764.477
TORTA SOJA	Brasil	239.331	70.299.778	TORTA SOJA	Francia	9.813	3.482.213
	Argentina	81.293	22.959.751		Italia	2.701	885.889
	Otros	6.478	3.270.188		Otros	4.268	1.491.174
TOTAL	327.102	96.529.718			TOTAL	16.782	5.859.276
TORTA LINO	Alemania	1	2.615				
	TOTAL	1	2.615				
TORTA COPRA	Bélgica	10	53.555	TORTA COPRA	Francia	0,10	650
	TOTAL	10	53.555		TOTAL	0,10	650
TORTA PALMA	Malasia	9.979	1.585.289	TORTA PALMA	Portugal	95	17.256
	Otros	8.122	1.320.849		TOTAL	95	17.256
TOTAL	18.101	2.906.138					
TORTA GIRASOL	Argentina	2.117	303.582	TORTA GIRASOL	Francia	2.849	735.384
	Otros	494	113.741		Otros	276	67.859
TOTAL	2.611	417.323			TOTAL	3.125	803.243
TORTA COLZA	Ucrania	23.165	4.458.046	TORTA COLZA	Francia	4.987	1.384.180
	Otros	45.274	10.469.162		Otros	13	3.108
TOTAL	68.439	14.927.207			TOTAL	5.000	1.387.288
HARINA DE SOJA	Portugal	1.121	456.022	HARINA DE SOJA	Francia	854	369.218
	Otros	1.312	737.347		TOTAL	94	51.731
TOTAL	2.433	1.193.369			TOTAL	949	420.949
HARINA DE CARNE	Francia	1.444	570.244	HARINA DE CARNE	Francia	7.500	3.448.326
	Portugal	1.353	867.006		Vietnam	6.752	2.863.374
	Otros	794	917.529		Chile	2.512	1.312.268
TOTAL		3.591	2.354.780		Italia	2.291	816.089
					Otros	6.725	4.272.752
					TOTAL	25.780	12.712.809
HARINA DE PESCA DO	Marruecos	2.262	2.656.407	HARINA DE PESCA DO	Grecia	2.138	2.869.310
	Sudáfrica	2.079	2.383.814		Francia	1.625	2.463.832
	Otros	4.583	6.491.048		Otros	2.004	2.890.074
TOTAL	8.924	11.531.269			TOTAL	5.767	8.223.216
CACAHUETES CRUDOS	Argentina	2.073	2.577.970	CACAHUETES CRUDOS	P. Bajos	167	197.988
	China	1.526	2.201.030		Otros	318	506.547
	Otros	1.516	2.196.290		TOTAL	486	704.535
TOTAL	5.116	6.975.289					
HABAS DE SOJA	EEUU	182.010	69.935.301	HABAS DE SOJA	Francia	463	230.915
	Brasil	119.908	46.509.495		Otros	77	78.026
	P. Bajos	3.863	1.206.229		TOTAL	541	308.941
	Otros	3.282	1.929.085				
TOTAL	309.063	119.580.110					
SEM. GIRASOL	Francia	13.584	7.424.168	SEM. GIRASOL	Francia	882	2.477.548
	Rumanía	11.576	5.762.340		Portugal	507	721.008
	China	2.864	5.984.938		Otros	479	1.306.555
	Otros	2.035	4.186.610		TOTAL	1.869	4.505.110
TOTAL	30.059	23.358.302					
SEM. LINO	Polonia	215	233.295	SEM. LINO	Portugal	80	93.433
	Otros	241	316.477		TOTAL	39	69.745
TOTAL	456	549.772			TOTAL	120	163.178
SEM. SÉSAMO	India	256	428.189	SEM. SÉSAMO	Portugal	26	60.311
	Brasil	194	214.203		Otros	31	83.620
	Otros	248	603.351		TOTAL	58	143.931
TOTAL	698	1.245.743					
SEM. ALGODÓN	P. Bajos	3	11.820	SEM. ALGODÓN	Portugal	15	7.102
	TOTAL	3	11.820		Otros	1	23.305
					TOTAL	16	30.407
SEM. COLZA	Francia	1.798	1.609.791	SEM. COLZA	R. Unido	8.055	6.084.396
	Otros	117	212.052		Portugal	7.942	3.871.902
TOTAL	1.915	1.821.842			Otros	430	815.977
SEM. CÁRTAMO	Otros	0,11	7.710	SEM. CÁRTAMO	TOTAL	16.427	10.772.275
	TOTAL	0,11	7.710				
JABÓN DE TOCADOR	Alemania	573	1.390.801	JABÓN DE TOCADOR	Portugal	749	1.543.369
	China	298	514.528		Rumanía	498	855.524
	Italia	269	712.055		R. Unido	488	820.509
	Otros	911	2.821.313		Otros	1.193	3.856.394
TOTAL	2.051	5.438.697			TOTAL	2.928	7.075.796
JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	Portugal	246	847.263	JABÓN EN POLVO, COPOS O GRANULOS	Francia	995	822.676
	Otros	618	1.362.911		Portugal	530	846.447
TOTAL	864	2.210.174			Otros	1.748	2.553.358
					TOTAL	3.273	4.222.481



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: 21 de noviembre 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.)			11,85 (lata)
Baeturia Organic Morisca/Carrasqueña					10,00
Belvís de las Navas					28,50
Borges			3,50		9,15
Calandina Ecológico				5,99	
Campomar Natura Bio	31,99 (2,5 l.)	5,99		6,67	
Carbonell Eco				7,99/9,38	
Carrefour Eco				8,15	5,95
Castillo de Canena Picual Biodinámico					6,39/7,95
Castillo de Tabernas	50,00	76,50 (cristal 5 l.)			23,40
Coosur Ecológico				13,25 (Coupage)	
Dcoop Ecológico			8,75		
El Corte Inglés Ecológico			16,17		
El Lagar del Soto	57,96				4,56
Eolea Ecológico					7,42 (lata)
Finca La Torre		36,00 (lata 2,5 l.)			8,75
Flor de Olivo Ecológico					21,90
Hacienda Guzmán Ecológico					2,99
LA Organic					19,90
L'Estartell Eco					18,30
La Española Ecológico			13,00		16,90/17,34
Luque	31,50	27,95 (lata 3 l.)			6,48
Maestros de Hojiblanca Eco.			7,99		
Núñez de Prado	39,00				12,95
Ñ Organic					
Olivar de Segura	27,99		9,99		14,50
Oro Bailén Eco.					14,95
Oro del Desierto Ecológico					11,00
Oro de Génave					18,99/19,29
Padilla Oliva Bio	50,00		13,00		5,48
Pago de Quirós					10,65
Pago Piedrabuena					12,50
Rincón de la Subbética					7,50
Románico Ecológico					25,90
Señorío de Vizcántar Ecológico				6,50	13,24
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

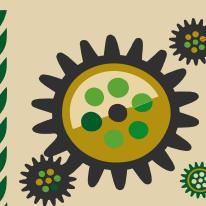
Aceite de orujo de oliva (euros)

MARCA	GRADOS	ENV. 5 L.	ENV. 2 L.	BOTELLA 1L.
Capicúa	0,4	21,99		3,78
La Masía Lindoliva		14,85		2,84

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			45,75		6,99
Carbonell	0,4º	22,95	21,95		4,19
Coosur Sabor			29,95		5,95
Coosur Suave			29,95		5,95
La Española Sabor Suave	0,4º	28,90	25,25		4,19
La Española Sabor Intenso	1º	28,90	25,25	15,85	4,19
La Masía Suave	0,4º		21,20	11,80	5,19
La Masía Sumum			21,20	11,80	5,19
Ybarra Suave		22,19	19,50	16,74	4,25
Ybarra Más Sabor		22,19	19,50	16,74	4,25

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 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 centrifugadoras horizontales, 2 tamices, centrífuga vertical, 2 decantadores, deshuesadora, bodega de inoxidable apta para inertiación, 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

La Comunidad de Madrid avanza en un decreto para garantizar la trazabilidad de las aceitunas

La Comunidad de Madrid prepara un proyecto de decreto para garantizar la trazabilidad del aceite que se produce en la región, mediante un sistema obligatorio de seguimiento de los movimientos de las aceitunas durante su transporte, desde su recolección hasta la llegada al centro de transformación o almacenaje.

Esta medida responde a la necesidad de reforzar los controles ante el aumento del valor del aceite de oliva y los robos que se producen en las cosechas, protegiendo de este modo a los agricultores, según ha informado el Gobierno regional.

Los titulares de explotaciones oleícolas deberán estar inscritos en el Sistema de Informa-

ción de Explotaciones Agrarias (SIEA) y registrar entradas y salidas de las aceitunas. Así, ante cualquier incidencia, se podrá identificar su procedencia y determinar responsabilidades.

El proyecto, sometido a consulta pública del 3 al 23 de octubre pasado, no ha recibido ninguna alegación ni observación, por lo que continúa su tramitación. La Comunidad de Madrid prevé que esté aprobado antes de la próxima campaña 2026/27, "y que sea un instrumento de utilidad para velar por la propiedad de los frutos, además de fomentar el consumo de este alimento, básico para una dieta saludable".

La región ha aumentado la superficie desti-

nada al olivar en un 1,8% desde 2019, pasando de 29.425 hectáreas en 2019 a 29.959 hectáreas en 2024. De ellas, 20.000 hectáreas se destinan a la Denominación de Origen Protegida Aceite de Madrid que, en poco más de dos años de historia, ya ha conseguido agrupar 13 marcas y 13 almazaras.

Cabe destacar que ya ha comenzado la campaña oleícola 2025/26, que pondrá en el mercado nuevos productos avalados por la DOP y cuya calidad se espera que sea "muy alta", gracias al buen estado de salud de la aceituna. En la anterior campaña 2024/25 se produjeron 34.000 litros de aceite (casi 110% más que en la primera, con 16.204 litros).



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

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

Calendario de Ferias y Eventos en 2026

1 Enero

- ☞ Del 11 al 13 de enero
WINTER FANCY FAIR
San Diego (EEUU)
press@specialtyfood.com
www.specialtyfood.com
- ☞ Del 16 al 18 de enero
FIRA DE L'OLI DE QUALITAT
VERGE EXTRA
Les Borges Blanques (LLeida)
www.firaoli.cat
- ☞ Del 21 al 23 de enero
ENOTÉCNICA & OLITÉCNICA 2026
Oporto (Portugal)
enotecnica@exponor.pt
www.exponor.pt/enotecnica-olitecnica
- ☞ Del 21 al 25 de enero
FITUR
Madrid
fitur@ifema.es
www.ifema.es/fitur
- ☞ Del 22 al 24 de enero
OLIO OFFICINA FESTIVAL
Milán (Italia)
www.olioofficina.it/olio-officina-festival
- ☞ Del 26 al 28 de enero
MADRID FUSIÓN
Madrid
www.madridfusion.net
- ☞ Del 26 al 30 de enero
GULFOOD
Dubai (Emiratos Árabes Unidos)
www.gulfood.com
- ☞ Del 28 al 31 de enero
AGROEXPO
Don Benito (Badajoz)
www.feaval.com/agroexpo
- ☞ Del 28 al 31 de enero
FIERAGRÍCOLA
Verona (Italia)
www.fieragricola.it
- ☞ Del 29 al 31 de enero
EVOLIO EXPO
Bari (Italia)
www.evolioexpo.com/en

1 Febrero

- ☞ Del 7 al 9 de febrero
PITT TASTE
Florencia (Italia)
www.taste.pittimagine.com/en

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

Está pasando

Olitécnica 2026 contará con un amplio programa técnico y actividades especializadas

Con el lema "A Toast to Business", Enotécnica & Olitécnica 2026 será un punto de encuentro profesional donde los principales actores de las industrias del vino y del aceite de oliva se darán cita para compartir conocimiento, descubrir tendencias y generar nuevas oportunidades de negocio. Del 21 al 23 de enero de 2026, el recinto Exponor-Feira International do Porto, en Matosinhos, se transformará en el epicentro ibérico de la innovación, el intercambio y la colaboración empresarial en torno a dos sectores que combinan tradición y futuro.

Enotécnica & Olitécnica 2026 presenta un ambicioso programa técnico que aborda los grandes retos actuales del sector, según han informado desde la organización, que han precisado que la dimensión humana de la feria será uno de sus ejes centrales. Así, el formato del evento está concebido para favorecer el contacto directo entre los distintos actores de la cadena de valor, desde la producción hasta la distribución. A su vez, se configurará un programa pensado para facilitar el intercambio de experiencias y la generación de alianzas en un ambiente colaborativo y cercano.

Además de la exposición de última generación de maquinaria agrícola, reuniones B2B, foros de debate, seminarios y catas profesionales, Enotécnica & Olitécnica 2026 incluirá una serie de jornadas técnicas, foros y seminarios especializados, pensados para impulsar la innovación, la sostenibilidad y la adaptación de la industria a los nuevos desafíos.

Entre las actividades programadas destaca una charla sobre innovación y sostenibilidad en viñedos y olivares. Programada para el día 21 de enero, en ella se explorará cómo la investigación y la tecnología están transformando la viticultura y la olivicultura. Desde la preservación del patrimonio genético hasta nuevas herramientas como drones para la gestión de cultivos, pasando por

estrategias innovadoras que mejoran la salud del suelo y optimizan el uso del agua, los expertos de la Universidad de Trás-os-Montes y Alto Duero (UTAD) mostrarán cómo ciencia e innovación se unen para impulsar la sostenibilidad del sector. Moderada por Alfredo Aires, profesor asociado del Departamento de Agronomía de UTAD, contará con la participación de Isaura Castro, profesora auxiliar del Departamento de Genética y Biotecnología de UTAD; Luís Filipe Pádua, Investigador Auxiliar del Departamento de Engenharias de UTAD; y Cristina Carlos, profesora auxiliar del Departamento de Agronomía de UTAD.

Por su parte, la charla "Viñedo y olivar: un patrimonio para la competitividad", prevista para el día 22 de enero, expertos del Instituto Superior de Agronomía y del sector agroalimentario explorarán cómo viñedos y olivares combinan tradición, innovación y sostenibilidad para potenciar la competitividad. La sesión -moderada por Manuel Malfeito Ferreira, especialista en microbiología de vinos y comportamiento del consumidor- contará con ponentes como Suzana Ferreira-Dias, coordinadora del laboratorio LET de análisis de aceites; Liliana Perestrelo, CEO de NATURALFA; Francisco Carvalho, consultor en sostenibilidad agroalimentaria; Nuno Rodrigues, experto en aceite de oliva; y Joaquim Miguel Costa, especialista en viticultura sostenible.

Según los organizadores de la feria, los visitantes de Enotécnica & Olitécnica 2026 conocerán las últimas tecnologías, los equipos más innovadores y el conocimiento técnico más avanzado, ofreciendo un panorama completo de hacia dónde se dirige la industria.

Además, el evento se convierte en un espacio para reflexionar y aprender sobre los grandes desafíos del sector como el cambio climático, la necesidad de sostenibilidad y la constante evolución del mercado.



Contigo en cada paso

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

Desarrollado en
Colaboración con

Si tienes a alguien
acompañándote,
todo es posible

M 81942050981

Tú y yo. Nosotros.

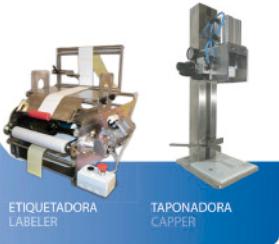
AgroBank

Ingeniería valenciana
al servicio del aceite de oliva.



ENVASADORA POR PESO MULTIFORMATO
FILLING MACHINE

DM-120



ETIQUETADORA
LABELER

TAPONADORA
CAPPER



MOLINO
MILL

MEDIDOR GRASA
FAT METER



WWW.AUTELEC.ES | COMERCIAL@AUTELEC.ES | [+34 628 632 992](tel:+34628632992)

Intacta On·Line

La nueva era de la medición industrial

Medición en Continuo

Aceituna Entera sobre Cinta Transportadora

GRASA, HUMEDAD Y ACIDEZ

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

www.tecnilab.es



Intacta On·Line

La nueva era de la medición industrial

Serie M6001 Utility:
Agilidad y
versatilidad
van de la mano



M6001 Utility: El más inteligente de los tractores profesionales

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



kes.kubota-eu.com / [@kubotaspain](https://twitter.com/kubotaspain) / [#kubota](https://www.instagram.com/kubotaspain)

For Earth, For Life

Kubota